

FÁZE VLIVU MASS-MÉDIÍ NA VEŘEJNÉ MÍNĚNÍ

1. Model:

1. popis jednotlivého případu (např. bezdomovectví)
2. média předkládají příběh (interpretují událost)
3. ilustrují příběh jako velký a rozsáhlý problém
4. rozšiřují se ve veřejnosti stereotypy problému (nesprávné představy o hloubce a intenzitě)
5. vznik emocí a paniky
6. růst poptávky po politickém řešení

2. model:

1. Profesionální výzkum (zneužívání dětí v rodině)
2. Masové rozšíření poznatků a informací (popularizace profesionálních poznatků)
3. Růst veřejného zájmu o problém
4. Média udržují veřejný zájem
5. Formování sociálního problému ve veřejnosti
6. Utvoření politického programu pro řešení problému