

dině přenáší z generace na generaci; poukazuje přitom na hodnotové aspekty života rodiny, aniž by bral v úvahu reálné ekonomické mechanismy: sociálně třídní postavení, děděné vlastnictví, sociálně diferencovaný přístup ke vzdělání apod. Konkrétním navrhovaným sociotechnickým opatřením autora je potom zavedení programu spotřebitelské výchovy (s. 306)!

Tento (v kontextu západní sociologie zcela logický) obecně metodologický nedostatek ústí do nesprávné operacionalizace některých výzkumných problémů. Jedná se především o konstrukci životního cyklu z dat týkajících se tří generací. Nebere v úvahu, že generace s sebou nesou specifické historické rysy svého utváření. Kompozice generačních dat do obrazu životního cyklu pak zobrazuje životní cyklus pouze fiktivně; konečný obraz je ve skutečnosti výrazem blíže nespecifikovaného spolupůsobení historických a cyklických faktorů. Interpretace takových dat jako projevu působení životního cyklu je značně nepřesná. V takové interpretaci, která nedoceňuje historickou specifikou generací, pak zejména postrádáme bližší určení rozdílů vyplývajících ze změn sociálně třídní struktury.

Všechny dílčí výhrady poukazují na skutečnost, že prozkoumání komplexního charakteru životního cyklu rodiny i analýza významu generačních vztahů a „spolupráce generací“ pro harmonický rodinný vývoj vyžadují jednotnou teoreticko-metodologickou základnu, umožňující skutečné poznání rodiny. Předpokládají širokou teoretickou a metodologickou bázi, která umožňuje celkové poznání společnosti a zároveň z něho vychází, přičemž jejím základním stavebním kamenem je hluboké poznání a pochopení historického vývoje. Do tohoto širokého rámce lze potom situovat problematiku rodiny a formulovat specifikou její dynamiky.

Právě neexistence jednotné teoreticko-metodologické základny, která by řešila vztah mezi sociální makrostrukturou a mikrostrukturou, je u recenzované práce příčinou nižší informativní hodnoty nebo omezené platnosti dílčích závěrů. Sám Hill i ostatní autoři pak poukazují na paradoxní stav, kdy pro značné finanční náklady i nestabilitnost výzkumných týmů nelze v podstatě realizovat požadovaný longitudinální výzkum. Pokud se k takovému výzkumu vůbec přikročí, je v podmínkách buržoazní společnosti a buržoazní sociologie pouze určitým kompromisem mezi požadavkem a skutečnými možnostmi. (Referovaný výzkum, označovaný za longitudinální, byl proveden v pěti vlnách celkem v době 12 měsíců.)³

Jiným, avšak neméně závažným problémem je otázka možnosti praktického společenského uplatnění získaných poznatků, v daném případě konkrétně v oblasti sociální politiky. Propojení teorie a praxe je vázáno plánovitostí a koordinací vědeckého úsilí a *potřebami* společnosti na jedné straně a sociálně třídně zakotveným zájmem státních řídicích orgánů na straně druhé. Hillova práce, přestože poskytuje mnohé podnětné poznatky, nemůže vyjít za hranice tohoto zásadního omezení, takže mnohé závěry a mnohá doporučení jsou s ohledem na možnost reálného sociálního dopadu spíše akademickou diskusí.

* * *

Problematika zkoumání životního cyklu, generační specifiky i spolupráce generací je v socialistických zemích velice aktuální a dostává se v poslední době do popředí zájmu sociologické veřejnosti.⁴ Ačkoli se ještě nelze spokojit se současným stavem rozpracování této problematiky, je třeba konstatovat, že tam, kde Hill naráží na hranice svého teoreticko-metodologického přístupu a na omezenou možnost širšího výzkumu, lze v socialistických zemích nabídnout pozitivní alternativu, která se opírá o plánovitou činnost a zájem řídicích orgánů. V socialistické společnosti, kde sociologické zkoumání není vázáno na partiální skupinové zájmy, je možné využít získaných poznatků na úrovni celospolečenského řízení pro další zdokonalení systému sociální politiky.

Jan Hartl

Masová komunikace a propaganda

Praha, Svoboda, Sociologická knižnice 1975

Otázky ideologické činnosti se v poslední době stále více dostávají do popředí zájmu těch, kteří tuto činnost v rámci svých společenských funkcí bezprostředně vykonávají, ale i těch, kteří ji v rámci svého společenskoverního zaměření mohou podrobně analyzovat. Zkoumání konkrétních podmínek a důsledků této činnosti není přitom již jen okrajovou záležitostí aplikace běžných společenskoverních poznatků, ale stává se součástí základního výzkumu.

V období nedoceňování významu ideologické činnosti byla obvykle popírána též efektivnost různých sociologických a psychologických prostředků propagandistického působení a techniky záměnného sociálního ovlivňování, rozpracované původně v kapitalistických zemích, byly nediferencovaně odmítány. Nezbytnost ideologického boje však znovu uka-

³ V této souvislosti je zajímavé upozornit na světově unikátní parametry a možnosti naší statistiky rodinných účtů, kde je každý rok sledováno na 5000 domácností. Tyto rodiny si vedou celoroční záznamy veškerých svých příjmů a výdajů, mnohdy soustavně po dobu několika let. Roční záznamové archy, v nichž je zachycena i řada sociálních ukazatelů, pak v časové návaznosti skýtají

množství dosud nevyužitých závažných informací. Možnost využití těchto záznamových archů pro účely longitudinálního výzkumu rodiny již byla prověřena.

⁴ Viz např. *Návaznost generací*. Sborník sociologických statí k problémům směny generací. Praha, Mladá fronta 1974.

zuje, že nestačí pouze zdůrazňovat význam propagandy, ale je zapotřebí neustále zvyšovat její efektivnost, a tedy i zjišťovat, vytvářet nebo přejímat účinnější prostředky zajišťování této efektivnosti. Tyto požadavky se nejnaléhavěji projevují v mnohorozměrné oblasti masové komunikace, nerozlučně spjaté se sociálním ovlivňováním a propagandou.

Těmto otázkám je věnován nedávno vydaný sborník *Masová komunikace a propaganda*. Obsahuje práce sovětských badatelů zabývajících se právě podmínkami, prostředky a důsledky ideologické činnosti v masové komunikaci, a zvláště v žurnalistice, z hledisek sociologických, sociálně a individuálně psychologických a psycholingvistických. Recenze knihy se zaměří pouze na tu část problematiky, která má obecně sociologický význam.

V obsáhlém úvodu českého překladatele a zřejmě i editora (J. Průcha, *K problémům masové komunikace*) jsou nejprve rozebírány definice masové komunikace, zdůrazňující její veřejnost, a tedy nevymezenost jejího publika, její nepřímost, a tedy časoprostorovou vzdálenost mezi komunikujícími, její jednostrannost vylučující obvykle výměnu rolí komunikátora a recipienta a nakonec disperznost jejího publika. Prvky masové komunikace s těmito znaky mohou existovat již v malé skupině s trvale rozdělenými komunikačními rolemi. Technické zprostředkování není nezbytnou definitorickou podmínkou masové komunikace (například u lidových vypravěčů či řečníků). Budoucí rozvoj médií však zřejmě umožní dvousměrnou masovou komunikaci s přímým zpětnovazebním spojením recipientů s komunikátorem.

Početnosti, heterogenosti a anonymnosti publika, vymezovaného jako prostorově uzavřený útvar s přímým kontaktem s komunikátorem, nebo veřejnosti, vymezované neuzavřeností a nepřímostí kontaktu, odpovídá i jistá „neosobnost“ sdělení. Příjemce masové komunikace však přitom nelze chápat jako zcela izolované jedince. Jejich masa je vždy nějak sociálně organizována ve vztahu ke komunikátorovi i nezávisle na něm. Závislosti různých komunikačních situací, v nichž příjemce může vnímat komunikaci jako jedinec, člen malé skupiny, publika nebo veřejnosti, na médiu a zvláště pak sociální determinovanosti příjemce se zabývají další stati sborníku.

Funkce komunikátora v masové komunikaci spočívá především v rozhodování o tom, které informace do ní mají být začleněny. Ve výzkumu tzv. masové kultury je současně důležité, jak se komunikátor přizpůsobuje zřejmým nebo předpokládaným požadavkům příjemců. S tím souvisí i problémy nereprezentativnosti spontánních reakcí recipientů. Jejich účast na masové komunikaci je vždy založena na určitých selekčních operacích ve fázi prekomunikační, komunikační i postkomunikační. Informace přenášené v masové komunikaci se dále šíří prostřednictvím interpersonální komunikace. Vliv masové ko-

munikace je zesilován nebo zeslabován osobním působením usměrňovatelů mínění, kteří intenzivněji využívají různé prostředky masové komunikace a v interpersonální komunikaci ovlivňují jiné členy příslušné společenské skupiny. Hypotéza o takovém dvoustrupňovém průběhu komunikace však zřejmě neplatí obecně pro všechny typy skupin a společností.

První, nejobecněji zaměřená přeložená stat' J. A. Šerkovina *Prostředky masové komunikace a jejich úloha v životě společnosti* vychází z toho, že masová komunikace přestala v současné době být jen procesem šíření informace a začlenila se do systému základních společenských vztahů jako proces ovlivňující bezprostředně lidskou činnost. Zdrojem informace je nyní vždy určitá organizovaná skupina fungující v rámci a podle zájmů jiného systému vyšší úrovně, jako například státu, třídy, strany, hnutí. Prostřednictvím spojení významuplných sdělení, prezentovaných masovému příjemci kanály masové komunikace, se v tomto rámci systemizují psychické procesy členů společnosti, jejich názory, hodnotové orientace i výběry mezi možnými variantami chování.

Má-li být sdělení efektivní, musí být přizpůsobeno nejen zamýšlenému cíli působení, ale i stálým a dočasným potřebám příjemců. Jeho formulace musí překonat objektivně existující sociologické, gnozeologické a obecně psychologické bariéry příjmu tak, aby smysl sdělení vznikající ve vědomí příjemce informace odpovídal smyslu, který mu původně přisuzoval komunikátor. Periodičnost, a tedy časová uspořádanost šíření informací vytváří u recipienta přesvědčení, že získá žádanou informaci tak, aby se jeho chování mohlo vyvíjet v souladu s očekávanou podporou komunikátora. Univerzálnost odrazu skutečnosti mu poskytuje pocit spoluúčastenství na rozmanitých událostech a je protívahou prohlubující se specializace. Aktuálnost informace mu usnadňuje kontakt s jinými lidmi. Operativnost mu umožňuje stát se ve svém okolí usměrňovatelem mínění.

Přijímání informací vyvolává: uspokojení z takto získaného předpokladu řešení různých problémů (utilitární efekt); uspokojení z podpory cílů a hodnot vztažné skupiny (prestižní efekt); uspokojení z podpory vlastního názoru (efekt posílení pozice); uspokojení poznávacího zájmu a estetických potřeb (emocionální efekt).

Podle teorie sociální zaměřenosti lze masovou komunikaci chápat jako systematický proces vytváření situací jednoty psychických potřeb a možnosti jejich uspokojování. Prezentovaná informace je vždy hodnotově orientována a organizována tak, aby její příjem vyvolal v recipientech hromadný zájem o dané hodnoty a ukázal jim zároveň způsob chování a činnosti vedoucí k jejich dosažení. Sociální a hodnotová zaměřenost komunikátora, sdělení i příjemce a její důsledky v prak-

tickém uspokojování potřeb a zájmů jsou přitom vždy determinovány daným uspořádáním společnosti.

Masová komunikace nejen vytváří, upevňuje nebo mění sociální zaměřenost jako relativně trvalý faktor determinující výběr určité varianty hodnocení, mínění a chování, ale sjednocuje rovněž objektivní a subjektivní hodnoty, které jsou jakýmsi póly hodnotového vztahu lidí k světu. S tím souvisí i problémy stereotypů jako psychických produktů, které ve své konstantnosti a emocionální podstatě představují jednotky myšlení a hodnocení, popisu i předpisu. Stereotyp není úplný poznatek, ale jednostranné vyjádření vztahu k určitému sociálnímu faktu. Představuje specifický limit hloubky poznávacích procesů, zároveň je ale nedílným prvkem každodenního vědomí jako výsledek akumulace kolektivní zkušenosti v zjednodušené formě, jako subjektivní redukce množství nebo redundance informace.

Třídní přístup k využívání masové komunikace vede k zásadním rozdílům jak v praxi, tak i v teorii, ve vědeckém odrazu daných problémů, včetně utváření stereotypů. V kapitalistické společnosti je zaměřen na pragmatické docílení nejefektivnějších způsobů manipulace recipientů a samu masovou komunikaci přeměňuje v narkotizující nástroj konzervování daného stavu věcí. V socialistické společnosti je zaměřen na utváření a osvojování adekvátních hodnot a vědeckého světového názoru. Masovou komunikaci přitom přetváří v psychologický nástroj prosazování socialistické ideologie.

Stať R. A. Boreckého *Žurnalistická informace a společenské řízení* vychází z obecně metodologického požadavku zkoumání informačního systému jako hlavní části mechanismu řízení sociálního sebeorganizujícího se systému, která určuje kvalitu řízení v jeho složkách i jeho chování jako celku. Ze sociologického hlediska směřuje sociální regulace prostřednictvím integrujícího subsystému masové komunikace k utvrzování norem, formování sociálně psychologických hodnotových orientací a šíření poznatků. Z ideologicko-politického hlediska zde přes veškerou rozrůzněnost úkolů tohoto subsystému převládá systematické cílevědomé ovlivňování recipienta všemi prostředky šíření informací na třídně ideologické úrovni, zajišťující politickou činnost.

S tím souvisí problémy zodpovědnosti komunikátora vůči společnosti za to, že model světa vytvářený prostředky masové komunikace je adekvátní skutečnému světu. Souvisí s tím problémy kontrapropagandy i problémy vědeckého řízení komunikace a utváření veřejného mínění. Veřejné mínění je krátkodobý a nestálý prvek dynamické struktury společenského vědomí, vytvářející se bezprostředně v oblasti masového vědomí a jeho prostřednictvím se do této struktury začleňující. Jako objekt a do určité míry i subjekt masové komunikace představuje míru aktuál-

nosti určitých názorů v konkrétním vědomí členů skupin, tříd a vrstev společnosti. Sociální integrace společnosti prostřednictvím veřejného mínění, odpovídajícího mínění komunikátora, je hlavním úkolem žurnalistiky.

V kapitalistické společnosti se masová komunikace zaměřuje na totální ovlivňování veřejného mínění, zajištění souladu stereotypů, a tedy i stejné reakce na události. V socialistické společnosti vyjadřuje masová komunikace celospolečenská, třídně neantagonistická hlediska a poskytuje tak možnost neustálé volné výměny názorů jako v jakémsi všelidovém parlamentu. Informační proces odstraňující neurčitost v systému je přitom vždy regulujícím mechanismem. Masovou komunikaci lze proto zkoumat z teoretických pozic vědy o řízení jako nejuniverzálnější dynamické a svou podstatou veřejné spojení jedince a společnosti. Avšak pouze společnost zbavená třídních rozporů může zajistit takovou asimilaci veřejného mínění společenským systémem, která vytváří předpoklady pro další výstavbu a přestavbu programu tohoto systému.

Výzkum žurnalistické komunikace se musí zabývat zákonitostmi, formami a metodami řízení společenských procesů pomocí prostředků masové komunikace i analýzou specifických rysů řízení vlastního systému masové komunikace za účasti členů společnosti, tedy vnější i vnitřní stránkou fungování tohoto systému. V praxi socialistické společnosti musí vycházet z toho, že masová komunikace zde není zcela uzavřeným a jednosměrným procesem, ale organickým komponentem sociální dynamiky. Jako systém prostředků ustavičného vytváření a cirkulace veřejného mínění je masová komunikace též mechanismem spojení malých skupin a institucí společnosti.

Masová komunikace zahrnuje objektivní svět jako nositele signálů, veřejné mínění jako jejich asimilátora, ideologii jako sféru společenského vědomí, komunikátora jako zdroj ideového výběru sdělení, kanál jako faktor přenosu informace a diferenciace recipientů, a konečně vlastní sdělení a jeho recipienty. Asimilace sdělení se projevuje v aktivní činnosti i v psychice. Zpětná vazba se vztahuje jak k obsahu sdělení, a tedy k objektivnímu světu transformovanému komunikátorem, tak k informačnímu zdroji, komunikátorovi a kanálu. V prvním případě jde o jeden z faktorů sociálního řízení, v druhém o prvek řízení vlastního systému masové komunikace.

Stať V. S. Chelemendika *Problémy součinnosti prostředků masové propagandy* vychází z toho, že prostředky masové komunikace jsou sice organizačně samostatné, současně jsou však mezi sebou organicky spojeny specifickým způsobem, podmíněným jednak jejich jednotnou společensko-politickou funkcí, jednak společným objektem jejich působení, veřejností. Funkční jednotka a spojení s tímto prostředím na něž masová komunikace a propaganda působí stále více jako na celek,

vedou ke vzniku společných systémových vlastností jejich prostředků. Součinností těchto prostředků spočívá ve vzájemném posilování jejich zvláštních vlastností v přejímání forem a způsobů prezentace sdělení, v diferenciaci a zpřesnění funkcí a nakonec i v rychlejším rozvoji každého z nich.

Nedostatečné využívání specifických způsobů odrážení skutečností jednotlivými prostředky masové propagandy se projevuje v nedostatečném fungování celého jejich systému, ve ztrátě operativnosti, analytičnosti a emocionálnosti v procesu ovlivňování recipientů.

K hlavním specifickým znakům publicistických prostředků, které musí být v zájmu zvýšení efektivity propagandy důsledněji zdůrazňovány, patří: analytičnost, detailnost a posloupnost při zavádění tématu; vedoucí organizátorská úloha v případě novin; operativnost, informačně agitační charakter sdělení, personifikovanost a dialogičnost v případě rozhlasu; názornost, emocionálnost i schopnost vytvářet efekt spoluúčasti v případě televize.

Stať V. Z. Kogana *Některé problémy interakce producenta a konzumenta sociální informace* se jako poslední z příspěvků obecně sociologického významu zabývá vytvářením, přenosem a osvojováním sociální informace, neoddelitelné spojenými s realizací společenských vztahů. Vytváření a spotřeba informace, cílevědomě vybrané a usměrňované, vede k tomu, že kvantitativní kumulace změn mínění přechází v jeho kvalitativní změnu. Podstata propagandy spočívá právě v tom, že kvalitativní změna mínění individua se takto stává současně hromadnou změnou veřejného mínění.

Základní myšlenka kybernetiky se týká jednoty procesů komunikace a procesů řízení. Interakce a soulad informačních a řídicích procesů ve všech nejdůležitějších sférách činnosti společnosti, zabezpečující jednotu všech článků a orgánů sociálního sebeorganizujícího systému, se realizuje systémem sociálních koordinujících informačně řídicích orgánů, jako např. orgánů státní a místní správy, stranických orgánů aj. Zatímco v teorii informace je informace čistě fyzikální pojem, v teorii komunikace má nejčastěji sociální charakter. Prostředky masové komunikace mají z tohoto hlediska především funkci řízení společenských procesů. Sociologické výzkumy v této oblasti mají přispět především ke zdokonalení tohoto působení, i když to není vždy zdůrazňováno.

K hlavním funkcím producenta informace patří vyhledávání společensky významné informace, vymezení účelnosti jejího zavedení do příslušného kanálu, její kvalitativní a kvantitativní uspořádání, realizace přenosu, kontrola příjmu a reakce příjemce. Zpřístupnění sociální informace masovému příjemci ji začleňuje do sociálního procesu. Musí být

však v souladu jak s hodnotovými orientacemi objektové skupiny daného kanálu, tak s žádoucím usměrněním společenských procesů. Fakt je základem propagandy, na výběru a prezentaci faktu však závisí úroveň uspořádanosti informace jako jeho kopie. S tím souvisí problémy speciálního filtrování informace a dosud nedostatečně zkoumané sociodemografické struktury, hodnotové orientace, struktury zájmů a schopností producenta informace i jeho sebehodnocení.

Oběh informace je zajišťován nejen prostředky masové komunikace, ale i neformálními cestami. Ve výzkumech efektivity masové komunikace není zjišťována reakce příjemce na reálnou událost, ale na její prezentaci a interpretaci ve všech příslušných kanálech. Přitom objasnění stupně působení faktu samého na konzumenta a jeho srovnání s reakcí na tutéž informaci zpracovanou producentem by umožnilo stanovit jak charakter veřejného mínění, tak efektivnost masových komunikačních prostředků a charakter jejich vlivu na informaci o daném faktu. Rovněž nelze opomíjet, že producent v rámci organizačních funkcí těchto prostředků sám určité události, které jsou základem informace, vytváří. Vznik nových kanálů masové komunikace a rozšíření působnosti kanálů starých i s tím spjaté zájmy jednotlivých kanálů udržet si své recipienty a zájem celé společnosti na zpřesnění a maximální realizaci funkcí všech kanálů v řízení sociálních procesů staví též před sociologický výzkum řadu nových otázek.

Další stati sborníku se zabývají jednak speciálními problémy a výzkumem jednotlivých prostředků masové komunikace (G. I. Chmara, *Tisk v systému masové komunikace*, A. G. Mendělejev, *Masový týdeník a jeho čtenář*, E. I. Pronin, *Informace a čtenářský zájem*, J. V. Voroncov, *Televize v systému masové komunikace*, V. V. Bojko, *O dvou přístupech k efektivitě masové komunikace v amerických a anglických výzkumech*), jednak psychologickými otázkami masové propagandy (A. A. Leont'jev, *K psychologii verbálního ovlivňování*, A. F. Volovik, P. B. Něvelskij, *Podmínky zapamatování jazykových prvků při názorné agitaci*, T. M. Dridzová, *Jazyk informace a jazyk příjemce jako faktory informovanosti*, B. C. Bgažnokov, *Individuálně a sociálně orientovaná jazyková komunikace*, E. F. Tarasov, *Sociální interakce v jazykové komunikaci*).

Jednotlivé stati sborníku ani jejich souhrn samozřejmě nemohou vyčerpat ústřední, mnohorozměrné téma. Nejsou zde například téměř vůbec zmíněny problémy vzniku negativních, nečekaných a jen z nedomyšlení koncepte vyplývajících důsledků masové komunikace, které jsou v rozporu s cíli propagandistického působení. Chybí podrobnější diskuse o možnostech a mezích uváděného používání metod, jako je obsahová analýza, měření čtivosti, predikační procedura, sémantický diferenciál, které byly vytvořeny

v jiné společensko-ekonomické formaci, jazykové oblasti a soustavě úkolů propagandy. Přesvědčivost uváděných zásadních rozdílů v buržoazním a marxisticko-leninském přístupu k praxi i teorii masové komunikace a propagandy by ještě zvýšila konkrétní ilustrace.

Sborník *Masová komunikace a propaganda* však poskytuje našemu čtenáři jednu z prvních souhrnnějších marxisticko-leninsky zpracovaných informací na toto téma. Na rozdíl od standardních prací nemarxistických je uvádí v nezbytném širším kontextu života a řízení společnosti. Z toho také vyplývá je-

ho tvůrčí přínos k řešení daných problémů a inovativní i inspirativní hodnota pro „praktiky“ i „teoretiky“ pracující v oblasti masové komunikace a propagandy. Obecné problémy této oblasti přitom souvisí nejen s přímou ideologickou činností, ale i s výzkumem utváření společenského a individuálního vědomí, touto činností spoluurčovaného, a nakonec i s celým způsobem života příslušníků různých skupin, tříd a vrstev společnosti, a tedy též s hlavními výzkumnými úkoly naší sociologie.

Jan Vlášil