

na rozdílný přístup k demoskopii ze strany vědců a politiků. Zatímco vědci jde o vytvoření politické teorie, o kontemplaci, chce politik především jednat, chce znát manipulaci a manipulovatelné faktory a využít jich pro získání politického vlivu. Schmidtchen současně upozorňuje, že je třeba rozlišovat manipulovatelné a nemanipulovatelné faktory, neboť jeden náleží do sféry výzkumných technik a druhý do oblasti politicko-psychologické. A na obhajobu výzkumu veřejného mínění uvádí, že při vytváření veřejného mínění převažují neovlivnitelné nebo jen dlouhodobě ovlivnitelné faktory (například vliv stupně vzdělání rodičů, sociální mobilita) a ty pomáhají demoskopie pouze odhalovat. Vyzvedá proto význam těchto *sebezporozováčích, sebehodnotících systémů* pro západní státy, poukazuje na jejich vliv pro sebezporozumění člověka a vyslovuje přesvědčení, že společnost, která si bude vědoma svých vlastních postupů, bude s to se kladně odlišit od všech dřívějších lidských organizací. — A k tomu je správné ještě poznamenat, že kniha vyšla v masovém nákladu, v levném vydání ve Fischerově populární knižnici, což opětně přispívá k sebezpoznavacímu procesu, a veřejnost si nemůže stěžovat, že není obeznámena s postupem politiků.

V závěru, v němž se zabývá dějinnými perspektivami demoskopie, se autor snaží dokázat, že již dnes lze — *aniž je ohrožena svoboda a diferenciací individuálního života* — poznat a ovládnout vztahy lidí k vládě a k politickým a sociálním institucím tak dokonale, že bude možné je trvale usměrňovat. Stejně tak jako mnozí vědci na Západě, je i G. Schmidtchen přesvědčen, že poznáním struktury a organizace kapitalismu se definitivně odstranilo nebezpečí ekonomických krizí a vyslovuje naději, že jednou lidé pochopí a ovládnou stejně dokonale i politické procesy. Potom, na podkladě systematického kontaktu s národem, bude prý možné zabránit jakémukoliv ruinujícímu politickému momentu a dospěje se tak k trvale harmonickému politickému vývoji.

K tomuto poněkud utopickému závěru Schmidtchenovy výborné studie si dovoluujeme jen jednu poznámku: Co považuje autor za ruinující moment? A řekne-li, že demoskopie ho pomůže odhalit a jemu zabránit, může pak i nadále považovat výzkum veřejného mínění za nástroj neomezující svobodu jednotlivce?

Jiřina Šiklová

Stanislav Budín: Sedmá velmoc
Čs. spisovatel, Praha 1966, s. 195.

Při naprostém nedostatku původní české literatury z oblasti novinářství, který je takřka neuvěřitelný ve srovnání s množstvím i kvalitou prací třeba o dějinách, vývoji a dnešním stavu naší i zahraniční hudby, divadla, filmu — a nyní i filosofie a sociologie —, je třeba uvítat Budínovu knihu o sedmé velmoci už z toho důvodu, že je oázou v nekončící a neúrodné poušti. V na-

šem časopise však na ní chceme upozornit hlavně proto, že vedle své funkce informační, vedle toho, že po dlouhé, dlouhé době je to opět původní česká práce o publicistice, má i četné pasáže, které jsou příspěvkem k sociologii tisku, rozhlasu a televize. Proto se omezíme — pokud jde o novinovědné a historické partie knihy — na letmé poznámky, abychom se mohli podrobněji zabývat oněmi kapitolami Budínovy knihy, které se dotýkají této širší oblasti, ekonomickopolitického zázemí informačních zařízení, stránek, které ze širšího sociologického hlediska objasňují funkci i formy soudobé publicistiky — novinářské, rozhlasové i televizní — v odlišných podmínkách kapitalistické i socialistické společnosti.

Budínova kniha je tedy především přehlednou informací o předních časopisech průmyslových zemí západoevropských, o novinách a ostatních prostředcích masového ovlivňování v USA, Francii, Itálii, NSR, ale také ovšem o tradici a vývoji tisku v SSSR i u nás, o levicovém a komunistickém tisku v kapitalistickém světě. Tyto partie, určené širšímu kruhu čtenářů, opravdu vhodně splňují úlohu základních informací, potřebných zejména pro mladou generaci. Nezapomínejme, že je to generace, která z vlastního poznání a četby nezná přední časopisy Západu, a soudě podle časopiseckého vybavení pražských kaváren i obsahu mládežnického tisku, ani přední časopisy socialistických států. Autor podal kratičký přehled o vývoji československé žurnalistiky, v němž zdůrazňuje pokrokové tradice našeho novinářství (i předválečného, např. Herbenova Času), oceňuje Havlíkův odkaz, poukazuje na dosud nezměřený význam časopisů české radikální demokracie z let 1848. K předválečným pokrokovým časopisům řadí Budín Lidové noviny, Národní osvobození a Právo lidu; doplnil bych je zmínkou třeba o Činu, Dělnické osvětě atd., a také německými časopisy této kategorie, které tehdy vycházely v ČSR.

V partiích, jež jsou psány ze širšího sociologického hlediska, shrnul autor základní fakta, z nichž vychází každá sociologie novin a ostatních informačních prostředků: Publicistika dnes především přesahuje rámec novin, veřejné mínění spoluvytvářejí i rozhlas a televize. V kapitole *Město bez novin*, v níž líčí průběh stávky typografů v New Yorku, autor ukazuje, že „denní tisk je zvláštní, nenahraditelnou institucí moderního velkoměsta, že televize a rozhlas jej mohou doplňovat, ale nikoliv nahradit“ — že noviny jsou stále důležitým činitelem lidské kultury. Dalším podstatným znakem naší doby je obrovský rozmach všech informačních prostředků na celém světě a jejich soustředění — v kapitalistických státech cestou monopolizace, v socialistických převedením všech informačních prostředků do rukou státu. Autor uvádí četné příklady monopolizace a fúze novinářských koncernů na Západě i v USA, avšak tento proces pokračuje takovým tempem, že už dnes je možno Budínovy údaje doplnit: březnová zpráva

z Washingtonu (viz Trybuna 1966, 182) hlásí sloučení tří newyorských listů — New York Herald Tribune, Journal-American a World Telegram and Sun. Tuto monopolizaci hromadných sdělovacích prostředků nepokládá autor za zlo samo o sobě, protože logicky a organicky vyplynula z rozvoje výrobních sil, z vývoje komunikační techniky a polygrafie. „Idealizovat dobu (pokračuje), kdy si každý novinář mohl založit svůj vlastní list a šířit v něm své názory, a zatracovat existenci nynějších deníků s miliónovými náklady či mohutných vysílacích stanic slyšitelných po celém světě, je stejně nesmyslné jako idealizovat dobu poštovních dostavníků a zatracovat moderní trysková letadla. Bojovat proti existenci tiskových a rozhlasových monopolů je stejně donkichotské jako bojovat proti moderní velkovýrobě ve jménu návratu k živnostenské dílně.“

V kapitalistických státech vedle tisku masového existuje tisk určený pro „elitu“, který hraje velkou úlohu při formování veřejného mínění, zejména v zemích s dlouhou tradicí buržoazní demokracie. V této souvislosti je velmi zajímavá informace o Ústavu reklamní praxe — IPA —, který byl zřízen ve Velké Británii a na základě výzkumu vypracoval stupnici sociálního rozvrstvení britského obyvatelstva, podle níž klasifikuje i jednotlivé listy, které jsou v těchto vrstvách čteny. Zmíněný ústav roztrídil obyvatelstvo do skupiny AB = vyšší třída a vyšší střední třída — 14 0/0, skupina C1 = nižší střední třída — 17 0/0, skupina C2 = kvalifikovaní dělníci — 34 0/0 a skupina DE = nekvalifikovaní dělníci a skupiny s nejnižšími příjmy — 35 0/0. Podle toho se dělí i tisk: pro vrchních 14 0/0 a pro poslední dvě skupiny, tj. téměř 70 0/0 britského obyvatelstva. Masový tisk (např. Daily Mirror), určený pro těchto 70 0/0 obyvatel, má nejvyšší náklady (6 miliónů výtisků denně!) — a mnohem nižší inzertní sazby než např. elitní Times, jejichž náklad nepřesahuje 250 tisíc výtisků denně.

Sociologicky je zaměřena i partie o veřejném mínění, na jehož tvorbě se masové sdělovací prostředky podílejí největší měrou. V boji o vytváření veřejného mínění se používá četných prostředků, k nimž poskytují podklady masová psychologie a sociologie. Existují — zejména na Západě — nesčetná vědecká a výzkumná pracoviště, která se zabývají těmito disciplínami především z hlediska jejich využití pro masové sdělovací prostředky. Tak vznikla celá věda a o ní se opírající systém *public relations*, tj. veřejných vztahů, jehož cílem je ovlivňovat a vytvářet veřejné mínění. Zkoumá problémy člověka jako izolovaného individua v moderní atomizované společnosti a rovněž člověka uprostřed kolektivu — člověka „dávového“, a četné další mezilidské vztahy. I když celá tato oblast „public relations“ vznikla na půdě vyspělého kapitalismu a výsledky těchto výzkumů obsahují velmi mnoho z toho, co je typické pouze pro tuto společnost — „zahrnuje nicméně nemálo skutečně vědeckého poznání, jež platí pro člověka v mo-

derní industrializované společnosti vůbec, a obsahuje to, co jsme my v naší části světa dlouho zanedbávali pouze k vlastní škodě“.

*

Z oblasti sociologie publicistiky věnuje autor dále pozornost procesu vytváření veřejného mínění. Dovozuje, že se nevytváří pouze tlakem shora a že v každém okamžiku a v každé národní pospolitosti je „výslednicí dialektického působení na jedné straně této nepřetržité propagandy shora a na druhé straně spontánně vznikajícího vědomí lidu“. Toto vědomí je pak výsledkem působení mnoha činitelů — národní mentality, třídního rozvrstvení, stupně vzdělání, historické zkušenosti atd. Toto povědomí lidu, veřejné mínění, vytvářené v každém okamžiku spontánně zdola, odolává s větší či menší silou nátlaku shora, protože „nikde na světě nepřijímá lid tlak shora zcela trpně, vždy jej absorbuje, asimiluje a zpracovává podle své podoby a mentality“.

Velmi kritická je autorova úvaha o úpadku našich novin v době tzv. „kultu“ (jaký to nemarxistický termín u marxistického publicisty!). Kriticky je dále hodnoceno i novinářské zpravodajství, jeho objektivita, odpovědnost i vzdělání mladé generace novinářů, nebezpečí odcizení atd. — ale to vše už patří spíše do Novináře (tj. měsíčníku Svazu čs. novinářů pro teorii a praxi novinářské práce) než do SČ.

*

Z hlediska sociologického zájmu bychom si přáli podrobněji rozpracovat kapitulu o propagandistické masinérii nacismu a doplnit ji přehledem stěžejních děl, která se touto otázkou zabývají. O působení této propagandy, jejíž maxima autor správně vytýčil, na náš lid v době nacistické okupace by ovšem bylo možné uvést daleko více a podrobněji, než dovolila autorovi koncepce jeho práce — třeba už jen proto, že Budín ukazuje konečné selhání fašistické propagandy v Itálii, Německu a Španělsku. Jak tedy tomu bylo u nás? Především můžeme použít správného, sociologicky podloženého autorova výkladu, že proti propagandě shora působí vždy jako protisíla spontánně vznikající vědomí lidu, na němž se podílí mentalita, vlivy historického vývoje a zkušenosti (zda např. národ prošel reformací a buržoazně demokratickou revolucí, jako právě československý lid) a řada dalších složek. Tyto historické předpoklady odporu byly tehdy u nás dány, stejně jako zdravý rozum, věcnost a střízlivost našich lidových vrstev; lavinovitě se šířící vtípy na „vůdce“, „Protentokrát“ atd. krutě obnažovaly reálnou skutečnost ze závoje ryčných demagogických frází. Druhou složkou, která ovlivňovala morální rezistenci našeho lidu proti záplavě propagandy totalitního státu, byla skutečnost, že vlny této propagandy byly kříženy rozhlasovým zpravodajstvím Východu i Západu, které se všeobecně poslouchalo a které svou věcností a svým „nepropagandistickým“ stylem paralyzovalo, vítězně umlčovalo i poráželo celou