

ŠÍŘENÍ ZPRÁV: J - KŘIVKA

V šedesátých letech se začínají sociologové zabývat též komparací efektivity šíření informací prostřednictvím **face to face komunikace, resp. komunikace mediální**. Bezprostředním impulsem k uvedeným analýzám byl atentát na Kenedyho v roce 1963. V roce 1964 se objevuje první studie od **Richarda Hilla a Charlese Bonjeana, kteří zjistili, že o atentátu na presidenta v Dallasu se více než polovina dospělé populace dozvěděla ústně od známých či přátel, čtvrtina z televize, šestina z rozhlasu. Greenberg v témže roce zjišťuje stejný poměr.** Současně vytváří typologii **událostí, která vychází z toho do** jaké míry jsou šířeny jednotlivé typy událostí šířeny prostřednictvím osobní komunikace.

V tomto procesu šíření informací můžeme rozlišit čtyři hlavní proměnné:

- 1/ rozsah znalostí, kterými populace disponuje
- 2/ význam dané události
- 3/ množství přenášených informací
- 4/ míra, v níž znalost o dané události pochází prvotně z médií, respektive z osobních kontaktů.

Tyto situační podmínky pak rozdělují události do následujících tří typů:

I. Typ - jde o události, které mají nízkou obecnou významnost, ale jsou velmi významné pro malou skupinu lidí. Takové události nejsou prominentním cílem médií, ale protože informace je důležitá pro **jistou cílovou skupinu** jsou informace selektivně zmiňovány hlavně malými médii a předávány těm, kteří se k nim nedostali v prvním kole prostřednictvím osobního sdělení. Jako příklad můžeme uvést **vyhlášení vítěze v soutěži mladých houslistů pořádané při hudebním festivalu Pražské jaro.**

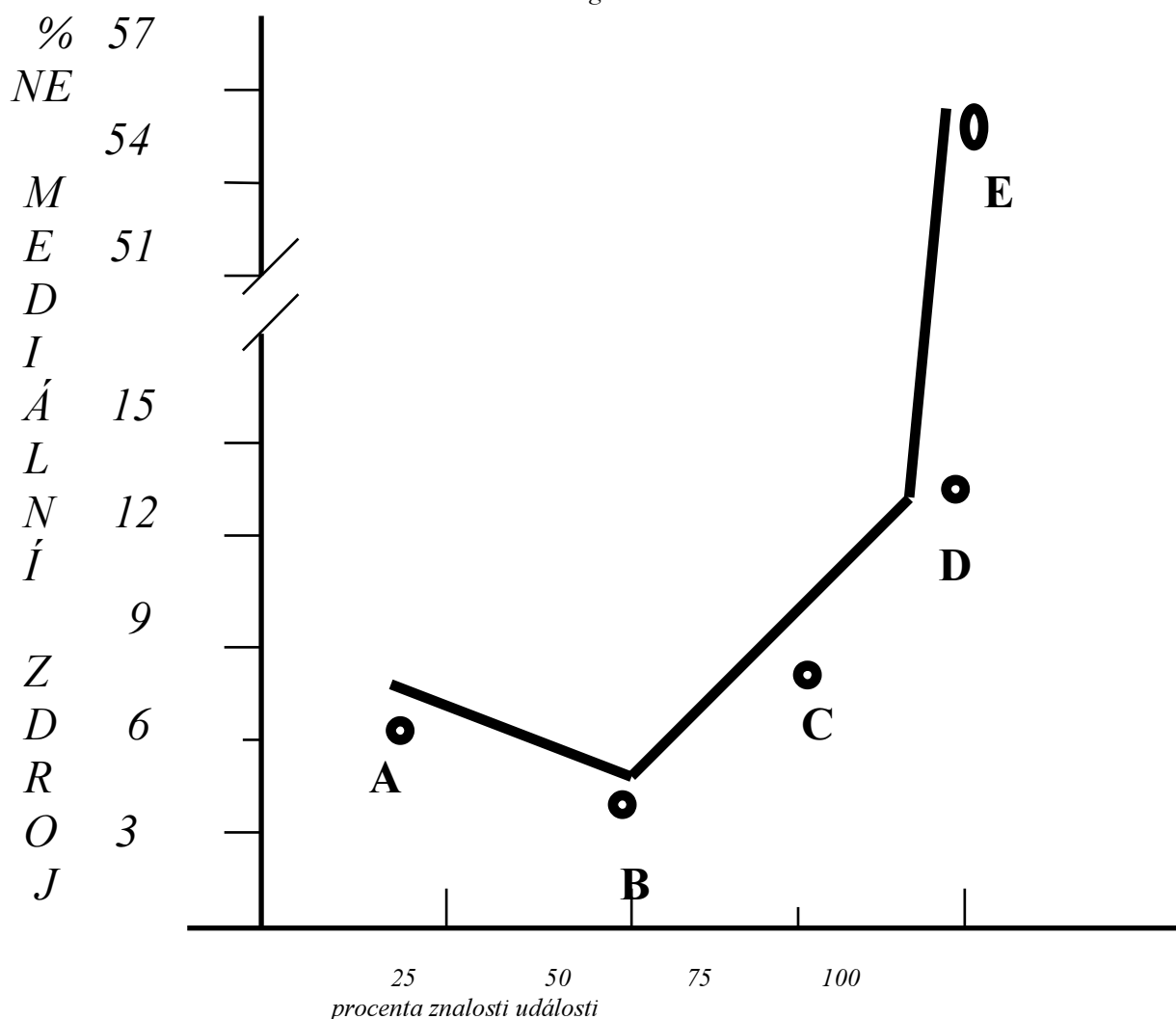
II. Typ - jde o události obecně sdíleného významu - hlavní zprávy dne, které dostaly výraznou podporu ve zpravodajství a jsou sdělovány většině populace. Takové události se nepředávají dominantně personálním stykem, i když se často stávají součástí individuálních diskusí. Například běžné politické půtky či otázky týkající se sociální problematiky (nezaměstnanost, zvyšování cen apod)..

III. Typ - jde o zprávy extrémní důležitosti, vysoké dramatické kvality. Dá se zde předpokládat, že budou významné skoro **pro všechny občany a také dostanou téměř stoprocentní mediální pozornost.** V Greenbergově studii je příkladem tohoto typu **atentát na Kenedyho.** V našem případě by to mohla patřit do této kategorie demonstrace 17. Listopadu 1989 nebo nedávné povodně.

Greenberg prokázal opakovaně, že přes extrémní mediální pozornost stoupá ve vztahu k extrémně dramatickým událostem význam interpersonální komunikace a téma je sdělováno ve vyšší míře osobně. Váha zprávy mobilizuje nejen zájem médií, ale i interpersonální komunikaci.

MODEL ŠÍŘENÍ ZPRÁV: J - KŘIVKA

B.S. Greenberg



J – křivka: Greengerg provedl reprezentativní výzkum, ve kterém zjišťoval jaké typy informačních zdrojů Američané užívali ve vztahu k 18 odlišným událostem, jejichž znalost variovala od 14% do 100% .

Následně pak porovnal kolik procent respondentů znalo konkrétní informaci z mediálního, resp. nemediálního zdroje. Výsledkem je následující křivka:

A / nízká obecná známost zprávy a relativně nevýznamný vliv interpersonální komunikace.

B,C,D/ zpráva obecného významu, interpersonální komunikace zde hraje nejmenší roli

E/ s narůstající dramatickostí zprávy progresivně roste význam interpersonálního přenosu informace.

V této situaci jako by média ztrácela dech. **Greenbergova studie naznačuje, že „když jde do tuhého“ nejsou média tím nejrychlejším tamtamem a nejspíše ani nejkrediblnějším zdrojem informací. Zdá se, že se jedinci ve vypjatých životních situacích vracejí k interpersonální komunikaci jako k jakési antropologické konstantě, jistotě, která vytěsňuje umělý svět médií.**

Je ovšem třeba reflektovat skutečnost, že od šedesátých let se naše závislost na mediích prohloubila a je tudíž otázkou, do jaké míry by uvedená teorie byla platná ještě dnes.