

Tvåstegshypotesens utveckling

bP 505/45



National Library
of Sweden

Mars 1972
Thor Norström

TVÅSTEGSHYPOTESESENS UTVECKLING

Lloyd R. BOSTIAN: The Two-Step Flow Theory:
Cross-Cultural Implications. JOURNALISM QUARTERLY
Spring 1970 ss 109-117.

Twåstegshypotesens ursprung

Den slutsats Lazarsfeld, Berelson och Gaudet¹⁾ drog från sin studie av väljarnas beteende vid ett politiskt val (1940) fick en avgörande betydelse för den fortsatta forskningen kring kommunikationsprocessen. "Ideér går ofta från radio och trycksaker till opinionsledarna och från dem till den mindre aktiva delen av befolkningen". Effekten av massmedier var inte alls så betydande som man tidigare trott.

Twåstegshypotesen var emellertid inte baserad på någon observation av informationsflödet utan en inferens: Man kunde inte upptäcka något ettstegsflöde, däremot en kategori med hög massmedieexponering som samtidigt utövade inflytande på andra.

Katz och Lazarsfeld påpekar likheten mellan begreppen opinionsledare och gatekeeper (Kurt Lewins benämning på en individ eller grupp, som utgör en strategisk länk i kommunikationskanalen). Gatekeepern kan släppa igenom information, eller underlåta att göra så; han kan ha inflytande eller sakna inflytande.

Twåstegsflöde, ettstegsflöde eller flerstegsflöde?

Fortsatt forskning tydde på att informationsflödet inte gick i två steg utan i flera - inflytande och nyheter sprids gradvis genom samhället, via ett flertal kombinationer av mass-

1) Lazarsfeld, P., Berelson, B., & Gaudet, H. (1948)
"The Peoples Choice".

12/12

Mars 1972
Thor Norström

TVÅSTEGSPROCESSENS UTVECKLING

Lloyd R. BOSTIAN: The Two-Step Flow Theory
Gross-Cultural Implications. JOURNALISM QUARTERLY
Spring 1970 ss 109-117.

TVÅSTEGSPROCESSENS UTVECKLING

Den senaste utgåvan av "The Two-Step Flow Theory" av Lloyd R. Bostian, som publicerades i "Journalism Quarterly" (1970), är en avgränsad studie av välfärdens betydelse för den fortsatta forskningen kring kommunikationsprocessen. "Ideen går ut på att radio och tryckskär till opinionsledarna och från dem till den mindre aktiva delen av befolkningen". Effekten av massmedier var inte alla så betydande som man tidigare trott.

TVÅSTEGSPROCESSEN var emellertid inte baserad på någon observation av informationsflödet utan en inferens: Man kunde inte upptäcka något ettstegsflöde, däremot en kategori med hög massmedieexponering som samtidigt utövade inflytande på andra.

Kata och Lazarfeld söker likheter mellan begreppen opinionsledare och katekeiser (Kurt Lewins benämning på en indelad eller grupp, som utgör en strategisk länk i kommunikationskanalen). Katekeiser kan släppa igenom information, eller underlätta att göra så; han kan ha inflytande eller sakna inflytande.

TVÅSTEGSFLÖDE, ettstegsflöde eller flerstegsflöde?
Fortsatt forskning tydde på att informationsflödet inte gick i två steg utan i flera - inflytande och nyheter sprida gradvis genom samhälls-, via ett flertal kombinationer av mass-

medier och mellanpersonliga nätverk. Denna process har belysts i de s k diffusionsstudierna. Frågeställningen har då varit hur kunskapen om en händelse eller innovation sprids. I ett flertal undersökningar har man funnit att de som är opinionsledare också i stor utsträckning är innovatörer. I det första steget (massmedieexponeringen) anammar opinionsledaren innovationen, i det andra försöker han påverka andra att göra detsamma.

I de första studierna gjorde man inga försök att skilja mellan information och påverkan. En sådan distinktion har visat sig vara nödvändig för att tolka olika resultat, som synes motsäga varandra. När det gäller spridningen av stora händelser har diffusionsstudier visat att den personliga kontakten har mycket liten betydelse; informationen går direkt från massmedierna till individen. Tvåstegshypotesen är alltså inte relevant här. I Lazarsfelds undersökning från 1940 var det däremot inte informations-spridning som studerades. Frågeställningen var i stället vilka källor som hade inflytande på människors politiska åsikter. I det avseendet visade sig den personliga kontakten vara den viktigaste källan. Tvåstegshypotesen skulle alltså gälla attitydpåverkan, medan kunskapspåverkan bättre beskrivs som ett ett-stegsflöde.

Massmediernas effekt på opinionen

Har då massmedia inte någon inverkan på våra åsikter?

Frågan kan besvaras utifrån balansteoretiska resonemang.

Mer eller mindre medvetet undviker vi kommunikation, vars innehåll stör vår s k kognitiva struktur (affektiva och kunskapsnässiga föreställningar om olika objekt och dess relationer till olika måltillstånd) vilken vi i stället eftersträvar att hålla i jämvikt. En rökare läser ogärna artiklar om tobakens skadliga inverkan, men är kanske mer intresserad av den kritik som kan riktas mot rökundersökningarnas tillförlitlighet. Följden av denna selektiva exponering blir att massmedia knappast förändrar våra attityder. De blir i stället förstärkta. Under vissa betingelser kan massmedia emellertid förändra attityder. En individ som börjar omvärdera sin

medier och mellanspersonliga nätverk. Denna process har be-
 lyfts i de 3 diffusionsteorierna. Frågeställningen har då
 varit hur kunskapen om en händelse eller innovation sprids.
 I ett flertal undersökningar har man funnit att de som är
 opinionsledare också i stor utsträckning är innovatörer. I
 det första steget (massmedieexponering) sammanfattas opinions-
 ledaren innovationen, i det andra steget har påverkade andra
 att göra det samma.

I de första teorierna gjorde man inga försök att skilja
 mellan information och påverkan. En sådan distinktion har
 visat sig vara nödvändig för att tolka olika resultat, som
 synes motstås varandra. När det gäller spridningen av stora
 händelser har diffusionsteorierna visat att den personliga
 kontakten har mycket liten betydelse; informationen går di-
 rekt från massmedierna till individen. Tvåteorierna är
 alltså inte relevanta när i läroplanerna undersöks
 1940 var det däremot inte informationsförmedling som stude-
 rades. Frågeställningen var i stället vilken källa som hade
 inflytande på människors politiska åsikter. I det avseendet
 visade sig den personliga kontakten vara den viktigaste käl-
 lan. Tvåteorierna skulle alltså kunna stötta påverkan
 medan kunskapsöverkan bättre beskriver som ett steg-
 för-
 steg.

Massmediernas effekt på opinionen

Har då massmedia inte någon inverkan på våra åsikter?
 Frågan kan besvaras utifrån balans-teoretiska resonemang.
 När eller mindre medvetet undviker vi kommunikation, vare
 innehåll står vår 3 kognitiva struktur (affektiva och kun-
 skapsmässiga förvällningar om olika objekt och dess rela-
 tioner till olika måltidsänd) vilken vi i stället efter-
 strävar att hålla i jämvikt. En rörelse i ena riktningen
 om tobakens skadliga inverkan, men är kanske mer intressant
 av den kritik som kan riktas mot förhållningarna till
 förtäring. Följden av denna selektiva exponering blir att
 massmedia knappast förändrar våra attityder. De blir i stället
 för förstärkt. Under vissa betingelser kan massmedia emellertid
 förändra attityder. En individ som börjar övertygas sin

primärgrupp, kan söka stöd för denna omvärdering i kommunikation, som attackerar gruppens normer; den som är utsatt för korstryck påverkas lättare av en opersonlig källa.

Opinionsledarna

En viktig komponent i tvåstegsmodellen är opinionsledaren. I de tidigare undersökningarna identifierades dessa med frågor som mätte tendens att utöva inflytande. Man fick då två kategorier; individer, som deklarerade att de utövat inflytande (opinionsledare); individer som svarade nej på frågorna och då antogs vara mottagare av inflytande (followers). De två kategorierna skiljde sig i flera avseenden; jämfört med followers hade opinionsledarna högre värden på variabler som intresse, diskussionsintensitet, föreningsaktivitet, exponering för massmedier.

Troldahl & Van Dam¹⁾ försökte mäta opinionsledarskap med andra frågor och resultaten gav också en annorlunda bild av den mellanpersonliga processen. De frågade intervjupersonerna dels, om man blivit tillfrågad om sin åsikt i ett visst ämne, dels om man frågat efter andras åsikt i detta ämne. Tre kategorier utkristalliserades: frågare, givare och inaktiva - dvs de som varken frågade eller blev tillfrågade. Det visade sig nu att de som var givare också i hög utsträckning var frågare. Detta tolkades som att den personliga kontakten inte är enkelriktad, vilket två-stegshypotesen implicerar (från opinionsledare till followers) utan snarare är ett åsiktsutbyte inom grupper (bestående av givare och frågare) där de inaktiva står helt utanför. De skillnader som tidigare påvisade mellan opinionsledare och followers fann Troldahl & Van Dam inte mellan givare och frågare; däremot mellan de senare å ena sidan och de inaktiva å den andra.

1) Troldahl, V. & Van Dam, R. (1965) "Face-to-Face Communication about Major Topics in the News." Public Opinion Quarterly, (Winter 1965).

praktisk, kan söka stöd för denna omvärdering i kommunika-
tion, som utvecklar gruppens normer; den som är utrustad för
korrektiv påverkas lättare av en personlig källa.

Opinionsledarna

En viktig komponent i tvåstegsmodellen är opinionsledaren.
I de tidigare undersökningarna identifierades dessa med två-
gor som mätte tendens att styva inflytande. Man fick då två
kategorier; individer, som deklarerade att de utövade infly-
tande (opinionsledare); individer som svarade nej på frågor-
na och då antogs vara mottagare av inflytande (followers).
De två kategorierna skiljde sig i flera avseenden; ledare
med followers hade opinionsledarens högre värden på variabler
som intresse, diskussionsintensitet, föreningsaktivitet, ex-
ponering för massmedia.

Troldahl & Van Dam¹⁾ försökte mäta opinionsledarskap med
andra frågor och resultaten gav också en annerlunda bild av
den mellanpersonliga processen. De frågade intervjuade om
de, om man blivit tillfrågad om sin åsikt i ett visst ämne,
dela om man frågat efter andras åsikt i detta ämne. Tre kate-
gorier skapades: frågare, givare och inaktiva. De som
de som varken frågade eller blev tillfrågade. Det visade sig
att de som var givare också i hög utsträckning var frågare.
Detta tolkades som att den personliga kontakten inte är enkel-
riktad, vilket två-stegshypotesen implicerar (från opinions-
ledare till followers) utan snarare är ett åsiktutbyte inom
grupper (bestående av givare och frågare) där de inaktiva
står helt utanför. De skillnader som tidigare påvisades mellan
opinionsledare och followers fann Troldahl & Van Dam inte
mellan givare och frågare; däremot mellan de senare å ena
sidan och de inaktiva å den andra.

1) Troldahl, V. & Van Dam, R. (1965) "Face-to-Face
Communication about Major Issues in the News."
Public Opinion Quarterly, (Winter 1965).

Effekten av ett opersonligt meddelande

Vi har sett hur olika ansatser - i form av olika frågebatterier, olika ämnesområden: attityder, kunskap - gett ganska skilda bilder av kommunikationsprocessen: ett,- två,- flerstegsflöde, enkelriktad påverkan, åsiktsutbyte.

Vilka krav bör då ställas på metoden för att resultatet skall bli tillförlitligt? I sin studie rörande spridningen av en ny matprodukt, ställde Arndt¹⁾ fyra metodologiska krav:

Det bör vara möjligt att kunna

- a) mäta den varierande effekt ett opersonligt meddelande har på opinionsledare och icke-ledare,
- b) påvisa flödet av personligt inflytande bland opinionsledare och icke-ledare,
- c) jämföra innehållet i det opersonliga meddelandet med innehållet i den personliga kommunikationen,
- d) isolera den effekt som personlig kommunikation haft på mottagarna av det opersonliga meddelandet.

Det opersonliga meddelandet var ett förmånserbjudande som gällde den nya matprodukten. Opinionsledarna lokaliserades med sociometrisk metod: Intervjupersonerna ombads att uppge tre personer, som de brukade diskutera nya matprodukter med. (Urvalet bestod av gifta kvinnor).

Arndt fann att opinionsledare påverkades mer av det opersonliga meddelandet än vad icke-ledarna gjorde. Vad den personliga kommunikationen beträffar var opinionsledarna aktivare både i egenskap av sändare och mottagare, vilket ger stöd åt Troldahl & Van Dams slutsats att åsikter snarare utbyts än överförs vid den personliga kontakten.

1) Arndt, I. (1968) "Test of the Two-Step Flow of Diffusion of a New Product". Journalism Quarterly, (Autumn 1968).

Effekten av ett personligt meddelande
Vi har sett hur olika ansatser - i form av olika frågeställ-
ningar, olika sammanhang: stiftelser, kunskap - sett ganska
skilda bilder av kommunikationsprocessen: ett - två - fler-
stegsmodell, enkeltsteg påstämning, åsiktsutbyte.

Vilka krav bör då ställas på metoden för att resultatet ska
skilja sig tillräckligt från tidigare försök? Vilka
av en ny metod, ställs frågan. Lära metoderna.

Det bör vara möjligt att kunna
a) mäta den varierande effekten av personligt meddelande när
på opinionsledare och föreledare,

b) påvisa följande av personligt inflytande bland opinions-
ledare och föreledare,

c) jämföra innehållet i det personliga meddelandet med
innehållet i den personliga kommunikationen,

d) isolera den effekt som personlig kommunikation har på
mottagarna av det personliga meddelandet.

Det personliga meddelandet var ett förmånsytjande som
gällde den nya metoden. Opinionsledarna lokaliserades
med sociometrisk metod. Laboratorier och andra att uppre-
ta personer, som de brukade diskutera nya metoder med.
(Urval av personer av olika yrken)

Är det sann att opinionsledare påverkades mer av det person-
liga meddelandet än vad föreledarna gjorde. Vad den person-
liga kommunikationen berättar om opinionsledarnas aktiviteter
både i egenskap av sändare och mottagare, vilket gör att de
trots att de inte skulle ha fått samma utbyte som
överförs vid den personliga kontakten.

(1) Arndt, I. (1968) "Test of the Two-Step Flow of
Diffusion of a New Product". *American Quarterly*,
(Autumn 1968).

KUNGL. BIBL.
- MRS1972
STOCKHOLM