

**Počátky Lazarsfeldovy politické sociologie –
*The People's Choice****

Sociální determinanty voličova rozhodování

HYNEK JEŘÁBEK**

Institut sociologických studií Fakulty sociálních věd UK, Praha

The Beginnings of P. Lazarsfeld's Political Sociology – *The People's Choice*

Social Determinants of Voter Decisions

Abstract: This article aims to acquaint the reader with the classical research on how voting preferences are formed that was carried out by Paul F. Lazarsfeld, Bernard Berelson, and Hazel Gaudet during the 1940 US presidential elections. The research shows complex determinants of voting decisions, many of which could still be valid up until the present day, albeit with understandable distinctions in given differences of time and place and the different political cultures of the USA and Central Europe. *The People's Choice* is a monograph that provides an insight into the workshop of political sociology. The article discusses the influence of social and ideological differences among voters, and deals with their interest in the electoral campaign and participation in elections. It analyses which factors were decisive in the timing of the voters' final decisions and examines the operation of mutual 'cross-pressures' on these decisions. It presents examples of analysis, an index, and a theoretical conclusion of the work. The use of the results of panel analysis will be the theme of a further article that will appear in a subsequent issue of this journal.

Sociologický časopis, 2000, Vol. 36 (No. 1: 67-81)

1. Úvod

Předkládaná stať si klade za cíl seznámit českého čtenáře s dnes již klasickým výzkumem Paula F. Lazarsfelda, Bernarda Berelsona a Hazel Gaudetové. Výsledky tohoto výzkumu byly poprvé publikovány v roce 1944 v monografii: *The People's Choice. How the Voter makes up his Mind in a Presidential Campaign* (Volba lidu. Jak volič utváří své názory v prezidentské kampani.) [Lazarsfeld, Berelson a Gaudet 1944].¹ Zabývá se výzkumnou strategií a uspořádáním výzkumu, seznamuje čtenáře s hlavními teoretickými přínosy projektu a rozebírá sociální a ideologické faktory, které ovlivňovaly rozhodování voličů i čas jejich konečného rozhodnutí. Metodologické aspekty výzkumu, zejména metoda panelového šetření, která byla v tomto výzkumu poprvé použita k výzkumu utváření voličských postojů, budou popsány v samostatném článku.

*) Stať vznikla s podporou GA ČR, grant č. 403/99/0370.

**) Veškerou korespondenci posílejte na adresu: PhDr. Hynek Jeřábek, Institut sociologických studií, Fakulta sociálních věd UK, Celetná 20, 110 00 Praha 1, tel. (02) 2449 1496, fax (02) 2422 7950, e-mail jerabek@mbox.fsv.cuni.cz

¹) O výzkumu *People's Choice* podrobně pojednávali např. M. L. De Fleur a Shearon Lowery v kapitole své přehledné monografie věnované dějinám slavných komunikačních výzkumů [Lowery a De Fleur 1983]. K nejzajímavějším myšlenkám výzkumu se vrací Elisabeth Noelle-Neumannová ve stati sborníku věnovaného památce P. F. Lazarsfelda [Noelle-Neumann 1990].

Proč dnes připomínat předvolební analýzy čtyřicátých let? Čím může být zajímavá a čím je stále inspirující téměř šedesát let stará výzkumná studie Paula Lazarsfelda a jeho spolupracovníků?

Otázky, které si v roce 1940 poprvé položili autoři diskutované monografie jsou dnes v České republice mimořádně aktuální. Zajímá nás nejen, jaké je procento voličů jednotlivých politických stran, ale také, kdo je volí, které sociální, profesní, vzdělanostní, příjmové skupiny obyvatel. Chceme vědět, odkud kam přecházejí voliči a proč dochází k růstu podpory jedné a poklesu podpory jiné strany. Takovéto otázky si začala politická sociologie klást ve čtyřicátých letech. A možnosti odpovědi na ně se rodily spolu s lazarsfeldovskou metodologií ve výzkumu, o němž pojednává tato stať i její budoucí pokračování.

Utváření politických postojů v průběhu volební kampaně se Lazarsfeld začal zabývat až od sklonku třicátých let.² Počátky zájmu o politiku i otázky politické sociologie je však možno v jeho díle vysledovat již od doby jeho vídeňského působení. Lazarsfeld byl za svého mládí, ještě ve dvacátých letech ve Vídni, nadšeným aktivistou sociálně demokratické strany a její mládežnické organizace. Pro své stranické kolegy například zpracovával data z jednoduchých průzkumů. Mezi „politická“ témata v jeho výzkumné biografii z třicátých let lze s jistotou licencí zařadit dnes slavný výzkum Marienthalu – vesnice s masovou nezaměstnaností.³

Výzkum „People’s Choice“ nebyl osamoceným příspěvkem Lazarsfeldovy dílny k politické sociologii. Lazarsfeldův zájem o tuto problematiku pokračoval i dále [Lazarsfeld, Berelson a McPhee 1968, Lazarsfeld a Katz 1955, Lazarsfeld a Thielens 1958].

2. Východiska výzkumu *The People’s Choice*

Výzkum utváření volebních preferencí v průběhu prezidentské předvolební kampaně od jara do podzimu 1940 – tak by mohl být stručně charakterizován obsah výzkumné akce Paula Lazarsfelda, Bernarda Berelsona a Hazel Gaudetové, na jejímž konci o čtyři roky později spatřila světlo světa dodnes citovaná klasická monografie z oblasti politické sociologie *The People’s Choice. How the voter makes up his mind in a presidential campaign* [Lazarsfeld, Berelson a Gaudet 1944]. Autoři si kladli za cíl zjistit, jak a proč se lidé rozhodli volit právě tak, jak se rozhodli, jak se utvářely v průběhu předvolební kampaně jejich názory a preference, jaké faktory ovlivňovaly jejich rozhodování, jakou roli sehrála v tomto procesu média a jakou mezilidská komunikace, kdy se lidé rozhodli, koho volit, a co mělo rozhodující vliv na jejich konečnou volbu [ibid.: 1]. Výzkum prezidentské předvolební kampaně byl součástí rozsáhlejšího výzkumného projektu působení prostředků masové komunikace, zejména rozhlasu, na posluchače, čtenáře, účastníky komunikace, který je znám pod označením *Princeton Radio Project*.⁴

²) Patrně prvním Lazarsfeldovým textem s předvolební tematikou v rámci projektu výzkumu rozhlasu byla studie: „Změna mínění v průběhu politické diskuse“ zveřejněná v prvním monotematickém čísle časopisu *Aplikovaná psychologie* v roce 1939 [Lazarsfeld 1939].

³) Výzkum provedla pod Lazarsfeldovým vedením skupina mladých studentů a doktorandů Vídeňské univerzity a jejich spolupracovníků v zimě 1931/32 [Lazarsfeld, Jahoda a Zeisel 1933, Jeřábek 1997b].

⁴) *Princeton Radio Project* byl zahájen na podzim roku 1937 jako výzkum působení rozhlasového vysílání na posluchače [podrobněji o projektu viz Jeřábek 1997a]. V roce 1939 bylo v rámci pokračování výzkumu projektováno použití metody panelového šetření k testování dlouhodobého

2.1. Tradiční přístupy volebních analýz a Lazarsfeldovo nové výzkumné řešení

Existuje celá řada přístupů, jimiž lze zkoumat volby, chování a názory voličů. Přístup Lazarsfeldova týmu byl významnou metodologickou inovací a především z tohoto hlediska má dodnes význam zabývat se jeho metodologickou dílnou, výzkumnými strategiemi i s nimi spjatými výsledky. Oficiální výsledky voleb nikdy neposkytovaly a ani dnes neposkytují příliš mnoho empirického materiálu, z něž by bylo možno usuzovat na názory voličů z pohledu různých částí voličské populace. Na základě těchto údajů bylo možno v podmínkách USA porovnat volební výsledky v jednotlivých státech Unie a podat tak výpověď o zásadních rozdílech mezi voliči jižních států, voliči východního pobřeží, amerického středozápadu a pod.

První pokusy o prohloubení tohoto pohledu uskutečnila skupina chicagských politologů, kteří srovnávali výsledky voleb v jednotlivých menších územních celcích města nebo státu. Tento typ rozborů, pro který je možno použít označení „ekologická analýza volebního chování“, využíval censová data za stejné oblasti, za něž byly známy volební výsledky, a snažil se odhalit souvislosti mezi podílem jednotlivých náboženských, etnických nebo příjmových skupin voličů a volebními výsledky za danou městskou čtvrť nebo území. Již tyto analýzy přinesly první zajímavé výsledky.

Dalším pokrokem byly předvolební průzkumy konané technikou dotazování reprezentativních výběrů budoucích voličů. Na jejich podkladě bylo možno již přesněji zkoumat determinanty volebního chování. Bylo také možno sledovat již před volbami vývojové trendy preferencí mezi jednotlivými stranami a jejich kandidáty. Tento přístup dosud využívá většina prováděných výzkumů veřejného mínění před každými volbami.

A právě z pohledu sledování vývoje voličských preferencí přinesla studie Lazarsfelda, Berelsona a Gaudetové užitečnou inovaci. Pohled na voličské preference optikou jednotlivých, byť i často opakovaných, průřezových výzkumů veřejného mínění, poskytuje značně omezené možnosti analýzy procesů formování voličských preferencí. Jedním, byť reprezentativním, předvolebním průzkumem, ale ani sekvencí následných dotazování pokaždé jiného, nově vybíraného souboru respondentů, nemůže být postižen celkový vliv volební kampaně na voliče. Tak je možno postihnout pouze hlavní tendence, výsledky nebo důsledky mnoha vzájemně se sčítajících a odčítajících procesů kvantitativních a kvalitativních změn v preferencích. Prostřednictvím těchto šetření však nelze zjišťovat *kdo změnil mínění, názor, přesvědčení a jakým směrem*. Před rokem 1940, kdy byl uskutečněn uvedený výzkum Paula Lazarsfelda a jeho spolupracovníků, dosud nebyl proveden průzkum, který by sledoval vývoj voličových preferencí a jeho rozhodování od samých počátků volební kampaně až do dne voleb [Lazarsfeld, Berelson a Gaudet 1944: 2].

působení rozhlasového vysílání na zemědělské obyvatelstvo v oblasti Erie County. Původně Lazarsfeld zamýšlel zaměřit výzkum na potřeby ministerstva zemědělství, které dlouhodobě působilo na obyvatelstvo prostřednictvím rozhlasového vysílání a mohlo tedy mít o podobný výzkum zájem. Ve svých vzpomínkách Lazarsfeld přiznává, že si již nevzpomíná, proč byl projekt nakonec změněn na výzkum prezidentské předvolební kampaně v roce 1940 [Lazarsfeld 1975: 207, 208]. O výzkumu prezidentských voleb v rámci komunikačního výzkumu se však zmiňuje již v poznámce v úvodu *Radio and the Printed Page* v souvislosti s financováním akce Rockefellerovou nadací [Lazarsfeld 1971: xvi]. Prostředky pro panelové šetření prezidentské volební kampaně Lazarsfeldovi nestačily a podařilo se mu je doplnit teprve po intervenci Elmo Ropera z prostředků časopisu *Life*, který měl zájem o výsledky studie. Tam byly také ihned po volbách v zimě 1940 první výsledky uveřejněny [Lazarsfeld 1975: 224].

V uvedeném výzkumu *The People's Choice* byla při výzkumu volebního chování a formování volebních preferencí poprvé uplatněna tzv. technika panelového výzkumu.⁵ Byl zde uplatněn princip několikerého opakovaného dotazování stejného souboru respondentů na jejich postoje a názory. Dotazování bylo doplněno o informace o nejrůznějších charakteristikách zkoumaných respondentů, které mohly ovlivnit průběh jejich rozhodování.

2.2. Uspořádání výzkumu (Research Design)

Výzkum byl proveden v oblasti Erie County ve státě Ohio na březích Erijského jezera mezi Clevelandem a Toledem. Region byl vybrán s ohledem na potlačení možných atypičností, které by znemožňovaly považovat získané výsledky za pravděpodobný model formování volebních preferencí v průběhu předvolební kampaně v celé řadě dalších míst severní a západní části Spojených států. Místo bylo vybráno tak, aby se zde neuplatňoval vliv velkého městského centra, aby bylo možno porovnat politické postoje venkovského obyvatelstva s postoji obyvatel malého města. Erijský okres vykazoval jen velmi malé odchylky ve volebních výsledcích od celoamerického průměru v průběhu čtyřiceti let od počátku století. Region byl navíc natolik malý, že bylo možno provádět systematickou kontrolu spolupracujících tazatelů [Lazarsfeld, Berelson a Gaudet 1944: 3].

V květnu 1940 navštívili spolupracovníci týmu každý čtvrtý dům v erijském okrese. Patnáct speciálně vyškolených tazatelek vybralo 3 000 osob, které v dalším výzkumu reprezentovaly obyvatele oblasti. Výběrový soubor byl prověřen jako reprezentativní pro daný region z hlediska pohlaví, věku, typu obydlí, vzdělání, vlastnictví telefonu a automobilu a národnosti [ibid.: 3].

Z tohoto primárního souboru respondentů byly stratifikovaným náhodným výběrem vybrány čtyři srovnatelné soubory po 600 respondentech, které představovaly reprezentativní výběrové minisoubory odpovídající svým složením jak primárnímu souboru 3 000 respondentů, tak i průměrnému složení obyvatelstva celé zkoumané oblasti [ibid.: 3]. Tři z těchto souborů byly dotazovány jen jednou – jeden v červenci, druhý v srpnu a třetí v říjnu. Ty byly použity jako kontrolní skupiny, s jejichž pomocí byla prováděna kontrola výzkumného procesu panelového šetření uskutečňovaného na čtvrtém dotazovacím souboru respondentů.⁶

Čtvrtá vybraná skupina 600 respondentů tvořila základní panel osob, které byly dotazovány celkem sedmkrát s měsíčním odstupem od května do listopadu. Mezi červnovým a červencovým dotazováním proběhlo republikánské předvolební shromáždění (republican convention), mezi červencovým a srpnovým dotazováním obdobné shromáždění demokratické strany (democratic convention). Počátkem listopadu, před posledním dotazováním základního panelu, proběhly prezidentské volby [ibid.: 4].

⁵) Panelový výzkum zajímal P. Lazarsfelda jako metoda získávání informací již v roce 1938, kdy spolu s Marjorie Fiske publikoval studii *Panel jako nový nástroj pro měření mínění* [Lazarsfeld a Fiske 1938]. S metodou se patrně seznámil při výzkumu trhu a použil ji pak v několika šetřeních v komunikačním výzkumu při dotazování posluchačů rozhlasu.

⁶) Šlo o to ověřit, nakolik samotný proces opakovaného dotazování ovlivňuje odpovědi respondentů základního panelu. Podstatné ovlivnění nebylo prokázáno, a proto tyto kontrolní skupiny tvořily ve všech třech případech spolu se základním panelem vždy dvojnásobný soubor 1 200 respondentů využitelný pro analýzu.

Kdykoli některá z dotazovaných osob změnila své volební přesvědčení, zjišťovali výzkumníci detailní informace o důvodech, proč je změnila. Průběžně bylo zjišťováno, nakolik byli respondenti vystaveni působení předvolební kampaně v tisku, v rozhlase, v osobních kontaktech i při jiných příležitostech. Byly známy osobní charakteristiky všech dotazovaných, podrobnosti o jejich politických postojích, vztazích s jinými lidmi, o jejich názorech vztahujících se k volbám, zkrátka informace o všem, co mohlo přispět k pochopení procesu formování politických preferencí [ibid.: 5].

2.3. Místo výzkumu – Erie County, Ohio

Relativně nevelká oblast Erie County měla po čtyři předcházející desetiletí relativně stabilní obyvatelstvo, v roce 1940 to bylo 43 000 obyvatel. Hlavní sídelní město oblasti – Sandusky, jediné průmyslové středisko v celém erijském okrese, mělo v době dotazování 25 000 obyvatel. Žili zde téměř výlučně běloši narození ve Spojených státech. Většinu obyvatel tvořili dělníci až na pár obchodníků, průmyslníků a odborníků. Bylo tam málo opravdu bohatých lidí, a ti neměli v oblasti dominantní vliv. I chudých tu bylo málo a nebyli sociálně vyčleněni ze života společenství.

Erijská oblast byla typickým obrazem kulturního a společenského života malého města amerického středozápadu s jeho venkovským okolím. Důležité články života v regionu představovaly rodina, náboženské obce, spolky a obchodní kluby. Celková vzdělanostní úroveň obyvatelstva byla mírně nad celoamerickým průměrem. O vědomí třídní příslušnosti bylo v erijské oblasti těžko možno mluvit [ibid.: 11].

V centru oblasti Sandusky vycházely troje místní noviny: jedny silně republikánsky orientované, jedny téměř neutrální a jedny mírně prodemokratické. Lidé četli také deníky z blízkého Clevelandu a další noviny vydávané mimo oblast. Rozhlasové stanice blízkých měst Clevelandu i Toleda měly v regionu dobrý poslech.

Ekonomický život okresu byl rozdělen mezi průmysl a zemědělství. Díky diverzifikované skladbě pracovních příležitostí a vazbě na zemědělství byla oblast v období velké hospodářské krize uchráněna velkých otřesů. Pro vlastnickou strukturu podniků ve městě i v celé oblasti byl typický rodinný typ firmy. Převaha nabídky pracovních sil udržovala mzdy na poměrně nízké úrovni. Odbory nehrály v regionu významnější úlohu.

V Erie County měly své příznivce obě hlavní politické strany. Republikánská strana měla v době předvolební kampaně efektivnější organizační strukturu a intenzivnější kontakty s voliči. V jejím stranickém aparátu se dobře prosazovaly ženy. Demokratická strana měla tehdy naopak volnější a méně účinnou organizační strukturu. V oblasti nepůsobily další významnější politické síly, hnutí mládeže, výrazné zájmové ani silné etnické skupiny [ibid.: 13]. Vnější okolnosti, za nichž probíhala předvolební kampaň, byly poznamenány zejména válkou v Evropě⁷ [ibid.: 14-15].

⁷) Anschluss Rakouska, obsazení Československa, blesková válka a obsazení Polska tvořily předehru volební scény. V předvolebním období pak německá vojska napadla Nizozemí a vstoupila do Francie. Začala letecká bitva o Anglii. Těsně před volbami Itálie napadla Řecko. Spojené státy poskytly Velké Británii na základě zákona o půjčce a pronájmu starší válečná plavidla výměnou za letecké a námořní základny, které dříve patřily Anglii. Spojené státy zahájily vojenské odvody, začaly s posilováním obranných sil. Potlačování občanských práv v Evropě silně kontrastovalo s demokratickou diskusí americké společnosti před prezidentskými volbami.

3. Sociální faktory volebních preferencí

3.1. Sociální rozdíly mezi voliči a jejich vliv na formování volebního rozhodnutí

Voliči v USA již tradičně dávají přednost některé ze dvou hlavních politických stran v závislosti na své sociální a náboženské příslušnosti, bydlišti, povolání, ekonomickém postavení a také věku, a to ve vzájemné provázanosti. Tato skutečnost byla Lazarsfeldovi a jeho kolegům známa již na počátku výzkumu. Využili jí pro konstrukci „indexu politické predispozice“ [ibid.: 174].

Jednotlivé sociální charakteristiky zkoumaných osob diferencující mezi voliči demokratické a republikánské strany byly nejprve analyzovány samostatně. Socioekonomický status *SES* byl respondentovi přiřazen tazatelem, který v roli experta odhadl příjem, charakter obydlí, vybavení bytu a oblečení dotazovaného a zařadil jej do jedné z kategorií *A, B, C, D* od *nejvyššího* sociálního postavení *A* až po *nejnižší D*.⁸ Nejčtenější, střední skupina *C* zahrnující polovinu zkoumaného souboru, byla dále rozdělena podle vlastnictví telefonu na podskupinu *C+* vybavenou telefonem a na podskupinu *C-*, která jej nevladnala.

Rozdíly ve voličských preferencích způsobené *SES* ukazují tradiční obraz amerického voliče s vyšším postavením upřednostňujícího republikánskou stranu a níže postaveného voliče demokratické strany. V prezentovaném výzkumu byl podíl voličů preferujících republikánskou stranu v nejvyšší skupině (*A*) dvojnásobný (71 %) oproti nejnižší skupině (*D*) (35 %) a podíl preferencí pro republikány se s klesajícím sociálním postavením plynule snižoval. *Autoři charakterizují osoby s větším majetkem a s podnikatelskými zájmy jako pravděpodobné voliče republikánské strany. Naopak chudší osoby, jejichž obydlí a oděv jsou nižší kvality a jejichž sebezařazení mezi pracující podporuje vnější znaky sociálního zařazení, označují za pravděpodobné voliče demokratické strany* [Lazarsfeld, Berelson a Gaudet 1944: 21].

Důležitou dimenzí diferencující mezi příznivci republikánské a demokratické strany bylo náboženské vyznání. Plných 60 % protestantů a pouhých 23 % katolíků dávalo v květnu 1940 svůj hlas republikánům. Představu, že tento rozdíl je způsoben rozdíly v sociální příslušnosti lidí s různým vyznáním, autoři výzkumu vyvrátili pomocí grafu, v němž vysoce postavení katolíci hlasují jen zřídka pro republikánskou stranu právě tak jako katolíci s nízkým sociálním postavením [ibid.: 22]. Ve všech sledovaných sociálně ekonomických skupinách *A + B, C+, C-, D* tvořil podíl hlasů pro republikány mezi katolíky pouze třetinu až polovinu republikánských hlasů získaných mezi protestanty. Příslušnost ke společenské vrstvě a náboženské přesvědčení se ve svém působení skládají, oba faktory přispívají ke společnému rozdílu.

Příkladem jednoduchého, ale zdaleka ne samozřejmého zjištění, je prokázaný vliv věku na voličské preference. Starší protestanti byli sice více nakloněni volit republikánskou stranu než mladší lidé stejného vyznání, ve skupině katolíků byla však patrná opačná tendence – čím starší volič, tím více „prodemokratický“.

Významněji se projevilo ještě místo bydliště. Mezi obyvateli venkova bylo o 14 % více republikánských voličů než v jediném městě oblasti – Sandusky.

Pro souhrnnou analýzu společného působení několika sociálních faktorů ovlivňujících volební preference Lazarsfeldův tým zkonstruoval *index politické predispozice IPP*.

⁸) Autoři odkazují na Mostellerovy testy reliability, které dostatečně opravňují k použití tohoto způsobu zjišťování sociálního postavení.

Jeho hodnoty jsou zadány (s ohledem na tehdejší analytické možnosti) formou trojrozměrné tabulky kombinující hodnoty kategorizovaných znaků, jejichž vliv na volební orientaci byl dříve prokázán. Sociálně-ekonomický status *SES*, náboženské vyznání a místo bydliště ve městě nebo na venkově tvořily výchozí dimenze konstruovaného indexu. Nejnižší hodnota indexu $IPP = 1$ byla přiřazena osobám s nejvyšším sociálním statusem *A* nebo *B*, bydlícím na venkově a deklarujícím „protestantismus“. U nich byl nejsilnější předpoklad, že budou volit republikánského kandidáta. Naopak osobám katolického vyznání žijícím ve městě zařazeným do nejnižší statusové skupiny *D* byla přiřazena nejvyšší hodnota indexu $IPP = 7$. O nich bylo možno předpokládat, že budou volit kandidáta demokratické strany. Tabulka 1 ukazuje přiřazení hodnot indexu politické predispozice IPP ostatním kombinacím sociálního statusu, vyznání a místa bydliště.

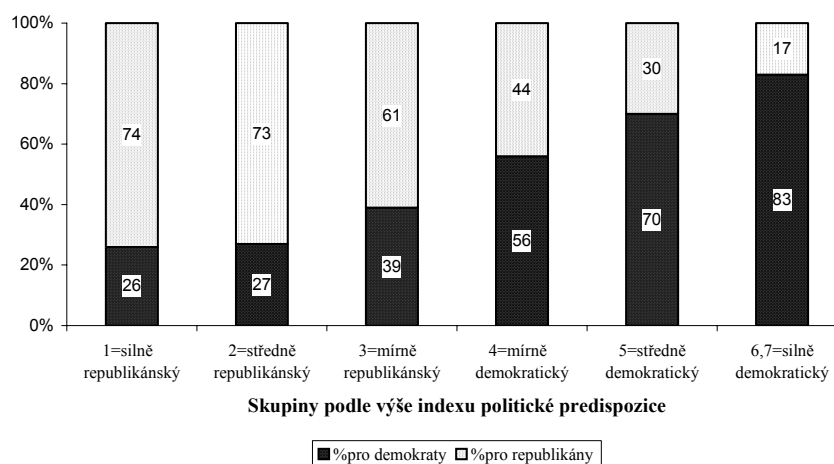
Tabulka 1. Index politické predispozice

	Protestanti		Katolíci	
	venkov	město	venkov	město
A, B	1	2	3	4
C+	2	3	4	5
C-	3	4	5	6
D	4	5	6	7

Pramen: [Lazarsfeld, Berelson a Gaudet 1944: 174].

Analýzu voličských preferencí založenou na srovnání skupin osob se společnými sociálními charakteristikami vyjádřenými hodnotou indexu politické predispozice uzavírají autoři myšlenkou, že člověk myslí politicky podle toho, jaké je jeho sociální zakotvení: „Sociální charakteristiky jsou určující pro politické preference.“ [Ibid.: 27]

Graf 1. Podíl preferencí pro demokratickou a pro republikánskou stranu pro skupiny IPP



3.2. Vliv ideologických rozdílů mezi voliči

Vedle objektivních sociálních charakteristik voličů byly zjišťovány také jejich postoje a názory k otázkám veřejného zájmu, zejména k těm, které se vztahovaly k volbám. Šlo o to zjistit, do jaké míry se příznivci demokratické strany a jejího kandidáta Franklina D. Roosevelta liší ve svých názorech od voličů, kteří dávají přednost republikánské straně a jejímu kandidátovi Wendellu L. Willkiemu.

Všem respondentům byla položena dvojice otázek: *Jaká skupina lidí by měla podle Vašeho názoru největší prospěch z volebního vítězství Roosevelta?* a *Jaká skupina lidí by měla podle Vašeho názoru největší prospěch z volebního vítězství Willkieho?* Odpovědi obou skupin voličů se shodovaly v názoru, že z vítězství Roosevelta budou mít prospěch především prostí občané, obyčejní lidé, dělníci. Willkieho vítězství bylo naopak spojováno s prospěchem podnikatelské vrstvy.⁹

Zvláště pojem „nezaměstnaný“ byl oběma skupinami vnímán jako pejorativní označení. Američané čtyřicátých let spojovali nezaměstnanost se společenským neúspěchem člověka bez práce. Přesto, nebo spíše právě proto, 40 % „republikánů“ jmenovalo mezi profitujícími z Rooseveltova vítězství právě nezaměstnané. Z „demokratů“ zmínilo nezaměstnané jen 3 % dotázaných.

Další rozbor voličských postojů byl založen na odpovědích lidí, kteří v průběhu předvolební kampaně změnili svůj názor. Více než třetina republikánských voličů a více než čtvrtina příznivců demokratické strany uvedla jako důvod změny svého stanoviska ekonomické argumenty. Volně formulované odpovědi na otevřenou otázku výzkumníci klasifikovali podle obsahu do dvou hlavních skupin: na argumenty s „třídním“ obsahem a na ostatní, „třídně“ neutrální. „Třídně“ pojaté argumenty byly dále klasifikovány na „argumenty chudých“ (*poor men's argument*) a na „argumenty bohatých“ (*rich men's argument*).

Z dotázaných, kteří změnili v průběhu volební kampaně názor ve prospěch republikánské strany, 49 osob uvedlo „třídně“ pojaté argumenty a 48 osob „třídně“ neutrální argumenty pro změnu svého postoje. Z voličů, kteří změnili mínění ve prospěch demokratické strany, uvedlo „třídně“ formulované argumenty 73 osob a „třídně“ neutrální důvody jen 12 osob. *Poměr mezi „třídním“ a „neutrálním“ zdůvodněním změny byl tedy u republikánů 1:1 a u demokratů 6:1.* Autoři rozuměli tomuto výsledku tak, že *demokratičtí voliči neměli větší „třídní uvědomění“, ale že pravděpodobně necítili potřebu skrývat své třídní zájmy.*

Existoval výrazný rozdíl mezi podobou třídně formulovaných argumentů různých skupin voličů. Tabulka 2 ukazuje, že ti, kdo změnili názor *ve prospěch „demokratů“* použili ve 100 % případů „argumenty chudých“. Voliči, kteří změnili názor *ve prospěch republikánů*, použili stejné argumenty jen v 29 % případů (14 ze 49). Zbývajících 71 % (35 ze 49) ekonomických argumentů tvořili v tomto případě „argumenty bohatých“.

⁹) Interpretace této dvojice otevřených otázek je svědectvím přístupu, který kombinoval nejrůznější výkladová schémata a rozhodně se nespokojil s plochým empirismem klasického neopozitivismu. Analýza skrytých významů volně formulovaných odpovědí na otevřené otázky byla součástí výzkumné strategie založené na vzájemném doplňování nejrůznějších metod sociologického bádání. Snaha využít široký rejstřík nástrojů od kvalitativních postupů uplatňujících hloubkovou interview až po testování statistických hypotéz, konstrukci indexů a měření našla své vyjádření i v případě tohoto výzkumu.

Tabulka 2. Počet voličů, kteří změnu názoru ve prospěch „republikánské“ a „demokratické“ strany zdůvodnili „třídně“ formulovanými argumenty

Typ „třídně“ formulovaného argumentu	„republikáni“	„demokraté“
argumenty chudých	14	73
argumenty bohatých	35	0
Celkem „třídně“ formulované argumenty	49	73

Pramen: [Lazarsfeld, Berelson a Gaudet 1944: 31]

Dalším zajímavým interpretačním postřehem bylo zjištění založené na jiné klasifikaci výroků dotázaných voličů. Každý z více než sta výroků byl zařazen do jedné ze čtyř kategorií: 1. Můj kandidát je pro...; 2. Kandidát protistrany je pro...; 3. Kandidát protistrany je proti...; 4. Můj kandidát je proti... *Ani jeden ze všech analyzovaných výroků nebylo možno zařadit do kategorie 4, jako zdůvodnění volby kandidáta proto, že je proti něčemu.* Demokraté neříkají, že Roosevelt je proti velkému byznysu a republikáni netvrdí, že Willkie je proti „sociálně“ orientovaným zákonům. „Přinejmenším v těchto volbách (v roce 1940 pozn. autora) lidé odmítali připisovat vlastnímu kandidátovi jakékoli agresivní tendence.“ [Ibid.: 32]

Značný rozdíl mezi příznivci obou politických stran byl spojen s odpovědí na otázku: *Jestliže byste se měl/a rozhodnout pro osobu prezidenta mezi člověkem, který má především státnické zkušenosti z vládnutí (experience in government) a člověkem, který má především obchodní zkušenosti z podnikání (experience in business), kterého z nich byste vybral/a?* 41 % všech osob z panelu v srpnu a 40 % v říjnu bylo pro prezidenta se státnickými zkušenostmi a 45 % (47 %) pro prezidenta s podnikatelskými zkušenostmi. Rozdíly mezi příznivci republikánské a demokratické strany však byly dosti výrazné. 69 % „republikánů“ si přálo prezidenta se zkušeností z podnikání, zatímco jen 20 % „demokratů“ projevovalo stejné přání. Naopak 67 % „demokratických“ voličů by dalo přednost prezidentovi se státnickými zkušenostmi z vládnutí, což bylo možno říci jen o 20 % „republikánských“ voličů.

Autoři nabízejí dva způsoby vysvětlení zjištěného rozdílu. První z nich poukazuje na skutečnost, že kandidáti soupeřící o prezidentský úřad reálně měli za sebou jeden kariéru podnikatele a druhý kariéru veřejného činitele. Druhé vysvětlení souvisí s historickou tradicí, v níž prakticky od občanské války demokratičtí prezidenti symbolizovali důležitost vládního úřadu jako klíčové instituce, zatímco republikánští prezidenti představovali vždy Ameriku jako zemi podnikání [ibid.: 32-34].

Třetím významným tématem, v němž se lišili příznivci obou politických stran, byl postoj k válce v Evropě. Německo okupovalo velkou část Evropy. Amerika zahájila program průmyslové výroby obranného charakteru. Byl přijat zákon o službě v armádě. Rooseveltova administrativa se chystala materiálně přispět spojencům v Evropě. V americké politice se však zmobilizovaly také síly oponující této zahraniční politice. Otázka izolacionistické politiky Spojených států se stala otázkou dne [ibid.: 35].

Republikáni byli nakloněni izolacionistické politice více než demokraté. „Prospojeneckou“ nebo naopak „izolacionistickou“ orientaci zjišťovaly v dotazníku dvě otázky: 1. *Co by měly v současné době dělat Spojené státy v otázce pomoci Anglii? Měly by pomáhat méně než dosud, stejně jako dosud nebo více než dosud, ale nevstupovat přitom do války?* a 2. *Co si myslíte o přijetí zákona o službě v armádě (kterým byly zahájeny odvody do armády USA pozn. autora) – schvalujete jeho přijetí nebo je neschvalujete?*

Jejich kombinací bylo možno získat dostatečnou představu o postoji voličů: 25 % republikánů bylo jak proti odvodům do armády, tak proti zvýšení pomoci Anglii. Totéž platilo jen o 11 % demokratů. Výraznější rozdíl se projevil v extrémních variantách postoje. Ze 38 osob, které žádaly, aby pomoc Anglii byla snížena, bylo 82 % republikánů. A mezi 42 potenciálními voliči, kteří byli proti zavedení odvodů do americké armády bylo také 82 % republikánů [ibid.: 36]. Analýza odpovědí osob, které v průběhu předvolební kampaně změnilly svůj postoj, tato zjištění podpořila. Nezasahovat do evropských záležitostí chtělo sedm z osmi republikánů a jen tři z pěti demokratů [ibid.: 37].

V předvolební kampani existovalo několik málo oblastí, v nichž se příznivci obou stran shodovali. Dvě z tvrzení předložených voličům se týkala osobních vlastností Roosevelta a Willkieho: *Roosevelt vyniká velkou osobní přitažlivostí, schopností tvrdě pracovat a mimořádnou inteligencí* a *Willkie se vypracoval vlastní pílí a vynikl svou geniální schopností organizovat průmysl*. Nejen, že oba tyto výroky byly souhlasně přijímány přívrženci obou politických stran. Byly to jediné dva výroky, které získaly v protivnickém táboře více souhlasných než nesouhlasných odpovědí. Tato relativně tolerantní atmosféra patrně přispěla ke změně postojů některých republikánských příznivců těsně po volbách. Již týden po volbách zastávalo 22 % republikánů pozitivnější stanovisko ve vztahu k nově zvolenému prezidentu Rooseveltovi, než tomu bylo ještě před volbami.

3.3. Zájem o volební kampaň a účast ve volbách

Kdo jsou lidé, kteří projevíli zájem o předvolební kampaň? Jak lze charakterizovat nevoliče? Co podmiňuje účast ve volbách? To jsou otázky, které autoři považovali za důležité zodpovědět dříve než přistoupí k podrobnému rozboru utváření volebního rozhodnutí v průběhu předvolební kampaně.

Z mnoha otázek, jimiž byl přímo i nepřímo zjišťován zájem dotazovaných na volební kampani i na samotných volbách se jako nejpřesněji vypovídající a nejvíce rozlišující ukázalo vlastní sebehodnocení – odpověď na otázku *Řekl/a byste, že máte velký zájem o nadcházející volby, střední zájem, malý zájem nebo vůbec žádný zájem?*

Autoři vytvořili několik jednoduchých indexů založených vždy na kombinaci odpovědí na několik (většinou 3-5) otázek. Vznikl tak „index schopnosti vyjádřit mínění“ (*index of breadth of opinion*) IO, „index politické aktivity“ (*index of political activity*) IP, vypovídající o účasti na předvolební kampani, a „index vnímání kampaně v médiích“ (*index of over-all exposure to the campaign*) IM.

Čím větší zájem o volby respondenti projevíli, tím větší byla také jejich schopnost vyjádřit mínění k otázkám předvolební kampaně (IO). Tím větší byla také jejich účast na předvolební kampani (IP) a tím větší bylo také jejich vnímání předvolební kampaně v médiích (IM) [ibid.: 41-42].

Skupinu těch, kteří se zajímali o volební kampaň, diferencovalo jak sociálně ekonomické postavení, tak i vzdělání. Společné působení těchto dvou faktorů se ukázalo jako významnější než jejich samostatný vliv. Vliv věku se odlišným způsobem projevil u různých vzdělanostních skupin voličů. U respondentů bez středoškolského vzdělání nehrál věk významnou roli ve vztahu k zájmu o volební kampaň. U osob se středoškolským nebo vyšším vzděláním se ukázal být vliv věku výrazný: zatímco dotázaní do 45 let projevíli „velký zájem“ o volby ve 26 % případů, starší skupina nad 45 let v 41 % případů. Muži se zajímali o volby více než ženy, jak zjistily i jiné výzkumy. Shrnutí je obsaženo v závěru, že osoby, které se zajímají o volby lze nejpravděpodobněji najít: „...ve měs-

tech, mezi muži, mezi osobami s vyšším vzděláním, s lepším socioekonomickým statusem a ve starší věkové skupině obyvatel.“ [ibid.: 42-45]

Nejlepším testem zájmu o volby byla skutečná účast ve volbách. V oblasti Erie County byla volební účast 81 %. Také ve zkoumaném panelu uvedlo 82 % respondentů, že se zúčastnili voleb. Ve skupině s nejmenším zájmem o volební kampaň byl zjištěn nejvyšší podíl nevoličů. Jediným faktorem, který se ukázal jako významně diferencující volební účast i při kontrole předchozího zájmu o volby, bylo pohlaví dotázané osoby. Muži, kteří neměli o volby zájem, přeci jen nakonec volili v podstatně vyšším procentu případů než ženy se stejným postojem k volbám. Šlo patrně o důsledek odlišné představy mužů a žen o jejich povinnostech a rolích ve vztahu k politice.

3.4. Čas rozhodnutí a jeho sociální determinanty

Při každých volbách existují voliči, kteří již před začátkem volební kampaně vědí, kterou stranu budou volit. Jejich rozhodnutí je v průběhu kampaně neměnné. Existují však lidé, kteří z rozličných důvodů utvářejí své volební rozhodnutí teprve v čase kampaně, někteří dokonce pod vlivem této kampaně. Panelová metoda použitá ve výzkumu *People's Choice* umožnila výzkumnému týmu podrobně se zabývat časovým faktorem v rozhodování voličů. Umožnila zkoumat faktory vysvětlující, proč se někteří rozhodují dříve a jiní teprve později.

Opakované rozhovory rozlišily tři skupiny voličů podle doby konečného, již dále neměnného rozhodnutí, kterou stranu a kterého kandidáta budou volit: První skupinu tvořili „májoví voliči“, tj. ti z dotázaných, kteří se rozhodli ještě před začátkem oficiální volební kampaně a podrželi si své původní rozhodnutí po celou dobu kampaně a v listopadu volili kandidáta strany, kterou si zvolili již v květnu. Druhou skupinu tvořili „červnoví až srpnoví voliči“, tj. ti, kteří se s konečnou platností rozhodli v létě, v době stranických konferencí, a podrželi si své rozhodnutí až do dne voleb. Konečně třetí skupinu tvořili „záříjoví až listopadoví voliči“, kteří si svou definitivní představu, koho budou volit, vytvořili až v posledních měsících kampaně, někteří z nich dokonce ani v den voleb ještě nebyli pro některou ze stran rozhodnutí [ibid.: 52-53].

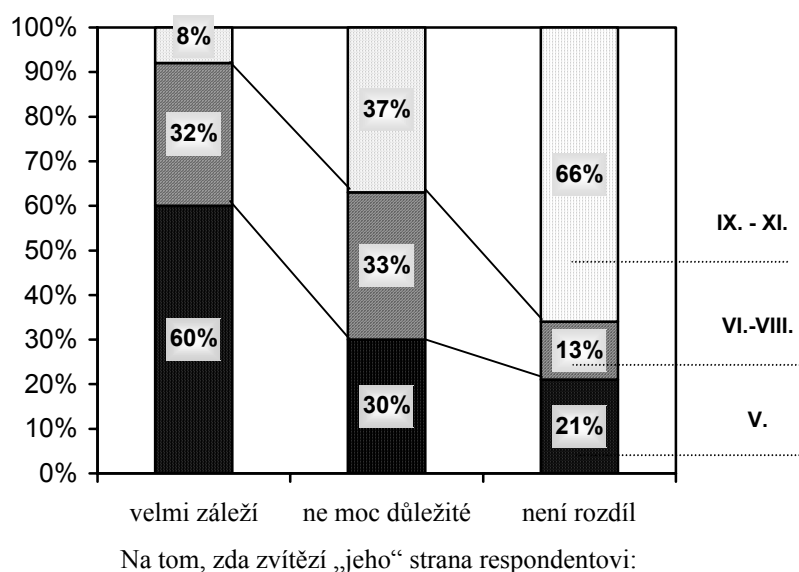
V čem spočívaly podstatné rozdíly mezi těmito skupinami lidí? Jednak lidé, jejichž rozhodnutí zrálo dříve, byli méně zainteresováni na volbách. A za druhé, lidé, kteří provedli svou volbu až v posledních dnech kampaně, byli vystaveni většímu tlaku vzájemně protikladných vlivů, z nichž jedny je orientovaly volit demokratického kandidáta Roosevelta, a druhé je motivovaly zvolit republikánského kandidáta Willkieho. Tyto „křížící se vlivy nebo tlaky“ (*cross-pressures*) činily rozhodování voličů obtížnějším a tudíž také časově náročnějším [ibid.: 53].

Autoři nejprve rozebírají vliv „zájmu o volby“ na dobu konečného rozhodnutí, pak se zabývají působením „křížících se vlivů“ na čas konečného rozhodnutí a konečně zkoumají kombinované působení obou faktorů.

Lidé, projevující větší zájem o volby, se rozhodují dříve. Dvě třetiny „zainteresovaných“ byli rozhodnutí již v květnu, čtvrtina z nich se rozhodla v letních měsících a jen osmina se rozhodovala v závěrečném období volební kampaně. Naopak lidé s menším zájmem o volby ponechali své rozhodnutí téměř ve dvou třetinách případů na léto nebo podzim a čtvrtina z nich se rozhodovala až v závěrečných měsících kampaně [ibid.: 53-54].

Mimořádně silná závislost existovala mezi intenzitou zájmu o zvolení konkrétního kandidáta a časem rozhodnutí. Graf 2 ukazuje výrazné rozdíly, které mohou být využity například ve vrcholné fázi volební kampaně, kdy úspěch přesvědčování závisí na znalostech charakteristik dosud nerozhodnutých voličů a způsob argumentace může být přizpůsoben na míru této skupině voličů. 60 % z voličů, kterým opravdu záleželo na zvolení jejich kandidáta, bylo rozhodnuto již před začátkem kampaně a jen 8 % jich ponechalo rozhodnutí na poslední měsíce. Naopak z voličů, pro které nepředstavovalo velký rozdíl, zda bude zvolen kandidát demokratů nebo republikánů, bylo v květnu před začátkem volební kampaně rozhodnuto jen 21 % osob. Plné dvě třetiny těchto voličů se rozhodovaly až v závěru volební kampaně.

Graf 2. Měsíc konečného rozhodnutí závisí na míře stranictví



V předchozí analýze autoři ukázali některé „tradiční“ charakteristiky voliče demokratické strany a opačné rysy, typické pro voliče republikánské strany. Bohatí protestanti žijící na venkově volí tradičně republikány. Naopak chudí katolíci žijící ve velkoměstě volí zpravidla demokraty. Ale co se stane, když je volič vystaven „křížícímu se vlivu“ faktorů, které jej „táhnou“ nebo „tlačí“ opačným směrem? Co když je někdo chudý a je protestant? Co když někdo pochází z chudé katolické městské rodiny a zbohatl a ještě k tomu žije na venkově? Říkáme, že tito lidé jsou vystaveni „křížícím se vlivům“ (*cross pressures*) vzájemně protikladných faktorů.

Lazarsfeld a jeho kolegové zjistili, že čím vyváženější je vzájemně protikladný vliv křížících se faktorů, tím později se volič rozhoduje, kterého kandidáta bude volit. Zabývali se šesti různými případy „křížících se vlivů“ faktorů: a) křížícími se osobními charakteristikami voliče, b) nesouladem jeho postojů s preferencemi jeho rodiny a přátel a c) voličovým konfliktem mezi jím preferovanou stranou a postojem ke klíčové otázce volební kampaně, na niž má většina voličů jeho strany opačný názor než on [ibid.: 56-60].

- 1) Protikladný vliv náboženského vyznání a sociálně ekonomického zařazení byl prvním z analyzovaných křížících se tlaků. Protestanti s nízkým sociálně-ekonomickým statusem a katolíci s vyšším sociálně-ekonomickým postavením se později rozhodovali, kterou stranu budou volit, než osoby, které nebyly vystaveny tomuto protikladnému působení uvedených faktorů.
- 2) Druhým křížením protikladně působících faktorů byl *nesoulad mezi objektivní charakteristikou voličem vykonávaného povolání a jeho „sebezařazením“*, které vyjadřovalo subjektivní přesvědčení respondenta o jeho vlastní sociální pozici. Objektivními charakteristikami vykonávané práce náležel respondent mezi kvalifikované a polokvalifikované dělníky a sám se zařadil do „třídy podnikatelů a obchodníků“ (*business class*), nebo naopak jeho pracovní náplň a postavení v hierarchii povolání odpovídala zařazení mezi „bílé límečky“ (*white collar*) a on sám sebe považoval za příslušníka „dělnické třídy“ (*working class*).
- 3) Třetím příkladem křížících se vlivů působících na odklad konečného rozhodnutí byl *rozdíl ve voličských preferencích mezi rokem 1936 a nadcházejícími volbami v roce 1940*.
- 4) Rodina a přátelé tvořili ve většině případů „skupiny politické solidarity“. Čtvrtý případ *nesouladu vlastního stanoviska a politického přesvědčení ostatních rodinných příslušníků a*
- 5) pátý případ *rozdílu vlastních preferencí a politické orientace okruhu blízkých přátel* představovaly vážné křížení vlivů bránící včasnému a bezproblémovému volebnímu rozhodnutí.
- 6) Šestým případem křížících se vlivů byla *voličova preference jedné z politických stran provázená současně jeho představou o oprávněnosti principiálního stanoviska zastávaného protivnou stranou*. Tento konflikt byl identifikován pomocí otázky, zda si respondent myslí, že je důležitější, aby měl prezident zkušenost ze státní administrativy (*government*) nebo z podnikání (*business*). Většina republikánů si přála prezidenta se zkušenostmi z podnikání a většina demokratů dávala přednost prezidentovi se státnickými zkušenostmi. Kandidáti dané strany také příslušné preferované zkušenosti měli. Jestliže tedy, proti všeobecnému trendu, příznivec demokratické strany zastával názor, že prezident by měl mít zkušenosti z podnikání, nebo jestliže člověk, který měl v úmyslu volit republikánského kandidáta, vyjadřoval přesvědčení, že by prezident měl mít státnické zkušenosti, oba „devianti“ se ocitli v „křížovém tlaku“ vzájemně protikladných voličských tendencí.

Jaké byly *důsledky* těchto „křížících se vlivů“ nebo „křížových tlaků“ (*cross pressures*)? Ve všech případech, a autoři to dokládají sérií grafů kontrovaných intenzitou zájmu o volby [ibid.: 58-59], *docházelo ke zpoždění konečného voličova rozhodnutí*. Největší vliv na odklad respondentova rozhodnutí měl nesoulad vlastního postoje a postoje rodiny. V souboru dotázaných, kteří měli o volby malý zájem, se podíl osob odkládajících rozhodnutí na poslední měsíce za situace nejednoznačného stanoviska rodiny zvětšil sedmkrát (ze 6 % na 43 %), a u voličů se zájmem o volby vzrostl dokonce jedenáctkrát (ze 2 % na 23 %).

Mezi důvody, *proč člověk*, který byl vystaven tomuto vlivu protikladně působících faktorů, *odkládal konečné voličské rozhodnutí*, jmenovali autoři na prvním místě skutečnost, že volič „*měl dobré důvody pro volbu kteréhokoliv z obou kandidátů*“ [ibid.: 60].

Na druhém místě mezi důvody odkládání rozhodnutí uváděli, že *respondent čekal na nějakou událost, která vyřeší existující konflikt*. Domníval se, že se mu podaří přesvědčit ostatní členy své rodiny nebo své přátele o oprávněnosti vlastního stanoviska, dával ostatním členům své rodiny šanci, aby jej přivedli na jimi sdílený způsob uvažování. Mohl také čekat na informace, které budou zveřejněny v průběhu volební kampaně a pomohou mu rozhodnout jeho dilema [ibid.: 61].

Tyto „konfliktní tlaky“ nebo „křížící se vlivy“ představovaly rovnou šanci pro organizátory volební kampaně obou politických stran. Jimi vznesené argumenty mohly rozhodnout, na kterou stranu se volič nakonec přikloní. Lazarsfeld a jeho spoluautoři však v této souvislosti poukázali na podstatnou skutečnost, a to, že: „...lidé, kteří dotvářejí své přesvědčení naposledy, jsou ti, kteří si zároveň myslí, že je výsledek voleb ovlivní nejméně.“ [Ibid.: 61] Větší počet „konfliktních tlaků“ měl za následek větší ztrátu zájmu o volby. Společné působení nezájmu nebo malého zájmu o volby a křížících se vlivů protikladných motivací pro volbu soupeřících kandidátů se ve výzkumu ukázalo jako mimořádně silné.

4. Závěr

V čem spočívá význam téměř šedesát let staré lazarsfeldovské monografie o utváření preferencí v předvolební kampani?

- 1) Dnes, právě tak jako před pětadesáti lety v době svého vzniku, představuje dílo především nevšední pohled na rozhodování voličů; upozorňuje na značné rozdíly mezi nimi, na podmíněnost volebního rozhodování sociálními charakteristikami, ideologickými rozdíly i na „problémy“, které voliči mají se svým „sebezařazením“ a tudíž se svou volbou.
- 2) Výzkum narušuje řadu falešných mýtů o roli a možnostech volební kampaně; ukazuje celou řadu netriviálních souvislostí: vysoký podíl pevně rozhodnutých voličů, malé procento těch, kteří se rozhodli změnit stranu, velký význam rodiny a přátelských vztahů pro volební rozhodování, účinnost jedněch a neúčinnost jiných argumentů politických stran; přináší i rozbor faktorů, které rozhodují o odkladu konečného voličova rozhodnutí.
- 3) Monografie nechává nahlédnout do výzkumné dílny; nabízí myšlenkovou účast při konstrukci měřicích nástrojů, škál a indexů; ukazuje vynalézavé způsoby prezentace výsledků; inspiruje k zamyšlení a přímo vybízí k vyzkoušení nástrojů a k ověření platnosti vztahů a souvislostí v podmínkách odlišné politické kultury i rozdílných historických souvislostí. Smysl dnešního čtení monografie *The People's Choice* je tedy nejen historicky, tj. z hlediska vývoje politické sociologie, ilustrativní, ale také teoreticky přínosný a metodologicky, a pro mnohého politika i instrumentálně, inspirativní.
- 4) Mimořádný význam citovaného Lazarsfeldova výzkumného projektu spočívá v analýzách dynamiky vývoje, v rozboru procesů utváření voličských preferencí v průběhu předvolební kampaně. Metoda panelové analýzy, její použití a výsledky ve výzkumu *People's Choice* budou předmětem samostatné stati, která se kromě metody samé bude zabývat typologií voličů, analýzou mechanismů ovlivňování voličských preferencí a rozbořem aktérů předvolebního boje.

HYNEK JEŘÁBEK přednáší metodologii a historii sociologického výzkumu a sociologii komunikace na Fakultě sociálních věd UK. Zabývá se výzkumem interpersonální a masové komunikace a utvářením politických postojů a také dílem P. F. Lazarsfelda. V roce 1997 vydal v Karolinu monografii Paul Lazarsfeld a počátky komunikačního výzkumu, v roce 1999 ve spoluautorství v edici *Working Papers Sociologického ústavu AV ČR studii* Utváření postojů obyvatel českého města I.

Literatura

- Jeřábek, H. 1997a. *Paul Lazarsfeld a počátky komunikačního výzkumu*. Praha: Karlova Univerzita.
- Jeřábek, H. 1997b. „Marienthal. Nezaměstnaná obec ve výzkumu Paula Lazarsfelda, Marie Jahodové a Hanse Zeisela.“ *Sociologický časopis* 33: 321-337.
- Lazarsfeld, P. F. 1939. „The Change of Opinion during a Political Discussion.“ *Journal of Applied Psychology*, Special Issue „Radio Research and Applied Psychology“ 23: 131-147.
- Lazarsfeld, P. F. 1971 (1940). *Radio and the Printed Page. An Introduction to the Study of Radio and Its Role in the Communication of Ideas*. New York: Arno Press and The New York Times.
- Lazarsfeld, P. F. 1975. „Eine Episode in der Geschichte der empirischen Sozialforschung: Erinnerungen.“ S. 147-225 in *Soziologie – autobiographisch. Drei kritische Berichte zur Entwicklung einer Wissenschaft* von T. Parsons, E. Shils und P. F. Lazarsfeld. Stuttgart: Ferdinand Enke Verlag.
- Lazarsfeld, P. F., B. Berelson, Hazel Gaudet 1944. *The People's Choice. How the Voter makes up his Mind in a Presidential Campaign*. New York: Columbia University Press.
- Lazarsfeld, P. F., B. Berelson, W. N. McPhee 1968 (1954). *Voting. A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*. Chicago, London: University of Chicago Press.
- Lazarsfeld, P., Marjorie Fiske 1938. „The ‚Panel‘ as a new Tool for Measuring Opinion.“ *Public Opinion Quarterly* 2: 596-612.
- Lazarsfeld, P. F., Marie Jahoda, H. Zeisel 1933. „Die Arbeitslosen von Marienthal.“ In *Psychologische Monographien* 5, hrsg. von K. Bühler. Leipzig: S. Hirzel Verlag.
- Lazarsfeld, P. F., E. Katz 1955. *Personal Influence. The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. Glencoe, IL: The Free Press.
- Lazarsfeld, P. F., W. Thielens, Jr. 1958. *The Academic Mind. Social Scientists in a Time of Crisis*. New York: The Free Press.
- Lowery, Shearon, M. L. De Fleur 1983. „The People's Choice: The Media in a Political Campaign.“ Pp. 86-112 in *Milestones in Mass Communication Research. Media Effects*, ed. by S. Lowery and M. L. De Fleur. New York, London: Longman.
- Noelle-Neumann, Elisabeth 1990. „The People's Choice – Revisited.“ S. 147-155 in *Die Wiener Tradition der empirischen Sozial- und Kommunikationsforschung*, hrsg von W. R. Langenbucher. München: Ölschläger Verlag.