

Obsah

Předmluva	7
1. Úvod: Kontexty Lazarsfeldových komunikačních studií	11
1.1. Životní osudy Paula F. Lazarsfelda	11
1.2. Místo komunikačního výzkumu v kontextu Lazarsfeldova díla	18
1.3. Lazarsfeldův příspěvek komunikačním studiím v kontextu teorie a výzkumu masové komunikace	24
2. Lazarsfeldovy první komunikační studie	34
2.1. Počátky spolupráce s rakouským rozhlasem – psychologické experimenty	35
2.2. Výzkum posluchačů rakouského rozhlasu – Lazarsfeldova RAVAG – studie	39
2.3. Časopisy v amerických městech – sekundární analýza agregovaných dat	43
3. Princetonská léta výzkumu rozhlasu	50
3.1. Hledá se ředitel projektu	50
3.2. První výzkumné zprávy	52
3.3. Rádio a tištěná stránka (Radio and the Printed Page)	57
3.3.1. Analýza a utváření posluchačského publika rozhlasu	60
3.3.2. Vzájemné působení rozhlasu a tisku	63
3.4. Výzkum se stěhuje na Kolumbijskou universitu	68
4. Ročenky výzkumu rozhlasu v letech 2. světové války	71
4.1. Rozhlasové vysílání pro specifické skupiny posluchačů	72
4.2. Analýza hudebního vysílání a spolupráce Paula Lazarsfelda s Theodorem Adornem	77
4.3. Rozhlasové vysílání v podmínkách války v demokratické společnosti USA	85

4.4. Výzkum posluchačů rozhlasu ve Velké Británii	89
4.5. Německá rozhlasová propaganda – projekt výzkumu totalitní komunikace	90
4.6. Obsahová analýza „dopoledních seriálů“ (daytime serials) a sociální analýza jejich posluchaček	95
4.7. Výzkumné použití „analyzátoru programu“ a měření jeho reliability a validity	98
5. Dva mimořádné výzkumy Lazarsfeldových spolupracovníků	104
5.1. Invaze z Marsu – studie paniky způsobené rozhlasovým vysíláním . . .	106
5.2. Přesvědčování v masovém měřítku – War Bond Drive	119
6. Reprezentativní výzkumy posluchačů	130
6.1. Posluchačské populace a jejich překrývání	131
6.2. Kritika reklamy a její měření	136
7. Komunikační výzkum je na světě	145
7.1. Kdo neposlouchá „dopolední seriály“ (daytime serials)? Aneb, co poradit rozhlasovým stanicím?	146
7.2. Co znamená pro čtenáře „nemít své noviny“?	152
7.3. Typy osobního vlivu, modely ovlivňování v místní komunitě – studie R. K. Mertona jako příklad nového typu komunikačních studií	157
8. Krédo Lazarsfeldova komunikačního výzkumu a jeho přínos pro sociologii	167
Literatura	173
English Summary and Contents	181
Příloha: dokumenty a fotografie	

1940 is provided. [Radio Research ... 1939] [Progress in ... 1940] A thorough report on the findings and structure of Lazarsfeld's first „media book“, 'Radio and the Printed Page', follows. [Lazarsfeld 1940]

The two next parts of the paper, „Radio Research in the Second World War Years“ and „Two exceptional investigations by Paul Lazarsfeld's colleagues“, deal almost completely with works which were not done by Paul Lazarsfeld, but which have a very important place in the history of media research. They provide a detailed picture of research findings ranging across the whole spectrum of radio audience research. [Lazarsfeld-Stanton 1941] [Lazarsfeld-Stanton 1944] Especially Hadley Cantril's and Robert K. Merton's famous books show the extraordinary influence of broadcasts on radio audiences. The different social attributes of listeners affect their responses to radio broadcasting. [Cantril-Gaudet-Herzog 1940] [Merton-Fiske-Curtis 1946] Some archive materials are presented, which document the significant influence of Paul Lazarsfeld's recommendations, advice and hints on Cantril's „Invasion from Mars“ research work.

Returning to Paul Lazarsfeld's work, the next chapter shows how he and his collaborators carried on representative survey research, testing many of the ideas generated in earlier, largely qualitative explorations. [Lazarsfeld-Fields 1946] [Lazarsfeld-Kendall 1948]

The last part of the paper deals with the final stage of constituting communications research as a complex of many different fields of media examination under the guidance of Lazarsfeld's general idea of an alliance of qualitative and quantitative investigative instruments in the process of accumulation of research findings while repeating and reexamining investigations. [Lazarsfeld-Stanton 1949]

Paul Lazarsfeld has contributed to sociology by starting of the systematic process of institutionalization of empirical social research as a part of academic field. This process has been accomplished together with the establishment of the mass communications research.

Contents:

Preface	7
1. Introduction: Contexts of Paul Lazarsfeld's Communication Studies ...	11
1.1. Paul Lazarsfeld's Life Story	11
1.2. Place of Communication's Research in the Context of Lazarsfeld's Work	18
1.3. Paul Lazarsfeld's Contribution to Communications Studies in Mass Communication Theory and Research Contexts	24
2. Paul Lazarsfeld's First Communications Reports	34
2.1. The Beginnings of the Cooperation with Austrian Radio – Psychological Experiments	35
2.2. ‚Austrian Radio Audience‘ Research – Paul Lazarsfeld's RAVAG Report	39

2.3. Magazines in American Cities – Secondary Analysis of Aggregate Data	43
3. Princeton's Years of Radio Research	50
3.1. Looking for a Project Director	50
3.2. First Research Reports	52
3.3. Radio and the Printed Page	57
3.3.1. „Audiences Building“ and its Analysis	60
3.3.2. Radio and Print: Reciprocal Influences	63
3.4. Research is Moved to Columbia University	68
4. Radio Research Yearbooks in the Second World War Years	71
4.1. Radio Broadcasting for Specific Audiences	72
4.2. Music Broadcasting Analysis and Paul Lazarsfeld's Collaboration with Theodore Adorno	77
4.3. Wartime Radio Broadcasting in America's Democratic Society	85
4.4. Radio Audience Research in Great Britain	89
4.5. German Radio Propaganda – Research Project on Totalitarian Communication	90
4.6. Content Analysis of Daytime Serials and Social Analysis of Female Listeners	95
4.7. Research Applications of Program Analyzer and Measurement of Its Validity and Reliability	98
5. Two Exceptional Investigations by Paul Lazarsfeld's Colleagues	104
5.1. Invasion from Mars – A Study of Panic Created by a Radio Broadcast	106
5.2. Mass Persuasion – War Bond Drive	119
6. Representative Audience Investigations	130
6.1. Radio Audiences and Their Overlapping	131
6.2. Criticism of Advertising and Its Measurement	136
7. Communications Research	145
7.1. Who Doesn't Listen to Daytime Serials? or What to Recommend to Broadcasters?	146
7.2. What „Missing the Newspaper“ Means for the Reader?	152
7.3. Patterns of Influence In a Local Community – R. K. Merton's „Rover Report“ as an Example of the New Type of Communications Studies	157
8. Guidelines of Lazarsfeld's Communications Research and his Contribution to Sociology	167
Bibliography	173
English Summary and Contents	181
Enclosure: Documents and Photos	