

Světónázorová a ideologická výchova „jsou prvním a základním předpokladem vytvoření nové kultury, přeměny každého člověka v uvědomělého tvůrce dějin“ [Leninismus 1974 : 15]. Významnou úlohu ve výchovném procesu hrají sdělovací prostředky, a proto se jim v socialistické společnosti věnuje značná pozornost: „Současné úkoly naléhavě vyžadují dále zvýšit celkovou úroveň a společenskou působivost sdělovacích prostředků“ [15. zasedání ÚV KSČ 1980 : 47].

Sociologický výzkum může nemálo přispět ke zvyšování působivosti masové komunikace, jestliže od pouhého vysvětlování a postulování jevů přikročí k jejich konkrétnímu měření. Vyžaduje to ovšem značné úsilí, k němuž patří také osvojení si vhodných technik. O některých z nich, dosud málo známých, se dále zmiňuji.

V důsledku účtyhodného statistického aparátu a desítek let existence buržoazní sociologie masové komunikace ještě někdy i v marxistické sociologii přezívají neadekvátní představy o úspěších empirického výzkumu na Západě. Nejdříve se proto stručně vyjádřím k základním východiskům a dosaženým výsledkům v této oblasti zkoumání.

1. Rozlišení výzkumných technik

Ambiciózní a předpojatá mladší větev výzkumu, americká teorie masové komunikace, se pokoušela formulovat obecné zákonitosti vlivu informačních toků na recipienta jako procesy „spáčského efektu“, „podléhání skupinovému soudu“ ap. [Hovland 1949; Festinger 1957]. Soustředila se na abstraktně pojímanou sociálně kontrolní funkci masové komunikace. Odhlížela od závislosti účinků působení masových médií na objektivní realitě společnosti, charakteru sociálních rozporů a vztahů k přírodnímu prostředí i od faktu, že odraz v obsazích komunikace se uskutečňuje ve prospěch vládnoucího sociálního subjektu a nemůže tudíž v antagonisticky rozdělené společnosti zásadně reorganizovat tužby, postoje a chování potlačovaných tříd.

Není proto divu, že tato teorie nemohla nic pozoruhodného přinést pro praxi [Braehmer 1980] a že ani neobstála před přísnějším prověřováním faktů: konformující tendence v chování a myšlení se u větších sociálních celků projevy jenom za mimořádných událostí, popřípadě v zájmově okrajových záležitostech anebo u psychicky, eticky labilních a indiferentních menšin [Capon—Hulbert 1973; Guilford 1971].

Marxistická teoretická produkce se problematikou postkomunikačních účinků začala zabývat později než buržoazní sociologie. Organizátorský a integrační efekt masových médií se přitom studuje se zřetelem k narůstající složitosti řízení společenských procesů [Afanasjev 1978], k úkolům stranické a propagandistické práce [Žuravlev 1977, Kuročkin 1977], žurnalistiky [Šumbera 1981] nebo k roli veřejného mínění [Minjuščev 1982; Korobejnikov 1978]. Tyto úlohy masové komunikace souvisejí s podílem masových médií na budování rozvinutého socialismu, do něhož socialistická společnost vstupuje.

Dosud nedorozšířeným problémem je měření účinků masové komunikace na recipienta. Je to zásadní problém: úloh výzkumu, volby odpovídajících technik, jejich

omezení a předností a empiricko-teoretické návaznosti získávaných dat. Bez jeho řešení se pohybujeme jenom na půdě dohadů o konkrétní realitě, popřípadě získáváme spousty informací, jejichž význam nedovedeme správně vysvětlit. Hlavním záměrem tohoto článku je postihnout rozvoj vybraných technik výzkumu vlivu masových komunikačních prostředků na recipienta, metodicky je zhodnotit a zároveň přiblížit tuto relativně málo známou oblast sociologické práce, protože může být užitečná řadě specializovaných oblastí sociologie.

O působivosti a účinnosti masové komunikace lze přitom uvažovat ve dvojm smyslu. Prvý, starší trend chápání a odpovídajícího měření (uplatňovaný v socialistických i kapitalistických zemích) se omezuje na pravděpodobné podmínky, za nichž k postkomunikačním účinkům dojde. Vychází z nesporných faktů, že lidé věnují značnou část svého času sledování tisku, rozhlasu a televize a že tedy bezprostřední účinky — stimulační, estetické, informační či návykové — se za příznivých okolností projevují jako postkomunikační, tj. duchovní a praktické, vstupující do „vědomí a jednání jak velkých sociálních skupin, tak i jednotlivců“ [Kuročkin 1977 : 210]. Efektivnost působení komunikace se tedy chápe jako důsledek přeměny znalostí a postojů v přesvědčení a přesvědčení v čin. Úkoly výzkumu pak souvisejí s udržením, rozšířením nebo diferenciací základny recipientů daného média, což je při neexistenci jiné spolehlivé zpětné vazby a při potřebě dělby práce mezi médii nemálo složité.

Mladší větev studia masově komunikačních účinků se zaměřuje více na vlastní duchovní poselství a organizační dosah masové komunikace. Zdůrazňuje širší ekonomické podmínky účinnosti [Šumbera 1983] i zprostředkující vlivy různých forem společenského a individuálního vědomí a společenských organizací a institucí. Pokouší se tedy postihnout efektivnost masové komunikace mimo oblast bezprostředních účinků (komunikačních účinků v užším slova smyslu): jako postkomunikační vliv. Faktické měření tohoto vlivu je prozatím ve stadiu projektu. Zajímavý je v této souvislosti například projekt měření praktických účinků komunikace: od posunu v ekonomických ukazatelích rozvoje společnosti k rozlišení cílových stavů masových médií, vlivu organizačních opatření až k vyčlenění podílů médií na ekonomickém rozvoji [Kuročkin 1977].(1)

Konkrétní účinky konkrétních sdělení masové komunikace nelze v úplnosti zkoumat: mohou být krátkodobé i dlouhodobé, kumulativní i izolované, bezprostřední i pozdržené atd. [Fischer—Richter 1975]. Proto se měření orientuje buď na subjektivní a objektivní předpoklady účinnosti, nebo na masové a skupinové duchovní a praktické důsledky komunikace, které lze dovodit z celkových stavů společnosti.

Starší výzkumný trend zabývající se měřením subjektivních a objektivních předpokladů účinnosti přinesl řadu specificky komunikačních technik: k analýze a sběru dat o komunikátorovi, sdělení a recipientovi. Některé z nich jsou s to přispět k řešení nových úloh postkomunikační účinnosti a kromě toho se samy ve světle nových poznatků a praktických požadavků modifikují a vyvíjejí. Novější trend naproti tomu nemá dosud pevnější metodickou základnu: v nejlepším případě se váže k výzkumu veřejného mínění a jeho hlavnímu nástroji — výběrovým statistickým postupům a standardizovanému rozhovoru, popřípadě k projektům využití ekonomické a plánovací statistiky a vykazování. Jako by se zároveň distancoval od tradičního komu-

(1) Přes dosud nedořešené metodické problémy představuje tento návrh slibnou perspektivu pro měření. V modelovém, zmenšeném měřítku je zmíněný výzkum proveditelný už v současnosti.

Podobně lze uvažovat o výzkumu a měření další roviny masových účinků komunikace — přesvědčení, světonázorových orientací, praktického smýšlení a stavů veřejného mínění na jedné straně a odpovídající životní situace, potřeb, zájmů recipientů a jejich reflexe v propagandistickém působení masových médií na straně druhé.

nikačního výzkumu a jeho úloh, které v praxi souvisí s udržením, rozšiřováním nebo dělbou základny recipientů.(2)

Výzkumné techniky masové komunikace se přizpůsobovaly praktickým úlohám sociologie v masových médiích a čerpaly z výzkumu veřejného mínění, z dalších sociologických disciplín i z psychologie a žurnalistiky. Vznikaly také samostatně jako specifická odezva na praktické potřeby. Lze je členit na specifické (jako je obsahová analýza nebo některé komunikační experimenty) a obecné (dotazník, standardizovaný rozhovor). Podle zaměření na určitý základní článek komunikace je můžeme rozlišovat v rovině subjektivní (komunikátor a recipient) a objektivní (sdělení a podmínky komunikace). Jiné třídící hledisko může vycházet z významného rozdílu mezi technikami používanými bezprostředně v souvislosti s komunikací nebo v časovém odstupu.

Možná je samozřejmě celá řada dalších třídících hledisek. Zaměříme se však na méně známé techniky sběru konkrétních dat o recipientovi: na *poslechové experimenty* a modifikace obecných technik, jako je *dotaz na věřejší poslech*, *telefonický dotaz na nynější poslech* ap. Přijmeme pak rozlišení, které je důležité právě pro ně.

Specifické a modifikované obecné techniky výzkumu recipienta mají společnou přednost v tom, že se pokoušejí zachytit prchavou realitu působení masových médií „při činu“: spoluúčastní se přirozeně probíhající komunikace nebo ji studují v uměle vyvolané situaci, popřípadě s menším časovým odstupem. Odpovídá to lépe povaze moderních médií a publika než postupy obecných technik: účast na masové komunikaci je spíše souborem rolí diváka, posluchače a čtenáře než pevnou sociální kategorií s vykrytalizovaným míněním, znalostmi a zájmy o veškerých důležitých okolnostech masové komunikace. Jestliže tedy recipientem kteréhokoli média může být v podstatě kdokoli, pak se nutně i stírá vědomí toho, odkud určitý vliv pochází: s výjimkou mimořádných událostí, kdy se zvláště informace vyhledávají, nebo zvláště populárních jevů a osob, o nichž se veřejně diskutuje.

V dalším se budu zabývat hlavně výzkumnými praktikami rozhlasu. Domnívám se, že řada z nich je s větší či menší úpravou použitelná také při výzkumu působivosti jiných médií.

Specifické a modifikované techniky výzkumu recipienta lze rozlišovat:

1. podle velikosti výběru respondentů — na extenzivní a (opakované) intenzivní;
2. podle způsobu výběru — na anketní (samovýběr) a statisticky kontrolované;
3. podle situačních okolností sběru dat — na laboratorní a terénní;
4. podle použitého média záznamů responzí — na písemné a technické;
5. podle charakteru a množství zkoumaných okolností komunikace — na složité a jednoduché, sociologické a sociálně psychologické ap.
6. podle výběru komunikačních stimulů tvořících součást technik — na přehledové, dílčí, obecné a detailní.

Hlavním komponentem těchto technik jsou v současné výzkumné praxi rozhlasu *poslechový deník*, *zvukový dotazník* a *poslechový posudek*. Protože mají zároveň výrazné přednosti před ostatními možnostmi, zaměříme analýzu především na ně a na jejich souvislosti: popis jejich stavby, stručnou historii, výzkumné úlohy,(3) alternativní postupy jejich řešení a celkové výhody a nevýhody.

(2) Domnívám se, že oba trendy nejsou ve skutečnosti od sebe tak vzdáleny, jak se někdy zdá při porovnání produkce teoretických pracovišť a výzkumu v masových médiích [Perknerová 1984]. Už nyní existují spojovací můstky, jak bude patrné dále. K další integraci bude nutná především důkladná prověrka metodického inventáře a pochopitelně i společná snaha nejenom pojmově analyzovat účinnost masových médií, ale hlavně ji také měřit.

(3) Vznikaly postupně v interakci sociologie a praxe a jsou blíže rozvedeny v jiné publikaci [Košťál 1980].

K úplné analýze chybí statistický rozbor uvedených šesti rozlišení. Článek by tím neúměrně narostl a kromě toho by narážel na dosud neřešenou problematiku nevýběrových chyb při cílových šetřeních vázaných na přesný den, prováděných kvótní metodou nebo pravděpodobnostním výběrem u poslechových deníků a terénních poslechových posudků. Spolehlivost všech tří typů technik byla ověřena opakováním šetření na různých souborech a obsahovou analýzou komunikace (konzistencí přisouzených protikladných hodnot). Techniky se tak nevymykají běžné sociologické praxi. Přesto tam, kde je to třeba, zvlášť uvádím některé způsoby ověření spolehlivosti a také reakce respondentů na jednotlivé techniky, aniž bych v tomto převážně informativním článku vstupoval do detailů souvisejících s počty odmítání, ochoty ke kontaktu a situačních okolností sběru dat.

Rozdíly mezi laboratorními a terénními verzemi, písemnou a technickou formou záznamu responzí zmiňuji rovněž spíše z hlediska věcných výhod a nevýhod uvažovaných vzhledem k cíli (úloze) výzkumu.(4)

Výběrové problémy s komunikačními stimuly se v praxi řeší zkoumáním souvislé řady pořadů nebo u zvukového dotazníku kombinací záměrného a náhodného výběru ukázek s cílem dosáhnout určitých proporcí (kvót). Posledně zmíněný postup pochopitelně přináší dosud neřešené statistické problémy. Vzhledem k určitým jedinečným možnostem přesto zvukový dotazník dále doporučuji.

2. Poslechový záznamový deník

Poslechový deník — písemný autozáznam responzí na komunikaci — je svéráznou variantou sociologického dotazníku. V současné době se používají jeho dvě varianty:

- a) jednoduchá, zjišťující v podstatě kromě identifikačních údajů jenom proměnné komunikačního chování a mínění, tj. poslech,(5) soustředěnost, oblibu a ucelenost poslechu pořadů;
- b) složitá, zaměřená na komunikační chování a situačně činnostní okolnosti, tj. s proměnnými poslech, sledování, četba, diváctví, aktivity dne (sdružené a samostatné).

Doplňkem mohou být údaje o dalších situačních okolnostech — materiální vybavenosti, nerušenosti sledování a poslechu ap. Na deník může se zvláštní problematikou těsně navazovat standardizovaný rozhovor.

Jednoduchá varianta je opatřena seznamem pořadů, časovým určením vysílání a označením stanic (s výjimkou zahraničních a slovenských, o nichž recipient provádí záznam sám).

Složitá forma zachycuje aktivity v průběhu dne po půlhodinách (respondent vyplňuje sám) a pro ipřesnění komunikačních aktivit obsahuje také zvláštní kolonky rozlišující vysílající média a stanice.

(4) Zásadní sociologický rozdíl mezi dnešní laboratorní a terénní formou poslechového posudku a zvukového dotazníku (poslechový deník má jenom terénní formu) je rozdílem obvyklé recepční situace a uměle uspořádaného kolektivního poslechu. Kontroly situačních okolností terénních experimentů doložily, že recipienti se chovají — v závislosti na poslouchaném žánru — podobně jak při poslechovém posudku, tak i při poslechovém deníku: věnují se zpravidla nějaké typické souběžné činnosti. Zda má tento rozdíl terénních a laboratorních podmínek zásadní vliv na posouzení pořadů se neprokázalo (resp. jenom při výjimečné aktivaci, např. za festivalových podmínek přehlídky původních her).

(5) V ČSSR se nepoužívá taková varianta poslechového deníku, kterou by se sbíraly jenom údaje o poslechu. Je to dáno tradicí i obvyklou šíří výzkumných záměrů. Poslech sám o sobě kromě toho není vždy spolehlivým ukazatelem toho, že dojde k navázání komunikace, resp. k jejímu navázání v žádoucím směru.

Praha

8. 6. 1984

Pátek

Číslo pořadu	Hodina	Minutáž	Název pořadu	Oblíbenost	Soustředěnost	Rozsah poslechu	Kód
056	16,30	5"	Zprávy				042
057	16,35	40"	Mikroforum				026
058	17,15	15"	Okénko ZUČ				
059	17,30	30"	Lidé a svět				

Poslechový deník je administrován prostřednictvím tazatelské sítě kvótně nebo pravděpodobnostně vybranému reprezentativnímu souboru buď celé populace, nebo zvláštních populačních skupin (mládež, děti, zemědělci ap.). Jako přehledová technika pracuje pochopitelně s co nejjednoduššími charakteristikami poslechu: s dichotomiemi typu soustředěný—nesoustředěný, ucelený—díleči poslech. Složitá verze deníku se dokonce omezuje jenom na sledovanost—nesledovanost intervalu vysílání televizního a rozhlasového okruhu. Pouze oblíba sledování se zaznamenává tradičně školskou pětistupňovou škálou. (6) Hlavní kvantitativní charakteristiky komunikace recipientů jsou vyjádřeny skupinovou metodou: jako průměry a procentuální podíly poslechu, oblíby atd. Data se sbírají kontinuálně opakovaně buď pomocí panelů (trvajících nanejvýš tři dny), nebo na souborech vybraných ad hoc (jeden den).

Poslechový deník byl v ČSR poprvé použit v roce 1947 [Ehrlich: 1947] a s nejvyšší pravděpodobností šlo vůbec o první pokus s touto technikou ve světě. Měl tehdy formu rodinného záznamového archu o poslechu. Do nynější podoby byl dopracován v polovině sedmdesátých let [Košťálová 1974]. Okleštěné verze deníku — například bez seznamu pořadů s důrazem na aktivitu recipienta při vyplňování nebo jenom s vybranými částmi vysílání — se neosvědčily, protože buď příliš podněcovaly k poslechu, nebo naopak vedly k zanedbávání a k neurčitosti záznamů. Odráží to ostatně posun v mentalitě recipientů a ve způsobu komunikace od doby, kdy rozhlas i televize byly novum [Košťál 1984b]. Složitá verze záznamového deníku byla o něco později vyvinuta ve výzkumném oddělení Českého rozhlasu. Opírá se hlavně o postupný záznam aktivit během dne a o podpůrné postižení komunikace jako sdružené nebo samostatné aktivity. Metodické výzkumy s vyhodnocením ochoty respondentů a pečlivosti záznamu doložily, že obě formy poslechového deníku lze v terénu použít [Košťál 1982]. Poslechové a záznamové deníky s různým rozsahem proměnných jsou užívány jak v socialistických, tak i kapitalistických zemích [Media Perspektiven 1979—1984].

Poslechové a záznamové deníky přispívají hlavně k bližšímu poznání recipienta: struktury posluchačů, jejich chování a mínění během komunikace a bezprostředně po jejím skončení. Řeší tedy soubor úloh, které se týkají předpokladů efektivity působení na recipienta: navázání komunikace, její změny v čase pod vlivem kontrolovaných (programových) nebo ostatních okolností.

První úloha, kterou deník zčásti řeší, se týká možnosti recipientů vysílání vyslechnout. Pro slyšitelnost lze stanovit tento vztah:

$$S = \frac{x \text{ skuteč.}}{x \text{ potenc.}} \quad S \in (0; 1), \quad (1)$$

kde x skuteč. je počet zjištěných posluchačů stanice s nerušeným příjmem a x potenc. je počet plánovaných posluchačů.

V praxi se vztah (1) řeší častěji technickým způsobem (pokrytí území signálem stanice). V poslechovém deníku nebo v interview se zjišťují podíly materiální vybavenosti (značka, stáří přijímače, vybavenost anténami) na slyšitelnosti, udávané subjektivně respondenty. Například jako podíl majitelů stereofonních přijímačů na

(6) Školská stupnice se používala také v rozhlasovém výzkumu let 1945—1951. Dnešní výzkum se pokouší o srovnatelnost a používá proto stejnou škálu. Údaje o oblíbě se přitom neshromažďují o pořadech ryze informativního rázu, např. hlášení počasí, vodních stavů.

počtu osob, k nimž směřuje stereofonní signál určité stanice, nebo jako podíl osob s nerušeným příjmem na počtu všech obyvatel daného území.

Další úloha — reálný poslech pořadu, stanice či intervalu vysílání — je už nezastupitelně s deníkem spjata.

$$P_o = \frac{x_i}{x_m} \quad P_o \in (0; 1), \quad (2)$$

kde x_i = počet posluchačů v určité době a x_m = maximální počet, s nímž se porovnává.

Časové řady poslechu vyjadřované v indexových číslech, v procentech populace ap., lze pochopitelně sestavit i z dat získaných jinými technikami: standardizovaným interview nebo audiometry a tastografy, popřípadě telefonickým dotazem. Všechny tyto techniky jsou však méně spolehlivé než deník.

Povšimněme si některých nevýhod alternativních postupů sběru dat. *Standardizované interview* zjišťuje poslech buď jako obecná data — frekvenčními dotazy typu kolikrát za týden, měsíc ap. posloucháte — nebo jako konkrétní data s časovým odstupem od komunikace. V prvním případě údaje spíše odrážejí popularitu pořadu, stanice u veřejnosti a jsou omezeny znalostí respondentů. Podrobnější členění dotazů na poslech denně, 4–6 × týdně atd. je nereálné, protože respondenti nemají důvod si své chování pamatovat: jsou schopni odhadnout denní, pravidelný poslech a odlišit jej od méně častého nebo od skutečnosti, že neposlouchají vůbec. A to pouze na obecnější úrovni rozhlasu vůbec nebo jeho některých stanic.

Z dotazů na konkrétní data je nejznámější *dotaz na veřejší poslech*. Poprvé byl ve světě praktikován v r. 1929 [Chapell—Hooper 1944] a rychle se rozšířil do řady zemí. U nás byl uveden při každodenním výzkumu v letech 1945 až 1947 [Ehrlich 1947]. Dodnes je oporou výzkumu v anglosaských zemích (vedle audiometrů) a zčásti i v některých socialistických zemích. Je v současných podmínkách masové komunikace pro respondenta velmi namáhavý a jenom v některých intervalech vysílání (tzv. exponovaných) poskytuje spolehlivé údaje o poslechu.

Na rozdíl od *dotazu na právě dovršený poslech*, tj. poslechového deníku, nemůže *dotaz na veřejší poslech* přinést data v dostatečné šíři a podrobnosti, tak aby ohrázela skutečné komunikační chování během dne.

Telefonický „dotaz na nynější poslech“ byl zaveden v některých reklamních agenturách v USA v polovině třicátých let [Chapell—Hooper 1944]. Používá se dodnes v některých kapitalistických zemích (Holandsko, USA, Velká Británie), sporadicky se s ním pracuje i v Polsku a koncem šedesátých let byl zčásti zkoušen i u nás. Je omezen na telefonní abonenty a nemá tudíž vždy potřebnou reprezentativitu. Abstrahuje také od situačních okolností poslechu kromě individuálního poslechu doma. Přesto je velmi operativní a zajímavou alternativou k řešení úlohy (2) a jeho zavedení brzdí jenom technické potíže.

Audiometry, tj. technická zařízení zabudovaná do přijímače a registrující jeho zapojení, byly koncem třicátých let zaváděny v anglosaských zemích [Chapell—Hooper 1944; Ehrlich 1947]. Mají tu nevýhodu, že měří jenom dobu zapojení přijímače v síti a nikoli skutečný poslech, který je podstatně časově omezenější. *Tlačítková varianta audiometru*, která byla od roku 1982 plánována v B. B. C. [Henlett 1980], zase narušuje přirozený rytmus poslechu, charakteristický převážně souběžným prováděním dalších aktivit, zejména manuálních.

Některé objektivní okolnosti poslechu lze zkoumat za pomoci složitého záznamového deníku jako funkcei:

$$P_o = f(A_{exi}, A_{inij}, A_{tik}), \quad (3)$$

kde poslech je funkcí počtu osob, provádějících i -tou činnost = A_{exi} po dobu j A_{inij} v k -tý čas dne A_{tik} . Indexy „ ex “ označují extenzitu aktivity, „ in “ jejich intenzitu, čili délku trvání, a „ t “ časové umístění v průběhu dne, počátek aktivity.

Typologie souběžných aktivit a tzv. „výlučného poslechu“ umožňují blíže charakterizovat vysílací schéma rozhlasu, otázky situování pořadů do příhodných intervalů a také blíže osvětluji stimulaci, rekreační a další funkce vysílání. Umožňují také zachytit další situační okolnosti — poslech doma, na cestách na chatě ap., popřípadě při doplnění otázek v záznamovém deníku lze zjišťovat i genezi komunikace (kdo zapnul přijímač a jak se tedy respondent dostal k poslechu).

Alternativní variantou záznamového deníku je na úrovni konkrétních dat pouze

dotaz na věřejší poslech nebo telefonický *dotaz na nyníjší poslech*. Nevýhody obou technik, zmíněné u předešlé úlohy, se zde ovšem ještě více prohlubují.

Masová radiofonizace výrazně oddělila dvě složky poslechu: zapínání přijímače a vědomý nebo bezděčný způsob recepcce. Vstup do komunikačního procesu a jeho dovršení nemusí být dokonce totožný ani u osob používajících tentýž přijímač, takže je například běžné, že jeden recipient přijímač zapne, ale začne poslouchat později než druhý, který je současně v místnosti či v dosahu slyšitelnosti.(7)

Proto je recepcce vysílání další důležitou úlohou:

$$R = \frac{U_i \cdot S_i}{\bar{U} \cdot \bar{S}} \quad R \in (0; \infty), \quad (4)$$

kde U_i je ucelenost poslechu i -tého pořadu, S_i soustředěnost jeho poslechu, vyjádřené v procentech posluchačů, kteří i -tý pořad poslouchali soustředěně a celý; $\bar{U}$ a $\bar{S}$ jsou obdobné průměrné charakteristiky pro daný programový typ, do něhož i -tý pořad patří, např. hry, zprávy. Tuto úlohu lze také pojmut typologicky, kdy východiskem jsou dvě statistické řady údajů o ucelenosti a soustředěnosti, rozdělené podle mediánu na kladná, záporná a neutrální pásma, vzhledem k nimž se i -tý pořad porovnává. Podle stejného principu lze porovnávat recepcce různých programových typů, analyzovat střední hodnoty a testovat odchylky ap. Prověrkou skupinových hodnot pak představují individuální korelace ucelenosti a soustředěnosti, vypočtené za vybrané (dostatečně četné) představitele programových typů: dokládají různou náročnost her, zpráv, hudby ap. na poslech.

Uspokojivé varianty vzhledem k poslechovému deníku prakticky neexistují. Tradiční *dotaz na věřejší poslech* vzhledem k odstupu nemůže ucelenost a soustředěnost postihnout; telefonický *dotaz na nyníjší poslech* zase patřičný odstup nemá. Tastografická varianta audiometru má kromě již zmíněných nevýhod především tu, že nezachycuje bezděčnou pozornost: tu je respondent schopen vyjádřit až po dovršené komunikaci, když posuzuje poslech jednotlivých pořadů. Z povahy psychologických procesů pozornosti přitom vyplývá, že soustředěnost může mít stejně tak záměrnou jako mimovolní základnu, protože charakteristickým rysem lidské pozornosti je tákání, přebíhání od předmětu na předmět, které se dočasně stabilizuje vědomým úsilím nebo vlivem silného vnějšího podnětu bezděčně, tedy neuvědoměle. Nevýhodou *dotazu na právě dovršený poslech* je ovšem fakt, že data o soustředěnosti a ucelenosti jsou čerpána z mínění respondentů, a ne z pozorování věcného stavu. I když mezi míněním a věcným stavem existuje značná souvislost (jak potvrzují některé zahraniční výzkumy), mají soustředěnost a ucelenost v deníkové verzi spíše relativní charakter: charakterizují dobře programové typy navzájem, popřípadě rozdíly mezi recipovaností pořadů. Nejsou zachyceny v přesných časových parametrech.(8)

(7) Mimoposlechové funkce užívání přijímače — např. dekorativní, sociální odrušující — záznamovými deníky zkoumat nelze: zde se uplatní psychologické analýzy nebo klasické sociologické techniky např. zjišťující konzumní chování vzhledem k tržní nabídce přijímačů.

(8) Pořadový, relativní ráz dat soustředěnosti a ucelenosti poslechu, vyjádřený průměrovými nebo percentuálními charakteristikami, umožňuje kombinovat úlohy (3) a (4). Střední hodnoty ucelenosti poslechu a soustředěnosti (průměry a mediány) za více pozorování téhož vysílacího intervalu jsou totiž funkcí životního rytmu, odchodů a příchodů z domova, odpočinku a zaměstnání, popř. dalších aktivit, jak prokázaly opakované analýzy [Referenční 1979—84].

Naproti tomu odchylky od středních hodnot (konkrétní pozorování, směrodatná odchylka od průměru apd.) jsou v rámci příslušného programového typu dokladem stupně pozornosti, který recipienti pořadu věnují. V některých případech jsou maxima a minima hodnot soustředěnosti a ucelenosti funkcí oblíbenosti pořadu, tedy úlohy uváděné dále jako (6), jindy je vztah k oblíbenosti nelineární nebo jde o vztah k jiným kritériím (např. uživatelské informace).

Další, tentokrát kombinovanou úlohu představuje adresnost:

$$A = \frac{x \text{ skuteč.}}{x \text{ adres.}} \quad A \in (0; \infty), \quad (5)$$

kde x skuteč. = počet zjištěných posluchačů pořadu, stanice nebo intervalu vysílání
a x adres. = podíl těch z nich, jimž komunikátor vysílání určil.

Úloha (5) je obměnou úlohy (2) s tím rozdílem, že počet skutečných posluchačů může převyšovat plánovaný počet. (V případě nepřesného záměru komunikátora, vlivem náhodných vnějších okolností apod. index přesáhne hodnotu 1.) Znaky adresáta se zjišťují dotazováním v redakcích, popřípadě také podpůrnými testy (v rozhovoru nebo dotazníkovou formou). Kromě běžných sociálně demografických charakteristik recipientů může jít i o taková vymezení, jako jsou „zájemci o vážnou hudbu“. Proto úlohu (5) označujeme za kombinovanou. Z jejího hlediska lze všechny předchozí a následující výzkumné úlohy korigovat, jde-li o vystižení chování nebo mínění skupiny adresáta a jeho situační okolnosti poslechu — na rozdíl od příležitostných, náhodných anebo přímo neadresovaných okruhů posluchačů a jejich komunikace.

O alternativních variantách zjišťování adresnosti platí v podstatě tytéž výhrady, které byly již zmíněny u ostatních úloh.

Pro působivost vysílání není důležité jenom vědět, zda ke komunikaci mohlo dojít nebo došlo. Směr působení se s velkou pravděpodobností zjistí z toho, jak byl posluchač s obsahem vysílání spokojen. Úloha, která se týká mínění o poslechu, jeho směru a intenzitě, může být vyjádřena jako vztah oblíbenosti:

$$O = \frac{H_i}{\bar{H}} \quad O \in (0; \infty), \quad (6)$$

kde H_i je střední hodnota oblíbenosti konkrétního pořadu na příslušné škále, vyjádřená posluchači pořadu a $\bar{H}$ je střední hodnota oblíbenosti programového typu, čili $\Sigma H_i/n$ kde n = počet pozorování pořadů spadajících do programového typu. Tento vztah může například vyjadřovat poměr oblíbenosti konkrétní hry vůči všem hrám, nebo her vůči zpravodajství ap. Pro analýzu získaných dat se mohou zpracovávat různé průměrové charakteristiky, rozptyly a také statistické řady s příslušnými typologiemi — podobně jako u úlohy (4).

Jednoduchý poslechový deník je nejvhodnější formou sběru dat o celých přirozených vysílacích strukturách, protože zpracovává konkrétní pozorování ve velkém, extenzivním rozsahu a opakováním výzkumu je umožněno zobecňovat závěry o typech a hledat odchylky. Zjistí se tak nejenom obecná popularita pravidelných relací, ale také konkrétní působení (relativně kladné či záporné) jednotlivých vysílání. Obsahová analýza — která může kromě žánrové a tematické kategorizace zachytit i podrobnější aspekty textu nebo scénáře pořadu — se v tomto případě soustředí například na srovnání velmi oblíbených a neoblíbených programů.

Alternativní přístup k oblíbenosti nabízí tradiční *dotaz na věřejší poslech*. Ostatní komunikační techniky, popřípadě interview, nepřipadají u obecných dat v úvahu (mohou např. zjišťovat jenom mínění o programové struktuře, žánrech, typech). Zmíněný dotaz totiž vyžaduje, aby si respondenti vybavili buď název poslouchaného pořadu, nebo alespoň časový interval vysílání a přisoudili mu známku.

Tato úloha je pro respondenta velmi obtížná (mnohem snáze se s odstupem dne vybavuje televizní program, protože bývá předmětem diskusí).⁽⁹⁾

(9) Zatímco mínění o televizních inscenacích, seriálech i mnoha ostatních televizních pořadech je na veřejnosti velmi vykrystalizované, ukázaly mnohaleté výzkumy, že až na výjimky a exponované intervaly vysílání je mínění o rozhlasu spíše všeobecné (konkrétnější je u některých zvláštních populačních skupin — dětí, části důchodců, což znemožňuje, aby si dotazovaní správně a přesně po časovém odstupu vybavili okolnosti své komunikace. Dokládají to mj. také tzv. „lžitesty“, při nichž se respondentům dávají posuzovat fiktivní, neexistující pořady.

Naproti tomu validitu *dotazu na právě dovršený poslech* potvrzují obsahové analýzy posouzených pořadů [Košťál 1984a]: např. hudební pořady na Hvězdě, které

Za zvláštních okolností manipulace s daty poslechového deníku (viz příklad 2) se mohou zkoumat vztahy mezi veřejným míněním a komunikací. Tuto úlohu si lze zobrazit jako žánrovou či tematickou přitažlivost stanice:

$$P_r = f(O_i, M_i), \quad (7)$$

kde O_i je obliba i -tého poslouchaného programového typu, vyjádřená relativně jako postavení v typologii programů (viz 6), a M_i je obliba tohoto typu, zjištěná u veřejnosti a opět typologicky vyjádřená. O_i je produktem zobecnění dat poslechového deníku a M_i porovnáním hodnot z dotazování u veřejnosti, například formou interview.

Přitažlivost se také snadno zjišťuje u konkrétních pořadů, pokud patří k známým a populárním. Postihne se tak však jenom relativně malá část vysílané produkce. Úplnější obraz získáme ze studia programových typů — například hudebních žánrů, zpravodajské tematiky, námětů a rozuzelní rozhlasových her. Výstupy takové analýzy ukazují stav programové nabídky stanice a obecné poptávky populace: jejich soulad, pozitivní či negativní přesah.

Shrme-li dosavadní úvahy, pak poslechový záznamový deník a zčásti i interview v blízké časové návaznosti na komunikaci (telefonický dotaz na nynější poslech a dotaz na včerejší poslech) poskytují značné množství spolehlivých dat k řešení výzkumných úloh účinnosti vysílání. Poslechový deník je přitom vhodnější variantou při výzkumu rozhlasu; umožňuje zachytit širší okolnosti komunikačního chování také pokud jde o ostatní média, včetně tisku.

Validita této techniky byla ověřena návaznou obsahovou analýzou poslouchaných a posouzených pořadů. Reprezentativnost údajů není výrazněji nižší než například u standardizovaného interview. (10)

Poslechový deník je vhodnou technikou ke zjištění nejnutnějších podmínek komunikacních záměrů média: u rozhlasu jde o velikost poslechu, jeho případné posílení, diferenciaci vzhledem ke skupinám obyvatel a k ostatním médiím. V kombinaci s dalšími technikami — obsahovou analýzou, standardizovaným interview — se může při dlouhodobě opakovaném studiu dospět také k vymezení hloubky působivosti obsahového poselství vysílání. (11)

nejdou většinou nijak konkrétně v tisku ani v deníku uvedeny (označení je pouze „hudba“), mají obsahově zcela odlišný charakter u velmi oblíbených a relativně neoblíbených relací.

(10) Přibližně jedna osmina až jedna čtvrtina (při administraci dvou technik zároveň, tj. deníku a interview) výběrového souboru odmítá ze subjektivních nebo objektivních důvodů spolupracovat a je tedy nahrazena „ochotnějšími“ respondenty [Košťál 1981]. Při práci s jednorázovou sítí tazatelů je pochopitelně riziko širšího zkreslení výběru směrem k ochotnějším respondentům nižší; stálá tazatelská síť se proto musí nejen školit a kontrolovat, ale i obměňovat, zvláště když se pracuje kvótní metodou výběru, a nesmí se přetěžovat rozsáhlými tazatelskými úkoly. V uvedených charakteristikách nebyl zjištěn výraznější rozdíl ani mezi jednorázovou a panelovou variantou deníku, pokud se při panelech dodržel limit 3 dnů u dospělé populace a nanejvýš 1 týdne u dětí.

(11) Např. srovnání oblíbeného repertoáru rozhlasových her r. 1950 (poslechový deník) s rozhlasovými hrami, které si respondenti jako oblíbené vybavovali v roce 1980 (standardizovaný rozhovor) doložilo značný podíl shody (repertoár tzv. „zlatého fondu“ — autorů Jirásků, Čapka, Vančury, později i Drdy aj.): u této části respondentů (středního a staršího věku) byl vliv uvedeného repertoáru velmi hluboký a dlouhodobý. V jiných programových oblastech nebyl tak hluboký vliv zjištěn s výjimkou oblasti vážné hudby. Vliv nesporných estetických hodnot ovšem nelze omezovat jenom na působení rozhlasu: analýza spíše přináší údaje o vlivu celkového kulturního kontextu, do něhož rozhlas svým repertoárem před třiceti lety vhodně vstupoval a který působí dodnes. Modifikaci úlohy (7) lze rovněž aplikovat na světónázorové otázky a politické postoje ve vztahu k poslechu našich a zahraničních stanic, kde je interferující proměnnou ekonomicko-politický kontext, tradice apod.

Při všech studiích duchovního účinku médií je poslechový deník vhodným doplňkem k interview a jako kontrolní mechanismus slouží analýza obsahu pořadů příslušného typu. Hlubší příčiny a motivace vlivu duchovního poselství masové komunikace jsou ovšem v interferujících kontextech. Postkomunikační účinnost je tedy zpravidla funkcí sociálně ekonomické a kulturně politické situace respondenta, z níž lze teprve odvozovat programové zájmy a motivy účasti na komunikaci a vzhledem k nim posuzovat dovednost a kvalitu produkce komunikátora, reflektovanou v politických a kulturních postojích veřejnosti.

Příklad stanovení přitažlivosti stanice

Údaje standardizovaného rozhovoru, opakovaného v letech 1981 a 1982, doložily pronikavý vzrůst obliby jediné hudební žánrové stylové oblasti: country [Košťál 1982], a to patrně pod vlivem návštěvy pokrokového zpěváka Johnyho Cashe v Praze v mezidobí našich šetření a příslušné popularizace uvedeného stylu v médiích.

Příklad 1: Mínění české veřejnosti o country)*

	Poslouchám rád	Poslech mi nevadí	Poslech nesnáším	Nevím, nemohu posoudit
listopad 81	34,8	34,0	16,1	15,2
červen 82	43,4	28,7	17,0	10,2

*) Údaje v procentech výběrového souboru populace ČSR, reprezentující obyvatele od 15 let. $N_{81} = 1655$ a $N_{82} = 1054$ osob. Technika standardizovaného rozhovoru, provedeného tazatelskou sítí výzkumného oddělení Českého rozhlasu.

Při srovnávání poslechových reakcí na tuto hudbu vysílanou rozhlasem sice nelze určit podíl rozhlasu na zvýšení popularity, ale v takto extrémním případě se snadno zjistí, zda rozhlasové programy působily relativně kladně, nebo naopak záporně: zda se mínění veřejnosti odrazilo v poslechu a oblibě zmíněného žánru.

Příklad 2. Přitažlivost hudebního programu stanice Hvězda vzhledem k mínění veřejnosti o hudebních žánrech)*

		Mínění veřejnosti		
		+	0	-
Poslechové reakce na Hvězdě	+	country	disco	vokální vážná
	0	dechovka, opereta, pop	rock	opera a árie
	-	folklór, muzikály	šansony	symfonická, komorní, jazz

*) Typologie byla vytvořena nejdříve apriorně srovnáním pozic položek v jednorozměrných statistických řadách poslechu a obliby (obliby, tolerance a intolerance u dat veřejného mínění). Vždy horních a dolních 40 % údajů od mediánu vytvářelo kvalitativní pásmo (záporné nebo kladné). Apriorní typy, vzniklé kombinací pozic v řadách (+++ až ---), byly uspořádány do tabulky podle kritéria obliby. Byly pak sjednoceny výpočtem znaménkového schématu podle vztahu

$$Z_N = (\bar{x}_{ij} - M) : M, \text{ přičemž } M = \sum_i^k \frac{\bar{x}_i}{k} \cdot \sum_j^l \frac{\bar{x}_j}{l} : \sum_{ij}^{kl} \frac{\bar{x}_{ij}}{N},$$

kde $\bar{x}$ = průměr oblíbenosti všech položek daného typu (např. +++ = vysoce oblíbeného, posluhaného a soustředěně sledovaného nebo vysoce oblíbeného s nízkou tolerancí a nízkou intolerancí), i = řádky a j = sloupce tabulky a $\bar{x}_{ij}$ = průměr celkové oblíbenosti všech pozorování. (12) K porovnání s údaji veřejného mínění byly použity dva třídní výběry roku 1982: březnový $N = 1120$ a listopadový $N = 1064$ poslechový deník, administrovaný prostřednictvím sítě tazatelů reprezentativnímu souboru veřejnosti ČSR, staršímu 15ti let.

Relativní porovnání žánrově stylových oblastí hudby z příkladu 2 potvrdilo primární postavení country. Nabídka je ještě na úrovni poptávky v rocku, jazzu, symfonické a vážné hudbě; překračuje ji pozitivně vokální vážnou hudbou a operami, resp. pořady s áriemi, a negativně folklorem, muzikálovou hudbou, operetou, dechovkou a popem.

Údaje z poslechových deníků byly typologicky transformovány, aby se mohly porovnávat s údaji standardizovaného interview. Míňení o poslechu stanice bylo založeno na znalostech vysílaných pořadů, které nelze například standardizovaným interview zajistit: respondent by musel posuzovat cca 9 tisíc vysílacích hodin hudby této stanice za r. 1982. Stanici vyslechne téměř celá veřejnost (i když nerovnoměrně): denně každý druhý, za delší období až osm osob z deseti. Programové typy, konstruované ze středních hodnot příslušných pořadů, zahrnují jak „exponované“ intervaly (kdy poslouchá maximum osob), tak i diferencované pořady (kdy převažuje v menších okruzích posluchačů určitá kategorie — například mládež). Zjišťuje se tak mínění jak zájemců, tak i nezámeců o různé hudební žánry na reprezentativní bázi srovnatelné s výzkumem veřejného mínění.

Pro zpracování úlohy (7), demonstrované příkladem, je samozřejmě možný další postup, při němž by se přihlíželo jenom k zájemcům o příslušné žánry nebo by se podrobněji rozebíral repertoár a interpreti, popřípadě porovnával stav před změnou ve veřejném mínění a po ní.

3. Zvukový dotazník

Zvukový dotazník je vžitý název pro laboratorní nebo terénní formu sběru dat, a to anketní i statisticky kontrolovanou. Na souboru vybraných ukázek, které charakterizují určitou oblast komunikace (například mluvní styly, hudební žánry) posuzují respondenti nepřímou kategorií nebo typ. Při této extenzivní technice se zpravidla sledují proměnné oblíbenosti nebo spokojenosti, popřípadě znalosti. V odborné literatuře se upozorňuje rovněž na možnost intenzivní aplikace této techniky například při výzkumu ucelených hudebních skladeb a jejich chápání respondenty [Příkryl 1982]. V takovém případě jsou zkoumanými proměnnými asociace, slovně či obrazně vyjádřené představy apod.

Příklad části extenzivní verze zvukového dotazníku

Oznámkuj každou ukázkou podle toho, jak na Tebe zapůsobil:

1. Poslouchám rád
2. Poslech mi nevadí
3. Poslech nesnáším
4. Nedokáži říci

Poznamenej zároveň, zda jsi tuto skladbu už někdy slyšel:

1. Určitě ano
2. Spíše ano
3. Nevím, nevzpomínám si
4. Spíše ne
5. Určitě ne

V uvedeném příkladu se ke každé ukázce respondent vyjadřuje písemným záznamem. V laboratorní verzi je možná také tastografická forma záznamu responzí.

Častější formou experimentu je experiment laboratorní, prováděný za přítomnosti výzkumníka, který skupině respondentů předvádí ukázky a zároveň pozoruje atmosféru a reakce přítomných. Na výběr a délku trvání fonotestu se kladou zvláštní důrazy. Ukázky mají být krátké, v souhrnu by reprodukce neměla překročit půl hodiny, protože posuzování je náročné na soustředěnost. Nemají obsahovat příliš známé a populární prvky (odstranění „nimbusu“), pokud není v záměru výzkumu postihnout určitý kontrast nebo aktivovat respondenty: jinak by se kvantitativní rozdíl mezi posouzením položek stíral, i kdybychom použili složitější a rozsáhlejší stupnice

(12) Výsledky analýzy byly též ověřeny metodou LINDA výpočty J. Loučkové z Univerzity Palackého v Olomouci. Typologický postup inspiroval J. Rehák z Ústavu pro filozofii a sociologii ČSAV.

než ve shora uvedeném příkladu. Tzv. „haló efektu“ se čelí tím, že fonotest se předvádí v různém pořadí ukázek více experimentálním skupinám.

Terénní verze techniky předpokládá spolupráci tazatelů, kteří dostávají za úkol podle určitých charakteristik (kvótně nebo pravděpodobnostně) vybrat dotázané. Vybraní respondenti pak musí pořad vyslechnout ze svého přijímače a zhodnotit na výzkumných formuláři. Tazatelé pak dále doplňují některé metodologické údaje o podmínkách experimentu.

Získaná data se zpracovávají buď skupinovou metodou jako střední hodnoty ukázek (ordinální znaky), nebo se po transformacích podrobují vícerozměrným analýzám a zachází se s nimi jako se znaky metrickými [Forschungsabteilung 1978—83]. Výstupy zaměřené na postižení asociací se pochopitelně zpracovávají obsahovou analýzou jako znaky nominální.

Počátky zvukového dotazníku se spojují se jménem českého estetika O. Zicha, další rozvoj s brněnským rozhlasem třicátých let (K. Vetterl) a s pražským rozhlasem počátku šedesátých let [Karbusický — Kasan 1964]. Zvlášť široké uplatnění našel zvukový dotazník v oblasti hudební sociologie a při výzkumech hlasové, zvukové a hudební stránky rozhlasového vysílání.

Zvukový dotazník (fonotest) se dnes užívá v pedagogickém, muzikologickém a sociologickém výzkumu nejenom u nás, ale také v zahraničí, zejména v NDR a NSR. Pomáhá blíže určovat tendence vkusu, chápavosti a představitivosti respondentů. Zachycuje zvlášť dobře mínění o takových aspektech komunikace, které jsou přijímány s menší uvědomělostí, ale zato mohou více působit (např. hudba, hlasy, zvukové kompozice) na city nebo na fantazii. Kromě toho umožňuje podrobněji zjistit, zda a v jakém směru byla komunikace mezi komunikátorem a recipientem navázána: jak se chápe obsah duchovního poselství. Při extenzivní formě zvukového dotazníku, kdy se ukázky „zamaskovávají“ (vybírání se neutrální interpret), se může zjišťovat směr a intenzita působení komunikačního prvku bez ohledu na popularitu zdroje či osoby. Podobný postup je znám také z obsahové analýzy dokumentů [North 1963].

Jedna z úloh, kterou zvukový dotazník řeší, se týká umocňujícího kontextu působivosti obsahu komunikace:

$$H_i = f(H'_1, H'_2 \dots H'_k), \quad (8)$$

kde H_i je hodnocení i -tého prvku komunikace, vyjádřené například ve středních hodnotách přisouzených známek, $H'_1, H'_2 \dots H'_k$ je proměnlivý soubor ostatních prvků hodnocených zároveň s H_i . Podle povahy tohoto souboru nabývá H_i vyšších nebo nižších hodnot.

Alternativní postup k řešení úlohy (8) zčásti nabízí poslechový deník, ovšem s řadou omezení. Například lze orientačně srovnávat umístění určitého písničkového titulu vedle velmi populárních a málo populárních skladeb v tzv. hudebních panelech, které vysílá rozhlas: určit strukturu vzájemných vlivů, které působí vždy na výslednou oblibu respondentů. Respondenti jsou však proměnliví, jak to odpovídá poslechu rozhlasu. Je proto obtížné kontrolovat vliv různé doby poslechu a různé struktury posluchačů na posouzení panelu. Kromě toho zvukový dotazník umožňuje připravit takové kontextové varianty, které se běžně nevysílají.

Další přístup, zmiňovaný v literatuře jako výzkum „vinětami“ při standardizovaném rozhovoru [Alexander 1978], se zaměřuje na textové stránky komunikace. Vinětou se míní určité vnějškové označení obsahu. Například v námětu hry o rozvratu manželství může vystupovat jako původce muž nebo žena, různého věku, určitého zevnějšku apod. Různé varianty původce téhož konfliktu mezi manžely se dají posoudit částem výběrového souboru respondentů a sledují se pak rozdíly v hodnocení námětu.

Rozdíly v mínění recipientů o programové struktuře, stupeň shody mezi některými z nich a také základní prvky této struktury zjišťuje zvukový dotazník s širokou varietou krátkých ukázek:

$$D_i = f(F_1, F_2, \dots, F_n), \quad (9)$$

kde rozdíl ve směru nebo intenzitě posouzení, vyjádřený kontrastem středních hodnot, je funkcí faktorů ($F_1 \dots F_n$), které vysvětlují varianci v posouzení jednotlivých ukázek. Například střední hodnoty posuzování jsou u starších osob, žen příznivější při ukázkách vážné hudby a méně příznivé při ukázkách popu při porovnávání s hodnotami mladších osob a mužů. Kontrolním prostředkem k určení základních sporných prvků programu je faktorová analýza, která sjednocuje přisouzené hodnoty ukázek do faktoru vážné hudby a popu.

Konkrétní data získaná zvukovým dotazníkem se lépe analyzují a zobecňují než obecná data standardizovaného interview, používaného rovněž k řešení úlohy (9). Interview nebo dotazník kromě toho nemohou řešit zvukovou stránku působení komunikace, například otázky mluvních stylů, hlasů nebo sdělnosti zvuků. Při běžném dotazování se také nelze vyhnout určitým nepřesnostem v hodnocení obecných kategorií, protože každý pojem (například hudební žánr a styl) nelze upřesňovat otevřeným dotazem: dotazník nebo interview by tak neúměrně respondenty zatížil.

Zvukový dotazník je zvláštní formou dotazu na právě dovršenou komunikaci. Sběr dat se při něm provádí v ještě těsnější souvislosti s ukázkami komunikace než při poslechovém deníku. Povaha experimentu umožňuje zkoumat některé postoje hlouběji (například bateriemi dotazu za každou ukázkou), popřípadě také opakovaně. Na rozdíl od poslechového deníku se může zvukový dotazník zabývat detailnějšími prvky komunikace, tzn. příspěvky, tituly písniček, mluvními styly a způsoby argumentace. Nejmenší jednotkou analýzy dat poslechových deníků je naproti tomu pořad, který se z takovýchto prvků skládá. Působivost komunikace na respondenty se zjišťuje nezávisle na osobě komunikátora.

Při zvukové, verbálně zvukové a hudební komunikaci má zvukový dotazník nezastupitelnou poznávací roli, jak bylo demonstrováno úlohami (8) a (9). Nevýhodou této techniky je organizační a věcná náročnost přípravy potřebných ukázek a zajištění spolupráce respondentů. Mají-li být data spolehlivá a reprezentativní, je zpravidla zapotřebí fonotest sestavit v různých variantách a předkládat jej k posouzení za ideálních podmínek poslechu (např. laboratorně v rozhlasovém studiu). V praxi se proto zvukový dotazník používá častěji v anketních formách nebo při výzkumu menších populačních skupin: v každém případě v rozsahu neúměrném jeho poznávacím možностям, a to i v hudební sociologii, kde se tato technika vyvinula [Zenkl — Chyba 1982]. Vztahy mezi údaji zvukového dotazníku a ostatních technik dotazování dosud nebyly prozkoumány: proto zde neuvádíme zvláštní příklad jako u poslechového deníku. Přesto lze konstatovat, že přínosem tohoto experimentu je zjišťování podmínek působivosti komunikace, a to zejména z hlediska potenciálních či perspektivních, tvořivých prvků a kontextových souvislostí obsahu.

4. Poslechový posudek

Poslechový posudek je intenzivní experiment laboratorního nebo terénního typu a představuje svéráznou variantu zvukového dotazníku. Provádí se s ucelenou komunikační jednotkou: například s pořadem nebo s jeho relativně samostatnými součástmi (jako jsou scénky v silvestrovském kabaretu ap.). Responze se sbírají tlačítkovým zařízením nebo písemně autozáznamem, a to buď po dovršení komunikace nebo v jejím průběhu (např. hodnocením zvukových scén rozhlasové hry).

Podle způsobu, jak v něm respondenti vyjadřují svůj dojem, má tyto formy: a) souhrnnou, b) strukturovanou podle afektivních kritérií, c) strukturovanou podle kognitivních kritérií, d) zvláštní, založenou na psychologických a pedagogických testech. Kromě toho se poslechový dojem může zachytit i nestandardně volnými otázkami, které se zpracovávají obsahovou analýzou.

Příklad části poslechového posudku se strukturovaným dojmem

Mínění o poslechu hry vysílané dne na stanici

Hra se mi líbila	☐	☐	☐	☐	☐	Hra se mi nelíbila
Neměla náležitý spád	☐	☐	☐	☐	☐	Měla náležitý spád
Hlavní myšlenka vyzněla přesvědčivě	☐	☐	☐	☐	☐	Hlavní myšlenka nevyzněla přesvědčivě

Při souhrnné formě zachycení poslechového dojmu se sleduje jedna nebo několik málo proměnných: obliba, spokojenost, nerušenost dojmu nebo zábavnost. Strukturovaná podoba poslechového dojmu se vyjadřuje více kvalifikátory. Jsou získávány buď přímo od respondentů, nebo z teorie zkoumaného jevu. V prvním případě se vychází z kritérií hodnocení, které by respondenti sami spontánně použili a které mají zpravidla afektivní základ: rozvádějí v určitém smyslu souhrnný poslechový dojem.

V našem příkladu jsou tato kritéria, získaná od respondentů, standardizována a v podobě polárních výroků připojena jako kvalifikátory k symetrické stupnici. Podle instrukce pak respondenti křížkem vyznačují, zda se přiklání k názoru vlevo nebo vpravo, nebo zda se nemohou rozhodnout či považují kvalifikátory za nevhodné (střed). Každá pozice na škále má svou číselnou hodnotu, která se stává základem dalších statistických operací: výpočtu individuálních a skupinových středních hodnot, interkorelací, analýz rozptylu a vícerozměrných analýz.

Další strukturovaná podoba poslechového dojmu má spíše kognitivní základ. Zjišťuje například námětové, prožitkové a estetické asociace a postoje respondentů vůči uměleckému dílu, čili poznávací východiska afektivního posouzení. Zkoumají se přitom proměnné zážitky z vnější podoby osob, postav a prostředí, z prožitku děje a z ozvláštňení nebo harmonizace podle námětu. Údaje se mohou sbírat podobně jako při afektivním posouzení nebo za pomoci lineárních stupnic. Jiný typ teoretických východisek poslechového dojmu může pracovat se světónázorovými kategoriemi — proměnnými ekonomického a politického srovnávání kapitalismu se socialismem, materialistických a idealistických postojů ap.

Zvláštní formy poslechového posudku — například informační testy, zapamatování obsahu, změna mínění v čase pod vlivem komunikace (test—retest) — jsou zpravidla doprovázeny psychologickou analýzou schopností respondentů. Proměnné jsou budovány podle konkrétní povahy obsahu komunikace — například podle postav hry — a podle myšlenek nebo postojů, které může komunikace ovlivnit — například v oblasti názorů na roli násilí při výchově a v mezilidských vztazích, jestliže hra vycházela z takového konfliktu postav. Na rozdíl od předchozích forem poslechového posudku mají informační testy a testy změny postojů v čase zřídka kdy univerzální použití. Standardní strukturovaný dotaz s afektivními a kognitivními kritérii dojmu se naopak může opakovat na pořadech podobného typu.

Poslechové posudky — s výjimkou zvláštních forem — se provádějí jednorázově ad hoc. Výběrový soubor dotázaných se získává postupně a už menší skupiny o 40—50 osobách při kvótním nebo rovnoměrném výběru dokáží spolehlivě diferencovat jednotlivé pořady podle vlastností, které poslechově působí. Výzkum je organizačně mnohem méně náročný než při poslechovém deníku nebo zvukovém dotazníku, který vyžaduje velké soubory dotázaných v podstatě v jednom časovém úseku. Také ochota respondentů zúčastnit se experimentů je mnohem vyšší, zvláště když se provádějí terénní formou: návratnost je až devadesátiprocentní a odmítání spolupráce zanedbatelně malé. Laboratorní forma a zvláštní posudky, pracující s pa-

nely dotázaných, jsou pochopitelně náročnější a setkávají se s menším pochopením respondentů. Proto se zpravidla provádějí se zvláštními skupinami populace — například s tazateli, studenty — a mají méně reprezentativní charakter.

Standardizovaný strukturovaný posudek s typově univerzálním určením byl vyvinut koncem sedmdesátých let ve výzkumném oddělení Českého rozhlasu [Košťál 1978]. Při řešení otázky, zda lze odlišit pořady podle toho, jak na respondenty působí, se zjistilo, že kritéria posouzení se poslechem mění: zejména se snižuje jejich počet. Představy a očekávání vůči pořadům nejsou tolik vykrytalizované a teprve poslechová zkušenost zprostředkuje hodnotící kritéria. Ta odpovídají tomu, co by recipient o poslechu řekl nebo si pomyslel. Standardizovaný a spisovný výraz poslechového dojmu je pak zachycen afektivním strukturovaným posudkem. Kognitivní posudek byl vyvinut o něco později a vychází z kritérií, která posuzovatel v některých případech použije v plné šíři (např. u estetických zážitků), jindy jenom zčásti (např. při sebezaražení do světónázorového typu). Zvláštní posudky spojené s konkrétním posouzením obsahu komunikace a s měřením změny v odpovídajícím mínění mají delší historii, prakticky od poválečných let. Štručně jsme ji uvedli na počátku článku v souvislosti se snahou americké sociologie měřit abstraktní kontrolní funkce komunikace. Pedagogické, informační testy mají ještě delší tradici, o níž dostatečně referuje příslušná odborná literatura.

Nejčastěji se používají (v ČSSR i ve světě) pedagogické testy, jimiž se měří účinnost komunikace na správném zapamatování a reprodukci obsahu a tím zpravidla také určitá způsobilost respondenta. Z ostatních posudků se nejčastěji užívá souhrnný a nestandardní. (13)

S výjimkou nestandardních posudků lze z těchto všech poslechových experimentů získat údaje o směru posouzení (kladném či záporném) a jeho intenzitě (stupni přisouzené kladné či záporné vlastnosti). Opakováním posudku na stejném programovém typu (například armádním vysílání, rozhlasové hře) se řeší úloha podmíněnosti směru a intenzity poslechového dojmu vlastnostmi komunikace:

$$PD = f(V_1, \dots, V_n), \quad (10)$$

kde PD = poslechový dojem, vyjádřený v průměrných znacích vnímaných vlastností konkrétního pořadu odpovídá průměrným známám, přepočteným na celý soubor věcných vlastností všech zkoumaných pořadů ($V_1 \dots V_n$).

Při řešení úlohy (10) se poslechový posudek doplňuje obsahovou analýzou komunikace. Ta určuje věcné vlastnosti — vnější, jako je autorství, režie, záznam a střih, a vnitřní, jako jsou obsazení, zvukové efekty, scenáristické postupy. Věcné vlastnosti vytvářejí teoretickou sumu ΣV_i , z níž komunikátor čerpá.

Většinu věcných vlastností respondent vnímá až v jejich důsledcích, jako určitou kvalitu zážitku: spád děje, přesvědčivost hlavní myšlenky nebo srozumitelnost ap. Tyto vnímané vlastnosti odpovídají věcným vlastnostem, resp. jejich struktury jsou vzájemně závislé. (14)

Zvukový dotazník se zabývá věcnou stránkou dílčím způsobem a bez zřetele k nositelům vnějších vlastností. Proto je posudek vhodnější a komplexnější technikou. Poslechový deník naproti tomu používá jenom souhrnný ukazatel poslechového

(13) Platí to i o příslušných variantách pro hodnocení tisku nebo ostatních médií [Perknerová 1984]. Teoretický (kognitivní) posudek se strukturovanými kritérii užívá také rozhlasový výzkum v NDR; a to jako formu zkoumání subjektivní významnosti komunikace [Briest 1974]. Poslechový dojem je vyjadřován krátkými přívlastky, jako například zajímavý, podstatný, významný. Respondenti jim přisuzují hodnoty na škále. Jiná část výzkumu, sociologicko-lingvistická, se zaměřuje na vymezení podstatných rysů čtenářského dojmu, pokud jde o srozumitelnost a záživnost textů [Langer — Schulz — Tausch 1974]. Standardní strukturované posudky mají patrně společnou inspirační základnu v teorii sdružování prožitků a jejich zastupitelnosti verbálními soudy [Osgood 1957].

(14) Většina věcných vlastností je pro recipienty „skrytá“, což je přirozeně dáno povahou zájmu posluchače. Platí to dokonce i o tak populární oblasti komunikace, jako je dramatická tvorba. Recipienti si zde uvědomují spíše obsazení než režii, častěji námět než autora apod. (Kasalová 1979). Otázky různých modelů rozvoje děje, literárních žánrů, vhodné proporce postav a hlasů, atd. jsou pak téměř výhradně jenom předmětem zájmu odborníků.

díjmu (zvláště v úloze (6) a navíc nemůže prověřovat potřebné množství pořadů stejného typu: snad pouze s výjimkou některých oblastí hudby a zpravodajství, které se ve výběrech často opakují. K tomu by musel být výzkum téměř každodenní. Strukturovaná varianta posouzení v deníku nepřípadá v úvahu, protože by při množství posuzovaných pořadů příliš respondenty zatěžovala.

Alternativní technikou k poslechovému posudku může být v několika málo případech také standardizované interview. Například lze porovnávat vlastnosti her, které si respondenti nejvíce a nejméně vybavovali při dotazu „Jaká hra se vám v uplynulém roce nejvíce líbila?“ ap. Interview však neposlouží v prchavějších oblastech komunikace, jakými jsou převážně ostatní programové typy — zpravodajství, propaganda, zábavné a hudební pořady. Lze je porovnávat na jeho základě jenom globálně, obecně, například co do skladby základních tvůrčích postupů a žánrů, typicky používaných v oblíbeném magazínu a v neoblíbených či méně známých vysíláních.

Nejspolehlivější základnou k řešení úlohy (10) jsou ovšem konkrétní data. Ta by se dala získávat i speciální formou interview — „dotazem na včerejší poslech“, při němž se zpravidla poslouchané pořady také hodnotí. O nevýhodách této techniky byla zmínka již výše. Kromě toho jde o finančně náročnou formu dotazování, protože předpokládá spolupráci tazatelů na smluvní bázi, což by se při každodenním kontinuálním výzkumu značně zkomplikovalo. Proto se ve světě většinou od každodenního výzkumu upustilo.

Nejzajímavější a nezastupitelnou úlohou poslechového posudku souhrnným dojmem v průběhu komunikace je měření působivosti kompozice pořadu:

$$P_K = f(H_{S1}, H_{S2}, \dots, H_{Sn}), \quad (11)$$

kde působivost kompozice (P_K), vyjádřená křivkou vzestupu nebo kolísání oblíbenosti či zájmu o poslech, je funkcí hodnocení jednotlivých zvukových sekvencí ($H_{S1} \dots H_{Sn}$), předkládaných k posouzení respondentům v průběhu poslechu pořadu.

Prozatím jedinou vyzkoušenou formou posudku k řešení této úlohy je laboratorní experiment. Používá se při něm technické formy záznamu responzí (na výzvu světelným znamením respondenti tisknou tlačítka pro hodnocení).

Úlohy (10) a (11) jenom demonstrují možnosti této relativně velmi nové techniky, pro jejíž využití nebyla ještě plně zformulována společenská objednávka. Poslechovým posudkem se v praxi řeší i mezní úlohy se vztahem k (9) a (10): například žánrově tematická, námětová a podobná analýza vybraných částí dlouhých programových bloků, která se provádí porovnáním negativních a pozitivních responzí. (15)

Posudek si zpravidla vyžaduje spíše vytrvalé shromažďování dat v opakovaných výběrech než zvláštní jednorázové organizační nároky. Od 40—50ti členných souborů je podle povahy výzkumného cíle a variability zkoumané komunikace třeba dospět postupně až k velikým souborům o více než 1,5 nebo 2,5 tisíce osob. Rozbor skladby posuzovatelů přitom naznačuje značnou validitu procedury: na rozdíl od běžných jednorázových extenzivních výběrů zde statistická kontrola výběru neodhaluje obvyklé příznaky výběrových a nevýběrových chyb — podzastoupení kategorií dělníků a nižších vzdělanostních skupin populace.

Pokud jde o zvláštní posudky — inspirované naukovými cíli a psychickými stránkami účinků médií — vymykají se předchozím zobecněním. Závisí na interindividuálních rozdílech ve schopnostech a sklonech (paměti, inteligenci, sugestibilitě ap.) spíše než na skupinových a sociálních soudech. Administrují se zpravidla zcela odlišným způsobem a opírají se o panelovou metodu (retesty). Ta má za daných výzkumných cílů, tj. přezkoušení variability mínění nebo znalostí v čase, zjevné potíže

(15) Porovnávají se přitom zároveň hlediska laboratorního posouzení (náročný posluchač) s terénním (běžný posluchač) apod.

s reprezentativitou responzí, zvláště u populací, které na podobné přezkušování nejsou navykly.

Zdroje neúspěchu části buržoazní sociologie při pokusech zvláštními posudky a retesty mínění zjišťovat duchovní účinky komunikace leží zčásti v nevýhodách těchto technik. Samozřejmě chybně byl položen i teoretický důraz: vliv komunikace byl u shora zmiňované, zvláště americké větve výzkumu pojmán jako nezprostředkovaná funkce účasti na komunikaci (přijímání duchovního poselství) nebo jako funkce vynucené účasti na skupinové komunikaci (skupinou vnucený vnější souhlas, měnící se v čase ve vnitřní). Jak přímý, tak i skupinou zprostředkovaný tlak komunikace, však nemohou vést k upevňování názorů či změně v chování, jestliže to zásadně odporuje objektivním životním podmínkám recipienta. V tom je zásadní rozpor teoretických přístupů marxistické a buržoazní sociologie. Proto jsou zvláštní posudky použitelné jenom při kontrole psychických proměnných a v interpretační či další (dosud nenalezené) souvislosti s životní situací recipienta.

Příklad určení mezních vlastností komunikace, které podmiňují poslechový dojem

Při výzkumu problematiky rozhlasových her se analyzovalo čtyřicet dílů rodinného seriálu, který byl zároveň posuzován posluchači. Mezi čtrnácti ukazateli poslechového dojmu a objektivními vlastnostmi scénáře či zvukové realizace se našla řada významných korelací. V následující tabulce uvádím některé z nich:

Vybrané prediktory poslechového dojmu, čerpané ze scénářů 40 dílů rodinného rozhlasového seriálu

Znak scénáře	ukazatel	vztah	Poslechový dojem			
			kladný směr		záporný směr	
1	2	3	hodnota	varianta scénáře	hodnota	varianta scénáře
Počet epizodních postav	nápaditost	0,657	1,32 až 1,44	0—2 postavy	1,5 a výše	3 a více postav
Hlavní postavy podle fabulační abstrakce	oblíba	0,133	1,79	individualizované postavy	2,09 a výše	mluvčí skupiny
Hlavní postavy podle typizace — záporné	myšlenková přesvědčivost	0,771	1,00	dvě záporné postavy	2,17	jedna záporná postava
Hlavní postavy podle typizace — dramatické	nápaditost	0,311	1,75	dvě dramatické postavy	2,10	jedna dramatická postava
	oblíba	0,227	1,86	dvě dramatické postavy	2,20	jedna dramatická postava

Poznámka: Výzkumu se celkem zúčastnilo 1641 respondentů po částech a postupně ve 40 experimentech. 1 = kategorie obsahové analýzy scénáře; 2 = ukazatel poslechového dojmu (například hra byla — nebyla nápaditě zpracována, líbila se mi — nelíbila, hlavní myšlenka vyzněla — nevyzněla velmi přesvědčivě); 3 = hodnota ETA vypočtená mezi ukazateli a kategoriemi obsahu; 4 a 6 = kladné a záporné hodnoty dojmu (v $\bar{x}$ přisouzených bodů na pětistupňové škále); 5 a 7 = varianty scénáře, odpovídající 4 a 6. Kladný a záporný směr posouzení byl určen jednorozměrnou analýzou statistické řady hodnot, protože škálové pozice byly využívány nerovnoměrně (skosení směrem ke kladné straně — vzhledem ke značné popularitě seriálu).

Z tabulky vyplývá, že „řemeslná“ specifika rozhlasové hry vyžadují, aby autor minimalizoval počet epizodních postav; aby budoval hlavní postavy hry individualizovaně a při zavádění záporných schematických postav uváděl do konfliktu alespoň dvě; při zavádění dramatických postav také dvě. Z povahy zkoumaných proměnných scénáře je rovněž patrné, že je nelze přímo dotazováním měřit u recipientů: proto se k nim vztahují vnímané vlastnosti hry, jako nápaditost zpracování, oblíba hry a myšlenková přesvědčivost.

Z použitých tvůrčích postupů ve hře lze zase naopak předvídat budoucí poslechový dojem. Spolehlivost poslechového posudku byla vyzkoušena opakovaným experimentem s hodnoce-

ním téže hry různými skupinami posuzovatelů: pohybuje se mezi 0,01 až 0,3 škálové pozice [Košťál 1984b], jestliže jednotlivé ukazatele vyjadřujeme v průměrných hodnotách. Také ve vztahu k údajům poslechového deníku se u zachycených extrémních typů her zjistily stejné tendence posouzení a tak se doložila spolehlivost poslechového posudku. Vzhledem k rozsahu hodnot lze tedy spolehlivost odhadnout od 90 % výše.

Validita poslechového posudku vycházela z ověřeného předpokladu, že vlastnosti pořadů působí silněji na poslechový dojem než sociální zařazení recipientů a situace experimentu. Takový vztah nemusí platit o všech typech komunikace, a proto je důležitý výběr recipientů a kontrola situačních podmínek, popřípadě statistická transformace údajů.

5. Závěr

Výzkum masové a skupinové komunikace se zabývá ústředním problémem: účinností působení na recipienty. Hlavním cílem, který si klade sama praxe, je tuto účinnost kvantitativně vyjádřit a měřit.

K řešení měřicích úloh je potřeba zvláštních technik sběru a zpracování dat. Popsali jsme jedenáct nejčastějších úloh a zvážili přednosti i nevýhody poslechových experimentů, interview a obsahové analýzy. Přihlíželi jsme přitom ke zvláštnostem auditivní komunikace (rozhlasu) i k možností univerzálnějšího použití specificky rozhlasových výzkumných technik.

Všechny tyto techniky umožňují sbírat údaje o podmínkách účinnosti komunikace, které se týkají udržení, diferenciaci nebo zvýšení základny účastníků komunikace. Výjimečně poskytují také podklady ke zhodnocení některých stránek postkomunikační účinnosti: duchovního poselství a jeho vlivu na recipienty. Na jejich základě se dnes již do značné míry spojuje starší trend výzkumu s mladším, charakterizovaným teoretickým zájmem o účinnost komunikace. K úplnému propojení bude podle mého názoru zapotřebí, aby se přesněji definovaly měřicí úlohy podmínek duchovního vlivu komunikace a našly adekvátní techniky sběru potřebných dat. Inventarizace dosavadních měřicích zkušeností k tomu může nepřímě přispět.

Literatura

- Afanasjev, V. G.: *Sociální informace a řízení společnosti*. Praha, Svoboda 1978.
- Alexander, C. S. — Becker, H. J.: *The use of vignettes in survey research*. The Public Opinion Quarterly 1978, No. 1, s. 93—104.
- Braehmer, U.: *Leitsätze für die Kommunikationspraxis?* Publizistik 1980, Nr. 1.
- Briest, W.: *Zur subjektiven Bedeutsamkeit im Wirkungsprozess der Massenkommunikation. Theorie und Praxis des sozialistischen Journalismus*. Wissenschaftliche Hefte der Sektion Journalistik an der Karl-Marx-Universität Leipzig 1974, Nr. 3, s. 28—35.
- Briest, W.: *Kann Man Verständlichkeit messen?* Zeitschrift für Phonetik, Sprachwissenschaft und Kommunikationsforschung 1974, Nr. 6, s. 543—563.
- Capon, N. — Hulbert, J.: *The sleeper effect — an awakening*. The Public Opinion Quarterly 1973, No. 3, s. 333—358.
- Ehrlich, J.: *Jak se poslouchá rozhlas*. Praha, Svoboda 1947.
- Festinger, L.: *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press 1957.
- Fischer, G. — Richter, P.: *Psychologické problémy rozhlasové práce — psychologické procesy a jejich význam pro novinářskou práci*. Praha, Výzkumné oddělení Českého rozhlasu 1975 (překlad).
- Forschungsabteilung der Rundfunk der DDR, interní materiály rozhlasu NDR z let 1978—1984.
- Guilford, J.: *M.I.T. experiments in conformity*. Massachusetts, M.I.T. Press 1971.
- Henlett, R.: *BBC data*. Geneva, EBU Review 1980, No. 1.
- Hovland, C. I. — Lumsdaine, A. A. — Sheffield, F. D.: *Experiments on mass communication*. Princeton University Press 1949.
- Chapell, M. N. — Hooper, C. E.: *Radio audience measurement*. New York, Stephen Daye Inc. 1944.
- Karbusický, V. — Kasan, J.: *První výsledky*. Hudební rozhledy 1964, č. 9, s. 358.
- Kasalová, H.: *Postoje české veřejnosti k dramatickému umění*. Praha, ÚVK 1979.
- Korobejnikov, V. S.: *Piramida mnění. Obščestvennoje mněníje: priroda i funkci*. Moskva, Molodaja gvardija 1981.

- Koštál, J.: *Hudba na Hvězdě a magazinové hudební pořady r. 1983*. Praha 1984 a (interní materiál Českého rozhlasu).
- Koštál, J.: *K některým omezením standardizovaného rozhovoru*. Sociologický časopis 1981, č. 6, s. 633—648.
- Koštál, J.: *Metodologický výzkum práce tazatele*. Informace VOČR 1983, č. 32.
- Koštál, J.: *Mínění o hudebních žánrech a publicistice vážné hudby v rozhlase*. Informace VOČR 1982, č. 30.
- Koštál, J.: *Poslech rozhlasu dnes a v předtelevizní době: srovnání let 1950—1980*. Sešity novináře 1984b, č. 3.
- Koštál, J.: *Poslechové experimenty s rozhlasovými hrami let 1981—1982*. Informace VOČR 1984c, č. 34.
- Koštál, J.: *Poznámky k výzkumu účinnosti Československého rozhlasu*. Sešity novináře 1980, č. 3, s. 84—98.
- Koštál, J.: *Předběžné analýzy posuzovacích dotazníků*. Informace VOČR 1978, č. 3.
- Koštálová, T.: *Ideový projekt k výzkumu OKV*. Praha, VOČR 1974 (strojopis).
- Kuročkin, P. K. (red.): *Komunistická propaganda — otázky teorie a metodiky*. Praha, Svoboda 1977.
- Langer, I. — Schulz, F. — Tausch, R.: *Verständlichkeit in Schule, Verwaltung, Politik und Wissenschaft*. München — Basel 1974.
- Leninismus a filozofické problémy současnosti*. Praha, Svoboda 1974.
- Media Perspektiven*. Arbeitsgemeinschaft Rundfunkwerbung. Frankfurt 1979—1984 (měsíčník).
- Minjušev, F. I.: *Obščestvennoje mněnie pri socializme kak faktor vospitaniya*. Naučnyj kommunizm 1982, č. 5, s. 74—80.
- North, R. C. — Holsti, O. R. — Zaninovich, M. G. — Zinnes, D. A.: *Content analysis*. Northwestern University Press 1963.
- Osgood, C. — Tanenbaum, P. — Suci, T.: *The measurement of meaning*. Glencoe, Urbana 1957, III.
- Perknerová, J. (red.): *Úloha PMIP při utváření socialistického společenského vědomí*. Sborník z podkladových analýz a výzkumných sond k řešení HÚ VIII-6-10. Praha, ÚTPŽ 1984.
- Příkrýl, V.: *Zvukový dotazník*. In: Zenkl, L. — Chyba, M. (red.): *Hudební sociologie a hudební výchova*. Praha, Česká hudební společnost 1982, s. 139—148.
- Referenční kniha*. Informace VOČR 1980, č. 21; 1981, č. 24; 1983, č. 35. Základní údaje o poslechu většiny pořadů Čs. rozhlasu a ostatních stanic v letech 1979 až 1982.
- Šumbera, Z.: *Role sociálně ekonomických faktorů při zvyšování účinnosti vlivu PMIP na utváření socialistického vědomí lidí*. Praha, ÚTŽP 1983.
- Šumbera, Z.: *Základní otázky efektivnosti PMIP*. Praha, ÚTŽP 1981.
- XV. zasedání ÚV KSČ ve dnech 25. a 26. března 1980*. Praha, Svoboda 1980.
- Zenkl, L. — Chyba, M. — (red.): *Hudební sociologie a hudební výchova*. Praha, Česká hudební společnost 1982.
- Žuravlev, G. T.: *Sociální informace a řízení ideologického procesu*. Praha, Svoboda 1977.

Резюме

Я. Коштал: Некоторые виды техники изучения воздействия массовой коммуникации

Социологическое изучение массовой коммуникации не дало достаточно убедительных результатов, которые вели бы к разработке теории, которая могла бы послужить основой для измерения эффективности воздействия средств массовой коммуникации на получателей информации (реципиентов). Представители более старого направления в исследовании занимаются изучением воздействия в течение коммуникации, прежде всего функции сохранения, расширения или разделения на группы основной массы получателей информации. Представители более молодого направления занимаются посткоммуникативным воздействием, но пока они не умеют измерять духовные и конкретные последствия, как и последствия выступлений, вызванные средствами массовой коммуникации. Марксистская социология рассматривает воздействие средств массовой информации — их интеграционную и организаторскую функции — без отрыва от конкретных социально-экономических условий, в которых осуществляется это воздействие. Поэтому в проектах измерения посткоммуникативного воздействия предусматривается конкретная сторона воздействия и субъективная сторона (потребности, интересы, оценки и мнения).

Обзор более старого направления в изучении массовой коммуникации, внешнего

немалый вклад в методику исследования, позволяет не только уточнять задачи по измерению коммуникативного воздействия, но и найти точки соприкосновения с интересом к посткоммуникативным воздействиям. В связи с этим имеет смысл уделять внимание специфической и модифицируемой технике изучения получателя информации, особенно малоизвестным экспериментам в области прослушивания, дневнику прослушивания, звуковой анкете и оценке прослушивания. Эти виды техники были развиты при изучении воздействия массовой коммуникации на радиослушателей, но их можно модифицировать или видоизменить с целью ознакомления с реципиентами других средств массовой информации.

Общее преимущество специфически коммуникативных видов техники исследований заключается в том, что ответы собираются ими в непосредственной связи времени с коммуникацией — таким образом устраняется негативное влияние памяти и снижается невыкристаллизованность мнения отвечающих о коммуникации.

Дневник прослушиваний (записей) способствует решению задач в области измерений, касающихся слышимости, прослушивания, связи с жизненным ритмом, восприятием, адресностью и популярностью коммуникации. По сравнению с альтернативными видами техники — интервью, вопросом о вчерашнем прослушивании передачи, техническим измерением с помощью аудиометров, дневник прослушиваний имеет то преимущество, что он более всесторонен и, как правило, более конкретен. При решении некоторых задач целесообразным дополнением является заданный по телефону вопрос о прослушивании передаваемой в данный момент радиопередачи.

Дневник прослушиваний, который ведется как интервью сетью лиц, задающих вопросы, имеет обычную возвратность. Случается, что его отвергают на периферии и что, следовательно, мы имеем дело с обычным риском невыбираемых ошибок: примерно одна восьмая часть выборочного комплекта замешается «более любезными» отвечающими (при комбинировании двух видов техники — интервью и дневника прослушиваний — замешается до одной четверти комплекта).

Данные дневника прослушиваний можно распределить по категориям, исходя из отправных моментов, подобных тем критериям, которые являются основой вопроса об общественном мнении. С помощью типологического метода можно сопоставлять мнение общественности об определенных категориях (например, о музыкальных жанрах и стилях) с удовлетворенностью радиослушателей программами такого типа, передаваемыми по радио. При долговременно повторяемом изучении прослушивания и мнений путем комбинирования обоих видов техники можно подойти к определению глубины воздействия жанров и наименований (например, радиопесен), а тем самым отчасти к четкому определению посткоммуникативного воздействия на духовно-эстетическую сферу жизни получателей информации.

Звуковая анкета помогает решению задач по более сильному восприятию контекста коммуникации и в области различий в мнении о программной структуре коммуникации. При звуковой коммуникации она является незаменимым источником информации о реципиентах, особенно если сообщается что-либо необычное, неизвестное, с новым содержанием, или если задача исследований заключается в выяснении направления и интенсивности воздействия содержания, независимо от популярности источника. Удачным дополнением для измерения воздействия текста коммуникации является интервью с наглядным пособием, обозначаемым в литературе как «виньетка». Отношение звуковой анкеты к другим видам техники изучения массовой коммуникации до сих пор систематически не изучалось. Изучение ведется либо лабораторным путем, либо с помощью сети лиц, задающих вопросы, среди радиослушателей (путем прослушивания образцов, передаваемых непосредственно по радио). Риск выбора до сих пор не был еще освещен.

Оценка прослушивания способствует решению задачи по определению совпадения воспринимаемых и конкретных свойств коммуникации и измерению воздействия композиции передачи. Альтернативные виды техники интервью и дневник прослушиваний — могут отразить лишь некоторые области коммуникации, например, часто повторяемое содержание или очень популярный жанр. Надежность оценки прослушивания весьма высокая как при повторении, так и по отношению к другим видам техники. На периферии особенно легко обеспечить лиц, готовых сотрудничать с теми, кто ведет оценку прослушивания, и представительность ответов.

Summary

J. Košťál: Little-known Techniques of Mass-Communications Research

Sociological research into mass communication has failed to supply sufficient convincing theory enabling us to measure the effectiveness of the impact of mass

media upon recipients. The older branch of research is concerned with effectiveness in the course of communication and contributes primarily to the function of maintaining, expanding or dividing the basis of recipients. The younger branch devotes attention to postcommunicative effectiveness but is not yet in a position to measure the spiritual, action or objective consequences of the message conveyed by the media. Marxist sociology does not separate the effectiveness of mass media — their integrative and organizational function — from concrete socio-economic conditions under which it is realized. Therefore, in projects of measuring postcommunicative effects, both the objective aspect of effectiveness and its subjective aspect (needs, interests, orientations and opinions) are reckoned with.

A survey of the methodologically fertile older branch of mass-communication research enables us not only to render the tasks of measuring the effects of communication with more precision but also to reveal the points of contact with the interest in postcommunicative effects. This is why it makes sense to devote attention to specific and modified techniques of the research of the recipient, particularly to little-known experiments with the audience: listener's diary, sound questionnaire and programme judgement. These techniques have been developed in the research of radio listeners but may also be modified for the purposes of obtaining information about recipients of other media, or else analogical procedures may be found in this area.

A common advantage of specific communication-research techniques is the fact that responses are collected in direct time connection with the communication: this eliminates the negative effect of memory and reduces the ambiguousness of the respondent's opinion about the communication.

The listener's (record) diary contributes to the solution of measuring tasks relating to radio coverage, listening rate, relation to the life rhythm, reciprocity, goal-directedness and popularity of the communication. In comparison with alternative techniques (interview, inquiry about yesterday's listening, technical measurement with the aid of audiometers), its advantages include its being more manysided and, as a rule, also objectively more realistic. In some tasks, a telephonic inquiry about what the respondent is listening to now represents an adequate complement.

The listener's diary, administered — like the interview — through the questioners' network, has a current return rate. It also meets with current refusal in the field, and thus with a current risk of nonsample errors: approximately 1/8 of the selected sample is replaced by "more willing" respondents (in the combination of two techniques — interview and diary — up to 1/4 of the sample is replaced).

Data included in the listener's diary may be categorized according to aspects analogical to those that form the basis of public-opinion inquiry. The typological method enables us to compare the opinion of the public on a particular area (e. g. musical genres and styles) with the satisfaction of listeners with programmes of this type transmitted by radio. In following up listening and opinion over a long period of time, the combination of both techniques makes it possible to determine the measure of effectiveness of genres and titles (e. g. broadcast plays), and thus partly to define the postcommunicative effectiveness in the spiritually aesthetic sphere of the recipients' life.

The sound questionnaire helps to solve tasks connected with the enhancing context of communication and with different opinions on the programme structure of the communication. In sound and verbal communication it is an irreplaceable source of information on recipients, particularly if unusual, unknown and new contents are involved, or if the research is aimed at ascertaining the direction and intensity of the influence of the content, irrespective of the popularity of the source. An adequate complement for measuring the effectiveness of the textual part of communication is the interview with an objective aid designated in literature as "label". The relation of the sound questionnaire to other techniques has so far not been systematically examined. It is administered either in the laboratory or with the help of the questioners' network in the field (by listening to examples directly from the wireless). Up to this time, selection risks have not been described.

The listener's judgement contributes to the solution of the task of the agreement between perceived and objective properties of the communication as well as to the measurement of effectiveness of the programme composition. Alternative techniques — interview and listener's diary — are capable of grasping certain areas of communication only: e. g. frequently repeated contents or highly popular areas. The reliability of the listener's opinion both in repetition and in relation to other techniques is high; also the willingness to cooperate and the representativeness of responses can be secured with extraordinary ease in the field version.