

Tvåstegshypotesen modifierad

bP 505/13



BEREDSKAPSNÄMNDEN
FÖR PSYKOLOGISKT FÖRSVAR

Gun Munck af Rosenschöld
Kurt Törnqvist

Meddelande nr 13

Augusti 1967

TVÅSTEGSHYPOTISEN MODIFIERAD

Verling C. Troidahl:

A Field Test of a Modified "Two-step Flow of Communication"
Model.

PUBLIC OPINION QUARTERLY Winter 1966-1967 s. 609-623.

Behovet av en modifiering av tvåstegshypotesen

Det är nu över 20 år sedan som Lazarsfeld och hans grupp av sociologer introducerade tvåstegshypotesen. Men trots att denna stimulerat en omfattande forskning anser Troidahl att inte tillräckligt har gjorts för att finslipa och mera i detalj uttrycka den ursprungliga hypotesen genom att ta hänsyn till färskare forskningsresultat. I detta sammanhang måste man beklaga att Troidahl ej haft möjligheter att ta del av det forsknings- och utvecklingsarbete, som Ola Melén bedrivit vid beredskapsnämnden för några år sedan.

Troidahl har försökt utveckla och modifiera tvåstegshypotesen genom att införliva nya rön, som den ursprungliga hypotesen ej kunde förklara på ett tillfredsställande sätt. Han har också gjort ett fältexperiment på basis av sin modifierade begreppsmodell men då detta är mindre lyckat, lämnar vi ej någon redogörelse för detta utan begränsar oss till hans försök att bygga upp en ny modell.

Troidahl stimulerades till detta försök av rön som gjorts av två andra forskare, Paul J. Deutschmann och Wayne A. Danielson. När dessa forskare sammanfattade resultaten av sex studier rörande spridningen av information om viktiga nyhetshändelser, drog de slutsatsen att Katz-Lazarsfelds tvåstegshypotes som en beskrivning av processen vid initial information bör tillämpas på masskommunikation med försiktighet och förbehåll. Enligt deras resultat går nämligen den initiala massmedieinformation, som avser betydelsefulla händelser, på det hela taget direkt till folket och är ej förmedlad i någon större utsträckning. Deutschmann har erhållit liknande resultat i två studier av kommunikationen i politiska kampanjer.

BRERDSKAPSNÄMNDEN
FÖR PSYKOLOGISKT FÖRBAND
Gunn Munk af Rosenbergs
Kurt Torqvist

Augusti 1967

Meddelande nr 17

TYSTEGSHYPTOSENS MODIFIKERAD

Version G. Troldahl:

A Field Test of a Modified "Two-step Flow of Communication"

Model.

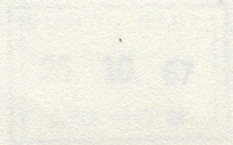
PUBLIC OPINION QUARTERLY Winter 1966-1967 s. 609-623.

Behovet av en modifiering av tvåstegshypotesen

Det är nu över 20 år sedan som Larsenfeldt och hans grupp av sociologer
introducerade tvåstegshypotesen. Men trots att denna introducerat en om-
fattande forskning ännu Troldahl att inte tillräckligt har gjorts
för att försöka och mera i detalj utvärdera den utvalda hypotesen
genom att ta hänsyn till förskade forskningens resultat. I detta samman-
hang måste man beakta att Troldahl ej helt rättigheter att ta del av
det forskning- och utvecklingsarbete som Ole Madsen beskrivit vid be-
redskapsnämnden för några år sedan.

Troldahl har försökt utvärdera och modifiera tvåstegshypotesen genom att
införda nya rön, som den experimentella hypotesen ej kunde förklara på
ett tillfredsställande sätt. Han har också gjort ett försök att på
basis av sin modifierade begreppsbildning men så detta är mindre lyckat,
liksom vi ej någon redogörelse för detta även begrepp som till denna
försök att bygga upp en ny modell.

Troldahl utvärderades till detta försök av rön som gjorts av två andra
forskare, Paul J. Deutschmann och Wayne A. Danielson. När dessa forskare
re summerade resultaten av sex studier rörande spridningen av för-
formation om viktiga nyhetsändelser, drog de slutsatsen att Katz-Larsen-
föreläsa tvåstegshypotesen som en beskrivning av processen vid initial för-
formation bör tillämpas på masskommunikationen med försiktighet och för-
behåll. Enligt deras resultat får nämligen den initiala massmediala
formation, som avser betydelsefulla händelser, på det hela taget bli-
rekt till folket och är ej förmedlad i någon större utsträckning.
Deutschmann har erhållit liknande resultat i två studier av kommuni-
kationen i politiska kampanjer.



Ettstegsflöde för information

Det bör observeras att dessa studier gällde hur personer först blev medvetna om viktiga nyheter, vilket förutsätter ett minimum av förståelse av en händelse eller en idé. Om tvåstegshypotesen skall gälla såväl medieeffekter på informationsplanet som verkningar på attityder och beteenden tycks dessa nya rön motsäga hypotesen. Även rön från landsbygdssociologer tyder på att tvåstegshypotesen ej adekvat beskriver inlärningsflödet. I en studie hänförde sålunda två tredjedelar av respondenterna sin medvetenhet om nya frågor till massmedier. Omkring hälften av dem menade att medierna ökat deras insikt i ämnet. Å andra sidan ansågs kommunikationen ansikte-mot-ansikte oftare än medier ha influerat deras attityder och beteenden rörande innovationer. Alla dessa rön tyder på att det åtminstone vid inlärnings effekter finns ett ettstegsflöde vid kommunikation av information och nyheter direkt från massmedier till samhällets medlemmar.

Vem tar initiativet till det andra steget?

Tvästegshypotesen förefaller mera adekvat som en beskrivning på strömmen av medieinfluens på åsikter och beteende. Vissa resultat ger en antydning om den process genom vilken massmedier påverkar folks attityder och beteende. I Deutschmanns studier fann man att medieexponering framkallade diskussion. Diskussion är naturligtvis en förutsättning för ett andrastegsflöde i kommunikationen. Litteraturen av tvåstegshypotesen tycks antyda att det är opinionsledarna, som tar initiativet till det andra steget i flödet. Några bevis på denna effekt har dock ej presenterats i den forskning, som finns. Eftersom Deutschmann ej studerat opinionsledarnas och efterföljarnas beteende var för sig är det ej klart vilka som tar initiativet till det andra steget i flödet.

Uppfattningen att opinionsledarna initierar det andra steget i flödet tycks ej överensstämma med det faktum att de definieras som personer som tillfrågas om råd. I Elmiraundersökningen uppgav 52 % av opinionsledarna att de sökte råd, medan endast 43 % av efterföljarna gjorde detta. Och i Decaturundersökningen uppgav fler av det offentliga livets ledare än av efterföljarna personlig påverkan som en anledning till sina opinionsförändringar. När en opinionsledare söker råd, spelar han rollen som efterföljare åt någon opinionsledare på högre nivå. Dessa resultat tyder på att det andra steget i kommunikationsflödet lika väl kan initieras av efterföljarna som av opinionsledarna.

Det bör observeras att dessa studier källor till hur personer först blev med-
vetna om viktiga nyheter, vilket förutsätter ett minimum av förståelse
av en händelse eller en idé. Om tvärsnittsuppgifter skall källa såväl na-
direkter på informationskällor som vetningar på stiftelser och be-
teenden tycks dessa ge en mer omfattande typ av information. Även om från lands-
psykologer tyder på att tvärsnittsuppgifter av sådant beskriver
informationskällor. I en studie kändes sådana två stiftelser av
respondenterna sin medvetenhet om nya frågor till massmedier. Ömring
hälften av dem menade att medier ska vara lagat i landet. I andra
anden många kommunikationens analytiska- och-analysen tyder på att de
influerat deras attityder och beteenden rörande innovationer. Alla för-
sa för tyder på att det skänks vid informationskällor liksom ett ett-
stegs vid kommunikation av information och nyheter direkt från
massmedier till samhällets medlemmar.

En för initiativet till det andra steget

Tvärsnittsuppgifter förklarar mer än beskrivning på atom-
nen av medietidens på stiftelser och beteenden. Dessa resultat ger en an-
tydning om den process genom vilken massmedier påverkar folks attityder och
beteende. I tysklands studier följde man ett tvärsnittsuppgifter i
de diskussion. Diskussion är naturligtvis en förutsättning för ett and-
kastegs i kommunikationens. Litteraturen av tvärsnittsuppgifter tycks
antydning att det är opinionsledarna, som tar initiativet till det andra
steget i landet. Några bevis på denna effekt har dock ej presenterats i
den forskning, som finns. Erfaren tysklands [studier opinionsledare
nas och efterföljarnas beteende var för sig är det ej klart vilka som tar
initiativet till det andra steget i landet.

Uppfattningen att opinionsledarna initierar det andra steget i landet
tycks ej överensstämma med det faktum att de följande som personer som
tillhör en råd. I kommunikationsforskningen uppgav 52 % av opinionsledarna
att de skulle rådgöra med andra rådgivare innan de skulle fatta beslut. Det är
beslutningsforskningen uppgav 11% av det offentliggjorda ledarna en av
efterföljarnas personliga påverkan som en anledning till sina opinions-
förändringar. När en opinionsledare rådgör med andra rådgivare innan som efter-
följare är någon opinionsledare på något sätt. Dessa resultat tyder på
att det andra steget i kommunikationskällor liksom vilka initieras av
efterföljarna som av opinionsledarna.

Balansteorin

För att på basis av dessa forskningsresultat kunna bygga upp en begreppsmodell för kommunikationsprocessen introducerar Troldahl en balansteori. En grundidé i balansteorin är att folk drivs att hålla en synbar överensstämmelse mellan de fakta och de åsikter, som de äger. Om en person exponeras för nya observationer eller åsikter, som han uppfattar som oförenliga med sina nuvarande åsikter, kastas han in i ett tillstånd av obalans. Den psykologiska stress, som detta tillstånd åstadkommer, motiverar honom att göra något som åter kan föra hans kognitiva struktur i balans.

Om balansteorin tillämpas på tvåstegshypotesen, innebär den att en person som exponeras för massmedieinnehåll, som ej överensstämmer med hans egna attityder eller beteendemönster, kommer att uppleva obalans. Ett sätt att reducera denna är att personen söker råd från sin opinionsledare. Opinionsledaren kan ge honom ytterligare kunskaper som för honom tillbaka till ett tillstånd av balans antingen genom att förändra hans nuvarande attityder eller genom att förkasta det innehåll, som erhöles från massmedieexponeringen. Balansteorin innebär således att det andra steget i kommunikationsströmmen kommer att initieras av personer vars attityder kommer i konflikt med sådan massmedieinformation, för vilken de direkt exponerar sig.

Professionella opinionsledare

Ett annat element i begreppsmodellen gäller de personer, som opinionsledarna rådfrågar. Enligt Decaturundersökningen söker efterföljarna rådfråga personer som liknar dem själva. Detta innebär en viss intimitet mellan opinionsledare och efterföljare. Å andra sidan tenderar opinionsledare att söka råd från personer som har större kunskaper än de själva. Dessa personer med inflytande och kunskaper betecknas som professionella opinionsledare. De utgör institutionaliserade källor för rådfrågning antingen personen blivit formellt utsedd till denna roll eller ej. Sådana personer utnyttjas ofta av massmedierna då det gäller att skaffa nyheter och information. Detta innebär att opinionsledarna ofta söker råd från just de personer som förser massmedierna med information. Vidare har man funnit att enbart massmedieexponering i vissa fall kan framkalla opinionsförändring. Detta gäller främst opinionsledarna.

Attitydförstärkning eller attitydförändring

Ytterligare en modifikation är nödvändig, menar Troidahl. De flesta studier av social påverkan har sysslar med massmediers förmåga att förändra åsikter och beteende. Eftersom efterföljarna emellertid söker efter opinionsledare inom sina egna grupper och en betydande sociologisk forskning har dokumenterat homogeniteten i attityder och beteende inom grupper borde efterföljarnas sökande efter råd leda till en förstärkning av existerande attityder såvida ej deras opinionsledare 1) redan har exponerats för samma information, 2) redan har sökt upp sina egna opinionsledare och 3) har modifierat sina egna attityder eller beteendemönster. Detta innebär att två cykler av ett tvåstegsflöde i kommunikationen är nödvändiga innan man kan vänta sig förändringar i attityder och beteende. Denna begreppsmodell kan därför bäst benämnas en modell om ett "tvåcykels kommunikationsflöde". Grunddragen av modellen illustreras i medföljande diagram.

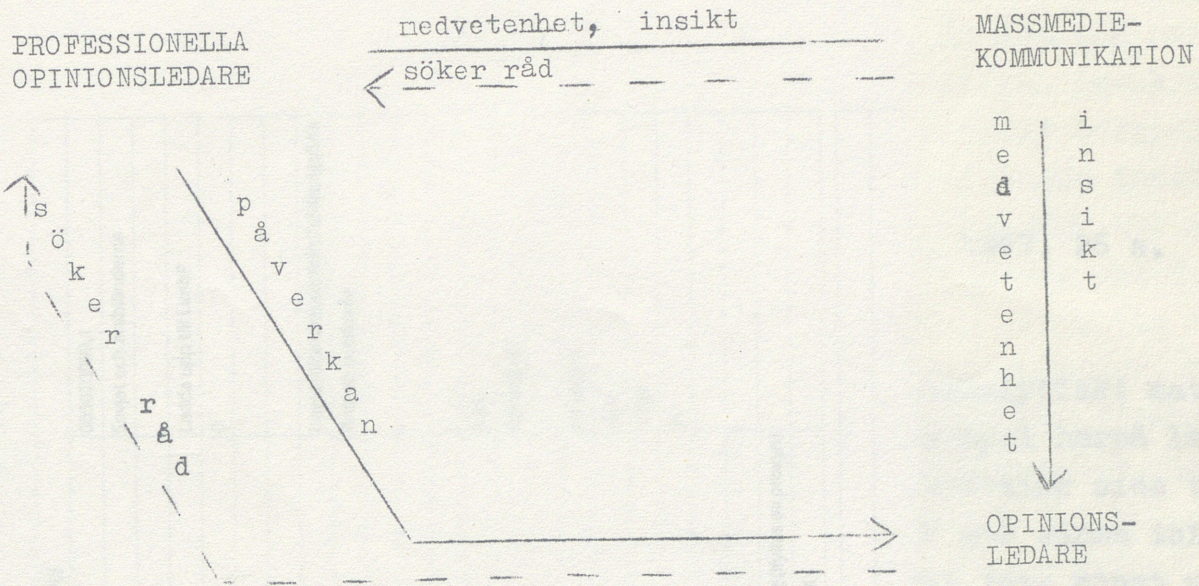
Modell för tvåcykels kommunikationsflöde

I korthet kan begreppsmodellen beskrivas som en hypotes om ett ettstegsflöde för information och ett tvåstegsflöde för påverkan av åsikter, attityder och beteende. Tvåstegsflödet förväntas emellertid utöva verkan endast när en person exponeras för massmedieinnehåll, som ej är i överensstämmelse med hans existerande attityder. I sådana fall uppsöker personen sin opinionsledare. Opinionsledarna förväntas leta upp professionella opinionsledare för att få råd oftare än efterföljarna kommer att söka upp sina opinionsledare. Förstärkande effekter förväntas såvida inte opinionsledaren som uppsökts av en efterföljare redan har avslutat en influenscykel som lett till förändringar i hans egna attityder. Bland opinionsledare kan exponering för massmedieinformation ensamt framkalla åsiktsförändring. Detta förväntas ej för efterföljare.

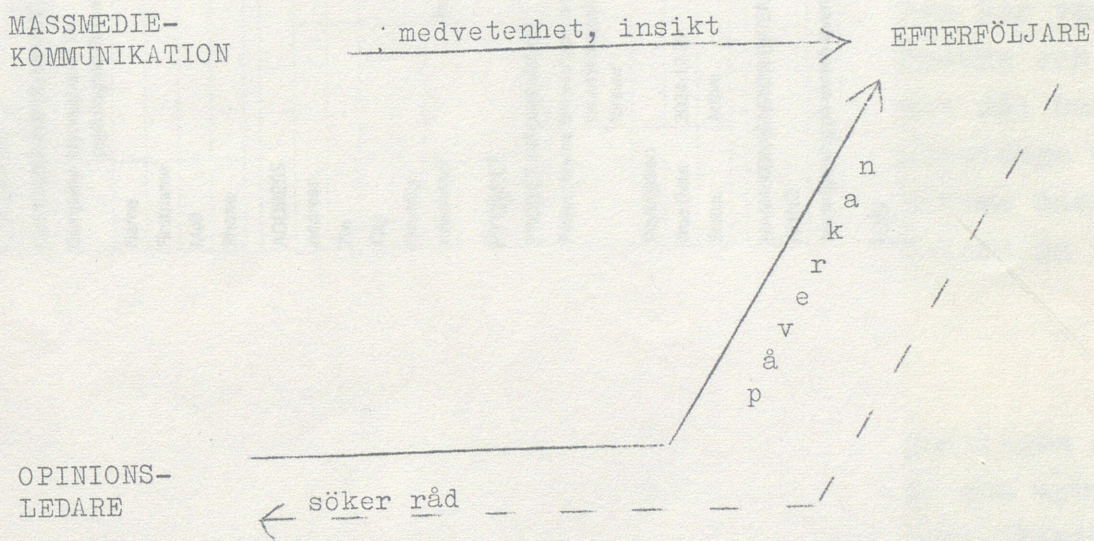
Diagram

TVÅCYKELS KOMMUNIKATIONSFLÖDE

Den första influenscykeln

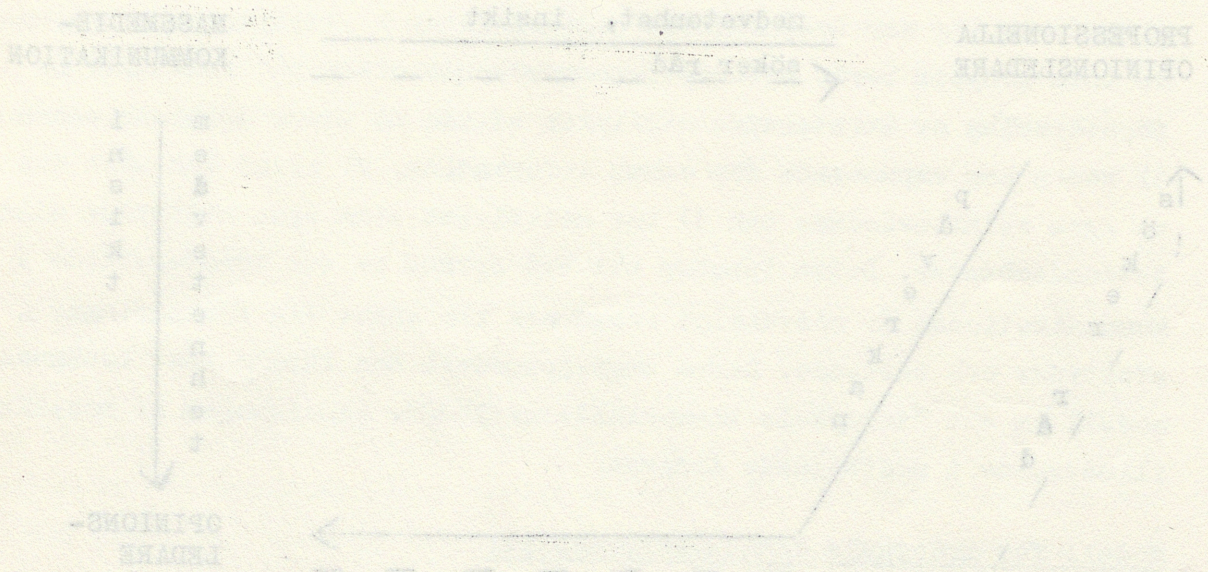


Den andra influenscykeln

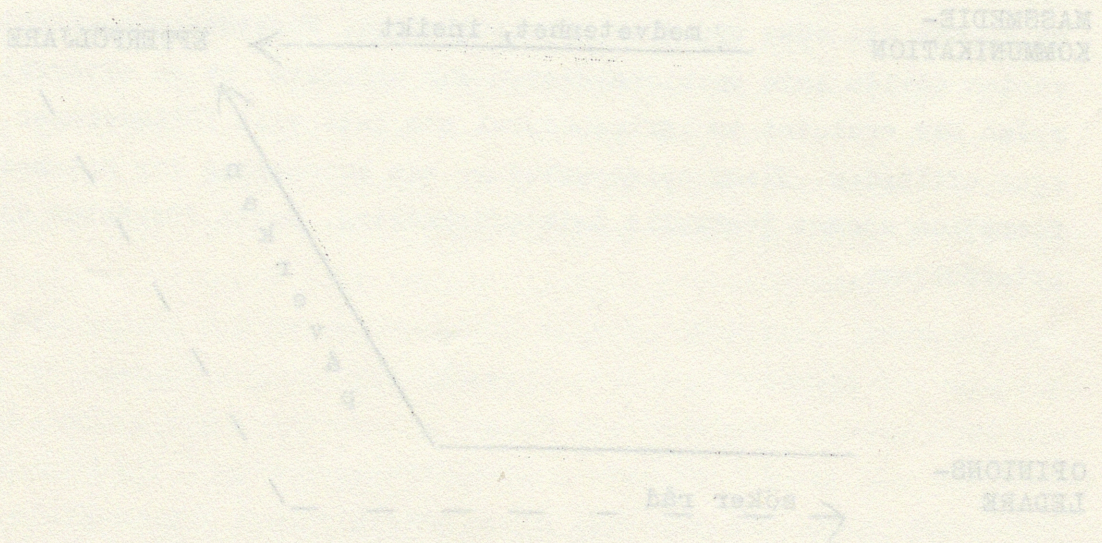


SVÄNSKA KOMMUNIKATIONEN

Den första influensvågen



Den andra influensvågen



KUNGL. BIBLIOTEK
 25. 10. 67
 STOCKHOLM