

Měření názorového vůdcovství v českých sociologických výzkumech (PS-škála jako nástroj pro zjišťování názorového vůdcovství)*

HYNEK JEŘÁBEK**

Institut sociologických studií, Fakulta sociálních věd, Univerzita Karlova, Praha

The Measurement of Opinion Leadership in Czech Sociological Research (The Personality Strength Scale as a Tool for Opinion Leadership Identification)

Abstract: This paper reports on the results of the successful use of the 'PS Scale', or *Personality Strength Scale* (Elisabeth Noelle-Neumann), for determining and measuring opinion leadership. It provides information on the results and experiences drawn from three representative sample surveys conducted in the Czech Republic, which have made use of the PS Scale for measuring personality strength, and thus also for measuring opinion leadership. The experiences drawn from using this standardised measurement tool have clearly demonstrated the usefulness of the scale, even in the case of the Czech language version, and revealed its validity and considerable reliability. The paper also reports on the connection between personality strength (opinion leadership) and selected social characteristics, including the standard EGP classification of social rank.

Classic studies in this field, dating from the 1940s, were based on a small number of questions and led to the development of a dichotomous distinction between opinion leaders and opinion followers (P.F. Lazarsfeld, B. Berelson and Hazel Gaudet 1940) and local and cosmopolitan influentials (R.K. Merton 1949). Unlike these approaches, the PS Scale uses a standardised battery of questions comprised of ten items and establishes a scale ranging from a minimum of 75 to a maximum of 149 points.

In a number of aspects the Czech results confirm those reached in the German studies by E. Noelle-Neumann; for example, the observation that a higher percentage of opinion leaders are found in the groups of professions located at the higher end of the social scale. Nevertheless, even in the case of the Czech Republic, it was revealed that opinion leaders are not recruited exclusively from the ranks of the higher social groups. Instead, they can be found in all groups of professions and in all status strata, albeit to varying degrees.

Sociologický časopis, 2003, Vol. 39, No. 5: 687–706

* Článek byl sponzorován grantem GA ČR 403/00/1713 a grantem GA ČR 403/99/0370.

V článku zveřejněné výsledky výzkumů byly prezentovány v příspěvku autora na 56. výroční konferenci Světové asociace pro výzkum veřejného mínění WAPOR v Praze 17.–19. 9. 2003.

** Veškerou korespondenci zasílejte na adresu: Doc. PhDr. Hynek Jeřábek, CSc., Institut sociologických studií, Fakulta sociálních věd UK, U Kříže 8, 158 00 Praha 5, e-mail: jera-bek@mbox.fsv.cuni.cz

Úvod

Předkládaná stať si klade za úkol seznámit českého čtenáře s konceptem názorového vůdcovství v souvislosti s jeho využitím v komunikačním výzkumu, při výzkumu regionů i při výzkumu životních strategií ve vztahu k budoucnosti. Věnuje se metodám zjišťování a měření názorového vůdcovství, zvláště úspěšně vyzkoušené měřicí stupnici, tzv. PS-škále „síly osobnosti“ pro zjišťování a měření názorového vůdcovství.

Historie použití pojmu *názorový vůdce* sahá do roku 1940 do výzkumu *The People's Choice* [Lazarsfeld, Berelson, Gaudet 1944: 49]. Návazně na tento pojem se setkáváme s dalšími příbuznými koncepty i s teoriemi vysvětlujícími působení názorových vůdců při utváření postojů a veřejného mínění. Je možno vysledovat nejrozličnější způsoby identifikace a měření názorového vůdcovství od jejich prvního zjišťování. Také jim budeme věnovat svou pozornost. Od jednoduchého rozlišování názorových vůdců (*opinion leaders*) a názorově závislých lidí, jejich následovníků (*followers*), přešli výzkumníci k vyjádření názorového vůdcovství stupnicí vyjadřující stupeň názorového vůdcovství. Jedním z dnes používaných nástrojů pro měření názorového vůdcovství je stupnice „síly osobnosti“, kterou pod názvem „Persönlichkeitsstärkeskala“ (*Personality Strength Scale*) vyvinula Elisabeth Noelle-Neumannová z Institutu pro demoskopii z Allensbachu v Německu se svým výzkumným týmem. Tuto měřicí stupnici, spočívající na desetipoložkové baterii otázek, jsme použili ve třech reprezentativních výzkumech v České republice a předkládaná stať je mimo jiné i zprávou o využitelnosti této škály pro zjišťování názorového vůdcovství v české jazykové mutaci.

Pojem „názorový vůdce“ a teorie dvojstupňového toku komunikace v klasických výzkumech

Roli, jakou v přesvědčování lidí vedle prostředků masové komunikace hraje osobní mezilidská komunikace, si uvědomili sociologové již počátkem čtyřicátých let. V letech 1940 až 1946 se ve výzkumné dílně Kolumbijské univerzity v New Yorku uskutečnilo několik rozsáhlejších výzkumů i menších kvalitativních, spíše metodologicky orientovaných průzkumných sond. Jejich příspěvkem pro sociologickou teorii dodnes zůstala dvojice pojmů: *opinion leaders* (názoroví vůdci) a *influentials* (vlivní lidé nebo lidé s vlivem).¹

Pojem *názorový vůdce* poprvé vymezili Paul Lazarsfeld a jeho spolupracovníci v klasické studii *The People's Choice* věnované zkoumání procesu utváření postojů a volebních preferencí v předvolební kampani [Lazarsfeld, Berelson, Gaudet 1944: 49],

¹ Problematikou názorového vůdcovství a teorie dvoustupňového toku informace se zabývá jednak klasický článek Elihu Katze, dnes dostupný i v českém překladu [Katz 2000], jednak dvě z kapitol kolektivní Lazarsfeldovské monografie [Sopóci 2003] a [Jeřábek 2003a].

srovnaj [Jeřábek 2000]. Tento pojem 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 formuloval 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].

V prvním výzkumu, v němž byli identifikováni názoroví vůdci, položili Paul Lazarsfeld a jeho spolupracovníci dotazovaným dvě otázky, které směřovaly k sebeidentifikaci dotázaných jako osob, jejichž názory ovlivňují jejich sociální okolí, tedy tzv. 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].

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. Tento termín přinesl do sociologie Robert K. Merton ve studii „Vzorce vlivu: Studie mezilidského ovlivňování a komunikačního chování v lokální komunitě“ (*Patterns of Influence: A Study of Interpersonal Influence and of Communications Behavior in a Local Community*) [Merton 1949: 215]. Mertonova studie zároveň postuluje jednu z nejzajímavějších a nejlépe doložených typologií vlivných lidí.

V roce 1943 se Merton vydává do městečka Rovere zkoumat způsob, jak využívají vlivní lidé v tomto městě četbu prestižního populárního časopisu v konverzaci s jinými lidmi, jak se šíří informace z takového časopisu a jakou roli hrají tyto lidé v informování a ovlivňování ostatních obyvatel města. Merton použil označení „vlivní lidé“ (*the influentials*). Na třiceti hloubkových rozhovorech doplněných pozorováním Merton založil analýzu a typologii „lokálních“ a „kosmopolitních“ vlivných lidí. Mertonova studie vychází poprvé v roce 1949 ve třetí z ročenek, které vydávali Paul Lazarsfeld a Frank Stanton *Communications Research 1948–1949* [Merton 1949].

Merton studii začal formální klasifikací „vlivných“. Brzy zjistil, že taková formální klasifikace je sterilní a nepřináší žádné důležité poznatky. Po zjištění některých rozdílů v odpovědích vlivných lidí městečka Rovere, kde výzkum prováděl, zformuloval výzkumný problém zcela nově: specifikoval a popsal dva výrazně odlišné typy lidí s vlivem v malé komunitě. Na odlišnost takovýchto dvou typů vlivných lidí Mertona upozornily spontánní odpovědi na několik otázek v hloubkovém rozhovoru a v nich vyjádřený odlišný vztah k městu. Zejména otevřené, *de facto* pro-

jektivní otázky, vedly ke dvěma typům odpovědí. První z nich se týkala vlivu války na ekonomickou situaci v Rovere a druhá vybízela k bezprostřední reakci slovy: „Obáváte se hodně zpráv?“ Na podzim 1943 se pochopitelně pod zprávami, ze kterých bylo možno mít obavy, 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 K. 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 se lišili svou životní historií, charakterem styků s ostatními lidmi a okolnostmi, z nichž vyplývala jejich schopnost zasahovat do utváření názorů lidí kolem nich.²

Odlišnosti mezi lokálními a kosmopolitními vlivnými lidmi rozdělil Merton do čtyř oblastí. Byly to: struktury sociálních vztahů; cesty, jimiž se dostali na současné pozice ve struktuře vlivu; způsoby užití postavení k vykonávání osobního vlivu a konečně způsoby komunikačního chování.

Z odlišných rysů lokálních a kosmopolitních vlivných lidí a z rozdílů mezi jejich „způsoby ovlivňování“ vyplývá odlišné „komunikační chování“ obou typů rádců. V tomto ohledu se Mertonovi „influentials“ (vlivní lidé) nejvíce přibližují Lazarsfeldovým „opinion leaders“ (názorovým vůdcům). Oba typy Mertonových vlivných lidí zprostředkovávají informace z masových médií řadovým občanům tak, jako Lazarsfeldovi názoroví vůdci. Rozdíl ve způsobu diskuse jejich působení je v tom, že R. K. Merton narozdíl od Lazarsfelda soustředil pozornost téměř výhradně na rozdíly mezi oběma typy vlivných lidí. Předpokládal, že jejich vliv, působení nebo rada jsou orientovány na ostatní řadové občany, tímto procesem se však ve studii podrobně nezabýval.

Důležitým spojovacím momentem mezi pracemi obou významných sociologů R. K. Mertona a P. F. Lazarsfelda je také Mertonem navržená klasifikace sfér vlivu. Působení vlivných lidí rozlišuje jako jednostranné (*monomorphic*) a mnohostranné (*polymorphic*). Jednostranný rádce je vyhledáván pro radu v jedné oblasti života, mnohostranný je univerzálním rádcem.

Na tyto práce navazují další studie politického chování a osobní mezilidské komunikace, v nichž představitelé „kolumbijské sociologické školy“, tedy především Lazarsfeld, Merton a jejich asistenti, žáci a spolupracovníci ověřovali vytyčené hypotézy a zpřesňovali celkový obraz platných vazeb týkajících se názorového vůdcovství a role názorových vůdců v jednotlivých oblastech života a v jednotlivých sférách komunikačního chování. Významná byla studie Elihu Katze a Paula Lazarsfelda *Osobní vliv (Personal Influence)* týkající se čtyř oblastí života žen – módy, návště-

² Podrobný robor rozdílů mezi lokálními a kosmopolitními vlivnými nalezne čtenář v kapitole věnované tomuto Mertonovu dílu v monografii popisující počátky komunikačního výzkumu [Jeřábek 1997: 157–166].

vy kina, nakupování a veřejných otázek [Katz, Lazarsfeld 1955]. Právě ženy ve výzkumu vymezovaly a objasňovaly, do jaké míry je v jejich rozhodování ovlivňují masová média a v jaké míře na ně působí lidé z jejich okolí, kdo z nich patří k názorově vlivným lidem v těchto vzájemně dosti odlišných situacích. Druhým významným směrem bádání se stal výzkum difúze inovací. Jednalo se o soustředění pozornosti na horizontální výměnu informací mezi členy dosti přesně vymezeného společenství lidí, kteří spolu relativně často komunikovali. Nejvýznamnější výsledky v tomto směru získali výzkumníci zabývající se šířením nových léků mezi praktickými lékaři [Menzel, Katz 1955] a [Coleman, Katz, Menzel 1966] a sociologové venkova zkoumající šíření nových praktik mezi farmáři [viz např. Rogers 1983].

S nástupem „michiganské sociologické školy“, která se soustředila na interpretaci faktorů působících na volební chování i na utváření postojů pomocí mnoho-rozměrných modelů anonymních reprezentativních populací a později s příchodem módní vlny „kvalitativního výzkumu“ se na několik desetiletí pozapomnělo na interpersonální komunikaci jako podstatný prvek při utváření společenského charakteru lidských postojů.

Po letech jen částečně oprávněné kritiky přístupů kolumbijské sociologické dílny a odlivu zájmu o fenomén „názorových vůdců“, resp. „osob s vlivem“, otevřely znovu rozsáhlejší diskusi k těmto otázkám články Marka Granovettera [Granovetter 1973], Johna Blacka [Black 1982] a později dvě stati a přehledová monografie Gabriela Weimanna [Weimann 1982, 1991 a 1994]. Poslední zmíněné Weimannovy práce se již odvolávají na výsledky rozsáhlých výzkumných aktivit allensbašského Institutu pro demoskopii, jmenovitě Elisabeth Noelle-Neumannové a jejího týmu [Noelle-Neumann 1983, 1985, 1992]. Metodologické úsilí „Allensbachu“ 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. Také nejnovější práce se zabývají rozborem použití PS-škály k měření názorového vůdcovství, viz např. [Schenk, Roessler 1997].

Způsoby měření názorového vůdcovství

V klasických výzkumech zkoumajících názorové vůdcovství je užíváno čtyř způsobů jeho zjišťování: pozorování, sociometrických voleb, sebehodnocení a informátorů [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, v nichž se lidé mezi sebou znají, a především z tohoto důvodu je postup ve většině sociologických výzkumů širších populací prostě nepoužitelný. Nejčastěji používanými dvěma způsoby zjišťování názorového vůdcovství jsou 1) dotaz nebo soubor dotazů, v odpovědi na něž hodnotí dotázaná osoba své vlastní názorové vůdcovství a 2) dotazy směřované na informátory; ti mají sdělit, koho považují za vlivného ve svém městě, obci, komunitě, zkrátka ve svém okolí.

Metodu „sebehodnocení“ pro zjišťování názorového vůdcovství použil poprvé již zmíněný klasický výzkum *The People's Choice* [Lazarsfeld, Berelson, Gaudet 1944]. Na základě odpovědí na pouhé dvě otázky byl soubor respondentů dichotomizován na podsoubor názorových vůdců a jejich „následovníků“ (*followers*). V následujících studiích byl vícekrát učiněn pokus o nahrazení dichotomie „názorový vůdce“ „jeho následovník“ celou více méně spojitou stupnicí umožňující určit stupeň názorového vůdcovství, resp. názorové závislosti. První takto zdokonalenou stupnici použila skupina sociologů venkova ke zjišťování názorového ovlivňování mezi farmáři. Již jejich šestipoložková baterie dotazů zajistila podstatně vyšší reliabilitu měřicího prostředku než původní dvojice otázek. Gabriel Weimann podává zprávu o celé řadě komerčních použití podobných vícepoložkových baterií pro měření názorového vůdcovství, při jejichž aplikaci výzkumníci dospěli k obdobným závěrům. Ve výzkumu trhu se například velice osvědčila sedmipoložková baterie otázek obsahující střídavě dvě nebo tři varianty odpovědí, tzv. Kingova a Summersova škála [Weimann 1994: 39]. Tato škála byla v různých šetřeních paralelně i následně použita na značné množství výrobků, o nichž si měli spotřebitelé sdělovat navzájem své názory a ovlivňovat své spotřební preference. Reliabilita této stupnice byla pro různé skupiny položek hodnocena jako příznivá, studie validity však byly prováděny jen ojediněle a s nepříliš přesvědčujícími výsledky [Weimann 1994: 41].

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“. V této stati ji budeme označovat „PS-škála“ [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. Proto jsme se rozhodli použít tento způsob zjišťování stupně názorového vůdcovství jako základní i v našem výzkumném projektu.

Vycházeli jsme z předpokladu, že škála „síly osobnosti“ (*Personality Strength Scale*) [Weimann 1991], (*Persönlichkeitsstärke 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 jsme použili několika položek v pozorování a kontrolních otázek v dotazníku. V dalších kolech panelového dotazování v témže projektu jsme se zaměřili na ověřování reliability PS-škály názorového vůdcovství a na rozbor komunikačního chování názorových vůdců i osob názorově závislých.

Informátorů pro zjišťování „vlivných lidí“ použil v roce 1943 Robert K. Merton ve výzkumu, který bývá označován jako *Rovere Study*. Jeho výzkumný projekt je dodnes zajímavý věcně i metodologicky. Nejprve se Merton 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 [Merton 1949]. Tento způsob zjišťování názorového vlivu jsme použili v jednom z výzkumů jako pomocný, doplňkový. Nedospěli jsme však k dostatečně velkému počtu opakovaně jmenovaných osob a nemohli jsme tudíž pokračovat jejich dotazováním.

Metodika výzkumných prací

Při ověřování vlivu názorového vůdcovství na sociální komunikaci a utváření postojů lidí byla postupně v letech 1999 až 2002 využita tři rozsáhlá reprezentativní šetření. V nich byla několikrát aplikována původní i redukováná PS-škála síly osobnosti zjišťující adekvátním způsobem stupeň názorového vůdcovství na spojitě i na kategorizované stupnici, a také souvislost názorového vůdcovství, respektive „síly osobnosti“ s dalšími sociálními charakteristikami.

Při pilotní výzkumné sondě „Vlivní lidé a názoroví vůdci v malém městě“ jsme v roce 1997 prokázali využitelnost PS-škály „síly osobnosti“ pro zjišťování názorového vůdcovství v českých podmínkách [Vlivní lidé 1997]. Ověřili jsme srozumitelnost jednotlivých dotazovaných položek české verze škály pro zhruba 150 respondentů malého jihočeského města a spočetli první škálové hodnoty pro české respondenty [Gabriel 1998]. PS-škála je stupnicí, která vzniká nepřímým měřením z odpovědí na deset jednoduchých výroků týkajících se stejného okruhu zkušeností, vlastností a způsobů chování dotazovaného. Sumární index vyjadřuje v syntetické podobě míru názorového vůdcovství – síly osobnosti v hodnotách stupnice od 75 až do 149.

Zkušenosti s PS-škálou jsme převzali z výzkumů E. Noelle-Neumannové a jejího týmu z Allensbachu. Výzkum financovaný vydavatelstvím Spiegel probíhal od listopadu 1982 do února 1983 a účastnilo se jej 3 843 respondentů ze SRN. Projekt *Multi-Media Market analysis* se v roce 1984 týkal 8 004 dotazovaných z celé SRN. Oba soubory reprezentovaly prostřednictvím stratifikovaného pravděpodobnostního výběru dospělé obyvatelstvo tehdejšího Západního Německa. Noelle-Neumannová rozlišovala ve svých publikacích čtyři skupiny osob: 1. s vysokou silou osobnosti – skóre 111 až 149 (23%); s vysokým průměrem PS-škály – skóre 91 až 110 (30%); s nízkým průměrem – skóre 81 až 90 (30%) a s nízkou silou osobnosti – skóre 75 až 80 (17%) [Noelle-Neumann – Csikszentmihalyi 1992: 5]. Podle našich zjištění byla PS-škála použita a ověřena v německé (Noelle-Neumann), hebrejské (Weimann) a české (Jeřábek) verzi. Podle výsledků německých výzkumů: „... síla osobnosti, měřená PS-škálou, je zobecněnou dispozicí k přijímání sebevědomé, aktivní role v životě.“ [Noelle-Neumann, Csikszentmihalyi 1992: 14] „Lidé, kteří jsou vzdělanější, mají lepší zaměstnání a vyšší příjem mají také silnější osobnost [Noelle-Neumann – Csikszentmihalyi 1992: 15]. Gabriel Weimann vyzkoušel škálu v izraelském kibucu a došel k obdobným závěrům [Weimann 1991].

Schéma 1. Personality Strength Scale – Skala „Persönlichkeitsstärke“ PS-škála

1. Obvykle počítám s tím, že to, co udělám, bude úspěšné.	Souhlas ... 13	Nesouhlas ... 7
2. Jen zřídka si nejsem jistý, jak se mám chovat.	Souhlas ... 14	Nesouhlas ... 7
3. Rád přijímám odpovědnost.	Souhlas ... 15	Nesouhlas ... 7
4. Rád se ujímám vedení při společných akcích.	Souhlas ... 17	Nesouhlas ... 8
5. S chutí přesvědčuji druhé o svém mínění.	Souhlas ... 15	Nesouhlas ... 7
6. Často zjišťuji, že se ostatní řídí podle mého vzoru.	Souhlas ... 16	Nesouhlas ... 8
7. Dovedu se dobře prosadit.	Souhlas ... 14	Nesouhlas ... 7
8. Jsem často o krok před ostatními.	Souhlas ... 18	Nesouhlas ... 9
9. Mám hodně věcí, které mi ostatní závidí. (Je toho hodně, co mi ostatní závidí)	Souhlas ... 15	Nesouhlas ... 9
10. Často dávám rady a doporučení ostatním.	Souhlas ... 12	Nesouhlas ... 6

Maximální skóre 149

Minimální skóre 75

Noelle-Neumann, E. 1983. „Persönlichkeitsstärke – ein neues Kriterium zur Zielgruppenbeschreibung“. *SPIEGEL – Dokumentation: Persönlichkeitsstärke. Ein neuer Maßstab zur Bestimmung von Zielgruppenpotentialen*. Hamburg, Spiegel Verlag 1983.

Weimann, G. 1991. „The Influentials: Back to the Concept of Opinion Leaders?“ *Public Opinion Quarterly* 55, 2: 267–279.

Překlad: H. Jeřábek (s využitím německé i anglické varianty).

Schéma 1 představuje znění deset položek české verze PS-škály včetně vah pro vytvoření sumárního indexu. Váhy, bodová ohodnocení uvedená u každé jednotlivé položky v případě souhlasu nebo nesouhlasu respondenta, slouží k výpočtu váženého součtového indexu – hodnoty PS-škály. Za každou kladnou odpověď získá respondent 12 až 18 bodů a za negativní odpověď, podle typu otázky, 6 až 9 bodů. Součet získaných bodů představuje hodnotu PS-škály „síly osobnosti“ s hodnotami od 75 až do 149.

Souhrnný index, pro nějž používáme označení PS-škála, vyjadřuje míru ochoty dotazovaného přebírat vůdčí úlohu v názorových otázkách. Současně odráží

schopnost tohoto člověka předávat ostatním své názory a jím odhadnutý zájem okolí o takové rady. Nízké hodnoty indexu (v našich výzkumech většinou v rozpětí 75 až 99 bodů) označují osoby názorově závislé, střední hodnoty indexu (mezi 100 až 123 body) osoby průměrné a index s vysokými hodnotami (zpravidla od 124 bodů do 149 bodů) označuje názorové vůdce.

První z českých reprezentativních výzkumných projektů „Lidé s vlivem a osobní mezilidská komunikace při utváření politických postojů v lokální komunitě“ proběhl v letech 1999 až 2001 s rozsáhlým šetřením v záměrně vybraném městě střední velikosti (25 tisíc obyvatel) – Klatovech na souboru zhruba 1500 dospělých obyvatel (starších 18 let). Úmyslně bylo zvoleno modelové město, které nemělo výrazné anomálie oproti průměru České republiky. Vybírali jsme 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. V tomto městě byl připraven a uskutečněn pravděpodobnostní stratifikovaný proporcionální výběr dotazovaných. Jednotlivými straty byly volební okrsky, které bývají často spojeny s odlišným typem zástavby ve městě. Oporou výběru se staly volební seznamy z roku 1998 doplněné o nové voliče. Z každé rodiny byl dotazován pouze jeden její dospělý člen. Přitom každá rodina měla pravděpodobnost dotazování svého člena úměrnou počtu dospělých osob v rodině (tj. počtu voličů, osob starších 18 let, trvale bydlících v domácnosti). Přitom každý volič měl stejnou pravděpodobnost být vybrán.³

Hlavní použitou technikou sběru dat byl standardizovaný rozhovor s 1500 jednotlivci. V následujícím roce byly provedeny tři následné vlny dotazování v panelu asi 600 respondentů vybraném z původních dotazovaných a navíc kontrolní test na stejné velkém nezávisle vybraném souboru nově dotazovaných dospělých obyvatel města. Panelová šetření byla uskutečněna také jako série standardizovaných rozhovorů.

Dalším významným šetřením, v němž bylo zjišťováno názorové vůdcovství pomocí PS-škály, byl rozsáhlý reprezentativní regionální výzkum iniciovaný Dr. Tomášem Kosteckým a vedený Dr. Zdeňkou Vajdovou ze Sociologického ústavu AV ČR.⁴ Rozsah výzkumu (více než 4000 respondentů) a reprezentativní pokrytí dospělého obyvatelstva celé České republiky poprvé umožnilo testovat PS-škálu v takovém měřítku na českých datech. Po zkušenostech s výzkumem v Klatovech jsme vynechali nejméně jednoznačnou položku, která vykazovala mírné odchylky v chápání smyslu dotazu u různých skupin obyvatelstva: „Mám hodně věcí, které mi ostatní závidí.“ Nevýhoda tohoto kroku se projevila v jen částečné srovnatelnosti výsledků, výhoda naopak ve větší reliabilitě a validitě škály a v menším počtu chybějících dat. Hod-

³ Metodika výzkumu je podrobně popsána v pracovních textech Sociologického ústavu AV ČR [Jeřábek, Gabriel a kol. 1999], první výsledky v diplomové práci Radima Gabriela [Gabriel 2000].

⁴ Testování hypotézy o vlivu názorového vůdcovství v kontextu studia politické kultury lokálních a regionálních společenství vycházelo ze studií Zdenky Vajdové a Tomáše Kosteckého [Vajdová 1996] a [Vajdová, Kostecký 1997].

noty redukované PS-škály byly vhodně použitelné pro měření stupně názorového vůdcovství i pro rozlišení skupiny názorových vůdců od ostatních skupin „průměrných“ a „názorově závislých“. Vzhledem k pokrytí rozsáhlého reprezentativního souboru respondentů bylo možno tento výzkumný projekt využít k testování vztahů (souvislostí, resp. závislostí) názorového vůdcovství ke standardním klasifikacím sociální pozice, respektive sociálního zařazení ISEI a EGP.

Třetím reprezentativním šetřením, v němž byla vyzkoušena česká verze PS-škály síly osobnosti pro měření názorového vůdcovství, byl výzkum životních orientací – výzkumný projekt realizovaný střediskem CESES v roce 2002 v rámci prognostických prací zjišťujících, jak lidé vidí budoucnost České republiky i svou vlastní budoucnost v ní. Vedoucím projektu byl Dr. Pavol Frič. Reprezentativní soubor 3500 respondentů pokrývající celou Českou republiku umožnil kontrolní měření stejné charakteristiky názorového vůdcovství na populaci dospělého obyvatelstva celého státu. Projekt umožnil zjišťovat také diferenciaci názorového vůdcovství ve vztahu k postojům obyvatel k Evropě a ke světu i souvislost síly osobnosti se zájmem dotazovaných o budoucnost, s jejich aktivitou a optimismem.⁵

Působení názorových vůdců a masmédií při utváření postojů obyvatel českého města

Projekt „Lidé s vlivem a osobní mezilidská komunikace při utváření politických postojů v lokální komunitě“ se soustředil na komunikační procesy a utváření postojů. Toto jeho zaměření se promítlo do způsobu výběru dotazovaných i do modelu sběru dat. Jedním z hlavních cílů výzkumu byla identifikace a studium osob ze všech společenských vrstev, které měly a mají vliv na formování postojů ostatních, tedy názorových vůdců (*opinion leaders*), resp. vlivných lidí (*influentials*), tedy ověření použitelnosti PS-škály v českých podmínkách na souboru osob, který mohl být považován za reprezentativní výběr obyvatel středně velkého českého města.

Při zjišťování míry názorového vůdcovství jsme použili nejen spojitou stupnici od 75 do 149 bodů, ale také kategorizovaných znaků o devíti a třech hodnotách, jak ukazují tabulka 1 a graf 1. Dotázaní s hodnotami PS-škály od 75 do 99, tedy první tři sloučené kategorie tabelovaného znaku 1–3, představují názorově závislé, další tři kategorie 4–6, označují názorově průměrné, a nejvyšší tři kategorie 7–9, tedy osoby s původními hodnotami PS-škály od 124 do 149, slučují názorové vůdce.

Výsledky shrnuté v tabulce 1 ukazují rozložení názorového vůdcovství v populaci obyvatel typického českého okresního města.

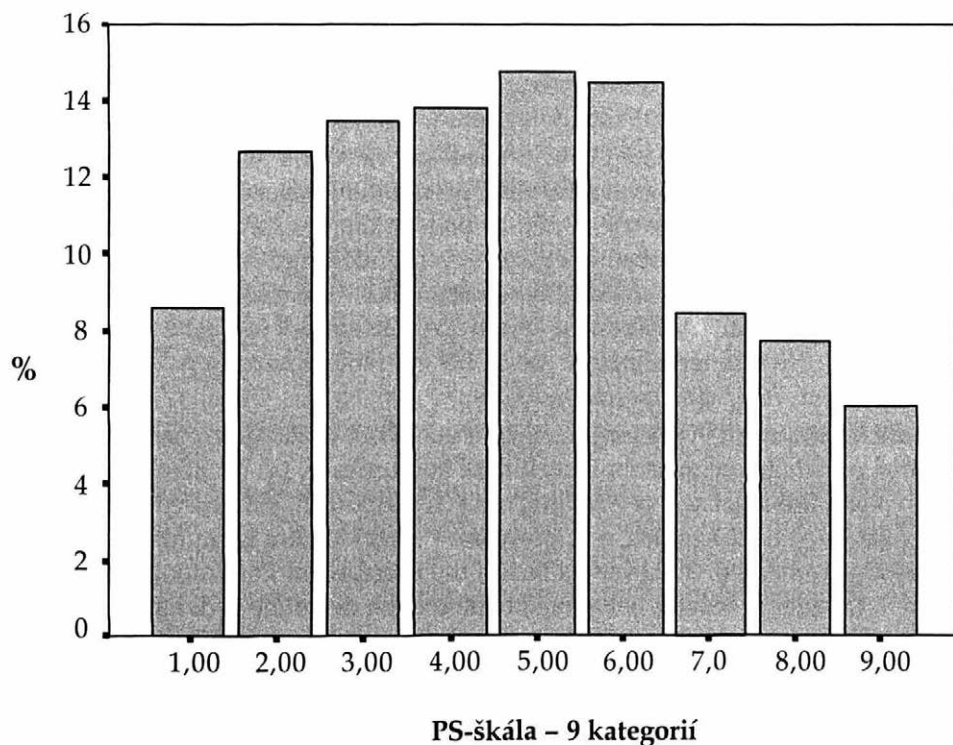
Druhým krokem tohoto „komunikačního“ projektu bylo rozsáhlé ověřování hypotéz, podle nichž názoroví vůdci a vlivní lidé jsou osoby, které projevují významně intenzivnější zájem o věci veřejné, častěji než jiní komunikují se svým oko-

⁵ První výsledky využívající data tohoto výzkumu byly prezentovány na konferenci FSV UK v listopadu 2002, viz [Frič 2002, Jeřábek 2002].

Tabulka 1. Názorové vůdcovství – PS-škála – 9 kategorií

Hodnota znaku	Platná procenta	Hodnoty PS-škály
1,00	8,6	75–84
2,00	12,7	85–92
3,00	13,4	93–99
4,00	13,8	100–106
5,00	14,8	107–114
6,00	14,5	115–123
7,00	8,5	124–130
8,00	7,8	131–138
9,00	6,0	139–149
Celkem platné hodnoty	1483 = 100,0 %	
Missing	3	
Celkem	1486	

Graf 1. PS-škála – „síla osobnosti“ – kategorizovaná



Tabulka 2. Podíl dotázaných ve skupině, kteří mají vytvořený názor na dané téma (v %) (pro závislé, průměrné a názorové vůdce) (dotazy v roce 1999)

Téma/Názorové vůdcovství	závislí v %	průměrní v %	názoroví vůdci v %
vstup ČR do NATO	69,5	78,5	81,6
dostavba atomové elektrárny Temelín	72,8	77,9	82,0
Bombardování Jugoslávie vojsky NATO	63,4	70,6	76,3
rychlé začlenění České republiky do Evropské unie	53,9	69,4	76,5
zrušení platnosti dekretů prezidenta Beneše	45,7	50,0	56,3
počet dotázaných ve skupině	497–511	626–638	325–328

Poznámka: Každé políčko tabulky je třeba číst samostatně, jeho doplňkem do 100 % je podíl dotázaných, kteří nemají vytvořen názor. Přitom údaje lze vzájemně srovnávat mezi řádky (existují témata, k nimž mají lidé vyhraněnější názor) i mezi sloupci (názoroví vůdci mají častěji názor).

lím, a mají tudíž vůdčí roli v procesech ovlivňování veřejného mínění. Významná je jejich účast při přenosu informací a názorů z masových médií nebo z jiných zdrojů informace k široké veřejnosti. Příklady výsledků analýz ukazují tabulky 2 a 3.

Názoroví vůdci mají častěji vykrystalizovaný názor na politická témata. To je pak předpokladem jejich formativního vlivu při utváření názorů a postojů ostatních lidí. V tabulce 2 vidíme, že ve všech pěti případech mají názoroví vůdci významně více rozhodných, tj. větší procento z názorových vůdců, než z názorově závislých dokáže vyslovit jednoznačný souhlas nebo nesouhlas – má názor na dotazované téma. Nejvýraznější rozdíl nacházíme u tématu „rychlé začlenění České republiky do Evropské unie“. Na toto téma mělo v roce 1999 vyhraněný názor jen 54 % názorově závislých a celých 76 % názorových vůdců.

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. Dokladem je souvislost názorového vůdcovství s mírou interpersonální komunikace vyjádřená tabulkou 3. O žádném tématu nebo maximálně o třech diskutuje 17 % názorově závislých a jen 4 % názorových vůdců. O většině ze sledovaných politických témat (9–12 témat z 12) diskutuje 44 % názorově závislých, ale celých 65 % názorových vůdců.

Třetím okruhem otázek bylo 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 za-

Tabulka 3. Frekvence diskusí podle stupně názorového vůdcovství

Stupeň názorového vůdcovství	Frekvence diskusí (z 12 témat jich diskutuje)				Celkem eta = 0,20 (diskuse závislá prom.)
	nediskutuje	1–3 témata	4–8 témat	9–12 témat	
názorově závislí	% 5	12	39	44	100 % = 514
průměrní	% 2	6	34	58	100 % = 639
názoroví vůdci	% 1	3	32	65	100 % = 330
Celkem	N 43	109	521	810	1483
	% 3 %	7 %	35 %	55 %	100 %

hraničněpolitickým a vnitropolitickým rozhodnutím, ochranu menšin všeho druhu, zásady hospodářské a bezpečnostní politiky, zdraví, vzdělání a další otázky veřejného zájmu. Zajímalo 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“, zajímalo nás, nakolik tito vlivní utvářejí a ovlivňují politické postoje svého okolí.

Snahou výzkumného týmu v této souvislosti bylo 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 názoroví vůdci při utváření politických postojů ostatních „lidí bez názorového vlivu“? Zjišťovali jsme, jak dochází ke krystalizaci, oživování a posilování politických postojů, resp. k jejich proměnám.⁶ Z výsledků nepřímo plyne zjištění, že pro utváření názorů obyvatel je důležitý zájem o politické dění, jím podmíněná konverzace o veřejných otázkách, jíž se lidé účastní, i aktivní sledování vybraných pořadů masových médií a ve stejné míře i názorové vůdcovství nezávisle na ostatních faktorech.

Sociální rozdíly v názorovém vůdcovství v projektu regionální komparace

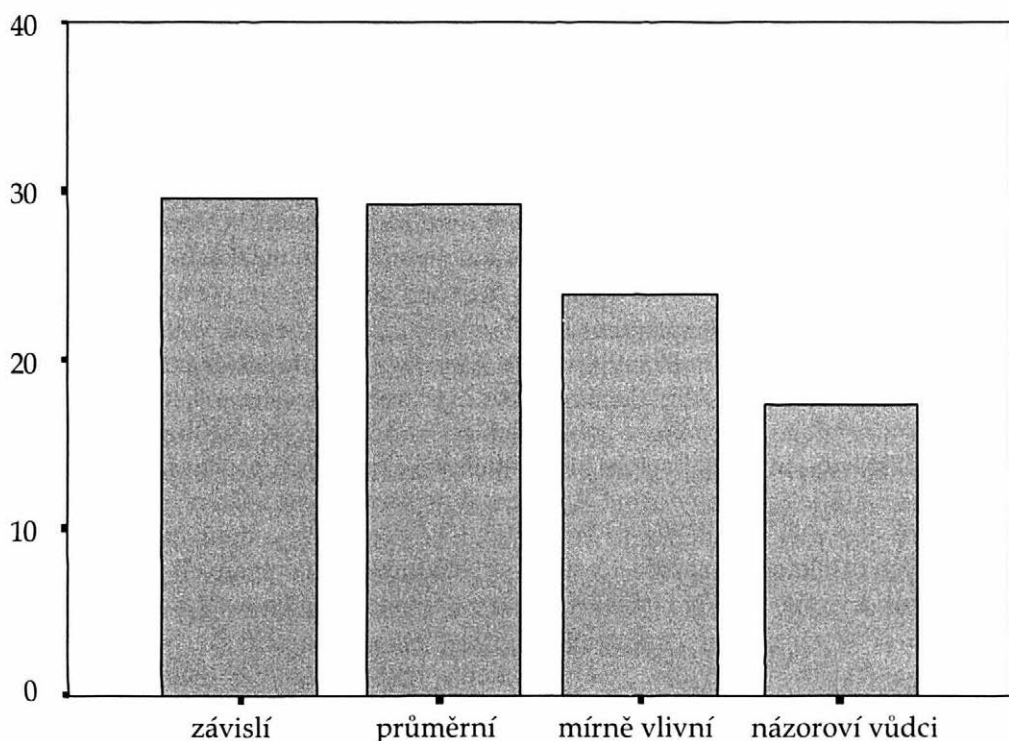
Z výzkumů Elisabeth Noelle-Neumann je nám známo, že PS-škála vykazuje významné rozdíly ve vazbě na sociální postavení. „Osoba s nejvyšším sociálním statusem má téměř čtyřikrát větší šanci na vysokou hodnotu indexu síly osobnosti než osoba s nejnižším sociálním postavením“ [Noelle-Neumann, Csikszentmihalyi 1992: 9]. Jedním

⁶ Výsledky týkající se vlivu masových médií na krystalizaci názorů jsou zveřejněny v příspěvku „Media Effects on Opinion Formation“, který zazněl na mezinárodním tematickém semináři WAPOR „Survey Research and Media Content Analysis“ v Hamburgu v roce 2001 [Jeřábek 2003b].

Tabulka 4. Redukovaná PS-škála (kategorizovaná do 4 kategorií)

Stupeň názorového vůdcovství	N	%
závislí	337	29,5
průměrní	335	29,3
mírně vlivní	273	23,9
názoroví vůdci	198	17,3
celkem	1143	100,0

Graf 2. Redukovaná PS-škála



z cílů reprezentativního výzkumu regionální diferenciace bylo tedy také testování variability názorového vůdcovství v jednotlivých sociálních skupinách členěných podle klasifikace EGP. Použili jsme redukovanou škálu názorového vůdcovství, jejíž rozložení ukazují tabulka 4 a graf 2. Hodnoty škály 66–134 odpovídají použití jen devíti položek ze standardní baterie otázek, použili jsme také upravený kategorizovaný znak o čtyřech hodnotách (tabulka 4).

Tabulka 5. Názorové vůdcovství ve skupinách podle ordinalizované škály EGP 10

EGP 10 - ordinální škála	PS-škála				Celkem
	závislí	průměrní	mírně vlivní	názoroví vůdci	
podnikatelé se zaměstnanci	16	–	42	42	100 %
vysocí odborníci	13	22	26	39	100 %
podnikatelé bez zaměstnanců	16	28	28	28	100 %
střední odborníci	19	33	24	24	100 %
rutinní nemanuálové	39	26	24	11	100 %
kvalifikovaní dělníci	28	36	27	9	100 %
nekvalifikovaní a polokvalifikovaní dělníci	39	30	18	13	100 %
celkem	29	30	23	18	100 %

Výsledky komparace podle ordinalizované škály EGP (tabulka 5) ukazují, že v České republice dochází ke stejnému jevu, na který upozorňuje Elisabeth Noelle-Neumannová, totiž že ve skupinách povolání náležejících k vyšším stupňům společenského žebříčku nalézáme vyšší procento názorových vůdců: 42 % ve skupině podnikatelů se zaměstnanci a 39 % ve skupině vysokých odborníků. Naopak ve skupinách povolání s nízkým sociálním statutem: rutinní nemanuálové, kvalifikovaní dělníci a nekvalifikovaní dělníci, nalezneme menší procento názorových vůdců: 11 %, 9 % a 13 %. Pro tyto skupiny je naopak typické výrazné zastoupení názorově závislých (39 % mezi rutinními nemanuály, 28 % mezi kvalifikovanými dělníky a 39 % mezi nekvalifikovanými a polokvalifikovanými dělníky). Přesto se však názoroví vůdci nerekutují výhradně z vyšších sociálních skupin. Najdeme je ve všech skupinách povolání a ve všech statusových vrstvách, i když v rozdílné míře.

Otevřenost světu, zájem o politiku, postoje k budoucnosti, optimismus a aktivita

Ve třetím projektu ověřujícím využitelnost PS-škály „síly osobnosti“ pro měření názorového vůdcovství jsme rozšířili soubor sledovaných proměnných, jejichž souvislost s názorovým vůdcovstvím jsme pokládali za pravděpodobnou, o pohledy lidí do budoucna. Obecnější soubor hypotéz, na něž jsme se zaměřili při zkoumání vizí budoucnosti, se týkal rozdílů v názorech, postojích a způsobech komunikačního chování lidí, pro které je typická orientace na svět, Evropu, a naopak jejich vrstevníků, kteří ztotožňují svůj svět téměř výhradně s místem, kde žijí, kde se narodili a kde vyrůstali.

V tomto, třetím, výzkumném projektu jsme porovnávali názorové vůdcovství

Tabulka 6. PS-škála – 3 kategorie

Stupeň názorového vůdcovství	Absolutní četnosti	Procenta	Kumulativní procenta
ZÁVISLÍ	911	36,5	36,5
PRŮMĚRNÍ	982	39,3	75,7
NÁZOROVÍ VŮDČI	607	24,3	100,0
CELKEM	2500	100,0	

Tabulka 7. Průměry PS-škály podle pohlaví (ETA = 0,15; ETA² = 0,02)

Pohlaví	PS-škála – spojitá – průměry
muž	105,33
žena	99,32
celkem	102,21

Tabulka 8. Průměry PS-škály podle profesí (ETA = 0,24; ETA² = 0,06)

Profese	PS-škála – spojitá – průměry	N
zemědělci	94	72
nekvalifikovaní dělníci	97	455
kvalifikovaní dělníci	100	425
rutinní nemanuál. prac.	101	575
nižší profesionálové	107	388
vyšší profesionálové	112	116
ostatní ekonomicky aktivní	113	78
neuveдена	(104)	390
celkem	102	2500

podle pohlaví (tabulka 7) a podle profesí (tabulka 8 ukazuje rozdíly v průměrech a tabulka 9 procentní rozložení názorově závislých, průměrných a názorových vůdců v profesních skupinách). Muži jsou častěji názorovými vůdci než ženy, zjištěná odchylka vyjádřená velikostí korelačního poměru však není výrazná.

Rozdíly podle profesí vyjádřené hodnotou PS-škály síly osobnosti v tabulce 8, tabulce průměrů, vykazují difference, v jejichž rámci se v odlišném poměru pro jednotlivé profese mísí skupiny názorově závislých, průměrných a názorových vůdců. Průměrná hodnota PS-škály postupně roste spolu se zvyšováním odbornosti profese.

Tabulka 9. Názorové vůdcovství podle profesních skupin

Profese	PS-škála – 3 kategorie			Celkem	N
	závislí	průměrní	názoroví vůdci		
zemědělci	62,5 %	25,0 %	12,5 %	100,0 %	72
nekvalifikovaní dělníci	48,0 %	37,7 %	14,3 %	100,0 %	456
kvalifikovaní dělníci	42,8 %	36,5 %	20,7 %	100,0 %	425
rutinní nemanuál. pracovníci	36,5 %	42,1 %	21,4 %	100,0 %	575
nižší profesionálové	27,1 %	41,1 %	31,8 %	100,0 %	387
vyšší profesionálové	18,1 %	37,1 %	44,8 %	100,0 %	116
celkem	36,5 %	39,3 %	24,2 %	100,0 %	2499

Tabulka 10. Názorové vůdcovství ve skupinách podle zájmu o politiku

Zájem o politiku	PS-škála				Celkem
	závislí	průměrní	mírně vlivní	názoroví vůdci	
vůbec se nezajímá	51	25	13	11	100 %
nezajímá se moc	48	28	12	12	100 %
trochu se zajímá	33	35	18	14	100 %
docela se zajímá	26	28	21	25	100 %
velmi se zajímá	14	27	24	35	100 %
celkem	36,3	29,3	17,2	17,2	100 %

Tabulka 9 dokládá, že podíly názorových vůdců v profesních skupinách se řádově liší. Mezi nekvalifikovanými pracovníky činí 12–14 %, mezi kvalifikovanými rutinními pracovníky 21 % a ve skupině profesionálů 32–45 %.

Úlohu jsme rozšířili o zkoumání obecnějších vztahů názorového vůdcovství zkoumaných osob s jejich postoji ke světu a Evropě, s jejich zájmem o politiku, se zájmem o budoucnost naší země i s jejich optimismem a aktivitou. Zajímalo nás, zda a nakolik se liší postoje, zájmy a aktivita názorových vůdců a názorově závislých lidí v tomto ohledu.

S růstem zájmu o politiku výrazně roste podíl názorových vůdců. Ve skupinách těch lidí, kteří se o politiku nezajímají vůbec nebo se zajímají jen trochu, na-

Tabulka 11. Náborové vůdcovství ve skupinách podle zájmu o budoucnost

Zájem o budoucnost	PS-škála				Celkem
	závislí	průměrní	mírně vlivní	názoroví vůdci	
vůbec se nezajímá	57	19	13	11	100 %
malý zájem	43	30	15	12	100 %
dost velký zájem	28	32	20	20	100 %
velmi se zajímá	13	29	22	36	100 %
celkem	36,2	29,1	17,3	17,4	100 %

Tabulka 12. Náborové vůdcovství ve skupinách podle optimismu a aktivity

Optimismus a aktivita		PS-škála				Celkem
		závislí	průměrní	mírně vlivní	názoroví vůdci	
Pasivní pesimisté	0	58	25	9	8	100 %
	1	44	30	14	12	100 %
	2	38	33	16	13	100 %
	3	31	32	20	17	100 %
Průměrní	4	20	30	22	28	100 %
Průměrní	5	19	25	26	30	100 %
	6	13	23	24	40	100 %
	7	18	12	23	47	100 %
	8	–	9	45	46	100 %
Aktivní optimisté	9	–	–	–	100	100 %
Celkem		36	29	17	17	100 %

lezeme jen 11 až 14 % názorových vůdců, s dalším růstem zájmu o politiku podíl názorových vůdců ve skupině rychle roste na 25 % a při velkém zájmu o politiku až na 35 % členů skupiny.

V podstatě stejný obrázek nalezneme ve skupinách podle zájmu o budoucnost. Skupina s velkým zájmem o budoucnost obsahuje trojnásobný podíl názorových vůdců (36 %) oproti skupině s malým zájmem o budoucí dění (11–12 %).

Na dokreslení souvislostí, o nichž vypovídá PS-škála „síly osobnosti“, si všimněme rozsahu rozdílů, které nalezneme ve vztahu k souhrnné postojové charakteristice. Tu jsme konstruovali váženým součtem z devíti ukazatelů aktivity a optimismu v tomto třetím výzkumném projektu. Nejnížší a nejvyšší podíly názorových vůdců jsou v poměru zhruba 1 : 6, tedy od 8 % názorových vůdců ve skupině pasivních pesimistů až po 46 % názorových vůdců ve skupině aktivních optimistů.

Závěr

Pokusili jsme se ukázat všestrannou použitelnost PS-škály síly osobnosti pro výzkum komunikačních procesů, sociální a regionální diferenciace i pro zkoumání hodnotových preferencí a životních orientací ve vztahu k budoucnosti. Ve všech třech oblastech se ukázala PS-škála jako významně diferencující. Závěrem tedy můžeme uzavřít zjištěním, že škála síly osobnosti je v českých podmínkách dobře a relativně všestranně využitelná a že ji lze doporučit k běžnému využití v sociologických průzkumech pro její úspornost, spolehlivost a diferenciační sílu. Úkolem následující fáze prací bude podrobný statistický rozbor reliability PS-škály a posouzení její validity s využitím provedeného pozorování a doplňkového dotazování na jiné otázky v dotazníku. Diskutované výzkumy poskytují k takovým výpočtům dostatek dat. Téma bude nabídnuto v samostatném, metodologicky zaměřeném, článku.

HYNEK JEŘÁBEK je docentem Univerzity Karlovy v Praze, ředitelem Institutu sociologických studií Fakulty sociálních věd UK, přednáší komunikační výzkum, metody, metodologii a historii sociologického výzkumu. Zabývá se dílem Paula Lazarsfelda, komunikačním výzkumem a výzkumem veřejného mínění. Je autorem monografie Paul Lazarsfeld a počátky komunikačního výzkumu (1997) a řady českých i cizojazyčných studií k Lazarsfeldovu dílu z posledních let. Je českým zástupcem ve Světové asociaci pro výzkum veřejného mínění WAPOR, v roce 2003 byl předsedajícím výroční konference WAPOR v Praze.

Literatura

- Black, John. S. 1982. „Opinion Leaders: Is Anyone Following?“ *Public Opinion Quarterly* 46: 169–176.
- Coleman, James, Elihu Katz, Herbert Menzel 1966. *Medical Innovation: A Diffusion Study*. Indianapolis: Bobbs-Merrill.
- Frič, Pavol 2002. „Modernizace jako kolektivní strategie rozvoje ČR. (Výsledky výzkumu životních strategií)“. Pp. 27–41 in Končelík, J. – Köpplová, B. – Prázová, I. (eds.), *Konsolidace vládnutí a podnikání v ČR a v EU, díl 2, sekce: Sociologie, prognostika a správa* (Příspěvky z konference konané ve dnech 31. 10.–2. 11. 2002). Praha: Matfyzpress.
- Gabriel, Radim 1998. *Měření interpersonálního vlivu*. Nepublikovaná bakalářská práce, Praha: FSV UK.
- Gabriel, Radim 2000. *Význam interpersonální komunikace při utváření postojů*. Nepublikovaná diplomová práce, Praha: FSV UK.
- Granovetter, M.S. 1973. „The Strength of Weak Ties“. *American Journal of Sociology* 78: 1360–1380.
- Jeřábek, Hynek 1997. *Paul Lazarsfeld a počátky komunikačního výzkumu*. Praha: Karolinum.
- Jeřábek, Hynek 2000. „Počátky Lazarsfeldovy politické sociologie – The People's Choice“. *Sociologický časopis* 36: 67–81.
- Jeřábek, Hynek 2002. „Orientace na Evropu a svět, aktivita občanů a jejich zájem o budoucnost“. Pp. 56–72 in Končelík, J. – Köpplová, B. – Prázová, I. (eds.), *Konsolidace vládnutí a podnikání v ČR a v EU, díl 2, sekce: Sociologie, prognostika a správa* (Příspěvky z konference konané ve dnech 31. 10.–2. 11. 2002). Praha: Matfyzpress.

- Jeřábek, Hynek 2003a. „Lazarsfeldovy klíčové sociologické výzkumy 30. a 40. let“. Pp. 53–114 in Schenk, Juraj a kol., *Paul Felix Lazarsfeld. Návraty k myšlienkovému dedičstvu*. Bratislava: SOFA.
- Jeřábek, Hynek 2003b. „Media Effects on Opinion Formation“. *Proceedings of the University of Western Bohemia* 6: 167–178.
- Jeřábek, Hynek, Radim Gabriel a kol. 1999. *Utváření postojů obyvatel českého města I. Lidé s vlivem a osobní mezilidská komunikace při utváření politických postojů v lokální komunitě*. Pracovní texty. Praha: Sociologický ústav AV ČR a FSV UK.
- Katz, Elihu 2000. „Dvoustupňový tok komunikace: nejnovější zpráva o hypotéze“. Pp. 80–98 in Jiráček, Jan, Blanka Říhová, *Politická komunikace a média*. Praha: Univerzita Karlova 2000. (angl. orig. „The Two-Step Flow of Communication: An Up-To-Date Report on a Hypothesis“. *Public Opinion Quarterly* 1 (1957): 61–78)
- Katz, Elihu, Paul F. Lazarsfeld 1955. *Personal Influence. The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. New York: The Free Press.
- Lazarsfeld, Paul F., Bernard Berelson, Hazel Gaudet 1948. *The People's Choice. How the Voters Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. New York: Columbia University Press.
- Menzel, Herbert, Elihu Katz 1955. „Social Relations and Innovation in the Medical Profession“. *Public Opinion Quarterly* 19: 337–352.
- Merton, Robert K. 1949. „Patterns of Influence: A Study of Interpersonal Influence and of Communications Behavior in a Local Community“. Pp. 180–219 in Lazarsfeld, P. F., F. Stanton (eds.), *Communications Research 1948–1949*. New York: Harper & Brothers.
- Noelle-Neumann, Elisabeth 1983. *Spiegel Dokumentation: Persönlichkeitssstärke*. Hamburg: Spiegel Verlag.
- Noelle-Neumann, Elisabeth 1985. „Identifying Opinion Leaders“. Pp. 173–219 in *38th ESOMAR Congress Proceedings, General Sessions*. Wiesbaden, September 1985.
- Noelle-Neumann, Elisabeth, Mihaly Csikszentmihalyi 1992. „Personality Strength: A New Variable for Opinion-Attitude Research“. Paper presented at the WAPOR Conference, St. Petersburg Beach, Florida, May 1992.
- Rogers, Everett M. 1983. *Diffusion of Innovations*. New York: Free Press.
- Schenk, Michael, Patrik Roessler 1997. „The Rediscovery of Opinion Leaders. An Application of the Personality Strength Scale“. *Communications* 22: 5–30.
- Sopóci, Ján 2003. „Dvoustupňový tok komunikácie a názorový vodcovia. Hypotéza po šesťdesiatich rokoch“. Pp. 135 – 146 in Schenk, Juraj a kol.: *Paul Felix Lazarsfeld. Návraty k myšlienkovému dedičstvu*. Bratislava: SOFA.
- Vajdová, Zdena 1996. „Politická kultura: teoretický koncept a výzkum“. *Sociologický časopis* 32: 339–351.
- Vajdová, Zdena, Tomáš Kostecký 1997. „Politická kultura lokálních společenství: Případ tří měst“. *Sociologický časopis* 33: 445–465.
- Vlivní lidé a názoroví vůdci v malém městě*. (Výzkumná zpráva.) Praha: FSV UK.
- Weimann, Gabriel 1982. „On the Importance of Marginality: One More Step into the Two-Step Flow of Communication“. *American Sociological Review* 47: 764–773.
- Weimann, Gabriel 1991. „The Influentials: Back to the Concept of Opinion Leaders?“ *Public Opinion Quarterly* 55: 267–279.
- Weimann, Gabriel 1994. *The Influentials. People Who Influence People*. Albany: State University of New York Press.