

Smrčka, Walter

## O základních znacích propagandy

*Sborník prací Filozofické fakulty brněnské univerzity. G, Řada sociálněvědná.* 1958, vol. 7, iss. G2, pp. [32]-40

Stable URL (handle): <https://hdl.handle.net/11222.digilib/111809>

Access Date: 24. 02. 2024

Version: 20220831

Terms of use: Digital Library of the Faculty of Arts, Masaryk University provides access to digitized documents strictly for personal use, unless otherwise specified.

WALTER SMRČKA

## O ZÁKLADNÍCH ZNACÍCH PROPAGANDY

Mezi nejzávažnější problémy, o kterých se po 20. sjezdu KSSS diskutovalo, patřily i problémy marxistické propagandy, její povahy, funkcí, souvislosti s teorií marxismu-leninismu, jejích metod apod. Přestože klasikové marxismu-leninismu, zejména V. I. Lenin, podstatu i funkce marxistické propagandy objasnili, objevily se v debatách z nedávné doby i některé zásadně nesprávné názory na marxistickou propagandu. Tím je vyvolána nutnost k některým závažným otázkám znovu se vrátit, i když ovšem nechceme detailně hodnotit jednotlivé názory a pokusit se o soustavné vyličení alespoň základních rysů propagandy, zejména propagandy marxistické.

Pojem propagandy patří nesporně mezi běžné, každodenně užívané pojmy. Není divu, neboť jev tímto termínem označený má v životě dnešní společnosti skutečně velmi významné postavení. A to zejména proto, že tvoří hlavní, přímý zdroj veřejného mínění. Veřejné mínění pak — jak se dues ostatně všeobecně uznává — vykonává v moderní společnosti důležité funkce, zvláště funkci kontrolní a usměrňující, a má proto značný vliv na společenský život a tím i na vývoj společnosti.

Veřejné mínění mělo nepochybně svůj význam již v dávných dobách. Od dob Velké francouzské revoluce se však stává uznávaným významným společenským činitelem a každá společenská organizace s ním také počítá. Zvláště však naše století, rozmach skutečné demokracie v socialistických zemích a s tím spojená neustále vzrůstající účast lidu na správě svých věcí dává veřejnému mínění zcela nový charakter, umožňuje jeho faktické uplatnění a činí z něho po prvé v dějinách jeden z nejpodstatnějších jevů společenského života.

S vzrůstem významu veřejného mínění je nerozlučně spojen vzrůst významu propagandy jako základního a přímého prostředku jeho tvorby. Vývoj obou těchto jevů jde ruku v ruce s vývojem celé společnosti. Je podmíněn neustálým prohlubováním svazků a spojením jednotlivých společenských částí (tj. tříd, vrstev, skupin atd.) a nakonec i stupňující se společenskou dělbou práce. Zároveň s tím dělbou práce činí mínění jednotlivce stále závislejší na mínění jeho třídy.

Vymezení pojmu propagandy je velmi těsně spojeno s otázkou podstaty a charakteru veřejného mínění. Z toho plyne, že by jasnost v chápání pojmu veřejného mínění značně přispěla k přesnému určení pojmu propagandy. Je však známá skutečnost, že ani pojem veřejného mínění není přesně určen, a tak o něm platí v podstatě totéž, co jsme zatím konstatovali o propagandě.

Otázka pojmu propagandy a všeho toho, co s propagandou souvisí, je zajiště nesmírně komplikovaná. Nelze však přesto souhlasit s názory těch, kteří využívají této složitosti k pozitivistickým a jiným agnostickým závěrům. Tak na příklad utíká český sociolog Zd. Ullrych od řešení otázky tím, že prohlašuje

neprávem pojem veřejného mínění za výraz mlhavý a vulgární.<sup>1</sup> Vědecké učení o společnosti nám umožňuje zvolit správný přístup ke všem společenským jevům, dává všechny předpoklady pro rozlišení podstatných a nepodstatných stránek společenského života. Lze to učinit zejména proto, že vycházíme z vědecké odpovědi na základní filosofickou otázku, že rozlišujeme materiální společenské bytí jako prvotní, kdežto duchovní jevy společenské jako druhotné, odvozené. To je i předpokladem k tomu, abychom správně zhodnotili podstatu propagandy a její význam pro společenské dění a abychom dospěli k správnému výměru propagandy.

První otázka, na kterou při pokusu o vymezení pojmu propagandy narážíme, je otázka, jaké postavení má propaganda v životě společnosti. Historický materialismus nám umožňuje, abychom propagandu vůbec mezi společenské jevy správně zařadili, abychom ji totiž pojali jako součást společenské nadstavby. Cílem propagandy je ideologická obhajoba, zprostředkované zajišťování materiálních (v nejširším slova smyslu) potřeb různých společenských skupin za použití specifických prostředků a cest. Nadstavba vždycky slouží upevňování dané společenské základny a tím i daného společenského řádu a podstatně ovlivňuje vývoj společnosti. To platí nesporně i o propagandě. Propaganda má — podobně jako ostatní složky společenské nadstavby — významnou funkci ve společenském dění. Za rozhodující zdroj neboli za hybnou sílu společenského dění nemůže však být přesto považována, je sama ve svém obsahu i ve svých formách z podstatné části určována materiální základnou společnosti. Propaganda nemůže své motivy čerpat z vlastního, vnitřního vývoje, její obsah je dán předně společenským způsobem výroby, konfliktem stavu výrobních sil a výrobních vztahů. Ty určují její životnost i energii.

Předem je proto nutné odmítnout všechny teorie, které činí z propagandy všemohoucí „božstvo“. Taková pojetí lze najít v nejrůznějších obdobích dějin politických ideí. V této souvislosti se však nechceme zabývat na příklad „přesvědčováním“, tj. propagandou ve starém Řecku a podobnými koncepcemi. Jde nám tu hlavně o soudobé zastánce všemohoucnosti propagandy, zejména o hlasatele fašismu. Mezi státy, v kterých hrála propaganda základní roli, patřilo zajiště fašistické Německo. Ve fašistických státech vůbec, v nichž vládně nejreakčnější část buržoasie, může si tato buržoasie udržet moc — byť dočasně — jedině násilím a propagandou. Ideologové německého fašismu to sice popírali, ba tvrdili dokonce, že náš stát — ČSR — je umělý výtvor, protože prý vznikl z propagandy. Za takovými báhorkami o „umělých státních útvarcích“ nebylo však nsnadné odhalit skutečně sledované cíle, zejména snahu vydávat vlastní agresivní a loupežné plány za spravedlivé.

Ostatně i dnes existuje na Západě mnoho teoretiků a politiků, kteří se snaží obhajovat agresivní plány imperialismu v podstatě týmiž sofistickými úskoky, jako to dělali němečtí fašisté. Není třeba dokazovat, že podobné nepravdivé a zpátečnické pojetí propagandy není s to zdiskreditovat pokrokovou propagandu, která plní ve společnosti důležitou kladnou funkci.

Dějiny ukazují, že se propaganda stala n u t n o u součástí společenského života od vzniku rozdílných materiálních zájmů a jejich uspokojování, od vzniku třídní společnosti. Nesmí nás tu mýlit, že se termín propagandy objevuje poměrně pozdě, a to v souvislosti se založením Sacra Congregatio de propaganda fide papežem Klimentem VIII. roku 1597 (organizačně byla dobudována papežem Řehořem XV. r. 1622). Setkáváme se totiž již skoro tisíc roků před tímto datem s prvními pokusy o teoretický rozbor otázek propa-

gandy, na příklad již v 5. st. před. n. l. v „Knize o válce“ (napsal Sun-Tzu), v Kautilyově knize „Artháśastra“ (321—296 před n. l.),<sup>2</sup> u Demokrita, u sofistů, u Quinta, u Machiavelliho (zejména ve spise „Il principe“), abychom uvedli namátkově jen některé z nejvýznamnějších.

Je ovšem přirozené, že obsah i metody propagandy prodělaly v dějinách značné změny. Dnešní propaganda se liší podstatně od propagandy v předchozích historických epochách. To vede k některým obtížím při pokusu o definici pojmu propagandy. První, velmi obecné a co do rozsahu maximálně široké nastínění předmětu propagandy nám sice poskytlo předpoklady k vydělení zkoumaného jevu z celé spleti a ze souhrnu všech společenských jevů; tento výměr je však zároveň pro svou obecnost velmi neurčitý, a nemůže proto zachytit vývoj, byť jen v nezákladnějších rysech, kterým tento jev prošel. Nezachycuje ani specifické zvláštnosti, kterými se propaganda liší od ostatních jevů nadstavby, zejména výchovy, agitace, teorie (ideologie). Každé šíření idejí není ještě propaganda. Šíření idejí je totiž obsaženo ve všech složkách nadstavby. Právě tak nepostačuje pouhé konstatování, že jde o šíření idejí za použití specifických cest a prostředků. Ideje jsou šířeny vždy za použití specifických prostředků, metod a jejich šíření není nikdy samoučelné. Je naopak vždy spojeno se sledováním určitých cílů, které mají nakonec vždy materiální zdroje a materiální podobu. Jinak řečeno, do příliš širokého vymezení propagandy, v kterém nejsou uvedeny všechny její specifické znaky, vešlo by se i zpravodajství, informování, agitace, přesvědčování, výchova apod.

Určit vzájemný vztah těchto pojmů a vymezení jejich specifičnost je proto další podmínkou úspěšné definice propagandy. Především je nutné odpovědět na otázku, které ideje, jakými metodami, s jakým cílem a mezi které společenské vrstvy jsou šířeny. Jen takové zpřesnění může pomoci v boji proti nepravdivým koncepcím propagandy, které razí buržoasní teoretikové. A naopak, příliš široká a kusá definice by mohla boj proti nim oslabit.

Pro buržoasní teoretiky propagandy je typické, že objektivisticky zkreslují skutečnost. Tvrdí sice, že jsou první, kteří z č i s t ě vědeckého hlediska zkoumají jevy souvisící s propagandou a že jim jde jen o objektivní zhodnocení skutečnosti, jejich pokusy o definici propagandy nám však ukazují, že jejich teorie přece jenom nejsou tak docela čisté a objektivní. Je to zřejmé již z jejich východiska. Hlavní pozornost soustřeďují na snahu po získání obecné, jednou provždy platné definice propagandy. I když má takováto obecná definice propagandy svůj význam, nelze nevidět základní fakt, to, že propaganda je součástí nadstavby, že je třídní a že slouží proto vždy jistým společenským třídám. (Teprve za socialismu slouží absolutní většině společnosti). Oddělit propagandu propastně od její třídní podstaty znamená — přes ujišťování buržoasních sociologů o opaku — subjektivismus.<sup>3</sup> Poněvadž nemohou popřít, že buržoasní propaganda má jen málo společného s pravdou, že pravda, pokud se někdy v této propagandě vyskytne, je jen cizí příměsěk, který má pomoci ospravedlnit základní nepravdu, ztotožňují buržoasní propagandu s propagandou vůbec. Hlavním cílem těchto snah je zeslabení vlivu pokrokové propagandy, postavit veškerou propagandu do jedné roviny s propagandou buržoasní. V tom je právě subjektivismus buržoasních sociologů. Zkoumají určitý zvláštní jev, v našem případě buržoasní propagandu, dokonce z určitého hlediska, jak jsme se snažili naznačit, velmi svědomitě, ale pak tento jev nepovažují již za zvláštní, jen pro jisté historické období platný, nediferencují mezi druhy propagandy různými co do obsahu, ale vydávají

jej za obecně platný jev. S pojmem propagandy je však věc taková jako se všemi ostatními pojmy, které vyjadřují jisté třídní vztahy (poměry v třídní společnosti). Hovořit o nich jen obecně nemá praktický význam, ve své obecné podobě jsou jen východisko, jisté formy, ale formy bez obsahu.

Jedině pokroková společenská třída může a také nutně vychází při zkoumání společenských jevů, i propagandy — z objektivních základů. A to proto, že její zájmy jsou ve svých důsledcích výrazem zájmů celé společnosti a že boj za uskutečnění jejich zájmů znamená boj za společenský pokrok. Takovou důsledně pokrokovou společenskou třídou je po prvé v dějinách dělnická třída. Její zájmy nejsou jen dočasně v souladu se zájmy celé společnosti, protože dělnická třída není také jen dočasně pokroková společenská třída, jak tomu bylo v případě ostatních pokrokových společenských tříd v dějinách. Dělnická třída je jediná důsledně revoluční a pokroková třída, která svým osvobozením osvobodí nutně zároveň celou společnost. Je to možné mimo jiné proto, že její ideologie — marxismus-leninismus — vyjadřuje správně a pravdivě pokrokovou tendenci společenského vývoje. Proto i propaganda marxismu-leninismu musí nutně být pravdivá.

Naproti tomu chce buržoasní propaganda oklamat některé důvěřivé lidi, znemožnit jim vidět — aspoň dočasně — skutečnost nezkriveně. Není divu, že se podstatou buržoasní propagandy stala praktika učinit z nepravdy pravdu, samozřejmě zdánlivou, vydávat černé za bílé, klamat lid. Buržoasní sociologové se z těchto důvodů shodují v podstatě v názoru, že propaganda je něco nečestného, že je zlo, klam. Je sice pravda, že takové konstatování není v jejich definicích obsaženo přímo (u některých ano), ale nepřimo je skoro v každé jejich definici propagandy. Tento znak propagandy (buržoasní) můžeme na příklad vycítit z názoru známého amerického novináře W. Lippmanna.<sup>4</sup> Je přesvědčen, že propaganda musí být zaměřena na prvním místě na citovou stránku člověka a mnohem méně a až na podřadném místě také na rozumovou stránku, jako na stránku vedlejší. Také známý buržoasní sociolog — Ross — tvrdí jinými slovy totéž. Nepochybuje o nečestnosti propagandy. Objektivnost, pravý smysl věcí je podle tohoto sociologa neslučitelný s propagandou, jde o dva protikladné jevy.<sup>5</sup> U řady dalších sociologů<sup>6</sup> se opakuje myšlenka, že propaganda někomu slouží, a proto není objektivní, neposkytuje pravdivé poznání, a protože je jejím cílem získat zastánce hlásaných názorů, nemůže svého cíle dosáhnout jinak než klamem.

Je nesporné, že obsahem buržoasní propagandy je lež. V tomto bodě můžeme souhlasit s těmi buržoasními sociology, kteří tento fakt celkem otevřeně přiznávají, jako na příklad F. Tönnies.<sup>7</sup> Píše: Agitace veřejného mínění ve velkém stylu je propaganda. Je to agitace bez ohledu na pravdu. Poslední zbytky iluzí o buržoasní propagandě, pokud by ještě někde byly, ničí charakteristika propagandy, jak nám ji podává známý anglický sociolog a politik J. Bryce. Propaganda je mu šíření nepravd.<sup>8</sup>

Buržoasní sociologové nepřiznávají ovšem lživost buržoasní propagandy proto, aby ukázali její skutečné zdroje. Jejich objektivním cílem je dosáhnout pravého opaku, pokusit se ospravedlnit buržoasní poměry včetně buržoasní propagandy tím, jak jsme již ukázali, že položí rovnítko mezi propagandu buržoasní a propagandu vůbec a vrhnou tak stín i na pokrokovou propagandu dělnických stran. Z toho, co bylo shora uvedeno, je také zřejmé, proč usilují buržoasní sociologové tolik jen o obecnou definici propagandy. Tím bychom nechtěli popírat význam jejího obecného určení. Rozhodně však nelze souhlasit

se směřováním obecného se zvláštním. Proto musíme trvat na našem závěru, že existuje vždy jen určitá propaganda, která hájí zájmy určité společenské skupiny.

Účinnost ideologického působení je sice závislá předně na jeho obsahu, ale ne pouze na něm. Působí ještě řada dalších činitelů. Jak ukazují zkušenosti z dějin revolučních hnutí, je úspěch hnutí závislý zejména na jeho organizovanosti. Proto také vidíme, že každá ze společenských tříd usiluje o vytvoření jistých organizací, které by umožnily maximální koncentraci sil a zaručily vítězství. Propaganda je součástí tohoto boje a platí pro ni zajisté totéž, co platí o revolučních hnutích vcelku (tato skutečnost platí ovšem i pro jiné formy hnutí) — totiž to, že jediné organizované vedení propagandy může mít naději na úspěch. Proto můžeme jistě plným právem říci, že propaganda je organizovaná součástí ideologického boje. Jednotlivci by v dnešním třídním boji nemohl vůbec plnit své poslání. Organizovanost propagandy vedla některé sociology, jak dokazují na příklad hesla některých naučných slovníků,<sup>9</sup> k nesprávnému, jednostrannému závěru, že propaganda je totéž co instituce. Vzhledem k charakteru této studie není možné provést podrobný rozbor kritizované teze. Musíme se omezit na poznámku, že přesto, že organizovanost tvoří podstatnou stránku propagandy, nekryje se pojem organizovanosti s pojmem organizace (instituce).

Zjistili jsme zatím, že organizovanost je jedním z dalších podstatných znaků propagandy. Ale ani tento znak nám nemůže určit — byť jen obecně — předmět propagandy. Stále se ještě setkáváme s pojmy, které bychom mohli charakterizovat stejnými znaky, jako na příklad agitaci a teorii. Velmi prostě a srozumitelně vyznačil rozdíly mezi těmito třemi, navzájem těsně souvisícími jevy V. I. Lenin v díle „Co dělat“.<sup>10</sup> Teoretik píše pojednání, propagandista dělá totéž v časopisech, agitátor na veřejných projevech. Propagandista je ten, kdo na příklad při rozboru příčin hospodářských krizí ukáže příčiny jejich nevyhnutelnosti, nutnost přeměny kapitalistické společnosti v socialistickou. Musí zprostředkovat mnoho idejí, tolik, že mohou být pochopeny jen (poměrně) malým počtem osob. Proto působí také tištěným slovem. Lenin zde hovoří sice o propagandě stranické, a to za jiné historické situace, ale považujeme znak soustavnosti přesto za podstatný, obecný znak propagandy. Za velmi důležité je zajisté nutno považovat i zdůraznění významu tisku, který je nesporně hlavním prostředkem dnešní propagandy.

Na základě toho, co bylo řečeno, docházíme k těmto závěrům: Propaganda je společenský jev, který je součástí nadstavby a má třídní charakter. Je vědomé šíření teorií společenskými institucemi s cílem vyvolat jisté veřejné mínění a jeho prostřednictvím směr činnosti lidí.

Tato charakteristika splňuje nejzákladnější požadavky, které jsme kladli na obecné určení propagandy. Poněvadž však zůstává obecný výměr, jak již řečeno, jen formou bez obsahu, je nezbytné jej naplnit tímto třídním obsahem. Teprve po spojení obecného výměru propagandy s jistým třídním obsahem jsme mohli dojít k závěru, že existují podstatné rozdíly mezi propagandou jednotlivých společenských tříd (stran, institucí) a že jediná propaganda, která pomáhá budovat novou společnost, je propaganda komunistická, kdežto buržoasní propaganda je založena v podstatě na klamu. I buržoasní propaganda má tedy svůj obsah. Chybí jí sice pravdivý obsah, má však zato jiný, lživý. Dnes na příklad tvoří důležitou její součástí legenda o „lidovém kapitalismu“. Tato „teorie“ vděčí zajisté za svoji jistou popularnost i prostředkům použitým

při jejím šíření buržoasní propagandou. Zejména se zde uplatňují útoky na lidské city, triky, sugesce, klam; reklamní metody vůbec mají — pokud to ovšem jde — nahradit, co chybí této smyšlence na pravdivosti. Proto se také na Západě soustřeďují na rozvoj metod, které by umožnily oklamat lid, zastřít skutečnost. Že tomu skutečně tak je, vidíme i z toho, že řada buržoasních teoretiků považuje propagandu hlavně a především za jistou techniku, které se používá při vykonávání tlaku za účelem dosažení vyšších (to znamená politických) cílů.<sup>11</sup> Touž tendenci můžeme pozorovat i u propagandy církevní, kterou můžeme jistě právem přiřadit k propagandě buržoasní. Přitom nejde jen o jednu z jejich forem, ale o základní směr propagandy vykořisťovatelských tříd. Vidíme tento fakt na příklad na tom, že církevní propaganda nechce ani dnes zaostávat za ostatními formami buržoasní propagandy a že se proto soustřeďuje na rozpracování metod davové sugesce.<sup>12</sup> Je jistě snadno pochopitelné, proč se musí tato propaganda zaměřovat právě na tyto metody, na metody, které působí hlavně na city lidí a ne na metody, které by usnadnily rozumové pochopení složité společenské skutečnosti.

Do arsenálu buržoasní propagandy patří tedy celá zásoba reklamních metod, poznatků masové psychologie, sugesce, sofistika atd. Je vidět, že jim jde zejména o to, poznat lidské slabosti a využít jich pro své sobecké cíle. Tomuto faktu se nemohou vyhnout ani buržoasní teoretikové propagandy. Q. Wright na příklad píše, že propaganda je tlak s cílem vyvolat jistou společenskou změnu za použití sugesce.<sup>13</sup>

Je samozřejmé, že činitele, kteří by mohli jakýmkoli způsobem účinnost a působnost propagandy ovlivnit, mezi nimi i sugesce, reklamní metody apod., musí vzít v úvahu každá propaganda. Jde však hlavně o způsob využití těchto metod. A tu vidíme, že je buržoasní propaganda zneužívá, že využívá pověr, předsudků, nesprávných názorů lidí. Propaganda dělnické třídy počítá také s těmito momenty, neklade na ně však hlavní váhu, využívá těchto poznatků v souladu s potřebami společenského vývoje, a to tak, aby zprostředkovala pracujícím vědeckou teorii marxismu-leninismu také vědeckou, dokonalou a přístupnou metodou.

Z toho, co bylo uvedeno, plyne, že mezi dvěma základními formami současné propagandy, mezi propagandou buržoasní a propagandou marxistickou, je propastný rozdíl. Buržoasní propaganda, která je lživá, nesprávná svým obsahem, lstivá a klamná ve svých formách, nemůže pochopitelně přispívat k rozvoji lidské vzdělanosti, nemůže plnit ani výchovnou funkci, a nemá proto s kulturou nic společného. Jakou hodnotu pro lidstvo má na příklad rasismus, geopolitika apod.? Takové teorie vznikají a zanikají se vznikem a se zánikem reakčních vlád, jejichž panství mají ospravedlňovat. Nemají žádnou vědeckou hodnotu, a nemohou proto vychovávat („vychovávají“ k tomu, aby se podceňovalo vzdělání. Poukazujeme v této souvislosti na Hitlerovo podceňování inteligence). Je nutno po pravdě konstatovat, že si buržoasní propaganda takový cíl, tj. vychovávat, ani neklade. Propaganda a výchova jsou pro ně dva zásadně protikladné jevy. Rozdíl mezi propagandou a výchovou je jim rozdílem mezi vírou a vědou.<sup>14</sup>

Výchovnou funkci může plnit jediné propaganda pravdivá, vědecká, propaganda marxistická, která je spojena s životem lidu a která ukazuje cestu vpřed. Prostřednictvím vědecké marxistické propagandy jsou pracující seznamováni s podmínkami jejich vítězství, s tím, jak co nejdříve skoncovat

s panstvím kapitálu a vybudovat základy šťastného života. Toto seznamování je zároveň i výchovou.

Vědeckost a výchovná funkce marxistické propagandy je zřejmá zejména ze současného boje za mír. Marxistům je každý planý pacifismus cizí. Marxistická propaganda vytyčuje v organické jednotě s heslem uhájit světový mír taková hesla, která umožňují cíle dosáhnout. Zdůvodňuje vědecky možnost uhájení světového míru, dokazuje, že mezinárodní solidarita dělnické třídy, důsledné prosazování zásad proletářského internacionálního, budování socialismu v naší vlasti znamená nejpevnější zajištění světového míru. Takovým způsobem se všechen lid seznamuje s objektivními zákony společenského dění. Marxistická propaganda je tak důležitým činitelem výchovy a je organickou součástí komunistické výchovy.

Vědecká marxistická propaganda je zároveň propaganda skutečně objektivní, i když samozřejmě neobjektivistická. Poskytuje správná a pravdivá fakta, informuje o skutečném stavu věcí. Nevědecká buržoasní propaganda neposkytuje pravdivé informace, není objektivní, vybírá subjektivně, libovolně fakta tak, aby vyhovovala zájmům několika vykořisťovatelů. Požadavek, aby tvůrci veřejného mínění, jak o tom hovoří Zd. Ullrych v již citované stati, podávali jen objektivní informace a zdrželi se propagandy, nám bude snadno pochopitelný, když uvážíme, že měl zkušenosti s propagandou buržoasní. Přitom se dopouští obvyklého „nedopatření“ buržoasních sociologů, nevidí třídní určenost a rozdílnost propagandy.

Marxistická propaganda vychází z fakt a předává lidu fakta. Informuje a působí svou pravdivostí a vědeckostí. Nepůsobí však jako buržoasní propaganda předně na city, ale připravuje podmínky pro rozumové poznání skutečnosti a teprve v souladu s rozumovým poznáním působí nutně pro svoji pravdivost a bojovnost také na city. Je jedna ze základních součástí komunistické výchovy. Zaujímá-li v komunistické výchově první místo složka rozumová,<sup>15</sup> stejně je tomu i v komunistické propagandě, která je její důležitou součástí.

Vědeckost marxistické propagandy, skutečnost, že je součástí komunistické výchovy a poskytuje hodnotné soudy, rozumově zdůvodněné poznatky, vede k možnosti a nutnosti používat jako hlavní metody propagandy přesvědčování. Přesvědčování je základní zákon marxistické propagandy, říkal Kl. Gottwald. Není absolutního protikladu mezi přesvědčováním a propagandou. Jen buržoasní propaganda vylučuje z výše uvedených důvodů přesvědčování a jen u ní bychom mohli souhlasit s Ed. Benešem,<sup>16</sup> který je jeden z těch, kteří staví mezi propagandu a přesvědčování absolutní, nepřekročitelnou hranici. Buržoasní propaganda si proto nemůže klást za cíl dosáhnout skutečné, tj. hluboké a pevné přesvědčenosti lidu.

V předchozích odstavcích jsme schematicky načrtli základní znaky buržoasní a proletářské propagandy. Chceme-li získat správnou představu o skutečné, živé propagandě, musíme obecnou definici propagandy doplnit uvedenými znaky. Jen tak je možné správně zodpovědět otázku o podstatě a funkcích propagandy. Z celého našeho výkladu vyplývá závěr, že dnes existují dvě zásadně protikladné propagandy: propaganda buržoasní a propaganda marxistická.

Buržoasní propaganda je ospravedlňování buržoasních pořádků bez ohledu na skutečnost a při použití všech, i lidskému citění odporujících metod.

Marxistická, komunistická propaganda je propaganda vědecká. Je důležitý prostředek ideologického boje a jedna ze základních složek komunistické vý-



chovy. Jejím cílem je výchova v duchu marxismu-leninismu tak, abychom se všichni stali uvědomělými budovateli socialismu a komunismu.<sup>17</sup>

### P o z n á m k y :

<sup>1</sup> *Zd. Ullrych, čas. Veřejné mínění, r. 1947, č. 8, 9, 10. Pojem veřejného mínění je pro Ullrycha výrazem vulgární prenoce. Str. 3, 3, 6.*

<sup>2</sup> *O. Butter, Sociologická revue, r. 1937, stať „Propaganda“, str. 20.*

<sup>3</sup> Je sice fakt, že se u některých z nich setkáváme také s přáním poznat pravdu, rozhodující však nejsou subjektivní přání, ale objektivní výsledky činnosti. A ty jsou bezesporu v souladu s kořistnickými zájmy buržoasie.

<sup>4</sup> *Fr. E. Lumley, The propaganda menace, 1933 New York, London D. Appleton-century, Co., str. 30.*

<sup>5</sup> *Fr. E. Lumley, tamtéž, str. 28.*

<sup>6</sup> *R. G. Wreford, M. K. Thomson, P. Odegard, C. C. North, Eldrige, Bernays a j.*

<sup>7</sup> *Ferd. Tönnies, Kritik der öffentlichen Meinung, Berlin 1922, str. 79.*

<sup>8</sup> *J. Bryce, Modern democracies, II, 505, citováno dle F. Tönnies, l. c., str. 79.*

<sup>9</sup> *Na příklad Brockhaus Conversations-Lexikon, Leipzig 1864. Mayers Grosses Konversationslexikon, Leipzig—Wien, 1904.*

<sup>10</sup> *V. I. Lenin. Co dělat, Vybrané spisy I, SNPL 1954, str. 185/6.*

<sup>11</sup> *G. A. Lundberg, citováno podle F. Lumley, l. c., str. 39.*

<sup>12</sup> Za tím účelem svolala řím.-katolická církev počátkem roku 1958 zvláštní seminář nejvýznamnějších propagandistů.

<sup>13</sup> *Fr. Lumley, l. c., str. 39, také W. W. Biddle, H. K. Lasswell a j.*

<sup>14</sup> *W. E. Zeuch, Educational direktor of Commonwealth College, Mena, Arkansas, citováno podle Fr. Lumley, l. c., str. 36.*

<sup>15</sup> *J. A. Kairov, Pedagogika, SPN 1951, str. 43.*

<sup>16</sup> Citována podle *A. Fuchse. Propaganda v demokracii a v diktaturách, Praha 1938, str. 6.*

<sup>17</sup> Připomínáme, že jsme se soustředili jen na ideologickou propagandu, kterou považujeme také za hlavní formu propagandy. Všechny ostatní formy propagandy (obchodní, průmyslovou apod.) jsme záměrně z našeho zkoumání vyloučili.

## О ГЛАВНЫХ ЧЕРТАХ ПРОПАГАНДЫ

Пропаганда влияет на жизнь общества и — определяя в основном общественное мнение — является одним из важнейших его факторов. Вообще признается, что общественное мнение занимает чрезвычайно важное место в жизни общества и в особенности в жизни нового, социалистического общества. Сложность теоретических вопросов пропаганды привела некоторых социологов к неправильному взгляду, будто бы эти вопросы совсем нельзя решить, хотя известно, что уже классикам марксизма-ленинизма, в особенности В. И. Ленину, удалось дать ответ на все эти вопросы. Восприятие истории с материалистической точки зрения позволяет нам включить пропаганду в систему факторов, оказывающих влияние на общественное мнение, которое является одной из важнейших составных частей общественной надстройки. Не отрицая неоспоримую важность пропаганды, можно сказать, что не пропаганда, а способ производства определяет процесс развития общественной надстройки.

В течение любой исторической эпохи можно наблюдать два основных направления пропаганды: с одной стороны пропаганду эксплуататоров, а с другой стороны — пропаганду трудящихся масс. Также в современном обществе в пропаганде можно встретить два друг другу принципиально противоположных направления, а именно пропаганду буржуазии и пропаганду пролетариев. Буржуазная пропаганда — использующая всевозможные средства лжи, разные трюки, суггестию, рекламу, злоупотребление чувством и т. д., — пытается оправдать позицию господствующего класса капиталистического общества. Так как никто из теоретиков пропаганды не может сомневаться в этом фактическом положении, и их стремление оканчивается

попыткой поставить и всю и любую пропаганду вровень с пропагандой буржуазной, это значит, поставить определенную пропаганду вровень с пропагандой вообще. Не трудно отгадать настоящую причину этих стремлений. Суть дела в следующем: нужно уменьшить большие успехи пролетарской пропаганды и ограничить ее чрезвычайно высокую напористость, и тем самым и замедлить прогресс общества.

В противоположность капиталистической пропаганде основной целью пролетарской пропаганды является ускорение общественного прогресса и прокладывание пути к социализму. Возможность осуществления этих целей вытекает прежде всего из научной основы пролетарской пропаганды, и далее, из того обстоятельства, что наша пропаганда передавая нам объективные факты, ведет к рациональному восприятию действительности. По той причине и пропаганда может убеждать и воспитывать и может считаться одним из могучих средств борьбы за социалистическое общество.

*Перевод: Л. Свирк*

## ÜBER DIE CHARAKTERISTISCHEN MERKMALE DER PROPAGANDA

Die Propaganda gehört zu den wichtigsten Faktoren, die das Leben der Gesellschaft beeinflussen, besonders deshalb, da sie im wesentlichen die öffentliche Meinung bestimmt. Und die öffentliche Meinung hat, wie übereinstimmend zugegeben wird, eine außerordentliche Stellung im Leben der Gesellschaft, besonders der sozialistischen Gesellschaft. Die Kompliziertheit der theoretischen Fragen der Propaganda führte manche Soziologen zu der Ansicht, daß es überhaupt unmöglich ist, diese zu lösen. Es ist aber bekannt, daß schon die Klassiker des Marxismus-leninismus, besonders W. I. Lenin, alle grundlegenden Fragen beantworteten. Die materialistische Geschichtsauffassung ermöglicht uns, die Propaganda in das System der Faktoren, die das gesellschaftliche Leben bedingen, einzufügen, und zwar als einen der wichtigsten Bestandteile des gesellschaftlichen Überbaus. Trotz der unbestreitbaren Wichtigkeit der Propaganda bestimmt nicht diese, sondern die Produktionsweise den Entwicklungsprozeß der Gesellschaft.

In jeder historischen Epoche kann man zwei Hauptlinien in der Propaganda unterscheiden — einerseits die Propaganda der Ausbeuter und andererseits die Propaganda der werktätigen Klassen. In der Gegenwart repräsentiert diese beiden Linien die Propaganda der Bourgeoisie und die proletarische Propaganda. Die Propaganda der Bourgeoisie sucht unter Ausnützung aller erdenklichen Mittel — der Lüge, Tricks, Reklame, des Gefühlsmißbrauch usw. die Stellung der herrschenden Klasse der kapitalistischen Gesellschaft zu rechtfertigen. Da keiner der bürgerlichen Propagandatheoretiker diesen Stand in Abrede stellen kann, mündet ihr Bemühen in den Versuch aus, sämtliche Propaganda der bürgerlichen Propaganda gleichzustellen. So wird eine besondere Form der Propaganda der Propaganda überhaupt gleichgestellt. Der wahre Grund dieser Bemühungen ist leicht zu erkennen. Es geht darum, die großen Erfolge der proletarischen Propaganda, ihre außerordentliche Durchschlagskraft herabzusetzen und damit den Fortschritt der Gesellschaft zu verlangsamen.

Im Gegensatz zur kapitalistischen Propaganda ist es das Hauptziel der proletarischen Propaganda, den gesellschaftlichen Fortschritt zu beschleunigen, den Weg zum Sozialismus zu ebnen. Dies ist in erster Linie durch die wissenschaftliche Grundlage und die Richtigkeit unserer Ideologie ermöglicht, durch die Tatsache, daß uns unsere Propaganda durch Übermittlung objektiver Fakten zum rationalen Erfassen der Wirklichkeit führt. Darum kann die proletarische Propaganda auch erzieherisch und überzeugend wirken und eines der mächtigsten Mittel im Kampf für den Sozialismus sein.

W. S.