

Steiner, Hanuš

Komunikační prostředky propagandy

In: Steiner, Hanuš. *Teoretické problémy propagandy a společenského vědomí*. Vyd. 1. Brno: Universita J.E. Purkyně, 1968, pp. 33-58

Stable URL (handle): <https://hdl.handle.net/11222.digilib/120208>

Access Date: 17. 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.

KOMUNIKAČNÍ PROSTŘEDKY PROPAGANDY

1. Zvukový jazyk jako nástroj propagandy

(Propaganda a semiotika)

Jakých znaků se v propagandě používá, to závisí na jejím sémantickém obsahu a na jejím určení v procesu dorozumívání. Jejím sémantickým obsahem jsou třídními a jinými skupinovými zájmy podmíněné a tyto zájmy vyjadřující názory a ideje, které vždy nutně stojí na nižším či vyšším stupni pojmové abstrakce. Jejím určením jsou řadoví příslušníci společnosti. Z obojího plyne nutnost používat jako dorozumivacího prostředku především národního zvukového jazyka. Jenom ten je přirozenou spjatostí s myšlením schopen předávat dokonale intelektuální obsahy vědomí a jenom on je zároveň srozumitelný nejširším vrstvám.

*

Zvukový jazyk je nerozlučně spjat se vznikem a rozvojem lidského vědomí, vyznačujícího se schopností pojmově abstraktního myšlení. Jazyk i myšlení vznikly a rozvíjejí se jako důsledek kolektivní pracovní a jiné praktické činnosti lidí, jako důsledek nutnosti tuto činnost vzájemně koordinovat. Lidská pracovní činnost vyvolala potřebu dorozumívát se o jevech bezprostředně nedosažitelných smyslovému vnímání. Proto vznikl tento vyšší, specificky lidský způsob signalizace, kdy slova nahrazují podněty, které živočichům poskytuje jen přímo objektivní realita. Slova pak ovšem nemohou vyvolat ve vědomí konkrétně smyslové představy jevů, ale „představy“ zbavené této smyslové konkrétnosti, „představy“ postihující to, co je obecné, společné třídě, rodu či druhu jevů, tj. p o j e m. „V jazyce je jen o b e c n é“ (Lenin 81: 282).

Nerozlučnou jednotu myšlení a jazyka, vytvořenou na materiálním základě praktické činnosti, podtrhuje Karel Marx, když charakterizuje řeč jako „praktické vědomí existující i pro jiné lidi, tedy i pro mne samotného teprve existující skutečné vědomí“ (104: 44).

Jednota jazyka a myšlení není ovšem absolutní. Jazyk je myšlení materializované, sluchově (teprve po vynalezení písma i zrakově) vnímatelné. Tato zvuková podoba představuje historicky vzniklý systém znaků, materiální formu významového (pojmového) obsahu, závaznou pouze uvnitř dané etnické skupiny. Zvuková forma není v žádném nutném vztahu k myšlence, kterou vyjadřuje. Jinak by nebylo možné, aby různé etnické celky používaly různých

slov pro označování týchž pojmů. Na druhé straně ovšem je v rámci etnické skupiny spojení mezi zvukovou a významovou (pojmovou) stránkou slova tak těsné a přirozené, že tu nelze hovořit o konvenci či symbolu, jak je tomu u znaků jiného druhu (včetně např. písma).

Zakódování idejí do zvukového jazyka (a ovšem i jeho zpětné dekodování v ideje) se děje — jde-li o mateřský jazyk — naprosto spontánně a samozřejmě. Zpráva v podobě lidské myšlenky je totiž i v nevyslovené podobě už v jistém smyslu „zakódovaná“. Existuje i ve vědomí ve slovní podobě. Pojmový odraz věci neexistuje jinak než v jednotě s odrazem zvuku, kterým je označován v procesu dorozumívání.

Myšlení a jazyk působí zpětně na produktivní a jinou praktickou činnost lidí. Rozvoj této činnosti poskytuje vždy další a další impulsy pro rozvoj myšlení a jazyka a ten umožňuje nová zdokonalení a úspěchy praktické činnosti. V jejím průběhu lidé objevují stále složitější a od smyslové skutečnosti vzdálenější jevy a vztahy, vznikají nové a stále abstraktnější pojmy a jim odpovídající slova. Oddělením duševní práce od fyzické vznikly vědní obory se soustavami složitých kategorií.

Společenský člověk prací a jinou svou činností jednak přizpůsobuje okolí svým potřebám, podmaňuje si je, *osvojuje si je*, jednak touto činností vytváří sám sebe, stává se „produktem“ okolností, které sám mění. Tím že se objektivuje ve výsledcích své činnosti, mění se jako subjekt. Rozporná jednota subjektivního a objektivního se ovšem projevuje v jeho vědomí i řeči. Člověk jednak procesem *poznávání* skutečnosti více nebo méně pravdivě postihuje *objekt*, zároveň však k němu zaujímá subjektivní (rozumový, citový i volní, vědomý i nevědomý) *postoj*, tj. *hodnotí* objekt vzhledem ke svým potřebám, zájmům, přáním, antipatiím nebo sympatiím.¹

V řeči se tyto stránky vědomí projevují tak, že jazykový výraz je svým obsahem jednak nositelem významu („obrazem“ objektu), jednak vyjadřovatelem vnitřních citů, nálad, postojů, hodnocení atd. První z uvedených stránek, tj. vztahy mezi objektem, myšlenkovým odrazem tohoto objektu a jazykovým obalem (znakem) se označuje v semiotice (všeobecné teorii jazykových znaků) jako *sémantický* (k pojmu se vztahující) a *sigmatický* (k objektu se vztahující) aspekt jazykového znaku².

Druhá, subjektivně citová stránka jazykového výrazu bývá v semiotice označována jako *symptomová* funkce jazyka. Spolu s funkcí *signální* (funkce vyvolávat u jiných lidí určité postoje, pocity a jednání) vyjadřuje tato stránka jazykových znaků jejich *vztah k člověku*. Semiotika tu hovoří o jejich *pragmatickém* aspektu. Sem patří také jazyk jako prostředek *hodnocení*, vyjadřování proseb, olázek atd.

Doplňme-li uvedený výčet stránek jazykového znaku ještě jeho vztahy (určitými pravidly se řídícími) k jiným znakům, tj. *syntaktickým* aspektem, dostaneme čtyři řady vztahů, které jsou předmětem zkoumání zvláštních semiotických disciplín: syntaxe, sigmatiky, sémantiky a pragmatiky.

Propagandu lze zkoumat z každého z uvedených hledisek. Volíme-li aspekt

¹ I hodnocení je mj. ovšem svého druhu poznáním, totiž poznáváním přiměřenosti nebo nepřiměřenosti objektu k potřebám subjektu.

² „Sémantický trojúhelník“, který na základě těchto vztahů zkonstruoval J. A. Richards, je marxistickými filosofi většinou odmítán. (Srv. např. Tošenovský, 144: 19—21 a Tondl, 142: 28 n.).

sémantický a pragmatický, je to proto, že je pokládáme ve vztahu k propagandě za metodicky nejproduktivnější, neboť právě tyto aspekty umožňují řešit gno-seologickou a sociologickou (resp. historikomaterialistickou) problematiku ve vzájemném sepětí, spojit otázku po pravdivosti výpovědi obsažených v propagandě (a v ideologii vůbec) s otázkou po jejich místě, funkci a účinnosti v sociálních vztazích.

Pozornost, kterou věnujeme těmto aspektům, vyplývá konečně ze svéráznosti propagandistického způsobu řeči. Za prvé tu jde — podobně jako ve vědeckém vyjadřování — o to, *informovat* příjemce znaků o určitých faktech, přesněji přimět ho, aby se choval tak, „jako by nějaká přítomná, minulá nebo budoucí situace měla ty neb ony charakteristické rysy“ (C. Morris podle G. Klause, 63: 59). Za druhé — a v tom je specifikum propagandy — jde nejen o *popis* určité situace, ale také (a zejména) o její *hodnocení* vzhledem k zájmům lidí, o *předpis*, že je třeba ji měnit nebo udržovat ve shodě s tímto hodnocením, a o *organizaci* (systematizaci) chování, vyvolaného danými znaky.³

Informativní funkce propagandy vyžaduje především adekvátnost znaků daným pojmům a objektům; tím je dána potřeba sémantického přístupu. Pro po-stižení ostatních funkcí je pragmatický přístup nezbytný.

Tak, jak různé společenské skupiny, pohaněny svými potřebami a zájmy, postupně si uvědomují společenskou skutečnost, ve které žijí a kterou spolu-vytvářejí, vytvářejí také pojmy, kategorie a teorie o této skutečnosti. Zároveň se i tyto teorie — vedle denních požadavků tříd a jiných skupin — stávají ve stále rostoucí míře předmětem propagandy. Žádná propaganda, a především ne vědecká, neobejde se proto bez teoretických pojmů a kategorií, vyjádřených odpovídajícími slovy. V politické propagandě se setkáváme s termíny „strana“, „stát“, „demokracie“, „komunismus“, „kolonialismus“, „revoluce“, „propaganda“, „volby“ atd., v propagandě ekonomické s výrazy jako „výroba“, „materiálně technická základna“, „efektivnost“, v propagandě filosofické se slovy jako „hmota“, „duch“, „vědomí“, „absolutní idea“, „abstrakce“, „pravda“, „kvantita“, „kvalita“, „rozpor“. Tyto nahodilé příklady by bylo možno doplnit ještě nespočetnými jinými ze stejných a dalších oborů.

V dialektické jednotě myšlení a jazyka má určující význam myšlení. Vynutí-li si vývoj společenské praxe změnu pojmů, přizpůsobí se jim v zápětí jazyk buď zavedením úplně nových slov (nový obsah se objeví v nové formě), nebo přizpůsobením slov starých změnou jejich významu (nový obsah je vyjádřen starou formou).

Schopnost slova přizpůsobit se novému pojmu je pro proces dorozumívání velmi důležitá. Je důsledkem vlastnosti jazyka, které Adam Schaff říká mnoho-značnost a neostrost výrazů. Neostrost výrazu spočívá v tom, že slovo nemá zcela přesně vymezené hranice upotřebitelnosti. Vystupuje do popředí zejména u některých výrazů, jako „asi padesát“, „nahořklý“, „nažloutlý“, „velký“, „malý“, je však konečkonců vlastní všem slovům vůbec. Její původ je třeba hledat v přechodech, v neexistenci ostrých hranic všech těch částí, stránek atd. objektivní reality, které danými významy jsou odráženy, a má tedy objektivní charakter.

³ Propaganda tudíž používá jak „designátorů“ (znaků popisujících), tak také „appraisorů“ (znaků hodnotících), „preskriptorů“ (znaků přesvědčujících), „formátorů“ (znaků organizujících) a „askriptorů“ (znaků poukazujících). (Srv. Klaus: 57 n.)

Mnohoznačnost výrazů dokládá Schaff existencí homonym (slov se dvěma nebo více naprosto různými významy) a polysémie (slov, která v závislosti na kontextu mají různé, přitom však podobné významy).

Neostrost a mnohoznačnost slov je ovšem překážkou přesného vyjadřování, a proto řada nemarxistických vědců kritizuje přirozený jazyk a pokouší se vytvořit „ideální jazyk“, který by byl bez nepřesností. Takovýto jazyk by ovšem byl trvale neupotřebitelný, neboť by nebyl schopen zachytit nekonečnou vyvíjející se mnohotvárnost světa.

Adam Schaff pojednává o jazykové neostrosti a mnohoznačnosti jen vzhledem k jednotlivým slovům. Je však třeba vidět, že uvedené jevy se mohou týkat celých slovních spojení, např. spojení adjektiva nebo vztahné věty a substantiva. O neostrosti a mnohoznačnosti lze konečně mluvit i vzhledem k různosti významů, které slova mají v jazyce obyčejného denního života a v jazyce teoretických disciplín.⁴

Obvykle lze se v případech významové neostrosti a mnohoznačnosti orientovat snadno, vezmeme-li v úvahu celý slovní kontext i situační souvislost, za které se neostřích nebo mnohoznačných výrazů používá. U jazyka používaného pro dorozumívání o běžných, všedních záležitostech je ohled na situační a jazykovou souvislost tak samozřejmý a snadný, že si neostrost významu a mnohoznačnost v praxi ani neuvědomujeme.

Jinak je tomu při dorozumívání o společenských vztazích, kde jsme běžně svědky nejrůznějších nedorozumění, která plynou z rozdílného chápání významu slov. Na tomto rozdílném chápání bývá často založena i demagogie masové propagandy. V oblasti společenských vztahů přistupuje totiž k obecným činitelům, které na významovou stránku jazyka působí, ještě činitel zvláštní, daný existencí různých zkušenostních polí u komunikujících lidí. To je podmíněno objektivním rozdělením společnosti na skupiny s rozpornými zájmy, zejména na třídy. *Lze říci, že různé chápání slov, které je obecně možné v důsledku jejich neostrosti a mnohoznačnosti, se stává v oblasti dorozumívání o společenských jevech antagonistické společnosti neodvratnou skutečností.*

Zvláštní *společenská funkce*, kterou zde neostrost a mnohoznačnost výrazů dostává, není pak ovšem už jen záležitostí sémantiky (která od lidského činitele a od sociální podmíněnosti slovních významů abstrahuje), ale otázkou pragmatickou.

Pragmatický pohled ukazuje, že už sémantická mnohoznačnost nepodmíněná záměnou *ideologických* významů jednotlivých slov může se stát zdrojem nedorozumění nebo záměrné demagogie.^{4a}

⁴ Adam Schaff tento jev uvádí v III. kapitole, podkapitole 4 C cit. knihy, ačkoliv o něm z neznámých důvodů nehovoří v souvislosti s otázkou mnohoznačnosti slov.

^{4a} Je tomu tak např. u homonym „materialista“ a „idealista“. Materialistou lze označit 1. zastánce určitého filosofického směru, hlásajícího, že podstatou světa je hmota, že hmota je prvotní a vědomí druhotné; 2. člověka určitých morálních kvalit, sobce, který se stará jen o svůj hmotný blahobyt; 3. příslušníka určitého povolání. „Idealista“ má dva významy, které představují protiklad shora uvedených významů 1. a 2. Všechny uvedené významy mají oprávnění. Avšak první význam termínu materialista není — zejména za kapitalismu — znám v širokých masách a význam druhý vyvolává všeobecně oprávněnou citovou averzi. Totéž platí obráceně o termínu „idealista“. Už této skutečnosti může vulgární propaganda využívat k vytváření předsudků vůči komunistům — materialistům a kladného postoje k idealismu.

Uvedme ještě příklad z oblasti slovních spojení: věta „Němečtí revanšisté štvou do nové

Předmětem demagogického zneužití se mohou stát nejrozmanitější označení, věty atd., jakmile jsou vytrženy ze svého slovního nebo situačního kontextu a zasazeny do kontextu jiného.

Závažnější význam, poněvadž se týká též pozitivní propagandy vědeckého světového názoru, má otázka skupinovými (např. třídními) zájmy podmíněné mnohoznačnosti slov.

Společenskovědní terminologie je většinou dílem ideologů různých společenských skupin, kteří vesměs zobecňují společenské zkušenosti z hlediska svých specifických skupinových zájmů a podle toho tvoří své pojmy a kategorie, které se nekryjí s pojmy a kategoriemi ideologů skupin ostatních. K vyjádření těchto pojmů a kategorií se používá buď zděděného jazykového materiálu tak, že je měněn význam slov používaných v příbuzném smyslu (příp. jinými skupinami) v minulosti, nebo že jsou vytvářeny termíny nové. Takovými zděděnými termíny jsou „materialismus“, „idealismus“, „hodnota“, „demokracie“, „svoboda“, „imperialismus“, „lid“, „zlo“, „dobro“ atd. Tato a další slova vznikla před staletími nebo tisíciletími, přecházela z jedné společenské formace do druhé a měnila svůj význam v závislosti na třídních a jiných skupinových zájmech. Tato slova najdeme též ve slovníku všech současných skupin, avšak mají v každé ideologické soustavě jiný smysl. Jako příklady pro termíny nové vytvořené lze uvést ze slovníku marxismu slova „nadhodnota“, „společensko-ekonomická formace“, „státně monopolistický kapitalismus“, „buržoazní ideologie“, „svobodný svět“, a mnoho dalších. Většina termínů, zejména první uvedené kategorie, má mimoto vedle těchto teoreticky vyhraněných významů v rámci jednotlivých ideologií ještě méně vyhraněné, neurčitější významy, živé v pojetí neškolených lidových mas. Tyto významy jsou sice ovlivněny teorií, představují někdy jakési zjednodušení nebo i směs protichůdných prvků různých významů, nejsou však s teoretickým pojetím totožné. Projevuje se v nich zvláště silně lidová tradice.

Vývoj společenské skutečnosti je zachycen různě v jazyce různých sociálních skupin: pouze představitelé pokrokových skupin mění význam zděděné ideologické terminologie ve shodě s touto skutečností. Skupiny reakční buď odmítají uznat tento vývoj a lpějí na starém významu slov, nebo tento vývoj zkreslují a podkládají slovům „nové“ významy v souladu s tímto zkreslením.

Zejména v současném období, kdy vedle sebe existují různé společenské řády s různými sociálními skupinami a jejich ideologiemi, je různé a přímo protichůdné chápání slov vyjadřujících ekonomické a nadvstavbové kategorie naprosto zákonité. Za ideologickými a propagandistickými termíny se skrývá různý pojmový obsah podle toho, zda mluvčí zastává marxistický, buržoazní či dokonce ještě feudální světový názor, zda tento názor má teoreticky vyhraněnou, ideologickou nebo nejasnou „lidovou“ povahu, zda je modifikován tou či onou „elitou“, národní či jinou tradicí atd. Jinak řečeno, stejným slovním znakům je prisuzován různý smysl v závislosti na skupinovém a vzdělanostním zkušenostním poli.

Vzhledem k nejednotnému chápání terminologie společenských teorií a pro-

světové války“ lze rozumět buď tak, že kvalifikuje všechny Němce jako revanšisty, a tudíž válečné štváče, nebo že tak kvalifikuje jen určitou část. I zde jsme svědky demagogie, když část západoněmecké buržoazní propagandy takové výroky vykládá tak, jako by komunisté a odpovídní činitelé socialistických zemí z revanšismu obviňovali celý německý národ. Ve stejném duchu je často také „chápan“ ti občané socialistických zemí, kteří jsou zatíženi protiněmeckými nacionalistickými přezítky.

pagandy má zkoumání významu a účinnosti slov, vědecká sémantika a pragmatika samozřejmě nesmírný význam pro tyto teorie a jejich šíření. Bez jasného porozumění významu slov a znalosti jejich společenské účinnosti není možná ani ideová jednota společenských hnutí a koordinovaná činnost jejich příslušníků, ani soustavné ovlivňování mas propagandou těchto hnutí.

Úkolem sémantiky je, aby ujasňovala a upřesňovala teoretické významy a pomáhala tak — relativně bez přihlídnutí k dobové účinnosti těch či oněch výrazů — postihovat podstatu společenských jevů. Úkolem pragmatiky pak je zkoumat účinnost slov, jejich „dopad“ na společenské skupiny a pomáhat tak úspěšnému šíření ideologie a jejímu kladnému přijetí mezi nejširšími vrstvami.

Sémantický a pragmatický přístup ovšem je nesprávné od sebe oddělovat, neboť *všechny* stránky jazyka koneckonců vyrůstají na témž základě společenské praxe. V třídní společnosti je např. nejen účinnost slov, ale též jejich význam spoluurčován třídními faktory. O pravdivost pojmů se vede *ideologický*, nejen vědecký boj a tentýž bojový ráz má ovlivňování mas, propaganda. Na druhé straně mají i pragmatická zkoumání sémantickou stránku, neboť účinnost slov souvisí s *významem*, který mají v rámci daných kulturních okruhů v povědomí těch či oněch společenských skupin. Právě zkušenosti propagandy svědčí o tom, že se v praxi šíření ideologie vždy více nebo méně, uvědoměle nebo živelně dbá skutečnosti, že jistým slověmi je různými společenskými skupinami připisován různý význam; nebo — ztotožníme-li v duchu současnosti sémantickou stránku dotyčných slov s jejich významem ve vědecké ideologii — že existuje rozpor mezi jazykem vědecké ideologie a jazykem četných teoreticky neškolených nebo jinými ideologiemi ovlivněných tříd a vrstev. Tudíž: schopnost slov označovat adekvátně jevy společenské skutečnosti (sémantická stránka) se nekryje s jejich propagandistickou účinností (stránka pragmatická), neboť ta nezávisí na vědecké přiměřenosti těchto slov, ale na významu, který mají v povědomí rozhodujících společenských skupin.

V masové politické práci má respektování vžitých významů slov velký význam. V. I. Lenin nejednou tuto okolnost zdůrazňoval. Trockému např. vytýkal v r. 1921 zavádění nových slov „výrobní demokracie“ a „výrobní ovzduší“ mezi jiným proto, že tyto termíny byly dělníkům cizí a vyvolávaly v nich nepříjemné pocity (srv. 83: 40 a 106: 52). Propagandista a zejména agitátor je nucen — chce-li, aby se mu porozumělo — používat slov v tom významu, který je vžitý, byť to bylo vzhledem k jejich významu v ideologii dokonce nesprávné. Mezi jazykem propagandy, zejména agitace, a jazykem teorie tak dochází k jistým, v daných vývojových etapách nevyhnutelným rozporům.

To platí pro ideologii jak reakčních, tak pokrokových tříd. Všem musí jít o to, překlenout propagandou vzdálenost mezi jazykem a myšlením svých teoretiků a jazykem a myšlením mas. Působení reakčních skupin je po této stránce ovšem nutně spojeno s trvalou demagogií v podstatných otázkách.

Ideologie imperialistické buržoazie např. rozumí slověmi jako „demokracie“, „svoboda“, „vlast“ atd. ve smyslu svých třídních zájmů, které jsou v antagonistickém rozporu se zájmy lidu a se zájmy progresivního společenského vývoje. Přitom však její masová propaganda navazuje na význam, který — byť nejasně — žije ve vědomí mas, na pojetí lidové, zobecňující historické zkušenosti progresivního boje proti národnímu a třídnímu útlaku a překrucuje tento význam v pravý opak.

Jinak je tomu (v ideálním případě, kdy je vyloučen vliv deformací) v hnutí,

keré se řídí teorií vědeckou, jejíž cíle jsou v zásadním souladu se zájmy lidu. Ani zde se však jazyk teorie nemůže krýt s jazykem mas. Zároveň však výchova mas k vědeckému světovému názoru tu má zásadní význam, a proto je třeba i zásadně, v duchu perspektiv této výchovy řešit otázku přípustnosti odchylek propagandy od jazyka vědecké ideologie.

Vladimír Iljič Lenin se tímto problémem zabýval zejména v letech po porážce první ruské revoluce, kdy vědecká ideologie byla vystavena různým revizionistickým snahám smířit ji s buržoazními teoriemi a kdy zároveň ideologická vypěstlost mas byla poměrně nízká. Slovo „náboženství“ bylo tehdy v Rusku — a je často ještě dnes v buržoazních zemích — chápáno nesprávně ve stejném významu jako „světový názor“.⁵ Toto chápání je vědecky nepřesné a třídním zájmům dělnické třídy nebezpečné, neboť stírá zásadní rozdílnost mezi vědeckým a náboženským světovým názorem a skrývá v sobě tendenci buď pozvednout náboženství na úroveň vědy, nebo strhovat vědu na úroveň náboženství. V marxistické teorii považoval proto Lenin takovouto záměnu za naprosto nepřijatelnou. Avšak vzhledem k tomu, že se takovéto chybné chápání vžilo v povědomí mas, připouští je v agitaci. Ideologickou úchylku obsaženou v prohlášení „socialismus je moje náboženství“ hodnotil Lenin proto diferencovaně: „Něco jiného je, když agitátor nebo člověk mluvící k dělnické mase mluví tak, aby mu bylo lépe rozumět, aby uvedl svůj výklad, aby reálněji odstínil svoje názory termíny u nevypělé masy nejběžnějšími. A něco jiného je, když spisovatel začne hlásat ‚bohostrůjství‘ nebo bohostrůjcovský socialismus... Tak, jako by v prvním případě odsouzení mohlo být šikanováním nebo dokonce nemístným omezováním svobody agitátora, svobody ‚pedagogického‘ působení, je v druhém případě stranické odsouzení nutné a nezbytné. Teze ‚socialismus je náboženství‘ je pro jednu formou přechodu od náboženství k socialismu, pro druhé od socialismu k náboženství“ (84: 414—415).

Teoretické nepřesnosti uvedeného druhu jsou tedy i v agitaci pokrokových stran nejen přípustné, ale mohou být někdy — vzhledem ke stavu uvědomělosti mas — naprosto nutné. Přihlížení k významu slov, jak se ustálil ve vědomí mas, je nezbytnou součástí přihlížení k jejich mentalitě.

Mezi působnostmi teorie, propagandy a agitace ovšem není ostrých hranic. Masová agitace zasahuje nejen „prostý“ lid, ale též vzdělance, zvyklé přesnému vyjadřování. Jsou-li to zároveň vzdělanci, kteří nechápu zvláštnosti agitačního vyjadřování a přitom znají jazyk ideologie, zaujmou vůči agitátorovi nebo vůči agitaci vůbec odmítavý postoj. Jsou-li to lidé ideologicky nevyhranění, „porozumějí“ jazyku agitace nesprávně, jsou teoreticky mateni. To se stane zvláště tehdy, když se nepřesnosti z agitace vloudí též do propagandy v užším smyslu, a to do teoretických prací. Je třeba vidět i to, že agitační projevy používající nepřesných vžitých výrazů mají sice kladný výsledek v tom, že okamžitě získávají lidi pro hnutí, zároveň však mají i negativní výsledek, neboť upevňují u týchž lidí prvky nepřesného, s ideologií nesouhlasného myšlení. Jazykového „přechodu“ mezi ideologiemi, o němž hovoří Lenin (je to ovšem i přechod mezi zkušenostními poli různých sociálních skupin), používá se tedy obousměrně dokonce týmiž lidmi ve stejnou dobu. Dobrý agitátor se však snaží o to, aby

⁵ Větší příležitost než čeština k této záměně skýtají jazyky odvozující termín pro pojem náboženství z latinského „religio“: religija, Religion, religion atd., neboť toto slovo není jazykově příbuzné s výrazy označujícími boha či jiné nadpřirozené bytosti.

v dané době rozhodující část „ideologického nákladu“ byla „dopravena“ po tomto „mostě“ směrem žádoucím a zbytek přenechává budoucnosti. Přitom se však může a má starat i o to, aby této budoucí „dopravě“ — i když se tomu nevyhne zcela — nestavěl do cesty překážky v podobě zbytečné, potřebnou míru přesahující jazykové nepřesnosti, která znamená již vážný ústupek starému myšlení.

Jako prostředek šíření vědeckého světového názoru a úsilí o socialistickou přeměnu společnosti má tedy propagandistické působení rozporné výsledky: jednak usměrňuje myšlení a aktivitu lidí ve prospěch této přeměny, jednak spolu s prvky vědy šíří nebo upevňuje i některé prvky nezralého, primitivního myšlení. Překonání této rozpornosti — možné jen pro šíření ideologie vědecké — se uskutečňuje v průběhu převýchovy mas postupným odstraňováním nepřesné, „lidové“ terminologie a jejím nahrazováním terminologií ideologicky přesnou.

Každé sdělení, vůči kterému mluví nezaujímá neutrální postoj, je doprovázeno *emocionálním výrazem*. Ten je v mluvené řeči vyjádřen melodikou, důrazem (původ zpěvu a hudby vůbec je patrně třeba hledat v emocionální řeči) a někdy je obsažen přímo v pojmovém obsahu slova. (Např. slova jako „krása“, „dobro“, „hlupák“, „přívětivost“, „vlast“ a mnoho jiných už svým významem vyjadřují určitý subjektivní postoj, určitě hodnocení.)

Zejména slova vyjadřující třídní a společenské vztahy jsou obvykle spolu se svým objektivně poznávacím obsahem „nabita“ též subjektivně emocionálně. Propaganda je obzvláště bohatá na tato slova. Přitom nejen pojmový obsah slov, ale i jejich obsah emocionální závisí na skupinovém postoji mluvčího. Slova jako „demokracie“, „fašismus“, „komunismus“ atd. v myslích buržoazního liberála, fašisty a komunisty vyvolávají jak různé protichůdné pojmy, tak i city.

Ve vědomí neškolených mas se sociální city pojí k pojům ne zcela vyhraněným, často mlhavým, k takovým, které jim jejich životní podmínky dovolily vytvořit. Jsou to pojmy utvořené na základě denní propagandy a na základě omezených osobních zkušeností, hodnocených a zobecnovaných ve světle této propagandy. Pokud tyto masy byly vtaženy do okruhu působnosti denní propagandy revolučních a progresivních hnutí a pokud tuto propagandu přijaly, mohou být jejich ideje o společnosti přes nevyhnutelnou nepřesnost pravdivé a zobecnění zkušeností tvořená na jejich základě zhruba správná. Většina lidu zejména v třídní společnosti je však vystavena ideologickému tlaku reakčních skupin a tvoří si pojmy o společenské realitě na základě lživé propagandy. Na základě této lživé propagandy zobecňuje i vlastní zkušenosti i jednotlivé historické události. Pojí-li se pak sociální city k takto zkresleným pojům, jsou kladné city spojovány s objektivně negativními (tj. lid a vzestupný společenský vývoj poškozujícími) jevy a city záporné pak s jevy objektivně pozitivními (lid a společenský vývoj podporujícími). Lidé s tímto pokřiveným vědomím pak nutně jednají v neprospěch svých vlastních zájmů.

Každá propaganda musí počítat s city, které vyvolávají ty neb ony termíny. Buržoazní ideologové např. dnes již vědí, že slova „socialismus“, „pokrok“ a jména Marx nebo Engels ve většině zemí již téměř nikoho nelekají a že naopak jsou přijímána s úctou a nadějí. Proto využívají neostroti nebo mnohoznačnosti takovýchto výrazů a transponují jejich význam do poloh, které jejich třídním zájmům nejsou nebezpečné. Strašákem může však mnohde být vedle termínů vytvořených buržoazní ideologií slovo „komunismus“, „revoluce“ atd.

Také revoluční strany dělnické třídy dbají ve své propagandě těchto vžitých

emocí a musí se vypořádat jak s pocity strachu a odporu vůči terminologii vědeckého socialismu, tak s pocity úcty a lásky vůči terminologii buržoazní. Osvaldo Dorticos Torrado píše o tom, jak se s touto otázkou vyrovnávali představitelé kubánské revoluce: „Je pravda, že pro velkou část našeho (tj. kubánského) obyvatelstva — budiž to řečeno se vši upřímností — dokonce pro velkou část našich pracujících zněly socialistické myšlenky, jež jsou revolučními myšlenkami současné historické epochy, jako něco, co vzbuzovalo strach. Obrovská tradiční totální propaganda, jejímiž jsme byli obětmi, ono veliké spiknutí lži, jež imperialismus rozprostřel nad naši zemi, způsobovalo, že dokonce i ti, kteří revoluci socialistické rázu mohli jen získat, měli jisté obavy a mnohé předsudky již při vyslovení tohoto slova, již když se vyslovil tento termín“ (20: 3). Tento odpor vůči termínům „socialismus“, „socialistický“ atd. byl hlavní příčinou, proč jich vůdcové kubánské revoluce začali používat pro označení své revoluce až tehdy, když předpokládali, že se lid již seznámil ve skutečnosti s jejími plody a že na základě vlastních zkušeností mas mohou staré předsudky být potřeny. „Lid stál za revoluční přeměnou našeho hospodářství a jednoho krásného dne zjistil a ověřil si, že to, za čím stojí a co je velkou historickou vymožeností kubánského lidu, že tato revoluce, která uskutečňuje takové přeměny, je socialistická revoluce“ (tamtéž).

Po květnové revoluci 1945 byla v Československu nastolena diktatura proletariátu, dříve než se o ní hovořilo v komunistické propagandě; dříve byla prováděna kolektivizace zemědělství (přes všechny odlišnosti) podle sovětského vzoru, než se kdo v propagandě zmiňoval o jejich podobnostech s kolektivizací v SSSR. Když abstrahujeme zcela od otázky, zda a do jaké míry v těchto otázkách bylo předem a definitivně rozhodnuto teoreticky⁶ a zda v praxi strana *musela* postupovat právě tak, jak postupovala, je jisto, že odpor, který většina lidu pociťovala vůči výrazům „diktatura“ a „kolchozy“, si přímo vynucoval, aby se těchto slov nepoužívalo.

Z uvedeného plyne, že se emocionální obsah slov vyjadřujících ideologické kategorie mění ve spojení s poznávacím procesem. Tak, jak se lidé na vlastních zkušenostech a s pomocí ideologie přesvědčují o jejich obsahu, mění i svůj vnitřní postoj vůči nim.

Mezi pojmovým (poznávacím) obsahem slov a jejich obsahem emocionálním bývá v pojetí téhož subjektu vždy přirozený soulad. Považujeme-li za pravdu, že nějaký výrok o společenských vztazích vyjadřuje zájmy lidské společnosti nebo lidí zasluhujících naše sympatie, pak v nás tento výrok vyvolává i pocit mravního uspokojení; považujeme-li za pravdivý názor opačný, pak tento výrok doprovází cit mravního odsouzení. Tato jednota se zachovává i v propagandistické praxi tím, že se pro daný myšlenkový obsah používá též slov odpovídajícího emocionálního zabarvení. Je pochopitelné, že při pojednávání o téže skutečnosti propagandisté protikladných skupin použijí různých slov jak co do významu, tak co do emocionální působnosti.

Tento soulad má nejen kvalitativní, ale též kvantitativní stránku. I míra citu závisí na významu a závažnosti sdělení. Není-li tomu tak, pozbývá propaganda

⁶ Projev K. Gottwalda na zářijovém zasedání ÚV KSČ r. 1946, jeho slova, že „existuje i jiná cesta k socialismu než přes diktaturu proletariátu a státní zřízení sovětské“ (39: 372), svědčí o tom, že představy hlavního představitele KSČ o těchto otázkách neměly tehdy té podoby, která se uplatňovala v teorii i v praxi KSČ v pozdějších letech.

na účinnosti, případně vyvolává jiný než žádoucí efekt. Např. patos velkých slov aplikovaný při sdělování celkem všedních věcí působí spíše směšně než vážně. Tak je tomu, jsou-li s velkými sociálními ideami spojovány úzce osobní, dočasné nebo skupinové zájmy, např. odbyt toho nebo onoho zboží, jak se to děje občas v reklamě atd.

Často dochází k tomu, že propagandista nebo agitátor používá patosu tam, kde se mu nedostává myšlenek, aby se všeobecná fráze chudického reálného obsahu stala bohatší tím, že je přednesena s „citem“. Právě tak nemístný je ovšem lehký, žertovný tón spojený s vážným sdělovacím obsahem. Podobné nevyváženosti podstatně ohrožují působivost propagandy, zesměšňují ji. Mohou být na místě jedině tam, kde jde o zesměšňování nepřátelské propagandy.

Citová působivost propagandistického projevu je určována též i objektivní situací, za které projev působí. Lehký žertovný tón je v období pohody a míru přijímán — je-li jinak v souladu s obsahem — kladně, v době neštěstí, nebezpečí, za válečného napětí apod. působí obvykle odpudivě. Zkrátka: dobrý propagandista je vždy citlivý pro náladu těch, na které chce působit, a ví, že tato nálada závisí jak na objektivní situaci, tak na obsahu propagandistického sdělení.

Citové působení propagandy závisí konečně na dosavadních zkušenostech mas s propagandou samou. Byl-li patos po jisté dějinné období spojován s obsahem, o kterém později vyšlo najevo, že byl lživý, je důvěra příjemců propagandy podlomena nejen vzhledem k tomuto obsahu, ale zároveň s tím i vůči tónu, kterým byl pronášen vůči citům, které chtěl vyvolat. V takovémto případě je třeba, aby propaganda změnila svůj ráz, a to zejména tehdy, jestliže obsah toho, co hlásá, má zůstat úplně nebo téměř beze změny. Fašismus propagovaný s nacionalistickým patosem a primitivním štváním proti „méněcenným“ rasám a proti demokracii vůbec se druhou světovou válkou v očích mas nadobro zdiskreditoval. Politikové, kteří se dnes otevřeně hlásí k hitlerismu, budí proti sobě u drtivé většiny lidí leda posměch a pobouření. Ten, kdo však chce dále propagovat to, co v hitlerismu bylo podstatné, totiž ideologii antikomunismu, imperialismu a agrese, může tak činit zcela dobře jinou formou. Místo exaltovaného šovinistického štvání mohou nastoupit „střízlivé úvahy“, „věčné rozborů“. Takzvaným střízlivým tónem lze stejně dobře lhát jako mluvit pravdu. Obratná lež ilustrovaná svévolně vybranými „suchými“ fakty, které „hovoří za sebe“, může být — a vůči lidem, kterým se exaltovaný tón zprotivil, nesporně je — mnohem působivější než přímé apely na cit. Sám tón propagandy není ještě klíčem k jejímu obsahu.

Apely na cit, emocionální řeč sama o sobě ani nepotvrzuje, ani nevyvrací sdělovací obsah propagandy; není ani všemocná, jak se domnívá psychologie davu, ani nebezpečím pro pravdu, jak se obává suchý intelektuálský racionalismus. Moc emotivně působícího slova pramení z jeho jednoty s myšlenkovým obsahem. Nebezpečím jsou jen apely na nízké, egoistické instinkty a na city, které se pojí ke lživému poznání.

*

Viděli jsme, že sémantická neostrost a mnohoznačnost slov se může — spolu s odpovídajícími odlišnostmi emocionálního výrazu — stát zdrojem rozmanitých nedorozumění i záměrné demagogie. Tuto možnost ještě posiluje výskyt jazykových hypostazi, kdy se z pouhé existence slova (např. „Bůh“, „duše“ apod.) vzniklého na základě chybného společenského myšlení usuzuje mylně i na reál-

nou existenci příslušného jevu skutečnosti. Jednostranné nabubření těchto stránek zvukového jazyka může pak vést k názoru, že jazyk (jeho sémantická stránka) zpravidla neodráží skutečnost, že je překážkou správného myšlení a spíše prostředkem nedorozumění než dorozumívání. Ve spojení s novopozitivistickým nebo pragmatickým odmítáním pojmové abstrakce může takový názor vést k čirému subjektivnímu idealismu a agnosticizmu.

V krajní a vulgární podobě vyjadřují tyto názory práce představitelů tzv. *obecné sémantiky* (*General Semantics*), zejména z doby od konce 30. do konce 40. let. I když připustíme, že část obecných sémantiků některé své názory z tehdejší doby korigovala, jsou to názory stále důležité, neboť podnes, byť ve zmírněné podobě prolínají jak práce obecných sémantiků samých, tak některých pracovníků jiných oborů, ke kterým patří i teorie propagandy.

Obecní sémantikové se také sami často zabývají otázkami zejména politické propagandy a politické terminologie vůbec. Přímou vznik a rozvoj obecné sémantiky je vázán na široký zájem o otázky propagandy a veřejného mínění („zázračnou“ moc slov), jak byl vyvolán nástupem fašismu ve třicátých letech. Jde o teorii, která svým dosahem ovšem problematiku propagandy daleko překračuje, neboť se obírá funkcí jazyka a dorozumívání vůbec a nadto se týká i teorie poznání, neboť za úvahami o jazyce se skrývá problematika poznatelnosti světa.

Zde nás především zajímá, jak se tato teorie projevuje ve vědě o propagandě. Otázce propagandy je věnována stať S. I. Hayakawy, popularizátora teorií zakladatele obecné sémantiky A. Korzybského. Tato stať — *Obecná sémantika a propaganda* (45) — představuje jisté vyhranění filosofických tendencí této školy v aplikaci na společensko-politickou oblast vůbec.

Hayakawův názor na propagandu je v této práci veskrze negativní. Každá propaganda se mu jeví jako nebezpečí dorozumívání a možný zdroj — nikoliv jen důsledek — mezilidských konfliktů. Jako důvod pro toto stanovisko slouží skutečnost, že se v propagandě používá slov, která implikují „doktrinální“, příp. „kontextní“ systém, jemuž prý ve skutečnosti nic neodpovídá. Co je míněno doktrinálním systémem vysvětluje Hayakawa na vymyšleném příběhu v knize *Jazyk o činnosti* (46). Ve dvou podobných (zřejmě amerických) obcích poslužených nezaměstnaností dochází v tomto příběhu k diametrálně odlišnému sociálnímu vývoji díky slovům: Vedení obce A se rozhodlo nezaměstnaným vyplácet měsíčně 50 % pod názvem „podpora“⁷ a spojilo její dosažení s ponižující kontrolou a nepřijemnými formalitami. Vedení obce B vyplácelo svým nezaměstnaným tentýž obnos jako „dávky z pojištění“.⁷ Za zaplacené „pojistné“⁷ se rozhodla tato osvícená obec považovat práci, kterou nezaměstnaní pro společnost dříve vykonali. Zatímco v obci A bylo těchto 50 % považováno za milodar, za „dostávání něčeho za nic“⁷, dívali se na ně v obci B jako na něco, na co nezaměstnaní mají plný nárok. V obci A vládla nespokojenost a vznikla „třídní nenávisť“⁷, v obci B spokojenost a sociální harmonie.

Když se Hayakawa odvolává na tento svůj starý příklad, naprosto si nevěšíma reálných ekonomických souvislostí, které jsou objektivním základem rozdílu mezi podporou a pojištěním (a které by mu dokázaly, že postup obce B byl možný jen v jeho — Hayakawově — fantazii). Z těchto ekonomických souvislostí vytrhuje smyslově konkrétní jev. „placení určitých obnosů v pravidelných lhů-

⁷ Uvozovky autorovy.

tách“ (45: 200) či „bezvýznamný pohyb peněz (nebo papíru) od jedné osoby k druhé“ (tamtéž: 203), jako jediný, který reálně existuje,⁸ a vše ostatní označuje za „doktrinální systém“, do kterého tento jev libovolně vřazujeme. „Doktrinálního“ či „kontextního“ systému je vůbec těžko se zbavit, dokud užíváme jazyka, neboť „prakticky tu není nic, co by mohlo být nazváno, nabož pak popsáno, aniž bychom vyvolali přízrak celého kontextního systému“ (tamtéž: 201). Z toho plyne, že nebezpečí propagandy spočívá vlastně už v tom, že vůbec používá lidské řeči jako prostředku dorozumívání.

Jazyk je spjat s „kontextním systémem“ už tím, že v něm je jen obecné. Tuto obecnost považují obecní sémantikové za odklon od skutečnosti. Z dialektického vztahu mezi jednotlivým ve skutečnosti — obecní sémantikové neuznávají existenci obecného ve skutečnosti — a obecným v jazyce zdůrazňují pouze rozpornost, ne však jednotu. Právě tak od sebe odtrhují podstatu a jev. Korzybski se snažil na základě zvláštního žebříčku abstrakcí dokázat, že čím jsou naše abstrakce vyšší, tím jsou bezobsažnější: nejnižší na tomto žebříčku je jev skutečnosti, který představuje proces nekonečného počtu znaků, o stupínek výše je objekt zkušenosti představující interakci mezi nervovým systémem a něčím mimo něj a jehož počet znaků je konečný, ještě výše jsou abstrakce na slovní úrovni s postupně dále se zmenšujícím počtem znaků podle stupňů abstrakce (podle Hayakawy, 46: 109). Obecní sémantikové neuznávají ani, že abstrakce postihují podstatu jevů, ani to, že jsou předpokladem konkrétního myšlení.

Mostem, který má spojit obecné ve slovech s jednotlivým ve „světě zkušenosti“, je sémantická metoda používání zobecňujících slov s číselnými indexy 1, 2, 3, 4 atd. nebo s uvozovkami. Hayakawa tuto metodu doporučuje např. pro boj s antisemitismem. Uvědomíme-li si prý, že „židé“ vlastně neexistují, ale že existuje pouze žid₁, žid₂, žid₃, žid₄ atd., ochrání nás to před škodlivými zobecňujícími závěry.

Proti používání číselných indexů by zásadně nemuselo být námitek, jestliže by se touto metodou jen mělo dosahovat větší přesnosti vyjadřování, diferenciaci mezi jednotlivinami označovanými stejným slovem. Hayakawa nás touto metodou však nechce ochránit jen před zobecňováním nesprávným (např. před rasistickým chápáním pojmu „žid“), ale před jakýmkoli pojmovým zobecňováním vůbec: „Pan Miller není identický s našim pojmem „žid“, ať už náš pojem žid je jakýkoli. Žid vytvořený intencionální definicí slova, tu prostě není“ (52: 112). Stejně je tomu prý koneckonců se vztahem všech slovních významů k „objektům naší zkušenosti“.

O životnosti těchto názorů u obecných sémantiků svědčí novější kniha Stuarta Chase a Marian Tyler Chaseové *Moc slov* (54). Chaseovi v ní v roce 1955 opět varují před abstrakty, zejména před abstrakty používanými v oblasti politiky, jakými jsou „demokracie“, „svoboda“, „individualismus“, „Wall Street“ atd., s odůvodněním, že si různí lidé pod těmito slovy představují zcela protichůdné jevy. Zvláštní význam přisuzují „slovům moci“ (power words), jako „volnost“, „rovnost“, „bratrství“, „místo na slunci“, „bitva za demokracii“ atd. Je ovšem pravda, že tato slova jsou různými sociálními skupinami různě chápána — jde o skupinově podmíněnou mnohoznačnost a neostrost — avšak Chaseovi z této

⁸ I toto „uznání“ je ovšem jen relativní. Platí vzhledem k obecnějšímu „doktrinálnímu systému“, ne však ve smyslu úplné nezávislosti na vědomí, neboť každý objekt je jen „konstatováním vztahu mezi událostmi a pozorovatelem“ (tamtéž: 203).

významové různosti činí téměř nepřekonatelnou překážku lidského dorozumívání. Přehánějí její význam do té míry, že ji považují za hlavní zdroj politických konfliktů. Např. odmítnutí amerického plánu na kontrolu atomové energie v roce 1946 považují za věc slov: američtí diplomaté se nedovedli vyjádřit tak, aby Rusové k návrhům měli důvěru.

Podobné názory pak vyúsťují v domněnky, že se společenské problémy dají řešit lingvistickými operacemi.

Propaganda si tedy vysloužila plně odmítavé stanovisko obecných sémantiků hlavně proto, že se neobejde bez abstrakt a že je na sporná abstrakta, tj. na taková, o jejichž význam je sváděn ideologický boj, obzvláště bohatá. Přitom naprosto nezáleží na tom, o jakou propagandu běží. Hayakawa ve zmíněné stati staví obecnou sémantiku proti propagandě vůbec.

Odmítavé stanovisko k propagandě ovšem není pouze výsadou obecných sémantiků, je však u nich zvláště důsledné, protože je namířeno proti předpokladu důvěry v jakoukoli propagandu, proti názoru, že její slova mohou mít obsah, kterému ve skutečném světě opravdu něco odpovídá. Hayakawova stať kritizuje ty, kteří vidí nebezpečí propagandy jediné v jejím apelu na emoce lidí a proti tomu zdůrazňují nutnost stát na straně faktů, na straně vědy. Předpokladem takového hlediska je prý víra ve „věc o sobě“ (tak nazývá Hayakawa skutečnou odhalovanou vědou), ačkoli „taková věc jako ‚věc o sobě‘ neexistuje“ (45: 203). Argumentem proti víře ve „věc o sobě“ je Hayakawovi právě skutečnost, že abstrakčním procesem do dějů vnášíme hodnocení („doktrinální souvislosti“), které je prý vždy jen subjektivní, a že jevy vytrhujeme z jejich „časoprostorového vztahu“, který je dynamický, kdežto naše pojmy jsou statické. Zkrátka: z prvků poznání, které za jistých podmínek (při určitém skupinovém hledisku, při metafyzickém přístupu) se mohou stát zdrojem zkreslení nebo které i do pravdivého poznání vnášejí jistý prvek relativnosti, Hayakawa usuzuje na neexistenci „věci o sobě“. Společenskovědné pojmy a kategorie jsou mu pouhými konvencemi (conveniences), které „snad mohou (případně nemohou) vnést smysluplný pořádek (significant order) do chaosu dění — — —“ (tamtéž: 204).

Lidský zvyk uvažovat o „věcech o sobě“, na který apeluje propaganda, vyúsťuje prý „v dogmata, která jsou nevyhnutelným výsledkem toho, že ‚víme, čím věci opravdu jsou‘. Jeho výsledky jsou katastrofální, jak dějiny světa dostatečně dokazují, neboť konflikt dogmat může být rozřešen jen násilím“ (tamtéž: 204—205)⁹.

O dialektice relativnosti a absolutnosti našeho poznání není tu ani potuchy. V boji proti jednostrannosti abstrakcí Hayakawa sám abstrahuje z procesu poznání jeho relativní moment, zabsolutňuje jej a dospívá ke staronovému tvrzení, že víra v objektivní obsah racionálních poznatků je dogmatismem. Poněvadž pak v názoru na dějiny zastává idealistické hledisko, jsou mu tato dogmata příčinou historických událostí.

A tak je vypovězen boj „primitivnímu zvyku naší mysli objektivovat své abstrakce“ (45: 207). Proti zhoubnému vlivu propagandy je třeba „epistemologické převýchovy“ v duchu obecné sémantiky. Je třeba dosáhnout, aby lidé přestali věřit abstrakcím v celku, pak nebude třeba se namáhat jejich jednotlivým vracením v propagandě. Proti umírněnému subjektivnímu idealismu těch, kteří

⁹ Srv. podobné názory pragmatisty Deweyho a teoretika propagandy Catlina, uvedené v poznámce na str. 104.

popírají poznávací hodnotu slov používaných propagandou proto, že jsou nabyty subjektivně citovým výrazem, staví Hayakawa subjektivní idealismus důslednější, který popírá poznávací hodnotu pojmů (slovních významů) vůbec. Není těžké také poznat, že útok je tu veden z pozic agnosticizmu nejen proti propagandě, ale proti vědám — zejména společenským — vůbec, neboť žádná z nich se neobejde bez abstrakt.

Mohlo by se zdát, že podobné názory obecných sémantiků postihují všechny ideologie a všechnu propagandu bez rozdílu a že alespoň tím stojí mimo třídní zájmy. Ve skutečnosti tomu tak není. Je třeba vidět za prvé, že v období svého vzniku a rozkvětu zasáhla obecná sémantika do ideologického boje mezi socialismem a demokracií na straně jedné a fašismem na straně druhé tak, že propagandu jedné i druhé prohlašovala za stejnou hru se slovy. Tím ztěžovala opravdu účinné odhalování a potírání fašismu. Za druhé její výtky jsou jednoznačně namířeny proti představám o možnosti objektivní, společenské skutečnosti pravdivě postihující, vědecké ideologie, a tím míří především proti marxismu. Ideologie fašismu, která budovala své „pravdy“ na „hlasu krve“ a otevřeně brojila proti objektivitě, nemusela se jí cítit dotčena.

Vliv obecných sémantiků na buržoazní teorie propagandy se ovšem může projevat nejspíše tam, kde se vychází z funkce jazyka či z teorie komunikace. Např. Karin Dovingová, která propagandu nazývá předpojatým dorozumíváním (21), sdílí s obecnými sémantikou názor, že řeč je základem společnosti (tamtéž: 18) a že má v historii negativní úlohu. V rádobyhistorickém úvodu své knihy např. píše: „Od počátku tu byly požadavky; ty působily jako nezbytná podmínka pro život. Avšak na neštěstí řeč rovněž existovala od počátku, a to dalo vznik procesu dorozumívání a našim trampotám“ (tamtéž: 9). Proto má také Dovingová negativní názor na propagandu a svou knihu, která jinak obsahuje i řadu správných postřehů, píše proti propagandě na obhajobu „individuální mysli“ (tamtéž: 3).

Na závěr je třeba poznamenat, že pojetí obecných sémantiků přes svou nesprávnost není pouhým nesmyslem. I vzhledem k němu platí to, co V. I. Lenin říká o idealistické filosofii vůbec, totiž, že je *jednostranné*, upřílišněné... rozvinutí (nafukování, nabubřování) jednoho z rysů, stránek, momentů poznání v absolutno, odtržené od hmoty, od přírody a zbožštěné“ (81: 369). Obecní sémantické jednostranné přehánění, absolutizují *skutečnou*, nesmírně významnou úlohu jazyka ve společnosti, jeho *skutečnou* relativní nezávislost na objektivní realitě, *skutečnou* neostrot a mnohoznačnost slov a zejména *skutečnou* různost významů slov vyjadřujících ideologické kategorie v chápání různých sociálních skupin, *skutečnou* možnost hypostazí, *skutečnou* rozpornost obecného a jednotlivého atd. Tato fakta, jichž si obecní sémantické všimají, mají význam pro správné myšlení a správné vyjadřování. A je konečně možno akceptovat, jak to doporučuje i Adam Schaff, jejich sociotechnické ideje (používání číselných indexů, uvozovek, zkratky „etc“) jako prostředky zpřesňování našich výroků, kde to může být užitečné (ovšem zdaleka ne tam, kde to u obecných sémantiků plyne ze subjektivně idealistických premis).

V nejobecnější rovině byla většina filosofických otázek, kterých se obecní sémantické dotýkají, již marxistickou vědou úspěšně řešena. To však neznamená, že jí byly vyčerpány všechny aspekty daných problémů, všechny možnosti aplikace vědeckého řešení. Propaganda je jedním z polí, jehož se z této stránky teprve začínáme dotýkat.

2. Obrazné a emocionální prostředky propagandy

Vedle zvukového jazyka, předávajícího pojmy a myšlenky vyššího stupně racionální abstrakce, používá se v propagandě jako pomocných prostředků i jiných znaků optických a zvukových.

Optickými prostředky jsou za prvé výtvarné útvary, jako kresby nebo malby (kupř. karikatury), řidčeji též sochařská díla, za druhé památkové předměty připomínající ve stranickém světle minulý vývoj a perspektivy dějinných hnutí a jejich ideologií. (Ponechávám stranou takové názorné prostředky jako různé grafy, tabulky apod., prostředky přibližující kvantitativní stránky společenských vztahů, kterých sice propaganda také používá, ale které samy o sobě nejsou stranické, a tudíž netvoří specifikum propagandy.)

Mezi zvukovými obrazné a emocionálně působícími prostředky dorozumívání je třeba na první místo znovu vyzvednout *zvukový jazyk*, zde však nikoli ve funkci nositele logických abstrakcí, nýbrž ve funkci vyjadřovatele smyslově konkrétních a emocionálně působivých obrazů společenské skutečnosti.

Dále sem patří *hudba*. V propagandě máme na mysli ovšem převážně jen některé její druhy, totiž hymnické, pochodové, smuteční, revoluční nebo i žertovné melodie, nejčastěji v podobě masových písní.

Uvedené prostředky komunikace se z větší části kryjí s prostředky používanými uměním. Patří sem však i prostředky mimoumělecké (památkové předměty, obrazný, ne však ještě vysloveně umělecký jazyk). Je také třeba si uvědomit, že používání *prostředků* umění v propagandě neznamená ještě nutně uměleckou hodnotnost příslušných projevů propagandy. Ve skutečnosti lze jen malou část takovéto propagandistické tvorby považovat za umělecky cennou.

Zvláštní místo mezi obraznými a emocionálně působícími prostředky patří *symbolům*. Adam Schaff je charakterizuje jako znaky, které se vyznačují těmito rysy: 1. materiální předměty tu reprezentují abstraktní pojmy, 2. reprezentování se opírá o úmluvu, kterou je třeba znát, abychom porozuměli symbolu, a konečně 3. smluvené reprezentování se opírá o reprezentaci abstraktního pojmu znakem, o reprezentaci, jejíž vnější podoba je smyslová (a která po obsahové stránce je exemplifikující, alegorická, opírá se o metaforu, o mytologii, o zásadu *pars pro toto* atd.). (133: 172.) V propagandě jde ovšem výhradně o symboly ztělesňující společenské ideje a síly. Patří sem znaky jako kříž, půlměsíc, šesticípá hvězda, hákový kříž, sekera a liktorské svazky i rudá pěticípá hvězda a srp a kladivo; dále barvy praporů a vlajek, znaky, odznaky a erby. Symbolického významu nabývají i slovní názvy společenských hnutí, organizací a ideologií¹⁰, melodie hymen, některá hesla a konečně také osobnosti-představitel společenských sil a hnutí.

¹⁰ Ukazuje se, že lze i nesprávně absolutizovat zásadně správnou marxistickou tezi o tom, že slovní znak není symbol. Slovo není symbol potud, pokud jeho zvuk je — nehledě k obvyklé neostrosti a mnohoznačnosti — pevně spojen s určitým pojmem (významem). Tak tomu je u velké většiny slov. Výjimku z toho tvoří obecné názvy různých učení, stran, církví atd., které označují pojmy tak nesmírně komplexní, že ve své stručnosti říkají jen velmi málo (říkají-li vůbec něco) o podstatě označovaného pojmu. Jsou to názvy volené na základě úmluv téměř tak jako dejme tomu barvy vlajky. Strana se může jmenovat „dělnická“, „komunistická“, „sjednocená socialistická“, „bolševická“ a být v každém z těchto případů revoluční marx-leninskou stranou. Může sejit na seštit a svůj název podržet nebo může svůj název z nějakého důvodu změnit, ačkoliv setrvává na původní linii. Slovy „socialistický“ nebo „dělnický“ se už dávno neoznačují jen revoluční marxistické strany.

Prozkoumat podrobně specifičnost všech těchto uvedených prostředků dorozumívání by vyžadovalo zvláštní obsáhlou studii. Na tomto místě je třeba se omezit na jejich společné rysy jakožto prostředků propagandy, na otázku, jaké obsahy vědomí tyto znaky jsou schopny předávat a v čem se po této stránce liší od zvukového jazyka vyjadřujícího abstraktní pojmy.

Obecně lze o prostředcích smyslově konkrétního a emocionálního působení říci toto:

Smyslová konkrétnost předmětu či obrazu má před čistě logickým výkladem velkou výhodu především v názornosti a tudíž snadnější smyslově postizitelnosti. Těmito prostředky je proto možno působit i na osoby méně vyspělé, neškolené, nezvyklé teoretickému myšlení. Je jimi konečně možno — a každý poněkud zručný propagandista to dělá — oživit, přiblížit, ilustrovat teoretický výklad. Ilustrace pomocí dokumentárního materiálu, jako jsou fotografie a různé památkové předměty, nadto dodávají propagandě na přesvědčivosti.

Za druhé těmito prostředky — zejména esteticky působivými — lze mnohem snadněji působit na city lidí než pouhým teoretickým výkladem, neboť tyto city se váží především ke smyslově konkrétnímu a jen v menší míře a u menšího počtu lidí též k logickým pojmům vyšší abstraktnosti.

Jinou otázkou je problém, jaké poznávací obsahy lze těmito prostředky předávat.

Zvukový jazyk má schopnost vyjadřovat *přímo* abstraktní pojmy, které postihují — ať skutečnou, ať domnělou — *podstatu* jevů. Sémantická stránka slova představuje úplnou abstrakci od (skutečně nebo domněle) nepodstatného a nahodilého, které je spolu s podstatným a obecným obsaženo ve smyslově konkrétním a jednotlivém. Proti tomu je smyslově konkrétní předmět nebo obraz skutečnosti v každém případě jednotlivinou, ve které podstatné se projevuje skrze smyslový jev, jenž ovšem nutně — byl u uměleckých prostředků i v záměrně redukované podobě — obsahuje i nepodstatné a nahodilé rysy. Takové jednotliviny mohou „zpodobňovat“ abstraktní pojmy, obecné ideje nebo ideologii jen potud, pokud lze jejich vhodnou volbou nebo úpravou vyzvednout podstatné, jež mají vyjadřovat, a potlačit v nich to, co pro vyjádření daného myšlenkového obsahu je vedlejší, nepodstatné. Tato možnost je ve srovnání se zvukovým jazykem v každém případě velice omezená. Může být větší nebo menší podle povahy zvoleného prostředku obrazného a emocionálního komunikování a podle povahy myšlenky, která jím má být vyjádřena. Nikdy však těmito prostředky — pokud nejsou doprovázeny vysvětlujícím slovním doprovodem — nelze dosahovat ideové jednoznačnosti slovního vyjádření. Některé myšlenky se takto vůbec nedají vyjádřit.

Pro konkrétnější doložení těchto tvrzení je třeba, aby každý z uvedených prostředků propagandistického komunikování byl posuzován zvlášť.¹¹

Jazyk „*všedního dne*“ se smyslovou konkrétností svých pojmů, jadrností a emocionální působivostí je nejlepším prostředkem propagandy tam, kde jde

¹¹ Všechny tyto prostředky jsou prostředky *propagandy* tehdy, je-li jich použito bezprostředně a převážně k šíření aktuálních společenských idejí mezi masy, když jejich forma je to-muto účelu podřízena. Od toho je třeba odlišovat případy, kdy tyto prostředky slouží převážně jiným účelům, byť při tom také propagovaly stranické ideje. Např. výstavy historických památek neslouží převážně propagandě, ale odborným historikům, obsahují-li většinou materiál laikům těžko srozumitelný. Umělecké prostředky slouží umění (a nikoliv v první řadě propagandě) tehdy, šíří-li především estetické hodnoty.

o to, šířit poměrně jednoduché, teoreticky ne příliš náročné myšlenky. Je na místě i při šíření teorie, jde-li o to ilustrovat a přiblížit abstraktnější partii nebo — což je v propagandě zvlášť důležité — zapůsobit na společenské city. To vše se týká nejen propagandy mezi nejširšími neškolenými masami (kde to je přímo nezbytné), ale dokonce náročných teoretických spisů, které mají stranický charakter.

Když např. Marx popisuje v Kapitálu zhodnocovací proces, vyvrací buržoazní vulgární ekonomii štavnatou, emotivní mluvou praxe: „Kapitalista, (který zjistil, že hodnota výrobků se rovná jen hodnotě zálohovaného kapitálu a) který se vyzná ve vulgární ekonomii, řekne možná, že své peníze zálohoval s úmyslem, aby z nich udělal více peněz. Ale cesta do pekla je dlážděna dobrými úmysly, a mohl mít právě tak úmysl získat peníze aniž vyráběl. Začíná vyhrožovat. Že ho po druhé nikdo nedoběhne. Že si příště koupí zboží na trhu hotová, místo aby se zabýval jejich výrobou. Ale udělají-li totéž všichni jeho bratři kapitalisté, kdepak najde zboží na trhu? A peněz se přece nenají. Spustí kázání. Uvažte jen jeho zdrženlivost. Mohl svých 15 šilinků prohýřit. Místo toho je produktivně spotřeboval a udělal z nich přízi. Ale za to přece má přízi místo výčitek svědomí. Přece se nehodí, aby klesl do úlohy shromažďovatele pokladů, který nám ukázal, k čemu vede askese. Ostatně, kde nic není, ani smrt nebere. Ať je jeho odříkání sebezáslužnější, není tu nic, čím by se mu za ně zvlášť zaplatilo, protože hodnota výrobku, který vychází z procesu, se rovná jen sumě zbožních hodnot, které byly do tohoto procesu vrženy“ (99: 210—211). V pokračující diskusi s živým kapitalistou Marx nakonec dokazuje, že zhodnocovací proces se neodehrává ve sféře oběhu, ale ve sféře výroby. Forma imaginárního dialogu mu umožňuje celý výklad oživit a názory vulgárních ekonomů vyvrátit nejen čistou teorií, ale notnou dávkou sarkasmu.

Z tohoto úryvku lze poznat zvláštní funkčnost obrazného „všedního“ jazyka a jazyka teoretických pojmů: První dodává výkladu na plastičnosti a emotivní síle, sám o sobě však nevyjadřuje vědeckou podstatu Marxova výkladu. Druhý, reprezentovaný v závěrečné vedlejší větě důvodové takovými slovy jako „hodnota výrobku“, „proces“, „suma zbožních hodnot“, sice nepůsobí plasticky a emotivně, zato však komunikuje úspěšně vědeckou podstatu věci, o níž Marxovi jde. Tuto podstatu by nebylo možno vyjádřit žádnými obraznými prostředky.

Jedním z druhů zprostředkování pojmů vyššího stupně abstrakce pomocí „všedních“ slov je používání různých metafor.

Metafory mají — jak ukazuje G. Klaus — významnou funkci v tom, že vytvářejí mosty mezi známým a neznámým. „Historicko-lingvistická analýza ukazuje, že ve všech myšlenkových procesech, které vedou od neznámého k známému, na počátku poznání stála metafora, že po ní následovala analogie a po ní pak tvoření exaktních pojmů a přesná formulace teorií atd.“ (63: 161). Tím, že se dosahuje abstraktně pojmového teoretického způsobu vyjadřování, získává sice naše poznání (je-li jinak správné a pravdivé), avšak ztrácí se tím značná dávka společenské účinnosti, která se pojí ke smyslové konkrétnosti metafory. Jelikož však člověk není pouze rozumovou bytostí, ale také bytostí citovou, je používání metafor trvale nutné všude tam, kde jde o působení na *totalitu* lidského vědomí. Je tomu tak zejména v politické propagandě a agitaci.

Používání metafor má ovšem i negativní stránku. Metafora za určitých okolností může se odcizit svému původnímu účelu a nabýt autonomního vývoje. Může jí být použito k falešným analogiím, přenesený význam, ve kterém jí

bylo použito, může být povýšen na rovinu významu doslovného. Např. pro vyjádření různých stránek vedoucí funkce komunistických stran bylo a je často jako metafor použito termínů převzatých z vojenské oblasti nebo dokonce z oblasti mechaniky: strana je „štábem“ „armády“ pracujících, straničtí pracovníci jsou „kádry“, teorie je její „zbrani“, kterou bojuje na ideologické „frontě“, masové organizace jsou jejími „převodními pákami“ atd. atd. Historické zkušenosti dosvědčují, že tento způsob vyjadřování má vedle svých kladných stránek, spočívajících v názornosti a působivosti, velmi negativní stránky, které mohou podporovat byrokratizaci a vojenské ukázkování vnitrostranického a společenského života.

„Odcizených“ metafor je pak možno používat i k záměrné demagogii. Když např. Nikita Chruščov při své návštěvě USA jednou zdůraznil své přesvědčení o vítězství socialismu nad kapitalismem, použil metaforického vyjádření o „pohřbení kapitalistů“. To pak bylo po týdny a měsíce částí buržoazního tisku vykládáno jako Chruščovova válečná hrozba. Představitelé KS Číny podobně někdy vykládají např. Leninovo používání slova „trosky“. Větu o vítězství socialistické revoluce na troskách kapitalismu vysvětlují tak, že socialismus má případně vítězit na skutečných troskách způsobených světovým válečným požárem. Stejně pozvedávají na úroveň teorie své vlastní staré označení imperialismu jako „papirového tygra“, ačkoli jde i zde o metaforu, která může mít za určitých podmínek oprávnění jedině v agitaci. (Srv. Havlíček 44: 4–5.)

Přes nebezpečí nedorozumění a zneužití zůstává ovšem obrazná a emocionální řeč, užitá ve správných proporcích, nerozlučnou součástí každého bojovně stranického vystoupení. Bylo by možno ještě citovat četné pasáže, dejme tomu z Engelsova Antidühringa, z Leninova Materialismu a empiriokriticismu atd., a všude bychom zjistili, že mobilizující, bojovný, emocionální ráz těchto spisů je vyjádřen v pojmech obrazných a smyslově konkrétních, jejich vědecká exaktnost v pojmech, soudech a úsudcích vysokého stupně abstrakce, jehož je vždy třeba k postizení podstaty jevů¹².

Nemůže-li jazyk všedního dne — který přece jen obsahuje abstrakci, i když abstrakci nízkého stupně — vyjádřit podstatu teoretických poznatků, platí to tím spíše o smyslově konkrétních předmětech skutečnosti nebo jejich napodobeninách. Propaganda používá i těchto prostředků, je-li možno jimi připomenout nebo dokumentovat události, které hrají nebo hrály úlohu při utváření společenských hnutí a jejich ideologií. Tyto *památkové a dokumentární předměty* představují smyslově konkrétní objekty (nebo alespoň jejich věrné kopie), které samy kdysi (opravdu nebo údajně) hrály nebo ještě hrají určitou úlohu pro hnutí, jehož ideje mají pomoci přiblížit.

Tento druh objektů je třeba odlišit od těch, které zobrazují společenskou skutečnost uměleckými prostředky. První patří, odhlédneme-li od napodobenin, svým způsobem — podle Schaffovy charakteristiky — k znakům přirozeným (příznakům), druhý od počátku ke znakům umělým. Teprve tím, že hmotný předmět první kategorie je zařazen do propagačního kontextu (do propagační výstavy, reprodukci v tisku apod.), stává se rovněž znakem umělým. Jeho přirozený původ (byť domnělý) ovšem nesmírně zvyšuje jeho účinnost jako prostředku propagandy. Divák si uvědomuje, že tu jde o znak, který se nejen p o d o b á tomu,

¹² Abstraktní teoretické pojmy mohou ovšem nabýt též emocionálního zabarvení, jestliže se stanou výrazem společenských či jiných tužeb a zájmů (srv. zde str. 40 n.).

co má znázornit, ale který tím, co znázorňuje, sám přímo byl. Ze skutečnosti předmětu pak divák obvykle snadněji soudí i na věrohodnost ideologického kontextu, do kterého je v propagandě zařazen.

Použitelnost památkových dokumentárních předmětů v propagandě je vázána na komunikaci konkrétních společenských událostí, významných z hlediska daného hnutí nebo ideologie. Sám o sobě ovšem památkový předmět nebo dokumentární materiál k přenosu ideologie sloužit nemůže. Musí být vřazen do společensko-historického rámce a jeho úloha v něm musí být vysvětlena pomocí zvukového jazyka. Teprve tento kontext z něho dělá účinný prostředek propagandy a určuje také ideologii, jíž slouží.

Týchž předmětů může být použito jako dokumentárního materiálu propagandami naprosto protichůdných zaměření, jestliže jsou slovním výkladem zasazovány do různých kontextů. Výstavka ilegálních tiskovin zakázané strany může podle přání být uspořádána a komentována tak, aby dosvědčovala „hrdinství“ této strany a „brutalitu“ vládnoucích kruhů, nebo „bdělost“ orgánů, které tyto tiskoviny zabavily, a nebezpečnost „protistátních rejdů“ ilegální skupiny.

Obvykle ovšem propagandistické instituce vybírají materiál už tak, aby také sám o sobě vyvolával požadované city. Např. srážku demonstrantů s policií zachycují fotografie ve vládních novinách obvykle v podobě davu se vzteky zkřivenými tvářemi, který se pokud možná s klacky a kamením vrhá na „ochránce pořádku“, z nichž je vidět jenom záda. Opozice, která sympatizuje s demonstranty, uveřejňuje fotografie, na nichž zuřiví policisté pendreký nebo dokonce střelbou rozhánějí neozbrojenou masu. V žádném z uvedených případů nemusí jít o lež v detailu, o fotomontáž, ovšem jenom jedna ze stran (nebo žádná) zasazuje slovním textem tuto událost pravdivě do širšího rámce.

O možnosti zasazování dokumentárních objektů do různých ideových soustav svědčí konečně i případy, kdy se propagandistické výstavy vymykají svým pořadatelům z ruky. Takový byl i osud známé protisovětské výstavy, kterou za války nacističtí okupanti uspořádali v Praze. Pražané v dřívě většině tuto výstavu navštěvovali proto, aby z dokladů o mohutné vojenské technice SSSR posílili své naděje na brzké osvobození.

Tento a další případy dosvědčují, že dokumentární či památkový předmět plní v propagandě svou funkci jen v souvislosti s pečlivě voleným slovním vysvětlením, a to jen tehdy, jestliže diváci jsou svými zájmy a názory zásadně připraveni toto vysvětlení vůbec přijmout.

O *prostředcích uměleckého zobrazení* platí do značné míry totéž co o památkových a dokumentárních předmětech. neboť sdílejí s nimi rys smyslové konkrétnosti a většinou rovněž slouží jako prostředky stranického komentování konkrétních společenských událostí, méně často též trvalejších společenských vztahů.

Jinými rysy se však liší: dokument má pro propagandu hlavně výhodu průkazného materiálu a nevýhodu v relativní neschopnosti samostatného ideového působení. Výhoda znázornění uměleckými prostředky spočívá proti tomu ve větší schopnosti proniknout k skutečné nebo domnělé podstatě společenských jevů záměrnou úpravou obrazu. Tato výhoda na druhé straně je nevýhodou v tom, že může budít podezření falšování skutečnosti. Úpravou propagandistického obrazu je třeba především rozumět typizaci, tj. zdůraznění rysů považovaných ve světle dané ideologie za podstatné a oslabení rysů považovaných za nepodstatné na jevech společenské skutečnosti. Určitá míra typizace musí být vlastní každému realistickému umění. Maxim Gorkij např. říká o tom toto:

„Úloha umění spočívá právě v tom, aby odhodilo pokud možná všechny a všechny malichernosti a odhalilo kořeny skutečného, podstatně důležitého“ (podle J. I. Chačikjana, 53: 67). Umění však nemůže a nesmí od nepodstatného abstrahovat zcela, neboť to mu nedovolují jeho výrazové prostředky, kterými jsou smyslově konkrétní obrazy; kdyby se o to pokusilo, stalo by se abstraktně schematickým, přestalo by být uměním. I když připustíme, že smyslově konkrétní obraz skutečnosti (např. karikatura), který má bezprostředně agitační funkci, smí daleko více zjednodušovat, omezit se na podstatné než dejme tomu olejomalba, nemůže přece jen od nepodstatného abstrahovat zcela.

Už tím tedy, že konkrétně smyslový obraz nutně vedle podstatného, obecného obsahuje i nepodstatné, zvláštní, je dána jistá možnost různosti výkladu, mnohoznačnosti. Závisí pak na stavu vědomí vnímatelů těchto obrazů (na jejich zkušenostním poli), jaký výklad těmto obrazům dají.

Za druhé „ne každá myšlenka může být vyjádřena živým obrazem“ (G. V. Plechanov podle J. I. Chačikjana, tamtéž: 110). To platí plně i o společenských teoriích, šířených propagandou. „Předmětem společenských věd v celku je *lidská společnost*, pojatá v souhrnu svých obecných a zvláštních zákonitostí“ (tamtéž: 119). Jenom pomocí slov vyjadřujících příslušné velmi obecné pojmy a kategorie je možno tuto teorii zprostředkovávat jiným lidem. Předmětem obrazného uměleckého znázornění nemohou být obecné zákonitosti společnosti, ale jen *konkrétní společenský člověk* jako jejich nositel. Společenské vědy od tohoto krétního nositele společenských zákonitostí abstrahují. Umělecký obraz tak činit nemůže a nemá; jako prostředek propagandy tedy nepostihuje obecné zákonitosti přímo, ale jen to, jak se projevují na svém nositeli, konkrétním společenském člověku. Např. znalost zákona nadhodnoty, který vyjadřuje podstatu kapitalistického způsobu výroby, nelze šířit bez použití slov, která vyjadřují ekonomické kategorie o vysokém stupni abstrakce. Je ovšem možno — dejme tomu — nakreslit dobře oblečeného břichopáska s krutým výrazem v tváři, jak sedí na žoku peněz a dává mizivý penízek do rukou hubeného človíčka v pracovním oděvu, ale tím je fakticky vyjádřeno jen to (pro člověka se zkušenostmi současné epochy), že existují bohatí a chudí a že chudí, ač pracují, jsou odkázáni na hubenou mzdu z rukou bohatých, kdežto bohatí, ač nepracují, mají peněz mnoho. Takovým obrazem — zvláště je-li umělecké úrovně — lze ovšem lépe než teoretickým výkladem působit na emoce diváka, nelze jím však postihnout podstatu kapitalistického vykořisťování. Uvedený obraz lze „přeložit“ do jazyka logických pojmů různým způsobem: Tlustý kapitalista může být chápán např. jako představitel jen některých „zlých“ kapitalistů, a ne jako reprezentant celé třídy, může být chápán jako charakterový typ, a ne jako typ ekonomický atd. atd., nehledě k tomu, že i tehdy, je-li obrázku porozuměno jako znázornění třídně-ekonomických vztahů, nelze z něho v žádném případě vyčíst, že kapitalistická třída bohatne tím, že si přivlastňuje rozdíl mezi hodnotou pracovní síly dělníků a hodnotou zboží, které tato pracovní síla vyrobila. Pozorování smyslově konkrétnímu znázornění skutečnosti fakticky plně závisí na světovém názoru, který byl již dříve získán na základě osobních zkušeností i zkušeností společenských získaných pomocí zvukového jazyka. Zkrátka: smyslově konkrétní obrazy ať výtvarné, ať slovy vyjádřené jsou vhodnými emotivně působícími pomocnými prostředky propagandy, které mohou typizujícím způsobem komentovat nebo ilustrovat společenské události a vztahy, nemohou však přímo vyjadřovat ideologii, teorii. Pro svou mnohoznačnost tyto prostředky také

obvykle potřebují bližšího vysvětlení v podobě slovního komentáře nebo alespoň zasazení do obecně známé situační souvislosti.

O mnohoznačnosti obrazného vyjádření svědčí osudy mnohých uměleckých děl, kterým v průběhu historického vývoje byl různými společenskými skupinami přikládán různý smysl. Jako poměrně nový příklad lze uvést Petőfiho vlasteneckou báseň *Píseň národa* (118: 59),¹³ která původně (r. 1848) mobilizovala maďarský lid do boje proti sociálnímu a národnímu útlaku a za události v roce 1956 měla rozpornou funkci závislou na tom, jak se měnil sociální a třídní obsah dějů, pro které byla agitačním podnětem. Tato plamenná výzva do ozbrojeného boje za svobodu, tento apel na uraženou národní hrdost má mohutnou emotivní působivost, není ovšem (a jako dobrá báseň ani nemůže být) racionálním rozbořem historické situace. Umělec takové dílo ani sám netvoří jako plod chladné úvahy, ale pod burcujičím vlivem konkrétní revoluční situace, kterou sám prožívá. A v konkrétní situaci vrcholného pobouření mas nabývá toto dílo také teprve povahy bezprostřední výzvy k činu, k uchopení zbraní.

Příkladem odpoutávání společenských citů, vyjadřovaných uměleckým obrazem od původního objektu a jejich přenosu na objekt jiný by bylo jistě možno najít nespočetné množství. Tento proces, umožňovaný mnohoznačností a neostrotí smyslově konkrétního obrazu je vlastně předpokladem pro to, že si umělecké dílo zachovává (správnější by bylo: v jiných podmínkách obnovuje) svou aktuálnost. Obvykle se tak děje v souladu s původní obecnou tendencí díla. Jsou ovšem možné i případy, kdy se nové použití díla s touto tendencí rozchází.

Totéž platí v ještě větší míře o hudbě.

Hudba je snad nejvýraznějším příkladem převážně emotivního umění. „Hudba patří k uměním, která vyjadřují především vnitřní stavy člověka, zejména jeho emocionální habitus“ (Lunačarskij, 97: 41). V masové propagandě se s ní proto jen málo setkáváme v čisté, tj. slovy nedoprovázené podobě. Čistá hudba může nejvýše tvořit vnější rámec ideologických projevů, náboženských nebo politických oslav atd., ale nikdy jejich náplň. Např. při pouličních masových demonstracích a manifestacích budí pochody bez textu (nebo s třídně a politicky neutrálním textem) svým rytmem pouze radostnou náladu a cit vzájemné solidárnosti; nic však neříkají o vůdčí ideji manifestace. Čistá hudba může vyjadřovat radost nebo smutek, hrdinský vzlet nebo beznaděj, může vzrušovat nebo uklidňovat, „mluvit“ o touze nebo resignaci, o osobně intimních nebo masových společenských citech, nemůže však formulovat abstraktní myšlenky. Proto působí dobrá hudba na lidi bez ohledu na jejich třídní příslušnost a ideologii.

V propagandě se ovšem uplatňuje jen hudba budící city spojené s účastí v ma-

¹³ V překladu Zikmunda Skyby zní báseň takto:

Píseň národa

Vzhůru lidé! Vstaňme z bída!
Chvíle přišla — teď neb nikdy!
Svobodu chcem! Volte nyní
mezi ní a pouty svými!
K Bohu svému maďarskému
přisaháme,
přisaháme, otroky víc
nebudeme!

Těžce nesou ponižení,
svoboden že národ není,
předkové, již volně žili
nebo mřeli v slavných chvílích
K Bohu svému maďarskému
přisaháme, otroky víc
nebudeme!

Cizácké je ono jméno,
které je přisouzeno
nehynout jak my, v té tísní,
rozesené po otčině.
K Bohu svému maďarskému
přisaháme,
přisaháme, otroky víc
nebudeme!

sových společenských hnutích: revoluční vzruch a nadšení, pocit kolektivní moci a vítězství nebo bolesti, city oddanosti a věrnosti, náboženské pokory, lásky k vlasti atd.

Přitom těchto masově emotivních melodií může být použito jako doplňku propagandy zcela protichůdnými skupinami. Smetanovy symfonické básně Má vlast nebo Dvořákových Slovanských tanců používala dříve stejně buržoazie jako dnes dělnická třída a pracující lid pro vytvoření svátečního, vlasteneckého ovzduší. Podle melodií Kmochových mohou pochodovat manifestanti nejrůznějšího zaměření. Nacisté mohli řady historických revolučních písní použít pro své účely, melodie německé lidové písně („O Tannenbaum, o Tannenbaum“) se mohla stát hudebním základem dělnické písně anglické („The People's Flag is Deeply Red“) atd.

Tím vším samozřejmě není nijak řečeno, že by hudba ve své specifické formě neodrážela změny hospodářské základny společnosti. Jde však o to, že tento odraz je složitě zprostředkovaný a že její působení na lidi je čistě citové a jako takové spojitelné s různými ideologiemi.

Pro tuto ideovou mnohoznačnost čistého hudebního výrazu může „řeč“ hudby sloužit propagandě především ve spojení se slovním textem. Masová píseň pochodová, revoluční, epická nebo hymnická je nezbytnou součástí všech společenských hnutí. Vhodnost masové písně jako pomocného prostředku propagandy plyne z jejího mohutného citového apelu téměř na všechny lidi; z její při nejmenším *relativní* jednoznačnosti, která je dána textem, a konečně v neposlední řadě z toho, že umožňuje účast všem, kteří chtějí zpívat, a tím aktivizuje celý kolektiv mnohem výrazněji než jiné prostředky propagandy. Sborový zpěv především posiluje nesmírně city kolektivismu, solidarity.

Ovšem ani textem podložená hudba nemůže zdaleka nahradit propagandu řečí, neboť i písňové texty jsou vždy samy umělecké, tj. obrazné a emotivní. Text bývá dokonce tak neurčitý, příp. mnohoznačný (např. obecně vlastenecký), že může — stejně jako melodie — sloužit různým sociálním skupinám. „Kde domov můj“ a „Nad Tatrou sa blýska“ mohlo plnit funkci hymny buržoaznímu i socialistickému státu. Marseillaisa se mohla i s textem stát z revoluční písně francouzské revoluce hymnou imperialistického státu atd.

Také *symbolika* tvoří neodlučitelnou součást propagandy všech známých společenských hnutí. I ona se vyznačuje smyslovou konkrétností a emotivností působení. Pomocí symbolů byly a jsou reprezentovány vždy především společenské ideje, příp. i zbožštěné přírodní a společenské síly, které ovládají život člověka. Symbol není tedy vytvořen k tomu, aby komentoval jednotlivou událost, ale aby reprezentoval ideje trvalého charakteru. Symbolické ztělesňování idejí odrážejících síly, které pro společnost mají životní význam, je jedním ze všelidských rysů psychiky. Stálo by jistě za historické zkoumání, zda prapůvod symboliky nespočívá již v uctívání kultovních objektů prvobytnými lidmi, zda totiž vznik symbolů ve vlastním smyslu (tj. materiálních objektů zastupujících abstraktní ideje) nepadá v jedno se vznikem představ o nadpřirozených nemotných silách skrytých za kultovními materiálními objekty, s přeměnou materiálních objektů kultu v pouhé reprezentanty (symboly) těchto sil. (Je ovšem známo, že proces odbožšlování kultovních předmětů byl velmi zdoluhavý a že zbytky fetišistického uctívání v e cí — obrazů, ostalků atd. — se udržují např. v křesťanství podnes.)¹⁴

Takovéto vysvětlení původů symbolů z mytologie, pro které svědčí řada do-

ložených případů (bůh Mars — symbol války, bůh Hermes — symbol obchodu atd.), by ovšem nijak nevylučovalo skutečnost pozdějšího, analogického tvoření symbolů bez mytologického pozadí, tvoření symbolů pro ztělesňování vědomě pozemských společenských sil, přesněji: jejich odrazu ve společenském vědomí. Naopak, je jenom přirozené, že nová společenská hnutí plně využila — vedle jiných všelidských rysů společenské mentality — i jejího zděděného sklonu vyjadřovat pomocí symbolů ideje zasluhující úcty, oddanosti atd. Skutečnost mytologického původu nejstarší symboliky není tedy naprosto žádným důkazem pro to, že by každá ideologie, která symbolů (byť z mytologie převzatých) používá, měla náboženský charakter.¹⁵

Potřeba symbolů v třídě politických, náboženských a národních hnutích je dána již tím, že se členové hnutí musejí při různých příležitostech podle nějakého vnějšího znaku vzájemně poznávat a sjednocovat. Zejména prapory, vlajky a odznaky plní úspěšně tuto funkci. Používání symbolů je však i důsledkem jednoduchého, empirického myšlení, které i dnes u mnoha lidí převládá nad myšlením racionálně abstraktním; a v této souvislosti má symbol tendenci stát se jakousi náhražkou za ideologii. Symbol je hmatatelný, konkrétní, lehce postžitelný, kdežto soustava abstraktních idejí něčím vzdáleným, těžko pochopitelným. Proto se též morálně politické city, které se vztahují k cílům hnutí, ke společenskému ideálu a jsou zdůvodňovány v ideologii, zhusta přenášejí na symboly. To má patrně také na mysli Adam Schaff, když hovoří o tendenci symbolu k „mytologizaci“ (133: 173).¹⁶ Vnější podoba symbolu je více nebo méně konvenční, tj. není v žádném nebo skoro v žádném vztahu k soustavě idejí, kterou reprezentuje. Podoba kříže nám neřekne sama o sobě nic o křesťanství, právě tak jako znak srpů a kladiv neřiká nic o vědeckém socialismu.¹⁷ Symboly jsou proto vůbec nezpůsobilé pro komunikování předem neznámého

¹⁴ Podobný názor — totiž že symbol vznikl rozštěpením původní, ve společenském vědomí existující totožnosti pojmů a věcí, příp. slov — vyslovil K. Th. Preuss (srv. Herrmann, 47: 10).

¹⁵ Používání symbolů (mezi jiným) je de Manovi důvodem pro označení socialismu za „pokračování křesťanství“. Podobně jako ono má i mezinárodní dělnické hnutí své „svaté“ a své „apoštoly“ (srv. 13: 107). I když nelze popřít, že za kapitalismu ve vědomí zaostalé, většiči části chudiny, která se připojuje k revolučnímu hnutí, leckdy dochází ke svéráznému spojování prvků vědeckého socialismu s představami náboženskými, jsou podobné analogie nesprávné a povrchní, neboť absolutizují některé všelidské prvky společenské mentality na úkor mentality třídění a zejména ignorují ideologii, v níž se přece nejjasněji projevuje podstata každého hnutí. Ve formě projevu ideologie, ve všelidských prvcích společenské mentality vidí de Man (a psychologizující sociologové vůbec) přímo obsah a podstatu ideologie. U de Mana nelze také nevidět snahu popřít revoluční novost marxismu jako vědecké ideologie, snahu vydávat marxismus za pouhé „nové náboženství“.

¹⁶ Od tohoto druhu symbolů se ovšem zásadně odlišují symboly používané v některých vědách, např. v matematice, logice atd. nebo i v praxi (dopravnictví). I když i zde jde o reprezentování abstraktních idejí hmotným jevem, nelze tu hovořit ani o emocionalitě, ani o třídnoti, ani o tendenci k mytologizaci. Funkce těchto symbolů je čistě racionální a společensko-tříděně neutrální. Je jistým nedostatkem Schaffovy knihy, že k tomuto rozdílu nepřihlíží.

¹⁷ Konvenčnost tu ovšem není absolutní. Kříž hraje významnou úlohu v kristovské legendě. Srp a kladivo byly do nedávna nástroje typické pro práci dělníků a rolníků. Ani symboliku barev nelze vždy považovat za zcela konvenční. Červená byla už v prehistorických dobách považována za barvu života, a to nikoli náhodně, nýbrž podle barvy krve. Tato barva nadto působí excitativně na vnímatele a je tedy i z tohoto důvodu vhodnou barvou revolučních hnutí.

ideologického obsahu a stojí v tomto ohledu ještě daleko za jinými názornými a emocionálně působícími prostředky.

Symbolsy mohou zůstat tytéž, i když se ideová náplň, pro které byly původně vytvořeny, naprosto změnila. Rudá barva praporu revoluční utiskované dělnické třídy mohla se stát nejen barvou praporu reformistických stran i barvou praporu levicově dogmatického sektářství, ale dokonce — s hákovým křížem — barvou praporu nacismu.

Strnulost symbolů a měnlivost ideologií pod nimi skrytých — ve spolupůsobení s jinými okolnostmi — umožňuje, aby emoce, které se k daným symbolům tradičně pojí, přestaly sloužit původním cílům a začaly sloužit cílům novým. Z řady případů lze doložit, že symboly mohou vedle pozitivní funkce, pro kterou příp. byly vytvořeny, sehrát i negativní úlohu klamání mas, že se mohou stát překážkou poznávání pravdy. Jako druh materiálního znaku se symbol může svému původnímu významu odcizit ještě snadněji (pro svou konvenčnost) než znaky jiné, zejména slovní. Přeceňování symboliky a podceňování slovní propagandy představuje proto vždy nebezpečí pro čistotu ideologie.

Zvláště nebezpečné po této stránce je nabubřování *osobnostní symboliky*. Osobnosti, čelní představitelé společenských skupin patří odedávna k symbolickým objektům ve všech společenských hnutích. Jejich osobní přítomnost, jejich obrazy, busty i pouhé jejich jméno v heslech, názvech institucí, závodů, ulic atd. plní podobnou úlohu jako prapor, erb nebo znak. Hovoří-li se o úloze osobnosti v dějinách, běžně se tato její funkce — funkce symbolu — opomíjí, ačkoli jde o funkci společensko-psychologicky velmi významnou.

Symbol osobnostní se ovšem liší od symbolů ostatních tím, že svým původem nikdy není konvenční. Ta neb ona osobnost se stává symbolem určitého hnutí proto, že je jeho skutečným nebo alespoň legendárním zakladatelem nebo vůdcem. Jako symbol tedy reprezentuje ideje, které sama skutečně nebo podle legendy hlásá nebo hlásala. Kolem těchto předních postav hnutí vzniká často řada pověstí, které je pozvedávají vysoko nad obyčejné lidi a v náboženských hnutích z nich činí proroky, svatí a přímo bohy. Osobnost je zvláště vhodným objektem pro mytologizaci.

Historická osobnost ovšem plní též funkci živého, aktivního sociálního činitele (s výjimkou monarchů „vládnoucích“ ještě ve vyspělých buržoazních demokraciích plní za svého života *především* tuto funkci), to znamená, že na rozdíl od praporu, znaku atd. má objektivně reálné osobní ideologické a vůdcovské kvality. Tím už je dána možnost vzniku protikladu mezi touto její funkcí a její funkcí jako symbolu. Živá osobnost může reálně opustit sociální pozici, pro kterou se stala symbolem. Vůdce se může více nebo méně odchýlit od původní ideologie, může se dopustit jejího hrubého překrucování, přímo zradit a dokonce přejít do nepřátelského tábora. Masy stoupců hnutí, které se zatím nedovedou samostatně orientovat v ideologických otázkách, přejdou pak — zejména v případě, že byly vychovávány k tomu, aby za ideu substituovaly osobnost — z dosavadní linie, aniž si to zprvu uvědomují. Hnutí se pak takovéhoto osobnosti musí zbavit, případně vykázat jim skromnější místo ve svých dějinách. Čím více osobnost-symbol v povědomí mas splynula s podstatou idejí, které reprezentovala, tím obtížnější a bolestnější je takovýto proces.

Kult osobnosti v dějinách dělnického hnutí vytváří vážné nebezpečí desorientace mas už tím, že nabubřuje v propagandě osobnostní symboliku do té míry, že nahrazuje osobností ideologii a stranu. Vztah mezi ideologií a jejím osob-

nostním symbolem se tak převrací: ideologie, či lépe její název a prestiž, se stává symbolem pro osobnost. Neblahé sociální důsledky deformací a chyb, které z absolutizace osobní moci nevyhnutelně následují, vedou pak zcela logicky k tomu, že masy ztratí důvěru nejen v osobnost, nýbrž v celé hnutí, které si navykly s touto osobou ztotožňovat.

U osob nežijících (tím spíše u osob legendárních) je ovšem možné i to, aby nabyly v tradici lidu nebo těch či oněch tříd podoby, jakou ve skutečnosti neměly, aby se staly reprezentanty idejí, které nazastávaly. Např. kníže Václav mohl v povědomí českého lidu nabýt povahy „ochránce české země“, ačkoli byl oddaným německým vasalem; Jánošík se jeví v původní tradici lidové jako symbol odboje proti panskému feudálnímu a národnímú útlaku, v pozdější tradici buržoazní (např. u Paulinyho-Totha) se stává zbojníkem-vzdělavcem, odchovancem jezuitského učiliště, který hlásá zásady křesťanství „nezabiješ“ a „nepokradeš“, nebo jinde (u Gustava Maršalla Petrovského) dokonce bojovníkem za reakční záměry Vídně (srv. Melicherčík, 111).

V případech, kdy se lidová tradice rozchází s historickou pravdou o dotyčných osobnostech, naráží ovšem odhalování a šíření této pravdy na značné potíže. Existuje i jistá možnost využít přizpůsobivosti symbolů různým ideologiím (která je byt v menší míře vlastní i symbolům osobnostním) a zamlčet zčásti nebo úplně nepřijemné pravdy o osobnostech, které žijí ve vědomí lidu jako reprezentanti jiných skutků či idejí nežli těch, jejichž nositeli opravdu byli. Např. byla jistá možnost ponechat osobnost J. V. Stalina ve funkci symbolu pro ideje komunismu, které pod jeho jménem ctíli stoupenci dělnického hnutí, a pokusit se o odstraňování důsledků jeho kultu a ideologických a ekonomicko-politických deformací socialismu bez úplného odhalení pravdy o jeho osobě. I když by tato metoda byla množství lidí uchránila psychických ořesů a představovala by propagandisticky pohodlnější cestu, nemohla být realizována. Tato cesta by byla znamenala nesprávně interpretovat dějiny, zejména úlohu J. V. Stalina a jiných osob i idejí a politiky s nimi spjaté. Za druhé — a to je závažnější — umožňovala by zachovat a dále rozvíjet právě ty odchylky od ideologie a praxe marxismu, kterými se tyto osobnosti svému hnutí odcizovaly. Velká část těchto deformací v metodách myšlení a práce těchto osob byla totiž nekriticky přijímána jako klady politickým aktivem a napodobována. Odhalovat je i do osobních důsledků musí každé hnutí nebo společnost, jež se jich chce opravdu zbavit.

Osobnostní symboliku není ovšem možno a není ani třeba úplně z propagandy vyloučit pro pouhou možnost jejího nabubření. V hnutí, které se chce řídit vědeckou ideologií, měla by však mít jen vedlejší, pomocnou funkci.

*

Obrazné a umělecké prostředky propagandy jsou schopny doplnit propagandu slovní větší názorností a emotivní působivostí. Pro neschopnost být samostatnými nositeli ideologie však také představují i jisté nebezpečí pro ideovou jasnost, jakmile jich je používáno nad míru a na úkor slovní propagandy. Na takovém zneužívání těchto prostředků může mít objektivně zájem jen ten, komu je třeba budít v lidech temné emoce, aby dosáhl svých cílů rozcházejících se se zájmy lidu, cílů, které je třeba před lidem tajit a schovávat za clonu neurčitého a mohutného citového zaujetí.

V mezinárodním dělnickém hnutí jde jednostranné používání těchto prostředků

a zanedbávání seriózní ideologické práce vždy ruku v ruce s nebezpečím byrokratismu a diktátorství. Není naprosto náhodným jevem, že právě období kultu osobnosti se vyznačovalo mezi jiným nahrazováním věcného, střízlivého, vědecky kritického projednávání politických, hospodářských a ideologických otázek vnější okázalostí.¹⁸

Zásada, že racionální působení zvukovým jazykem musí v pokrokové propagandě mít dominující úlohu, neřeší samozřejmě všestranně a konkrétně otázku, jak, kdy a kde kombinovat různé prostředky propagandy, aby její působivost byla optimální. Tuto otázku lze řešit jen s přihlédnutím k vyspělosti propagandistů i příjemců propagandy, k celkové i zvláštní situaci. Správná odpověď vyžaduje v každém případě stálou péči o zpětné vazby komunikačních kanálů propagandy. Především je třeba sledovat *ohlas* propagačního působení mezi lidmi a to u prostředků masové komunikace vyžaduje organizaci stálého odborného průzkumu. Objektivní a trvalé zjišťování výsledků propagandistické práce pak umožní snížit na minimum odcizování výsledků propagandy původnímu záměru a včas a citlivě reagovat nejen na všechny společenské problémy, které lidmi hýbou, ale také na všechny změny v jejich postojích a citlivosti vůči různým formám propagandistického působení.

¹⁸ Jednání různých schůzí a konferencí koncem 40. a počátkem 50. let se v ČSR běžně vyznačovala přemírou praporů, bust, obrazů, kulturních vloček, slavnostních pozdravů atd., což vše bránilo věcnému pohledu na projednávané otázky a obvykle sloužilo k zastrání vážných nedostatků ve společnosti.