

UTVÁŘENÍ POSTOJŮ OBYVATEL ČESKÉHO MĚSTA I.

**Lidé s vlivem a osobní mezilidská komunikace při utváření
politických postojů v lokální komunitě**

(Rozpracování projektu a metodika výzkumu)

**H.Jeřábek, R.Gabriel, M.Kříž, H.Malečková, M.Novák,
E.Pilíková, K.Plecitá, J.Remr, A.Vlachová**

WP 99:7

1999

Tříletý výzkumný projekt je financován Grantovou agenturou České republiky, grant č. 403/99/0370, použito bylo také prostředků grantu UK FSV.

SoÚ AV ČR a UK FSV, Institut sociologických studií, Praha, 1999

Obsah

ABSTRAKT ABSTRACT ANNOTATION.....	5
1. ÚVOD	9
Proč vznikla tato publikace?	9
Co je obsahem studie?	9
Jak může být studie čtena?	10
Poděkování:	10
2. CÍLE VÝZKUMU	11
3. HLAVNÍ VÝZKUMNÁ TÉMATA, PROBLÉMY, HYPOTÉZY A NÁVAZNOST NA LITERATURU	15
3.1. Role interpersonální komunikace a médií při utváření názorů a postojů	15
3.2. Zjišťování názorových vůdců a vlivných lidí a měření síly osobního vlivu	16
3.3. Působení názorových vůdců a masmédií při utváření postojů obyvatel českého města	18
3.4. Typy názorových vůdců a odlišné vzorce jejich komunikačního chování	20
3.5. Strukturace obecných a dílčích postojů k veřejným otázkám	21
3.6. "Politické predispozice", "křížové tlaky", "názorová izolace" a úloha "spirály mlčení" při utváření názorů a postojů	27
3.7. Vztahy "názorového vůdcovství", "sociálního statusu" a "sociálního kapitálu"	28
3.8. Štěpení (cleavages) politických preferencí	29
4. METODIKA VÝZKUMU	30
4.1. Uspořádání výzkumu	30
4.2. Výběr	30
4.3. Výzkumné nástroje	30
5. DÍLČÍ VÝZKUMNÉ PROJEKTY	31
5.1. Názorové vůdcovství, politické postoje a komunikační chování	31
5.2. Lokální a kosmopolitní role v české společnosti	38
5.3. Spirála mlčení aneb kdo a proč změní při volebním aktu své preference	41
5.4. Názorové vůdci a utváření stranické loajality	46
5.5. Symbolický kapitál názorových vůdců	51
5.6. Změny voličských preferencí mezi volebními kampaněmi	56
6. HISTORIE VÝZKUMNÉHO PROJEKTU	60
6.1. Přípravná fáze - rozpracování projektu	60
6.2. Výzkumné zadání agentuře	61
6.3. Výběr města	63
6.4. Příprava výběru	64
6.5. Příprava výzkumných nástrojů	66
6.6. Příprava terénu - informační akce v Klatovech	67
7. VSTUP DO MĚSTA.....	68
7.1. První rozhovory a spolupráce s radnicí	68
7.2. Pilotáž dotazníku v Lubech	69
7.3. Zabezpečení adres, údajů a bezpečnosti dotazovaných	70
7.4. Instruktaž tazatelů v Klatovech	70
8. VÝZKUMNÝ NÁSTROJ	71
9. SHRUTÍ SUMMARY ZUSAMMENFASSUNG.....	73
10. LITERATURA	81
11. PŘÍLOHY	85

UTVÁŘENÍ POSTOJŮ OBYVATEL ČESKÉHO MĚSTA I.

LIDÉ S VLIVEM A OSOBNÍ MEZILIDSKÁ KOMUNIKACE PŘI UTVÁŘENÍ POLITICKÝCH POSTOJŮ V LOKÁLNÍ KOMUNITĚ

H.Jeřábek, R.Gabriel, M.Kříž, H.Malečková, M.Novák, E.Pilíková, K.Plecitá, J.Remr, A.Vlachová

ABSTRAKT

Obsahem publikace je rozpracování projektu, metodika a dokumentace první fáze výzkumu „Utváření postojů obyvatel českého města.“ Výzkum s podrobnějším označením „Lidé s vlivem a osobní mezilidská komunikace při utváření politických postojů v lokální komunitě“ je financován Grantovou agenturou České republiky, grant č.403/99/0370. K hlavním cílům výzkumného projektu patří identifikace názorových vůdců, názorově vlivných lidí resp. tvůrců veřejného mínění, dále zkoumání procesů osobní mezilidské komunikace a masové komunikace a zjišťování struktury postojů k veřejným otázkám. Výzkumem je ověřována škála síly osobního vlivu [Noelle-Neumann 1983,1985] z hlediska validity, reliability i vhodnosti využití jako nástroje pro zjišťování míry názorového vlivu. Předmětem výzkumu je ověření vztahů názorového vůdcovství a interpersonální komunikace k teoriím R.K.Mertona (lokální a kosmopolitní typy vlivných lidí), Pierra Bourdieu (sociální a kulturní kapitál) a Elisabeth Noelle-Neumannové (spirála mlčení). Bude ověřována hierarchická struktura sociálních postojů [Fleishman 1988] jako alternativa k teorii P.Converse [Converse 1964]. Standardizované rozhovory na náhodném výběru 1500 obyvatel středně velkého českého města Klatovy realizované v září a říjnu 1999 představují první fázi panelového šetření plánovaného na podsouboru 500 obyvatel reprezentujících město a 300 názorových vůdců v roce 2000 s cílem zkoumat proces utváření sociálních postojů a volebních preferencí k senátním volbám na podzim roku 2000. Zpracování výsledků výzkumu budou věnovány samostatné publikace.

KLÍČOVÁ SLOVA

názoroví vůdci, tvůrci veřejného mínění, lidé s vlivem, vlivní lidé, osobní mezilidská komunikace, politické postoje, utváření postojů, škála síly osobního vlivu, lokální a kosmopolitní vlivní lidé, sociální a kulturní kapitál, spirála mlčení, lokální komunita, panelové šetření

THE CZECH „MIDDLETOWN“ CITIZENS' ATTITUDE CRYSTALLIZATION“ I. INFLUENTIALS AND THE INTERPERSONAL COMMUNICATION IN THE FORMATION OF POLITICAL ATTITUDES IN A LOCAL COMMUNITY

**H.Jeřábek, R.Gabriel, M.Kříž, H.Malečková, M.Novák, E.Pilíková, K.Plecitá, J.Remr,
A.Vlachová**

ABSTRACT

The paper includes a developed project and methods and documentation of the first stage of research on “The Czech "Middletown" Citizens' Attitude Crystallization”. The research with a detailed heading “Influentials and the Interpersonal Communication in the Formation of Political Attitudes in a Local Community” is funded by the Czech Republic Grant Agency; grant no. 403/99/0370. The main objective of the research project is to identify opinion leaders, influentials, or public opinion builders, further to search into the processes of interpersonal communication and mass communication, and to inquire into the crystallization of attitudes towards the public issues. The research verifies the personality strength scale [Noelle-Neumann 1983,1985] from the aspects of its validity, reliability and suitability as an instrument used to determine a personality strength degree. The research subject is to verify the relationships of opinion leadership and interpersonal communication to the theories of R.K.Merton (local and cosmopolitan influentials), Pierre Bourdieu (social and cultural capital) and Elisabeth Noelle-Neumann (spiral of silence). Further, the organization of social attitudes [Fleishman 1988] will be subject to verification as an alternative to P.Converse's theory [Converse 1964]. Standardized interviews on a random sample of 1500 citizens of a Czech middle town Klatovy, effected in September and October 1999, represent the first stage of a panel study projected on a subset of 500 citizens representing the town and 300 opinion leaders in 2000 with a view to investigate into the processes of the formation of social attitudes and electoral preferences in relation to the Senate elections in autumn 2000. A separate publication will deal with the research results.

Keywords:

opinion leaders, influentials, interpersonal communication, mass communication, political attitudes, attitudes crystalization, attitudes formation, personality strength scale, local and cosmopolitan influentials, social and cultural capital, spiral of silence, local community, panel study

DIE FORMIERUNG DER EINSTELLUNGEN DER BEWOHNER EINER TSCHECHISCHEN STADT I.

**H.Jeřábek, R.Gabriel, M.Kříž, H.Malečková, M.Novák, E.Pilíková, K.Plecitá, J.Remr,
A.Vlachová**

ANNOTATION

Den Inhalt der Publikation bildet die Ausarbeitung des Projekts, der Methodik und der Dokumentation der ersten Phase der Untersuchung zum Thema „Die Formierung der Einstellungen der Bewohner einer tschechischen Stadt“ (Czech "Middletown" Citizens Attitude Crystallization). Die Untersuchung mit der detaillierteren Bezeichnung „Einflußreiche Menschen und die interpersonale Kommunikation bei der Formierung politischer Einstellungen auf der lokaler Ebene“ (Influentials and the interpersonal communication in the formation of political attitudes in a local community) wird von der Grantagentur der Tschechischen Republik (Subvention Nr. 403/99/0370) finanziert. Zu den Hauptzielen der Untersuchung gehört die Identifikation der Meinungsführer (Opinion Leaders), der aufgrund ihrer Ansichten einflußreichen Menschen (Influentials) bzw. der Meinungsbildner, d.h. derjenigen, die die öffentliche Meinung beeinflussen, des Weiteren die Untersuchung der Prozesse der interpersonalen Kommunikation, sowie der Massenkommunikation und die Feststellung der Strukturierung der Einstellungen hinsichtlich der öffentlichen Angelegenheiten. Durch die Untersuchung wird die Bandbreite der Stärke des persönlichen Einflusses, d.h. die Persönlichkeitsstärkeskala [Noelle-Neumann 1983, 1985] unter dem Blickwinkel der Validität, der Reliabilität und der Eignung bei der Anwendung als eines Instruments für die Feststellung des Maßes des Einflusses von Ansichten überprüft. Den Gegenstand der Untersuchung bildet die Überprüfung der Beziehungen der Meinungsführerschaft und der interpersonellen Kommunikation im Hinblick auf die Theorien R.K. Mertons (lokale und kosmopolitische Typen der einflußreichen Menschen), Pierre Bourdieus (soziales und kulturelles Kapital) und Elisabeth Noelle-Neumanns (die Schweigerspirale). Die hierarchische Strukturierung der sozialen Einstellungen [Fleishman 1988] wird in ihrer Eigenschaft als einer Alternative zu den Theorien P. Converse [Converse 1964] überprüft werden. Standardisierte Interviews mit einer repräsentativen Wahrscheinlichkeitsauswahl von 1500 Einwohnern der mittelgroßen tschechischen Stadt Klatovy, die im Zeitraum von September bis Oktober 1999 durchgeführt wurden, bilden die erste Phase einer Paneluntersuchung, die für ein Unterensemble von 500 die Stadt repräsentierenden Einwohnern und 300 Meinungsführern im Jahre 2000 mit dem Ziel geplant ist, den Prozeß der Formierung sozialer Einstellungen und Wahlpräferenzen für die Senatswahlen im Herbst 2000 zu untersuchen. Den Untersuchungsergebnissen werden selbständige Publikationen gewidmet werden.

SCHLÜSSELWORTE

Meinungsführer; Meinungsbildner; die einflußreiche Menschen; interpersonale Kommunikation; politische Einstellungen; Formierung von Einstellungen; Persönlichkeitsstärke Skala; lokalen und kosmopolitischen Meinungsbildner; soziales und kulturelles Kapital; Schweigerspirale; Paneluntersuchung.

1. ÚVOD

Prvotním úkolem publikace je seznámit odbornou veřejnost s výzkumným projektem, jeho hypotézami, metodikou a průběhem prvního roku jeho řešení. Studie bude zároveň sloužit jako učební text pro výuku metod sociologického výzkumu.

PROČ VZNIKLA TATO PUBLIKACE?

Autorský tým vedlo k sepsání a vydání této studie několik motivů:

K hlavní důvodům patřilo přesvědčení, že je užitečné rozvinout zkoumaný problém a **publikovat hypotézy dříve, než výzkumník získá do ruky sebraná data**. Jen tak lze jednoznačně rozlišit nahodilé výsledky od pozitivních nebo negativních odpovědí na položené hypotézy.

Řada výzkumných výsledků je významně ovlivněna kontextem svého vzniku. Pro čtenáře výsledků výzkumu i pro samotného výzkumníka je tedy dobře, aby si byli vědomi, **za jakých okolností výzkum probíhal a jaké metodiky bylo použito**, tj. jak probíhal výběr místa výzkumu a jakou míru reprezentativity dat je tedy možno očekávat, jak byl výzkum přijat v dané komunitě, s jakou ochotou a s jakým zájmem se setkal u respondentů, jaký výběrový postup byl použit, jaké uspořádání výzkumu a jaké metody sběru dat byly použity, jak probíhala příprava výzkumných nástrojů a spolupráce v terénu a podobně.

Snahou výzkumného týmu bylo **poskytnout metodiku a dokumentaci pro případné zájemce o provedení podobného srovnávacího výzkumu** buď někdy v budoucnosti nebo v jiné komunitě, v jiném prostředí nebo i v jiné zemi.

Předložený výzkumný projekt je sociologickou výzkumnou dílnou, v níž je prováděn reálný relevantní sociologický výzkum a zároveň řízená výuka v doktorandském a magisterském studiu sociologie na fakultě sociálních věd UK. Předkládaná publikace má tedy předpokládané využití také jako **učební text, který pokud možno co nejpodrobněji seznamuje čtenáře, kterými jistě budou i studenti sociologie, se všemi fázemi přípravy výzkumného šetření**, v tomto případě až do momentu sběru dat v terénu.

CO JE OBSAHEM STUDIE?

V kapitole 2. Cíle výzkumu je stručně vyložena vstupní teoretická rozvaha a je zde nastíněna idea výzkumu. Ve 3. kapitole je rozpracován výzkumný problém do podoby osmi dílčích zkoumaných otázek, jsou zde formulovány hypotézy ve vazbě na jednotlivé problémové okruhy a v této kapitole je také diskutována relevantní literatura. 4. kapitola obsahuje stručný projekt metodiky výzkumu. V 5. kapitole jsou rozvedeny dílčí výzkumné problémy a s nimi spjaté hypotézy a je v ní diskutována relevantní literatura, o níž se dílčí autorizované výzkumné projekty opírají. 6. kapitola obsahuje detailní popis provedení výzkumu, zejména po metodické stránce. V 7. kapitole je rozvedena ta část metodiky, která souvisela přímo s přijetím výzkumu a jeho organizací v terénu a se zabezpečením etické a právní stránky výzkumu ve smyslu ochrany osobních práv dotazovaných. 8. kapitola je věnována obsahu výzkumného nástroje a je doplněna nejvýznamnějšími přílohami výzkumu - dotazníkem v české i anglické verzi. Studie obsahuje větší počet příloh. Ty dokumentují průběh přípravné fáze výzkumu a mají v publikaci jak dokumentační, tak i pedagogickou roli.

JAK MŮŽE BÝT STUDIE ČTENÁ?

Lze si snadno představit *trojí různý způsob čtení předložené studie*: **1. Výzkumník, který chce navazovat** na tento výzkum se seznámí s cílem a hypotézami výzkumu, tedy zejména s kapitolou 2. a 3., poté prostuduje metodiku výzkumného šetření v kapitole 4. a vybere si z příloh ty, které mu pomohou použít srovnatelné postupy. **2. Studentovi, který se chce seznámit s procesem sociologického výzkumu** bude studie sloužit jako pohled do sociologické dílny. Bude patrně číst publikaci krok za krokem. Pod vedením učitele pak využije buď věcně nebo metodicky orientované kapitoly k diskusím a rozsáhlý seznam literatury k dalšímu studiu. **3. Třetí způsob využití** publikace již předem počítá s postupným zveřejňováním zpracovaných výsledků formou odborných statí, v nichž již bude možno odvolat se na tuto *studii jako na dokumentační zdroj k výzkumu*, a to jak po stránce použité metodiky, tak i z hlediska teoretického rozboru a předem formulovaných hypotéz.

PODĚKOVÁNÍ

Studii zpracovala výzkumná skupina pracovníků, doktorandů a studentů Fakulty sociálních věd University Karlovy a Sociologického ústavu Akademie věd České republiky pod vedením Hynka Jeřábka. Výzkumný projekt "Lidé s vlivem a osobní mezilidská komunikace při utváření politických postojů v lokální komunitě" (Influentials and the interpersonal communication in the formation of political attitudes in a local community), v jehož rámci studie vznikla, je podporován Grantovou agenturou České republiky (grant č.430/99/0370). K dofinancování výzkumu bylo dále využito prostředků institucionálního grantu University Karlovy, Fakulty sociálních věd „Česká společnost na přelomu druhého a třetího tisíciletí“. Z prostředků tohoto fakultního grantu bylo také financováno vydání této publikace. Studie zahrnuje soubor hypotéz a rozpracovaných výzkumných problémů doplněný diskusí relevantní literatury, metodiku výzkumného šetření, použitý výzkumný nástroj a dokumentaci prvního roku výzkumné práce. Autoři děkují za podporu GAČR, agentuře MEDIAN, která provedla sběr, pořízení a kontrolu dat a podílela se i na zpracování výběru dotazovaných, oběma oponentům, dále Sociologickému ústavu AV ČR za vydání v edici ústavu, vedení města Klatov, regionálními médii i všem zúčastněným terénním pracovníkům a zejména všem dotazovaným v Klatovech za čas a úsilí, které vynaložili ve prospěch zdárného uskutečnění první fáze tohoto výzkumu.

2. CÍLE VÝZKUMU

Výzkum "Utváření postojů obyvatel českého města" si klade za cíl zjistit, jak jsou stále a nakolik se mění názory a postoje lidí k nejrůznějším oblastem života společnosti, k veřejným věcem, událostem i společenským problémům ve městě, v České republice i ve světě. Zkoumá tyto otázky na příkladu středně velkého města, které zde slouží jako model komunity, v níž dochází k výměně názorů mezi občany v rodině, sousedství, veřejném životě, v práci i ve volném čase.

Východiskem výzkumného projektu je představa, že názory a postoje lidí vyrůstají z jejich životních zkušeností a hodnot, z rodinné tradice a přejatých zvyků. Jsou ovlivňovány výchovou a okolním prostředím, reagují na události místního i celospolečenského významu. Jsou do určité míry formovány veřejným míněním, tedy názory ostatních lidí, s různou mírou autoritativnosti prosazovanými. Cíleně i jakoby mimochodem jsou názory a postoje lidí utvářeny působením masových médií - televize, rozhlasu i tisku.

Výzkum předpokládá, že postoje lidí se nemění skokem ze souhlasných na nesouhlasné nebo naopak. Je založen na předpokladu postupného utváření určitého strukturovaného postoje z více méně nahodilé směsi názorů a mínění, které jsou většinou jen částečně vzájemně provázány. Předmětem výzkumu je také zkoumání vazeb mezi těmito jednotlivými názory. Výzkumný přístup vědomě rozlišuje situace, kdy dotázaný má na událost nebo problém již vytvořený vyhraněný názor, od situací, kdy si jej dosud nevytvořil pro nezájem nebo nedostatek informací anebo kdy mu v jiném případě vzájemně protichůdné argumenty brání takový konzistentní názor si vytvořit.

Výzkumný záměr počítá s úlohou masových sdělovacích prostředků, které lidem přinášejí informace a prezentují názory k jednotlivým událostem a problémům. Zvláštní místo ve výzkumu postojů populace zaujímají tzv. názoroví vůdci (opinion leaders) resp. tvůrci veřejného mínění (die Meinungsbildner), tj. lidé, kteří na danou událost nebo konkrétní problém mají vytvořený názor a dokáží o něm přesvědčit další osoby ve svém okolí. Jsou to lidé, kteří jsou častěji dotazováni na radu a častěji ochotně sdělují své názory ostatním lidem, dovedou poradit. Z jiných výzkumů víme, že tito lidé více vyhledávají informace v masových médiích, seznamují se s názory publikovanými v tisku, sledují diskusní pořady, jsou aktivní ve veřejném životě apod., nepatří však v zásadě jen k jedné společenské vrstvě, ale náleží naopak k nejrůznějším stupňům společenského žebříčku, najdeme je ve všech společenských skupinách.

Sledování role názorových vůdců nás přivedlo do nevelkého města, kde spolu lidé komunikují v rámci městské komunity, více se znají a lépe vědí, na koho se obrátit o radu než v anonymitě velkoměsta. Předpokládáme, že bude dotazován každý asi desátý dospělý obyvatel města, tj. vlastně člen každé třetí nebo čtvrté domácnosti ve dvacetitisícovém městě.

Protože cílem výzkumu je zjišťování změn v názorech lidí a zkoumání procesů utváření postojů obyvatel, plánujeme dotazovat část obyvatel opakovaně, ještě několikrát v průběhu roku 2000. Panel opakovaně dotazovaných osob chceme vytvořit z obyvatel, kteří v první vlně dotazování vysloví ochotu ke spolupráci. Panel bude sestávat ze dvou částí: jedna bude reprezentovat celek obyvatel města, druhá - menší část panelu - bude tvořena názorovými vůdci. Všichni členové panelu budou dotazováni na názory, u nichž lze předpokládat možný vývoj: buď krystalizaci názoru, jeho konkretizaci, nebo změnu názoru následkem vlivů zvnějšku. Jednou z variant je, že jiný člověk v mezidobí mezi dvěma dotazy respondenta

přesvědčil, aby změnil svůj názor. Druhou možností je, že změnu názoru způsobila zpráva o události nebo jiná informace publikovaná v masmédiích. Třetím možným důvodem změny názoru nebo mínění dotazovaného je přijetí odlišného názoru, který byl prezentován v masmédiích. Častějším případem je však situace, při níž nedochází k proměně názoru, ale jen k jeho krystalizaci, zvyšování jeho určitosti, konkrétnosti nebo přesvědčení dotázaného. Dosud nerozhodnutý volič se rozhodne, že bude volit konkrétní volební stranu pod dojmem masmediální kampaně nebo na základě rozhovoru s přítelem. Jindy dochází k opačnému procesu - ke snižování jistoty názoru, přesvědčenosti o správnosti rozhodnutí. Volič je rozčarován chováním představitelů strany, kterou zvolil, je zklamán nesplněnými předvolebními sliby. To však neznamená, že by hned změnil své volební preference a v odpovědi vybral jinou stranu. Po nějakou dobu může zůstat nerozhodnutý.

V panelové části výzkumu nás budou zajímat jednak změny v názorech dotázaných, jednak příčiny, důvody těchto změn.

Schéma 1 rozlišuje hlavní objekty zájmu výzkumu. Jsou jimi postoje dospělých obyvatel středně velkého českého města a jejich konkrétní rozhodnutí, volební preference, utváření, ovlivňování a vývoj těchto postojů a volebních preferencí. Postoje jsou ovlivňovány průběhem událostí, na něž reagují. Vznikají a utvářejí se v reakcích na názory a komentáře, s nimiž se lidé setkávají v masových médiích a v osobní mezilidské komunikaci. Další, konkrétnější rovina zjišťování, se týká konkrétních dílčích rozhodnutí, volebního chování v minulosti a volebních preferencí v současnosti. Také tato konkrétní rozhodnutí jsou uskutečňována pod vlivem informací o událostech a za spolupůsobení názorů a komentářů masových médií a interpersonální komunikace.

Konkrétní preference často závisejí na obecnějších postojích, pokud jsou dostatečně vykrytalizovány. Obecné schéma naznačuje i závislost postojů na obecných hodnotových preferencích, nechává však nepovšimnut složitý vývoj, jímž se formují hodnoty a postoje lidí od dětství a mládí až do dospělosti. Tyto procesy nemohly být předmětem diskutovaného výzkumu.

Schéma 1: Utváření postojů

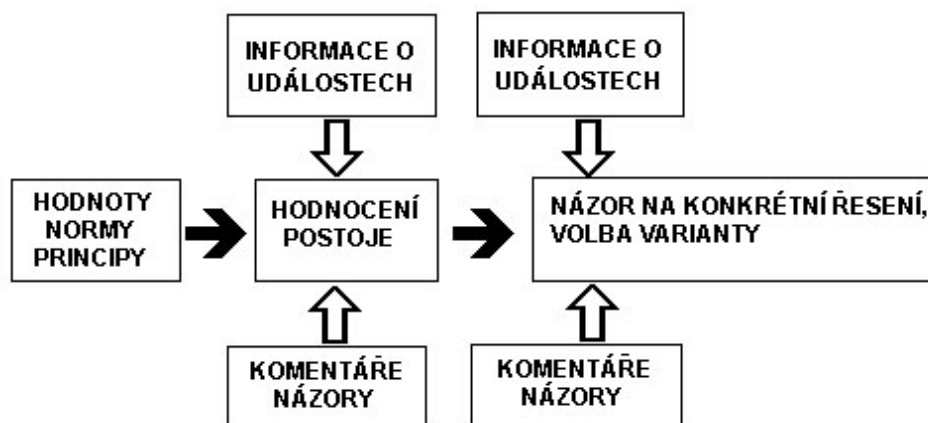


Schéma 2 - Dekompozice úlohy, naznačuje tématické členění výzkumu na jednotlivé dílčí vztahy od působení masových médií na postoje a politické preference až po problém

názorového vůdcovství a jeho roli v utváření názorů, mínění, preferencí a postojů. Jednotlivé úlohy, výzkumná témata a problémy podrobně popisujeme ve druhé a čtvrté kapitole studie.

Podrobnější rozpracování úlohy nalzáme ve schématu 3. Jedním z cílů výzkumu je analyticky rozlišit úlohu osobní mezilidské komunikace od role masových médií při formování konkrétních rozhodnutí a také volebních preferencí i při utváření obecnějších postojů. Zprávy masových médií a jimi zprostředkované názory jsou vnímány selektivně a působí především směrem k příjemci sdělení (silná šipka). Jen se značnými omezeními lze hovořit o opačném procesu ovlivňování obsahu masových médií uvažovanými diváky, posluchači a čtenáři (slabá šipka). Informace a názory z masových médií jsou nabízeny plošně, univerzálně všem. Přijímány a myšlenkově zpracovávány jsou s velice nestejným zájmem a vstřícností nejrůznějších skupin populace. V procesech osobní mezilidské komunikace dochází zpravidla (a to je zároveň jedna z hypotéz) k symetrické situaci výměny názorů a informací mezi jejími účastníky, k jejich předávání a sdílení tváří v tvář.

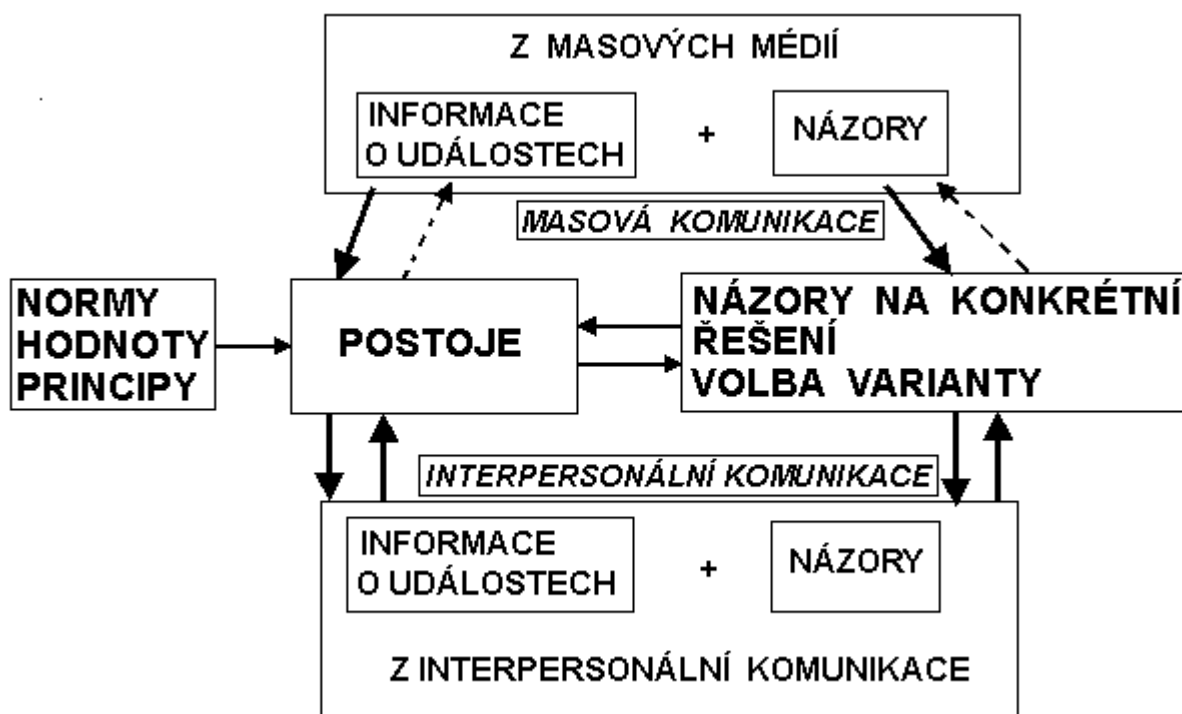
Schéma 2: Dekompozice úlohy



Předpokládáme, že tyto značně odlišné okolnosti na jedné straně masové a na druhé straně osobní mezilidské komunikace se promítnou také do významných rozdílů ve způsobech účinnosti a trvalosti vlivu obou těchto komunikačních zdrojů na utváření názorů a zejména na krystalizaci obecnějších ustálených postojů zkoumaných lidí.

Rozlišení a specifické označení komentářů a názorů na jedné straně a informací o událostech na straně druhé má jen analytickou podobu. Pochopitelně se ke čtenáři, posluchači, divákovi, dostávají informace i názory společně, jak v tištěné, tak i v elektronické podobě. Konceptuálně však považujeme za důležité rozlišovat od sebe situace přejímání hotových názorů a postojů od relativně složitějšího aktivního utváření vlastních názorů a postojů na základě informací o událostech, k němuž dochází pod vlivem sdílených hodnot, již dříve zformovaných postojů a za spolupůsobení mnoha dalších faktorů. Schéma připouští také zpětný vliv konkrétních rozhodnutí, volebních aktů a vyjádřených preferencí na zjišťovanou podobu relativně obecnějších a stálějších postojů.

Schéma 3: Podrobné schéma utváření postojů



V předložených schématech nebylo dostatečně názorným způsobem vyjádřeno výjimečné postavení názorových vůdců, názorově vlivných lidí, tvůrců veřejného mínění. Jejich úloha při utváření názorů a postojů lidí podtrhuje důležitost vyčlenění osobní mezilidské komunikace z celku komunikačních procesů. Názoroví vůdci působí v přímé meziosobní komunikaci, přesvědčují ostatní lidi kolem sebe o svých názorech a postojích a mimo jiné plní i zprostředkující komunikační roli tím, že zprostředkovávají informace a názory z masových médií. Působení masových médií je jak přímé, tak i nepřímé, zprostředkované osobní mezilidskou komunikací. Jejich prostřednictvím se k lidem dostávají názory politiků, významných osobností, populárních hvězd a mnoha dalších aktérů, s nimiž se lidé mohou ztotožnit, s nimiž však nevedou dialog, jejichž činy a názory znají, hodnotí, komentují a dále pak přijímají nebo odsuzují.

Osobní mezilidská komunikace nabízí aktivní účast člověka, jehož postoje zkoumáme, nejen při výběru pořadu, článku, sdělovaného názoru, při volbě populární osoby, s jejímiž názory se může ztotožnit, ale i přímou myšlenkovou účast při zvažování všech pro a proti, argumentační účast, podíl na hledání otázek a odpovědí, interaktivní dotváření nebo utváření

vlastního názoru a postoje. Právě v tom vidíme šanci a možný rozdíl ve způsobech jejího vlivu na utváření názorů lidí oproti jen masové komunikaci, která se prozatím odehrává především jednosměrně a bez velké aktivní účasti čtenářů, posluchačů a diváků. Teprve nedaleká budoucnost s rozšířením interaktivních masových médií sblíží obě formy komunikace a bude mít velmi pravděpodobně za důsledek i podstatné změny v utváření postojů lidí.

3. HLAVNÍ VÝZKUMNÁ TÉMATA, PROBLÉMY, HYPOTÉZY A NÁVAZNOST NA LITERATURU

Výzkumný projekt se soustřeďuje na několik hlavních tématických okruhů. K nim se váží jednotlivé problémy a hypotézy nebo skupiny hypotéz. Jsou to:

1. Role interpersonální komunikace a médií při utváření názorů a postojů
2. Zjišťování názorových vůdců a vlivných lidí a měření síly osobního vlivu
3. Působení názorových vůdců a masmédií při utváření postojů obyvatel českého města
4. Typy názorových vůdců a odlišné vzorce jejich komunikačního chování
5. Strukturace obecných a dílčích postojů k veřejným otázkám
6. "Politické predispozice", "křížové tlaky", "názorová izolace" a úloha "spirály mlčení" při utváření názorů a postojů
7. Vztahy "názorového vůdcovství", "sociálního statusu" a "sociálního kapitálu"
8. Štěpení (cleavages) politických preferencí

3.1. ROLE INTERPERSONÁLNÍ KOMUNIKACE A MÉDIÍ PŘI UTVÁŘENÍ NÁZORŮ A POSTOJŮ

Význam osobní mezilidské komunikace (interpersonal communication) při utváření postojů se dostává do popředí zájmu sociologů vedle působení propagandy a médií již ve čtyřicátých letech počínaje prvními pracemi Kolumbijské sociologické školy. Například ve výzkumu Paula Lazarsfelda a jeho spolupracovníků "The People's Choice" věnovaném presidentské předvolební kampani v USA v roce 1940 na otázku po: "zdrojích, z nichž získali nejvíce informací nebo dojmů pro své konečné rozhodnutí jak volit", která byla voličům položena po volbách, jmenovali ti, kteří v průběhu kampaně změnili své rozhodnutí, relativně častěji přátele nebo členy své rodiny než ti, kteří si podrželi pevný, nezměněný názor v průběhu celé volební kampaně. [Lazarsfeld-Berelson-Gaudet 1944:150-151]

Jak v případě výsledků Lazarsfeldova týmu [Lazarsfeld-Berelson-Gaudet 1944], [Lazarsfeld,P.-Berelson,B.- McPhee 1954] tak i ve výsledcích studie R.K.Mertona [Merton 1949] patří k základním zjištěním nikoli izolované plošné působení masových médií, ale naopak diferencované působení jak masové tak interpersonální komunikace a často rozhodující význam osobní, často neformální, mezilidské komunikace pro formování politických postojů lidí.

Výzkumný projekt si klade jako jeden z poznávacích cílů specifikaci společného, diferencovaně působícího vlivu masové a osobní mezilidské komunikace v nejrůznějších

situacích a v různých oblastech utváření a proměn postojů k otázkám veřejného zájmu a k politickým tématům.

Masová média a interpersonální komunikace představují navzájem se doplňující a často vzájemně nezastupitelné zdroje informací, názorů a postojů sloužící při utváření nebo přejímání postojů dotazovaných k událostem a problémům. V osobní mezilidské komunikaci mají výjimečnou úlohu názoroví vůdci, kteří pro ostatní účastníky komunikace buď sami představují názorové vzory nebo jim zprostředkovávají názorové vzory z masových médií nebo odjinud.

Předpokládáme, že existují a že se prosazují **alternativní modely utváření názorů a postojů** využívající podněty z masových médií, z interpersonální komunikace a specificky i od názorových vůdců.

Modely vyjádříme schematicky s využitím několika předpokládaných skrytých proměnných: MM = působení masových médií; \sim MM = chybí významný přímý vliv masových médií; IK = významná interpersonální komunikace, výměna názorů tváří v tvář s někým jiným; \sim IK = chybí vliv významné interpersonální komunikace; NV = osoba je názorovým vůdcem; \sim NV = osoba není názorovým vůdcem; P = vytvořený postoj; \sim P = nejistota, neurčitý názor. Součástí výběru modelů je i předpoklad, že názoroví vůdci sledují masová média i se významně podílejí na interpersonální komunikaci. Zároveň hypoteticky předpokládáme, že názoroví vůdci mají vytvořen postoj.

MM + IK + NV \Rightarrow P	Sleduje MM, hovoří IK, je NV	\Rightarrow má postoj
MM + IK + \sim NV \Rightarrow P (MM&IK)	Sleduje MM, hovoří IK, není NV	\Rightarrow má postoj (kombinuje)
MM + \sim IK + \sim NV \Rightarrow P(MM)	Sleduje MM, nehovoří, není NV	\Rightarrow má postoj (z médií)
MM + \sim IK + \sim NV \Rightarrow \sim P	Sleduje MM, nehovoří, není NV	\Rightarrow nemá postoj (nejistota)
\sim MM + IK + \sim NV \Rightarrow P(IK)	Nesleduje MM, hovoří IK, není NV	\Rightarrow má postoj (z interspers.kom.)
\sim MM + IK + \sim NV \Rightarrow P(MM)	Nesleduje MM, hovoří IK, není NV	\Rightarrow má postoj (z médií)
\sim MM + IK + \sim NV \Rightarrow P(IK & MM)	Nesleduje MM, hovoří IK, není NV	\Rightarrow má postoj (kombinuje)
\sim MM + \sim IK + \sim NV \Rightarrow \sim P	Nesleduje MM, nehovoří, není NV	\Rightarrow nemá postoj (nejistota)

H.1. **Sledování zpráv a názorů v masmédiích a současně interpersonální komunikace** (hovoří s lidmi o událostech a problémech) **vede významně častěji k vykrystalizovanému postojí**, tj. ucelenému souboru názorů na události a problémy než jen izolované působení interpersonální komunikace nebo jen sledování masových médií bez interpersonální komunikace o událostech a problémech.

3.2. ZJIŠŤOVÁNÍ NÁZOROVÝCH VŮDCŮ A VLVNÝCH LIDÍ A MĚŘENÍ SÍLY OSOBNÍHO VLVU

Pojem názorový vůdce (opinion leader) poprvé vymezili Paul Lazarsfeld a jeho spolupracovníci v klasické studii "The People's Choice" [Lazarsfeld-Berelson-Gaudet 1944: 49]. Označoval osoby, které mají vliv na utváření názorů a postojů lidí kolem sebe. Dovedou jim poradit v nejrůznějších otázkách, jsou často žádáni o radu a sami ji také nabízejí. Zajímají se o informace, stanoviska a výroky prezentované masovými sdělovacími prostředky právě tak jako o údaje a názory jiných lidí zprostředkované osobní neformální mezilidskou komunikací. Takto získané poznatky předávají dál ostatním lidem. Lazarsfeld v této

souvislosti formuluje tezi o dvojstupňovém toku komunikace: " ... informace z masových médií často proudí nejprve k názorovým vůdcům a teprve od nich k jejich následovníkům, k ostatním členům běžné populace ..." [Lazarsfeld-Berelson-Gaudet 1944: 151]. Druhým, neméně důležitým, příbuzným konceptem je pojem "vlivný člověk, vlivní lidé" ("the influential, the influentials") který označuje osoby, které mají schopnost přesvědčit ostatní o určitém názoru, osoby, které ostatní lidé označí jako ty, jejichž názory jsou přejímány, jako ty, kteří mají "osobní vliv" (interpersonal influence) na utváření názorů ostatních lidí [Merton 1949: 215].

Za významný konceptuální vklad je třeba považovat odhalení typologie "vlivných", tj. osob s vlivem, jejich rozlišení na kosmopolitní a lokální vlivné, kterým přispěl R.K.Merton [Merton 1949]. Rozborem těchto dvou rozdílných sociálních rolí na jeho studii navázal Alvin W. Gouldner [Gouldner 1957, 1958]. V kontextu současného výzkumu globalizace společnosti s akcentem na ekonomii ale i s významným sociologickým přesahem, typologii převzala a obohatila Rosbeth M.Kanterová [Kanter 1995].

Po letech jen částečně oprávněné kritiky přístupů kolumbijské sociologické dílny a odlivu zájmu o fenomén "osob s vlivem" otevřela znovu diskusi k těmto otázkám monografie Gabriela Weimanna [Weimann 1994]. Ta se již odvolává na výsledky rozsáhlých výzkumných aktivit alensbašského Institutu pro demoskopii, jmenovitě Elisabeth Noelle-Neumannové a jejího týmu [Noelle-Neumann 1983,1985, 1992]. Jejich metodologické úsilí vyústilo do konstrukce stupnice pro měření síly osobnosti, tzv. PS - škály (Persönlichkeitsstärke Skala) (Personality Strength Scale), jejího použití ve výzkumu a ověření její validity a reliability.

V klasických výzkumech zkoumajících názorové vůdcovství je užíváno čtyř způsobů jeho zjišťování: sebehodnocení, informátorů, sociometrických voleb a pozorování [Weimann 1994]. Metoda pozorování je časově velmi náročná, vyžaduje zvláštní uspořádání výzkumného projektu a je obtížně slučitelná se zkoumáním postojů. Sociometrická zkoumání jsou omezena na malé skupiny lidí, které se mezi sebou znají, a z toho důvodu je postup pro potřeby našeho projektu nepoužitelný. Nejčastěji používaným způsobem zjišťování názorového vůdcovství je dotaz nebo soubor dotazů, v odpovědi na něž hodnotí dotázaná osoba své vlastní názorové vůdcovství. V prvním takovémto výzkumu položili Paul Lazarsfeld se svými spolupracovníky zkoumaným dvě otázky, které směřovaly k sebeidentifikaci dotázaných jako názorových vůdců. První dvojice klasických otázek tehdy zněla:

1. Zkusil(a) jste v poslední době přesvědčit někoho o svých politických názorech?

2. Žádal Vás v poslední době někdo o radu v politických otázkách?

Všechny osoby, které odpověděly na jednu nebo obě otázky pozitivně, byly v tomto výzkumném šetření chápány jako názoroví vůdci. [Lazarsfeld-Berelson-Gaudet 1944 : 50] Zjišťování názorového vůdcovství tímto způsobem o čtyřicet let později rozpracovala E.Noelle-Neumannová ve výzkumném projektu, jehož výsledkem bylo vytvoření prakticky dobře využitelné validní a reliabilní stupnice pro měření tzv. "síly osobnosti" - PS - škály [Noelle-Neumann 1983]. Tento přístup využívá desetipoložkové baterie jednoduchých otázek zjišťujících odhad vlastního chování v nejrůznějších běžných situacích. Dosažené skóre je mírou "názorového vůdcovství" a je přesnější než původní dvojice otázek. Metodologický rozbor české verze PS – škály E. Noelle-Neumannové obsahuje bakalářská práce R. Gabriela

[Gabriel 1998]. Proto jsme se rozhodli použít tento způsob zjišťování stupně názorového vůdcovství jako základní i v našem výzkumném projektu. Znění deseti položek PS škály včetně použitých vah pro výpočet sumárního indexu obsahuje příloha 3.

Informátorů pro zjišťování "vlivných lidí" použil v roce 1943 Robert K. Merton ve výzkumu známém pod označením "Rovere Study". Jeho studie je dodnes zajímavá věcně i metodologicky. Nejprve se obrátil na 86 informátorů, aby mu označili ve městě lidi, kteří mají vliv na formování názorů svých spoluobčanů v nejrůznějších oblastech života. Tak získal rozsáhlý seznam 379 jmenovaných osob. Z 1043 jednotlivých doporučení na "vlivného člověka" se některá překrývala. Jen 57 občanů města však bylo jmenováno čtyřikrát nebo vícekrát. A právě tyto lidi Merton označil za "vlivné" (influentials). Třicet z nich pak podrobil hloubkovým rozhovorům, při nichž zjišťoval způsoby jejich komunikačního chování. Na těchto hloubkových rozhovorech doplněných pozorováním Merton založil svou analýzu i typologii "lokálních" a "kosmopolitních" vlivných lidí. Jeho studie vyšla v roce 1949 ve třetí z ročenek, které vydávali Paul Lazarsfeld a Frank Stanton "Communications Research 1948-1949" [Merton 1949]. Tento způsob zjišťování názorového vlivu použijeme ve výzkumu jako pomocný, doplňkový a pokud dospějeme k dostatečně velkému počtu jmenovaných osob, budeme srovnávat výsledky dosažené oběma postupy.

H.2.A. *Škála "síly osobnosti"* (Personality Strength Scale) [Weimann 1991], (Persönlichkeits-Stärke Skala) [Noelle-Neumann 1983] je i v českých *podmínkách adekvátním způsobem zjišťování názorového vůdcovství* a měření jeho stupně u jednotlivých dotázaných.

Pro ověření validity zjišťování názorového vůdcovství resp. názorového vlivu použijeme několika položek v pozorování a kontrolních otázkách v dotazníku. V dalších kolech panelového dotazování se zaměříme na soubor názorově vlivných lidí jmenovaných původními respondenty za předpokladu, že se budou jejich jména opakovat. Zjištěním hodnoty PS-škály u těchto osob porovnáme dvě metody zjišťování názorového vůdcovství.

3.3. PŮSOBENÍ NÁZOROVÝCH VŮDCŮ A MASMÉDIÍ PŘI UTVÁŘENÍ POSTOJŮ OBYVATEL ČESKÉHO MĚSTA

Identifikace a studium osob ze všech společenských vrstev, které měly a mají vliv na formování postojů ostatních, tedy názorových vůdců ("opinion leaders") nebo vlivných lidí ("influentials"), zpravidla osob, které projevují intenzivní zájem o věci veřejné a častěji než jiní komunikují se svým okolím, jsou významně častěji než ostatní žádání o pomoc a o radu, je důležitou součástí výzkumného projektu zaměřeného na zkoumání procesu utváření postojů. Z "názorových vůdců", resp. "vlivných lidí" činí předmět zásadního zájmu předkládaného výzkumného projektu jejich vůdčí role v procesech ovlivňování veřejného mínění, jejich významná účast při přenosu informací a názorů z masových médií nebo od konkrétních lidí jako zdrojů informace nebo nositelů vyhraněných postojů. Jedním z cílů, které si výzkum klade je právě testování a specifikace určujícího, formativního vlivu názorových vůdců a vlivných lidí při utváření názorů a postojů ostatních lidí.

Podle dosavadních výzkumných zjištění dochází k rozhodujícímu vlivu názorových vůdců prostřednictvím osobní mezilidské komunikace, při běžném, často neplánovaném styku lidí mezi sebou v rodině, malých skupinách, při sousedských rozhovorech, v zájmových sdruženích, a to převážně v rámci lokální komunity. Spojení výzkumu "vlivných lidí" a

výzkumu procesu utváření politických postojů v osobní mezilidské komunikaci je tedy současně spojením výzkumné hypotézy a širšího výzkumného rámce. Předpokladem (výzkumnou hypotézou) je rozhodující vliv "osob s vlivem" na konečnou podobu postojů jimi ovlivněných osob v politických otázkách.

H.3.A. Názoroví vůdci resp. ***názorově vlivní lidé se významně více podílejí na osobní mezilidské komunikaci*** a přispívají tak k utváření strukturovaných postojů ostatní části veřejnosti.

H.3.B. ***Postoje názorově vlivných lidí jsou určitější***, lépe vykrystalizované a stabilnější než postoje ostatních částí populace.

Cílem výzkumu je zkoumat, jakými mechanismy se utvářejí postoje veřejnosti v otázkách, které souhrnně označujeme jako oblast politiky. Jedná se zejména o podporu jednotlivých politických stran a osobností, postoje k závažným zahraničněpolitickým a vnitropolitickým rozhodnutím, ochranu menšin všeho druhu, zásady hospodářské a bezpečnostní politiky, zdraví, vzdělání a další otázky veřejného zájmu. Zajímá nás, jak se utvářejí názory lidí k těmto otázkám v běžných rozhovorech, každodenních situacích, mezi přáteli, v rodině, na pracovišti, ve volném čase. Jak na sebe působí lidé v neformálním mezilidském styku? Označíme-li osoby, které jsou svým okolím vyhledávány pro radu v politických otázkách, jako "vlivné", zajímá nás, nakolik tyto vlivní utvářejí a ovlivňují politické postoje svého okolí.

Snahou výzkumného týmu je porovnat vliv osobní mezilidské komunikace na formování postojů s vlivy, kterým jsou lidé vystaveni působením politických stran, médií i dalšími zprostředkovanými cestami. Jakou roli sehrávají "lidé s vlivem" při utváření politických postojů ostatních "lidí bez vlivu"? Kdo má vliv na postoje veřejnosti? Jsou to politici, novináři, nebo to jsou naši přátelé a známí? Je to naše rodina? Jsou to lidé ze sousedství? Jakými mechanismy se utvářejí postoje obyvatelstva k problémům, které zajímají veřejnost? Za jakých podmínek a do jaké míry se mohou tyto postoje měnit? To jsou některé z otázek, které si výzkumný projekt klade.

Projekt klade hlavní důraz na prozkoumání způsobů a mechanismů, jimiž lidé, kteří mají neformální osobní vliv na druhé, jej uplatňují v procesech osobní mezilidské komunikace při formování politických postojů a obecněji postojů k otázkám veřejného zájmu. Záměrem je sledovat tento osobní vliv a osobní mezilidskou komunikaci ve střednědobé perspektivě několika měsíců až jednoho roku. Jde především o to, ověřit, jak dochází ke krystalizaci, ožívování a posilování politických postojů, resp. k jejich proměnám.

Z modelů postulovaných v rámci prvního tématického okruhu je možno odvodit např. následující tři vzájemně se doplňující hypotézy o roli interpersonální komunikace a masmédií.

H3.C. ***Jen izolované působení interpersonální komunikace vede častěji k přejímání názorů***, a to buď myšlenek názorově vlivného člověka s nímž komunikují nebo tímto názorovým vůdcem zprostředkovaných názorů masových médií. Tato osobní mezilidská komunikace však zprostředkovává mimo jiné i vazbu mezi těmito jednotlivými názory a projevuje se relativně větší konzistencí postojů ve srovnání se situací, kdy je osobní mezilidská komunikace o veřejných otázkách omezena na minimum.

H3.D. Pouze ***izolované sledování masových médií*** bez interpersonální komunikace o událostech a problémech ***vede*** častěji buď k ***prejímání jednotlivých hotových názorů*** z

masových médií, které jsou jednak proměnlivé, jednak spolu nejsou vázány obecnější vazbou, **nebo k názorové nejistotě, absenci vykrystalizovaného postoje.**

H3.E. **Osobní mezilidská komunikace zvyšuje** určitost názorů lidí a **zvyšuje** i **pravděpodobnost** vytvoření **vykrystalizovaného postoje** dotázaného k veřejným otázkám, konzistentnost a budoucí stabilitu tohoto postoje.

3.4. TYPY NÁZOROVÝCH VŮDCŮ A ODLIŠNÉ VZORCE JEJICH KOMUNIKAČNÍHO CHOVÁNÍ

V této výzkumné otázce projekt vychází z předpokladu, že se lidé mezi sebou liší nejen z hlediska "síly osobnosti" nebo názorového vlivu, ale i způsoby, jak tohoto vlivu na názory lidí kolem sebe dosahují a jakými způsoby jej prosazují. Jaké jsou komunikační vzorce chování názorově vlivných lidí?

Rozdílnost dvou typů komunikačního chování a existenci s nimi spjatých navzájem rozdílných dvou typů "názorově vlivných lidí" jako první hypoteticky předpokládala a také dokázala studie R.K.Mertona [Merton 1949]. Po zjištění některých rozdílů v odpovědích vlivných lidí městečka Rovere, kde výzkum prováděl, specifikoval a popsal Merton dva výrazně odlišné typy lidí s vlivem v malé komunitě. Na jejich odlišnost jej upozornily spontánní odpovědi na několik otázek v hloubkovém rozhovoru a v nich vyjádřený odlišný vztah k městu. Jedna z projektivních otázek se týkala vlivu války na ekonomickou situaci v Rovere a vybízela k bezprostřední reakci slovy: "Obáváte se hodně zpráv?" Na podzim 1943 se pochopitelně pod zprávami, kterých se bylo možno obávat, rozuměly zprávy z války. Jedna skupina odpovědí na tuto otázku se soustředila na problémy celonárodní bezpečnosti a mezinárodního pořádku, stabilitu poválečného světa, budování mezinárodních organizací a zabezpečení míru. Druhý trs odpovědí se týkal problémů, které válka způsobila lidem ve městě. První typ vlivných lidí nazval Robert Merton "*kosmopolitními*", druhý typ "*lokálními*" vůdci (cosmopolitan and local influentials). Dvanáct ze čtrnácti odpovědí kosmopolitních vlivných ale jen čtyři ze šestnácti odpovědí lokálních vůdců se týkalo celonárodních a mezinárodních problémů. Lokální a kosmopolitní vůdci v Mertonově klasickém výzkumu se lišili svou životní historií, charakterem styků s ostatními lidmi a okolnostmi, z nichž vyplývala jejich schopnost zasahovat do utváření názorů lidí kolem nich.

V první fázi výzkumu se zaměříme především na identifikaci a testování hypotézy o existenci dvou typů názorových vůdců - lokálních a kosmopolitních. Budeme se opírat zejména o výpovědi dotazovaných vztahující se ke zkoumanému městu, dále charakterizující jejich aktivity a komunikační možnosti, schopnosti a zvyklosti. Také zájem o masová média a výběr jejich pořadů, titulů a rubrik bude sloužit k identifikaci rozdílů a definici předpokládaných dvou vzájemně se lišících typů názorových vůdců - lokálních a kosmopolitních. Dalším rozbohem chceme ověřit, zda i v podmínkách středně velkého českého města platí obdobné nebo naopak odlišné sociální charakteristiky pro názorové vůdce určitého typu jako v klasických amerických studiích a zda i u nás existují podobné vzorce komunikačního chování dvou vymezených typů názorových vůdců.

H.4.A. I v podmínkách středně velkého českého města **existují dva typy názorových vůdců - kosmopolitní a lokální** [Merton 1949] **a jejich vzorce komunikačního chování jsou vzájemně rozlišitelné.**

H.4.B. **Lokální názorové vůdce** zajímají především události ve městě a okolí, mají přátele zejména ve svém městě, většinou se v něm nebo v jeho okolí narodili nebo zde žijí od

malička, větší podíl z nich sleduje regionální deník, poslouchají častěji některou z regionálních rozhlasových stanic, zajímají je regionální zprávy v novinách, jsou členy místních spolků a dobrovolných organizací.

H.4.C. **Kosmopolitní názoroví vůdci** se zajímají o události ve světě i v republice, mají přátele i mimo město a častěji také v zahraničí, do města se většinou přistěhovali, čtou většinou celostátní deníky, poslouchají ve větší míře celostátně vysílající zpravodajské rozhlasové stanice, zajímají je zahraniční zprávy v novinách a zprávy celostátního významu, větší podíl z nich umí alespoň jeden cizí jazyk, domluví se v něm, je pro ně typické členství v organizacích, jejichž působnost přesahuje místní měřítko a členství v nichž je více než na "známosti" orientováno na "odbornost".

H.4.D. Kosmopolitní a lokální názoroví vůdci se liší způsoby, jak dosahují svého názorového vůdcovství. **Lokální názoroví vůdci mají** více než ostatní vytvořeny ucelené, **vykrytalizované postoje k otázkám lokálního zájmu. Kosmopolitní názoroví vůdci mají** ve větším počtu vytvořeny **ucelené vykrytalizované postoje k otázkám týkajícím se celé země a zahraničí.**

H.4.E. Lokální názoroví vůdci jsou častěji jmenováni ostatními občany Klatov jako osoby, které dovedou poradit.

Problém formulujeme také obecněji, pro všechny dotazované. Obecnější soubor hypotéz se pak týká rozdílů v názorech, postojích a způsobech komunikačního chování lidí, pro které je typická orientace na svět, Evropu, a naopak jejich vrstevníků, pro něž svět představuje téměř výhradně místo, kde žijí, kde se narodili a kde vyrůstali. Úlohu se tedy budeme snažit rozšířit. Budeme zkoumat obecnější problém vztahu kosmopolitní anebo lokální orientace lidí k jejich názorovému vůdcovství a možnostem a limitům takového vůdcovství. Bude nás zajímat, zda se liší zájem těchto dvou typů občanů o politiku, zda a jak se od sebe odlišují jejich komunikační zvyklosti.

Existují dnes a v našich podmínkách skutečně jen dva takto výrazně odlišené typy lidí? Nakolik je zobecnitelná úvaha E.R.Kanterové o úspěchu v globálním světě prostřednictvím využití všech lokálních předností [Kanter 1995]? Podaří se nám nalézt globálně úspěšné obyvatele zkoumaného města, pro něž by zároveň platil model lokálního názorového vůdcovství a přitom by jim nechyběly podstatné atributy kosmopolitní orientace a kosmopolitních vazeb? Položíme si hypotézu o rozdílech ve vztazích lokálně a kosmopolitně orientovaných občanů k jednotlivým zdrojům a prostředkům masové komunikace. Budeme předpokládat také jejich možný rozdíl v zájmu o osobní mezilidskou komunikaci anebo v její frekvenci.

3.5. STRUKTURACE OBECNÝCH A DÍLČÍCH POSTOJŮ K VEŘEJNÝM OTÁZKÁM

Problém strukturace postojů k veřejným otázkám je v literatuře diskutován v návaznosti na často postulovanou vzájemnou vazbu jednotlivých dílčích postojů lidí k širokému okruhu politických a sociálních otázek. Sporným polem po celou dobu vědecké diskuse zůstává, zda jednotlivé názory a postoje veřejnosti tvoří pevně organizovanou obecnější postojovou strukturu, jakýsi obecný, ideologicky vysvětlitelný pohled na svět, nebo zda se tyto jednotlivé dílčí postoje v zásadě mohou i výrazně rozcházet. Proti sobě zde stojí nejméně tři protichůdné hypotézy, které mají své zastánce v literatuře, opírají se o důkladné rozборы i reprezentativní výzkumy.

Nejfrekventovanější a nejvíce tradovanou se zdá být představa, že jednotlivé dílčí postoje vyjadřují zároveň obecný - společný faktor a že *tato postojová struktura má podobu jednodimenzionální škály liberalismus - konzervatismus*. Podle argumentů této skupiny teoretiků jsou si jednotlivé názory lidí natolik příbuzné, že je možno na tuto jednodimenzionální ideologickou osu jako do společného faktoru promítnout postoje k užívání drog, právě tak jako názory na potrat, postoje k homosexuálům právě tak jako názory na státní podporu ekonomiky.

Druhým, oponujícím názorem je teze Philipa Converse, který v roce 1964 vystoupil se zásadním článkem k této problematice [Converse 1964]. Podle něj veřejnost na rozdíl od politických elit nevykazuje silné vazby mezi jednotlivými názory a dílčími postoji. Converse z toho vyvozuje závěr, že *dílčí specifické postoje lidí neodrážejí jednu dimenzi abstraktní liberálně-konzervativní ideologie*, že netvoří ideologii. Converse založil své závěry na korelační analýze dvojic proměnných. Zjistil jen slabou závislost mezi dvojicemi proměnných reprezentujícími jednotlivé pomyslné dimenze jednotlicí ideologie a tudíž zamítl její oprávněnost pro veřejnost. Rozbory některých Conversových kritiků na jiných datech prokázaly, že faktorová analýza uvažující společnou souvztažnost většího počtu proměnných prokázala existenci dvou až čtyř společných faktorů.

John Fleishmann z těchto rozborů odvozuje dvojici předběžných závěrů, podle nichž: ". Za prvé, jak explorační tak i konfirmační faktorové analýzy ukazují, že, navzdory Conversovi, politické postoje vyjadřují určitou míru logických souvislostí a uspořádání. Kdyby politické postoje nepodléhaly strukturaci, jednofaktorové modely, například ten který testovali Judd a Krosnick (1982), by nemohly odpovídat datům. Za druhé, neexistuje shoda pokud jde o povahu struktury, která je v datech přítomna. Výzkum užívající exploračních faktorových analýz našel od dvou do čtyř faktorů zatímco konfirmační faktorové analýzy potvrdily jednofaktorové modely." [Fleishmann 1988: 160]

Třetí okruh prací je tedy charakterizován *předpokladem existence složitější vícerozměrné postojové struktury*, v níž jednotlivé dílčí názory jsou projevem obecnějších postojů. Ty však nejsou v nejobecnější podobě vyjádřitelné jednodimenzionální stupnicí liberalismus/konzervatismus, ale nejméně dvojicí obecných skrytých faktorů. Představiteli této skupiny teoretických koncepcí jsou studie S.M.Lipseta a F.N.Kerlingera [Lipset 1981, Kerlinger 1984]. Lipsetova pozorování např. naznačují, že *postoje jsou uspořádány podél dvou dimenzí: ekonomických otázek a tématu lidských práv a že tyto dva rozměry postojové struktury jsou k sobě v negativním vztahu*. Kerlingerova (1984) "teorie kritériálních ukazatelů" také předpokládá existenci mnohorozměrné struktury postojů. Podle něj se názory a postoje lidí k jednotlivým dílčím jevům seskupují do několika širších obecných kategorií. Následně představují tyto kategorie střední úroveň základ pro dva rozměry vyššího řádu, které Kerlinger nazývá liberalismus a konzervatismus. Konzervatismus je definován sociální stabilitou, důležitostí politické autority, představou volného trhu a uznáváním legitimacy sociální nerovnosti. Liberalismus se váže k sociální změně, prosazuje individuální svobodu volby v sociálních a sexuálních vztazích, rovnoprávnost národnostních a etnických skupin a rovnost obou pohlaví. Podle Kerlingerovy teorie *mají sociální postoje v zásadě dualistickou strukturu*, jsou uspořádány podél dvou nekorelovaných dimenzí [Fleishman 1988: 161]. Lidé, kteří jsou pro "liberální" opatření, nemusí nutně být proti "konzervativním" hodnotám.

V návaznosti na teoretické diskuse a dvě desetiletí dílčích datových rozborů dochází již v druhé polovině osmdesátých let ke snaze testovat platnost dříve vytyčených koncepcí proti

sobě s využitím relativně složitých vícerozměrných lineárních strukturních modelů [Peffley-Hurwitz 1985, Fleishman 1988].

Peffley a Hurwitz představují strukturaci názorů a postojů veřejnosti jako hierarchickou, několikastupňovou. Přitom nově operacionalizují Conversovu představu a nově koncipují její testování. Converse podle nich hledal kauzální vztah mezi obecnými názorovými strukturami, v jejich pojetí "ideologií", a konkrétními postoji stejných jednotlivců k jednotlivými oblastem života společnosti a způsobům jejich zabezpečení státem a soukromým sektorem, v jejich pojetí dílčími "sociálními politikami". Peffley a Hurwitz konstruují hierarchický model skrytých faktorů na nižší úrovni, jednotlivých "politik", a obecnějších skrytých faktorů na vyšší úrovni, abstraktních představ a postojů. Nad nimi v Peffleyově a Hurwitzově interpretaci Conversovy teorie existuje **obecná liberálně / konzervativní dimenze**. Oba výzkumníci nabízejí a testují **hierarchický lineární strukturní model**, v němž vystupují obecné faktory na obou úrovních obecnosti jako **kauzálně spjaté latentní proměnné**, z nichž každá je měřena souborem ukazatelů.

John A. Fleishman používá podobný, nikoli však identický přístup k vícerozměrné analýze. Na rozdíl od Peffleye a Hurwitze se Fleishman nesnaží prokázat kauzální vazbu mezi obecnou jednorozměrnou proměnnou měřenou v jejich případě jen jediným výrokem - subjektivním vyjádřením pozice na liberálně/konzervativní ose - a dvěma úrovněmi skrytých proměnných. Fleishman testuje pomocí metody lineárního strukturního modelování relativně jednodušší kauzální model, jehož těžištěm jsou dva rozsáhlé modely měření. Podle jím testované koncepce **existují dvě obecné, na sobě nezávislé dimenze sociálních postojů: individuální svoboda a ekonomický blahobyt**. Jsou v jeho pojetí představovány dvěma skrytými proměnnými, mezi nimiž je předpokládána nulová korelace. Obecné postoje vyjadřované každou z obou latentních proměnných se promítají sítí kauzálních vazeb **do dvou navzájem odlišných skupin skrytých proměnných nižšího řádu**. Projevy každé ze skrytých proměnných nižšího řádu jsou zjišťovány prostřednictvím **vždy několika měřených proměnných**.

Náš výzkumný projekt si v této úloze klade za cíl ověřit, zda struktura postojů obyvatel českého města v zásadě odpovídá hypotéze J.A.Fleishmana, tedy zda v našich podmínkách jsou postoje veřejnosti také vyjádřitelné dvojicí obecných spolu významně nekorelovaných postojů: k individuální svobodě a k ekonomickému blahobytu, a zda každou z obou obecných postojových dimenzí je kauzálně podmíněn postoj vždy v několika specifických otázkách nižší úrovně obecnosti. Přejímáme a testujeme tedy Fleishmanův model v mírně redukované podobě. V modelu jsme ponechali stejný počet skrytých proměnných jako použil J.A.Fleishman. Zmenšili jsme jen počet měřených proměnných (ze 49 na 38) jak vyžadovaly okolnosti terénního sběru dat a nově jsme formulovali tři skryté proměnné (pravicový extremismus, levicový extremismus a rovnoprávnost homosexuálů namísto ateismu, komunismu a homosexuality) a část měřitelných proměnných pro oblasti života, pro něž nebylo možno v České republice převzít položky užívané v osmdesátých letech v USA. Překlad 38 původních položek modelu J.A.Fleishmana s označením 7 položek, které byly nahrazeny novými (R), 21 formulačně upravených položek (F) a 10 položek použitých beze změny (B) obsahuje Příloha 12. V našem modelu vyjádřeném dvojicí schémat **Schéma 4: Ekonomický blahobyt - model měření** a **Schéma 5: Osobní svoboda - model měření** jsme použili následujících skrytých a měřených proměnných:

1. dvě nejobecnější skryté proměnné - **osobní svoboda** (*individual liberty*) (**LIBERTY**) a **ekonomický blahobyt** (*economic welfare*) (**ECOWFR**);
2. čtyři obecné skryté proměnné s testovanou příčinnou souvislostí k ekonomickému blahobytu: **sociální výdaje** (*social spending*) (**SOCSPE**), **veřejné výdaje** (*public spending*) (**PUBSPE**), **odpovědnost vlády** (*government responsibility*) (**RESGOV**) a **ekonomický konzervatismus** (*economic conservatism*) (**ECOCON**);
3. osm obecných skrytých proměnných s testovanou příčinnou souvislostí k individuální svobodě: **obrana** (*defense*) (**DEFENSE**), **sexuální zvyky** (*sexual mores*) (**SEXMOR**), **potrat - zdravotní důvody** (*abortion - medical*) (**ABORTM**), **potrat - sociální důvody** (*abortion - social*) (**ABORTS**), **rasová diskriminace** (*racial discrimination*) (**RASDISCR**), **pravický extremismus** (*right extremism*) (**RIGHTTEXT**), **levicový extremismus** (*left extremism*) (**LEFTEXT**), **práva homosexuálů** (*homosexual rights*) (**HOMOSEX**);
4. šestnáct měřených proměnných s vazbou k jednotlivým obecným proměnným SOCSPE: **C10A, C10B, C10C, C10I**; PUBSPE: **C10D, C10E, C10F, C10G**; RESGOV: **C08D, C09D, C09C, C09B, C09A**; a ECOCON: **C08G, C08F** a **C08E** (viz stejně označené otázky v dotazníku - Příloha 10);
5. dvacet dva měřených proměnných s vazbou k jednotlivým obecným proměnným DEFENSE: **C08C, C10H**; SEXMOR: **C08H, C09E**; ABORTM: **C15A, C15C, C15E**; ABORTS: **C15E, C15B, C15D, C15F, C08I**; RASDISCR: **C08B, C08A**; RIGHTTEXT: **C16D, C16E, C16F**; LEFTEXT: **C16A, C16B, C16C**; HOMOSEX: **C16G, C16H, C16I**

H.5.A. Názory a postoje obyvatel českého města jsou obecněji strukturovány. *Lze prokázat vazbu mezi dílčími názory a postoji lidí a jejich obecnějšími skrytými postoji.*

H.5.B. *Dílčí skryté (latentní) postoje jsou zastřešeny ještě obecnější dvou nebo vícefaktorovou postojovou strukturou.*

H.5.C. *Lze prokázat existenci dvou obecných skrytých na sobě nezávislých (příp. s nevýraznou závislostí) proměnných (dimenzí): “ekonomického blahobytu” a “osobní svobody” viz [Fleishman 1988].*

Schéma 4 AMOS

Schéma 5 AMOS

3.6. "POLITICKÉ PREDISPOZICE", "KŘÍŽOVÉ TLAKY", "NÁZOROVÁ IZOLACE" A ÚLOHA "SPIRÁLY MLČENÍ" PŘI UTVÁŘENÍ NÁZORŮ A POSTOJŮ

V klasickém výzkumu presidentských voleb Lazarsfeld se svými spolupracovníky ukázal, že v podmínkách USA je volební preference voliče do značné míry předurčována jeho sociálním zařazením podle jeho věku, sociálního postavení, náboženského přesvědčení a bydliště. Autoři této americké studie dokázali předpovídat s využitím "indexu politické predispozice" se značnou pravděpodobností volební sklony voličů. [Lazarsfeld-Berelson-Gaudet 1944: 25-27] V podmínkách české politické scény a české politické kultury byl některými autory prokázán významný příklon určitých sociálních skupin k volbě levicových nebo pravicových stran a dokonce postupné zesilování těchto vazeb [Matějů-Řeháková 1997a,1997b] [Matějů-Vlachová 1998] [Vlachová-Matějů 1998] [Vlachová 1997]. Není však pravděpodobné, že by v českých podmínkách bylo možno konstruovat nějaký "index politické predispozice", který by s podobnou silou jako ve čtyřicátých letech v USA predikoval volební chování českých voličů z jejich sociálních charakteristik. Druhým určujícím faktorem volebního chování byly podle výzkumníků kolumbijské sociologické dílny tzv. "křížové tlaky" (crosspressures), které snižovaly procento rozhodnutých voličů, způsobovaly oddálení definitivního volebního rozhodnutí a snižovaly volební účast. [Lazarsfeld-Berelson-Gaudet 1944: 56-64] Také v českých podmínkách má význam sledovat, jak se projevuje protichůdné působení různých faktorů: sociální zařazení voliče nemusí být v souladu s jeho postoji, příjmovou situací, úrovní bydlení nebo jeho volební preference mohou být ve výrazném protikladu s preferencemi lidí v jeho okolí. Součástí výzkumu bude mimo jiné i ověření vlivů těchto křížových tlaků na volební rozhodování dotazovaného.

Elisabeth Noelle-Neumannová odhalila významný vliv "názorové izolace" na chování voličů, a to zejména na formování jejich volebních preferencí v posledním období před volbami [Noelle-Neumann 1984]. Původní Lazarsfeldovu hypotetickou formulaci známou pod označením "band wagon effect", tedy snahu voliče v posledním momentě se přidat na stranu vítěze [Lazarsfeld-Berelson-Gaudet 1944: 107-109], přeformulovala Noelle-Neumannová na hypotézu o významné úloze názorové izolace. Chování voličů tedy vysvětlila namísto snahou podílet se na vítězství vítězné strany snahou nebýt se svým názorem osamocen. Vznikla hypotetická úvaha s označením "spirála mlčení" vysvětlující vztah mezi "očekávaným vítězem voleb" a rostoucím procentem volebních preferencí pro tohoto očekávaného vítěze. Hlasitě veřejně projevovaná preference jedné politické strany vede k jejímu dalšímu posilování a naopak příznivci "slabší" strany svým mlčením tuto stranu dále oslabují. Tak podle E.Noelle-Neumannové dochází k efektu nazvanému "spirála mlčení" [Noelle-Neumann 1984:1-8, 227-234], kdy slabší, kteří o sobě nedávají vědět, se stávají ještě slabšími a silnější, o nichž všichni vědí, nakonec získávají nerozhodnuté voliče, kteří nechtějí být se svým názorem izolováni a "jdou za očekávaným vítězem".

H.6.A Výzkumnou hypotézu je tedy možno formulovat jako tezi, že *lidé, kteří se cítí se svými názory izolováni, častěji přijímají názor většiny nebo názor, o němž jsou přesvědčeni, že je to názor většiny.*

H.6.B *Lidé přiznávající pocit názorové izolace častěji mění své deklarované názory a ve větším procentu se u nich setkáme také s názory, které si vzájemně protiřečí. Jejich postoje často nejsou vytržbené, jednoznačné, vykrystalizované.*

Rozvinutím úvah o roli specifických skupin lidí v rámci obecné platnosti hypotézy o spirále mlčení jsou výsledky výzkumu M. Baldassara a Cheryl Katzové. Formulují hypotézu, podle níž je: "...síla postoje mocným motivátorem k prolomení spirály mlčení ... je možné ji vztáhnout k pojmu 'tvrdé jádro' (hard core) Noelle-Neumannové, což je skupina jedinců s menšinovými názory, která je odolná proti strachu s izolace ..." [Baldassare-Katz 1996: 153]. Naopak ti, kteří nepatří mezi názorové vůdce se silným osobním přesvědčením jsou se svými názory neradi izolováni, a přidávají se tedy výrazně častěji k většině. Na základě inspirace tohoto výzkumu je možno formulovat další doplňkovou hypotézu:

H.6.C Platnost hypotézy o "spirále mlčení", tedy o snaze lidí nebýt v názorové izolaci je možno omezit na velkou většinu lidí, kteří nejsou názorovými vůdci. *Názoroví vůdci naopak významně častěji zastávají i názory, které nejsou většinovými názory, nepřidávají se k většině, sami se stávají zárodkem nové budoucí názorové většiny.*

3.7. VZTAHY "NÁZOROVÉHO VŮDCOVSTVÍ", "SOCIÁLNÍHO STATUSU" A "SOCIÁLNÍHO KAPITÁLU"

Již P. Lazarsfeld se svými spolupracovníky zdůraznil, že názoroví vůdci nejsou totožní s "prominentními lidmi v komunitě" nebo s "nejbohatšími lidmi" nebo s "občanskými vůdci". Nacházíme je ve všech skupinách povolání, ve všech sociálních vrstvách, ve všech prostředích. [Lazarsfeld-Berelson-Gaudet 1944:50-51] Lze tedy předpokládat, že pojem názorového vůdcovství nebo názorového vlivu nenahrazuje pojem sociálního statusu a že sociální rozvrstvení tvoří jiný typ členění než je stupeň názorového vlivu. G. Weimann prokázal, že mírná souvislost mezi silou osobnosti a sociálním statutem existuje, zdaleka však nelze sociálních rozdílů mezi lidmi vysvětlovat jako rozdíly ve stupni názorového vlivu nebo naopak.

H.7.A *"Názorové vůdcovství" není totožné se "sociálním statutem". Přesto existuje mírná závislost* mezi oběma těmito sociálními charakteristikami lidí. Lze ji vysvětlit vzájemným působením názorového vlivu na dosahování sociálního statusu a naopak vlivem již dosaženého sociálního postavení na názorový vliv.

Pierre Bourdieu ve několika svých pracích, např. [Bourdieu 1997] formuloval vedle již dříve běžně používaného konceptu ekonomického kapitálu také pojmy sociální a kulturní kapitál. Snahou tohoto výzkumu je alespoň dílčím způsobem ověřit, zda a do jaké míry

existuje možnost vzájemného vztahu mezi názorovým vůdcovstvím resp. názorovým vlivem nebo silou osobnosti a úrovní sociálního resp. kulturního kapitálu, jimiž člověk disponuje.

H.7.B *"Sociální kapitál" je jedním z významných předpokladů "názorového vůdcovství". Výše dosaženého "kulturního kapitálu" posiluje pravděpodobnost názorového vůdcovství.* Obě skupiny sociálních charakteristik popisujících předpoklady, reálné podmínky a okolnosti, za nichž se uskutečňuje sociální kontakt mezi lidmi, můžeme však chápat také jako dvě odlišná výkladová schémata jejichž společná testovatelnost by vyžadovala odlišné uspořádání výzkumu.

3.8. ŠTĚPENÍ (CLEAVAGES) POLITICKÝCH PREFERENCÍ

Politologové formulují již od klasické práce Lipsetovy a Rokkanovy [Lipset-Rokkan 1967] problém volebního chování nejčastěji ve vazbě na otázku, podle jakých sociálních charakteristik se člení, diferencuje, štěpí voličská populace, které atributy, charakteristiky, vlastnosti, postoje mají vliv na členění politické scény a na rozdělení voličských hlasů. Hanspeter Kriesi charakterizuje tři základní podmínky "štěpení" politických preferencí. Jsou jimi podle něj strukturální základ, spočívající v existenci sociálních skupin se vzájemně protikladnými zájmy, společné hodnoty skupiny a vědomí její kolektivní identity a konečně organizační báze a její politické vyjádření. "Jestliže struktura, kultura a politika společně určují politický výsledek sociálního členění, nepostačí zkoumat kterýkoli z těchto aspektů nezávisle na ostatních dvou." [Kriesi 1998: 167]

Předkládaný výzkumný projekt dává možnost postihnout základní dimenze sociální struktury, zjišťujeme alespoň jednoduché ukazatele subjektivního vnímání vlastního sociálního postavení a navíc se pokoušíme o odhalení hlavních společných faktorů ve sféře sociálních postojů. Organizační bázi politického vyjádření dnes poskytuje dosud ne zcela dotvořená struktura českých politických stran s jejich nejasnými programovými prohlášeními a dosti netransparentní pragmatickou denní politikou. Za této situace můžeme porovnat sociální a postojovou strukturu voličů se strukturou politických stran a hledat jejich aktuální překrývání. Můžeme se případně též pokusit o vyhledání důsledků sociálního a postojového štěpení na potenciální strukturu budoucí politické reprezentace odpovídající těmto rozdílům v sociální struktuře a postojích lidí.

H.8. Část populace, která v souladu se svým sociálním postavením sdílí a vyjadřuje stabilizované, obecněji strukturované sociální postoje (viz H.5.), vyjadřuje politické volební preference, které mohou být modelem volebních preferencí, které v budoucnu přijme i zbývající část lidí. Modelování budoucích volebních preferencí je možno založit na představě rozšíření preferencí platných pro skupinu lidí s vykrytalizovaným postojem na ostatní voliče. *Základem štěpení politických preferencí je štěpení politických preferencí názorového jádra populace.*

4. METODIKA VÝZKUMU

4.1. USPOŘÁDÁNÍ VÝZKUMU

První fáze výzkumu počítá v roce 1999 s rozsáhlým šetřením v záměrně vybraném městě střední velikosti (20 - 50 tisíc obyvatel) na souboru cca 1500 dospělých obyvatel (starších 18 let). Rozhovory tváří v tvář s tazatelem jsou předpokládány ve městě, které nemá výrazné anomálie oproti průměru České republiky. Měl by to být jakýsi "Middletown" České republiky, město s průměrnými volebními výsledky, bez silné podpory extremistických politických stran, bez velké nezaměstnanosti, bez výrazného určujícího vlivu jednoho podniku na život města a s úrovní příjmů blízkou celostátnímu průměru.

Vzhledem k předpokládanému pokračování výzkumu v roce 2000 je třeba, aby ve vybraném městě probíhaly na podzim roku 2000 senátní volby. Tak bude možno sledovat volební kampaň jednotlivých stran ve zvoleném městě i další události a monitorovat vývoj volebních preferencí konkrétních vybraných kandidátů v průběhu celé předvolební kampaně.

Ostatní sledované proměny postojů obyvatel města nejsou svázány s "volebním rokem". Mohly by být zjišťovány i jindy a jinde.

4.2. VÝBĚR

Výběr je plánován jako pravděpodobnostní stratifikovaný proporcionalní. Jednotlivými straty by měly být volební okrsky, které často mají vzájemně odlišný typ zástavby ve městě. Oporou výběru budou volební seznamy z posledních voleb v daném městě, podle možnosti doplněné o nové voliče.

Z každé rodiny však bude dotazován pouze jeden její dospělý člen. Každá rodina bude mít pravděpodobnost dotazování jejího člena úměrnou počtu dospělých osob v rodině (tj. počtu voličů, osob starších 18 let, trvale bydlících v domácnosti). Přitom každý volič bude mít stejnou pravděpodobnost být vybrán.

4.3. VÝZKUMNÉ NÁSTROJE

Hlavní použitou technikou sběru dat bude standardizovaný rozhovor s jednotlivcem. Bude uskutečněno 1500 rozhovorů s vybranými respondenty zvoleného města. Rozhovor bude trvat v průměru asi 45 minut a bude se konat v září nebo v říjnu 1999. Vedle toho bude uskutečněno několik nestandardizovaných individuálních nebo skupinových rozhovorů s významnými lidmi ve městě.

Panelové šetření v následujícím roce bude provedeno sérií standardizovaných rozhovorů v rozsahu cca 30 až 45 minut s odstupem 1 až 4 měsíce od sebe, pravděpodobně v březnu, červnu, září a koncem října. Pokud bychom uvažovali s možností zkracovat postupně intervaly mezi jednotlivými koly dotazování (160 dnů, 120 dnů, 80 dnů a 40 dnů), byly by orientačními daty pro jednotlivá kola dotazování 20.9.1999, 1.3.2000, 28.6.2000, 16.9.2000 a 26.10.2000. Druhou variantou jsou rovnoměrnější intervaly mezi jednotlivými koly dotazování (150 dnů, 100 dnů, 100 dnů, 50 dnů) a orientačními daty jsou září 1999, únor 2000, květen 2000, září 2000 a přelom října a listopadu 2000, tedy období těsně před senátními volbami. Konečné rozhodnutí bude učiněno ve spolupráci s agenturou provádějící výzkumné práce v terénu. Každé jednotlivé kolo dotazování by mělo proběhnout v rozpětí asi

14 dnů, přičemž je možno panel názorových vůdců dotazovat předem, v předchozím týdnu. Za předpokladu panelů v rozsahu 300 (názoroví vůdci) a 500 (náhodný výběr) by každý z cca 60 tazatelů provedl během tří týdnů asi 15 rozhovorů. V jednom z posledních termínů plánujeme ještě dotazování kontrolního souboru 400 osob (tj. cca 7x 60 rozhovorů, celkem v tomto termínu 21-22 rozhovorů na tazatele).

5. DÍLČÍ VÝZKUMNÉ PROJEKTY

Výzkumný projekt sestává z řešení několika nosných společných problémů, na něž je volně navázáno zkoumání dalších navazujících otázek. K hlavním, společným úkolům, patří odhalování a způsob zjišťování názorového vůdcovství, zkoumání procesů osobní mezilidské komunikace a masové komunikace a zjišťování postojů k veřejným otázkám v předpokládané provázanosti a struktuře vzájemných vazeb. Rozpracování těchto problémů byla věnována druhá kapitola. Projekt je rozšířen o několik dílčích výzkumných úkolů, k nimž jednotliví členové výzkumného týmu připravili relativně samostatné projekty, které budou v rámci výzkumného úkolu paralelně řešeny. Některé z nich budou tvořit základ diplomových prací studentů nebo obohatí doktorskou práci členky týmu. Dílčí projekty jednotlivých členů výzkumného týmu jsou obsahem této kapitoly.

5.1. NÁZOROVÉ VŮDCOVSTVÍ, POLITICKÉ POSTOJE A KOMUNIKAČNÍ CHOVÁNÍ

(Radim Gabriel)

Mým individuálním cílem v našem výzkumu osobního vlivu je pokusit se o zmapování procesu utváření volební preference, potažmo konečné volby při volbách do Senátu PČR. Mým druhým ohniskem zájmu je souvislost mezi stranickou preferencí a komunikačním chováním aktérů. Dále bych se nerad vzdal pokračování na metodologickém testování škály síly osobnosti, kterou používáme jako nástroj identifikace vlivných lidí.

UTVÁŘENÍ VOLEBNÍ PREFERENCE PŘI VOLBÁCH DO SENÁTU

Při teoretickém náhledu na tento problém se snažím vypomoci inovačně-difusními teoriemi. Jedná se o teorie, které vznikaly téměř ve stejné době jako Lazarsfeldova hypotéza o dvoustupňovém toku komunikace. Jejich přínos spatřuji ve velmi užitečném rozlišení několika kroků přijímání novinky. Například Ryan a Gross (1955) popisují fáze povědomí, zájmu, ohodnocení, vyzkoušení a osvojení. Těmto etapám přibližně odpovídá marketingová strategie AIDA (Awarenes, Interest, Desire, Action). Podstatné je, že pro nastartování procesu osvojení je klíčový vznik povědomí.

Aplikujeme-li přísně na proces utváření volební preference při volbách do Senátu inovační teorie, pak musíme rozhodně odlišit politickou stranu (jako reprezentanta určitých principů, ale i osobností) od konkrétních kandidátů a přistupovat k nim, jako ke dvěma odlišným procesům osvojování.

Jelikož nežijeme v politickém vzduchoprázdnu, tak každý má určité "povědomí" o politických stranách, každý prošel i fází "zájmu" a "ohodnocení". Pokud člověk danou stranu již volil, mohli bychom mluvit i o etapě "vyzkoušení". Opakovaná volba strany by představovala "osvojení". Většina voličů, snad kromě těch nejmladších, se pohybuje v

závěrečných etapách procesu osvojování stran. K jednotlivým stranám máme vytvořeny poměrně ustálené postoje.

V druhé rovině probíhá každé volby nový osvojovací proces konkrétních kandidátů, který se vyznačuje odlišnými vlastnostmi. Musí probíhat velmi rychle, o čemž svědčí nízké povědomí o kandidátech během předvolební kampaně. Pokud se člověk s konkrétními jmény seznámí teprve v době, kdy v ruce drží volební lístek, má na rozhodnutí již jen několik desítek hodin. V případě, kdy jsou pro voliče jména kandidujících neznámá, nebo neutrální, osvojovací proces nemusí vůbec nastat. Volba pak pravděpodobně probíhá podle již osvojeného kritéria - podle politické strany. Druhou zajímavou situací je odmítnutí kandidáta během osvojovacího procesu - to může mít za následek volbu jiného kandidáta, nebo volební neúčast.

Problém: Jaký je vztah mezi povědomím o kandidátech a preferencí voličů, respektive jejich konečnou volbou?

Fáze výzkumu: Tímto problémem bude možné se zabývat až v závěrečných fázích našeho panelového výzkumu. Navržené otázky by měly být položeny ve vlně těsně před prvním kolem voleb, kdy jsou již známa jména jednotlivých kandidátů. Z předcházejících vln bude potřeba pouze informace o stranické preferenci a o ochotě jít k volbám.

Počet otázek: Kromě obligátních otázek na preferenci a účast bude třeba zařadit pouze dvě otázky zjišťující povědomí o kandidátech a sympatie k nim.

Hypotézy a jejich operacionalizace:

H1: Lidé s vysokým povědomím o kandidátech častěji volí/preferují jinak než podle stranického hlediska.

povědomí o kandidátech - měřeno přímým dotazem na jména kandidujících (bez nápovědy) viz otázku 1

volba /preference/ - přímý dotaz na kandidáta, kterého /by/ respondent volil (s předloženou kartou) viz otázku 2

stranické hledisko - pro každého respondenta bych zjišťoval preferenční mapu politických stran, pokud by respondent volil/preferoval kandidáta strany, která mu není nejbližší, neuplatňoval by stranické hledisko -viz otázka 3; vliv osobností na preferenci bych kontroloval ještě dotazem na sympatie ke kandidátům - viz otázka 4

H2: Nesoulad mezi stranickou preferencí a preferencí kandidátů je spojen s vyšší nerozhodností.

stranická preference - strana na preferenční mapě, jež je nejbližší respondentově ideálu -viz otázka 3

preference kandidátů - sympatie ke kandidátům -viz otázka 4

nerozhodnost - jedna z možných odpovědí při dotazu na preferenci - otázka 2

H3: U vlivných lidí hraje osobnostní hledisko větší roli, než u lidí bez vlivu.

vlivní - PS škála

osobnostní hledisko - taková volba/preference, kdy strana zvoleného kandidáta není v souladu s preferenční mapou stran a respondent označil voleného kandidáta za sympatického -viz otázky 3 a 4.

Otázky:

1. Nyní se Vás zeptám, které znáte kandidáty na senátora ve Vašem volebním obvodě. Pokuste se, prosím, vyjmenovat všechny, na které si vzpomenete.
2. Z předloženého seznamu kandidátů vyberte, prosím, jednoho, kterého byste zvolil/a, kdyby již dnes byly volby do Senátu.
3. Představte si ideální politickou stranu, která by Vám ve všem vyhovovala a kterou byste nejradši volil/a. Teď Vám budu postupně předkládat různé dvojice politických stran. Vy mi, prosím, u každé řekněte, která z nich je blíže Vaší ideální straně, která se jí více podobá. - kombinace ČSSD, ODS, KSČM, US, KDU-ČSL
4. Ze seznamu kandidátů jmenujte ty, které znáte. Nyní se je pokuste rozdělit na tři skupiny - na Vám sympatické osoby, na nesympatické osoby a na ty, kteří nejsou ani sympatičtí ani nesympatičtí.

Je mezi těmi sympatickými někdo, koho si obzvlášť ceníte? Kdo?

SOUVISLOST MEZI STRANICKOU PREFERENCÍ A KOMUNIKAČNÍM CHOVÁNÍM

Cílem mého druhého problému bude nalezení asociace mezi volebním a komunikačním chováním. Chci využít ojedinělé příležitosti, kdy budeme provádět větší počet rozhovorů pouze v jedné lokalitě. Tím eliminujeme značné množství intervenujících proměnných, pro které bychom museli běžný celorepublikový soubor kontrolovat, a umožníme zkoumat vztahy jinak nezachytitelné.

Hrají v komunitě mezilidské vztahy významnou roli při utváření politických postojů? Pokud ano, u kterých lidí? Mají jedinci s větším pocitem izolace tendenci volit velké strany? Jsou lidé, kteří se silně identifikují s městem, více homogenní ve svých politických postojích? Tyto a mnoho dalších otázek se pokusím zodpovědět. Při interpretaci využiji jednak teorie referenčních skupin a jednak teorie o názorových vůdcích. Existuje více možných důvodů, proč by třeba identifikace s městem měla souviset s volebním chováním. Jedním může být například větší interakce, tudíž větší vystavení vlivům, které působí na všechny obyvatele. Druhým důvodem může být snaha jedince o členství v komunitě, a proto třeba volí stejnou politickou stranu jako většina ostatních.

Problém: Existuje souvislost mezi volebním a komunikačním chováním? Lze těmito proměnnými vysvětlit volební preferenci nebo možnost její změny?

Fáze výzkumu: Problémem se lze zabývat v jakékoli části panelového výzkumu. Jeho těžiště můžeme položit do libovolné vlny; pro predikci změny však bude nutné využít všechny vlny.

Počet otázek: Škály měřící komunikační chování.

Hypotézy a jejich operacionalizace:

H1: Lidé, kteří mají menší pocit izolace, více kopírují volební chování/preferenci komunity.

stranická preference/volba - přímý dotaz na volbu/preferenci

pocit izolace - měření škálou izolace - viz otázka 1

H2: Lidé, kteří mají pocit, že jejich referenční skupiny vykazují stejné volební chování, mají menší tendenci ke změně své preference.

pocit, že referenční skupiny volí stejně - přímý dotaz, zda blízcí volí stejně jako respondent; škála integrace s městem - viz otázka 2 a 3

změna preference - změna preference mezi jednotlivými vlnami výzkumu

H3: Izolovaní lidé bez identifikace s městem mají odlišné politické preference od ostatních členů komunity.

viz předcházející hypotézy

Otázky:

otázky na mediální chování.

U každého z následujících výroků mi prosím řekněte, do jaké míry s ním souhlasíte:

- 1) V mém okolí je jen málo lidí, které zajímá, jak se mi daří.
Opravdové přátele zde člověk těžko hledá.
Večery trávím pokud možno ve společnosti.
Občas se cítím osamocen(a).
Myslím si, že mám méně přátel než ostatní lidé.
- 2) Co je dobré pro toto město, je dobré i pro mne.
Tomuto městu by prospělo, kdyby se každý staral sám o sebe.
Cítím, že k tomuto městu patřím.
V současnosti jsou v našem městě některé věci, za které se stydím.
- 3) A. Mají následující Vám blízcí lidé stejné politické názory jako Vy?
B. A volí tyto lidé stejnou politickou stranu jako vy? Pokud nevíte přesně, pokuste se to alespoň odhadnout.
 1. rodiče
 2. partner(ka)
 3. nejbližší přátelé
 4. nejbližší spolupracovníci/spolužáci

TESTOVÁNÍ ČESKÉ VERZE ŠKÁLY SÍLY OSOBNOSTI

Panelové uspořádání výzkumu nám nabízí provést testování reliability škály formou test-retest. Použití split-half metody poukazuje na poměrně malou reliabilitu, proto by nová zkouška škály mohla mnohé vyjasnit.

Z hlediska validity (při nedostatku místa ve výzkumném instrumentu bych dal testu validity přednost) bych sílu osobnosti poměřil s osobnostními rysy, které by s ní měly významně souviset. Jak se ukázalo v mé bakalářské práci, extroverze pravděpodobně není se silou osobnosti významně korelována, obrátil bych se tedy k osobnostním dimenzím, které by podle Noelle-Neumannové měly být se silou osobnosti korelovány nejvíce - k dominanci a aktivitě. Tyto rysy bych měřil škálami vzniklými a používanými v českém prostředí. Konkrétně navrhuji použít zmíněné dimenze z osobnostního inventáře Evy Kudličkové

(položky viz později). Podle autorů škály jsou vysoko se umisťující osoby na faktoru aktivity "rychlé, průbojné, energické, dynamické, vitální a rozhodné", dominance reprezentuje vlastnosti jako: "panovačnost, sebejistota, samostatnost, autoritativnost, agrese". Vesměs se jedné o vlastnosti připisované i vlivným lidem.

Dále bych rád zkoumal vliv skutečnosti, že všech deset výroků PS škály je formulováno tak, že odpověď ano svědčí o síle osobnosti. Doporučuji v některém z instrumentů například dva výroky škály formulovat negativně a analyzovat míru nekonzistentních odpovědí.

Problém: Validita a reliabilita PS škály

Fáze výzkumu: V libovolné vlně podle místa v instrumentu.

Počet otázek: 16 pro aktivitu-pasivitu; 16 pro dominanci-submisi; a 2-3 reformulované výroky PS škály

Otázky:

Aktivita

V práci se snažím vymýšlet spíše vlastní nové postupy.

Nesnáze a namáhavé úkoly mě provokují, abych ukázal, co umím.

Zúčastňuji se aktivně diskusí na přednáškách a schůzích.

Jsem ochoten se sám pustit do něčeho, i když výsledek není zaručený.

Musím stále něco dělat, nevydržím odpočívat.

Mé plány se většinou podaří uskutečnit.

Mám rád namáhavou práci.

Od slov k činům není u mne daleko.

Pasivita

Stává se mi, že se nemohu rozhodnout a tak promeškám vhodnou chvíli.

Brzy se unavím.

Překážky a nesnáze mě odrazují.

Dlouho trvá, než se pro něco rozhodnu.

Nemám dost chuti a elánu pro řešení těžších úkolů.

Raději ustoupím, než bych hnal situaci do krajnosti.

Cítím se brzo unavený, když musím delší dobu rychle pracovat.

Pracuji spíše pomalu a důkladně.

Dominance

Těžko se podrobuji vnějšímu vedení.

Snažím se získávat jiné pro svůj názor.

Stěžuji si vrchnímu, když dostanu v restauraci špatné jídlo.

Za svůj názor bojuji i proti mínění většiny.

Rád vedu a organizuji druhé.

Již se mi podařilo umluvit nebo smělym vystupováním zmást úřední osobu.

Dovedu prosadit své přání v obchodě i u neochotného prodavače.

Soucítí jiných mě pokořuje.

Submise

Snažím se většinou jednat tak, abych nenarazil.

Nerad něco rozhodnu sám.

V komplikované situaci se často cítím bezradný.
 Jsem-li v nepříjemné situaci, hledám někoho, kdo by mi poradil.
 Snažím se přizpůsobit se společnosti, ve které právě jsem.
 Je mi zatěžko projevit svůj názor před více lidmi.
 Snadno podlehnu mínění druhých a udělám i něco, co jsem původně nechtěl.
 Chvála nebo hana přátel na mě silně působí.
 Reformulované výroky PS škály by mohly vypadat následovně:
 Nerad přijímám odpovědnost.
 Nedovedu se dobře prosadit.
 Nerad přesvědčuji druhé o svém mínění.

SEZNAM OTÁZEK DO PRVNÍ VLNY VÝZKUMU

/PREFERENČNÍ MAPA/

(POKYN: Předložte respondentovi karty s názvy politických stran)

A) Z následujícího seznamu politických stran odložte na hromádku ty, které znáte. (Zaznamenejte do sloupce A)

B) Z těchto stran vyberte ty, které byste určitě nikdy nevolil(a). (Zaznamenejte do sloupce B)

C) Ze zbylých stran vyberte ty, u kterých si dovedete představit, že byste je za určitých okolností mohl(a) volit. (Sloupec C)

A zná	B nevolil by	C volil by
ČSSD
ODS
KSČM
KDU-ČSL
US
SPR-RSČ
ODA
DEU

/DOMINANCE/

Nyní Vám přečtu několik výroků, které se mohou týkat Vašeho chování a Vašich pocitů. Řekněte mi vždy, prosím, zda souhlasíte s tím, že přečtený výrok vystihuje Vaše jednání.

Těžko se podrobují vnějšímu vedení

Stěžují si vrchnímu, když dostanu v restauraci špatné jídlo

Za svůj názor bojuji i proti mínění většiny

Soucítí jiných mě pokořuje

Nerad něco rozhoduji sám

Jsem-li v nepříjemné situaci, hledám někoho, kdo by mi poradil

Snažím se přizpůsobit společnosti, ve které právě jsem

Chvála přátel na mě silně působí

1 rozhodně souhlasím

2 spíše souhlasím

3 spíše nesouhlasím

4 rozhodně nesouhlasím

8 nevím

/IZOLACE/

U každého z následujících výroků mi prosím řekněte, do jaké míry s ním souhlasíte.

V mém okolí je jen málo lidí, které zajímá, jak se mi daří.

Opravdové přátele zde člověk těžko hledá.

Večery trávím pokud možno ve společnosti.

Občas se cítím osamocen(a).

Myslím si, že mám méně přátel než ostatní lidé.

/IDENTIFIKACE S MĚSTEM/ stejná úvodní otázka i kategorie odpovědí

Co je dobré pro toto město, je dobré i pro mne.

Tomuto městu by prospělo, kdyby se každý staral sám o sebe.

Cítím, že k tomuto městu patřím.

V současnosti jsou v našem městě některé věci, za které se stydím.

- 1 rozhodně souhlasím
- 2 spíše souhlasím
- 3 spíše nesouhlasím
- 4 rozhodně nesouhlasím
- 8 nevím

/REFERENČNÍ SKUPINY/

Jakou politickou stranu podle Vás nejčastěji volí lidé jako jste Vy?

A) Mají následující Vám blízcí lidé stejné politické názory jako Vy?

B) A volí tyto lidé stejnou politickou stranu jako vy? Pokud to nevíte přesně, pokuste se to alespoň odhadnout.

A

B

- 1. rodiče
- 2. partner(ka)
- 8 nemá smysl
- 3. nejbližší přátelé
- 4. nejbližší spolupracovníci /spolužáci

- 1 ano (spíše ano)
- 2 ne (spíše ne)
- 3 nevím

5.2. LOKÁLNÍ A KOSMOPOLITNÍ ROLE V ČESKÉ SPOLEČNOSTI

(Eva Pilíková)

VÝZKUMNÝ PROBLÉM

Existují v české společnosti lokální a kosmopolitní role ?

CÍLE

Na základě empirických zjištění nalézt a identifikovat lokální a kosmopolitní role v české společnosti, příp. objevit identifikátory, které štěpí českou populaci podle lokální či kosmopolitní orientace.

METODOLOGIE

Empirické údaje budou získány prostřednictvím výzkumu postojů respondentů k politickým událostem a jejich volebního chování. Jednorázové výzkumné šetření proběhne v období září - říjen 1999 v menším českém městě na vzorku 1500 respondentů. Data budou sbírána metodou strukturovaného rozhovoru, respondenti budou vybráni náhodným (pravděpodobnostním) výběrem. (Garantem výzkumu je doc. Hynek Jeřábek, Katedra sociologie, Fakulta sociálních věd UK.)

TEORETICKÁ VÝCHODISKA

Poprvé byli názoroví vůdci rozlišeni na lokální a kosmopolitní v roce 1949 R. Mertonem. Ten na základě latentních proměnných identifikoval vlivné osoby), které rozlišil na lokální a kosmopolitní ve studii "Modely vlivu: Studie mezilidského ovlivňování a komunikačního chování v místní komunitě" (Patterns of Influence: A Study of Interpersonal Influence and Communicatins Behavior in a Local Community).

Mertonův žák A. Gouldner studoval lokální a kosmopolitní role v organizačních strukturách (organizacích, podnicích). Formuloval hypotézu o existenci dvou latentních organizačních rolí, tedy lokálních a kosmopolitních, ve studii "Kosmopolitní a lokální v analýze latentních sociálních rolí I a II" z let 1957-1958 (Cosmopolitans and Locals: Toward an Analysis of Latent Social Roles - I, II).

Koncept lokálních a kosmopolitních rolí byl znovu použit v roce 1995, kdy Rosabeth Moss Kanterová publikovala knihu "Světová třída - Lokálně prosperovat ve sféře globální ekonomiky" ("World Class - Thriving Locally in the Global Economy"). Kanterová v knize vychází ze situace devadesátých let, kdy dochází na poli ekonomiky k procesu globalizace. V rámci působení těchto vlivů je možno odlišit, jak v ekonomice tak ve společnosti, dva druhy lidí: kosmopolitní a lokální. Autorka sleduje, jak oba typy dokáží různým způsobem uspět na poli globální ekonomiky.

Výše uvedený přehled teorií jsem provedla ve své bakalářské práci "Lokální a kosmopolitní role v koncepcích R.K. Mertona, A.W. Gouldnera a R.M. Kanterové" (1998).

EMPIRICKÁ ČÁST

Na základě teoretických koncepcí byly vybrány dimenze (sociodemografická, socioekonomická, kulturní, postojová, psychologická), které štěpí celkovou populaci pomocí jednotlivých identifikátorů. Křížením jednotlivých dimenzí by měly být odhaleny různé typy orientací, resp. rolí - lokálních a kosmopolitních.

Podle dosud uveřejněných výzkumů a studií lze očekávat, že lokální a kosmopolitní role budou odlišeny zejména na základě následujících hypotéz:

H1: Kosmopolitní jsou ti, kteří se zajímají o celosvětové dění. Cítí se být součástí "velkého světa".

H2: Lokální se zajímají o místní (domácí) dění.

H3: Kosmopolitní jsou často považováni za experty (mají vyšší stupeň vzdělání, příp. kvalifikaci).

H4: Lokální jsou ti, kteří znají, tedy v dané lokalitě zpravidla mívají více přátel a známých než kosmopolitní.

S ohledem na specifika české společnosti byly stanoveny následující hypotézy:

H5: Kosmopolitní jedinci budou spíše schvalovat vstup ČR do NATO, EU.

H6: Kosmopolitní budou spíše ti, kteří budou ochotni se stěhovat z místa bydliště (příp. z ČR).

H7: Kosmopolitní ovládají častěji (více) cizí jazyky než lokální (ti to ani nepotřebují).

H8: Kosmopolitní budou mít přátele z "celého" světa.

H9: Kosmopolitní budou více než lokální využívat počítače jako komunikačního prostředku, resp. Internetu, e-mailu, aby udrželi kontakt s "velkým světem".

OTÁZKY

Jakou pociťujete sounáležitost k ...

1 velmi silnou

2 silnou

3 slabou

4 žádnou

a. vašemu městu 1 2 3 4

b. vašemu regionu 1 2 3 4

c. České republice 1 2 3 4

d. Evropě 1 2 3 4

Kdybyste si mohl(a) zlepšit své životní podmínky, byl(a) byste ochotna...

1 velmi ochoten (na)

2 spíše ochoten (na)

3 spíše neochoten (na)

4 velmi neochoten (na)

- | | |
|--|---------|
| a. odstěhovat se do jiné obce nebo města ve vašem okrese | 1 2 3 4 |
| b. odstěhovat se do jiného okresu | 1 2 3 4 |
| c. odstěhovat se z České republiky | 1 2 3 4 |

Jak dlouhou dobu, byste byl(a) ochoten(na) žít mimo ČR ?

- a) nebyl(a) bych ochoten (na)
- b) pouze krátkodobě (řádově na několik měsíců)
- c) na delší dobu, ale chtěl(a) bych se vrátit
- d) trvale, napořád

Od kterého roku žijete v tomto městě ?

od roku:

Žil(a) jste někdy v zahraničí (tzn. více jak 2 měsíce vcelku)?

ano ne

Pokud jste žil(a) v jiných zemích, uveďte, prosím ve které (kterých)?

Země :

Jaký byl důvod Vašeho pobytu ?

- | | |
|--------------------------------|--------------|
| - zaměstnání | - vzdělávání |
| - rodina - návštěva příbuzných | - emigrace |
| - dovolená | - jiný důvod |

Vzpomenete si, ve kterých letech jste tam žil(a)?

Od roku: Do roku:

Mám přátele a známé (vyberte jednu možnost)

- a) především v tomto městě
 - b) v tomto městě i po celé České republice
 - c) v tomto městě, v České republice a v dalších zemích:
- vypište (země):

Nyní, bychom se Vás rádi zeptali na Váš pohled na období od listopadu 89 do současnosti.

Řekl(a) byste, že jste se svým současným životem:

- a) spokojen
- b) spíše spokojen
- c) spíše nespokojen
- d) nespokojen

V období od listopadu 89 došlo k mnohým změnám. Vy osobně jste se angažoval v některé z uvedených oblastí?

- | | | |
|--------------------------------------|-----|----|
| - v politice | ano | ne |
| - v občanských, zájmových sdruženích | | |

Souhlasíte se vstupem ČR do NATO?

ano ne

Pokud se v budoucnu bude konat referendum o vstupu do EU, náš vstup:

- a) podpoříte
- b) nepodpoříte

otevřená otázka:

Jaký je podle Vás největší problém v dnešní době ?

5.3. SPIRÁLA MLČENÍ ANEB KDO A PROČ ZMĚNÍ PŘI VOLEBNÍM AKTU SVÉ PREFERENCE

(Alena Vlachová)

Hlavním tématem mé části našeho společného výzkumného projektu jsou voliči, kteří si z různých důvodů nejsou jisti svou volbou; nerozhodní voliči, kteří před volbami několikrát mění své politické preference; voliči, kteří se až těsně před volbami rozhodnou pro zcela jinou politickou stranu, než kterou doposud preferovali. Toto téma navazuje na výzkum P. F. Lazarsfelda v době prezidentských voleb v USA v roce 1940 a na knihu (a potažmo i na výzkumy) E. Noelle-Neumannové: Veřejné mínění - Odhalení spirály mlčení. Úzce s tímto tématem souvisí i pojem "cross pressures", neboť jak P. F. Lazarsfeld zjistil, lidé pod křížovými tlaky patří právě mezi ty voliče, kteří o své konečné volbě rozhodují až těsně před volbami (tzv. last minute swing).

E. Noelle-Neumannová se zabývala po neúspěchu při volebních prognózách v roce 1965 problémem, jak lze předpovědět chování voličů, kteří přímo při volbách nebo těsně před nimi změni svůj názor a volí jinou stranu, než kterou původně preferovali. Porovnávala-li volební preference před volbami, výsledek voleb a odpovědi dotazovaných na otázku: Kdo si myslíte, že vyhraje volby?, zjistila, že se výsledek voleb vzhledem k předvolebním preferencím posunul právě ve prospěch té strany, o níž si většina (bez ohledu na preferovanou stranu) myslela, že volby vyhraje. Paul F. Lazarsfeld přičítal volební obrat části (tři až čtyři procenta) voličů přímo při volbách tomu, že se lidé přiklánějí pod vlivem veřejného mínění na tu stranu, o které si "všichni" myslí, že se stane volebním vítězem. Vysvětloval to tím, že lidé prostě chtějí stát po volbách na straně vítěze (bandwagon effect - být ve vagónu s kapelou).

E. Noelle-Neumannová však ve své knize dokazuje, že lidé nejsou tak nároční, že by museli stát na straně vítěze, nýbrž že je toto chování spíše způsobeno přirozenou snahou nebýt od ostatních izolován. S menšinovým názorem bývá často spojena určitá stigmatizace osob, které jej zastávají. Je to tedy především strach ze společenské izolace, který donutí část voličů změnit jejich rozhodnutí. Ve společnosti se neustále tvoří jakési názorové klima, které je nakloněno názorům jedněch, avšak názory druhých (opozice) jsou v tomto všeobecném klimatu považovány za nepřijatelné. Lidé, kteří nenacházejí ve společenském klimatu potvrzení svých názorů, nezajímají se příliš o politiku, mají nižší sebevědomí a pocit společenské izolace, se raději uchýlí k mlčení, než aby se veřejným projevováním svých názorů od ostatních odlišovali a tím i společensky izolovali. Tím ale zdánlivě vzniká ve společnosti pocit, že strana, jejíž názory jsou společensky přijatelnější pro diskusi, je voličsky

preferovanější. Jak ale výzkumy potvrdily, nemusí tomu tak vždy být. Ba naopak může mít strana, jejíž přívrženci se uchýlili k mlčení, volební preference vyšší, než kterákoliv jiná politická strana. Právě tento jev nazvala E. Noelle-Neumannová "spirálou mlčení".

Ve společnosti tedy převládá určitý pocit o tom, která strana se stane vítězem voleb, a právě tento pocit, toto názorové klima dokáže ovlivnit méně rozhodnou část voličstva k tomu, aby v poslední chvíli změnili své rozhodnutí a volili jinou stranu, než kterou měli původně v úmyslu. Nikoli ovšem z důvodu "stát na straně vítěze", jak se domníval P. F. Lazarsfeld, nýbrž ze strachu ze společenské izolace.

S teorií Noelle-Neumannové souvisí i tzv. "cross-pressures" P. F. Lazarsfelda, který se ve svém výzkumu People's Choice k prezidentským volbám v USA v roce 1940 zabýval mimo jiné otázkou, zda je možné najít určité sociální charakteristiky, na jejichž základě bychom mohli odhadnout (předpovědět) volební chování jednotlivých (skupin) voličů. Jako významné se v tomto výzkumu ukázaly sociální kategorie věk, velikost místa bydliště, náboženské vyznání a příjem. Na jejich základě vytvořil Lazarsfeld tzv. index politické predispozice (IPP), který ukazoval, jak silným přívržencem té které strany daný volič je a s jakou pravděpodobností bude danou stranu volit. Na základě kombinace těchto čtyř charakteristik vznikly dva ideální typy (volič republikánského kandidáta a volič demokratického kandidáta). Otázkou ovšem zůstávalo, koho budou volit lidé, kteří by podle některých charakteristik měli volit demokratického kandidáta, podle jiných však kandidáta republikánského. Tyto protichůdné tlaky nazval Lazarsfeld "cross pressures". Zároveň na svém panelovém výzkumu dokázal, že jsou to právě lidé pod cross pressures, kteří se na poslední chvíli rozhodnou, že budou volit jinou stranu, než kterou doposud preferovali.

V našem výzkumu senátních voleb bychom se také chtěli pokusit najít podobné charakteristiky, na jejichž základě by bylo možné předem odhadovat, kterou stranu bude daný volič volit. Naši situaci však může zkomplikovat fakt, že politická scéna není až tak výrazně polarizovaná jako tomu bylo v případě Lazarsfeldova výzkumu i výzkumu E. Noelle-Neumannové. Přesto si myslím, že volební preference ODS a ČSSD jsou v současné době téměř vyrovnané a tzv. last-minute-swing bychom mohli u těchto dvou stran dobře měřit. Podobný přesun voličů v poslední chvíli by se možná dal pozorovat i mezi voliči ODS a US. V potaz je však třeba vzít specifika senátních voleb, jejichž cílem není volba určité strany, nýbrž že jde o volbu konkrétních kandidátů.

PRVNÍ ČÁST:

Cílem bude zjistit určité charakteristiky, podle nichž bychom mohli předpovědět, zda ten který volič těsně před volbami změní svou dosavadní preferenci.

H1: Lidé s pocitem společenské izolace, lidé s nižším sebevědomím a s nižším zájmem o politiku se nejvíce podílejí na "last minute swing".

H2: Lidé, kteří se nacházejí pod křížovými tlaky, se také významně více podílejí na "last minute swing".

Otázky (do první vlny dotazování):

Izolace (4 bodová škála: určitě ano, spíše ano, spíše ne, určitě ne)

1. Opravdové přátele zde člověk těžko hledá
2. V mém okolí je jen málo lidí, které zajímá, jak se mi daří

3. Často se cítím osamocen/a
4. Snadno navazuji kontakt s ostatními lidmi
5. Myslím si, že mám méně přátel než ostatní lidé

Sebevědomí

1. Jsem vždy náchylný považovat se za neúspěšného člověka
2. Myslím si, že mám řadu dobrých vlastností
3. Chtěl bych si sám sebe víc vážít
4. Jsem se sebou vcelku spokojený
5. Někdy si myslím, že jsem naprosto neschopný

Následující škála od 1 do 10 vyjadřuje míru sebevědomí, přičemž 1 = velmi nízké sebevědomí a 10 = velmi vysoké sebevědomí. Kam byste se na této škále zařadil/a Vy?

Kterou politickou stranu byste volil(a), kdyby se volby do Poslanecké sněmovny konaly příští týden?

Jak moc se Vy osobně zajímáte o politiku?

- | | |
|--------------------|---|
| Velmi se zajímám | 1 |
| Docela se zajímám | 2 |
| Trochu se zajímám | 3 |
| Moc se nezajímám | 4 |
| Nezajímám se vůbec | 5 |
| Neví | 8 |

Otázky (do dalších vln dotazování):

Rozhodujete se mezi dvěma nebo více politickými stranami (kandidáty)? Mezi kterými?

Jste v současné době

- již pevně rozhodnut(a) o tom, koho budete volit
- nebo svůj současný názor možná ještě změníte?

Samozřejmě pro to, abychom mohli podrobněji analyzovat křížové vlivy (cross pressures), ale také např. proto, abychom mohli přesněji identifikovat aktivní a pasivní přívržence stran (viz dále), je třeba položit celou řadu identifikačních a názorových otázek.

Pohlaví, věk, sociální postavení - zaměstnání, vzdělání, příjem, počet osob v dom., počet dětí, sebezaražení na škále levice-pravice, sebezaražení do společenské vrstvy, baterie socio-ekonomických výroků, sporné religiózní otázky, volební preference příbuzných a známých, volby z minulých let ... Důležité jsou také otázky zjišťující vliv rodiny na politické rozhodování respondenta, volbu rodinných příslušníků a přátel.

Otázky (do první vlny dotazování):

Nyní Vám budu číst výroky a Vy mi řeknete, nakolik s nimi souhlasíte nebo nesouhlasíte.

Pokyn: Předložte dotazovanému KARTU a zakroužkujte v každém řádku jeho odpověď!

- | | |
|---|------------------|
| 1 | Určitě souhlasím |
| 2 | Spíše souhlasím |

- 3 Spíše nesouhlasím
4 Zcela nesouhlasím
Neví

- a. Vláda by měla přerozdělovat příjem od těch, co jsou na tom lépe, těm, co jsou na tom hůře
- b. Vlastníci velkých podniků bohatnou na úkor dělníků
- c. Obyčejní pracující lidé nedostávají spravedlivý podíl z národního bohatství
- d. Existuje jedno právo pro bohaté a druhé pro chudé
- e. Vedení podniku se bude vždy snažit vyvrát na zaměstnance, pokud dostane šanci
- f. Mladí lidé dnes neuznávají tradiční hodnoty
- g. Za některé zločiny je nejvhodnějším trestem trest smrti
- h. Školy by měly učit děti uznávat autoritu
- i. Právem je třeba řídit se vždy, dokonce i když určitý zákon je špatný
- j. Cenzura filmů a časopisů je nutná pro udržení morálních norem
- k. Lidé, kteří porušují právo, by měli dostat přísné tresty

V politice se často užívají pojmy "levice" a "pravice. Kam byste se sám(a) zařadil(a)?

LEVICE

PRAVICE

DRUHÁ ČÁST:

E. Noelle-Neumannová dokázala, že samotné volební preference nejsou jednoznačným vodítkem k tomu, jak se lidé nakonec při samotných volbách rozhodnou. Ukázala jasnou souvislost mezi konečným výsledkem voleb a názorovým klimatem, který panoval ve společnosti těsně před volbami a který se týkal názoru voličů na to, jaká strana ve volbách zvítězí. Pomocí měření předvolebního názorového klimatu je možné lépe odhadnout, na kterou stranu se nakonec přidají nerozhodnutí voliči, resp. "last-minute-swingers".

H3: Přesun určité části voličů a změna jejich původního rozhodnutí úzce souvisí s tím, jaké převládá ve společnosti názorové klima o tom, která strana ve volbách zvítězí.

Otázky (do první vlny dotazování):

Jakou stranu podle Vás nejčastěji volí lidé jako jste Vy?

Otázky (do dalších vln dotazování):

Která strana podle Vás ve volbách zvítězí a bude mít nejvíce senátorů?

- celkově v těchto senátních volbách
- ve vašem volebním obvodu

TŘETÍ ČÁST:

Další výzkumy E. Noelle-Neumannové dokázaly, že jako silnější se jeví ve společnosti ta strana, jejíž přívrženci se v předvolební kampani dokázali více angažovat. Ochotu veřejně hovořit či se hlásit k určitému názoru můžeme měřit dvěma způsoby. Buď tzv. železničním

testem, kdy se respondentů ptáme, zda by se zapojil ve vlaku do rozhovoru na kontroverzní téma, nebo mírou loajality, kterou by byl ochoten ke své straně na veřejnosti ukázat (jak dalece by se zapojil do předvolební kampaně). U tohoto problému jsou také důležité socio-demografické identifikace. Pomohou nám odhalit společenské skupiny, které vytvářejí názorové klima a naopak skupiny voličů, kteří mají tendenci upadat do mlčení a měnit své volební preference právě z důvodu obavy z izolace.

H4: Přívrženci té strany, která je považována za budoucího vítěze voleb, jsou ve společnosti otevřenější hovořit o svých názorech. Přívrženci ostatních stran naopak nechtějí své postoje veřejně projevovat.

H5: Mladší populace, muži, lidé z vyšších vrstev s dobrým povoláním jsou otevřenější k tomu, hovořit na veřejnosti o svých politických názorech.

Otázky (do první vlny dotazování):

železniční test:

Téma, které se použije pro testování ochoty diskutovat na kontroverzní téma. Může to být ale kterékoliv jiné, např. trest smrti, interrupce, vojenský útok NATO, registrované partnerství... Nejprve je třeba zeptat se na to, ke kterému postoji se hlásí sám respondent a pak v železničním testu dosadit opačný postoj.)

V poslední době se hodně hovoří o tom, zda se má či nemá dostavět jaderná elektrárna Temelín. Byl byste spíše...

...pro dostavbu Temelína

...nebo pro zastavení jeho výstavby?

Představte si, že máte před sebou pětihodinovou cestu vlakem a ve Vašem kupé se někdo začne zastávat dostavby jaderné elektrárny Temelín / začne kritizovat jadernou elektrárnu Temelín a je proti jeho dostavbě. Hovořil/a byste rád/a s tímto člověkem a snažil/a se na toto téma diskutovat, nebo byste si toho vůbec nevšiml/a?

Určitě bych s ním diskutoval/a

Spíše bych s ním diskutoval/a

Spíše bych s ním nediskutoval/a

Určitě bych s ním nediskutoval/a

Co byste byl ochoten udělat pro stranu, kterou máte v úmyslu volit:

- nosil(a) bych viditelně logo či odznak této strany
- vyvěsil(a) bych plakát této strany na dům nebo do okna
- nalepoval(a) bych tyto plakáty po ulicích
- pomáhal(a) bych při rozdávání reklamního materiálu této strany
- účastnil(a) bych se pouliční diskuse a obhajoval(a) bych tuto stranu
- účastnil(a) bych se shromáždění této strany
- obhajoval(a) bych postoje své strany i na shromáždění jiných stran
- přesvědčoval(a) bych své příbuzné a známé
- nedělala bych pro svoji stranu nic z předcházejícího

Otázky (do dalších vln dotazování):

Jak strana ve volbách uspěje záleží také na tom, jak silně se ve volební kampani angažují její přívrženci. Co si myslíte, přívrženci které strany se v této kampani nejvíce projevují, ukazují největší idealismus?

Na závěr je tedy možno v krátkosti shrnout celkovou myšlenku projektu. Budeme se snažit nalézt respondenty, kteří mají silné sklony k tomu, aby se na poslední chvíli rozhodli změnit svou dosavadní politickou preferenci. Budou to dle mých hypotéz lidé s nižším sebevědomím, nižším zájmem o politiku a lidé s pocitem společenské izolace. Pokud se nám podaří určit v naší společnosti nějaký index podobný Lazarsfeldově indexu politické predispozice a dokážeme určit cross pressures, pak budou méně jistí voliči pravděpodobně pod nějakým podobným křížovým tlakem. Ještě před volbami budou za pravděpodobného vítěze voleb považovat jinou stranu než tu, kterou preferují (resp. si budou myslet, že lidé jako je on sám budou volit jinou stranu, než kterou má sám v úmyslu volit). Pokud nebude jejich názor odpovídat obecně přijatelnému názorovému klimatu (bude menšinový), pak budou tito respondenti méně často připraveni a ochotni svůj názor obhajovat.

Zároveň pak přívrženci obecně přijímaného názoru budou angažovanější v politice a o svých názorech budou ochotni veřejně hovořit.

5.4. NÁZOROVÍ VŮDČI A UTVÁŘENÍ STRANICKÉ LOAJALITY

(Klára Plecítá)

Je volební chování otázkou zvyku nebo vždy nově váženého rozhodnutí? To je centrální otázka výzkumu volebního chování. Existují tři modely volebního chování (např. Harrop a Miller 1987).

Sociologický model, nazývaný také strukturální nebo radikální, který se zabývá vlivem sociální struktury na politické chování, na formování stran atd.

Rational choice model – model racionálního výběru, podle něhož je volba vždy nově váženým rozhodnutím a volič si vybírá z celého spektra kandidujících stran tu stranu, která se nejvíce blíží jeho zájmům, hodnotám a prioritám. Vychází z ekonomické teorie volebního chování (Downs 1957). Issue voting.

Party identification model – model stranické identifikace, podle něhož je volba zjevným vyjádřením vztahu k politické straně. Je patrné, že jen velmi málo lidí se odchyluje v každých nových volbách od své volby ve volbách minulých. Mezi voličem a stranou se vytvářejí dlouhodobé vazby a tyto vazby se opírají o stabilní představy o stranických principech a stranách samotných.

Analýzy jak z USA i západoevropských zemí ukazují, že většina lidí má stabilní vztah ke stranám a stabilní volební historii. Jejich volební chování lze nejlépe vysvětlit modelem stranické identifikace. Obdobnou stabilitu vztahu a stabilitu volby naznačují i data z volebních a dalších výzkumů v České republice. I zde je více těch voličů, kteří svá volební rozhodnutí nemění a nemění ani vztah ke straně (např. Vlachová 1997). Lze tedy vysvětlit volební chování v České republice modelem stranické identifikace?

MODEL STRANICKÉ IDENTIFIKACE

Fenoménu stranické identifikace si všímali již Hume, který hovořil o náklonnosti ke straně, Washington a Madison (duch strany) nebo Calhoun (vazba ke straně) (Campbell a Valen 1961). Již z jejich postřehů je patrné, že stranická identifikace se utváří tam, kde se utvářejí masové strany. Stranickou identifikací se myslí osobní vazba, kterou má jedinec k dané politické straně, nebo pocit sounáležitosti s politickou stranou. Je to psychologický konstrukt, který formuje volební chování. Síla stranické identifikace pomáhá vysvětlit volební účast a těkavost voličů, ale není perfektním prediktorem volebního chování (Harrop a Miller 1987). Část voličů volí „svou“ stranu bez jakékoliv racionalizace, bez informací o politických tématech nebo kandidátech. Část voličů zase porušuje svou stranickou identifikaci a volí „opoziční stranu“. Stranická identifikace je průvodcem po volebních trendech, umožňuje odlišit dlouhodobé a krátkodobé vlivy na volbu a studovat volby z toho hlediska, zda odrážejí, liší se nebo přestrukturovávají strukturu voličstva.

Model stranické identifikace vychází se sociální psychologie a je znám také jako „Michiganský model“. Poprvé se uplatnil při výzkumu prezidentských voleb v USA v letech 1952-1956 (Campbell et al. 1960). Tento model pracuje se stranickou identifikací jako s hluboce usazenou vazbou, která se vyvíjí od dětství, předává se v rodině a ovlivňuje voliče tím, že mu umožňuje vnímat politiku, kandidáty, vztahy mezi stranami a sociálními skupinami. S časem se upevňuje. Změny stranické identifikace jsou personální: reflektují změnu příslušnosti k sociální skupině, asociují se s geografickou a sociální mobilitou. Pokud dojde k volbě proti stranické identifikaci pod vlivem krátkodobého vlivu, obvykle dochází v dalších volbách opět k volbě v souladu se stranickou identifikací (Harrop a Miller, 1987: 134, Heath a McDonald 1988)

Model stranické identifikace sice vycházel z reality USA, kde existuje specifický volební i stranický systém, strany bez pevného členství atd.¹ Americký volič volí Republikánskou nebo Demokratickou stranu a přijímá její politiku, protože je republikán nebo demokrat a ne z jiného důvodu. Je však aplikovatelný i v zemích s jinými volebními a stranickými systémy a se stranami s pevným členstvím jako Dánsko, Norsko, Německo, Francie, Kanada, Austrálie...

Analýzy ukázaly, že k identifikaci se stranou není nutné/vyloučené, aby volič byl/nebyl zároveň i členem strany. Stabilní volba se stala v těchto analýzách variantou stabilního stranictví. Jak v Evropě tak v USA je stranická identifikace vysvětlujícím faktorem pro dlouhodobé volební trendy. Výzkumná otázka na sílu stranické identifikace pomáhá vysvětlit volební účast, těkavost voličů a selektivní interpretaci politických událostí. Otázku na ideologické sebezaražení nebo na preference politiky nejsou dostatečné alternativy, protože individuální odpovědi na tyto otázky ukazují příliš mnoho náhodné variace v čase. A navíc mohou být odvozeny ze stranické loajality.

¹ V USA je mnoho volených úřadů, voliči v mnoha státech se mohou registrovat pro primární volby jako demokraté nebo republikáni a presidentský systém umožňuje voličům posuzovat kandidáty do jisté míry nezávisle na politických stranách (Harrop a Miller 1987: 138).

Model stranické identifikace navazuje na Duvergera a jeho volební zákony². Stranická identifikace je formována stranami a stranickým systémem, je výsledkem sady politických podnětů a alternativ (Bowler, Lanoue a Savoie 1994). Voliči reagují určitým způsobem na alternativy, které se jim ve volbách nabízejí. Silněji reagují na ideologicky extrémnějšího konkurenta, slaběji na méně nebezpečnou umírněnou stranu (Bowler, Lanoue a Savoie 1994). Přítomnost relativně extrémní konkurenční strany může způsobovat, že si voliči tváří v tvář zjevnému nebezpečí utvářejí bližší psychologický vztah se svojí stranou. Ideologická vzdálenost je důležitou podmínkou pro to, aby volič pocíťoval nebezpečí. Čím větší je vzdálenost mezi voličem a (konkurenční) stranou na politickém spektru, tím větší nebezpečí volič od strany očekává. Vzdálenost sama o sobě ale není dostatečnou podmínkou pro vznik reakce u voliče. Důležité je, že volič považuje ohrožení od extrémnější strany jako věrohodné. Věrohodnost ohrožení od konkurenční strany se pak týká podnětů a vyhlídek, které jsou utvářeny volebním systémem.

Zatímco například ve volebních systémech poměrného zastoupení nebývají voliči silných stran zneklidněni malými stranami, ve většinových volebních systémech představuje i malá strana nebezpečného konkurenta³. Pocit ohrožení vzbuzuje každá strana, která má šanci uspět ve volbách na národní úrovni. Pocit ohrožení nemusí být podložen skutečným úspěchem strany. Zda strana opravdu uspěla se zjistí až po volbách, ale voliči si dělají podle politických informací, které mají k dispozici, obrázek již před volbami.

Stranická identifikace bývá silnější tam, kde politické strany odrážejí tradiční hluboké sociální protiklady a konkurující si hodnotové systémy a ideologie. Podle modelu stranické identifikace jsou představy o stranách a stabilní volební tendence nejvyvinutější mezi následovníky tradičních „cleavage“ stran, tedy stran, které vyrůstají na rozštěpeních, která jsou v daném politickém systému politicky významná. Naopak voliči, kteří podporují „non-cleavage“ strany, mají slabší tendenci vytvářet si pevnou vazbu k nějakým stranám. I když se objevují zmínky o tom, že v demokraciích slábne vliv tradičních sociálních rozštěpení, stále je patrné, že je v nich přítomný styl mezistranického nepřátelství a ideologické soutěže založený na rozštěpeních a funguje zde volební psychologie. Na formování stranické identifikace působí i specifické strany a stranické systémy, jiný typ stranické identifikace byl nalezen u křesťanských stran, jiný u sekulárních dělnických a buržoazních stran, různé typy stranické identifikace nalezneme v USA a v evropských státech.

Výzkum stranické identifikace přispěl k tomu, že začala být vnímána jako integrovaný soubor citových (affective) a poznávacích (cognitive) komponent. Jde o soubor vzájemně propojených informací, představ, citových orientací uložených v jedincově paměti, který se oživuje jako odpověď na relevantní stimul – tedy nejčastěji ve volbách. Dnešní stranická identifikace je více než dříve odvozena od individualního zpracování politických informací. Lidé se dozvídají informace o stranách, utvářejí si o nich představy, hodnotí politiku stran. Utvářejí si (Richardson 1991):

- *pozitivní afektivní vazby* k favorizovaným stranám: pocity sympatie, loajality a nejmenšího zla

² Zákony o vlivu volebního systému na stranický systém.

³ Např. ve dvoukolovém volebním systému může malá strana zvítězit nad silnějšími stranami, protože je ve druhém kole volena jako menší zlo voliči konkurenční silné strany, která se do druhého kola nedostala.

- *negativní afektivní vazby* k nefavorizovaným stranám: pocity nesympatie, neloajality, největšího zla
- *hodnotící představy* favorizující podporovanou stranu a nefavorizující ostatní strany,
- *politické hodnoty a tematické postoje* odpovídající preferované politické straně: sociálně ekonomické hodnoty (levice - pravice), hodnoty týkající se politických procedur (liberalismus - autoritářství), anomie, důvěra v politiku atd.

Pozitivní vazby, negativní vazby, hodnocení, hodnoty a postoje k politickým tématům tedy představují komponenty stranické identifikace, které významně ovlivňují volební chování - jeho stabilitu a změnu. Stranická identifikace není jednodimenzionální ani v Evropě, ani v USA. Strany, se kterými se voliči identifikují, představují základ jejich politického myšlení, ale nedeterminují jejich celkový názor (Harrop a Miller 1987).

Podle tradiční teorie stranické identifikace (Campbell et al 1960) jsou pozitivní afektivní vazby jednou z dominantních motivací, která přispívá ke konformnímu chování. Jiní autoři (např. Crewe, Goot, Maggioto a Piereson) se však domnívají, že stranicví lze lépe pochopit volbu strany v kontextu alternativ existujících v systému stran v daném čase. Negativní vztahy k jiným než favorizovaným stranám mohou být stejně důležité pro chování jako pozitivní vazby k oblíbeným stranám. Mezistranické nepřátelství je spolu s pozitivními sympatiemi k preferovaným stranám běžnou komponentou obecného stranicví ve stranických systémech evropských zemí. Existuje zde úzká vazba mezi stranickou loajalitou a politickými představami na jedné straně a nepřátelstvím ke konkurenčním stranám na straně druhé. Mezistranické citové nepřátelství se nachází obvykle v systémech, kde „cleavage“ strany dosud ztělesňují silné vzájemné rozpory.

Ačkoliv vycházíme z předpokladu, že stranická identifikace je dlouhodobou vazbou mezi voličem a stranou, nemusí být svazkem na celý život. Nové události nebo nově se objevující významná politická témata mohou znamenat oslabení stranické identifikace (dealignment)⁴. Oslabení stranické identifikace může vést k těkavosti voličů a ta může přinést změny stranického systému, posílení nových stran a oslabení starých⁵. Zejména v Evropě znamená změna volby i změnu identifikace.

Jednoduchý model stranické identifikace je modelem stability více než modelem změny. Volební chování dnes ovlivňuje stranickou identifikaci a naopak, volba proti straně ovlivňuje sílu stranické identifikace. Stranická identifikace slábne, postoje začínají hrát větší roli. Roste význam modelu racionálního výběru. Model stranické identifikace to však zdaleka nevyvrací.

STRANICKÁ IDENTIFIKACE A NÁZOROVÍ VŮDCI

Klasický Michiganský model pracuje se stranickou identifikací jako s vazbou, která se utváří v procesu socializace a na její formování má vliv rodina. Současný model stranické

⁴ Významnou příčinou oslabení stranické identifikace je masivní posílení role „nezávislého“ televizního zpravodajství, které nahradilo stranické médium – noviny a přispělo k oslabení významu stran jako zprostředkovatelů politické komunikace (Harrop a Miller 1987: 140).

⁵ Změny ve stranickém systému jsou však způsobeny jak voliči, tak elitami. Británie: SDP vznikla z rozkolu uvnitř Labour party, ne jako produkt sociální změny. U nás US vznikla z rozkolu uvnitř ODS, ne jako reakce na sociální změny.

identifikace zase spoléhá na vliv médií, zejména televize. Efekt interpersonální komunikace mimo rodinu stejně tak jako efekt komunikace mimo média však není vyloučen a bude předmětem našeho zkoumání.

Budeme zkoumat, jak se formuje stranická identifikace a loajalita u voličů malého města, porovnávat její sílu u názorových vůdců a u těch, kteří jimi nejsou. Dále se pokusíme otestovat roli názorových vůdců a médií při utváření této stranické identifikace a loajality a shodu stranické identifikace v rámci rodinných, partnerských a přátelských vztahů.

Hlavními pracovními hypotézami, které povedou naše zkoumání, jsou:

H1. Názoroví vůdci mají stabilnější volební chování než ti, kteří jimi nejsou.

H2. Názoroví vůdci mají silnější stranickou identifikaci – jsou častěji přesvědčeni o správnosti volby - než ti, kteří jimi nejsou.

H3. Ideologická identifikace názorových vůdců odpovídá více představám o ideologické identifikaci strany.

H4. Názoroví vůdci mají vyvinutější negativní afektivní vazbu a ta formuje stabilitu jejich volby.

OTÁZKY PRO KONSTRUKCI RELEVANTNÍCH PROMĚNNÝCH VZTAHUJÍCÍCH SE K TESTOVÁNÍ
MODELU STRANICKÉ IDENTIFIKACE:

Měření stability nebo změny volebního chování

- Pokud jste volil /a, pro kterou politickou stranu jste se rozhodl/a?
- Kterou politickou stranu byste volil/a, kdyby se volby do Poslanecké sněmovny konaly příští týden?

Měření „síly“ volebního rozhodnutí

- Jak moc jste přesvědčen/a, že jste volil/a správně?
- velmi silně 1
- silně 2
- slabě 3
- vůbec 4

Měření ideologické identifikace strany a ideologické sebeidentifikace

- Politické strany jsou často rozdělovány podle toho, zda stojí na levém okraji politického spektra, ve středu nebo v pravé části politického spektra. Kam byste zařadil/a stranu, kterou jste volil/a v posledních volbách do Poslanecké sněmovny v červnu 1998?

- V politice se často užívají pojmy “levice” a “pravice. Kam byste se Vy sám/a zařadil/a na škále levice - pravice?

Měření negativní afektivní vazby

- A kterou politickou stranu (hnutí) byste nikdy nevolil/a?

5.5. SYMBOLICKÝ KAPITÁL NÁZOROVÝCH VŮDCŮ

(Miroslav Kříž)

V tomto výzkumném projektu se pokouším nalézt souvislost mezi mírou osobního vlivu a symbolickým kapitálem. Osobní vliv chápu v kontextu teorie dvoustupňového toku komunikace (počínaje výzkumem The People's Choice přes práce Mertona, Katze a dalších až po výzkum Noelle-Neumannové a PS-škálu). Symbolický kapitál popisuji v duchu koncepce P. Bourdieu a jeho teorie symbolického kapitálu.

Zabývám se jednak otázkou samotné existence souvislosti těchto dvou fenoménů, jednak otázkou jejich vzájemné podmíněnosti resp. pojetím vlivu jako součásti symbolického kapitálu jednotlivce. Projekt zahrnuje výchozí teoretický nástin problému, základní hypotézy a praktickou koncepci výzkumu včetně otázek pro první vlnu empirického šetření.

TEORETICKÁ VÝCHODISKA PROJEKTU:

Od počátků konceptu názorových vůdců se výzkumníci zaměřili na nejrůznější aspekty jejich specifické role, ať už psychologického či sociálního rázu. Jednak šlo o pokusy najít odlišnosti mezi vlivnými a ovlivňovanými, jednak o typologie vlivných lidí samotných.

V tomto dílčím projektu se vydávám prvním směrem, a pokouším se nalézt či přinejmenším hledat specifickou charakteristiku vlivných lidí.

Několik autorů (např. Merton) se pokoušelo charakterizovat rozdíly v míře osobního vlivu rozdílným sociálním statusem jednotlivců; tyto pokusy však nenalezly odezvu v reálných datech. Hypotéza o souvislosti sociálního statusu a míry osobního vlivu se tak nepotvrdila a je pokládána za neproduktivní. V této souvislosti se ukázala logickou domněnka, že samotný sociální status (jako příslušnost ke specifické sociální vrstvě či třídě) nezakládá příčinu k vyšší či nižší míře osobního vlivu, jde-li o mezilidskou komunikaci v horizontálním směru - mezi příslušníky jedné společenské vrstvy tak najdeme jak lidi ovlivňující, tak ovlivňované.

Na vertikální ose se diferenci také nepodařilo prokázat, což zřejmě můžeme přičíst jednak obecně nižší míře přímé interpersonální komunikace mezi výrazně odlišnými vrstvami společnosti, jednak zejména v naší (a naší podobné) společnosti vysoké míře homogenity v sociálním postavení (toto tvrzení předkládám jako orientační a jsem si vědom jeho snadné napadnutelnosti ze strany reálných dat o rozvrstvení české společnosti).

V klasických výzkumech na toto téma se však autoři soustředili na výslovně sociální status, ve významu statusu socioekonomického, případně operacionalizovaného jako třídní postavení, vycházející především z povolání jednotlivce.

Pierre Bourdieu však sociální pozici jednotlivce popisuje nejen z hlediska postavení na škále majetkové (příjmové), ale používá pojem kapitálu, a to kapitálu ekonomického a symbolického. Zatímco ekonomický kapitál odpovídá zjednodušené klasifikaci vycházející z majetkového postavení, symbolický kapitál je diferencujícím faktorem, vycházejícím z odlišných kulturních a sociálních dispozic jednotlivců.

Bourdieu dělí kapitál právě na tři uvedené podskupiny (typy) - ekonomický, kulturní a sociální (kulturní a sociální shrnuje pojmem symbolický kapitál). Bourdieu se, pravda, věnoval nejrozličnějším aspektům této své koncepce, pokládám však za přínosné pokusit se o její využití i v oblasti výzkumu interpersonální komunikace, názorového ovlivňování.

Můžeme se oprávněně domnívat, v souladu s již uskutečněnými výzkumy, že samotný ekonomický kapitál není v souvislosti se sledovaným problémem nejproduktivnější diferencí. Tvoří totiž (i v Bourdiého koncepci) onu vertikální majetkovou (ekonomickou) osu. Oproti tomu kapitál symbolický se zdá být onou horizontálně působící veličinou, která může souviset s rozdělením (jednotlivých vrstev i celé společnosti) na názorové vůdce a příjemce vlivu, na vlivné a ovlivňované.

Soudím, že symbolický kapitál hraje v procesech mezilidské komunikace klíčovou roli, a proto by možná souvislost s mírou osobního vlivu měla být přinejmenším testována. Pokud je mi známo, žádný z autorů se touto specifickou oblastí možných aspektů názorového vůdcovství nezabýval, přinejmenším v našem kulturním okruhu.

VYMEZENÍ PROBLÉMU:

Pro svůj dílčí projekt stanovím následující problém: existuje souvislost mezi mírou osobního vlivu jednotlivce a mírou jeho symbolického kapitálu?

Takto vymezený problém využívá několika pojmů, které přinejmenším zaslouží vysvětlení.

Mírou osobního vlivu jedince míním rozlišení na názorové vůdce a ovlivňované podle ověřeného měřicího nástroje, v tomto případě PS škály [Noelle-Neumannové].

Mírou symbolického kapitálu míním operacionalizaci jeho klíčových složek, kterou se budu dále zabývat.

Obdobně je tomu s pojmem symbolického kapitálu - shrnuji jím kulturní a sociální kapitál v duchu Bourdiého konceptu.

Existencí resp. neexistencí souvislosti pak mám na mysli měřitelnou asociaci mezi symbolickým kapitálem a osobním vlivem v duchu hypotéz, následujících v příslušném oddílu níže.

BOURDIÉHO SYMBOLICKÝ KAPITÁL:

Zásadním konceptem v mém projektu, kromě teorie dvoustupňového toku komunikace a typologie vůdců a ovlivňovaných, je Bourdiého pojem symbolického kapitálu. Pro Bourdiého [1986. "The Forms of Capital" in Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education, NY, Greenwood Press] představuje pojem kapitál klíč k sociální struktuře společnosti. Bourdieu užívá pojmu "habitus" (velmi zjednodušeně obdoba statusu). Ten vyjadřuje pozici jednotlivce v sociálním systému společnosti a je popsán právě pomocí kapitálu v jeho různých podobách.

Bourdieu rozlišuje tři druhy kapitálu (jak jsem již uvedl) - kapitál ekonomický, kulturní a sociální. Ekonomický kapitál je přímo převoditelný "na peníze", na hmotný majetek. Kulturní

kapitál je převoditelný na ekonomický za určitých podmínek, může být institucionalizován ve formě vzdělání (kvalifikace); sociální kapitál je tvořen sociálními vazbami (connections), je opět za určitých podmínek převoditelný na ekonomický.

Kulturní kapitál dělí Bourdieu na tři skupiny - vtělený (embodied), tedy dlouhodobé dispozice duševní a tělesné; objektivizovaný (objectified) ve formě kulturních produktů (knihy, obrazy, slovníky etc.); konečně institucionální, například vzdělání a kvalifikace.

Vtělený kulturní kapitál je vlastní specificky každému jednotlivci, jeho směna je v podstatě nemožná. Je v každém případě východiskem pro nabývání dalších forem kulturního kapitálu, a období získávání této základní podoby kulturního kapitálu se kryje s celým procesem socializace.

Objektivizovaný kulturní kapitál představuje vlastnictví, definované vztahem k předcházející formě kulturního kapitálu. Jde v podstatě o zhmotnělou podobu vtěleného kulturního kapitálu, zhmotnělou v předmětech "kulturní spotřeby".

Institucionalizovaný kulturní kapitál, především ve formě objektivované akademickým vzděláním, představuje cestu, jak standardizovat osobní dispozice do podoby, kdy jejich kvalitu garantuje společností uznávaná vzdělanostní stupnice.

Sociální kapitál je tvořen aktuálními potenciálními zdroji, k nimž má jednatel přístup díky sociálním sítím, jejichž je členem (účastníkem), díky skupinám, v nichž participuje. Příslušné vztahy se mohou projevovat materiálními či symbolickými výměnami, mohou být sociálně institucionalizovány a zaručeny například pojmenováním příslušné skupiny (jméno rodiny, třídy, kmene, školy, strany etc.). Tyto sociální vazby mnohdy mohou odpovídat vztahům - vzdálenostem (pozicím) - ve fyzickém prostoru, v prostoru ekonomickém a sociálním (Bourdieu uvádí příklad sousedství).

Síla sociálního kapitálu je dána potencialitou jednotlivce mobilizovat všechny formy kapitálu od členů sítě ve svůj prospěch. Prostřednictvím sociálního kapitálu, míry toho, kolik a jakých lidí "znám" a kolik a jací lidé "znají mě" se Bourdieu dopracoval až k elitě každé skupiny (sítě? MK). Jsou to "lidé, kteří jsou známí" (people who are known), kteří mohou skupinu reprezentovat. Jde tu sice o poněkud jiný přístup ke skupině, než je tomu v teorii dvoustupňového toku komunikace, zde jde o explicitě artikulovaného představitele skupiny, který může být velmi pravděpodobně i jejím formálním vůdcem, přesto se domnívám, že podobnost logiky odhalování pozice ve skupině je značná. V obou případech jde o to, kdo jsou ti, ke kterým se ostatní obrazejí. Odtud vede přímá cesta k mé domněnce, že symbolický kapitál může být určujícím faktorem v procesu názorového ovlivňování, či že přinejmenším podléhá stejným procesům, jako osobní vliv.

SYMBOLICKÝ KAPITÁL A OSOBNÍ VLIV:

Bourdieu tvrdí, že podstatou společenské dynamiky (nepoužívá tento výraz!) je konverze, přeměna jednotlivých druhů kapitálu navzájem, zejména symbolického na ekonomický. (Pro Bourdieho je to východisko k teorii reprodukce sociální struktury.) Od tohoto názoru se odvíjí moje představa, že symbolický kapitál je úzce svázán s osobním vlivem.

Osobní vliv představuje nástroj, jímž lze symbolický kapitál buď uplatňovat (působit na ostatní lidi), nebo jej získávat (rozšiřováním osobního sociálního kapitálu rozhodováním

osobních kontaktů, zesilováním osobních vazeb). Můžeme se také domnívat, že vazba osobního vlivu a symbolického kapitálu působí i opačným směrem, či ještě lépe, že je obousměrná.

Nejenže mohu uplatnit svůj kulturní kapitál ve společnosti proto, že mám osobní vliv na určité lidi, ale díky tomu mohu rozšířit své "styky", rozšířit svůj sociální kapitál, ba dokonce zpětně mohu zúročit svůj kapitál kulturní.

Budu tak ve společnosti uznáván, protože disponuji rozsáhlými znalostmi, díky nimž mě lidé žádají o radu, tím rozšířím okruh lidí, "kteří mě znají" a které znám já, což povede k dalšímu množení mých znalostí...

Můžeme se tak domnívat, že osobní vliv představuje na symbolickém kapitálu nezávislou entitu, která je však nezbytným komplementem k jeho realizaci, anebo naopak vytváří specifickou složku vtěleného kulturního kapitálu, která však v každém případě představuje podstatnou ingredienci do procesu vzájemné komunikace a směny kapitálu. Oddělení těchto domněnek je však v praxi v podstatě netestovatelné, a proto se přikláníme k pojetí osobního vlivu jako zvláštní složky symbolického kapitálu jednotlivce.

Tomuto pojetí osobního vlivu jako vtěleného kulturního kapitálu by odpovídalo vymezení povahy daného typu kapitálu jako něčeho, co se samo o sobě směňovat nedá, avšak je předpokladem pro další extenze do objektivizovaných a institucionalizovaných forem kapitálu. Ostatně bychom mohli razit pojetí, podle něhož by identicky s kulturním kapitálem mohl osobní vliv tvořit onu vtělenou složku kapitálu symbolického, která se objektivizuje a institucionalizuje v sociálních vazbách, sítích a skupinách.

Není možné předat někomu svůj osobní vliv, dispozici vlastní specificky příslušnému jedinci, je však možné tento vliv zhmotnit a uplatnit jej jako specifickou formu kapitálu (koho jiného učinit vedoucím pracovní skupiny, postavit do čela obce etc., než člověka schopného ovlivňovat účinně ostatní?).

PRACOVNÍ HYPOTÉZY:

V zásadě pracujeme se třemi proměnnými. Těmi jsou kulturní kapitál, sociální kapitál a osobní vliv (domníváme se, byť tuto domněnku budeme testovat, že ekonomický kapitál zde přímo nefiguruje).

Pokud funguje naše domněnka o pozici osobního vlivu ve struktuře symbolického kapitálu, a pokud existuje předpokládaná vazba mezi osobním vlivem a symbolickým kapitálem, mělo by to znamenat, že

H1: Jedinci s vyšším symbolickým kapitálem jsou charakterizováni výrazně vyšší mírou osobního vlivu.

H2: Jedinci s nižším symbolickým kapitálem jsou charakterizováni výrazně nižší mírou osobního vlivu.

Lze se však domnívat, že vazba mezi symbolickým kapitálem a osobním vlivem nebude jednoznačná a výlučná. To by znamenalo, že ve společnosti nenalezneme jedince, u nichž se míra osobního vlivu a výše symbolického kapitálu různí, a to by byl opravdu odvážný předpoklad.

Měli bychom se zaměřit na sledování asociací mezi jednotlivými složkami symbolického kapitálu a osobním vlivem (vlivem). Porovnání síly vazby mezi kulturním kapitálem a vlivem a mezi sociálním kapitálem a vlivem by mělo ukázat, zda je osobní vliv podmíněn spíše kulturně (jako vtělený kulturní kapitál), nebo sociálně (jako důsledek vyšší míry sociálního kapitálu). Touto cestou bychom se rádi pokusili určit, zda je osobní vliv příčinou nebo důsledkem sociálního kapitálu, případně prověřit vůbec, zda je takové určení možné.

Pokud je vliv spíše příčinou sociálního kapitálu, měla by platit již uvedená hypotéza H1, a zároveň bychom neměli nalézat jedince s vysokou mírou osobního vlivu a kulturního kapitálu a s nízkou mírou kapitálu sociálního.

Pokud je vliv spíše důsledkem sociálního kapitálu, měla by platit hypotéza

H3: Vyšší míra osobního vlivu odpovídá vyšší míře sociálního kapitálu,

příčemž výskyt jedinců odpovídajících této hypotéze, avšak s nízkou mírou kulturního kapitálu, by neměl být vyloučen, ba naopak.

Můžeme říci, že při použití uvedených tří proměnných mohou nastat určité schematicky popsatelné situace (můžeme pozorovat určité kombinace hodnot proměnných). To ukazuje následující tabulka:

Situace	vyšší míra		
A			
B	V		
C		K	
D			S
E	V	K	
F	V		S
G		K	S
H	V	K	S

(kdy V značí osobní Vliv, K Kulturní kapitál a S kapitál Symbolický, přesněji zvýšenou míru jejich výskytu u jednotlivce, absence značky v tabulce pak znamená sníženou - či nezvýšenou - intenzitu dané proměnné)

V případě platnosti hypotézy H1 a H2 bychom měli v reálu nalézat převážně situace A a H. V případě platnosti hypotézy H3 bychom se měli kromě situací A a H setkávat ještě se situací F. Podobným způsobem můžeme popisovat ještě další varianty výskytu sledovaných proměnných, a modelovat tak naši představu o souvislostech osobního vlivu a symbolického kapitálu.

V každém případě narazíme na klíčový problém, kterým je:

Operacionalizace symbolického kapitálu (operacionalizace proměnných).

Není pochyb o tom, že naše výše uvedené schéma pracuje s proměnnými, které jsou ve skutečnosti konstrukty. Ty bude nutné zkonstruovat z jednotlivých ukazatelů, přičemž tyto ukazatele je třeba najít, určit jejich významnost a podobu ve formě otázek.

Operacionalizaci osobního vlivu, domnívám se, máme k dispozici - je jí téměř klasická PS škála, případně je možné použít některou její úpravu (redukci).

Kulturní kapitál bychom měli rozdělit, stejně jako v teoretickém konceptu, do několika složek (do tří). Poměrně nejméně problematickou se jeví složka institucionalizovaného kulturního kapitálu, totiž kvalifikace resp. vzdělání. Přikláním se ke vzdělání, které můžeme měřit v zásadě dvěma způsoby - jednak na předem odstupňované škále, jednak pomocí počtu let školní docházky (běžně používaný přístup).

Dalšími relevantními ukazateli jsou "sekundární" dovednosti - znalosti cizích jazyků, práce s počítačem, případně využívání moderních informačních technologií (dokonce by bylo možné použít i určité specifické záliby, nicméně to podotýkám jen na okraj).

Objektivovaný (objektivizovaný) kulturní kapitál můžeme měřit dvěma směry - buď jako skutečné zjišťování vybraných statků "kulturní produkce" či "kulturní spotřeby" (Bourdieu sám použil jako ukazatel počet knih v domácí knihovně), nebo jako měření projevů kulturního chování, tedy návštěvy kulturních podniků (divadel, kin), případně četbu knih etc.

Problém představuje vtělený kulturní kapitál, tedy oblast, spadající spíše do oblasti psychologie. V tomto ohledu se pochopitelně nabízí otázka, jaké ukazatele zvolit, případně dokonce, zda je vůbec měřit. Domnívám se, že můžeme vyjít z výše uvedených diagnostik kulturního kapitálu, a osobnostní charakteristiky ve výzkumu použít jen v případě, že to bude i v zájmu některého dalšího dílčího výzkumného projektu.

Sociální kapitál v podstatě zahrnuje sociální kontakty a vazby na okolí jednotlivce. Zde můžeme měřit zapojení do zájmových, profesních a podobných organizací, četnost kontaktu s přáteli, sociální izolaci, pochopitelně také stupeň angažovanosti v jednotlivých skupinách.

Uvedené hypotézy a zvolené ukazatele ve své operacionalizované podobě jsou vtěleny do položek (otázek) v dotazníku (viz přílohu); otázky, které jsou indikátory symbolického (kulturního a sociálního) kapitálu (případně z nich tyto indikátory budou konstruovány) a na jejichž tvorbě a formulaci jsem se podílel. Jedná se o položky B01 – B07, E1 – E7, F03 a F04.

Nezdůrazňuji škály k měření osobního vlivu a k měření intenzity sociálních kontaktů (jedná se o položky A10; C06; C07; C17; C18; C19; zřejmě i D06 zejm. D, H, I; a D12).

5.6. ZMĚNY VOLIČSKÝCH PREFERENCÍ MEZI VOLEBNÍMI KAMPANĚMI

(Hana Malečková)

ÚVOD DO PROBLÉMU

Podle výzkumu People's choice ze 40. let provedeného týmem P.F. Lazarsfelda v Erie Country změnilo svou volbu během prezidentské volební kampaně pouhých 8% osob. Téměř polovina respondentů byla konstantní, ani při jednom šetření nezměnili svůj názor. Zbytek tvořili tzv. oscilanti, kteří zprvu váhali a posléze se rozhodli pro stranu, kterou chtěli volit původně, nebo přešli od nerozhodných. Z toho vyplývá, že k větším změnám volebních preferencí jednotlivých stran od voleb k volbám dochází mimo volební kampaň, nebo pochází od nerozhodnutých. Pokud tedy funkcí volební kampaně není především získat nové voliče, ale upevnit v rozhodnutí již rozhodnuté, nebo váhající, zajímá mě, jaký vliv má na

rozhodování voličů mezivolební období a zda v tom hrají významný vliv činy volených zástupců ve zmíněném čase.

Po přečtení knihy Přerody (Jiří Kabele) se domnívám, že by nám k závěrečné analýze našeho výzkumu mohla Kabeleho teorie pomoci lépe pochopit proces změny voličského rozhodnutí. I změna voličských preferencí a posléze skutečné volby je svým způsobem změna, přerod.

Během četby této knihy jsem si vzpomněla na některé výroky z naší povolební diskuse. Uvědomila jsem si, že i politický názor a s tím spojené voličské chování je součástí sociální reality, na kterou lze aplikovat Kabeleho teorii sociálního konstruování. Pokud jsem ji správně pochopila, stručně bych ji charakterizovala takto: Kabele se přiklání k myšlence, že svět, ve kterém žijeme, je ve své podstatě chaotický. Abychom my, lidé, mohli v tomto světě žít, hledáme v něm určitý řád, který by nám pomohl chápat svět tak, abychom se byli schopni spolu porozumět, žít a předvídat pravděpodobný chod událostí. Na tento částečně předvídatelný chaos máme v zásobě "osvědčené" metody, jak ho zvládat (jedná se o tradici, rituály, kulturní dědictví, rodinné zvyklosti i osobní zkušenosti). Abychom tyto události "vstřebali" a byli schopni je zasadit do mozaiky našeho poznání a zkušenosti, převypravujeme si je a vytváříme tak vlastní historii, dějiny. Jak vtiskáváme světu řád, tak vlastně konstruujeme sociální realitu. V tomto řádu nacházíme jistotu a oporu. Během života člověka (nebo společnosti) dochází celkem často k situaci, kdy tento námi vytvořený řád jaksi nesedí na realitu. Potom buď dojde ke korekci řádu, systému, nebo našeho vnímání světa, kdy si ho převyprávíme tak, aby "seděl". Někdy dojde ale k tak velkým otřesům, že pouhá korekce nestačí, starý řád v konfrontaci se skutečností padá, dochází k anomii. Toto mimořádně se ale v podstatě od řádu svým chaosem neliší, neboť v řádu je chaos také, ale máme ho zvládnutý. Dokonce pokud mimořádně trvá déle, pak si vytvoříme mechanismy, které nám pomohou toto mimořádně alespoň částečně předvídat a tím mu vtiskneme řád.

Jinými slovy a velice zjednodušeně: v chaosu politického života se jedinec zorientuje, přijme určitou legendu, proč právě ta jeho strana je nejlepší, například výběrovou pozorností ve volební kampani se snaží tento svůj názor v sobě utvrdit. (Podle Lazarsfelda je dodání argumentů svým voličům jednou z funkcí volební kampaně.) Tato fáze je zřejmě pro voliče příjemnější, než kdyby měl svůj názor přerodit v důsledku narušení řádu, který si vytvořil. Např. výrok z povolební diskuse: "Jsem rád, že jsem nemusel měnit svoji volbu.". Se změnou politického názoru je zřejmě spjat složitý proces, přerod, jehož jádrem je racionalizace této změny, zbavení se starých argumentů a přijetí nových, popřípadě aplikace starých argumentů ve prospěch nové volby. Řekla bych, že často může fungovat takovýto model: volič rád vyhledává argumenty podporující jeho volbu, protože tím jí dodává na věrohodnosti a pomůže mu přesvědčit sama sebe o správnosti volby, volič je spokojenější, je přesvědčený o správnosti volby.

Domnívám se, že zmíněná teorie mi může pomoci v závěru šetření lépe proniknout do mechanismů utváření názorů voliče.

CÍL MÉHO PROJEKTU:

Zjistit, jak se mění a formuje volební rozhodnutí v mezivolebním období a jaký vliv mají události v tomto období.

- ne

Pokyn: Odpovídají pouze ti, co si vzpomněli na nějakou aktivitu senátora.

5. Jak tuto aktivitu/y hodnotíte?

- vezmu-li v úvahu všechny okolnosti, celkem kladně
- vezmu-li v úvahu všechny okolnosti, spíše záporně
- něco bylo dobré, něco špatné

Pokyn: Odpovídají všichni - konec filtru.

6. Jak jsou pro Vás důležité při výběru Vašeho kandidáta následující položky?

naprosto nedůležité

1

2

3

4

velice důležité

důležitost		důležitost	
aby nebyl zapleten do žádných hospodářských machinací nebo podvodů		schopnost komunikovat a dohodnout se na kompromisu s ostatními politiky	
aby nenadřazoval své osobní zájmy nad veřejné		aby měl shodné názory na řešení problémů v regionu	
ideologická orientace		šance, že bude schopen své sliby pro zvolení vyplnit	
morální bezúhonnost (rodinný život...)		šance, že bude chtít své sliby po zvolení vyplnit	
zkušenosti kandidáta v politickém životě		vysoké vzdělání kandidáta	
příslušnost ke straně, kterou preferuji			

7. Podle Vašeho názoru, jak se změnila Vaše životní úroveň za uplynulé 3 roky, tj. od voleb do PS v roce 1996?

- zlepšila
- zůstala stejná
- zhoršila

8. Domníváte se, že se celková ekonomicko-politická situace v naší zemi za uplynulé 3 roky, od voleb do PS v roce 1996:

- zlepšila
- zůstala stejná
- zhoršila

Další vlny dotazování (zatím nediskutováno):

1. Jak moc jste rozhodnut/a zúčastnit nebo nezúčastnit se letos voleb do Senátu ve Vašem volebním obvodě?

- rozhodně se zúčastním
- ještě nejsem úplně rozhodnutý/á
- rozhodně se nezúčastním

2. Kdyby se volby do Senátu konaly ve Vašem obvodě již dnes, koho byste volil v 1. kole? Pokyn: předložit kartu kandidátů včetně příslušnosti ke stranám.

Pokyn: Odpovídají pouze ti, co uvedli konkrétního kandidáta.

3. Znáte tohoto kandidáta?

- ano, osobně
- ano, již jsem o něm slyšel
- ne, orientoval jsem se podle stranické příslušnosti
- ne, neznám ho

4. Znáte některého z ostatních kandidátů, nebo jste o něm alespoň slyšel?

- ano

- ne

5. Pokud ano - proč jste nevolil jeho?

- znám ho, ale je opačných politických názorů
- znám ho, ale jeho osobnost pro mě není věrohodná
- kandidát mnou vybraný je lepší
- nevím
- z jiných důvodů - jakých? (v případě pilotáže dotazníku ponechat otevřené, jinak si myslím, že prakticky všechny odpovědi "jiné" až na výjimky půjdou převést do uvedených kategorií, to se ověří právě při pilotáži)

6. HISTORIE VÝZKUMNÉHO PROJEKTU

Výzkumný úkol "Utváření postojů obyvatel českého města" je financován díky podpoře Grantové agentury České republiky, grant č. 403/99/0370 jako tříletý výzkumný projekt s názvem *Lidé s vlivem a osobní mezilidská komunikace při utváření politických postojů v lokální komunitě*. Členy výzkumného týmu jsou: Doc.PhDr.Hynek Jeřábek, CSc. z Institutu sociologických studií FSV UK, řešitel, Doc.PhDr.Miroslav Novák z Institutu politologických studií FSV UK, spoluřešitel, dále dva doktorandi Mgr.Klára Plecítá ze Sociologického ústavu AV ČR a Mgr. Jiří Remr z Institutu sociologických studií FSV UK a studenti magisterského studia sociologie Fakulty sociálních věd UK Bc. Radim Gabriel, Bc. Miroslav Kříž, Bc. Hana Malečková, Bc. Eva Pilíková a Bc. Alena Vlachová. Řešitelským pracovištěm je Karlova universita, Fakulta sociálních věd. Projekt byl zahájen v lednu 1999.

6.1. PŘÍPRAVNÁ FÁZE - ROZPRACOVÁNÍ PROJEKTU

Řešitel výzkumného projektu se zabýval procesy interpersonální komunikace, utvářením postojů a úlohou názorově vlivných lidí při formování postojů lidí již v předchozích výzkumných projektech a v rámci výuky několika kurzů sociologie a historie empirického sociologického výzkumu. Výukový grant podpořený Open Society Fund v rámci projektu HESP "Workshop - nová forma výuky metod sociologického výzkumu využívající opakování klasických výzkumů americké a evropské sociologie", grant č. HC 14/94 byl využit k realizaci dvou výzkumných sond (na 120 a 140 respondentech), které je možno považovat za metodologicky orientované předvýzkumy k navrhovanému projektu. V první sondě byla v roce 1996 vyzkoušena metodika panelového šetření při výzkumu utváření politických postojů v předvolební kampani. V druhé, orientované na ověření metodiky zkoumání názorových vůdců a vlivných lidí, byly v podmínkách malého města vyzkoušeny standardizované rozhovory i měření síly osobnosti. PS - škála Elisabeth Noelle-Neumannové byla použita v obou sondách a byla ověřena její validita. Předložený výzkumný projekt se inspiroval hypotézami několika klasických studií americké sociologie (P.F.Lazarsfeld, R.K.Merton, E.Katz) i novými teoriemi E.Noelle-Neumannové, P.Converse, P.Bourdieu, G.Weimanna a dalších. Dva ze studentů, Radim Gabriel a Eva Pilíková, úspěšně obhájili k dílčím tématům řešeným výzkumem své bakalářské práce pod vedením řešitele grantu.

Výzkumný tým pracoval na rozpracování projektu výzkumu od podzimu 1998. Cílem přípravné fáze bylo především co nejpodrobnější seznámení s teoriemi a výzkumnými výsledky, na něž má projekt navazovat. Poté následovala fáze hledání dílčích výzkumných témat a formulace vlastních výzkumných problémů. Členové výzkumného týmu zpracovali

každý svůj dílčí výzkumný projekt, formulovali své hypotézy a začali s přípravou znaků a otázek do výzkumného nástroje.

Rozbor předvolebního rozhodování byl v týmu modelován předem připravenou diskusí ke třem okruhům otázek. Povolební diskuse ve výzkumném týmu se konala po senátních a lokálních volbách 18.11.1998. První okruh otázek se soustředil k otázce volební účasti či neúčasti a motivace k těmto rozhodnutím. Druhý blok otázek byl věnován problematice konsensu ve volbě strany, resp. kandidáta. Třetí oblastí výzkumného zájmu byla obecně otázka změny názoru v průběhu volební kampaně, možností této změny, jejím charakterem a případnými motivacemi k této změně.

Dílčí projekty členů výzkumného týmu prošly kritickou diskusí a jejich definitivní varianty se staly základem pro tvorbu společného výzkumného nástroje. Týmová práce na dotazníku pro rozhovor započala v únoru 1999 po rozhodnutí Grantové agentury o financování výzkumného projektu. Při přípravě výzkumných nástrojů byly také využity z němčiny přeložené baterie otázek a položky pro pozorování podle výzkumných nástrojů Institutu für Demoskopie v Allensbachu [Codeplan 1998: Stat. 12-14; Str. 9,10,13,28,29] [Noelle-Neumann 1985:7]. Z angličtiny byly přeloženy a dále upraveny baterie otázek z General Social Survey 1984 (USA) [Fleishman 1988:180-182] a z výzkumu, který provedli Mark Peffley a John Hurwitz ve státě Minnesota (USA) v letech 1981/82 [Peffley-Hurwitz 1985: 886-888]. Všechny takto připravené otázky však nakonec v definitivní verzi dotazníku nemohly být použity.

6.2. VÝZKUMNÉ ZADÁNÍ AGENTUŘE

Jedním z prvních úkolů výzkumného týmu od ledna 1999 byla formulace soutěžního zadání a následně výběr agentury, která provede sběr dat, jejich kontrolu, čištění, převedení dat do počítače a pořízení finálního výzkumného souboru dat.

Výběrové řízení bylo organizováno podle **zákona č. 199/1994 Sb. o zadávání veřejných zakázek, ve znění pozdějších předpisů** a plně respektovalo všechna jeho nařízení. O spolupráci byla požádána kancelář veřejných soutěží Tender Group Plus, spol. s r.o. Řešitel děkuje paní Jaroslavě Černé, odborné asistentce této agentury, za zajištění bezchybného průběhu výběrového řízení.

Zadání bylo formulováno jako úkol pro výzkumnou společnost s několika základními, přesně zadanými parametry řešení se stanovením kritérií pro hodnocení nabídek. Úplné znění výzvy je obsaženo v příloze č.1. Základní parametry výzkumné akce byly stanoveny takto:

Předmět zakázky

FSV UK poptává výzkumnou agenturu disponující vlastní tazatelskou sítí působící v oblasti výzkumu veřejného mínění a trhu pro provedení terénního výběrového šetření obyvatel v jednom z následujících měst: Havlíčkův Brod, Chrudim, Klatovy, Litoměřice.

Základní charakteristika předmětu zakázky

ROZSAH ŠETŘENÍ	cca 1 500 respondentů
PŘEDMĚT ŠETŘENÍ	předmětem šetření jsou postoje respondentů k politickým událostem a jejich volební chování
TYP VÝZKUMU	kvantitativní, jednorázový (ad-hoc) (s předpokladem dalšího šetření v následujícím roce na části dotázaných respondentů)
METODIKA VÝZKUMU	face-to-face interview
VÝZKUMNÝ INSTRUMENT	standardizovaný, strukturovaný; vzor definitivního dotazníku bude dodán zadavatelem; předpokládaný rozsah je cca 45 minut dotazování
TERMÍN ŠETŘENÍ	září - říjen 1999
ZÁKLADNÍ SOUBOR	občané zvoleného města starší 18 let
VÝBĚR	pravděpodobnostní; agentura předloží dvě varianty rozpočtu: a) agentura obdrží seznam respondentů b) agentura seznam respondentů sama vytvoří
ZPŮSOB PROVEDENÍ	kontaktování zástupců jednotlivých domácností v zadaném městě a získání správně vyplněných dotazníků
ORGANIZAČNÍ ZABEZPEČENÍ	kompletní zabezpečení práce tazatelů, vytvoření (využití) tazatelské sítě a zorganizování veškerých administrativních činností (zejména pak uzavírání smluv, školení tazatelů, kontakt s tazateli, vyúčtování)

Hodnocení nabídek zájemců bylo stanoveno jako vícekritériální a bylo zadáno pět kritérií pro hodnocení nabídek s následujícími váhami:

1. navrhovaný způsob řešení	30%
2. personální, technické a organizační předpoklady kvalitního zajištění zakázky	25%
3. nabídková cena	20%
4. možnosti dostatečných kontrol průběhu a výsledků prací ze strany zadavatele	15%
5. termín dodání	10%

Nabídka byla rozeslána 22 agenturám pro výzkum trhu a veřejného mínění. Ve stanovené lhůtě bylo předloženo osm nabídek, z nichž však čtyři nesplňovaly formální zákonem stanovené a v zadání explicitě uvedené podmínky. Zbývající čtyři agentury, které podaly platné nabídky, byly hodnoceny pětičlennou hodnotící komisí jmenovanou děkanem fakulty. Členové komise po prostudování všech nabídek a po úvodní společné diskusi provedli bodové hodnocení všech pěti kritérií na stupnici od 1 (nevyhovuje, nejhorší) až po 6 (zcela splňuje, nejlepší), a to nezávisle na sobě. Ze zaznamenaných výsledků hodnocení byly spočteny vážené průměry respektující postupně klesající váhy pro všech pět kritérií a stejné váhy pro všechny hodnotitele. Jako nejvhodnější byla hodnocena nabídka společnosti MEDIAN, s.r.o.

6.3. VÝBĚR MĚSTA

Významné místo v harmonogramu prací na výzkumném projektu náleželo výběru města, v němž proběhne výzkumné šetření. Rozhodnutí soustředit dotazování do jednoho města bylo učiněno již ve stádiu přípravy projektu. Souviselo s celkovým pojetím hlavního výzkumného problému, jímž je proces utváření a proměn názorů a postojů lidí ve vazbě na interpersonální komunikaci. Mezi základní hypotézy výzkumu patří představa, že utváření postojů je vedle nesporně existujícího vlivu masových sdělovacích prostředků do značné míry ovlivněno působením interpersonální komunikace, tj. že postoje lidí se formují v rozhovorech, které lidé mezi sebou vedou, předáváním názorů, mínění a postojů. Významnou úlohu v této komunikaci hrají názoroví vůdci, lidé, kteří "dovedou poradit" lidem kolem sebe a jsou často dotazováni na radu svými blízkými, ať již jsou to členové rodiny, přátelé, spolupracovníci, sousedé, nebo náhodní známí.

Význam interpersonální komunikace v projektu výzkumu vedl k rozhodnutí provést dotazování v jedné komunitě, kde dochází k výměně názorů mezi obyvateli města na úrovni příbuzenských i sousedských a přátelských vazeb. Dotazování pokrývající reprezentativně celou republiku by bylo z tohoto hlediska méně výhodné. Nepostihovalo by v dostatečné míře ani komunikační vazby z místa bydliště (přátelství, sousedství), ani pracovní vazby (spolupracovníci, kontakty mezi různými pracovišti v místě), ani vazby vytvářené ve volném čase (spolkový život, veřejné působení v místě), ani vazby vytvořené v průběhu doby mezi rodinami a známosti z dětství a mládí a v neposlední míře ani náhodné kontakty, které mohou v takové stálější vazby dříve či později dozrát. Jmenují-li lidé v jednom městě své "názorové vůdce", některé osoby mohou být (různými lidmi) jmenovány několikrát. Ty je pak možno vyhledat a dotazovat je na jejich názory i na způsoby komunikačního chování.

Obyvatelé takového vybraného města slouží v našem výzkumu vzhledem k interpersonálním vazbám jako model. Budeme se ptát na jejich komunikační chování, na výměnu názorů se sousedy, příbuznými, ostatními obyvateli města.

V první fázi volby města byla vybrána všechna města v České republice s 20 až 50 tisíci obyvateli. Vzhledem k praktickým možnostem organizace výzkumu jsme výběr omezili na města ve vzdálenosti, která umožní dopravní dostupnost z Prahy. Tím odpadla řada měst na Moravě, ve Východních Čechách a v pohraničí.

Druhým omezením byla potřeba zkoumat názory voličů v předvolební kampani a jediné plánované volby ve sledovaném období let 1999 a 2000 mají být senátní volby na podzim roku 2000, a ty se mají konat jen ve třetině volebních obvodů České republiky. Tím se dále zmenšil okruh měst, která připadla v úvahu. Pro takto vybraná města byly zjištěny údaje o demografické skladbě obyvatelstva, ekonomické situaci a životní úrovni, tj. především o nezaměstnanosti a průměrném příjmu obyvatel jednotlivých měst, a o jejich minulém volebním chování. Tabulka obsahuje některé nejdůležitější údaje o středně velkých městech, která vyhovují oběma hlediskům: velikosti i konání senátních voleb v roce 2000.

	obyvatelé '97	voliči '96	účast ve volbách* '96		nezaměstnanost**	průměrná mzda	vzdálenost od Prahy
			1. kolo	2.kolo			
České Budějovice	99593	77652	35,90	36,85	4,6	10908	141 km
Chrudim	24311	18907	39,21	33,67	8,6	9734	118 km
Havlíčkův Brod	24624	18799	32,92	28,33	6,7	9548	116 km
Klatovy	23242	19082	33,13	32,55	6,3	9698	132 km
Litoměřice	25837	19849	34,00	35,66	12,6	10075	63 km
Mladá Boleslav	44544	34375	32,85	29,98	3,4	13792	56 km
Teplice	52732	41643	30,62	28,77	13,9	***	91 km

*senátní volby 1996

** 2/99

*** údaj nebyl zjišťován (Teplice byly vyřazeny již dříve z jiných důvodů)

České Budějovice byly při další selekci vyřazeny pro svou přílišnou velikost, Teplice především pro netypické volební výsledky a vyšší nezaměstnanost, Mladá Boleslav pro úroveň příjmů přesahující významně celostátní průměr a významný vliv Škodovky jako jednoho dominantního ekonomického gigantu na život města.

Nakonec zůstala v užším výběru čtyři města se statistickými charakteristikami významně nevybočujícími od celostátních průměrů: Chrudim, Havlíčkův Brod, Litoměřice a Klatovy. Pro Litoměřice hovořila jejich blízkost Praze, ekonomickými a volebními charakteristikami se však více lišila od celku České republiky. Havlíčkův Brod, Chrudim a Klatovy se jen nevýrazně lišily od modelu "průměrného" středně velkého města České republiky. Všechny tři byly v dostupné vzdálenosti od hlavního města, žilo v nich stabilně usídlené obyvatelstvo bez výjimečných přistěhovaleckých vln, neměly jeden dominantní ekonomický podnik ovlivňující rozhodujícím způsobem život města, v žádném z nich nebyla jednoznačná převaha obyvatel zaměstnaných ve velkých průmyslových podnicích nebo naopak v zemědělství.

Rozhodnout mezi třemi městy v nejužším výběru mohl postoj městských zastupitelstev těchto měst k výzkumu a jejich ochota ke spolupráci. Ve všech třech případech se však výzkumný tým setkal s mimořádným zájmem a s ochotou vyjít vstříc potřebám výzkumu. Rozhodla tedy až závěrečná jednání s agenturou vybranou v konkurzním řízení, a tedy především technicko-organizační otázky zabezpečení výzkumu a pro výzkumný projekt mimořádně důležité jednání s městským zastupitelstvem o výběrové opoře adres pro pravděpodobnostní výběr respondentů.

V závěrečném kole byly vybrány Klatovy. Městské zastupitelstvo, starosta města Karel Mráz, tajemník Miroslav Šafařík a další představitelé města i místního tisku projeví velký zájem o spolupráci a pomohli výzkumnému týmu při přípravě výzkumu i v jeho pozitivním přijetí obyvateli města .

6.4. PŘÍPRAVA VÝBĚRU

Výsledek konkurzního řízení pro výběr spolupracující agentury a výběr města, v němž bude uskutečněn výzkum podstatnou měrou zúžily prostor rozhodování o otázkách výzkumné akce na přípravu výběru, výzkumných nástrojů a výzkumného terénu. S vítězem výběrového řízení - společností MEDIAN, s.r.o., byla započata jednání o smlouvě a zároveň byly započaty přípravné práce. Proběhlo společné jednání, na němž byly ze tří předem vybraných

měst na návrh společnosti MEDIAN jako nejvhodnější město pro výzkum zvoleny Klatovy. Byla zahájena jednání s Městským úřadem v Klatovech. Ten přislíbil poskytnout pro potřeby výzkumného šetření adresy obyvatel města Klatov z databáze městského úřadu jako oporu pro provedení pravděpodobnostního výběru. Klatovy mají celkem cca 25 000 obyvatel, z toho více než 18 500 dospělých starších 18 let. Výzkumný tým rozhodl provést výběr jen ze čtrnácti volebních okrsků vlastního města Klatov a vynechat administrativně připojené obce, které zatím netvoří s městem jedolitě obývané území. Jedinou výjimkou se stala ke Klatovům administrativně připojená obec Luby, která svými obytnými domy částečně navazuje na zástavbu Klatov. V obci Luby bylo naplánováno provedení 20 pilotážních rozhovorů a všech cca 40 cvičných rozhovorů začínajících tazatelů.

Opora adres pro výběr poskytnutá Městským úřadem v Klatovech byla vytvořena jako textový soubor - seznam dospělých osob bydlících (trvale přihlášených) v Klatovech, tříděný podle 14 volebních okrsků, v rámci každého podle názvů ulic, v každé z ulic podle čísla popisného, pak podle příjmení a dále podle jmen. U každé z osob je uveden rok narození a v případě dvou osob stejného jména a příjmení je tedy možno rozhodnout, zda bude dotazován Josef Novák otec, syn nebo dospělý vnuk. Společně bydlící členové jedné domácnosti stejného příjmení jsou tedy uvedeni v seznamu za sebou a je možné zjistit i počet dospělých členů každé z takto operacionálně definovaných domácností. Datem rozhodným pro zařazení do databáze je 30.září 1981. V adresáři jsou tedy uvedeni všichni dospělí obyvatelé Klatov, kteří se narodili do tohoto data a mohli by se tedy 1.října 1999 zúčastnit jako 18ti letí nebo starší voleb.

Společnost MEDIAN nejprve navrhla systematický způsob výběru stratifikovaný podle volebních okrsků s tím, že by byl z uspořádaného seznamu adres vybírán každý n-tý dospělý obyvatel Klatov. Na základě požadavků zadavatele byl nakonec připraven složitější, náročnosti výzkumu plně vyhovující plán výběru: plně reprezentativní pravděpodobnostní Poissonovský výběr ze souboru adres setříděných podle volebních okrsků, ulic, č.p., příjmení a jména, proporcionálně stratifikovaný podle čtrnácti volebních okrsků města Klatovy. Pravděpodobnost každého dospělého obyvatele Klatov, který dovrší ke konci září 1999 18 let, být zařazen do výběru je stejná. Jednotlivé rodiny (společně bydlící domácnosti) jsou reprezentovány v seznamu - opoře výběru - všemi svými dospělými členy. Pravděpodobnost výběru rodiny je přímo úměrná počtu jejích dospělých členů. Pravděpodobnost výběru konkrétního člena rodiny z vybrané rodiny je recipročně naopak tím menší, čím je větší počet dospělých členů rodiny. Z cca 15 000 dospělých obyvatel 14 volebních okrsků vlastních Klatov bude vybráno 2 500 adres. Důvodem pro tuto velikost výběru je předpoklad úspěšnosti dotazování (návrtnosti) cca 60 %. Někteří obyvatelé požádaní o spolupráci při výzkumu odmítnou odpovědět, někteří nebudou tazatelem ani opakovaně zastiženi, jiní se mohli přestěhovat nebo v poslední době zemřít a konečně část potenciálních respondentů může být dlouhodobě nepřítomná ve svém bydlišti. Pokud by návratnost nedosahovala ani očekávaných 60%, bude proveden ještě dodatečný výběr používající stejného principu. Naopak v případě vyšší návratnosti bude buď dotázáno více osob nebo nebudou využity všechny adresy. Dotazové úkoly jsou tvořeny náhodně seskupenými adresami v daném volebním okrsku a dotazování bude probíhat ve dvou vlnách. Byly tedy provedeny dva zcela nezávislé náhodné výběry, proporcionální podle volebních okrsků, první v rozsahu 1500 adres a druhý, následně dotazovaný v rozsahu 1000 adres.

Pravděpodobnost výběru konkrétního jedince je $P(k) = (p * k) / k$, kde $p = 1/6$ a k je rovno počtu dospělých členů rodiny. Pro jednočlennou domácnost (1 dospělý) je $P(1) = (1/6 * 1) / 1$, pro dvoučlennou je $P(2) = (1/6 * 2) / 2$, pro tři dospělé v rodině je $P(3) = (1/6 * 3) / 3$, pro čtyři dospělé rodinné členy je $P(4) = (1/6 * 4) / 4$, atd., až pro šest dospělých v rodině $P(6) = (1/6 * 6) / 6$. Jednočlenná domácnost má tedy pravděpodobnost výběru rovnou jedné šestině, pokud je však vybrána, je její jediný dospělý člen do výběru automaticky vybrán. Například šestičlenná domácnost (6 dospělých) je vybrána s pravděpodobností rovnou $1 = (1/6 * 6)$. Některý její dospělý člen bude jistě vybrán. Každý z jejích šesti členů má pak stejnou pravděpodobnost být vybrán, a ta je rovna právě $1/6$. Z každé rodiny, v níž je 7 nebo více dospělých členů, je náhodně vybrán právě jeden její člen. Takto vzniklá chyba je však minimální, protože v adresáři za celé Klatovy je jen 7 takových rodin.

6.5. PŘÍPRAVA VÝZKUMNÝCH NÁSTROJŮ

Paralelně s výběrem města pro uskutečnění výzkumu a výběrem agentury pro provedení terénních prací pokračovaly práce na rozpracování výzkumného projektu, jeho specifikaci a konkretizaci do podoby návrhu výzkumných nástrojů. Na základě operacionalizace hlavního výzkumného problému a dílčích výzkumných problémů - dílčích projektů - byly vytvořeny jednotlivé bloky otázek pro plánovaný standardizovaný rozhovor na souboru 1500 respondentů v hlavním šetření v roce 1999. Tyto dílčí bloky otázek autorizované jednotlivými členy týmu byly v průběhu jara opakovaně podrobeny kritické diskusi ve výzkumném týmu projektu. Jejich další verze byly diskutovány společně na zasedáních týmu a ve dvou pracovních skupinách. Závěrem této fáze prací připravil výzkumný tým pod vedením řešitele projektu ke 2.6.1999 první předběžnou verzi dotazníku pro rozhovory (verze dot6.doc). Dotazník zatím neobsahoval některé otázky týkající se konkrétního města. Ty byly doplněny později po dohodě se zastupiteli Klatov. Potřeba některých otázek také vyvstala až v průběhu projednávání definitivnějších verzí rozhovoru. Přesto však zkušební rozhovory s takto připraveným dotazníkem trvaly asi 80 až 90 minut a bylo jej tedy třeba výrazně zjednodušit a zkrátit. Dotazník byl posouzen z hlediska vazeb mezi jednotlivými okruhy otázek, z hlediska délky, náročnosti jednotlivých otázek, jejich formulací a kategorií odpovědí.

Ve spolupráci s agenturou MEDIAN byla dohodnuta grafická podoba dotazníku a byly dohodnuty i principy práce s filtry, otevřenými otázkami a s pomocnými kartami

pro dotazování. Výzkumný tým řešitele přistoupil k revizi, zkrácení a formální úpravě dotazníku. Byl redukován počet otázek, zpřesněno jejich řazení a byla upravena i formální podoba dotazníku. Otázky byly ve své většině doplněny pomocnými kartami pro dotazování. Tak vznikla 15.7.1999 pracovní verze dotazníku (dot11.doc), která byla podrobena ze strany výzkumného týmu řešitele i ze strany zhotovitele (agentury MEDIAN) expertnímu posouzení formulace otázek a délky rozhovoru.

Na základě připomínek z této fáze kritického posouzení byly některé otázky ještě upraveny, několik jich bylo vypuštěno a řešitel do dotazníku naopak přidal otázky bezprostředně reagující na přání Městského zastupitelstva Klatov a otázku zjišťující ochotu respondentů k další spolupráci. Také karty - pomůcka pro dotazování - byly upraveny. Vznikla tak pilotážní verze dotazníku (dot13E.doc + karty11.doc), a ta byla odeslána tazatelům firmy MEDIAN do Klatov. Průměrná délka pilotážních rozhovorů (provedeno celkem 20) byla 60 - 70 minut. Výzkumný nástroj bylo tedy ještě třeba zkrátit a zjednodušit.

Řešitel se podrobně seznámil s připomínkami z pilotáže, vyslechl i osobně připomínky a zkušenosti dvou tazatelek v Klatovech.

Výzkumný tým se znovu sešel, posoudil potřebu zařazení jednotlivých bloků otázek do první vlny dotazování, v případě několika bloků otázek rozhodl o zjednodušení způsobu kategorizace odpovědí, vypustil několik baterií otázek a zpřehlednil použití filtrů při dotazování. Celkově tak bylo dosaženo zkrácení průměrné délky rozhovoru, zjednodušení dotazníku a jeho zkrácení a zpřehlednění. Podstatně byl zkrácen i výčet pozorovaných skutečností požadovaný po tazateli. Výzkumný nástroj a soubor pomocných karet byly ještě doplněny o třetí instrument - pokyny pro tazatele. V nich bylo podrobně vyloženo, jak mají být pokládány jednotlivé typy a baterie otázek, na co je třeba klást mimořádný důraz, jaká jsou obtížná místa dotazníku. Výsledek práce výzkumného týmu, tj. návrh definitivního dotazníku (dot18H.doc), návrh pomocných karet pro dotazování (karty18E.doc) a návrh pokynů pro tazatele (instr03H.doc), byl předán 5.8.1999 spolupracující agentuře MEDIAN.

Na jednání dne 6.8.1999 byla řešitelem výzkumu a zástupcem agentury MEDIAN schválena definitivní verze dotazníku pro rozhovor (dot19PE.doc), návrh obsahu pomocných karet pro dotazování (karty18H.doc) a návrh pokynů (instr04H.doc). Dodatečné úpravy se již týkaly jen typografické úpravy instrumentů a technických změn v instrukcích a kartách (dot20P.doc, karty19P.doc a instr6P.doc). Tento připravený soubor instrumentů bude současně použit jako cvičný dotazový nástroj pro všechny nové tazatele. Každý z nich

po navázání kontaktu s agenturou MEDIAN obdrží dvě adresy v obci Luby, předměstí Klatov, a s jedním z vybraných respondentů uskuteční cvičný rozhovor, jehož výsledky zaznamená do dotazníku.

6.6. PŘÍPRAVA TERÉNU - INFORMAČNÍ AKCE V KLATOVECH

Dne 29.7.1999 byla podepsána smlouva o realizaci výzkumné zakázky mezi Karlovou universitou, Fakultou sociálních věd a společností MEDIAN, s.r.o. Jako nedílná součást smlouvy byla dohodnuta i přesná podoba pravděpodobnostního výběru, způsob zabezpečení osobních údajů respondentů a mediální i přímá podpora výzkumné akce řešitelským týmem výzkumu v Klatovech. (vybrané části smlouvy viz Přílohu 2)

Výzkumný tým připravil rozsáhlou informační kampaň určenou pro obyvatele Klatov a zvláště pro dotázané v tomto výzkumném šetření. Byl připraven avizní dopis podepsaný děkanem fakulty (viz Přílohu 5), v němž je vysvětleno, jak byly vybrány dotazované osoby, co je cílem výzkumu a jaké záruky výzkumníci poskytují zkoumaným osobám. Dopis byl rozeslán koncem srpna 2500 náhodně vybraným dospělým osobám v Klatovech - budoucím respondentům.

Aby byl minimalizován počet odmítnutí účasti na výzkumu, řešitel výzkumu připravil tři články do místního tisku. 26.7.1999 vyšel v Klatovském deníku rozhovor seznamující obyvatele Klatov s podstatou připravovaného výzkumu (viz Přílohu č.6). 27.8.1999 byl ve stejném regionálním deníku vytištěn rozsáhlejší rozhovor zabývající se již obsahem dotazníku a plánovaných standardizovaných rozhovorů s dotazovanými občany Klatov (viz Přílohu č.7). V regionálním listě Týdeník Klatovska vyšel dne 25.8.1999 také rozsáhlý vysvětlující článek upozorňující obyvatele Klatov na připravovaný výzkum i jeho zaměření (viz Přílohu č.8). Český rozhlas Plzeň v průběhu července a srpna několikrát informoval své posluchače o přípravě výzkumu v Klatovech. 31.8.1999 informoval řešitel výzkumu posluchače ČR Plzeň v

rozhovoru, nahraném v plzeňském studiu, o dotazování, které započne v Klatovských domácnostech právě den nato, 1. září, a o zárukách, které může výzkumný tým i agentura dotázaným poskytnout.

Předpokládáme, že těmito kroky bude zvýšena ochota obyvatel Klatov zúčastnit se výzkumu i jejich ochota pokračovat ve spolupráci jako členové panelu i v následujícím roce. Sníží se obavy respondentů z poskytnutí odpovědí a zvýší se "návratnost", tedy procento vyplněných dotazníků - záznamových archů z rozhovorů.

7. VSTUP DO MĚSTA

Pro úspěch výzkumu jsme považovali za důležité maximálně spolupracovat již od počátečních příprav se zástupci města, informovat budoucí dotázané a získat je pro spolupráci na výzkumu. Pozitivní přijetí výzkumného šetření obyvateli města mělo výzkumu zajistit reprezentativitu šetření i zvýšit validitu získaných dat.

7.1. PRVNÍ ROZHOVORY A SPOLUPRÁCE S RADNICÍ

První rozhovory se zástupci vybíraných měst uskutečnil řešitel výzkumu již počátkem května v Havlíčkově Brodě se zástupkyní starosty ing. Janou Pajskrovou, CSc., v Chrudimi s místostarostou Bc. Miloslavem Macelou a v Klatovech se starostou města Karlem Mrázem. Již v té době představitelé všech tří měst projevíli zájem o výzkum. Starosta Klatov přislíbil pomoc při zabezpečení kvalitní opory pro pravděpodobnostní výběr respondentů pro rozhovory.

Druhý rozhovor na klatovské radnici se konal po navázání spolupráce s agenturou MEDIAN počátkem června. Jednání se zúčastnili řešitel výzkumu Hynek Jeřábek, starosta Klatov Karel Mráz, tajemníkem Miroslav Šafařík a za společnost MEDIAN vedoucí tazatelské sítě Svatava Cinková. Výzkumníci seznámili zastupitele města se svou představou o organizaci výzkumného šetření, nabídli radním města Klatov zařazení několika otázek do rozhovoru, požádali o možnost využít kvalitní evidence obyvatelstva v Klatovech pro potřeby reprezentativního pravděpodobnostního výběru a našli u starosty i tajemníka města pochopení. Radnice pomohla výzkumnému týmu také při navázání kontaktu s místními sdělovacími prostředky. Na schůzce se šéfredaktorkou Klatovského deníku ing. Hanou Stavovčikovou bylo domluveno uveřejnění dvou článků a inzerátu pro nábor nových tazatelů. Také vedoucí redaktor Týdeníku Klatovska p. Milan Kilián a redaktor Českého rozhlasu Plzeň Jiří Tomáš Blažek přislíbili pomoc při propagaci výzkumu mezi obyvateli Klatov.

Při následující návštěvě v Klatovech dne 14.7.1999 získal řešitel v rozhovoru s tajemníkem MÚ M.Šafaříkem cenné informace o místním spolkovém životě, o složení městského zastupitelstva, některých problémech města, a domluvil s ním i zorganizování besedy s několika významnými občany Klatov. Tyto údaje pak pomohli výzkumnému týmu při formulaci některých otázek do rozhovoru. Se souhlasem města získali řešitelé výzkumu také velice kvalitní seznam adres dospělých obyvatel Klatov založený na evidenci obyvatel města velice potřebný pro provedení reprezentativního výběru respondentů. Díky této kvalitní opoře výběru bylo možno připravit skutečně reprezentativní stratifikovaný pravděpodobnostní výběr dotazovaných pro výzkumné šetření.

Dne 30.7.1999 se uskutečnila předem domluvená beseda řešitele výzkumu H.Jeřábka s panem starostou Karlem Mrázem a dalšími dvěma váženými občany města - p.dr.Malcem, předsedou místního Sokola, dlouholetým organizátorem klatovského kulturního, zejména hudebního života a sbormistrem místního pěveckého chrámového sboru a p.Hulíkem, předsedou Spolku pěstitelů Klatovských karafiátů. Asi dvouhodinový volně strukturovaný skupinový rozhovor pomohl při koncipování konečných formulací otázek pro standardizované rozhovory a bude využit při interpretaci výsledků výzkumné akce. Rozhovor také přispěl propagaci výzkumného šetření ve městě. Pro jeho úspěch je mimořádně důležité, aby byl pozitivně hodnocen důležitými osobnostmi města.

Z původního návrhu starosty a tajemníka města Klatov vybral řešitel výzkumu podle možností několik otázek do připravovaného dotazníku. Jsou to otázky na bydlení a na plány obyvatel Klatov, jak by v budoucnu chtěli řešit své bytové potřeby. Tato baterie otázek k bydlení, právě tak jako otázka, zda konat na náměstí v Klatovech tradiční trhy stejně často jako dosud, tj. dvakrát týdně, jen jednou týdně nebo je úplně zrušit, vyvolaly zájem dotazovaných. Po formulačních úpravách byly zařazeny do dotazníku, zvýšily jeho atraktivitu pro občany a přispěly tak významným způsobem k pozitivnímu přijetí celé dotazovací akce obyvateli Klatov.

7.2. PILOTÁŽ DOTAZNÍKU V LUBECH

Připravený výzkumný nástroj bylo třeba vyzkoušet ve skutečném terénu, který by se složením obyvatel, jejich názory a zájmy blížil budoucímu souboru dotazovaných obyvatel Klatov. Volba padla na obec Luby, formálně administrativní součást Klatov, v níž není plánováno hlavní výzkumné šetření.

Ve dnech 23.7. až 29.7.1999 bylo v obci Luby uskutečněno 20 pilotážních rozhovorů. čtyři zkušební tazatelů společnosti MEDIAN provedli rozhovory s dospělými obyvateli obce stejným způsobem, jako bude prováděno dotazování v hlavním šetření. Hlavním cílem bylo zjistit srozumitelnost jednotlivých otázek a reakce dotazovaných na ně, ověřit užití filtrů a navrhnout, jak zlepšit průběh rozhovoru. Dalšími úkoly pilotáže bylo vyzkoušet užití pomocných karet pro dotazované, zjistit ochotu dotazovaných účastnit se dalších kol dotazování a jejich pomoc při určování názorových vůdců v jejich okolí. V neposlední řadě bylo úkolem pilotáže zjistit, jak dlouho trvá průměrný rozhovor. V Lubech byla zjištěna průměrná délka rozhovoru 65 minut.

Důvodů pro výběr obce Luby pro uskutečnění předvýzkumu bylo několik. Jednak její obyvatelé nebudou dotazováni v hlavním výzkumném šetření právě tak jako obyvatelé dalších obcí administrativně přičleněných ke Klatovům. Druhým důvodem pro pilotáž v Lubech byla bezprostřední návaznost obce na zástavbu Klatov, a tedy snadná dostupnost pro tazatele z Klatov. Třetím důvodem byla nikoli jen hypotetická spjatost obyvatel Lubů s Klatovy. Předpokládali jsme, že názory jejich obyvatel se nebudou příliš lišit od názorů Klatovanů a měly by nás tedy také zajímat. Bylo možno ptát se jich na stejné věci stejným rozhovorem, provést pilotáž dotazníku s přesně stejnými otázkami jako v Klatovech. Pilotáž přímo v Klatovech nebylo vhodné provádět především proto, aby v hlavním výzkumném šetření měl skutečně každý obyvatel stejnou šanci být vybrán pro dotazování.

7.3. ZABEZPEČENÍ ADRES, ÚDAJŮ A BEZPEČNOSTI DOTAZOVANÝCH

Již od počátku příprav výzkumné akce byla věnována mimořádná pozornost etickým otázkám spojeným s výzkumem. Řešitel se seznámil s mezinárodně platnými pravidly pro zabezpečení osobních údajů ve výzkumu trhu a veřejného mínění přijatými mezinárodním společenstvím ESOMAR "ESOMAR CODE". Adresy obyvatel Klatov byly získány a postoupeny agentuře MEDIAN, s.r.o. v souladu s platnými pravidly ESOMARu. Děkan FSV UK zaručil starostovi města Klatov důvěrné zacházení se souborem adres a jejich užití výhradně pro vědecké potřeby tohoto výzkumného projektu (viz Příloha č.4). Také smlouva mezi FSV UK a agenturou MEDIAN upravuje povinnosti obou stran zabezpečit ochranu dat získaných z výpovědí dotázaných a zabezpečuje použití těchto dat jen v jejich hromadné podobě. Smlouvou je zajištěno exklusivní využití adres jen pro vědecké cíle tohoto výzkumného projektu (viz Příloha 2). Agentura MEDIAN se zavazuje upravit své smluvní vztahy se všemi spolupracovníky tak, aby také oni byli povinni zachovávat mlčenlivost o údajích získaných od respondentů a chránili osobní údaje dotazovaných včetně jejich adres (viz příloha č. 9). Adresy dotázaných osob budou propojeny s údaji dotazníku prostřednictvím čísla adresy jen pro podsoubor osob, které projeví ochotu dále spolupracovat s výzkumným týmem v roce 2000, a tudíž jejich adresa bude využita pro další výzkumný kontakt.

Bezpečnost osob a majetku všech dotazovaných osob v Klatovech je zajišťována ve spolupráci s Okresním oddělením Policie ČR v Klatovech a v součinnosti s Městskou policií v Klatovech. Výzkumné šetření bylo řádně nahlášeno policejní služebně Městské policie, která vzhledem k průběžné spolupráci s Městským úřadem může obratem získat všechny podrobné údaje o výzkumu od tajemníka MÚ p. Miroslava Šafaříka. Řešitel výzkumného úkolu osobně informoval velitele OO Policie ČR v Klatovech p. majora Kotíka o plánovaném průběhu výzkumné akce a předal mu vzor pověření tazatele agentury MEDIAN k dotazování v klatovských domácnostech, kterým se budou tazatelé v Klatovech prokazovat, a vzor prohlášení tazatele o důvěrném zacházení s osobními údaji, které každý tazatel podepisuje před započítím spolupráce se společností MEDIAN (viz Příloha 9).

V avizním dopise rozeslaném adresně všem potenciálně osloveným obyvatelům Klatov (viz Příloha č. 5) je uvedeno, jak byli vybráni a jak je zabezpečeno důvěrné zacházení s jejich osobními údaji včetně adresy. Stejnou informaci vysílal ve stručnosti v rozhovoru s řešitelem grantu dne 31. srpna bezprostředně před zahájením dotazování Český rozhlas Plzeň.

7.4. INSTRUKTÁŽ TAZATELŮ V KLATOVECH

Agentura MEDIAN, právě tak jako i ostatní společnosti zabývající se výzkumem trhu nebo veřejného mínění, neměla v okrese Klatovy k dispozici potřebný počet spolupracovníků, kteří by byli připraveni plnit roli tazatele v plánovaném výzkumném šetření. Část nových spolupracovníků byla získána díky kontaktům doporučeným klatovskou radnicí a dosavadními spolupracovníky. Další tazatelé se ke spolupráci přihlásili na základě inzerátu, který vyšel v Klatovském deníku 23.7.1999 spolu s článkem informujícím o výzkumu, resp. 29.7.1999 tamtéž na stránce věnované informacím klatovské radnice.

Pro všechny stálé spolupracovníky i pro nově získané tazatele zorganizovala v Klatovech 26.8.1999 společnost MEDIAN instruktáž k provedení výzkumné akce. Zúčastnili se jí zástupci agentury MEDIAN pod vedením Svatavy Cinkové a zástupci řešitelského týmu Hynek Jeřábek a Klára Plecítá. Instruktáž byla rozdělena na školení spíše administrativní

povahy seznamující tazatele s jejich povinnostmi k agentuře a s pravidly práce a na vlastní instruktáž k výzkumným nástrojům připravovaného šetření. Hlavní pozornost druhé části školení byla soustředěna na vysvětlení způsobu práce s výzkumnými nástroji: dotazníkem, pomocnými kartami a instrukcemi pro tazatele a na seznámení tazatelů s obtížnými místy v dotazníku, filtry a se způsobem záznamu odpovědí dotázaných. Řešitelé pomohli s odpovědí na dotazy a vysvětlili způsob tazatelské práce při dotazování některých netradičně pojatých částí dotazníku.

8. VÝZKUMNÝ NÁSTROJ ^{*)}

Výzkumné šetření v Klatovech v roce 1999 je plánováno jako rozhovor tazatele s respondentem. Tazatel předčítá z dotazníku formulace otázek, většinou uzavřených, a do standardizovaného záznamového archu, který je součástí dotazníku, zapisuje pomocí kódů varianty odpovědí. Dotazovaný dostane při rozhovoru do ruky pomůcku pro rozhovor - soubor karet v kroužkové vazbě, který obsahuje popořadě varianty odpovědí na jednotlivé otázky. Po přečtení otázky tedy většinou vybírá vhodnou odpověď z předložených možností. V několika případech obsahují karty také formulace složitějších výroků, mezi nimiž si má dotazovaný vybrat výrok, kterému dává přednost. Jedna z karet obsahuje seznam dobrovolných organizací a spolků, jiná seznam politických stran, a dotazovaný vybere, které straně dává přednost resp. kterého spolku nebo které dobrovolné organizace je členem.

Dotazník sloužící jako opora pro rozhovor je rozdělen do sedmi tématických oddílů:

1. Úvodní oddíl; 2. Volný čas; 3. Události a názory; 4. Politika; 5. Masmédia; 6. Sociodemografie; 7. Pozorování. Provedení definitivní verze rozhovoru trvá asi 45 minut.

Jednotlivé tématické a problémové okruhy svázané s dílčími úlohami výzkumného projektu jsou relativně rovnoměrně zabezpečeny vždy několika bateriemi otázek doplněnými o jednotlivé otázky. Některé otázky nebo bloky otázek, zejména identifikační (blok 6.Sociodemografie, 7.Pozorování) a baterie C06 s otázkou C20, jsou využívány pro řešení několika nebo všech dílčích úloh.

Řada úloh vyžaduje konstrukci transformovaných znaků. V rámci identifikačních sociodemografických údajů je to věk ve spojitě variantě a kategorizovaný v několika variantách. Bude konstruován ze znaku F01. Podobně jednoduchý je znak "doba trvání rozhovoru". Bude konstruován ze znaků A02A, A02B, G08A a G08B. Otázka F07 spolu s podpurnými informacemi dalších otázek bude sloužit k zakódování zaměstnání podle klasifikace ISCO88 a dále ke konstrukci několika znaků sociálního postavení: ISEI, EGP a SILPS. Názorové vůdcovství bude zjišťováno z baterie otázek C06A až C06J jako vážený index nabývající hodnot od 95 do 145. Způsob výpočtu je převzat z ověřené metodiky E.Noelle-Neumannové [Noelle-Neumann 1985: 179] (Viz příloha 3). Ke tvorbě indexů slouží také baterie otázek C07 (názorová izolace a sebehodnocení), C17 (dominance) a D06 (stranickost /partisanship/). Jiné bloky otázek budou zpracovávány ve vzájemné návaznosti. Např. C1 a C2 nebo C3 a C4, C18 až C22, E01 až E08 budou sloužit ke zkoumání role interpersonální komunikace a médií při utváření postojů. K vytváření a ověřování typologie

^{*)} Viz Příloha 10

názorových vůdců bude využito otázek A03 až A08, B02 až B11 a některých otázek z bloku D.

V úloze věnované zkoumání strukturace postojů jsme se rozhodli ověřit platnost modelu J.A. Fleishmana, [Fleishman 1988]. K výpočtům bude použito metody konfirmační faktorové analýzy z příbuzného souboru proměnných, které jsou v dotazníku soustředěny do otázek C08 až C10, C15 a C16. U otázek zjišťujících sledování masových médií počítáme s vytvořením znaků specifikujících poslech rozhlasových stanic podle typů s rozlišením na zpravodajské a hudební a z druhého hlediska na celostátní a regionální. Teorie P. Bourdieu se budeme snažit ověřovat ve vztahu k názorovému vůdcovství pomocí celé řady indikátorů sociálního a kulturního (symbolického) kapitálu. Podobně řada znaků vypovídajících o politických preferencích bude konfrontována s otázkami zjišťujícími hlavní dimenze štěpení (cleavages) politické orientace.

9. SHRnutí

Úkolem publikace je seznámení odborné veřejnosti s výzkumným projektem, jeho hypotézami a metodikou. Studie bude zároveň sloužit jako učební text pro výuku metod sociologického výzkumu. Výzkumná skupina řešící projekt "Lidé s vlivem a osobní mezilidská komunikace při utváření politických postojů v lokální komunitě" podporovaný Grantovou agenturou České republiky (grant č.430/99/0370) předkládá soubor hypotéz a rozpracovaných výzkumných problémů s diskusí relevantní literatury, metodiku výzkumného šetření, použitý výzkumný nástroj a dokumentaci prvního roku výzkumné práce.

Jak vzniká veřejné mínění? Jak a čím se necháme ovlivnit? Jakou sílu má přirozená autorita? Jsou naše postoje formovány masovými médii nebo je rozhodující měrou ovlivňuje naše sociální okolí, interpersonální komunikace? Máme vůbec vytvořené názory na politické dění, máme vykrystalizované postoje k veřejným otázkám? Podobné otázky stály na počátku výzkumu, jehož první fázi s názvem "Utváření postojů obyvatel českého města." nyní uzavíráme.

K hlavním cílům výzkumného projektu patří identifikace názorových vůdců, názorově vlivných lidí resp. tvůrců veřejného mínění, dále zkoumání procesů osobní mezilidské komunikace a masové komunikace a zjišťování strukturace postojů k veřejným otázkám. Výzkum je koncipován v několika fázích v letech 1999 až 2001. Předkládaná publikace pojednává o přípravě a provedení jeho první fáze v roce 1999.

Předpokládáme, že utváření postojů k veřejným otázkám probíhá nejen pod vlivem masové komunikace, ale také pod určujícím působením a přímo v průběhu osobní mezilidské komunikace. Významnou úlohu při formování názorů a postojů lidí hrají názoroví vůdci, vlivní lidé. Jedním z důležitých východisek výzkumu je představa, že lidé buď mají nebo také nemají vytvořen ustálený názor resp. dokonce vykrystalizovaný postoj k politickým tématům resp. veřejným otázkám. Strukturovaný postoj přitom považujeme za častý průvodní jev názorového vůdcovství. Předpokládáme, že k jeho vytvoření dochází v procesech osobní mezilidské komunikace pravděpodobněji nežli jen pod vlivem masových médií nebo bez těchto komunikačních vazeb.

Ke zjišťování názorového vůdcovství projekt využívá baterie otázek, které vyvinul a pod názvem škála síly osobního vlivu ověřil výzkumný tým Alensbašského demoskopického institutu (Institut für Demoskopie Allensbach) pod vedením Elisabeth Noelle-Neumann [Noelle-Neumann 1983,1985]. Ověřujeme validitu a reliabilitu české varianty škály i vhodnost jejího využití jako nástroje pro zjišťování míry názorového vlivu. Navazujeme na ověřovací pokusy a rozборы Gabriela Weimanna [Weimann 1991 a 1994]. Předmětem výzkumu je ověření vztahů názorového vůdcovství a interpersonální komunikace k teoriím Roberta K.Mertona (lokální a kosmopolitní typy vlivných lidí), Pierra Bourdieu (sociální a kulturní kapitál) a Elisabeth Noelle-Neumannové (spirála mlčení). Bude ověřována hierarchická strukturace sociálních postojů [Fleishman 1988] jako alternativa k teorii Philipa Converse [Converse 1964]. Hlavní výzkumná témata je možno shrnout těmito několika body:

- ROLE INTERPERSONÁLNÍ KOMUNIKACE A MÉDIÍ PŘI UTVÁŘENÍ NÁZORŮ A POSTOJŮ
- ZJIŠŤOVÁNÍ NÁZOROVÝCH VŮDCŮ A Vlivných lidí a měření síly osobního vlivu

- PŮSOBNÍ NÁZOROVÝCH VŮDCŮ A MASMÉDIÍ PŘI UTVÁŘENÍ POSTOJŮ OBYVATEL ČESKÉHO MĚSTA
- TYPY NÁZOROVÝCH VŮDCŮ A ODLIŠNÉ VZORCE JEJICH KOMUNIKAČNÍHO CHOVÁNÍ
- STRUKTURACE OBECNÝCH A DÍLČÍCH POSTOJŮ K VEŘEJNÝM OTÁZKÁM
- "POLITICKÉ PREDISPOZICE", "KŘÍŽOVÉ TLAKY" (CROSSPRESSURES), "NÁZOROVÁ IZOLACE" A ÚLOHA "SPIRÁLY MLČENÍ" PŘI UTVÁŘENÍ NÁZORŮ A POSTOJŮ
- VZTAHY "NÁZOROVÉHO VŮDCOVSTVÍ", "SOCIÁLNÍHO STATUSU" A "SOCIÁLNÍHO KAPITÁLU"
- ŠTĚPENÍ (CLEAVAGES) POLITICKÝCH PREFERENCÍ

První fáze výzkumu je koncipována s cílem odhalit strukturu postojů k veřejným otázkám resp. k politickým tématům, rozlišit míru názorového vůdcovství a zjistit způsoby komunikačního chování jednotlivých skupin obyvatel středně velkého města v Čechách. První výzkumné šetření proběhlo v cíleně vybraném menším městě v západních Čechách, v Klatovech, na souboru 1500 dospělých obyvatel starších 18 let, který byl vybrán stratifikovaným Poissonovským pravděpodobnostním výběrem z voličských seznamů obyvatel Klatov. Před vlastním dotazováním proběhla ve městě informační kampaň k výzkumu s využitím osobních dopisů všem respondentům, regionálního tisku i regionálního rozhlasu. Výběr respondentů, dotazování i pořizování a kontrolu dat zajišťovala agentura MEDIAN. Při standardizovaných rozhovorech (45 minut) bylo dosaženo 60% návratnosti.

Standardizované rozhovory na náhodném výběru 1500 obyvatel realizované v září a v říjnu 1999 představují první fázi panelového šetření plánovaného na podsouboru 500 obyvatel reprezentujících město, vybraných z původního souboru respondentů, kteří souhlasí s další spoluprací, a na souboru 300 názorových vůdců. Optimálně proběhnou v roce 2000 čtyři kola dotazování členů obou panelů s cílem zkoumat procesy utváření sociálních postojů a volebních preferencí k senátním volbám na podzim roku 2000. Členové obou vytvořených panelů budou dotázáni sérií kratších asi 15ti až 30ti minutových standardizovaných rozhovorů. Šetření bude doplněno dotazováním kontrolního souboru 400 nečlenů panelu.

Jako výzkumný nástroj pro standardizované rozhovory v realizovaném šetření sloužil dotazníkový záznamový arch (schedule) (příloha 10 - původní česká verze, příloha 13 - překlad do angličtiny). Dotazník byl rozdělen do sedmi tématických oddílů: 1. Úvodní oddíl; 2. Volný čas; 3. Události a názory; 4. Politika; 5. Masmédia; 6. Sociodemografie; 7. Pozorování.

Jednotlivé problémové okruhy výzkumného projektu jsou relativně rovnoměrně zabezpečeny bateriemi otázek. Řada úloh vyžaduje konstrukci transformovaných znaků. K zakódování otázky F07 je použita klasifikace ISCO88 a její údaje v kombinaci s dalšími proměnnými slouží ke konstrukci několika znaků sociálního postavení: ISEI, EGP a SILPS. Názorové vůdcovství bude zjišťováno z baterie otázek C06A až C06J jako vážený index nabývající hodnot od 95 do 145 (PS - škála) (personality strength scale) (Skala Persönlichkeitsstärke). Způsob výpočtu je převzat z ověřené metodiky E.Noelle-Neumannové [Noelle-Neumann 1985: 179] (Viz příloha 3).

Přílohy obsahují dokumentaci výzkumu od výběru agentury pro terénní šetření, přes přesný předpis výběrového postupu a dokumentaci výzkumného nástroje až po informační kampaň ve městě a zabezpečení důvěrného zacházení s daty.

Předložená studie končí sběrem, kódováním, pořízením a kontrolou dat. Zpracování výsledků výzkumu budou věnovány samostatné publikace.

SUMMARY

The aim of the study is to inform the professional public of the research project, its hypotheses and methods. The study will be used as a teaching text to study methods of sociologic research, too. The research group working on a project “Influentials and the Interpersonal Communication in the Formation of Political Attitudes in a Local Community” supported by the Czech Republic Grant Agency (grant no. 403/99/0370), presents a set of hypotheses and developed research problems along with discussion of relevant literature, methods of research study, applied research instrument and documentation of the first year of the research work.

How is the public opinion formed? How and what can influence us? What is the strength of natural authority like? Are our attitudes formed by mass media or does our social environment, interpersonal communication, influence them decisively? Have we ever formed our opinions of political events, have we crystallized our attitudes towards the issues of public debate? Similar questions occurred at the beginning of the research, the first stage of which, titled “Czech ‘Middletown’ Citizens’ Attitude Formation”, has been concluded now.

One of the main objectives of the research project is to identify opinion leaders, influentials or public opinion builders, further to search into the processes of interpersonal communication and mass communication, and to inquire into the formation of attitudes towards the public issues. The research is projected in several stages within the years 1999 and 2001. The presented text deals with the preparatory work and performance of its first stage in 1999.

We consider the attitudes towards the issues of public to be formed not only under the influence of mass communication but also under a major influence of and directly in the course of interpersonal communication. Opinion leaders, influentials, play a significant role in the process of attitude and opinion formation. One of important starting points of the research is a conception that people either have or haven’t formed or even crystallized their opinion of or attitude towards political topics or public issues. A structured attitude is considered to be a frequent attendant of opinion leadership. We suppose it is formed within the processes of interpersonal communication rather than only being influenced by mass media or without any such communication relationships.

To investigate opinion leadership the project uses a set of multiple items, developed and verified as a personality strength scale by a research team of the Institute für Demoskopie Allensbach headed by Elisabeth Noelle-Neumann [Noelle-Neumann 1983,1985]. Our research group verifies validity and reliability of the Czech variant of the above scale and its suitability as an instrument used to determine a personality strength degree. We follow verification tests and analyses of Gabriel Weimann [Weimann 1991 and 1994]. The research

subject is to verify the relationships of opinion leadership and interpersonal communication to the theories of R.K.Merton (local and cosmopolitan influentials), Pierre Bourdieu (social and cultural capital) and Elisabeth Noelle-Neumann (spiral of silence). Further, the organization of social attitudes [Fleishman 1988] will be subject to verification as an alternative to Philip Converse's theory [Converse 1964]. The main research issues can be summarized as follows:

- Role of interpersonal communication and media in attitude and opinion formation;
- Determination of opinion leaders and influentials and measurement of personality strength degree;
- Influence of opinion leaders and media within the formation of attitudes of citizens of a Czech town;
- Opinion leader's types and different patterns of their communication behaviour;
- Structuring of general and partial attitudes towards the issues of public;
- "Political predispositions", "crosspressures", "opinion isolation" and a role of the "spiral of silence" in the processes of attitude and opinion formation;
- "Opinion leadership" – "social status" – "social capital" relations;
- Cleavages of political preferences.

The aim of the first stage is to discover the structure organization of attitudes towards the issues of public or political topics, to determine a degree of opinion leadership and to find out the ways of communication behaviour of individual groups of citizens of a middle town in Bohemia. The first research study was effected in a specifically selected middle town in western Bohemia, in Klatovy, on a set of 1500 adult citizens over 18, selected on a basis of stratified Poisson's probability sampling of the electoral roll of the citizens of Klatovy. The inquiry itself was preceded by an information campaign concerning the research in the town. Each respondent was sent a personal letter, and regional press and broadcasting were used likewise. Selection of respondents, inquiries as well as entry and check of data were provided for by Czech market and media research agency MEDIAN. 60% return was achieved in standardized interviews (45 minutes).

The standardized interviews on a random sample of 1500 citizens effected in September and October 1999 represent the first stage of a panel study projected to be carried out on a subset of 500 citizens representing the town, selected from the original set of respondents who agree on further co-operation, and a set of 300 opinion leaders. In case of optimum conditions, four rounds of inquiring the members of both panels will be effected in 2000 to investigate into the processes of formation of social attitudes and electoral preferences in relation to the Senate elections in autumn 2000. The members of both panels will be inquired in a series of shorter, about 15 up to 30 minutes, standardized interviews. The study will be complemented by the interviews of a control sample of 400 non-members of the panel.

There were used questionnaire schedules (Appendix no.10 – original Czech version, Appendix no.13 – translation into English) as an instrument for standardized interviews in the performed study. The questionnaire was divided into seven topic sections: 1.Introductory section; 2.Leisure time; 3.Events and opinions; 4.Politics; 5.Mass media; 6.Sociodemography; 7.Observations.

The individual issues of the research project were provided by comparatively well-balanced batteries of questions. A number of tasks need to construct transformed variables. To code question F07, classification ISCO88 was used, and its data combined with the other variables serve to construct several variables of social status: ISEI, EGP and SILPS. Opinion leadership will be determined on a basis of questions C06A up to C06J as a balanced index obtaining values from 95 to 145 (personality strength scale). The computation method is taken over from the verified methodology of E.Noelle-Neumann [Noelle-Neumann 1985:179] (See Appendix no.3).

Supplements thereto encompass documentation of the research, starting with a field investigation, over a detailed description of sampling procedure and documentation of research instrument, up to the information campaign in the town and the method how the confidence of data should be provided for.

The presented study is concluded by the collection, coding, entry and check of data. Separate publications will deal with the processing of the research results.

ZUSAMMENFASSUNG

Die Aufgabe der Publikation besteht darin, die Fachöffentlichkeit mit dem Forschungsprojekt, seinen Hypothesen und seiner Methodik bekannt zu machen. Die Studie wird zugleich als Lehrtext für die Unterrichtung der Methoden der soziologischen Forschung dienen. Die Forschungsgruppe, die sich mit dem Projekt „Einflußreiche Menschen und die interpersonale Kommunikation bei der Formierung politischer Einstellungen auf der lokaler Ebene“ (Influentials and the interpersonal communication in the formation of political attitudes in a local community), das von der Grantagentur der Tschechischen Republik (Subvention Nr. 403/99/0370) unterstützt wird, beschäftigt, legt ein Ensemble von Hypothesen und bearbeiteten Untersuchungsprojekten, einschließlich der Diskussion der relevanten Literatur, sowie eine Methodik der Datenversammlung, der benutzten Untersuchungs-instrumente und der Dokumentation des ersten Jahres der Untersuchungsarbeit vor.

Wie entsteht die öffentliche Meinung? Wie und wodurch lassen wir uns beeinflussen? Welche Stärke besitzt eine natürliche Autorität? Werden unsere Einstellungen von den Massenmedien geformt oder beeinflusst sie in entscheidendem Maße unsere soziale Umgebung, die interpersonelle Kommunikation? Verfügen wir überhaupt über ausgeformte Ansichten zum politischen Geschehen, verfügen wir über ausgeformte Einstellungen zu den öffentlichen Angelegenheiten? Solcherart Fragen standen am Beginn unserer Forschung, deren erste Phase mit der Bezeichnung „Die Formierung der Einstellungen der Bewohner einer tschechischen Stadt“ (Czech „Middletown“ Citizens‘ Attitude Formation) wir nunmehr abschließen.

Zu den Hauptzielen des Forschungsprojekts gehört die Identifikation der Meinungsführer, der aufgrund ihrer Ansichten einflußreichen Menschen (influentials) bzw. der Meinungsbildner. Des Weiteren werden im Rahmen des Projekts die Prozesse der Massen- und interpersonalen- Kommunikation untersucht sowie die Strukturierung der Einstellungen zu den öffentlichen Angelegenheiten festgestellt. Die Forschungstätigkeit ist in mehreren

Phasen für die Jahre 1999 bis 2000 konzipiert. Die vorliegende Publikation behandelt ihre Vorbereitung und die Durchführung ihrer ersten Phase im Jahre 1999.

Wir setzen voraus, dass die Gestaltung der Einstellungen zu öffentlichen Angelegenheiten nicht nur unter dem Einfluß der Massenkommunikation verläuft, sondern auch unter dem bestimmenden Einwirken und direkt im Verlaufe der interpersonalen Kommunikation. Eine bedeutende Rolle spielen bei der Formierung von Ansichten, Einstellungen und Haltungen, die Meinungsführer und die einflußreichen Menschen. Einer der wichtigen Ausgangspunkte der Untersuchung ist die Vorstellung, dass die Menschen entweder eine stabil herausgebildete Ansicht bzw. sogar eine ausgeformte Einstellung zu den politischen Themen bzw. öffentlichen Angelegenheiten besitzen oder aber sie nicht besitzen. Eine strukturierte Einstellung halten wir für eine häufige Begleiterscheinung der Meinungsführerschaft. Wir setzen voraus, dass es zu deren Gestaltung in den Prozessen der interpersonalen Kommunikation wahrscheinlicher kommt als nur unter dem Einfluß der Massenmedien oder ohne die kommunikativen Bindungen.

Zur Identifizierung der Meinungsführerschaft benutzt das Projekt eine Serie von Fragen, die ein Forschungsteam des Instituts für Demoskopie Allensbach unter Leitung von Elisabeth Noelle-Neumann [Noelle-Neumann 1983, 1985] unter der Bezeichnung der Persönlichkeitsstärkeskala entwickelt und überprüft hat. Wir überprüfen die Validität und Reliabilität der tschechischen Variante der Skala und ihre Eignung bei der Anwendung als eines Instruments zur Feststellung des Maßes des Einflusses von Ansichten. Dabei knüpfen wir an die Überprüfungsversuche und Analysen Gabriel Weimanns [Weimann 1991 und 1994] an. Den Gegenstand der Untersuchung bildet die Überprüfung der Beziehung zwischen Meinungsführerschaft und interpersoneller Kommunikation bezüglich der Theorien Robert K. Mertons (lokale und kosmopolitische Typen der einflußreichen Menschen), Pierre Bourdieus (soziales und kulturelles Kapital) und Elisabeth Noelle-Neumanns (Schweigerspirale). Darüber hinaus wird die hierarchische Strukturierung der sozialen Einstellungen [Fleishman 1988] in ihrer Eigenschaft als einer Alternative zu den Theorien Philip Converses [Converse 1964] überprüft werden. Die hauptsächlichen Themen der Untersuchung lassen sich in den folgenden wenigen Punkten zusammenfassen:

- ◆ Die Rolle der interpersonellen Kommunikation und der Medien bei der Formierung von Ansichten und Einstellungen
- ◆ Die Feststellung der Meinungsführer und der einflußreichen Personen sowie die Messung ihrer Persönlichkeitsstärke
- ◆ Das Wirken der Meinungsführer und der Massenmedien bei der Formierung der Einstellungen der Bewohner der tschechischen Stadt
- ◆ Die Typen der Meinungsführer und unterschiedliche Modelle ihres kommunikativen Verhaltens
- ◆ Die Strukturierung allgemeiner und partieller Einstellungen zu den öffentlichen Angelegenheiten
- ◆ Die „politischen Prädispositionen“, die „sich überschneidenden Drücke“ (crosspressures), die „von Ansichten verursachte Isolation“ und die Rolle der Schweigerspirale bei der Formierung von Ansichten und Einstellungen

- ◆ Die Beziehungen zwischen „Meinungsführerschaft“, „Sozialstatus“ und „sozialem Kapital“
- ◆ Die Aufspaltung (cleavages) der politischen Präferenzen

Die erste Phase der Untersuchung wurde mit dem Ziel konzipiert, die Strukturierung der Einstellungen zu den öffentlichen Angelegenheiten bzw. zu den politischen Themen aufzudecken, das Maß der Meinungsführerschaft zu unterscheiden und die Art und Weise des kommunikativen Verhalten der einzelnen Bevölkerungsgruppen einer mittelgroßen Stadt in Böhmen festzustellen. Die erste Untersuchung fand in einer zielgerichtet ausgewählten kleineren Stadt in Westböhmen, in Klatovy, mit einer Auswahl von 1500 erwachsenen Einwohnern, statt. Die Befragten wurden entsprechend der stratifizierten "Poisson's" Wahrscheinlichkeitsauswahl aus den Wählerlisten der Einwohner Klatovys zusammengestellt. Vor der eigentlichen Frageaktion fand in der Stadt eine Informationskampagne statt. Dabei kamen persönliche Briefe an alle Respondenten sowie die regionale Presse und der regionale Rundfunk zu Einsatz. Die Auswahl der Respondenten, die Befragung und die Erfassung sowie Kontrolle der Daten führte die Agentur MEDIAN durch. Bei den standardisierten Gesprächen (45 Minuten) wurde eine Rückgabequote von 60% erreicht.

Die standardisierten Gespräche mit der Wahrscheinlichkeitsauswahl von 1500 Einwohnern, die im Zeitraum von September bis Oktober 1999 durchgeführt wurden, stellen die erste Phase einer Gruppenuntersuchung dar, die mit einem Unterensemble von 500 die Stadt repräsentierenden Einwohnern, die aus der ursprünglichen Gruppe von Befragten aufgrund ihres Einverständnisses mit der weiteren Zusammenarbeit ausgewählt wurden, sowie mit 300 Meinungsführern weiter geführt werden wird. Optimalerweise werden im Jahre 2000 vier Befragungen mit den Angehörigen beider Gruppen dem Ziel, die Prozesse der Formierung sozialer Einstellungen und Wahlpräferenzen für die Senatswahlen im Herbst 2000 zu untersuchen, stattfinden. Die Angehörigen der beiden ausgewählten Gruppen werden in einer Serie kürzerer, etwa 15 bis 30minütiger standardisierter Interviews befragt werden. Die Untersuchung wird durch die Befragung einer 400köpfigen Kontrollgruppe von Einwohnern, die nicht in o.g. Gruppen gehören ergänzt werden.

Als Untersuchungsinstrument für die im Rahmen der stattgefundenen Untersuchung geführten standardisierten Interviews diente ein Fragebogen (Anlage Nr. 10 –tschechische Version, Anlage Nr. 13 – Übersetzung ins Englische). Der Fragebogen wurde in sieben thematische Abschnitte eingeteilt: 1. Einleitungsabschnitt; 2. Freizeit; 3. Ereignisse und Ansichten; 4. Politik; 5. Massenmedien; 6. Soziodemographie; 7. Beobachtungen.

Die einzelnen Problembereiche des Untersuchungsprojekts werden relativ gleichmäßig mit Serien von Fragen abgedeckt. Eine Reihe von Aufgaben erfordert die Konstruktion transformierter Variablen. Für die Kodierung der Frage F07 wurde die Klassifizierung ICSO88 benutzt. Ihre Angaben dienen in Kombination mit weiteren Variablen zur Konstruktion einiger Indexe der sozialen Stellung: ISEI, EGP und SILPS. Die Meinungsführerschaft wird auf der Grundlage der multiple Indikatoren C06A bis C06J festgestellt werden. Als ernstzunehmender Index erreicht sie Werte von 95 bis 145 auf der Persönlichkeitsstärkeskala. Die Art und Weise der Errechnung wurde der bewährten Methodik von E. Noelle-Neumann [Noelle-Neumann 1985: 179] entnommen. (Siehe Anlage Nr. 3)

Die Anlagen enthalten die Dokumentation der Untersuchung von der Auswahl der Agentur für die Befragungen im Feld, über die genaue Konzeption des Auswahlverfahrens und die Dokumentation der Untersuchungsinstrumente bis hin zur Informationskampagne in der Stadt und die Absicherung eines vertraulichen Umgangs mit den Daten.

Die vorliegende Studie endet mit der Sammlung, der Kodierung, der Aufzeichnung und der Kontrolle der Daten. Die Untersuchungsergebnisse werden in weiteren selbständigen Publikationen präsentiert.

10. LITERATURA

1. Baldassare, M. - Katz, Cheryl (1996) Measures of Attitude Strength as Predictors of Willingness to Speak to the Media. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 73, (1996), 1, Spring, pp. 147-158
2. Bentz, V.J. (1950) *A Study of Leadership in a Liberal Arts College*. Columbus, O.: Ohio State University, mimeo.
3. Berelson, Bernard R., Lazarsfeld P.F. (1954) *Voting*, Chicago University Press
4. Black, J. S. (1982) Opinion Leaders: Is Anyone Following ?, *Public Opinion Quarterly*, 46: 169-176
5. Borre, O. and D. Katz, (1973) „Party Identification and Its Motivational Base in a Multi-party System: A Study of the Danish General Elections of 1971.“ *Scandinavian Political Studies* 8: 69-111.
6. Bourdieu, P. (1997) *Die verborgenen Mechanismen der Macht*. Hamburg, VSA-Verlag 1997
7. Bourdieu, P. (1986) "The Forms of Capital" in *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, NY, Greenwood Press
8. Bowler, S., Lanoue, D.J. and P. Savoie, (1994) "Electoral Systems, Party Competition, and Strength of Partisan Attachment: Evidence from Three Countries". *The Journal of Politics*, Vol. 56, No. 4: 991-1007.
9. Brokl, L. a kol. (1997) *Reprezentace zájmů v politickém systému České republiky*. Praha, SLON 1997
10. Campbell, A., Converse, P. Miller E.E. and D. Stokes (1960) *The American Voter*. New York: Wiley.
11. Campbell, A. and H. Valen, 1961. „Party identification in Norway and the United States.“ *Public Opinion Quarterly* 25: 245-68.
12. Converse, P.E. (1964) The Nature of Belief Systems in Mass Publics. In: Apter, D.A. (ed.): *Ideology and Discontent*. New York - London, Free Press 1964
13. Ehle R. (1964) Leadership Selection in Urban Locality Areas, In : Katz, D- Eds.: *Public Opinion and Propaganda*, New York: Holt, Rinehart & Winston
14. Fleishman, J.A. (1988) Attitude Organization in the General Public: Evidence for a Bidimensional Structure. *Social Forces* 67, 1, September, pp.159-184
15. Gabriel, R. (1998) *Měření interpersonálního vlivu*. Nепublikovaná bakalářská práce, ISS FSV UK, Praha
16. Gouldner, A.W.(1954) *Patterns of Industrial Bureaucracy*. Glencoe, III.
17. Gouldner, A.W. (1957) Cosmopolitans and Locals: Toward an Analysis of Latent Social Roles I. *Administrative Science Quarterly* vol.II., 1957 Dec., 281-306
18. Gouldner, A.W. (1958) Cosmopolitans and Locals: Toward an Analysis of Latent Social Roles II. *Administrative Science Quarterly* vol II., 1958 Mar., 444-480

19. Granovetter, M.S. (1973) The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology* 78, (1973), 6, pp. 1360-1380
20. Harrop, M. and W.L. Miller (1987) *Elections and Voters*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Macmillan Press.
21. Heath, A and S. MacDonald, 1988. "The demise of Party Identification Theory?" *Electoral Studies* 7: 95-107.
22. Jeřábek, H. (1994) Paul Felix Lazarsfeld - klasik sociologického výzkumu. *Sociologický časopis*, 30, (1994), 1, pp. 57-71
23. Jeřábek, H. (1996) *Paul Lazarsfeld a počátky komunikačního výzkumu*. Praha, Karlova Universita 1997
24. Judd, Charles M. - Milburn, M.A. (1980) The Structure of Attitude Systems in the General Public: Comparisons of a Structural Equation Model. *American Sociological Review* 45, (1980), pp.627-643
25. Judd, Charles M. - Krosnick, J.A. - Milburn, M.A. (1981) Involvement and Attitude Structure in the General Public. *American Sociological Review* 46, (1981), pp.660-669
26. Kabele, J. (1998) *Přerody, principy sociálního konstruování*, Praha, Karolinum
27. Kanter, Rosabeth M. (1995) *World Class. Thriving Locally in the Global Economy*. NY - London, Simon & Schuster 1995
28. Katz, E. (1957) The Two-Step Flow of Communication: An Up-To-Date Report on an Hypothesis, *Public Opinion Quarterly*, 1: 61-78
29. Katz, E. (1987) Communications Research since Lazarsfeld. *Public Opinion Quarterly* 51, (1987), 50th Anniversary Issue , pp.S25-S45
30. Kerlinger, F.N. (1984) *Liberalism and Conservatism: The Nature and Structure of Social Attitudes*. Erlbaum 1984
31. kol. aut. (1997) *Vlivní lidé a názoroví vůdci v malém městě*. ISS FSV UK, Praha
32. Kloskowska, A. (1998) The Response of National Cultures to Globalization and Its Effect on Individual Identity, *Polish Sociological Review*, pp. 3-19
33. Kriesi, H. (1998) The Transformation of Cleavage Politics. The 1997 Stein Rokkan Lecture. *European Journal of Political Research*, 33, (1998), pp. 165-185
34. Kudličková, E. (1968) *Osobnostní inventář (Brno)*. Psychodiagnostica, n. p., Bratislava
35. Lazarsfeld, P.F.-Berelson, B.-Gaudet, Hazel (1944) *The People's Choice. How the Voters Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. New York, Duell, Sloan and Pearce 1944, (cit. podle 2.vyd. New York, Columbia Uni Press 1948)
36. Lazarsfeld, P.-Berelson, B.- McPhee (1954) *Voting. A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*. Chicago - London, University of Chicago Press 1954
37. Lazarsfeld, P.F.-Katz, E. (1955) *Personal Influence. The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. New York, The Free Press 1955
38. Lin, N. (1973) *The Study of Human Communication*. The Bobbs-Merrill Company, Indianapolis and New York

39. Lipset, S.M. (1981) *Political Man*. London, Free Press
40. Lipset, S.M.- Rokkan, S. (1967) Cleavage Structures, Party Systems, and Voter Alignments: An Introduction. In: Lipset, S.M.-Rokkan, S. (eds.) *Party Systems and Voter Alignments: Crossnational Perspectives*. New York, Free Press 1967, pp.1-64
41. Lowe, F. - McCormick, T. (1956) A Study of the Influence of Formal and Informal Leaders in Election Campaign, *Public Opinion Quarterly*, 20:651-662
42. Lowery, S. - Melvin, L. (1983) *Milestones in Mass Communication Research. Media Effects*. New York: Longman - Chapter 4: The People's Choice : The Media in a Political Campaign pp. 86-112
43. Matějů, P.-Vlachová, K. (1998) Role politicky relevantních hodnot ve volebním rozhodování v České republice. *Sociologický časopis* 34, (1998), 2, pp. 171-193
44. Matějů, P.-Řeháková, B. (1997a) *Obrat doleva nebo proměna vzorců volebního chování sociálních tříd?* Pracovní texty Sociálních trendů. Praha, Sociologický ústav AV ČR
45. Matějů, P.-Řeháková, B. (1997b) Turning Left or Class Realignment. Analysis of the Changing Relationship Between Class and Party in the Czech Republic, 1992-1996. *East European Politics and Societies* 11, (1997), pp. 507-547
46. Merton, R.K. (1949) Patterns of Influence: A Study of Interpersonal Influence and of Communications Behavior In a Local Community. In: Lazarsfeld, P.F.-Stanton, F. eds. : *Communications Research 1948-1949*. New York, Harper & Brothers 1949, pp. 180-219
47. Miller, D.C. (1995) *Handbook of Research Design and Social Measurement*, Sage Publication, Fifth Edition
48. Naništová, E. (1998) Dimenzie väzby na miesto rodiska a ich verifikácia 40 rokov po nútenej geografickej relokácii, *Sociológia* 30, č. 4 : 377-394
49. Noelle-Neumann, Elisabeth (1983) *Spiegel Dokumentation: Persönlichkeitsstärke*. Hamburg, Spiegel Verlag 1983
50. Noelle-Neumann, Elisabeth (1984) *The Spiral of Silence. Public Opinion - Our Social Skin*. Chicago - London, The University of Chicago Press 1984
51. Noelle-Neumann, Elisabeth (1985) *Identifying Opinion Leaders*. 38th ESOMAR Congress, Proceedings, General Sessions. Wiesbaden, September 1985, pp. 173 - 219
52. Noelle-Neumann, Elisabeth (1989) *Öffentliche Meinung: Die Entdeckung der Schweigespirale*. Frankfurt/M; Berlin, Ulstein.
53. Noelle-Neumann, Elisabeth - Csikszentmihalyi, Mihaly (1992) *Personality Strength: A New Variable for Opinion-Attitude Research*. paper presented at the WAPOR Conference, St.Petersburg Beach, Florida, May 1992
54. Noelle-Neumann, Elisabeth (1997) Turbulences in the Climate of Opinion: Methodological Applications of the Spiral of Silence Theory. In: *Public Opinion Quarterly*, 41: 143-158.
55. Novák, M. (1997) *Systémy politických stran. Úvod do jejich srovnávacího studia*. Praha, SLON 1997

56. Peffley, M.A.-Hurwitz, J. (1985) A Hierarchical Model of Attitude Constraint. *American Journal of Political Science* 29, (1985), 4, November, pp. 871-890
57. Perron, C. (1998) Vznik nové lokální politické elity v Plzni, *Politologická revue*, 1:60-81
58. Pilíková, Eva (1998) *Lokální a kosmopolitní role v koncepcích R. K. Mertona, A. W. Gouldnera a R. M. Kanterové*. Nepublikovaná bakalářská práce, Praha FSV UK.
59. Reich, R.B. (1995) *Dílo národů*, Praha, Nakladatelství Prostor
60. Reissman, L. (1949) A Study of Role Conceptions in Bureaucracy, *Social Forces*, 27, str. 305-310
61. Richardson, B.M. (1991) "European party loyalties revisited". *American Political Science Review*, Vol. 85, No. 3: 751-775.
62. Robinson, J.P. (1976) Interpersonal Influence in Election Campaigns: Two Step-flow Hypotheses. *Public Opinion Quarterly* 40, (1976), 3, pp. 304-319
63. Rogers, E. M. - Shoemaker, F. F. (1971) *Communication of Innovations. A Cross-cultural Approach*. Free Press, New York (Second Edition)
64. Schenk, Michael - Roessler, Patrik (1997) The Rediscovery of Opinion Leaders. An Application of the Personality Strength Scale. In: *Communications*, 22: 5-30.
65. Schramm, W. - Porter, W. E. (1982) *Men, Women, Messages and Media. Understanding Human Communication*. Harper & Row, Publishers, New York (Second Edition)
66. Vajdová, Z. (1996) Politická kultura: teoretický koncept a výzkum. *Sociologický časopis* 32, (1996), 3, pp. 339-351
67. Vajdová, Z. (1997) *Politická kultura lokálních politických elit: srovnání českého a východoněmeckého města*. Pracovní texty WP 97:3. Praha, Sociologický ústav AV ČR
68. Vajdová, Z. - Kostecký, T. (1997) Politická kultura lokálních společenství: Příklad tří měst. *Sociologický časopis* 33, (1997), 4, pp. 445-465
69. Vlachová, K. (1997) Czech Political Parties and their Voters. *Czech Sociological Review* 5, (1997), 1, pp. 39-56
70. Vlachová, K.-Matějů, P. (1998) Krystalizace politických postojů a politického spektra v České republice. *Sociologický časopis* 34, (1998), 2, pp. 145-170
71. Weiman, G. (1982) On the Importance of Marginality: One More Step Into the Two-Step Flow of Communication, *American Sociological Review*, 47: 764-773
72. Weimann, G. (1991) The Influentials: Back to the Concept of Opinion Leaders? *Public Opinion Quarterly* 55, (1991), 2, pp. 267-279
73. Weimann, G. (1994) *The Influentials. People Who Influence People*. Albany, State University of New York Press 1994

11. PŘÍLOHY

Seznam příloh:

- Příloha 1:** Výzva k podání nabídky (Zadání výběrového řízení pro sběr a pořízení dat)
- Příloha 2:** Vybraná ustanovení Smlouvy mezi společností MEDIAN a FSV UK a přílohy smlouvy
- Příloha 3:** PS-škála
- Příloha 4:** Dopis děkana fakulty starostovi Klatov o důvěrném zacházení s adresami
- Příloha 5:** Avizní dopis dotazovaným v Klatovech
- Příloha 6:** Článek pro Klatovský deník - 23.7.1999
- Příloha 7:** Článek pro Klatovský deník - 27.8.1999
- Příloha 8:** Článek pro Týdeník Klatovska - 25.8.1999
- Příloha 9:** Prohlášení tazatele společnosti MEDIAN o důvěrném zacházení s osobními údaji
- Příloha 10:** Definitivní verze dotazníku
- Příloha 11:** Kódovací klíč pro politické strany
- Příloha 12:** Překlad původních položek modelu J.A.Fleishmana
- Příloha 13:** Anglická verze dotazníku
- Příloha 14:** Anglická verze kódovacího klíče pro politické strany