

pocit života. Ať v jakékoli kvalitě, člověk pořád ještě žije. Sám demografický termín naděje dožití, který mohl vzniknout až v době, kdy již církev tak tvrdě neprosazovaly závislost člověka na vůli boží, vzbuzuje pocit jakési dočasné nesmrtnosti. I když s rostoucím věkem klesají léta naděje dožití, přece stále ještě něco zbývá. Prvním bodem je ve stáří trvající požadavek vývoje k životnímu štěstí. Ženevský sociolog se odvolává na pasáž o společnosti, přisuzovanou ve *Velké francouzské encyklopedii* Diderotovi, kde se říká „Veškerá ekonomie lidské společnosti se opírá o obecný a prostý princip: chci být šťasten.“ Druhým opěrným bodem stáří je podle d'Épinaye všeobecné penzijní pojištění v dnešních západních společnostech. Je to přece jenom životní jistota a vede k pocitu zasloužené odměny za celoživotní práci, tím spíše, že pro průmyslovou společnost práce znamenala totéž, co pro dnešní společnost pocit štěstí. Třetím bodem je autonomie ve stáří, kterou je třeba uhájít. To ovšem není možné bez čtvrtého opěrného bodu – zdraví. D'Épinay si však dobře uvědomuje, že oba poslední opěrné body, kterým především byla konferen-

ce věnována, jsou velmi vratké. Proto jeho příspěvek končí jakoby do ztracena, i když jeho filozofické zaměření patrně přispělo k pozitivní stránce vyznění konference, která byla především jakýmsi inventářem problémů, před nimiž současná společnost stojí spíše bezradně než rozhodně.

Pro teologické vědy studující současnost považují za důležité zjištění, že jak v závěrečném příspěvku gerontologa Roberta Mouliase o etice stárnutí, který hájí právo starého člověka na nemoc a závislost, tak ve zmíněném Lalive d'Épinayově vystoupení, není téměř řeč o smrti a o vztahu náboženství k problémům stáří. Pouze Lalive d'Épinay otiskuje spolu se svým textem fotografii plakátu, který dala vylepit v roce 1993 ve Fribourgu švýcarská náboženská společnost při evangelizační kampani. Je na něm francouzsky vytištěno „Věř v Pána Ježíše a budeš spasen ty i tvoje rodina“. Jakýsi lidový filozof či obyčejný čmáral po zdech přeškrtl slova „v Pána Ježíše“ a nahradil je slovy „věř v sebe“. Podle d'Épinaye tím vyjádřil základní princip filozofie naší doby.

Pavla Horská

Hynek Jeřábek: Paul Lazarsfeld a počátky komunikačního výzkumu

Praha, Karolinum 1997, 183 s.

Znám autorův obdiv k dílu Paula F. Lazarsfelda a před nějakým časem jsem byla nečinným svědkem jeho snahy přivést do Prahy někoho z Lazarsfeldova okruhu, představit ho české sociologické veřejnosti a připomenout tak, jaké autoritě se tento vědec těšil a stále těší. Jsem tedy velice ráda, že Hynek Jeřábek dostal jinou příležitost seznámit českou veřejnost s osobností Paula Lazarsfelda a napsal tuto knihu. Poskytnul tak, nejen nějaké stovce posluchačů jedné přednášky, ale posluchačům několika fakult a dalším lidem, a to na dlouhou dobu, možnost seznámit se s jedním obdobím v Lazarsfeldově práci. Těm, kteří o to stojí, může být knížka učebním textem některých věcných poznatků z oblasti masové komunikace i metodologických poznatků se širší platností. Nebo také sbírkou příkladů toho, jak zvolit vhodný metodologický aparát a jak ho účinně využít.

I zdrojem informací o tom, jak to chodívá v byznysu „věda“.

V šesti z osmi kapitol seznamuje knížka čtenáře s komunikačními výzkumy, které Paul Lazarsfeld inicioval, vedl, sehnal na ně peníze nebo aspoň inspiroval v Evropě a v Americe ve 30. a 40. letech. O jednotlivých výzkumech informují jednotlivé kapitoly velmi podrobně a tak, jak byly realizovány v čase. Máme tak možnost sledovat, jak se objevovala nová témata, jak se rozšiřoval metodologický aparát a že se tak dalo v těsné souvislosti s historickými událostmi, jimiž se svět prodíral do druhé poloviny 20. století a s metodologickými i technickými inovacemi, které šly ruku v ruce s rozšiřujícími se soubory sociologických dat. První kapitola zasazuje komunikační studie do kontextu Lazarsfeldova života i profesní kariéry a zdá se mi, že není dost přehledná. Poslední, 8. kapitola, velmi přehledná, shrnuje přínos Lazarsfelda a jeho období komunikačního výzkumu pro sociologii. Paul Lazarsfeld stál u počátku kvantifikace ve společenských vědách (analýza latentních struktur). A jeho metodolo-

gickým krédem bylo přesvědčení, že neexistuje jediný určitý přístup k sociologickému výzkumu. Sdílel je se Znanieckim, Sorokinem, Beckerem, ale i Guttmanem a Doodem. Ve 30. letech bylo takové krédo interpretováno jako vystoupení proti radikálnímu empirismu ve střetu empirismus versus racionalismus. Bylo založeno na vědomí toho, že každý fakt má v sobě symbolický prvek, že každá představa nese prvek konceptualizace a respektování organizační role teorie pro jakýkoliv výzkum. To, že neexistuje jediný určitý přístup k sociologickému výzkumu, znamená také jinou věc: empirický sociologický výzkum si nárokuje důvěryhodnost, i když nedokazuje svá tvrzení statistickými daty, tabulkami, grafy, exaktně spočtenými koeficienty a neumí říci, jak velkou chybu je zatíženo to či jiné zjištění, i když statistické zobecnění není jeho výsledkem (parafráze 2. odstavce na s. 170).

Věnujme se však kapitolám 2. až 7. V oněch 30. a 40. letech bylo nejčastěji zkoumaným masovým médiem rádio: experiment v rakouském rozhlasu *Hlas a osobnost* v roce 1931; v tomtéž roce *Studie posluchačů vídeňského rozhlasu* – RAVAG (dojemný osud této studie, která se dočkala kompletní publikace v roce 1996); *Princeton Radio Project*, startující v roce 1937. Dvě ročenky výzkumu rozhlasu v letech 2. světové války, jak o nich informuje autor knížky ve 4. kapitole, představují paletu dalších výzkumných témat (specifické posluchačské skupiny, analýza hudebního vysílání, efektivní předávání důležitých zpráv v podmínkách války, rysy totalitního vysílání, výzkum posluchačů ve Velké Británii, dopolední seriály a jejich posluchači) a také nové výzkumné metody (analýzátor programu, obsahová analýza, panelová analýza). Téměř napínavým čtením je podrobný popis dvou studií: *Invaze z Marsu*, studie paniky způsobené vysíláním rozhlasové inscenace, a *Masové přesvědčování*, studie toho, jak populární rozhlasová komentátorka přiměla Američany k nákupu válečných obligací. U té první studie bych jenom uvedla na pravou míru, že autorem novely *Válka světů* je anglický spisovatel H. G. Wells (např. také autor knihy *Dějiny světa*) a režisérem rozhlasové inscenace onoho 30. října 1938 byl americký herec a producent Orson Welles (na jehož účtu je např. i film *Občan Kane*).

Komunikační výzkumy mají jeden svůj vrchol v reprezentativních výzkumech obyvatelstva USA z let 1945 a 1947, s výběrovými soubory o 2,5 a 3,5 tisících respondentech (kapitola 6.). Postoje k rozhlasu, překrývání publika jednotlivých médií, reklama ve vysílání, které programy – kteří posluchači – to byly obsahové okruhy obou výzkumů. Nechybělo ani inženýrské téma – jak zlepšit rádio do budoucna. V této kapitole je třeba zvláště ocenit Jeřábkovu reprodukci Lazarsfeldovy metodologické úvahy, věnované zjišťování postojů k reklamě v rozhlasu; jedná se o vskutku učebnicový příklad, jak nad daty uvažovat a jak s nimi pracovat.

Ani 7. kapitola nezůstává v přitažlivosti informací, které nabízí. pozadu, i když se ne všechny popsané výzkumy zabývají rozhlasem. Výzkum Bernarda Berelsona se zabývá významem novin pro své čtenáře a byl realizován jako kvalitativní studie; Berelson využil období stávky pracovníků distribučních firem novin, aby se lidí v hloubkových rozhovorech zeptal, jaký význam pro ně noviny mají. Můžeme si být jisti, že odpovědi respondentů v opravdové situaci „nemám noviny“ mají poněkud jinou validitu, než kdyby tato situace byla otázkou představitosti, a tedy i závěry budou mít jinou spolehlivost. Ovšem kritické úvaze je třeba doporučit Berelsonovu domněnku o tom, že kvalitativním výzkumem odhalená hypotetická určení je možno podrobit kvantitativní verifikaci v méně intenzivním reprezentativním šetření (u Jeřábka s. 153). Posledním referovaným výzkumem je studie R. Mertona o „mezilidském ovlivňování a komunikačním chování v místní komunitě“. Jak Jeřábek tento výzkum uvádí na s. 156: v tomto výzkumu už lze vypořádat novou koncepci; bere v potaz osobní mezilidskou komunikaci a zpochybňuje přesvědčení o síle masových médií. Tento výzkum také ukazuje na nové téma sociologie 50. a 60. let; jsou jím otázky moci a vlivu.

Knihu doporučuji studentům společenských věd, i těm z nás, kteří už nebudeme mít nikdy čas, abychom si ve všech těch zajímavých studiích, o nichž H. Jeřábek píše, četli, přestože už nejsou nedostupné. Knížka je dobře přístupná i těm, kteří si chtějí o lidech kolem sociologie nebo o sociologickém výzkumu jenom číst. Pár fotografií a dokumentů z Ar-