formy rozvoje zemědělství, „odpřírodňování krajiny" spojené s poklesem její obytnosti, rekreační hodnoty a produktivnosti apod. Je zřejmé, že tak rozsáhlý problémový záběr, s jakým autor přistoupil ke zpracování tématu, neumožnil, aby mohl všechny problémové okruhy rozvést do všech podrobností a detailů, jak je tomu v některých jeho předcházejících studiích. Za výrazný klad práce je možno považovat právě to, že se v jednotlivých rozborech soustředil na podstatné aspekty, hledal jejich vzájemné souvztažnosti, aby je pak v syntetických pasážích využil k formulaci teoretických závěrů a doporučení pro řídící praxi.

Práce A. Slepičky *Venkov a/nebo město* představuje nesporný posun ke koncepčnímu zvládnutí řízeného procesu rozvoje naší sídelní soustavy. Uplatní se nejen v úzkém kruhu odborníků, ale zejména v řídící praxi, na vysokých školách, v ekonomické i správní sféře. Je ovšem otázkou, zda pro tyto účely postačí poměrně malý náklad (1700 výtisků) jejího prvního vydání.

František Charvát
Jiří Patočka

Miloslav Chlupáč: Propaganda jako společenský jev

Praha, SPN 1982, 2. doplněné a rozšířené vydání, 360 s.

Zřejmě ještě nikdy ve vývoji lidstva nedocházelo ve světě k tak ostře vyhraněným protikladným postojům ve věci války a míru jako nyní. Na jedné straně zavilý antikomunismus dovedně manipulující zejména s emocemi veřejnosti a vzbuzující strach z komunismu a tím mimo jiné odůvodňující nezbytnost horečného zbrojení a vedení útočných válek, včetně jaderné, na straně druhé síla světové socialistické soustavy, která věcně, argumentačně podloženě šíří pravdu o reálném socialismu, o skutečných snahách a cílech komunistických a pokrokových dělnických stran světa, o své touze žít v míru a vybudovat svět, který umožní skutečně všestranný harmonický rozvoj osobnosti.

Významnou zbraní v tomto ideologickém boji socialismu s kapitalismem je propaganda. V naší společenskovědní literatuře můžeme zhruba v posledních deseti — patnácti letech pozorovat soustředěnější výzkumnou a publikační aktivitu právě v této oblasti. Připomeňme například práce M. Šolce, M. Chlupáče, některé sborníky československých autorů i překlady sovětských autorů-teoretiků propagandy. Delší dobu jsme však postrádali původní naši práci, která by v souhrnné formě, s přihlédnutím k sociálně politickým specifikám naší společnosti, pojednala o složitém společenském jevu, jímž bezesporu soudobá propaganda je.

V roce 1978 poprvé vyšla ve Státním pedagogickém nakladatelství kniha Miloslava Chlupáče, ředitele Ústavu marxismu-leninismu AMU v Praze, *Propaganda jako společenský jev*. O její aktuálnosti a potřebnosti pro oblast teorie i společenské praxe svědčí fakt, že v r. 1982 vychází ve druhém, doplněném a rozšířeném vydání opět.

M. Chlupáč v této knize zúročuje své více než patnáctileté soustředěné úsilí, shrnuje a zobecňuje dílčí poznatky publikované v monografických studiích, uplatňuje výsledky vyřešených vědeckých úkolů.

Obsáhle pojednává o dvou základních typech propagandy — o propagandě přímé (propagandista je v bezprostředním kontaktu s cílovou skupinou) a propagandě nepřímé, kdy se mezi propagandistu a cílovou skupinu vkládá technický prostředek umožňující multiplikaci sdělení. Obě části knihy zaujmou čtenáře zejména svým komplexním přístupem, čerpajícím z vědeckého komunismu a rozvíjejícím poznání sociologickými a sociálně psychologickými přístupy z oblasti masové, skupinové a interpersonální komunikace.

Autorův výklad problematiky vychází z konkrétně historického pojetí propagandy, z jejího určení jako nástroje prosazování třídní moci formou ovlivňování společenského vědomí, přičemž šířené politické a ideologické podněty mají za cíl vzbudit žádoucí politické jednání v souladu s realizací politického programu. Chlupáč sleduje tuto linii ve stručné podobě exkurse do historie, připomíná projevy propagandistického působení již ve starověkém Řecku a Římě, ukazuje některé metody propagandistického působení ve feudální společnosti, nastupující buržoazie a současné společnosti.

„Prostorem pro socialistickou propagandu je především sociálně diferencovaná společnost s existencí historických přežitků antagonistické třídní společnosti, s existencí třídního rozporu mezi antagonistickými společenskými systémy, společnost usilovně rozvíjející socialistickou koncepci ekonomiky, kultury a socialistických společenských a lidských vztahů. Příjemce idejí pak respektuje komunistickou propagandu (a jí šířená sdělení) proto, že obráží jeho sociální postavení, s ním spjaté

zájmy a jim odpovídající názory, jím sledovanou společenskou tendenci, nebo odmítá propagandu proto, že sám zaujímá nesocialistickou politickou a ideologickou orientaci."

Propaganda je třídním jevem, zjevuje třídní zájmy a je zároveň i nástrojem třídní moci. Chlupáč zdůrazňuje, že základní funkcí propagandy je integrace jedince do společnosti a dezintegrace nepřátelského prostředí. Pomocí propagandy daná společenská třída obhajuje své postavení v třídní společnosti, nebo s její pomocí usiluje o změnu svého postavení (např. vykořisťovaný proletariát).

Propaganda v socialistické společnosti objektivně ve svém obsahu nese specifické třídní rysy, které nabývají povahy principů, jako jsou vědeckost, pravdivost a objektivnost, stranickost, třídnost, ideovost, lidovost, masovost a spojení s praxí.

Prezentace základních východisek buržoazních přístupů k propagandě dává možnost komparace metod a technik propagandistického působení dvou protikladných společenských soustav. Autor připomíná zejména některé teorie sociologů masové komunikace (L. W. Doob, Ch. R. Wright, H. Lasswell, R. K. Merton, J. Ellul a další). Myslím, že tato dílčí tematika zasloužila větší prostor, než jaký je jí v knize věnován, již vzhledem k tomu, že zatím chybí kritický širší marxistický rozbor buržoazních teorií masové komunikace se zaměřením na propagandu.

Ideologická práce se ovšem nevyčerpává propagandou, i když právě ona tvoří její dominující složku (je zde ještě např. světonázorová výchova šířená mimo komunistickou stranu, široká oblast operativního reagování na soudobé společenské jevy, ediční a vydavatelská politika).

Podle mého soudu autor velmi správně vymezuje propagandu jako specifickou komunikační aktivitu na rozdíl od některých „badatelů", kteří považují za propagandu vše, co souvisí s ideologií. Otázka může znít — co nesouvisí? Tak bychom mohli samozřejmě zařadit do propagandy školní vzdělávání, působení prostředků masové informace, vliv reklamy, veškeré působení kultury a umění apod. Jde zde o zřejmé nepochopení faktu, že každá lidská činnost ve společnosti jiných lidí má své ideologické vyznění, má své ideové východisko i ideový efekt.

„Pod pojmem marxistická propaganda (propaganda šířící marxismus-leninismus a pracující v prostoru socialistického státu a obracející se na veřejnost ostatních států) rozumíme specificky a cílevědomě formulovaný intelektuální podnět (kdy obsahem podnětu jsou informační, regulační a do jisté míry i stimulační hodnoty vesměs politické a ideologické povahy) k cílevědomé činnosti, *v níž se objekt propagandy ztotožní jak s výchozím záměrem* (třídy, strany a jejich institucí), *tak s cílovou aktivitou vyjádřenou v programu strany a socialistického státu.*" (s. 67)

Chlupáč dále analyzuje propagandu jako dynamický jev, složitě vnitřně strukturovaný, který je v jím vytvořené koncepci určován především těmito konkrétními články: nástroji řízení propagandy, osobností propagandisty, procesem propagandy, vnímatelem, korekční funkcí propagandy, aktivitou vnímatele, aktivitou řídícího centra.

Druhá kapitola se obšírně zabývá podmínkami existence propagandy. „Porozumět propagandě proto znamená porozumět charakteru, třídnímu obsahu aktuální politické moci (propaganda šíří ideologii třídy, která je držitelkou moci) a porozumět mechanismu uplatňování třídní moci (propaganda šíří ideologické obsahy metodami poplatnými metodám uplatňované politické moci)", zdůrazňuje autor. Osvětluje charakter politického systému a rysy jeho kvality v československých podmínkách, podtrhuje zejména jeho sjednocovací úlohu a poukazuje na základní integrační nástroje socialistického státu: politiku, ideologii, z nichž vychází socialistická morálka, právo, společenské vědy, umění. M. Chlupáč zavádí pojem „systém propagandy", za nějž považuje „soustavu charakteristických složek propagandy, tj. složky řídící, realizační, objekt propagandy a kontrolní činnosti v jejich historicky dané neopakovatelnosti a jednotě. Systém propagandy je podřízen politickému systému, je jím určen, je jeho součástí." (s. 85)

Vymezuje vztahy propagandy k ideologii a na konkrétních československých zkušenostech ukazuje nejrůznější pokusy o dezinterpretaci marxistické ideologie, nedostatky i omyly v ideologické práci. Ideologie marxismu-leninismu je sumarizovanou zkušeností třídy, je to vědeckým poznáním dosažená pravda o existenčních zájmech a historickém poslání dělnické třídy. Ve společnosti má výraznou motivační a realizační funkci. Tu posuzuje autor zejména ve vztahu k formování veřejného mínění. Pátrá po odpovědi na otázku, jak vzniká veřejné mínění, jakou má úlohu ve společenském životě, jaké jsou možnosti jeho formování (cílevědomé politické akce, ekonomicko-hospodářská opatření, ideologicko-propagandistické akce). Účinnost propagandistického působení je — jak dokládá — korigována vlivem konkrétního životního prostředí — vlivy hospodářskými, politickými, ideologicko-kulturními.

Třetí kapitola a část páté kapitoly si všímají objektu působení — člověka, vnímatele propagandistických sdělení. M. Chlupáč přináší podnětné dělení vnímatelů do skupin podle jejich postoje k propagandě: souhlasné vztahy k propagandě, nezúčastněné vztahy k propagandě, nesouhlasné vztahy k propagandě. Takto vymezené typy dále podrobuje šetření a sleduje možnosti ovlivnění jejich příslušníků propagandou. Dospívá tak k určitému zhodnocení vlivu propagandy na názory a postoje lidí, na jejich motivace a potřeby, zájmy. Nezkoumá tyto jevy v jejich čistě psychologické rovině, ale snaží se o postižení specifiky jejich propagandistického formování. Zavádí dále pojmy „propaganda sociálně soustředěná a sociálně rozptýlená", které se ukazují jako velice nosné a přispívající k dalšímu prohloubení kvality řízení propagandistické a politickovýchovné práce vůbec.

Autor zajímavě pojednává o formě zprostředkovaného šíření idejí, tedy o dvoustupňové komunikaci, kdy jedinec ovlivněný bezprostředně propagandou se stává určujícím pro vývoj mínění ve svém sociálním okolí. Tuto kapitolu uzavírá souhrnné vyjádření vlivu propagandy na jedince: zejména jde o přenos jisté sumy poznatků, orientace člověka ve společenských problémech a v souvislostech některých jevů; „informovaný jedinec, člověk ztotožňující se s ideologií strany a třídy má větší možnost získat rostoucí prestiž ve straně a ve společnosti. Strana a společnost oceňují jeho názory a jednání a poskytují mu výhodnější místo v žebříčku funkcí a rolí. ... Vědomí jednoty a sounáležitosti zmnožuje jeho síly, dodává morální oporu jeho jednání, poskytuje osobní jistoty a nutný pocit bezpečí." (s. 183—184)

Zajímavá a podnětná je typizace některých nedostatků propagandy: ukazuje se, že nedostatečný propagandistický průzkum, tedy nekomplexní průzkum sociálního terénu, neúplná analýza všech významnějších prvků vstupujících do procesu ideologického ovlivňování vede k nízké efektivnosti propagandy.

Autor se dále zabývá otázkami řízení propagandy, vytyčováním propagandistických úkolů, diferencovanosti působení, mechanismy přenosu idejí, kontrolou výsledků propagandistického působení. Znovu se v sevřené formě vrací k osobnosti vnímatele a zkoumá jeho možné reakce na propagandistické působení. Závěrečná část knihy je věnována osobnosti propagandisty, který hraje dominující roli v přímém propagandistickém působení. Je zde v kostce podána metodika přípravy propagandistického vystoupení i zásady účinného působení na konkrétní posluchačstvo.

Chlupáčova obsáhlá práce představuje první komplexní původní pojednání o problematice marxistické propagandy v našich podmínkách. Přestože některé pasáže by zasluhovaly sevřenější a přesnější uchopení, je nutno ocenit autorovu snahu o novátorské přístupy k pojímání složitého sociálního jevu — propagandy. Nejde o původnost za každou cenu, nýbrž o původnost vyplývající ze skutečně vědeckého rozboru konkrétní sociální situace a možností propagandy ovlivňovat lidské vědomí a chování v žádoucím směru. Jde o práci teoretickou, s řadou originálních poznatků, s množstvím odvolávek na praxi. Odpovídá na aktuální společenskou potřebu: jak co nejúčinněji přenášet ideologické a politické podněty těm cílovým skupinám, na jejichž ovlivnění řídící sféře nejvíce záleží.

Dušan Pavlů

A. D. Švejcer — L. B. Nikolskij: Úvod do sociolingvistiky

Praha, Svoboda 1983, 241 s.

Sociolingvistika jako relativně samostatná vědní disciplína na pomezí jazykovědy a sociologie se rozvíjí zhruba třicet let. Ve srovnání s mnoha jinými je to tedy obor velmi mladý, z hlediska bohatosti světové knižní produkce je však značně vyspělý. Toto tvrzení platí v plné míře především o sovětské sociolingvistice, která zejména v posledních deseti letech prodělala prudký vzestup.

Jsou zde tedy přinejmenším dva silné důvody, proč přivítat vydání českého překladu pět let staré sovětské publikace *Úvod do sociolingvistiky*. Jednak se nám konečně dostává do rukou souborný výklad o základních pojmech a koncepcích, který docela dobře může sloužit jako učebnice pro sociology i lingvisty, jednak máme možnost seznámit se s dvěma předními představiteli sovětské jazykovědy, kteří svůj odborně zasvěcený a marxisticky důsledně orientovaný přístup prokázali již v několika dřívějších pracích (z posledních viz např. L. B. Nikolskij: *Sinchronnaja sociolingvistika*, Moskva 1976 a A. D. Švejcer: *Sovremennaja sociolingvistika*, Moskva 1976). Navíc úlohu „zprostředkovatele" pro českého čtenáře na sebe vzal jeden z mála českých specialistů právě na tuto oblast, Jiří Kraus, který knihu opatřil dvacetistránkovou předmluvou, jež si zjevně klade náročnější cíl než podat základní informaci o obou autorech. Pokouší se totiž doplnit jejich práci o stručný, leč systematický výklad procesu postupného vyčleňování sociolingvistiky z ling-