

Tři příklady spolupráce kvalitativního a analytického výzkumu. (Lazarsfeldova výzkumná dílna.) ^{*)}

Hynek Jeřábek

Institut sociologických studií,
Fakulta sociálních věd, Univerzita Karlova

Úvod

Paul Lazarsfeld je znám jako tvůrce a velký propagátor analytických výzkumných postupů. Často bývá spojován s kvantitativní metodologií – s postupy statistického zpracování dat, s matematickým modelováním. Neméně důležitou složkou jeho metodologického přínosu byl však důraz na spolupráci nejrůznějších přístupů v celku společenskovedního výzkumu.

Jedním z příkladů této spolupráce byl výzkum nezaměstnané komunity Marienthalu – dělnické kolonie blízko Vídně v Rakousku v době velké hospodářské krize třicátých let dvacátého století. Na výzkumu spolupracoval se svou první ženou Marií Jahodovou a přítelem Hansem Zeiselem.¹ Na tomto výzkumu je vidět, jak spolupráce metod (založených na porozumění situaci rodin prostřednictvím slohových prací dětí a vyprávění matek s analytickými postupy využívajícími rozbor statistik prodeje v místních obchodech a měření rychlosti chůze obyvatel Marienthalu) umožnila podat věrný obraz nezaměstnané obce.

Druhým příkladem spolupráce analytické a kvalitativní metodologie je kombinace dvou výzkumných nástrojů použitá při hodnocení připravovaných rozhlasových pořadů, ale později také i při jiných příležitostech zejména v komunikačním výzkumu. V první-analytické fázi výzkumné akce, je používán nový výzkumný nástroj, který vytvořili Paul Lazarsfeld a Frank Stanton a dostal jméno „programme analyser“. Ve druhé - kvalitativní fázi zkoumání je prováděno skupinové řízené dotazování - „the focused interview“, jehož pravidla a postup kodifikoval Lazarsfeldův dlouholetý spolupracovník R.K.Merton.

Jako významně odlišný příklad spolupráce může posloužit Lazarsfeldova kooperace s kritickou sociologií, kdy se jednalo o součinnost dvou zdánlivě nesmiřitelných paradigmat. Od konce třicátých let Paul Lazarsfeld řídil Princeton Radio Project, jehož cílem bylo analyzovat působení tehdy relativně nového masového média - rozhlasu na posluchačské populace. A v rámci tohoto projektu se Lazarsfeld pokusil o spolupráci s představitelem Frankfurtské školy, Theodorem Adornem, při výzkumu hudebního vysílání. Přestože kooperace byla provázena problémy, najdeme v Lazarsfeldově dílně příklad dílčího úspěchu a ukázkou konkrétního výsledku součinnosti napříč paradigmaty. Jeden z Lazarsfeldových blízkých spolupracovníků, Eduard Suchman, prokázal analýzou dat získaných od rozhlasových posluchačů vážné hudby, že Adorno má v zásadě pravdu, když tvrdí, že masové

^{*)} Text vznikl při práci na výzkumech sociální a kulturní soudržnosti a sociální spravedlnosti a byl podpořen granty MPSV: 1J 028/04-DP2 a MSM 0021620841.

¹ Jednalo se o výzkum „Die Arbeitslosen von Marienthal“, jehož výsledky byly poprvé publikovány v roce 1933 [Jahoda-Lazarsfeld-Zeisel 1933]. „Sociologickou klasikou“ se však stal teprve v šedesátých a sedmdesátých letech. [Jahoda-Lazarsfeld-Zeisel 1960],[Jahoda-Lazarsfeld-Zeisel 1974]

médium a hudební vysílání nemohou sami nahradit dlouhodobé seznamování s vážnou hudbou v rodině, koncertních sálech a hudebních školách. [Suchman 1941]

1. Kombinované využití analytických a kvalitativních metod v “Marienthalu”

Přímo v úvodu k anglickému vydání “Marienthalu” z roku 1971, Lazarsfeld odkazuje na čtyři zásady, které se snažili v Marienthalu dodržovat. Jak dokládá ve vzpomínkové publikaci Marie Jahodová, uvedený text metodických zásad byl Lazarsfeldem sepsán již v roce 1933 v tehdy nepublikovaném článku [Jahoda 1991: 121]:

- a) pro každý studovaný jev je třeba získat objektivní pozorování právě tak jako introspektivní zprávy;
- b) případové studie by měly být vhodně kombinovány se statistickými informacemi;
- c) informace o současnosti by měly být doplněny informacemi o dřívějších fázích vývoje studovaného jevu;
- d) měla by být kombinována přirozená a experimentální data: experimentálními daty se přitom rozumělo použití dotazníků a výběrových šetření, přirozená data byla získávána “neovlivňujícími (nezasahujícími) metodami” - data je přitom třeba získávat z všedního života lidí bez zásahu výzkumníka. [Jahoda-Lazarsfeld-Zeisel 1974: xiv]

V úvodu výzkumníci slibují kombinovat ve výzkumu použití kvantitativních výzkumných metod s metodou vcítění do situace. Z toho důvodu také zvolili dlouhodobý pobyt ve zkoumané vesnici - výzkum na místě umožňující kombinaci mnoha metod a postupů.

Jaké metody byly ve studii použity:

- 1) osobní data o všech 478 rodinách obce Marienthalu obsahující údaje o bytových podmínkách, rodinném životě, vedení domácnosti;
- 2) životní historie 32 mužů a 30 žen, jejich předchozí život tvořil vhodný materiál pro srovnání;
- 3) 80 časových snímků dne;
- 4) zprávy průmyslové komise okresu Wiener Neustadt za uplynulá léta;
- 5) slohové práce žáků základní školy na téma: "Co bych chtěl ze všeho nejvíc," "Čím bych chtěl být," a "Co bych si přál k vánocům";
- 6) soutěžní práce mladistvých na téma: "Jak vidím svou budoucnost";
- 7) 40 týdenních rodinných jídelníčků a záznamy o balíčcích školních dětí určených k jejich obědu den před výplatou a den po výplatě podpory v nezaměstnanosti;
- 8) záznamy o dárcích, které obdrželo 80 malých dětí k Vánocům;

- 9) statistické údaje o výdajích (útratách) obyvatel v restauracích, u holiče, u řezníka, u koňského řezníka, u obuvníka, u krejčího nebo švadleny a zprávy politických klubů a různých spolků a místních organizací;
- 10) statistická data o výpůjčkách z místní knihovny, předplatném různých novin, členství v klubech, výsledcích voleb, věkovém složení, narozeních, úmrtích a sňatcích obyvatel a údaje o migraci;
- 11) statistiky domácností získané obchodní komorou od několika domácností.

Výzkum dokonce vykazoval některé rysy o desetiletí později teoreticky zdůvodněné a cíleně uplatňované metody „akčního výzkumu“ (action research). Všichni výzkumníci byli povinni účastnit se života komunity nějakou aktivitou užitečnou pro obyvatele obce. K tomu účelu výzkumný tým uskutečnil několik projektů:

- 1) soukromými sbírkami ve Vídni bylo získáno asi dvě stě kusů ošacení, to bylo vyčištěno a vyspraveno, doplněno o část nového; výzkumníci předem navštívili 100 rodin v Marienthalu s dotazem, jaký druh a velikost oděvu by rodina nejvíce potřebovala, tím získali přístup do domů a umožnilo jim to zjišťovat specifické potřeby rodin a odhalit čemu rodiny věnují přednostní pozornost;
- 2) kursy šití a přípravy stříhů navštěvované asi padesáti ženami;
- 3) zdarma poskytované lékařské konzultace;
- 4) gymnastické kurzy pro dívky - umožnily kontakt s touto částí populace, která byla jinak nedostupná, dívky totiž s počátkem nezaměstnanosti přestaly navštěvovat všechny akce místních organizací a spolků a bylo velmi obtížné se s nimi setkat;

Jako příklad využití mnoha různých metod sběru dat ve výzkumu k postižení jedné oblasti života nezaměstnané komunity můžeme uvést oblast jídelních zvyklostí a rodinného rozpočtu: ²

Jednačtyřicet domácností zapisovalo po jeden týden svůj jídelníček. Z těchto údajů vycházejí typické údaje o tom, že většina rodin jedla třikrát denně. Jen 25% rodin čtyřikrát. Maso bylo na stole v polovině rodin jen v neděli, v 15% rodin vůbec a v 31% rodin dvakrát až čtyřikrát týdně. Takový obraz stravovacích zvyklostí můžeme v některých komunitách zaznamenat i nyní. Tehdy se však bezesporu nejednalo o prioritu zdravé vegetariánské výživy a Lazarsfeld a jeho spolupracovníci mohli bez obav zkreslení tyto údaje použít jako ukazatel chudoby. Toto občasné masité menu představovalo v naprosté většině případů levnější koňské maso, často pak doma chovaný králík. Spotřeba vepřového a hovězího masa v době úplné nezaměstnanosti téměř vymizela. Důsledky této skutečnosti dokládají výzkumníci na jiném místě zprávy zánikem dvou řeznictví, kde dříve obyvatelé Marienthalu nakupovali hovězí a vepřové maso, a alespoň dočasnou prosperitou koňského řezníka v obci.

² Další výsledky výzkumu „Marienthal“ najde zájemce ve stati uveřejněné v roce 1997 v Sociologickém časopise [Jeřábek 1997], osudy autorů studie i středoevropské souvislosti tohoto výzkumu jsou zveřejněny v jiné studii [Jeřábek 2002].

Nedostatek prostředků na stravování se projevil také nákupem náhražkových potravin. Spotřeba cukru v obci výrazně poklesla v čase nezaměstnanosti. Některé rodiny sladily výhradně sacharinem, jiné se přizpůsobily čtrnáctidennímu cyklu od podpory k podpoře a ve druhém týdnu přecházely z cukru na sacharin. Zjišťovat podrobný rodinný rozpočet bylo ve výzkumu obtížné. V práci je ukázán na příkladu jedné početné rodiny s dětmi, která žila z malé podpory v nezaměstnanosti.

Rozdíly ve spotřebě potravin způsobené masovou nezaměstnaností v Marienthalu jsou ukázány na globálních údajích o prodeji jednotlivých druhů běžných potravin u obchodníků v Marienthalu. Studie srovnává prodej potravinářského zboží v letech před počátkem nezaměstnanosti v r.1928, na jejím počátku tj. v r.1929 a v době úplné nezaměstnanosti v r.1930. Prodej másla poklesl na 38% původního množství, tržba za margarín naopak o 92% stoupla. Klesl prodej kávy na 63% původního množství a o 41% vzrostl prodej levnějšího kaka.

Jak vyplývá z přehledu metod i z příkladu výsledků, na vykreslení obrazu nezaměstnanosti se podílely jak přehledové statistiky a rozbor hromadných dat, tak i údaje získané kvalitativními metodami.

2. „Analyzátor programu“ jako analytický nástroj a „zaměřovaný rozhovor“ jako metoda porozumění

Jako předem plánovitě vytvořený a úspěšný příklad spolupráce analytické a kvalitativní metodologie je možno uvést dvojici výzkumných procedur vytvořených z Lazarsfeldovy iniciativy. Lazarsfeld si vymyslel, navrhl (můžeme říci, že vynalezl) výzkumné uspořádání kombinující exaktní měření a interpretaci hodnocení pořadů skupinou posluchačů. Pro první – analytickou část výzkumné procedury zkonstruovali Paul Lazarsfeld spolu s Frankem Stantonem přístroj, který sami nazvali „analyzátor programu“ („programme analyser“). Výsledkem měření na přístroji byl graf ukazující téměř spojitě vývoj pozitivních a negativních reakcí desítky posluchačů ve studiu na jednotlivé velmi krátké pasáže testovaného pořadu. Druhou – interpretativní a syntetickou část výzkumné metodologie dovedl k dokonalosti dnes slavný Robert K. Merton (v té době právě začínající svou více než třicetiletou spolupráci s Lazarsfeldem) – v podobě metody „zaměřovaného interview“ (focused interview).

2.1. Analyzátor programu – nástroj pro hodnocení programu nebo pořadu

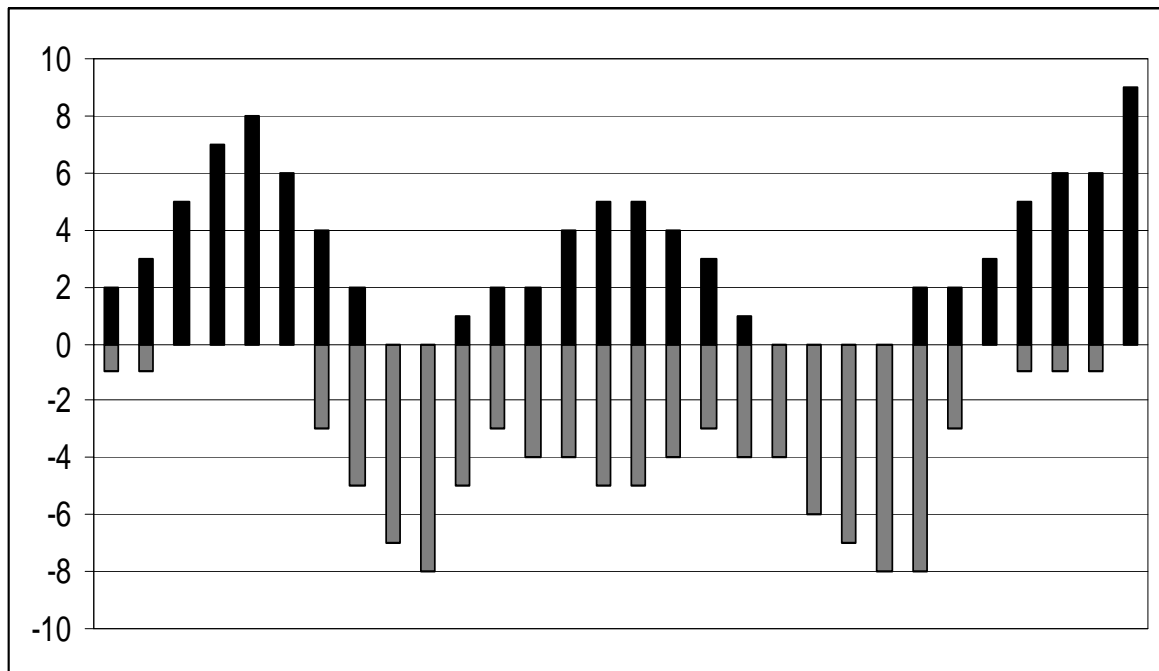
Popíšme si stručně postup a výsledky takového hodnocení pořadu. Desítky osob v rozhlasovém studiu poslouchá záznam krátkého, např. 15 minutového pořadu. Výzkumníky zajímají pozitivní a negativní reakce posluchačů na jednotlivé pasáže programu. Každý účastník testu má v ruce dvě tlačítka, jimiž hodnotí. Ta jsou spojena se záznamovým zařízením – zmíněným analyzátozem programu. Stisk zeleného tlačítka znamená pozitivní hodnocení, červeného tlačítka naopak negativní hodnocení příslušné sekvence. Pozvolna a rovnoměrně se odvíjející pás papíru značkují každých třicet sekund dvě postranní pera pravidelnými výchyly. Mezi nimi deset per spojených s tlačítky v ruce testujících respondentů kreslí deset přímých rovnoběžných čar v případě, že nikdo nehodnotí. Se

začátkem programu pera zaznamenávají pozitivní reakce posluchačů výchytkami na jednu stranu a negativní reakce výchytkami čar na druhou stranu. Po skončení poslechu je výsledek deseti měření vyhodnocen. Každou půl minutu je ze záznamu odečten počet pozitivních reakcí i počet negativních reakcí. Oba údaje jsou přeneseny do grafu, jehož horizontální osa představuje neutrální hodnocení a zároveň je stupnicí času. Směrem vzhůru graf ukazuje počet pozitivních hodnocení tj. kolik zelených tlačítek bylo v daném okamžiku současně stlačeno. Směrem dolů na graf nanese počet negativních hodnocení tj. kolik červených tlačítek bylo v daném momentě stlačeno. Po přestávce je osobám hodnotícím pořad ukázán graf, na němž před sebou vidí výsledky svých deseti simultánně prováděných hodnocení. (Viz. obr. 3) Při patnáctiminutovém pořadu se graf sestává z třiceti pozitivně (nad horizontálou) resp. negativně (pod horizontálou) vyznačených sloupců pro jednotlivé okamžiky pořadu. V případě rozporných hodnocení se objeví úsečka nad i pod horizontálou. [Peterman 1940:728-729].

V době druhé světové války analyzátor programu používali psychologové - spoluautoři výzkumu „Americký voják“ při hodnocení filmových pořadů pro vojáky. Nazývali však tento přístroj prostě jen „polygraph“. (Hovland et al. 1949; Lazarsfeld 1982: 66; Levy 1982: 36)

Obr. 3: Záznam z "analyzátoru programu " – přístroje vyvinutého P. Lazarsfeldem a F. Stantonem pro hodnocení rozhlasových pořadů – (hypotetický příklad)

Graf ukazující „pozitivní“ (nahoru) a „negativní“ (dolů) hodnocení krátkých úseků pořadu. (15 minutový pořad hodnotilo každou půl minutu 10 posluchačů.)



2.2. Zaměřovaný skupinový rozhovor (the focused interview) – kvalitativní metoda vyvinutá R.K. Mertonem pro porozumění reakcím posluchačů

Druhá - interpretativní část výzkumné metodologie, příhodně nazvaná R.K.Mertonem zaměřované interview (focused interview), spočívá ve skupinové diskusi nad transparentně představeným hodnocením jednotlivých pasáží testovaného programu (Obr.3). V případě potřeby je možno hodnocenou pasáž znovu přehrát ze zvukového záznamu. Moderátor postupně zaměřuje („focus“ = ohnisko – proto „focused interview“ = zaměřované interview) pozornost osob (testujících ve studiu daný pořad) na jeho jednotlivé pasáže a na jednotlivé aspekty hodnocení, případně na důvody shodného nebo naopak rozdílného hodnocení skupinami posluchačů. Účastníci nejprve volně vyjadřují svá mínění a hodnocení. Pak následují dotazy týkající se výrazných souhlasů a nesouhlasů, většinových i menšinových názorů, kontrastů v hodnocení a pod. ³⁾ Viz. [Merton-Kendall 1946], [Merton-Fiske-Kendall 1956]; [Levy 1982: 35].

Samotná skupinová diskuse (the focused interview) o programu by mohla jen s velkými obtížemi vyhodnotit jednotlivé pasáže posuzovaného programu. Na druhé straně analytický výstup získaný prostřednictvím analyzátoru programu (programme analyser) v podobě grafu (figure 3) sám neposkytuje dostatek opory pro interpretaci, vysvětlení a porozumění výsledku hodnocení. Teprve spojení obou částí výzkumné procedury (program analyser a the focused interview) dává předpoklad ke zdůvodněným závěrům detailního hodnocení posuzovaného programu

Metodu „zaměřovaného interview“ (the focused interview), použil R.K.Merton také v projektu „War Bond Drive“, jehož výsledky publikoval v monografii „Mass Persuasion“ [Merton-Fiske-Curtis 1946]. Zde byla použita jako nástroj pro individuální, nikoli skupinové, dotazování. Její princip byl však stejný. Zde byla využita v kombinaci s obsahovou analýzou apelů populární rozhlasové moderátorky Kate Smith vybízejících k nákupu válečných obligací. Také v tomto případě výzkumník postupně navozuje podněty v průběhu konverzace k tématům a otázkám, které jej zajímají. Tazatel jen zřídka klade přímé, předem připravené otázky dotazovanému. Spíše se jej snaží v průběhu volné konverzace přimět k tomu, aby mu sdělil své myšlenky, pocity, zkušenosti, aby mu řekl, co dělal, když poslouchal jednotlivé rozhlasové vstupy komentátorky Kate Smithové. Poznámky tazatele nesměřují pozornost dotazovaného k jednotlivým aspektům zkoumaného propagandistického sdělení. Naopak, jak zdůrazňuje R.K.Merton: „Dotazování nabízejí své vlastní definice situace. Oni, a ne tazatel, vyjadřují ty zvláštní okolnosti situace, na něž reagovali.“ [Merton – Kendall 1946:14] Dotazování jsou povzbuzováni, aby sami specifikovali, co je zaujalo z komentátorčiných apelů. Teprve až dotazovaný skutečně detailně popíše své reakce na ty stránky vysílání, které se jej zvláště výrazně dotkly, stočí tazatel rozhovor k doplňujícím otázkám. Předem připravený plán tohoto doplňujícího rozhovoru je založen na obsahové analýze vysílaných apelů. Při tomto individuálním použití metody: „... byly rozhovory zaměřovány (focused) (zdůraznil

³⁾ Za zajímavost přesahující do současnosti je možno považovat transformaci Mertonova „focused interview“ na dnes velmi populární metodu „focus groups“ – metodu zaměřovaného skupinového rozhovoru velmi využívanou ve výzkumu trhu i v kvalitativní sociologické analýze. O vztahu obou metod pojednal sám R.K.Merton [Merton 1987].

H.J.) na vysílané texty, které jsme podrobili intenzivní obsahové analýze.” [Merton 1987: 555]

Také v kombinaci s obsahovou analýzou nabízí zaměřované interview („the focused interview“) mocný nástroj umožňující interpretační vhled a vhodnou doplňkovou kvalitativní metodu k paralelnímu analytickému nástroji.

3. Testování Adornovy „kritické hypotézy“ prostředky Lazarsfeldova „administrativního výzkumu“

V Lazarsfeldově projektu zaměřeném na výzkum působení rozhlasového vysílání na posluchače „Princeton Radio Project“ došlo na přelomu třicátých a čtyřicátých let k pokusu o spolupráci mezi tradičně zneprátenými paradigmaty kritické sociologie a Lazarsfeldovy sociologie analytické. Paul Lazarsfeld přizval ke spolupráci v rámci výzkumu hudebního rozhlasového vysílání významného hudebního teoretika Theodora Adorna. Nabídl mu místo vedoucího útvaru pro výzkum hudebního vysílání. [Lazarsfeld 1975: 199-200, 1982: 57-58] [Morrison 1978: 334] Bylo to jednak vstřícné gesto vůči Horkheimerově skupině „Frankfurtské školy kritické sociologie“, jednak je možno tuto spolupráci hodnotit jako pokus o spolupráci napříč paradigmaty. Adorno, jako typický představitel kritické sociologie, se nijak netajil svou kritikou Lazarsfeldova komunikačního výzkumu a pejorativně tento Lazarsfeldův výzkum označoval jako „administrativní výzkum“.

Adorno zpracoval v letech 1938 a 1939 pro projekt několik studií. Jeho teoretické formulace byly plně ostré společenské kritiky, na niž reagovali představitelé Rockefellerovy nadace sponzorující projekt s neporozuměním. [Morrison 1978: 340-341] Přes veškerou snahu se Lazarsfeldovi nepodařilo Adorna s projektem integrovat. V rozhlasové ročence vydal jen kratší Adornovu studii pod názvem „Rozhlasová symfonie“ (Radio Symphony). [Adorno 1941]

Adornova teoretická kritika je postavena na základní premise, že rozhlasové vysílání není schopno přenést bohatství symfonické hudby k posluchači. Symfonie vysíláním ztrácí příliš mnoho kvalitativních znaků živě hrané a autenticky poslouchané hudební skladby. Adorno hovoří o rozbití nebo nepřenositelnosti „struktury symfonie“, o „trivializaci“ symfonie, o její „romantizaci“, o hudebním symfonickém tématu jako o zboží na trhu masové kultury. [Adorno 1941: 120-135]

Adorno kritizoval východiska analytického přístupu Lazarsfeldova výzkumného týmu. Představoval si, že rozbor je nutno začít „... od sféry reprodukce hudebních děl prostřednictvím rozhlasu a ne od analýzy reakcí posluchačů...“ [Adorno 1941: 135] Tvrdil, že mínění posluchačů jsou zkreslena působením stejných mechanismů, které hudbu ve společenském měřítku produkují a šíří. Adornova kritika hudby byla kritikou společnosti, v níž tato hudba byla produkována a šířena. [Morrison 1978: 343]

Lazarsfeld Adornovu paušální kritiku nepřijal. Reagoval však nekonfliktně a dokonce napsal do Horkheimerova časopisu článek: „Administrativní a kritický komunikační výzkum“, v němž vyjádřil své hluboké přesvědčení o kompatibilitě obou paradigmat. Článek byl vlastně výzvou ke spolupráci mezi administrativním výzkumem a kritickým výzkumem v oblasti zkoumání masových médií a masové komunikace. [Lazarsfeld 1941] Lazarsfeld v něm líčí „kritický výzkum“ jako přesah „administrativního výzkumu“. Nachází pro něj pole

uplatnění, které administrativní přístup nepokrývá: “...Jestliže zkoumáme důsledky komunikace, jakkoli jemné metody užíváme, budeme schopni studovat pouze působení rozhlasových programů nebo tiskových materiálů, které byly aktuálně distribuovány. Kritický výzkum se bude zajímat zvláště o takový materiál, který nikdy nezískal přístup k prostředkům masové komunikace: jaké myšlenky a jaké formy jsou likvidovány ještě dříve než se dostanou k publiku...?” [Lazarsfeld 1941: 165]

Setkáváme se zde se snahou Paula Lazarsfelda rozšířit spektrum metodologických přístupů a rejstřík používaných metod a technik nad rámec pozitivismu a neopozitivismu, za hranice “Survey Research”. Tentokrát byl pokus neúspěšný, byl však prokazatelně učiněn a z neúspěchu tohoto pokusu lze sotva vinit právě Lazarsfelda, který pro možný zdar konvergence obou přístupů udělal více než všichni ostatní.

Adornovy studie nesměřovaly ke spolupráci s Lazarsfeldovou analytickou sociologií. Zbývala však ještě opačná cesta spolupráce. Zcela v souladu se vstřícným postojem, který Lazarsfeld zaujal v uvedeném článku vůči Adornově a Horkheimerově kritické sociologii se Lazarsfeld pokusil o spolupráci mezi oběma výzkumnými školami. V tomto případě analytický „administrativní výzkum“ potvrdil platnost Adornovy „kritické hypotézy“.

Lazarsfeldův blízký spolupracovník Edward A. Suchman ukázal, že je součinnost mezi oběma školami možná ve své stati: “Pozvání k hudbě. Studie utváření nových posluchačů hudebního rozhlasového vysílání.” V úvodu ukazuje odlišný obraz rozhlasového hudebního vysílání a jeho role ve společnosti. Namísto Theodorem Adornem zdůrazňovaného tlaku společnosti na jedince ukazuje E. Suchman rozhlasové vysílání jako službu posluchačům. [Suchman 1941]

Suchmanova studie je založena na datech z výzkumu pravidelných posluchačů hudebního vysílání vážné hudby. Cílem výzkumu bylo ověřit předpoklad, podle něž hudební rozhlasové vysílání vážné hudby přivedlo k poslechu tohoto typu hudby lidi, kteří jinak vážnou hudbu neposlouchali. Jednalo se tedy o speciální výzkum zájemců o poslech vážné hudby v rozhlase. Z 9000 předplatitelů programového dvouměsíčníku Masterwork Bulletin, který uveřejňoval s předstihem programovou nabídku skladeb vážné hudby, byla vybrána asi desetina. Nesmírně důležité bylo zajistit proporcionální zastoupení odpovědí posluchačů s malým, středním a velkým zájmem o poslech vážné hudby. E. Suchman vynaložil zvláštní úsilí k zajištění úplné návratnosti (response rate) vyplněných dotazníků. [Suchman 1941: 143-144]

E. Suchman rozdělil posluchače do tří skupin podle toho, zda rozhlasové vysílání vážné hudby: 1) *vyvolalo jejich zájem* o tento typ hudby, 2) zda již *existující zájem podpořilo*, nebo zda 3) jen *doplnilo příležitosti k poslechu vážné hudby* na základě již dříve plně rozvinutého zájmu o tuto hudbu. Vzhledem k tomu, že určení typu posluchače tvořilo základ pro ověřování nejdůležitější výzkumné hypotézy, byla vytváření typologie věnována mimořádná metodická péče. Po první meritorní otázce, v níž se měl dotázaný předplatitel zařadit do jedné z výše uvedených skupin, následovaly tři doplňující otázky žádající: a) vysvětlení tohoto sebezařazení vlastními slovy, b) konkretizaci faktorů, které posluchače přivedly k zájmu o poslech vážné hudby, a c) vzpomínku na první setkání s vážnou hudbou, které vedlo ke vzniku tohoto zájmu. Bylo provedeno padesát případových studií, které sloužily k validizaci sebezařazení posluchačů do tří základních typů a dále měly poskytnout

lepší porozumění výsledkům provedených statistických analýz. “Žádný z případů nebyl přijat jako hotový, dokud jsme se necítili opravdu jisti, že respondentův zájem (o vážnou hudbu, pozn.HJ.) byl správně klasifikován jako rozhlasem buď iniciovaný, nebo podpořený či doplněný. ...” [Suchman 1941: 149]

Ze souboru předplatitelů vytvořili po validizaci první typ respondenti, jejichž zájem o vážnou hudbu by nevznikl bez přispění rozhlasového hudebního vysílání. *Rozhlasové pořady vyvolaly zájem o vážnou hudbu u 15% posluchačů.* Druhý typ posluchačů představovali ti, jejichž obliba vážné hudby vznikla již dříve. *Rozhlasové hudební vysílání podpořilo a dále rozvinulo existující zájem o vážnou hudbu u 38% zkoumaných předplatitelů.* Pro zbývajících 47% rozhlasových posluchačů zařazených do třetího typu představovalo *vysílání vážné hudby v rozhlase doplněk již dříve rozvinutého zájmu o tento typ hudby.* Můžeme tedy spolu s autorem říci, že: “... pro každého druhého předplatitele rádio hrálo významnou roli v utváření jeho zájmu o hudbu. ...” [Suchman 1941: 148]

Edward Suchman však zkoumal také, zjevně v návaznosti na Adornovy teoretické postuláty, kvalitu hudebních zájmů jednotlivých skupin posluchačů. K uplatnění Adornových idejí v rovině empirického zkoumání tedy přeci jen došlo. Suchman prokázal, že skupina posluchačů, jejichž zájem o vážnou hudbu vyvolaly teprve rozhlasové pořady, je k poslechu motivována jinak, než posluchači, u nichž poslech hudebního vysílání oživil a rozvinul jejich starší zájem o tento typ hudby nebo jen poskytl další příležitost uspokojit rozvinutý hudební zájem. Tento třetí typ posluchačů si vybíral méně náročné, jednodušší skladby a poslech hudby měl pro tento typ posluchačů jiný význam, než pro “tradiční koncertní publikum”. Posluchače, pro které rozhlas představoval doplňkový zdroj vážné hudby, rozhodujícím způsobem ovlivnila rodina. Škola a učitelé připravili půdu pro rozvinutí zájmu o vážnou hudbu u druhé skupiny posluchačů. Pro nové zájemce o vážnou hudbu, které získalo teprve rozhlasové vysílání, byli významnějším zdrojem zájmu o hudební vysílání jejich přátelé. Rozhlasové hudební vysílání přitom sloužilo jako přichystaný zdroj hudby a přátelé jako nejčastěji se uplatňující faktor vlivu.

Obecně zjistil Suchman, že rozhlasové hudební vysílání je využíváno za předpokladu, že existují základní dispozice, předpoklady posluchačů k poslechu. Hlavní důležitost rádia neleží v jeho přímé schopnosti vyvolávat zájem o poslech hudby, ale v tom, jak snadno a rychle dosažitelným činí její poslech, ve faktu, že je k dispozici jako efektivní způsob uspokojení této potřeby. [Suchman 1941: 172-173]

Kritický skepticismus Adornův se díky důkladné analýze Suchmanově přeci jen prosadil v závěrech studie. Očekávání “rozhlasových optimistů”, že hudební vysílání vychová nové posluchače vážné hudby, se ukázalo jako do značné míry nerealizované. Hudební vkus posluchačů, kteří si vážnou hudbu oblíbili až z rozhlasu, měřený relativně menší oblibou expertně ohodnocených náročnějších tvůrců (např. Bach, Brahms nebo Mozart) a větší oblibou méně náročných autorů (např. Rimsky-Korsakov, Dvořák nebo Rachmaninov) byl jen jedním z ukazatelů rozdílného přístupu k vážné hudbě. Detailní rozhovory ukázaly, že motivací k poslechu hudebního vysílání byly pro tyto nové příznivce vážné hudby především romantické a emocionální prožívání, vzrušení a zábava. Výsledkem poslechu hudebního vysílání bez předchozího zájmu o vážnou hudbu se stala pouhá obeznámenost s ní, avšak bez

známek skutečného porozumění. Tito posluchači si vytvořili pouhý pseudo-zájem o hudbu vysílanou rádiem. [Suchman 1941: 176 -179] Pro tyto závěry svědčí i výsledky zjišťování vlivu poslechovosti hudebního rozhlasového vysílání na zájem o návštěvu koncertů nebo četbu knih s hudební tematikou. Motivací pro návštěvu koncertů je pro tyto posluchače spíše zájem o hudebníky než o hudbu. A motivem jejich četby je často život skladatele a ne jeho hudební dílo. [Suchman 1941: 184-185] Závěrem tedy můžeme konstatovat, že ke spolupráci obou výzkumných paradigmat došlo, a i když se nejednalo o Lazarsfeldem původně plánovanou oboustrannou symbiózu –vzájemné soužití, byla spolupráce výzkumným přínosem.

4. Závěr

Všechny tři popsané formy soužití analytické a kvalitativní metodologie z Lazarsfeldovy metodologické dílny ukazují na potřebu a výhodnost spolupráce různých přístupů a paradigmat při výzkumu veřejného mínění i v sociologickém zkoumání.

1. V případě studie nezaměstnané obce Marienthalu se oba pohledy na chování nezaměstnaných vzájemně doplnily a celkový obraz se stal úplnějším a celistvějším.
2. Hodnocení rozhlasového pořadu pomocí analyzátoru programu přispělo přesností a srovnatelností hodnocení pořadu. Užití „focused interview“ naopak umožnilo porozumět jednotlivým posluchačským reakcím ve vzájemných vazbách a prohloubilo interpretaci výsledků.
3. Suchmanovo „analytické“ testování Adornovy „kritické“ hypotézy o možnostech a mezích rozhlasového vysílání, předávat kulturní vzory a modely poslechu vážné hudby prokazuje, že analytický přístup je využitelný i v případě takto konfliktně postavené výchozí teze. Předpokladem je dostatečně obecné pojetí výzkumu, ochota spolupracovat a především odvaha a tolerance k testování hypotézy založené na zcela protikladných teoretických východiscích.

Lazarsfeldova snaha o spolupráci mezi paradigmaty představovala jen jednu z jeho snah o prosazení věrného, nezkresleného pohledu výzkumníka veřejného mínění na společnost kolem nás. Další metodologické přístupy, které prosazoval, se staly předmětem rozsáhlejší studie pojednávající o Lazarsfeldově metodologii pro výzkum veřejného mínění. [Jeřábek 2005a]. Podrobný rozbor prakticky všech Lazarsfeldových metod, jimiž obohatil sociologickou metodologii, najde vážný zájemce v monografii věnované jeho životu a dílu, metodologii i několika slavným výzkumným projektům. [Jeřábek 2005b]

Literatura:

- Adorno, T. W. 1941. The Radio Symphony. An Experiment in Theory. Pp.110-139 in Lazarsfeld, Stanton (eds.)1941.
- Jahoda, M. 1991. „Marie Jahoda, Paul F. Lazarsfeld & Hans Zeisel: 'Die Arbeitslosen von Marienthal'“. Pp. 119–122 in Flick, U., Kardorff, E. von, Keupp, H., Rosenstiel, L. von, Wolff, S. (eds.), *Handbuch Qualitativen Sozialforschung*. München: PVU.
- Jahoda, M., Lazarsfeld, P. F., Zeisel, H. 1933. *Die Arbeitslosen von Marienthal*. Leipzig: S. Hirzel Verlag.
- Jahoda, Marie, Lazarsfeld, P.F., Zeisel, H. 1960. *Die Arbeitslosen von Marienthal*. Allensbach - Bonn, Verlag für Demoskopie (2nd ed.).
- Jahoda, Marie, Lazarsfeld, P.F., Zeisel, H. 1974. *Marienthal. The Study of an Unemployed Community*. London: Tavistock.
- Jeřábek, H. 1997. „Marienthal. Nezaměstnaná obec ve výzkumu Paula Lazarsfelda, Marie Jahodové a Hanse Zeisela“. *Sociologický časopis* 33 (3): 321-337.
- Jeřábek, H. 2002. „Marienthal - The Beginnings of Lazarsfeld's Empirical Sociology in Central Europe. (Research into a Community with high Unemployment.)” *Review of Sociology of the Hungarian Sociological Association* 8 (1): 113-137.
- Jeřábek, H. 2005a. „Paul Lazarsfeld's Methodology for Public Opinion Research”. *Prague Social Science Studies* 2005. Prague: Faculty of Social Sciences, Charles University.
- Jeřábek, H. 2005b. *Paul Lazarsfeld's Research Methodology. (Biography, Methods and Famous Projects)*. Prague: Karolinum (in print).
- Lazarsfeld, P. F. 1941. „Administrative and Critical Communications Research”. *Studies in Philosophy and Social Science* 9 (1), (reprinted in *QA* 1972: 155-167).
- Lazarsfeld, P. F., Stanton, F. N. (eds.) 1941. *Radio Research*. New York: Duell, Sloan, and Pearce.
- Levy M. R. 1982. „The Lazarsfeld – Stanton Program Analyzer: An Historical Note”. *Journal of Communication*, Autumn: 33-38.
- Merton, R. K. 1987. „The Focused Interview and Focus Groups. Continuities and Discontinuities.” *Public Opinion Quarterly* 51: 550-566.
- Merton, R. K., Fiske, Marjorie, Curtis, Alberta 1946. *Mass Persuasion. The Social Psychology of a War Bond Drive*. New York-London: Harper & Brothers Publ.
- Merton, R. K., Kendall, Patricia L. 1946. „The Focused Interview”. *The American Journal of Sociology* 51: 541-557.
- Merton, R. K., Fiske, Marjorie, Kendall, Patricia L. 1956. *The Focused Interview. A Manual of Problems and Procedures*. Glencoe, Illinois: The Free Press.
- Morrison, D. E. 1978. „Kultur and Culture: The Case of Theodor W. Adorno and Paul F. Lazarsfeld”. *Social Research* 45 (2): 331-355.
- Peterman, J. N. 1940. „The 'Program Analyzer' a new Technique in Studying Liked and Disliked Items in Radio Programs”. *Journal of Applied Psychology* 24 (6): 738-741.
- Suchman, E. A. 1941. „Invitation to Music. A Study of the Creation of New Music Listeners by the Radio”. Pp.140-188 in Lazarsfeld, Stanton (eds.)1941.