

Politická komunikace a médiá

sestavili:
JAN JIRÁK
BLANKA ŘÍCHOVÁ



UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
NAKLADATELSTVÍ KAROLINUM
2000

Dvoustupňový tok komunikace: nejnovější zpráva o hypotéze*

ELIHU KATZ

Analýza chování a rozhodování voličů v průběhu volební kampaně vedla autory publikace *The People's Choice* k názoru, že tok masové komunikace může být mnohem méně přímý, než se všeobecně předpokládalo. Na základě svých výzkumů dospěli k názoru, že se informace přicházející z masových médií nejprve dostávají k tzv. názorovým ‚vůdcům‘ (*opinion leaders*), kteří pak informace o tom, co sami četli a slyšeli, šíří mezi těmi, s nimiž jsou v každodenním styku a na něž mají vliv. Tato hypotéza dostala označení ‚dvoustupňový tok komunikace‘.¹

Hypotéza vyvolala velký zájem a sami její autoři byli zaskočeni důsledky, které má pro demokratickou společnost. Měli pocit, že se dotkli výrazného jevu, který dokládá, že lidé jsou stále ještě neúčinněji přesvědčováni prostřednictvím přímého kontaktu s jinými lidmi a že vliv masových médií je mnohem méně samozřejmý a méně účinný, než se předpokládalo. Hypotéza rovněž naznačila, že nejen sociální teorie, ale stejně tak i dosavadní výzkum v oblasti komunikace budou muset změnit svůj názor na podobu moderní městské společnosti (*urban society*). Představa o publiku tvořeném masou vzájemně odcizených jedinců, kteří jsou napojeni pouze na média, avšak neuchovávají mezi sebou žádné vzájemné vazby, byla neslučitelná s představou o dvoustupňovém toku komunikace. Ten naopak implikoval představu o síti vzájemně propojených jednotlivců, již proudí komunikační toky masové komunikace.

Ze všech myšlenek, které se v práci *The People's Choice* objevily, byla právě idea o dvoustupňovém komunikačním toku jedinou, kterou nebylo možné empirickými daty dostatečně podložit. Důvod byl prostý: Původní koncepce a zaměření studie nepředpokládalo, že se interpersonální vztahy stanou důležitým prvkem analýzy. Uvážíme-li, jak mnoho studií kladlo důraz na atomizované publikum, pak spíše překvapí, že se interpersonální vztahy vůbec staly předmětem zájmu autorů výzkumu.²

* E. KATZ (1957), *The Two-Step Flow of Communication: an Up-To-Date Report on an Hypothesis*. *Public Opinion Quarterly*, 21, č. 1, str. 61-78. Publikováno s laskavým svolením autora.

¹ Paul F. Lazarsfeld, B. Berelson, H. Gaudet (1948), *The People's Choice*. New York: Columbia University Press (2. vyd.), str. 151.

² K diskusi o podobě atomizovaného publika a empirických datech, které této představě odporují, bližší v pracích: E. Katz, P. F. Lazarsfeld (1955), *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow*

V průběhu následujících téměř sedmnácti let od doby, kdy byla studie o volebním chování vypracována, vzniklo v Centru pro aplikovaný sociální výzkum (*Bureau of Applied Social Research*) na Columbijské univerzitě několik prací, jejichž cílem se stalo jednak prověřit tuto hypotézu, jednak ji dále rozpracovat. Pro náš následující přehled byly vybrány čtyři z nich: Mertonova studie o interpersonálním vlivu a komunikačním chováním v Rovere³; dále studie E. Katze a P. F. Lazarsfelda zabývající se rozhodováním v takových situacích, jakými jsou nakupování, móda, návštěva kina a veřejné záležitosti (tzv. studie Decatur – viz dále)⁴; studie zachycující volební kampaň z roku 1948, kterou zpracovali B. R. Berelson, P. F. Lazarsfeld a W. N. McPhee (tzv. studie Elmira – viz dále)⁵; a konečně nejnovější studie o rozšiřování nového léku mezi doktory, zpracovaná P. Colemanem, E. Katzem a H. Menzelem⁶.

Tyto studie poslouží jako rámec, jenž umožní jednak přiblížit současný stav výzkumu souvisejícího s hypotézou o dvoustupňovém komunikačním toku informací, jednak ukáží, do jaké míry je již tato hypotéza podpořena daty, jakými cestami se rozvíjí a jak se proměňuje. Navíc tyto studie posoudí, které ze strategií užívaných při systematickém výzkumu mezilidských vztahů v rámci komunikačního studia zaměřeného jednoznačně na sociometrické zdroje ‚dat‘, jsou úspěšné. Stejně tak nám tyto studie spoju s dalšími, o nichž bude zmínka v odkazech, nabídnou neobvyklou příležitost nahlédnout studované problémy v kontextu vlastního vývoje výzkumu společnosti.⁷

of Mass Communications. Glencoe, Illinois: Free Press, str. 15-42; E. Friedson (1953), *Communications Research and the Concept of the Mass*. *American Sociological Review*, 18, str. 313-317; M. Janowitz (1952), *The Urban Press in a Community Setting*. Glencoe, Illinois: The Free Press.

³ R. K. Merton (1949), *Patterns of Influence: A Study of Interpersonal Influence and Communications Behavior in a Local Community*. In: P. F. Lazarsfeld, F. N. Stanton (eds.), *Communications Research*, 1948-49. New York: Harper and Brothers, str. 180-219.

⁴ E. Katz, P. F. Lazarsfeld, *cit. d.*, část 2.

⁵ B. R. Berelson, P. F. Lazarsfeld, W. N. McPhee (1954), *Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*. Chicago: University of Chicago Press.

⁶ Zpráva o této pilotní studii je otištěna v práci: H. Menzel, E. Katz (1955), *Social Relations and Innovation in the Medical Profession*. *Public Opinion Quarterly*, 19, str. 337-352.

⁷ Dalšími autory, kteří se věnují problematice názorových vůdců a dvoustupňovému komunikačnímu toku informací a kteří tyto problémy dále rozpracovali, jsou: M. a J. Riley (1951), *A Sociological Approach to Communications Research*. *Public Opinion Quarterly*, 15, str. 445-460; S. N. Eisenstadt (1952), *Communications Processes Among Immigrants in Israel*. *Public Opinion Quarterly*, 16, str. 42-58 a *Communication Systems and Social Structure: An Exploratory Study*. *Public Opinion Quarterly*, 19 (1955), str. 153-167; D. Riesman (1950), *The Lonely Crowd*. New Haven: Yale University Press; L. A. Handel (1950), *Hollywood Looks at its Audience*. Urbana: University of Illinois Press. Problematiku názorových vůdců rovněž sledoval výzkumný program Centra pro aplikovaný sociální výzkum v oblasti mezinárodní komunikace. Z prací, které na toto téma vznikly, stojí za zmínku: Ch. Y. Glock (1952-53), *The Comparative Study of Communications and Opinion Formation*. *Public Opinion Quar-*

Závěry vyplývající ze studie *The People's Choice*

Svůj přehled musíme začít zastavením u těch skutečností, které se objevily v souvislosti s volební studií pro rok 1940 a které stály u počátku formulování hypotézy. Předně, studie rozlišila tři odlišné soubory zjištění. První je spojen s problematikou *dopadu osobního vlivu*. Ve zprávě se objevují data, která dokládají, že jednotlivci, kteří si vytvořili vlastní stanovisko až v pozdějším období probíhající volební kampaně, i ti, kteří během volební kampaně změnili svůj názor, uváděli mnohem častěji než ostatní voliči, že ke svému rozhodnutí dospěli v důsledku vlivu nějaké konkrétní osoby. Politický tlak uplatňovaný stálými skupinami, jakými jsou rodina či přátelé, lze vysvětlit politickou homogenitou, která je pro tyto skupiny charakteristická. Navíc většina dotázaných uváděla, že se v průměru mnohem více účastnila rozhovorů o volbách, než by poslouchala volební projevy nebo pročítala novinové úvodníky. Na tomto podkladě autoři dovedli, že při ovlivňování chování voličů jsou osobní kontakty nejen četnější, ale mají i větší dopad na rozhodování lidí než masová média.⁸

Druhé zjištění, které posléze ovlivnilo podobu hypotézy, se týká *toků osobního vlivu*. Zcela přirozeným (logickým) krokem, který následoval po zjištění, jakou roli hraje osobní vliv při rozhodování jednotlivců, byl dotaz týkající se významu konkrétních lidí při předávání vlivu; tedy zda jsou někteří jednotlivci důležitější než jiní. Studie se snažila vyhledat názorové ‚vůdce‘ pomocí dvou otázek: „Pokusil jste se poslední dobou někoho přesvědčit o svém politickém názoru?“ a „Požádal vás poslední dobou někdo o radu v souvislosti s nějakým politickým problémem?“ Srovnáním názorových vůdců s ostatními pak autoři studie dospěli k názoru, že vůdci se o volby zajímají mnohem více než ostatní. Na základě dalších zjištění, například že názoroví vůdci jsou rovnoměrně rozptýleni ve všech společenských vrstvách a profesích, stejně jako z častých zmínek o vlivu přátel, spolupracovníků a příbuzných na ty, kteří se rozhodují, dospěli autoři studie k závěru, že názorové vůdce lze nalézt na všech úrovních společnosti a že jsou podle všeho (pravděpodobně) stejnými lidmi jako ti, které svými názory ovlivňují.⁹

Další srovnání názorových vůdců a ostatních lidí s ohledem na zvyklosti cho-

vání masových médií nabídlo třetí důležitý prvek pro posléze formulovanou hypotézu: *vztah názorových vůdců a masových médií*. Ve srovnání s ostatním obyvatelstvem byli názoroví vůdci mnohem více vystaveni informacím z rádia, tisku a časopisů, tedy formálním komunikačním zdrojům.¹⁰

Argumentace je tak zcela zřejmá: Pokud je teplé lidské ‚slovo‘ tak důležité, pokud jsou specialisté na takové slovo výrazně rozptýleni a pokud jsou mnohem více vystaveni vlivu médií než ti, které sami ovlivňují, pak snad platí, že se „ideje často šíří z rozhlasu a tisku nejprve k názorovým vůdcům a teprve od nich k méně aktivním členům společnosti“.¹¹

Jak vypadá studium volebního chování

Pro zkoumání toho, jak se průběh vlivu (*flow of influence*) projevuje při rozhodování, měla studie *The People's Choice* několik výhod. Nejvýznamnější byla panelová metoda, která za prvé umožnila lokalizovat změny prakticky okamžitě poté, co se objevily, a pak dát změnu do vztahu s vlivy, které se dostaly až k těm, kteří se rozhodovali. Za druhé, jednotka účinnosti, tedy vlastní rozhodnutí bylo hmatatelným ukazatelem změny, která mohla být ihned zaznamenána. Avšak pro studium té části průběhu vlivu, který se týká vlastního kontaktu mezi lidmi, nebyla studie příliš vhodná. Orientovala se totiž na náhodně vybrané vzorky jednotlivců vydělených z jejich přirozeného sociálního prostředí. A právě tento tradiční prvek nutně obsažený v celém výzkumném projektu vysvětluje riskantní krok, který musí být učiněn, chceme-li přejít od dostupných dat k hypotéze o dvoustupňovém toku komunikace.

Protože každý z náhodně vybraných lidí mohl hovořit jen sám za sebe, museli být názoroví vůdci ve volební studii z roku 1940 vymezeni na základě jejich vlastní sebeidentifikace, tedy na základě jejich vlastních odpovědí na dvě výše uvedené návodné otázky.¹² Ve skutečnosti byli respondenti prostě dotázáni, zda jsou či nejsou názorovými vůdci. Mnohem závažnějším problémem takto získaných dat – oproti běžně zpochybňované hodnotě této techniky – je, že nedovoluje srovnání vůdců a jejich předpokládaných stoupenců, ale poskytuje pouze obecné údaje

¹⁰ *Tamtéž*, str. 51.

¹¹ *Tamtéž*, str. 151.

¹² Zcela jednoznačně řečeno, pokud respondent odpověděl, že je nebo není v daném smyslu vůdce, pak nehovořil za sebe, ale prezentoval ve své odpovědi názory svých stoupenců, ať skutečných nebo imaginárních. V této souvislosti je však nezbytné zdůraznit, že respondent může někdy vyjadřovat i názory jiných osob, a to bez ohledu na svá vlastní stanoviska. Volební studie se tak například dotazují respondentů na jejich názor na to, jak budou volit jiní členové jeho rodiny, jeho přátelé, spolupracovníci. Tyto údaje však mají mnohem nižší vypovídací hodnotu.

terly, 16, str. 512-523; J. M. Stycos (1952), *Patterns of Communication in a Rural Greek Villages. Public Opinion Quarterly*, 16, str. 59-70; a chystaná kniha Daniela Lerner a Paula Berkmana a Licelle Pevsnerové, *Modernizing the Middle East*. Problematiku osobních vlivů a vlivů masových médií v lokálních komunitách rovněž zkoumají studie Petera H. Rossiho, Roberta D. Leigha a Martina A. Trowa.

⁸ Lazarsfeld, Berelson a Gaudet, *cit. d.*, str. 135-152.

⁹ *Tamtéž*, str. 50-51.

o vůdcích a těch, kteří se za vůdce nepokládají. Soubor dat je tak tvořen pouze dvěma statistickými skupinami: lidmi, kteří o sobě prohlásili, že jsou těmi, kdo poskytují rady (*advice-givers*), a lidmi, kteří se za takové neoznačili. Proto skutečnost, že názoroví vůdci se více zajímají o volby, nelze vyložit jako důkaz, že vliv směřuje od těch, kteří mají větší zájem, k těm, kteří mají menší zájem. Pokud tento problém vyhrotíme, může to dokonce znamenat, že vůdci se pouze ovlivňují navzájem, zatímco ostatní stojí zcela mimo jakýkoli vliv. Přesto je ale zřejmé, že snaha dovodit, že ostatní následují vůdce, je dosti silná. Ačkoli je pravda, že autoři *The People's Choice* jsou v takových soudech velmi opatrní, přesto se nelze ubránit pokušení.¹³ Z faktu, že názoroví vůdci byli mnohem více vystaveni masovým médiím než ostatní, vyplynula hypotéza o dvoustupňovém komunikačním toku; jednoznačně však platí, že tento názor může být pravdivý pouze, pokud jsou ostatní současně stoupenci (*followers*) vůdců.

Sami autoři studie poukazují na to, že mnohem lepší metoda by měla „zjišťovat, na koho se lidé obracejí s žádostí o radu v konkrétních případech, a pak by měla zkoumat a vyhledávat vztahy mezi rádci a těmi, kdo rady přijímají (*advisees*). Taková procedura by však byla mimořádně obtížná, pokud vůbec proveditelná, neboť je pravděpodobné, že pouze malé množství na sebe vázaných ‚vůdců‘ a ‚následovníků‘ bude začleněno do jednoho zkoumaného souboru.“¹⁴ Jak hned ukážeme, jedná se pravděpodobně o nejdůležitější problém, který se následující studie rozhodly řešit.

Charakter tří souvisejících studií

Začněme nejprve připomínkou dvou aspektů původní teze o dvoustupňovém toku informací. Především se jednalo o vymezení tří odlišných základních prvků hypotézy: osobního vlivu jako takového, dále průběhu (toku) osobního vlivu a konečně vztahu názorových vůdců a masových médií. Každý z nich již byl prozkoumán. Rovněž jsme se zmínili o charakteru studie *The People's Choice* a obtížích, které se objevují v souvislosti se snahou vyrovnat se se zcela novým problémem, jímž je zahrnutí *obou* partnerů do studia přenášení vlivů.

Nyní se již budeme zabývat pouze pracemi, které na *The People's Choice* navázaly. Nejprve se zmíníme o odlišných způsobech, jimiž tři ze čtyř námi vybraných studií přistoupily k vymezení důvodů, které jejich autory vedly k výzkumu inter-

¹³ Existuje i alternativní postup, který představuje jisté zlepšení. Respondenti mohou být dotázáni, nejen zda poskytli radu (doporučení), ale rovněž zda radu přijali. Tato forma dotazu byla použita ve studii Decatur a Elmira, které jsou citovány dále. Ti, kdo nejsou vůdci, mohou být stejně tak klasifikováni podle toho, zda jsou či nejsou součástí trhu s vlivem, respektive zda jsou či nejsou ‚stoupenci‘.

¹⁴ Lazarsfeld, Berelson a Gaudet, *cit. d.*, str. 49-50.

personálního vlivu.¹⁵ Nejdůležitější a zásadní závěry poté shrneme a zhodnotíme, abychom tak získali aktualizovaný přehled o nahromaděných dokladech, které hypotézu o dvoustupňovém komunikačním toku podporují, nebo jí protičečí.

1. Studie Rovere

Studie byla vypracována v době, kdy volební výzkum z roku 1940 končil. Jedná se tedy o nejstarší ze tří námi vybraných výzkumů, který proběhl v malém městečku v New Jersey. Nejprve bylo 86 respondentů požádáno, aby uvedli jména těch, na něž se obracejí s žádostí o informaci či radu týkající se nejrůznějších záležitostí. V odpovědích se objevily stovky jmen. Ti, kteří byli zmíněni alespoň čtyřikrát, pak byli označeni za názorové vůdce, vyjmutí ze souboru a byl s nimi proveden rozhovor.¹⁶

Tak se dostáváme k základnímu přístupu na úrovni pilotní studie, jímž lze řešit problém, který byl nastolen studií *The People's Choice*. Chceme-li určit vlivné jedince, je třeba začít tím, že se někoho (kohokoli) zeptáme „Kdo vás ovlivňuje?“ a postupujeme tak od osob ovlivněných k těm, kteří jsou označeni za vlivné.

Přesto je třeba zdůraznit dvě odlišnosti mezi touto studií a volební studií z roku 1940. Jednak se liší v koncepci pojmu názorové vůdcovství (*opinion leadership*). Zatímco volební studie pokládá kohokoli, kdo poskytnutím rady ovlivnil by jen jednu osobu (například manžela, který sdělí ženě, koho by měla volit), za názorového vůdce, studie Rovere pokládá za vůdce pouze ty, kteří jsou téměř jistě osobami s mnohem širším vlivem.

Volební studie se, přinejmenším ve svých důsledcích, zajímala o takové otázky, jako je míra interpersonálního vlivu při rozhodování a jeho relativní účinnost ve srovnání s vlivem masových médií. Studie Rovere význam tohoto faktu pokládá za zcela samozřejmý a snaží se nalézt lidi, kteří hrají klíčovou roli v jeho dalším přenosu.

A konečně, posledním důležitým spojovacím článkem *obou* studií je, že užívají vstupních rozhovorů téměř výlučně k tomu, aby vymezily názorové vůdce, a skoro vůbec ne pro to, aby cíleně studovaly *vztahy* mezi vůdci a těmi, kteří jsou jejich stoupenci. Jakmile byli vůdci jednou odhaleni, je následně kladen prvořadý důraz na jejich klasifikaci, na jejich přiřazení k různým typům a na výzkum

¹⁵ Studii Elmira v tomto kontextu ponecháme stranou, neboť svou podobou odpovídá studii o volbách 1940, pokud ovšem nebereme v úvahu důležitou skutečnost, že od každého respondenta zde autoři obdrželi mnohem více informací o volebních preferencích a motivacích lidí z jejich okolí, lidí, s nimiž respondent hovořil apod., než bylo obsaženo ve studii *The People's Choice*.

¹⁶ Merton, *cit. d.*, str. 184-185.

komunikačního chování jednotlivých typů a vzájemné vztahy mezi vůdci. Naopak velmi malá pozornost se věnuje vztahům mezi vůdci a těmi, kteří je za vůdce označili.

2. Studie Decatur

Výzkum probíhal v letech 1945-1946 a snažil se postoupit o krok dále než jeho předchůdci.¹⁷ Shodně s volební studií, avšak na rozdíl od studie Rovere, se tento projekt zaměřil na rozhodování, tedy na specifické případy, kdy je možné rozestat a stanovit účinnost různých vlivů. Naopak, shodně se studií Rovere, využívala studie Decatur interview s osobami, které byly v prvním fázi označeny jako vlivné při formování následných rozhodnutí (v oblasti nákupu, výběru filmových představení či rozhodování v otázkách veřejných zájmů), což nebylo předmětem volební studie z roku 1940. Ve studii Decatur však nebyl kladen hlavní důraz na studium samostatných názorových vůdců, ale (1) na relativní důležitost osobního vlivu a (2) na osoby, které vůdce označily, a na vůdce samotné, tedy na dvojici: toho, kdo radu poskytuje, a toho, kdo se radou řídí.

Díky tomu si studie v ideálním případě dokonce mohla položit otázku, zda názoroví vůdci pocházejí častěji ze stejné sociální vrstvy (třídy) jako jejich následovníci, či zda vliv přichází častěji z vyšších společenských vrstev k nižším. Navíc si bylo možné položit i další otázky: Pocházejí členové této dvojice ze stejné věkové skupiny, jsou stejného pohlaví atd.? Má vůdce na rozdíl od toho, kdo se jeho názorem řídí, větší zájem o určité specifické sféry vlivu? Je častěji vystaven vlivům masových médií?

Stejně tak mohl být východiskem při konstruování dvojice ten, kdo radu přijímá, a od něj se mohlo postupovat k tomu, kdo radu poskytuje. Bylo rovněž možné obrátit směr výzkumu a začít s tím, kdo byl nejprve označen za poradce (*adviser*) a na základě jeho sdělení vyhledat osobu, kterou on sám označil jako toho, koho svým názorem ovlivnil. Studie Decatur se o tento zpětný krok rovněž pokusila. Aby vyhledala osoby, jež sami sebe pokládají za vlivné, použila stejných otázek, kterých užila volební studie. Tito jedinci pak byli požádáni, aby jmenovali osoby, které ovlivnili. Nabalováním (*snowballing*) lidí se vytvořila příležitost nejen ke studiu vzájemných vztahů mezi oběma členy výše vymezené dvojice, ale stejně tak bylo možné studovat, do jaké míry jsou ti, kdo sami sebe označili za vlivné, skutečně za takové pokládáni těmi, které dle vlastního vyjádření ovlivnili. Jdouce touto cestou, domnívali se autoři studie, že se jim

podaří prověřit případnou hodnověrnost této sebeoznačující techniky (*self-designating technique*).¹⁸

Autoři studie *The People's Choice* prohlásili, že „dotazovat se lidí, na koho se obracejí o radu, stejně jako následné prověřování vztahů mezi těmi, kdo radu poskytují, a těmi, kdo jí přijímají..., by bylo velmi obtížné, jestli ne zcela nemožné“. Ve skutečnosti se ukázalo, že získat tyto informace je opravdu nesmírně obtížné. Při práci s respondenty se objevilo mnoho problémů, které vedly k závěru, že nelze z oněch nabalujících se rozhovorů vytvořit celek.¹⁹ V mnoha případech bylo nutné vrátit se při analýze dat ke srovnání vůdců a ostatních a přiznat větší vliv skupinám, v nichž byla vyšší koncentrace sebevymežujícího se vůdcovství (*self-designated leadership*). V principu se ale prokázalo, že tento typ studie, zdůrazňující mezilidské vztahy, je nejen proveditelný, ale jeho prostřednictvím lze získat důležité informace.

Jenže v době, kdy začalo být zjevné, že se tohoto cíle dá dosáhnout, začal se cíl výzkumu měnit. Jako potřebné se začalo jevit studium delších řetězců vlivu (*chains of influence*) oproti pouhému studiu vztahu mezi dvěma jedinci a původní dvojice (dyáda) se začala chápat pouze jako jeden z prvků mnohem propracovaněji strukturované sociální skupiny.

Změny pohledu se postupně stále více prosazovaly, a to z mnoha důvodů. Jednak závěry vyvozené ze studie Decatur – a pozdější studie Elmira – odhalily, že sami názoroví vůdci velmi často připouštěli, že jejich vlastní rozhodnutí byla ovlivněna dalšími lidmi.²⁰ Jevilo se proto jako oprávněné uvažovat ve vztazích typu názoroví vůdci názorových vůdců (*opinion leaders of opinion leaders*).²¹ Ukázalo se rovněž, že ono názorové vůdcovství nemůže být pokládáno za jakýsi charakteristický povahový ‚rys‘ (*trait*), který je některým lidem vlastní a jiným nikoli, byť zmiňovaná volební studie z roku 1940 měla občas tendenci přiklánět se k podobnému názoru. Naopak, jako opodstatněný se jevil fakt, že názorový vůdce má vliv v určitém čase a ve vztahu ke specifickým oblastem. Jeho vliv se může

¹⁸ Dvě třetiny těch, kteří byli označeni za ovlivněné, potvrdily nejen, že k diskusi mezi nimi a danou osobou skutečně došlo, ale osmdesát procent z nich dále potvrdilo, že obdrželi radu. Toto stvrzení však bylo mnohem méně výrazné ve věcech týkajících se veřejných záležitostí než v otázkách spojených s nákupem či oblékáním. *Tamtéž*, str. 149-161 a 353-362.

¹⁹ Částečně to způsobila nemožnost lokalizovat lidi, kteří byli jmenováni, částečně se na tom podílela i neschopnost respondentů blíže určit ty osoby, které je ovlivnily, což se jeví jako pochopitelné například tehdy, pokud se jednalo o napodobování účesu u žen apod. *Tamtéž*, str. 362-363.

²⁰ *Tamtéž*, str. 318; Berelson, Lazarsfeld a McPhee, *cit. d.*, str. 110.

²¹ Ve studii Decatur se tento aspekt na jednom místě skutečně zkoumá. Blíže viz Katz a Lazarsfeld, *cit. d.*, str. 283-287.

¹⁷ Katz a Lazarsfeld, *cit. d.*, část 2.

projevit jen díky faktu, že ho ostatní členové skupiny k takovému úkonu vybavili ‚pravomocí‘. Proč jsou určití jedinci vybráni, není vázáno pouze na demografické znaky (sociální status, pohlaví, věk apod.), ale vztahuje se rovněž ke struktuře a hodnotám skupin, do nichž oba – tj. ten, kdo názory formuluje, a ten, kdo je přijímá – patří. Proto lze například porozumět nečekanému nárůstu počtu mladých mužů mezi názorovými vůdci v tradičních skupinách v okamžiku, kdy tyto skupiny musí čelit takovým novým situacím, jako je urbanizace a industrializace, pouze na pozadí starých a nových modelů sociálních vztahů uvnitř dané skupiny a musí uplatnit i znalosti starých a nových modelů postojů této skupiny vůči vnějšímu světu.²² Jasnější formulaci této koncepce urychlilo hlubší studium literatury týkající se výzkumu malých skupin.²³

Ještě jedna skutečnost ovlivnila podobu dalšího směřování nového výzkumného programu. Studie Decatur jasně ukázala, že zatímco v souvislosti s módou (módním stylem) lze hovořit o roli rozličných jednotlivých vlivů na rozhodování jednotlivců, není daný typ výzkumu vhodný pro studium módy jakožto souhrnu těchto vlivů – *módy jakožto procesu šíření vlivu*. Nebrala totiž v úvahu konkrétní obsah rozhodnutí ani faktor času. Rozhodování těch, kteří mění ‚módu‘, jimž se studie Decatur věnovala, mohlo vést ke vzájemnému vyrušení vlivu: zatímco paní X přenesla změnu z módního stylu A do módního stylu B, paní Y mohla přenést změnu z módního stylu B do stylu A. To, co platí o módě, platí i pro ostatní případy šíření názorů: abychom je mohli studovat, je nutné vystopovat jeden konkrétní prvek a sledovat jeho šíření v čase. Spojení zájmu o proces šíření informací se studiem role propracovanějších sociálních komunikačních sítí dalo vzniknout novému výzkumu, který se soustředil (1) na konkrétní prvek, (2) jeho šíření v čase, a to (3) prostřednictvím sociální struktury dané komunity jako celku.

3. Studie o šíření léků

Tato studie vznikla ve snaze určit, jak se lékaři rozhodují, jaké nové léky budou doporučovat svým pacientům. Když se při navrhování podoby studie došlo k tomu, že lze třeba vzít v potaz i možnou úlohu interpersonálního vlivu mezi lékaři navzájem, začalo být najednou jasné, že lékařů je tak málo (sotva jeden až jeden a půl na tisíc obyvatel), že lze docela dobře vést rozhovor se všemi příslušníky lékařského povolání (popřípadě se všemi, jejichž specializace se předmětný

produkt týká). Pak není pochyb, že se ve zkoumaném vzorku objeví všechny dvojice těch, kdo radí, i těch, kdo rady přijímají. Všechny takto zjištěné páry tak bude možné začlenit do širšího sociálního seskupení lékařů, které lze měřit sociometrickými metodami.

Rozhovory s příslušnými specialisty proběhly ve čtyřech městech středozápadu. Vedle otázek týkajících se zázemí, postojů, využívání léků, vlivů, kterým jsou vystaveni a z nichž čerpají své informace apod., byl každý z lékařů dotázán i na jména tří kolegů, s nimiž se společensky nejčastěji stýká, dále na jména tří kolegů, s nimiž nejčastěji probírá své lékařské případy, a nakonec na jména tří kolegů, na něž se obrací s žádostí o informaci a radu.²⁴

Vedle příležitosti zmapovat síť mezilidských vztahů výzkum poskytl rovněž údaje o dalších dvou důležitých faktorech, nutných pro opravdové studium šíření: prvním je nutnost věnovat pozornost specifické jednotlivosti v procesu, kdy je přijímána, druhým je záznam jejího rozšiřování v čase. Tohoto cíle bylo dosaženo provedením údajů získaných z receptů, které byly shromážděny v místních lékárnách ve studovaných městech. Díky tomu bylo možné zjistit, kdy poprvé každý konkrétní lékař předepsal specifický typ nového léku – léku, který se stal oblíbeným a široce užívaným několik měsíců před tím, než vlastní výzkum započal. Každý lékař tak mohl být hodnocen jednak podle toho, jak rychle se rozhodl inovaci přijmout, a jednak v kontextu dalších informací získaných revizí lékařských předpisů.

Ve srovnání s předchozími ranými studiemi poskytla studie o léčích a jejich šíření objektivnější soubor dat týkajících se otázky rozhodování, a to jak ve smyslu psychologickém, tak sociologickém. Především se ukázalo, že ten, kdo činí rozhodnutí, není jediným zdrojem informací, které se jeho rozhodnutí týkají. Použitelná objektivní data lze rovněž získat z receptů. Dále se ukázalo, že roli různých vlivů je možné vymezit nejen na základě rekonstrukce události, kterou provede ten, kdo se rozhodoval, ale i na základě objektivních korelací, z nichž lze vydedukovat údaje o intervencích vztahujících se k předmětnému toku vlivu. Ukázalo se například, že mezi lékaři, kteří přijali nový lék dříve, je daleko víc těch, kteří se účastní výjezdních setkání pořádaných mimo místo jejich působení.

Podobně je možné usuzovat o společenských vztazích ovlivňujících rozhodování lékařů nejen na základě vlastní výpovědi lékaře, ale i na základě údajů získaných ‚z umístění‘ konkrétního lékaře v sítích interpersonálních vztahů, mapovaných sociometrickými otázkami. Sociometrická data tak klasifikují lékaře podle jejich integrace do lékařské komunity či na základě jejich vlivu v komunitě, jenž

²⁴ Viz poznámka č. 6.

²² Viz např. práce Eisenstadt, *cit. d.*, a Glock, *cit. d.*, stejně tak studie Rovere kladla důraz na strukturu sociálních vztahů a hodnot, které jsou vlastní skupině ‚vlivných‘, a zaměřila se i nad různými cestami, jimiž se uplatnění vlivu otevírá různým typům lidí.

²³ Přehled obsažen v práci Katz a Lazarsfeld, *cit. d.*

je měřen četností, s níž se o nich zmiňují kolegové jako o přátelích, partnerech v rozhovoru a konzultantech. Mohou být rovněž klasifikováni podle svého členství v té či oné skupině, respektive ‚škole‘, k čemuž slouží zjištění, kdo se o nich zmiňuje. První metoda umožňuje zjistit, zda vlivnější lékaři přijali či nepřijali daný lék dříve než ti méně vlivní. Druhým typem analýzy lze například zjistit, zda lékaři patřící do stejné podskupiny používají stejné léky stejným způsobem či nikoli, tedy zda mají či nemají stejný přístup k využívání léků. Vzniká tak volnější prostor pro přecházení od údajů získaných na základě vlastní výpovědi lékařů na jedné straně k údajům objektivnějším, přičemž oba soubory dat se týkají jak vlastního rozhodování lékařů, tak vlivu, kterému jsou při svém rozhodování vystaveni.

Je však třeba závěrem připomenout, že základní síť sociálních vztahů, jichž bylo v této studii použito, byly zmapovány dříve, než začal vlastní výzkum šíření nového léku. Tím má být řečeno, že přátelství, konzultace a podobné vztahy se zaznamenávaly nezávisle na jakémkoli konkrétním rozhodnutí, jež lékař učinil. Studie se proto věnuje potenciálnímu významu různých částí těchto sociometrických struktur pro přenos vlivu. Je možné například vymezit ty části struktury, které jsou ‚aktivovány‘ v okamžiku zavádění nového léku, a následně popsat šíření léku prostřednictvím údajů o tom, jak je lék přijímán konkrétními jednotlivci či skupinami v rámci dané komunity. Zatímco studie Decatur mohla pouze doufat, že se jí podaří prověřit konkrétní osobní vztah, který sehrál v daném konkrétním rozhodování důležitou roli, studie věnovaná šíření léků umožňuje včlenit tento osobní vztah do celé sítě *potenciálně* relevantních vztahů, v nichž jsou lékaři pevně zakotveni.

Zjištění studií, které následovaly po *The People's Choice*

Poté, co jsme přiblížili *podobu* studií, které následovaly po zveřejnění výsledků výzkumu *The People's Choice*, je třeba učinit další krok a seznámit se se závěry odpovídajícími hypotéze o dvoustupňovém komunikačním toku. Bude užitečné vrátit se proto ke třem kategoriím, které se objevily v souvislosti s *The People's Choice* a o nichž jsme se již zmínili výše: (1) dopad osobního vlivu; (2) tok osobního vlivu; (3) vztah názorových vůdců a masových médií. Zjištění ze všech tří následných studií, která jsme právě přiblížili, stejně jako závěry formulované v tzv. studii Elmira z roku 1948²⁵ a dalších studiích, budeme prezentovat souhrnně. Při vyhodnocování jednotlivých zjištění je však třeba mít na paměti rysy charakteristické pro každou ze zpracovaných studií.

²⁵ Berelson, Lazarsfeld a McPhee, *cit. d.*

Dopad osobního vlivu

1. *Osobní vliv a vliv masových médií.* Studie z roku 1940 naznačovala, že osobní vliv se promítá do volebního rozhodování více než vliv masových médií, a to zvláště u těch, kteří změnili svůj názor v průběhu volební kampaně. Studie Decatur šla dál a pokusila se prověřit vzájemný poměr dopadu osobního vlivu a masových médií ve třech dalších sférách: při nakupování, v módě a při návštěvě kin. I v ní se podařilo doložit – na základě informací poskytnutých těmi, kdo se rozhodovali, a s využitím zhodnocení relativní účinnosti různých médií, která vstupovala do procesu utváření rozhodnutí –, že osobní vliv se objevoval nejen častěji, ale byl i účinnější než jakékoli z masových médií.²⁶

Je třeba zdůraznit, že studie o využívání léků nepřistupovala k otázce poměrné účinnosti různých zprostředkovatelů informace z pohledu samotných lékařů, kteří by rekonstruovali, co je k předmětnému rozhodnutí dovedlo. Srovnává pouze četnost zmínek o různých *zprostředkovatelích*, přičemž je zřejmé, že kolegové zdaleka nejsou nejčastěji zmiňovaný zdroj. Při zjišťování faktorů, jež ovlivňují, jak brzy či pozdě konkrétní lékař přijal nový lék, však vyplynulo, že nejdůležitějším faktorem ovlivňujícím rychlost přijetí je míra začlenění lékaře do lékařské komunity. Jinými slovy platí, že čím častěji byla konkrétní osoba uváděna kolegy jako přítel či partner v diskusi, tím pravděpodobněji bude daná osoba i inovátorem, jenž podnítl přechod na nový lék. Prokázalo se, že rozsah integrace do komunity je důležitější faktor než všechny ostatní faktory spojené s profesním zázemím lékařů (věk, absolvovaná škola, příjem pacientů) či jakýkoli jiný zdroj vlivu (třeba četba lékařských časopisů).

Podrobnější studium významu integrace pro inovaci přeneslo pozornost na dvě ústřední témata: (1) interpersonální komunikace – lékaři, kteří jsou více zapojeni do života lékařské komunity, a lze je tedy označit za více integrované, jsou mnohem více v kontaktu s novinkami a jdou s dobou; (2) společenská podpora – lékaři, kteří jsou více integrováni, zažívají rovněž větší pocit bezpečí, pokud se mají vystavit riziku spojenému s inovacemi v medicíně.²⁷ Studie o šíření léků tak prokázala, že i při rozhodování o čistě odborných problémech hrají osobní vztahy výraznou roli.

2. *Homogenita názoru v primárních skupinách.* Účinnost mezilidských vztahů

²⁶ Katz a Lazarsfeld, *cit. d.*, str. 169-186.

²⁷ Vztahům mezi sociální integrací a sebevědomím v pracovním procesu se věnuje například práce P. M. Blau (1955), *The Dynamics of Bureaucracy*. Chicago: University of Chicago Press, str. 126-129.

při uplatňování vlivu, jak ji zachycují rozebírané studie, se odráží v homogenitě názorů a jednání primárních skupin. Ze samotné definice primárních skupin vyplývá, že komunikačním prostředkem je zde osobní kontakt. Obě volební studie dokládají vysoký stupeň homogenity politických názorů členů rodin, spolupracovníků a přátel. Výkonnost těchto skupin při potlačování potenciálních odchylek a vracení jejich nositelů zpátky do řady dokládá skutečnost, že mezi voliči, kteří v průběhu kampaně změnili svoje voličské záměry, bylo velké množství těch, kteří na začátku kampaně uvedli, že mají v úmyslu volit jinak než jejich přátelé či rodinní příslušníci.²⁸

Rovněž studie o léčích byla schopna svými zjištěními potvrdit značnou míru homogenity v chování lékařů, u nichž se sociometricky prokázaly vzájemné vztahy. Zjistilo se například, že je-li lékař přivolán k nějaké více matoucí chorobě, má sklon předepsat stejný lék jako jeho sociometricky zjištěný kolega. Stejně tak studie prokázala, že sociometricky spojení lékaři začali předepisovat daný lék přibližně ve stejnou dobu. Tento fenomén homogenity názorů a chování interaktivních jedinců, kteří se dostali do nejistých a nejasných situací, v nichž se musí rozhodovat, je často předmětem zájmu sociologů a sociálních psychologů.²⁹

3. *Různé role médií.* Volební studie z roku 1940 rovněž zkoumala některé důvody, které by mohly vysvětlit, proč je osobní vliv při změně názorů důležitější než masová média: často nebývá motivován nějakým účelem; je pružný (přizpůsobivý); dá se mu důvěřovat. Studie naznačuje, že masová média častěji hrají roli toho, kdo posiluje již existující předpoklady a již přijatá rozhodnutí. Přesto se ukázalo, že oba tyto komunikační prostředky – tedy masová média a osobní styky – si navzájem konkurují v tom smyslu, že přijaté rozhodnutí je *ovlivněno buď* jedním, *nebo* druhým. Ke stejnému závěru se přiklonila i studie Decatur, byť se rovněž pokusila ukázat, že různá média hrají v procesu rozhodování různou roli a v sérii následujících vlivů zaujímají předem dané postavení častěji. Studie o šíření léků propracovala roli prostředníků ještě více a rozlišila média, která poskytují ‚informace‘, a média, která legitimují ‚rozhodnutí‘. Při rozhodování lékařů tak profesní média (kam jsou zahrnuti i kolegové) hrají legitimační roli, zatímco komerční média hrají roli informační.

²⁸ Lazarsfeld, Berelson a Gaudet, *cit. d.*, str. 137-145; Berelson, Lazarsfeld a McPhee, *cit. d.*, str. 94-101, 120-122.

²⁹ Problematice jedinců vystavených nutnosti rozhodovat se a jednat v situaci pro ně nestruturované, jejich snaze vytvořit si adekvátní ‚sociální realitu‘, se věnuje ve své práci E. Durkheim, Kurt Lewin a jeho žák H. S. Sullivan (‚konsenzuální vyhodnocení‘ – *consensual validation*), Sherif, Asch a další.

Tok osobního vlivu

Volební studie z roku 1940 zjistila, že názoroví vůdci nejsou soustředěni do vyšší společenské třídy, nýbrž jsou téměř rovnoměrně rozptýleni v každé sociální skupině a vrstvě. Následné studie se proto snažily prověřit míru pravdivosti tohoto závěru i v jiných oblastech rozhodování než je volební kampaň. Současně se rovněž pokusily zjistit, co odlišuje názorové vůdce od těch, které ovlivňují.

Z probíraného souboru výzkumů je zřejmá jedna věc – s tím, kdo bude ovlivňovat a kdo bude ovlivňovaným, má hodně společného charakter záležitosti, jež je předmětem ovlivňování. Studie Rovere naznačila, že v rozsáhlé škále rozhodování o veřejných otázkách existuje specifická skupina osob, které mají rozhodující vliv v ‚lokálních‘ záležitostech, a jiná, jejíž členové jsou pokládáni za vlivné v záležitostech ‚kosmopolitních‘.³⁰ Studie Decatur naznačuje, že kupříkladu v otázkách nakupování jsou názoroví vůdci koncentrováni mezi staršími ženami majícími velké rodiny, zatímco v módních záležitostech a při výběru filmů to jsou mladé, svobodné dívky, kdo má výrazně vyšší šanci, že se na něj budou obracet s žádostí o radu. Navíc se prokázalo, že k určitému přesahu ve vůdcovství dochází jen ve velmi omezeném počtu případů: jedinec, který je v určité věci pokládán za názorového vůdce, jím jen velmi zřídka bývá i v jiné, nesouvisející záležitosti.³¹

A přece, i když je mezi členy určité skupiny – jak tomu bylo při studiu nákupního chování ve studii Decatur – výrazná koncentrace vůdcovství, výsledky stejně naznačují, že lidé ze všeho nejvíce mluví s těmi, kteří jsou jako oni. Takže vůdci ve věci nakupování z řad starších manželek s početnými ‚rodinami‘ ovlivňují i jiné typy žen, ale nejvíce je jejich vliv zaměřen na stejně staré ženy se stejně velkými rodinami. Ani v souvislosti s nákupy, s módou, ba ani při výběru filmů se neprokázala výraznější koncentrace vlivných jedinců v některé ze tří sociálně-ekonomických rovin. Pouze při rozhodování o veřejných záležitostech byla koncentrace vůdcovských typů výraznější ve vyšší společenské vrstvě a bylo možné alespoň do jisté míry prokázat i jistý tok vlivu směrem k nižším společenským vrstvám. Rovněž studie Elmira prokázala stejnou koncentraci názorových vůdců ve všech sociálněekonomických i profesních skupinách a potvrdila, že rozhovory vztahující se k volební kampani probíhají přednostně mezi jednotlivci stejného věku, zaměstnání, a těmi, kdo sdílejí podobné politické názory.

Co vede ke koncentraci určitého typu názorových vůdců v určitých skupinách?

³⁰ Merton, *cit. d.*, str. 187-188.

³¹ Souhrnný přehled závěrů vyplývajících ze studie Decatur obsahuje práce Katz a Lazarsfeld, *cit. d.*, str. 327-334.

A jestli jsou si ovlivňující a ovlivňovaný tolik podobní – a to podle všeho velmi často jsou –, čím se vlastně od sebe liší (pokud vůbec něčím)? Zdá se, že vliv jako takový souvisí: (1) s *personifikací určitých hodnot* (o koho se jedná); (2) s *kompetencí* (co tato osoba zná); (3) se *strategickým sociálním zakotvením* (koho zná). Sociální zakotvení lze dále dělit na dvě skupiny podle toho, koho daný jedinec zná uvnitř dané skupiny a koho zná ‚venku‘.

Vliv velmi často úspěšně působí, protože ovlivnění se sami chtějí ovlivňujícím v co největší možné míře podobat.³² Skutečnost, že mladé, svobodné dívky mají rozhodující slovo v otázkách módy, je snadno pochopitelná v kultuře, která mládí a mladický vzhled pokládá za nejvyšší hodnoty. Je to příklad vlivu, u něhož nejvíce záleží na otázce ‚o koho se jedná‘.

Neméně důležité je i ‚co dotyčná osoba zná‘.³³ Lze pokládat za přirozené, že starší ženy jsou díky své větší zkušenosti vyhledávány jako poradkyně při nákupech a že specialisté v oblasti interní medicíny – kteří jsou ‚nejvědecktější‘ ze všech praktických lékařů – jsou nejčastěji uváděni ostatními lékaři jako názoroví vůdci. Stejně tak lze pochopit vliv mladých lidí, pokud jde o výběr filmového představení, vezme-li v úvahu jejich větší obeznámenost se světem pohyblivých obrázků. Studie Elmira sice prokázala poněkud vyšší koncentraci názorových vůdců mezi vzdělanějšími jedinci v každé ze *sociálněekonomických skupin*, avšak i ona poukázala na význam kompetence. Vliv ‚kosmopolitů‘ ze studie Rovere lze vysvětlit na základě předpokladu, že se jedná o jedince disponující větším množstvím informací.

Přesto nestačí, aby jedinec byl pouze osobou, kterou chtějí ostatní napodobit, nebo aby byl pouze kompetentní. Je třeba být rovněž přijatelný. Studie Decatur odhalila jako důležitý znak společenskost (*gregariousness*), tedy ono ‚koho člověk zná‘, která je vlastní všem typům vůdcovství. Poznatky ze studie Rovere ukázaly, že vůdci s ‚místním‘ vlivem jsou umístěni ve středu sítě mezilidských kontaktů. Podobně i studie zaměřené na to, jak kolují pověsti, prokázaly, že ti, kdo se na šeptandě aktivně podílejí, jsou ‚společensky aktivní jedinci‘.³⁴

Důležitost faktoru ‚koho člověk zná‘ není pochopitelně založena na prostém počtu lidí, s nimiž je daný názorový vůdce v kontaktu. Záleží i na tom, zda je ve styku s lidmi, kteří se zajímají právě o tu oblast, v níž je jeho vůdcovství vyhledá-

váno. Je proto zcela zřejmé, že větší zájem názorových vůdců o problém, s nímž spojují svůj vliv, není ve skutečnosti dostatečným vysvětlením jejich vlivu. Zatímco jak volební studie, tak studie Decatur prokázala, že vůdci mají skutečně větší zájem o daný problém, posledně jmenovaná studie rovněž předvedla, že samotný zájem není faktorem determinujícím.³⁵ V otázkách módy například platí, že mladá, svobodná dívka má pravděpodobně mnohem větší vliv na své okolí než stará matrona se stejným zájmem o módu. Důvodem údajně je, že taková dívka zná mnohem více lidí se stejným zaujetím pro věc, kteří se na ní proto obrátí o radu, než ona postarší dáma, byť by její zájem o módu byl srovnatelný. Jinými slovy jednoznačně platí, že být vůdcem vždy vyžaduje dva – vůdce a následovníka.

‚Koho člověk zná‘ však má ještě jeden důležitý aspekt. Jedinec se může stát vlivným nejen proto, že se ostatní členové jeho skupiny na něj obracejí s žádostí o radu, ale i s ohledem na to, koho tento jedinec zná mimo vlastní skupinu.³⁶ Jak studie Elmira, tak Decatur potvrdily, že ve veřejných záležitostech jsou muži názorovými vůdci častěji než ženy, neboť mají větší příležitost dostat se mimo domov a potkávat tak větší množství lidí. Výsledky studie Elmira rovněž naznačily, že názoroví vůdci ve srovnání s ostatními patří do více organizací a častěji znají aktivně působící jedince, kteří se podílejí na činnosti politických stran apod. Stejně tak lékaři, kteří se zasloužili o rychlejší šíření nového léku, se častěji účastnili větších setkání s kolegy mimo své vlastní působišťe, měli větší kontakty i s dalšími místy, často velmi vzdálenými. Zajímavý je rovněž závěr studie věnované inovátorům v zemědělství, kteří se podíleli na prosazování hybridních osiv. Výzkum prokázal, že tyto vůdce lze charakterizovat i relativně vyšší četností jejich cest mimo město.³⁷

Názoroví vůdci a masová média

Třetí aspekt spojený s hypotézou o dvoustupňovém toku komunikace hovoří o tom, že názoroví vůdci jsou ve srovnání s těmi, které ovlivňují, více vystaveni působení masových médií. Studie *The People's Choice* tento předpoklad dokládá poukazem na nakládání s médii (*media behavior*) u vůdců a ne-vůdců.

³² Tento fakt rovněž ilustruje skutečnost, že se vůdci v určitém smyslu jeví jako nejkonformnější členové své vlastní skupiny – bez ohledu na normy a hodnoty, které tato skupina sdílí. Empirické doklady podává studie: C. P. Marshal, A. L. Coleman (1954), *Farmers' Practice Adoption Rates in Relation to Adoption Rates of Leaders. Rural Sociology*, 19, str. 180-183.

³³ Rozlišování mezi tím, ‚co‘ a ‚koho‘ konkrétní jedinec zná, bylo užito Mertonem, *cit. d.*, str. 197.

³⁴ G. W. Allport, L. J. Postman (1943), *The Psychology of Rumor*. New York: Henry Holt, str. 183.

³⁵ Katz a Lazarsfeld, *cit. d.*, str. 249-252.

³⁶ Zajímavé je, že řada prací odhalila, že nejvíce integrovaní jedinci v daných sociálních skupinách jsou rovněž jedinci s nejvýraznějšími kontakty vně dané skupiny. Dalo by se očekávat, že by tyto kontakty měli mít spíše jedinci pohybující se více na okraji skupiny. Blíže viz Blau, *cit. d.*, str. 128.

³⁷ B. Ryan, N. Gross, *Acceptance and Diffusion of Hybrid Seed Corn in Two Iowa Communities*. Ames, Iowa: Iowa State College of Agriculture and Mechanic Arts, Research Bulletin 372, str. 706-707. Souhrnná zpráva otištěna v: B. Ryan, N. Gross (1942), *The Diffusion of Hybrid Seed Corn in Two Iowa Communities. Rural Sociology*, 8, str. 15-24.

Studie Decatur potvrzuje dané zjištění a jde ještě dále. Snaží se studovat i dva další aspekty této myšlenky.³⁸ Vychází z předpokladu, že vůdci uplatňující se v příslušné sféře vlivu (módě, veřejných záležitostech apod.) jsou velmi pravděpodobně vystaveni vlivu těch médií, jež odpovídají příslušné sféře. Studie Rovere tento fakt podporuje zjištěním, že ti, kdo prokázali, že mají vliv v ‚kosmopolitních‘ otázkách, byli většinou čtenáři významných zpravodajských časopisů. Neplatilo to však vůbec pro osoby mající vliv ve sféře ‚lokální‘. Studie Decatur rovněž ukázala, že přinejmenším v oblasti módy jsou vůdci nejen více v kontaktu s masovými médii, ale že jsou jimi současně i více ovlivněni ve svém vlastním rozhodování. V jiných oblastech, jimž byly výzkumy věnovány, se toto zjištění neobjevuje, neboť přes fakt, že jsou názoroví vůdci i v těchto případech vystaveni většímu vlivu médií oproti ostatním, objevuje se udávaný osobní vliv jako nejdůležitější faktor ovlivňující jejich rozhodování. Z toho lze dovodit, že v některých oblastech rozhodování je třeba zpětně vystopovat velmi dlouhý řetězec osobních vlivů, nikoli pouze předpokládanou dyádu, než se projeví skutečně rozhodující vliv masových médií; i když v mnoha okamžicích je možné vysledovat jejich podpůrný vliv. Tento závěr nabídla i studie Elmira, která zjistila, že ačkoli byli vůdci více vystaveni působení médií, rovněž častěji uváděli, že vyhledávali informace a radu u jiných osob.³⁹

Stejně zjištění přinesla i studie o šíření léků. Vlivní lékaři byli s vysokým stupněm pravděpodobnosti také častějšími čtenáři velkého počtu odborných časopisů, které současně – na rozdíl od lékařů s prokazatelně menším vlivem – i vysoce oceňovali. Na druhé straně však stejně často jako jiní lékaři uváděli, že nejbližší kolegové jsou pro ně významným zdrojem informací a rad, pokud měli učinit nějaké konkrétní rozhodnutí.

Studie rovněž ukázala, že lékaři s větším vlivem věnovali větší pozornost nejen lékařským časopisům, ale stejně tak se výrazně zajímali o všechna odborná setkání konaná mimo oblast jejich působení a vyhledávali mnohem více i osobní kontakty. O tomto zjištění jsme se již zmínili v předchozím textu v souvislosti se *strategickým umístěním* názorového vůdce vzhledem ke světu ‚vně‘ jeho skupiny. Zvážíme-li toto zjištění v kontextu úvah o vlivech masových médií, lze dovodit, že větší vystavení názorových vůdců masovým médiím může být pouze zvláštním případem obecnějšího předpokladu, podle něhož názoroví vůdci slouží jako spojnice skupiny, jejímiž jsou členy, s odpovídajícím okolím bez ohledu na to, která média (tedy zprostředkovatelé) se jeví jako vhodná. Toto dosti obecné tvrzení

³⁸ Katz a Lazarsfeld, *cit. d.*, str. 309-320.

³⁹ Berelson, Lazarsfeld a McPhee, *cit. d.*, str. 110.

odhaluje podobné funkce velkých městských deníků pro ty, kteří byli rozhodujícími osobnostmi při šíření módy ve studii Decatur; ve studii Rovere plnily tutéž funkci pro ‚kosmopolitní‘ vlivné jedince významné zpravodajské časopisy; pro lékaře to byla velká odborná setkání; pro farmáře-inovátory v Iowě⁴⁰, stejně jako pro novou generaci mladých názorových vůdců v nerozvinutých oblastech na celém světě⁴¹ hrály stejnou roli kontakty s městem.

Závěry

Přes veškerou odlišnost tvoří tyto výše uvedené výzkumy určitou jednotu ve smyslu kontinuity zkoumání a kumulace ověřených teoretických poznatků. Dámeli dohromady závěry, které se objevily v novějších studiích, a porovnáme-li je s původní, starší hypotézou o dvoustupňovém toku komunikace, vznikne následující obrázek.

Názoroví vůdci a lidé, které ovlivňují, jsou si velmi podobní a je pro ně časté a typické, že patří ke stejným primárním skupinám zahrnujícím rodinu, přátele a spolupracovníky. Ačkoli lze předpokládat, že názoroví vůdci budou mít ve srovnání se svými následovníky výraznější zájem o témata, v nichž se projevuje jejich vliv, je naopak vysoce nepravděpodobné, že zájem ovlivněných bude za zájmem vůdců výrazněji zaostávat. Obě skupiny – tedy vlivní i ovlivnění – si mohou své role v různých oblastech zájmu prohodit. Většina těchto oblastí soustřeďuje pozornost skupin na nějakou část vnějšího světa, s níž má skupina co do činění a je tedy přednostní funkcí názorových vůdců dostat vlastní skupinu do kontaktu s touto relevantní částí prostředí, a to pomocí jakýchkoli vhodných médií. V každém případě ale také platí, že právě vlivní jedinci, ač jsou vystaveni velkému vlivu médií, z velké části nejsou primárně ovlivněni komunikačními médii, nýbrž přece jen jinými lidmi.

Hypotéza o dvoustupňovém komunikačním toku klade tedy zřejmě hlavní důraz na jediný aspekt mezilidských vztahů, a to pojetí mezilidských vztahů jakožto komunikačních kanálů. Z několika studií, jimž byl náš přehled věnován, však vyplývá, že přesně stejné mezilidské vazby ovlivňují tvorbu rozhodování přinejmenším dvěma dalšími způsoby. Kromě toho, že slouží jako základ komunikace, jsou mezilidské vztahy rovněž zdrojem tlaku na přizpůsobení se myšlení a jednání skupiny a současně zdrojem sociální podpory. Působení skupinového tlaku

⁴⁰ Ryan a Gross, *cit. d.*, se rozhodli vysvětlit ‚cesty do města‘ jako známku netradiční orientace, již je ostatně i sama vůle k inovaci. Ve studii o šíření léků sehrály stejnou roli cesty na setkání, cesty do školicích center apod. Posledně jmenované byly rovněž uváděny vlivnými lékaři a lékaři-inovátory jako klíčový zdroj doporučení a rad.

⁴¹ Blíže chystaná publikace Lerner a kol., *cit. d.*

zcela zjevně prokázaly studie věnované homogenitě názorů a jednání voličů i lékařů v podmínkách nejistoty a nejasností. Studie o šíření nových léků potvrdila, že sociální podpora vycházející z faktu, že lékaři jsou integrováni do určité lékařské komunity, jim dává pocit jistoty a umožňuje jim přijmout nový lék. Interpersonální vztahy jsou tak (1) informačními kanály, (2) zdrojem sociálního tlaku, (3) zdrojem sociální podpory. Každá z těchto možností se vztahuje k procesu rozhodování poněkud odlišným způsobem.⁴²

Hlavním metodologickým problémem všech uvedených studií je, jak vzít v potaz a zkoumat interpersonální vztahy a současně zachovat hospodárnost a reprezentativnost, které dovoluje náhodného reprezentativního vzorku. Odpověď lze získat tím, že se od jedinců v daném vzorku žádá, aby určili ty, s nimiž přicházejí do styku (Elmira), nebo lze provádět „nabalující se“ rozhovory s členy dyád ovlivňující-ovlivněný (Decatur), popřípadě je možné uskutečnit rozhovory se všemi členy dané komunity (studie o šíření léků). Další studie, které budou následovat, se pravděpodobně budou pohybovat někde mezi těmito dvěma póly. Pro většinu studií se však jeví jako vhodné vytvořit kolem každého individuálního atomu ve vybraném vzorku větší či menší sociální molekuly.⁴³

⁴² Tyto rozdílné dimenze mezilidských vztahů dokládají rovněž studie, v nichž se můžeme setkat s takzvanými „čistými typy“ každé z těchto dimenzí. Studie šeptandy ukazují rozměr „kanálů“ viz například J. L. Moreno (1953), *Who Shall Survive*. Beacon, New York: Beacon House, str. 440-450. Studie L. Festinger, S. Schachter, K. Back (1950), *Social Pressure in Informal Groups*. New York: Harper and Bros, je dokladem druhé dimenze, a práce Blau, *cit. d.*, str. 126-129, se více věnuje třetí dimenzi, tj. „sociální podpoře“.

⁴³ Různé cesty, jak provádět podobné výzkumy, byly v posledních dvou letech součástí pracovních seminářů o „vztahové analýze“ Centra pro aplikovaný sociální výzkum (Bureau of Applied Social Research). Studie S. M. Lipset, M. A. Trow, J. S. Coleman (1956) pod titulem *Union Democracy*. Glencoe, Ill.: The Free Press, je ukázkou jednoho z možných směrů výzkumu; jiným dobrým příkladem je práce Riley a Rileyová, *cit. d.*

Masová média ve veřejném zájmu: hledání rámce norem pro chování médií*

DENIS McQUAIL

Vzdejme se ‚teorií tisku‘

Účelem tohoto pojednání je posunout diskusi o teorii médií (či tisku) o pár kroků dál za fázi stagnace, v níž se ocitla v polovině tohoto století, kdy se široké pozornosti těšila myšlenka sociální teorie tisku či pro tisk, zvláště v díle Sieberta a jeho spolupracovníků (1956), krácejících ve stopách Americké komise pro svobodu tisku (Hutchins 1947). Seibertova práce byla částečně obhajobou liberálního modelu reformovaného svobodného tisku chovajícího se v moderní demokracii ‚odpovědně‘, ale byla také kodifikací jednotlivých etap dějin tisku (od ‚autoritářské‘ k ‚libertariánské‘) a současně označovala rozdíl mezi západními, svobodnými modely (ať už odpovědnými, nebo ne) a sovětským komunistickým modelem, v němž mají média zřetelně určené funkce ve společnosti, a to funkce propagátora, vzdělávatele, podněcovatele (*mobilizer*).

„Čtyři teorie tisku“ („*Four Theories of the Press*“) jsou často citovány jako výchozí rámec. Autor této stati, ve snaze vzít v potaz další skutečnosti a další modely, dodal další dvě teorie – ‚vývojovou‘ a ‚demokraticko-participační‘ (McQuail 1983). Merrill (1971) již dříve namítl, že ve skutečnosti jsou ve vztahu mezi státem a tiskem jen dva zásadní typy rozdílných teorií, autoritářská nebo libertariánská, což je náhled, který může získat jistou podporu jak od konzervativních kritiků jakýchkoli zásahů do svobody médií, tak od některých kritických teoretiků, kteří zahrnují zavedená (*established*) média, ať státní nebo soukromá, do jedné ‚autoritářské‘ kategorie. Hachten (1981) dodává ke dvěma z původních čtyř koncepcí (ke komunistické a autoritářské) ještě koncepcce ‚revoluční‘, ‚rozvojovou‘ a ‚západní‘. Altschull (1984) říká, že v postatě existují tři modely, tedy ‚tržní‘, ‚marxistický‘ a ‚rozvíjející se‘, jež odpovídají rozdělení na tři ‚světy‘ – první, druhý a třetí. V Altschullově pojetí každý ze systémů – ovšem rozdílným způsobem – zajišťuje, aby média byla odpovědná svým chlebodárcům, a každý má poněkud odlišný náhled na to, co považuje za konstitutivní prvky svobody a odpovědnosti.

* D. McQUAIL (1992), *Mass Media in the Public Interest: Towards a Framework of Norms for Media Performance*. In: J. CURRAN, M. GUREVITCH (eds.), *Mass media and society*. New York: Routledge, str. 68-81. Publikováno s laskavým svolením autora.