

DE" TWO-STEP-FLOW" EEN LITERATUURSTUDIE *)

Toon Rennen

Inleiding

De "two-step flow of communication"-theorie gaat over verspreiding van "informatie" en over beïnvloedingskanalen. Een studie van verspreidingsprocessen nu leidt tot een groot aantal vragen betreffende veelsoortige aspecten van het maatschappelijk gebeuren. Aangezien het evenwel enerzijds de opzet van deze literatuurstudie te buiten gaat om een bespreking te wijden aan alle variabelen, die in de diverse onderzoeken naar verspreidingsprocessen als (mogelijk) belangrijk naar voren zijn gekomen, en het anderzijds moeilijk is om tot een enge afbakening van het probleemgebied te komen, zal onze beschouwing vrij schetsmatig zijn. Wél zal uitvoerig aandacht besteed worden aan de "opinie-leider", de figuur waarom eigenlijk alles draait in genoemde theorie, en aan de "flow of communications", analytisch te onderscheiden in een "flow of information" en een "flow of influence".

A. De "Two-Step-Flow of Communication": Begripsbepaling

Disseminatie- of verspreidingsprocessen worden in zeer vele studies aan de orde gesteld. Dit gebeurt onder een veelheid van titels, zoals "diffusion of innovations", "adoption-processes", "decision-making-processes", "flow of information", "personal influence", "word-of-mouth communication". Deze vrij willekeurige greep van termen biedt al een eerste zicht op de uitgebreidheid van het probleemgebied, tevens echter ook op mogelijke begripsverwarringen. Met name de begrippen "diffusion" en "flow" behoeven nu verduidelijking.

A.I. Diffusie en flow

Evers¹⁾ onderscheidt diffusie- en flowprocessen, wanneer hij de diverse studies ordent naar onderzoeksstrategie. Het verschil tussen diffusie- en flowonderzoeken schuilt dan in het feit, dat alleen in eerstgenoemde de tijdsfactor verdisconteerd is. Bij diffusie-onderzoeken volgt men het proces van informatie-verspreiding teneinde een lengte-doorsnede van dat proces te verkrijgen (vaak mondt dit uit op een diffusie-curve: proporties accepterende adoptie-eenheden afgezet tegen de tijd); flow-onderzoeken zijn gericht op het vinden van wetmatigheden d.m.v. dwarsdoorsneden van een of meer processen.

Op dit onderscheid van genoemde, overigens nauwelijks los van elkaar te

*) Deze literatuurstudie werd gemaakt in het kader van een seminar theoretische publicistiek aan het Instituut voor Massacommunicatie van de Universiteit van Nijmegen; najaar 1970.

¹⁾ Evers, W. J. M., Disseminatieprocessen en massacommunicatie, in: Communicatie Cahiers, 1967, 2, pag. 5 e.v.

denken, begrippen, wees ook Katz²⁾ i.v.m. een nadere analyse van de Decatur-studie³⁾: voor de studie van een diffusie-verschijnsel "...one must trace the flow of some specific item over time".

Welke factoren er zoal van belang zijn bij flow-studies, schetsen De Fleur en Larsen⁴⁾: "basic research on the flow of information, then, must take into account the complexities of control, content, audience, and differing media, but must add to this the influences of the interactional networks and complex personality processes". Verder stimulus intensity, repetition en andere vormen van redundancy.

Een ver uitgeschreven definitie van "diffusie" geven Katz c.s.⁵⁾: 1. the acceptance 2. over time 3. of some specific item — an idea or practice 4. by individuals, groups or other adopting units 5. linked to specific channels of communication 6. to a social structure 7. and to a given system of values, or culture. Hierbij moet wel aangetekend worden dat Katz ook ruimere definities gebruikt, waarin de punten 1, 4 en 7 ontbreken⁶⁾.

Rogers⁷⁾ noemt wezenlijke elementen in de analyse van "diffusion of innovations" n.l. 1. the innovation, 2. its communication from one individual to another, 3. in a social system, 4. over time. In zijn bespreking van deze elementen blijken alle punten van Katz c.s. verdisconteerd.

Het diffusieproces is dan "the spread of a new idea from its source of invention or creation to its ultimate users or adopters".

Wijzen Katz c.s. en Rogers vooral op de betekenis van sociologische factoren, Wolpert⁸⁾ bijv. houdt ook nadrukkelijk rekening met de uiteenlopende attitudes, motivaties en beliefs van de interacterende individuen tijdens het informatie-diffusieproces.

A.II. *Korte voorgeschiedenis en formulering two-step-flow hypothese*

Verskillende disciplines hebben zich beziggehouden met studie van verspreidingsprocessen.

De antropologie kent zelfs zijn "diffusionisten", die de geschiedenis verklaarden door opeenvolging van introducties en verspreiding van nieuwe ideeën en praktijken. Focus op intergroep-relaties en rol van cultuur.

²⁾ Katz, E., The two-step flow of communication: an up-to-date report on a hypothesis, in P.O.Q., 1957, 21, pag. 68.

³⁾ Katz, E. en Lazarsfeld, P. F., Personal Influence: The part played by the people in the flow of mass communications, Glencoe III, 1955.

⁴⁾ Fleur, M. L. de en Larsen, O. N., The flow of information, Harper and Brothers, N.Y., 1958, pag. XIII.

⁵⁾ Katz, E., Levin, M. L. en Hamilton, H., Traditions of research on the diffusion of innovation, in: Am. Soc. Rev. 1963, 28, pag. 237 e.v.

⁶⁾ Katz, E., The social itinerary of technical change: two studies on the diffusion of innovation, in Hum. Org., 1961, 20, pag. 70 e.v. Katz, E., The diffusion of new ideas and practices, in: Schramm, W., The science of human communication, N.Y., 1963, pag. 77 e.v.

⁷⁾ Rogers, E. M., Diffusion of innovations, Free Press, N.Y., 1962, pag. 12.

⁸⁾ Wolpert, J., A regional simulation model of information diffusion, in: P.O.Q., 1966, 30, pag. 597 e.v.

Sociaal-psychologen legden nadruk op factoren van "willingness to accept". Verder aandacht voor geruchten, en dan in het bijzonder de distortie-verschijnselen daarbij. Ross⁹⁾ bracht 150 studies over diffusie van innovaties in het onderwijs bijeen.

Veruit de meeste diffusie-studies zijn gemaakt door ruraal-sociologen¹⁰⁾. Zij legden de nadruk op de resp. stadia in het adoptie-proces, te weten awareness, interest, evaluation, trial en adoption¹¹⁾.

Onderzoek op gebied van massacommunicatie tenslotte was aanvankelijk gecentreerd rond "campaign-studies": m.b.t. "the ability of the mass media to influence, usually to change opinions, attitudes and actions in a given direction"¹²⁾. Zo ongeveer tot 1940 heerste de idee van de almachtige massamedia, die het weerloze publiek bespelen. De Fleur en Larsen zouden later deze opvatting de "hypodermic-needle"-theorie noemen. Ook Lazarsfeld c.s. waren met dit idee op de achtergrond in 1940 begonnen aan een studie van stemgedrag en onderliggende processen van opinievorming en politiek gedrag, in Erie County, Ohio¹³⁾. In deze studie nu is de onjuistheid van de hypodermic-needle-theorie heel duidelijk gebleken, is de grote betekenis van persoonlijke contacten t.a.v. politieke stellingname aangetoond, is de figuur van "opinion-leader"¹⁴⁾ naar voren gekomen. Deze opinie-leiders, die tot dezelfde primaire groep behoorden als hen, die zij beïnvloeden, hadden een grotere mate van "exposure to mass media", hadden meer contact met de "buitenwereld", en bleken in alle lagen van de bevolking aanwijsbaar. Mensen werden meer beïnvloed door persoonlijke communicatie dan door massamedia. Al deze bevindingen leidden tenslotte tot de formulering van de "two-step-flow"-hypothese: "... Ideas often flow from radio and print to the opinion-leaders and from them to the less active sections of the populations"¹⁵⁾.

Introductie van de two-step flow hypothese betekende een definitief afscheid van de hypodermic-needle-theorie, d.w.z. een gegronde twijfel

⁹⁾ Ross, D. H., Administration for adaptability: a source book drawing together the results of more than 150 individual studies related to the question of why and how schools improve, N.Y., 1958; gevonden in: Evers, o.c. pag. 8.

¹⁰⁾ Een algemene bibliografie over diffusiestudies geeft Rogers, E. M., Bibliography on the diffusion of innovations, Mich. State Un., dep. of communication, 1966, report no. 4; gevonden in Evers, o.c., pag. 8. Op gebied van rurale sociologie een bibliografie van Lionberger, H. F., Adoption of new ideas and practices, Iowa Un. 1960, pag. 119-155.

Recentere: Myren, D. T., Rural social change: the process and consequences of diffusion and adoption of innovations, in: Myren, D. T., Bibliography communications in agricultural development, Mexico, 1965, hfdst. VII.

¹¹⁾ Zie bijv. Rogers, o.c. en Lionberger, o.c.

¹²⁾ Katz, E., Communication research and the image of society: convergence of two traditions, in: Am. Journ. of Soc. 1960, 65, pag. 435 e.v.

¹³⁾ Lazarsfeld, P. F., Berelson, B. R. en Gaudet, H., The People's choice, N.Y. 1948.

¹⁴⁾ Nadere bespreking van deze figuur onder B.I.

¹⁵⁾ Lazarsfeld, Berelson en Gaudet, o.c., pag. 151.

aan de veronderstelde grote macht van de massamedia, en een aansporing tot intensieve studies van de rol, die interpersoonlijke relaties spelen in disseminatie-processen.

En inderdaad, vele studies zouden volgen in het spoor van het "nieuwe geluid", waarvan enkele belangrijke zijn:

- Rovere-studie: (Merton, 1940-1941) in eerste instantie een onderzoek naar maatschappelijke beïnvloedingspatronen en leesgedrag van invloedrijke personen (sponsor was een landelijk dagblad); in tweede instantie een methodische benadering tot identificeren en typologiseren van invloedrijke personen ¹⁶).
- Decatur-studie: (Katz en Lazarsfeld, 1945-1946) onderzoek naar flow of influence m.b.t. marketing, fashion, public-affairs en movie-going ¹⁷).
- Elmira-studie: (Berelson, Lazarsfeld en McPhee, 1948) onderzoek naar factoren, die stemgedrag van VS-kiezers beïnvloeden ¹⁸).
- Drug-studie: (Coleman, Katz en Menzel, 1955) onderzoek sociale processen bij introductie en adoptie van nieuw geneesmiddel door artsen ¹⁹).

Onderhavige literatuurstudie nu wil een bescheiden verkenning zijn van het complexe probleemveld rond de two-step flow theorie.

B. Aspectuele analyse

In dit deel zal ingegaan worden op de belangrijkste aspecten van de two-step flow afzonderlijk; in deel C komt dan de two-step flow als geheel weer aan de orde.

Wegens de centrale plaats van de opinie-leider zal eerst deze figuur uitvoerig besproken worden; vervolgens een analyse van de "flow of communications".

B.I. *De opinion-leader*

De auteurs van "The People's Choice" ontdekten de opinie-leiders i.v.m. onderzoek naar mate van deelneming aan en beïnvloeding door politieke campagnes. "Common observation and many community-studies show that in every area and for every public issue there are certain people who are most concerned about the issue as well as most articulate about it. We call them the "opinion-leaders" ²⁰).

Volgens Rogers zijn de opinie-leiders "those individuals from whom others

¹⁶) Merton, R.K., Patterns of influence: local and cosmopolitan influentials, in: Merton, R.K., Social theory and social structure, Free Press, N.Y., 1967, pag. 387-420.

¹⁷) Katz, E. en Lazarsfeld, P. F. o.c.

¹⁸) Berelson, B. R., Lazarsfeld, P. F. en McPhee, W. N., Voting: a study of opinion formation in a presidential campaign, Chicago 1962.

¹⁹) Coleman, J. S., Katz, E. en Menzel, H., Medical innovation: a diffusion study, Col. Un. 1966.

²⁰) Lazarsfeld, Berelson en Gaudet, o.c. pag. 49.

seek advice and information" 21).

Een meer genuanceerde definitie, die in soortgelijke bewoordingen ook bij andere auteurs te vinden is, geeft Bigman: "people who, within the circle of their acquaintances and friends, are looked upon as sources of sound advice, whose opinions are sought out and copied" 22).

B.I.1. Identificatie

T.a.v. de identificatie van de opinion-leader zijn verschillende procedures mogelijk:

- de sociometrische techniek: vraag aan respondenten bij welke personen zij advies en informatie zoeken over bepaalde zaken. Bijv. Roverestudie en drug-studie.
- "key informants" kunnen gevraagd worden om opinie-leiders aan te wijzen. Bijv. studie van Chaparro 23).
- "self-designating"-techniek: opinie-leiders identificeren zichzelf als zodanig. Bijv. Erie-County-, Elmira- en Decatur-studie.

Inherent aan het probleem van de identificatie van de leider is de identificatie van de "volger". Over de relatie tussen leiders en niet-leiders is nog weinig duidelijkheid (zo kan men zich afvragen, of de opinieleiders alleen elkaar maar beïnvloeden).

Merton laat dit probleem voor wat het is, maar Katz en Lazarsfeld onderzoeken de advisor-advisee relatie nader door middel van follow-up interviews, die tevens een toets vormen voor de betrouwbaarheid van de gebruikte selfdesignating techniek. Tegen deze techniek heeft Cerha 24) de bedenkingen dat die subjectief is en het gevaar in zich bergt van "provocating questioning".

In de drug-studie, waarin alle leden van een sociaal systeem betrokken werden en derhalve alle sociometrische relaties geregistreerd konden worden, is controle van de advisor-advisee dyade optimaal.

In verband met de relatie leiders-niet-leiders wijst Troidahl 25) op de noodzaak van een isolatie van de "inactives" uit de categorie van niet-leiders. Hij spreekt dan verder in termen van "givers", "askers" en "inactives".

Rogers: "influence is a matter of degree and should properly be viewed

21) Rogers, o.c., pag. 209; zie ook: Rogers, E. M., Cartano, D. G., *Methods of measuring opinion leadership*, in: P.O.Q., 1962, 26, pag. 435.

22) Bigman, S. K., *Prestige, personal influence and opinion*, in: Schramm, W., *The process and effects of mass communications*, pag. 402 e.v.

23) Chaparro, A., *Role expectation and adoption of new farm practices*, Ph. Thesis, Penns. State Un., 1955; gevonden in: Rogers, o.c. pag. 229.

24) Cerha, J., *Selective mass communication*, Kungl. Boktryckeriet, P. A. Norstedt & Söner, Stockholm 1967.

25) Troidahl, V. C., *A field test of a modified "two-step flow of communication" model*, in P.O.Q., 1966, 30, pag. 609 e.v.

Zie ook Troidahl, V. C. en Van Dam, R., *Face-to-face communication about major topics in the news*, in: P.O.Q. 1965, 29, pag. 626 e.v.

as a continuum variabele rather than as a dichotomy of "leaders" and "followers" ²⁶⁾.

Een nadeel van de diversiteit van identificeer-technieken is, dat vergelijkingen tussen opinie-leider-studies nauwelijks mogelijk zijn. Dit slaat dan vnl. op de uiteenlopende, veelal kwantitatieve, criteria, die gebruikt zijn. Voor Arndt ²⁷⁾ bijv. is één sociometrische keuze al voldoende om iemand opinion-leader te noemen; in de Erie-Countie studie werd volstaan met een positief antwoord op 2 vragen ²⁸⁾. Terecht maakt Rogers een opmerking over de zwakheid van dergelijke opinion-leader-scales met zo weinig items ²⁹⁾. Merton hanteert in ieder geval veel strengere criteria; hij kan zelfs een onderscheid maken tussen "top influentials", "middle influentials" en "rank and file" ³⁰⁾.

Een probleem apart — en dat maakt de verwardheid alleen nog maar groter — is de verwijzing van vele termen naar hetzelfde begrip, opinion-leadership. Rogers somt er 14 op ³¹⁾. Dat betekent overigens nog niet, dat al die termen als synoniemen gebruikt kunnen worden. Zo wijst bijv. Bostian ³²⁾, evenals Prakke ³³⁾, erop, dat een "gate-keeper" nog geen "influential" resp. "opinion-leader" hoeft te zijn. En Lionberger ³⁴⁾ onderscheidt nadrukkelijk "key communicators" van "influentials" als 2 "special functionaries in diffusion".

B.I.2. Karakterisering

Tot zover is nog niets gezegd over mogelijke karaktertrekken en bijzondere eigenschappen van de opinie-leiders, die hen onderscheiden van de niet-leiders.

²⁶⁾ Rogers, o.c., pag. 226.

²⁷⁾ Arndt, J., A test of the two-step flow in diffusion of a news product, in: Journ. Quart. 1968, 45, pag. 457 e.v.

²⁸⁾ Deze vragen luiden: "Have you tried to convince anyone of your political ideas recently?" en "Has anyone asked your advice on a political question recently?"

Lazarsfeld, Berelson en Gaudet, o.c., pag. 50.

²⁹⁾ Rogers, o.c., pag. 226.

³⁰⁾ Merton, o.c., pag. 410.

³¹⁾ NL. Key communicators, leaders, informal leaders, information leaders, adoption leaders, fashion leaders, consumption leaders, local influentials, influentials, influencers, tastemakers, style setters, sparkplugs, gatekeepers. Rogers, o.c., pag. 209.

³²⁾ Bostian, L. R., The two-step flow theory; cross-cultural implications, in: Journ. Quart. 1970, 47, pag. 109 e.v.

³³⁾ Prakke, H., Kommunikation der Gesellschaft, Regensburg Münster 1968, pag. 77-86.

³⁴⁾ Lionberger, o.c. pag. 53.

Volgens Katz³⁵⁾ is invloed gerelateerd aan 3 kenmerken

- a. personification of certain values (who one is)
- b. competence (what one is)
- c. strategic social location (whom one knows)

Het blijkt nu goed mogelijk om vele onderzoeksresultaten onder deze 3 punten te ordenen.

B.I.2.a. Personification of certain values

Invloedrijke personen voelen zich, tenminste in de ogen van hun medegroepsleden, sterk verbonden met groepswaarden en normen. Zij worden door anderen als invloedrijk beschouwd, realiseren zich dat en refereren dan ook, al dan niet bewust, voortdurend aan hun lidmaatschapsgroepen.

- opinie-leiders verdedigen groepswaarden en normen, sterker nog: ze zijn supernormatieve groepsleden³⁶⁾
- in progressief milieu: leider progressief
in conservatief milieu: leider conservatief³⁷⁾
- opinie-leiders zijn best op de hoogte van groepsopinies³⁸⁾
- opinie-leiders zijn zich bewust van hun leiderschap³⁹⁾
- ze zijn "best-liked"⁴⁰⁾

B.I.2.b. Competence

Wat men is wordt voor een groot deel bepaald door wat men, in de mening van medegroepsleden, weet. En kennis betekent invloed.

- opinie-leiders beter geïnformeerd dan volgers. Dit waarschijnlijk mede voortvloeiende uit een intensiever gebruik van formele informatie-media⁴¹⁾ en mogelijk ook van persoonlijke communicatie⁴²⁾
- opinie-leiders gespecialiseerd op bepaald gebied; derhalve op ieder

³⁵⁾ Katz, up-to-date report, pag. 73. Two-step-flow theorie gaat vnl. over beïnvloedingskanalen. Vandaar dat we het begrip "invloed" als uitgangspunt gekozen hebben bij deze karakterisering van de opinie-leider.

Rogers en Cartano, (o.c., pag. 436) halen Merton aan (o.c. pag. 410), wanneer zij concluderen dat opinie-leiders mensen zijn "... who exert influence upon a certain number of other people in certain situations". (cursivering toegevoegd, AR). Hierbij dan wel de kanttekening dat Merton niet de term "opinion-leader" gebruikt maar "influentials".

³⁶⁾ Geconcludeerd in Elmira- en Decaturstudie, verder door Rogers, o.c., Lionberger, o.c. en Noëlle-Neumann, E., Meinung und Meinungsführer, in: Publizistik 1963, 8, pag. 316-323.

³⁷⁾ Zie bijv. Ban, A. W. van den, A revision of the two-step flow of communications hypothesis, in: Gazette 1964, 10, pag. 237 e.v.

³⁸⁾ In Decatur-studie.

³⁹⁾ In Decatur-studie.

⁴⁰⁾ In Decatur-studie

⁴¹⁾ In Decatur-, Erie-Countie- en drugstudie, alsook in Rogers, o.c.

⁴²⁾ Zie Cerha, o.c. en Mason, R. G., The use of information sources by influentials in the adoption process, in: P.O.Q. 1963, 27, pag. 455 e.v.

Verder: Mason, R. G., The use information sources in the process of adoption, in: Rur. Soc. 1964, 29, pag. 40 e.v.

terrein andere leider, vnl. als gevolg van individuele belangstelling⁴³). Volgens Katz en Lazarsfeld is deze belangstelling grotendeels afhankelijk van leeftijd, socio-economische status en de mate van sociale contacten ("gregariousness"). Een leiderschap kan zich echter pas ontwikkelen, als ook anderen belangstelling voor betreffende topic hebben: "leadership, then, is not simply a matter of being more interested than others; it is a matter of being interested, when others are interested too"⁴⁴).

Dat leiderschap niet per se beperkt hoeft te blijven tot één bepaalde specialiteit, duiden dezelfde auteurs wanneer zij spreken over "general influentials" en "specific influentials"; hierbij dringt zich een vergelijking op met resp. de "polymorphics" en "monomorphics" van Merton⁴⁵), zijnde personen, invloedrijk in meerdere sferen resp. in één sfeer.

B.I.2.c. Strategic social location

De sociale structuur van een samenleving heeft een min of meer gereguleerde dynamiek, m.d.v. dat er bepaalde sociale posities zijn, van waaruit bij uitstek veranderingen tegengewerkt, gecontroleerd en gestimuleerd kunnen worden. Intensieve contacten met eigen en andere groepen zijn hierbij erg belangrijk voor (potentieel) invloedrijke personen.

- opinie-leiders en influencees hebben veel gemeen, en behoren tot dezelfde primaire groep⁴⁶). Ze zijn derhalve in alle lagen van de bevolking aanwijsbaar
- opinie-leiders hebben meer persoonlijke contacten dan niet-leiders⁴⁷
- Merton's "local influential" staat centraal in netwerk van inter-persoonlijke relaties
- opinie-leiders hebben meer contacten met de "buitenwereld" (Merton's "cosmopolitan")⁴⁸
- in drug-studie: positieve correlatie sociale integratie-innovativeness, waarvan het laatste weer positief gerelateerd is aan opinion-leadership
- influentials hebben doorgaans ets hogere status dan niet-leiders⁴⁹
- opinie-leiders hebben relatief meer contacten met en zijn meer lid van formele organisaties⁵⁰

⁴³) Zie bijv. Decatur-studie.

⁴⁴) Katz en Lazarsfeld, o.c., pag. 327.

⁴⁵) Katz en Lazarsfeld, o.c., pag. 140-141 en Merton, o.c., pag. 413.

⁴⁶) Geconcludeerd in Erie County-, Elmira-, Decatur- en drugstudie; verder in Bigman, o.c. en Deutschmann, P. J. en Danielson, W. A., Diffusion of the major news story, in: Journ. Quart. 1960, 37, pag. 345 e.v.

⁴⁷) Zie Cerha, o.c. en Mason, geciteerde werken.

⁴⁸) Zie Decatur- en drugstudie; Lazarsfeld, P. F. en Menzel, H., Mass media and personal influence, in: Schramm, W., The science of human communication, N.Y., 1963, pag. 94-116.

Verder: Merton, o.c. (N.B. ook cosmopolitan influential staat centraal in netwerk van relaties, maar dat zijn dan meer formele relaties.)

⁴⁹) Zie Decatur-studie, Merton, o.c. en Van den Ban, o.c.

⁵⁰) M.n. geconstateerd in Elmira-studie.

B.I.3. Kritische noot

Na deze identificering en karakterisering mag het opvallend heten, dat m.n. Katz en Lazarsfeld uiteindelijk toch concluderen, dat aan opinie-leiders, hoewel er voldoende kenmerken aanwezig zijn om ze te identificeren, geen algemene eigenschappen kunnen worden toegeschreven. Zij delen deze mening met o.a. Sanford ⁵¹⁾. Marcus en Bauer ⁵²⁾ daarentegen stellen, nota bene na een analyse van dezelfde Decatur-studie, dat er wel sprake kan zijn van "generalized opinion leaders". Deze uitspraak berust dan op de constatering dat er in werkelijkheid meer opinie-leiders-op-meer-dan-één-gebied zijn dan statistisch te verwachten is ⁵³⁾. Een generalisatie op grond van dermate relatieve gegevens lijkt ons evenwel onverantwoord.

Zoals Troidahl en Rogers terecht opmerkten is een (primaire) groep niet op te splitsen in "opinie-leiders" en "opinie-volgers", evenmin trouwens in "opinie-leiders" en "niet-leiders" ⁵⁴⁾. Het jonge (Westerse) gezin is hierop misschien een uitzondering, m.d.v. dat het bestaan van die situatie afhankelijk is van het ontwikkelingsstadium van de kinderen. Iedereen heeft wel een beetje "opinie-leiderschap" in zich, in die zin dat iedereen op zijn manier wel bijdraagt tot de meningsvorming van anderen, al was het alleen maar door meer te doen dan te kijken en te luisteren.

Persoonlijke invloed, als indicator voor opinie-leiderschap, zou bepaald kunnen worden door een veelheid van factoren, zoals individuele binding aan groepsnormen, kennis op bepaald(e) gebied(en), gebruiksfrequentie en gebruikintensiteit van informatiebronnen, cosmopolitisme, sociale participatie, sociale status, innovativens, tot één score te laten resulteren. Al deze factoren tezamen vormen een min of meer permanente individuele predispositie, die alleen nog door een concrete situatie geactiveerd hoeft

⁵¹⁾ Katz en Lazarsfeld, o.c., pag. 33: "... that opinion leaders are not a group set apart, and that opinion leadership is not a trait which some people have and others not, but rather that opinion leadership is an integral part of the give-and-take of everyday personal relationships (...), that all interpersonal relations are potential networks of communication and that an opinion leader can best be thought of as a group member playing a key communications role".

Sanford wordt door Rogers vermeld, pag. 100.

⁵²⁾ Marcus, A. S. en Bauer, R. A., Yes: there are generalized opinion leaders, in: P.O.Q. 1964, 28, pag. 628.

⁵³⁾ Wat is de kans, dat opinie-leider op één gebied, ook opinie-leider op andere gebieden zal zijn.

⁵⁴⁾ Ook M. Brouwer (in: Stereotypen als folklore, Amsterdam 1968, pp. 34-45) deelt deze mening; hij stelt, in de lijn van Troidahl en Van Dam redenerend, een alternatieve dichotomie voor: mensen die over het nieuws met anderen spreken tegenover mensen die dat niet doen. De eerste groep (bij Troidahl nog gesplitst in "givers" en "askers") heeft een hogere media-exposure dan de "inactives", hetgeen o.a. aangetoond is in een onderzoek van Cerha (o.c.). In ieder geval vindt Brouwer geen aanleiding om in een "two-step flow" te geloven; voor hem is "fundamenteel voor het systeem van massacommunicatie (...) slechts het publiek en de onderlinge communicatie binnen dat publiek" (pag. 42)

te worden. Met dit al wordt opinie-leiderschap, zij het dan enigszins losgekoppeld van de two-step-flow theorie, teruggebracht tot wat het is: een erg relatief begrip.

B.II. *The flow of communications*

Zoals in het voorafgaande uiteengezet, speelt de opinie-leider een "key communications role" in een primaire groep, waarvan hij lid is. Hij is de centrale figuur in de communicatiekanalen binnen de groep en naar de groep, of, zoals Prakke⁵⁵) het uitdrukt: hij markeert de grens tussen het "Mund-und Medienpublizistisches System". In ieder geval heeft de vondst van de opinie-leider geleid tot het inzicht, dat de interpersoonlijke relaties, en dan m.n. die binnen een primaire groep, een belangrijke interveniërende variabele zijn in de "flow of communications".

De sleutels tot een juist begrip van deze interveniërende rol van interpersoonlijke communicatie zijn person-to-person relaties (groepscohesie) en groepsnormen (groepsidentificatie), resp. vervat in de "relay"-functie en de "reinforcement"-functie⁵⁶). Deze functies worden toegekend aan de opinie-leider, maar ook aan de massamedia.

Studies van disseminatie-processen kunnen onderscheiden worden in nieuws-diffusiëstudies (wanneer krijgt men welke informatie van welke bron ?) en studies van besluitnameprocessen en meningsvorming (hoe wordt men door welke bronnen op welk gebied beïnvloed ?). Eerstgenoemde gaan over de flow of information, laatstgenoemde over de flow of influence. Overigens, adoptieproces-studies gaan eigenlijk over beide.

B.II.1. *The flow of information*

De relatieve betekenis van interpersoonlijke relaties als informatiekanaal (relay-functie) zal nu nagegaan worden aan de hand van resultaten uit studies naar diffusie van news-events.

Evers⁵⁷) tabelleerde de resultaten van 19 diffusie-studies. Het betreft hier gegevens over de eerste informatie-bron, die natuurlijk nog niet de belangrijkste hoeft te zijn. We kunnen in dit overzicht een grens trekken tussen "zeer belangrijk nieuws", t.w. moord op president Kennedy en dood Roosevelt, en "belangrijk nieuws", bijv. Alaska 50-ste staat V.S., geboorte Prinsenkind, dood senator Taft.

De bevindingen van Mendelsohn⁵⁸) als een uitzondering beschouwend, ligt er de conclusie dat t.a.v. zeer belangrijke gebeurtenissen persoonlijke communicatie de meest gebruikte eerste bron van informatie is (49-87%);

⁵⁵) Prakke, o.c., pag. 83.

⁵⁶) Ondanks de vele betekenis mogelijkheden van het begrip "functie" wordt het hier, bij gebrek aan beter, toch gebruikt, temeer daar het in dit verband inhaerent is aan "relay" en "reinforcement".

⁵⁷) Evers, o.c., pag. 34.

⁵⁸) Mendelsohn, H. Broadcast vs. personal sources of information in emergent public crises: the presidential assassination, in: Journ. of Broadc. 1964, 2, pag. 147 e.v.

t.a.v. belangrijke gebeurtenissen worden persoonlijke contacten aanzienlijk minder als eerste informatiebron vermeld (3-29%).

Greenberg⁵⁹⁾, die onder de 18 events, waarop zijn analyse gericht was, ook "vrij onbelangrijke"⁶⁰⁾ had, vond bevestiging voor zijn hypothese, dat "person-to-person communication as the first source of news has its primary role in the diffusion of events, which receive maximum and minimum attention from the populace".

Greenberg c.s.⁶¹⁾ veronderstellen, in hun onderzoek naar verspreiding van nieuws over bokswedstrijd Clay-Liston, dat het al dan niet geanticipeerd zijn op de gebeurtenis van invloed kan zijn op gebruik van informatiebronnen. Dit verklaart wellicht het lage percentage van mensen die persoonlijke communicatie als eerste informatie-bron noemde, nl. 7%. Eenzelfde veronderstelling kan gelden t.a.v. de desbetreffende percentages aangaande de items "Alaska 50-ste staat V.S." en "lancering Explorer I"⁶²⁾ alsook aangaande "geboorte Prinsekind"⁶³⁾.

Natuurlijk spelen i.v.m. "exposure to information-sources" nog heel wat andere factoren, zoals tijdstip van de dag⁶⁴⁾, mate van persoonlijke belangstelling, beschikbaarheid en toegankelijkheid van de media⁶⁵⁾, opleiding⁶⁶⁾. Dezelfde factoren verklaren tevens, waarom er niet altijd een strikte keuze is uit de diverse informatie-bronnen⁶⁷⁾.

Ondanks de veelheid van meespelende variabelen, constateren Deutschmann en Danielson⁶⁸⁾ enkele regelmatigheden in diffusie-processen:

- diffusie-curves hebben i.h.a. ongeveer zelfde patroon
- tijdstip van "news-break" en aard van nieuws hebben weinig invloed
- opleiding, beroep en geslacht spelen wel een rol
- TV belangrijkste leverancier van important nieuws, daarna radio, persoonlijke contacten en kranten.

⁵⁹⁾ Greenberg, B. S., Person-to-person communication in the diffusion of news events, in: Journ. Quart. 1964, 41, pag. 489.

⁶⁰⁾ Kwalificaties "zeer belangrijk", "belangrijk" en "vrij onbelangrijk" nieuws zijn van AR.

⁶¹⁾ Greenberg, B. S., Brinton, J. E. en Farr, R. S., Diffusion of news about an anticipated major news event, in: Journ. of Broadc. 1965, 9, pag. 129 e.v.

⁶²⁾ Deze items onderzocht door Deutschmann en Danielson, o.c.

⁶³⁾ Manschot, B. J. A. M., Een onderzoek naar de verspreiding van het nieuws van een prinselijke geboorte, in: Comm. Cah. 1967, 2, pag. 49-79.

⁶⁴⁾ Zie Allen, I. L. en Colfax, J. D., The diffusion of LBJ's March 31 decision, in: Journ. Quart. 1968, 45, pag. 321 e.v.

⁶⁵⁾ Zie Glock, C. Y., The comparative study of communications and opinion formation, in: P.O.Q. 1952, 16, pag. 512 e.v.;

en: Stycos, J. M., Patterns of communication in a rural Greek village, in: P.O.Q. 1952, 16, pag. 59 e.v.

⁶⁶⁾ Zie Larsen, O. N. en Hill, R. J., Mass media and interpersonal communications in the diffusion of a news event, in: Am.Soc.Rev. 1954, 19, pag. 426 e.v.;

en: Budd, R. W., MacLean, M. S. en Barnes, A. M., Regularities in the diffusion of two major news events, in: Journ. Quart. 1966, 43, pag. 221 e.v.

⁶⁷⁾ Zie Bauer, R. A. en Gleicher, D. B., Word-of-mouth communication in the Soviet Union, in: P.O.Q. 1953, 17, pag. 297 e.v.

⁶⁸⁾ Deutschmann en Danielson, o.c.

Hill en Bonjean⁶⁹⁾ zouden dit later de "regularity-hypothesis" noemen, die zij zelf corrigeerden en als volgt herformuleerden:

1. hoe groter de nieuwsaarde van een news-event, des te belangrijker de interpersoonlijke communicatie in diffusie-proces
2. hoe groter de nieuws-waarde, des te sneller verloopt het diffusie-proces
3. relatieve betekenis van informatie-bronnen is ten dele een functie van de dagelijkse routine. Bij zeer belangrijk nieuws echter treden grote veranderingen op in rol van verschillende media
4. Socio-economische factoren kunnen rol spelen t.a.v. media-gebruik, maar deze worden onbetekenend in geval van belangrijk nieuws.

Budd c.s.⁷⁰⁾ toetsen deze hypothese in onderzoek naar verspreiding van het nieuws over de val van Chroestjew en arrestatie van Jenkins. De vier beweringen bleken op te gaan, behalve dan dat de factor "leeftijd" toch van invloed was.

Interessante gegevens over differentieel gebruik van informatie-bronnen⁷¹⁾ leveren de vele studies over adoptie-processen⁷²⁾, veelal op het gebied van de rurale sociologie. Zoals reeds vermeld, dáár de nadruk op een analyse van de respectievelijke adoptie-stadia⁷³⁾. Te refereren is bijvoorbeeld aan een onderzoek van Wilkening⁷⁴⁾, die als stadia onderscheidde awareness, decision-making en action. De verschillende bronnen bleken gebruikt te worden voor verschillende soorten informatie, waarbij de massamedia veruit de meest gebruikte bron waren in het awareness-stadium, "andere boeren" in decision-making fase en agricultural agencies in het laatste stadium. De tendens in vrijwel alle studies is in ieder geval, dat in eerste stadia de massa-media belangrijkste informatie-bron zijn, en dat geleidelijk aan de persoonlijke communicatie aan betekenis wint. T.a.v. de uiteindelijke besluitvorming zijn ze zelfs doorslaggevend.

⁶⁹⁾ Hill, R. J. en Bonjean, C. M., News diffusion: a test of the regularity-hypothesis, in: Journ. Quart. 1964, 41, pag. 336 e.v.

⁷⁰⁾ Budd c.s., o.c.

⁷¹⁾ White, W. J. construeerde "The most important source index" in: An index for determining the relative importance of information source, in: P.O.Q. 1969, 33, pag. 607 e.v.

⁷²⁾ De 5 resp. adoptie-stadia awareness, interest, evaluation, trial en adoption werden op hun geldigheid getoetst door Beal, G. M., Bohlen, J. M. en Rogers, E. M., Validity of the concept of stages in the adoption process, in: Rur. soc. 1957, 22, pag. 166 e.v.

Mason, o.c. 1964 toonde aan, dat het adoptie-proces volgens de genoemde stadia niet unidimensioneel is.

⁷³⁾ Rogers, o.c. pag. 17-18: "The adoption process is the mental process through which an individual passes from first hearing about an innovation to final adoption. (...) The adoption process differs from the diffusion process in that the adoption process deals with adoption of a new idea by one individual while the diffusion process deals with the spread of new ideas in a social system, or with the spread of innovations between social systems or societies".

⁷⁴⁾ Wilkening, E., Roles of communicating agents in technological change in agriculture, in: Soc. Forces 1956, 34, pag. 361 e.v.

B.II.2. The flow of influence

In de adoptieproces-studies schuilt eigenlijk weer de figuur van opinie-leider, of liever "influential". (Niet voor niets dat Rogers' kritiek op de two-step flow hypothese onder meer gericht is op het gemis aan integratie met de idee van stadia in het adoptie-proces).

In de Erie-County studie was al gebleken dat mensen i.v.m. nemen van beslissingen meer beïnvloed worden door persoonlijke contacten dan door massa-media, en dat opinie-leiders relatief meer beïnvloed worden door die media dan niet-leiders. Tenslotte rolt uit de diverse flow-studies de conclusie, dat invloed van massa-media afhankelijk is van interpersoonlijke relaties, die als communicatie-kanalen fungeren maar tevens bronnen zijn van sociale pressie of steun.

Wanneer de mensen voor hun belangrijk nieuws eerst van de massa-media vernemen, zijn zij sterk geneigd om additionele informatie te zoeken bij "anderen", en "... at this stage, opinion leaders, who have more information, may do some relaying of information, but this is a supplementary relaying".⁷⁵⁾ Relayfunctie en reinforcement-functie zijn moeilijk te scheiden, werken waarschijnlijk tegelijkertijd. Het resultaat van personal influence is meestal een bevestiging resp. versterking van heersende predisposities in de groep⁷⁶⁾; daarentegen suggereert Noëlle Neumann⁷⁷⁾, dat leiders toch ook bepaalde pressie uitdrukken op de groep om een bepaalde nieuwe mening te delen, en Rogers gaat nog verder in zijn definitie van "personal influence (. . .) as communication involving a direct face-to-face exchange between the communicator and the receiver which results in *changed* behavior or attitude on the part of the receiver" (onderstreping toegevoegd, AR)⁷⁸⁾.

Klapper⁷⁹⁾ beweert dat de massa-media in dienst staan van "process of reinforcing the existing conditions". Dit t.g.v. aantal mediating factors: audience predispositions (selective perception, exposure en retention), opinion-leadership, interpersoonlijke disseminatie van massacommunicatieve boodschappen en aard van massacommunicatie in bepaalde maatschappijvorm. Duidelijk is in ieder geval de actieve rol van de ontvanger, hetzij als individu hetzij als groep.

Hoewel personal influence en mass media influence in dienst staan van een en dezelfde functie, heeft — en hier komt de two-step flow weer naar voren — de personal influence toch verschillende voordelen boven de masa-media. In de Erie-County studie heette het, dat persoonlijke relaties een "greater audience coverage" hebben en "certain psychological ad-

⁷⁵⁾ Deutschmann en Danielson, o.c. pag. 355.

⁷⁶⁾ Zie Decatur-studie, Greenberg, o.c., Deutschmann en Danielson, o.c., De Fleur en Larsen, o.c. en Booth, A., Personal influence networks and participation in professional association activities, in: P.O.Q. 1969, 33, pag. 611 e.v.

⁷⁷⁾ Noëlle-Neumann, o.c.

⁷⁸⁾ Rogers, o.c. pag. 217-218.

⁷⁹⁾ Klapper, J. T., What we know about the effects of mass communication: the brink of hope, in: P.O.Q. 1957-1958, 21, pag. 453 e.v.

ventages" zoals "non-purposiveness", "flexibility", "rewards of compliance", "trust in an intimate source" en "persuasion without conviction" ⁸⁰⁾. Rogers en Beal geven een soortgelijke opsomming ⁸¹⁾.

Als gevolg van de methodologische aanpak enigszins op zichzelf staand is het interpersonal-influence-patroon in de drug-studie. Hierin de volgende fasen:

1. Invloed van sociale netwerken alleen werkzaam tussen artsen die geïntegreerd waren in de gemeenschap van hun collega's door professionele banden.
2. Invloed verder via vriendschapsrelaties.
3. Sociale invloed nu ook werkend onder relatief geïsoleerde artsen.
4. Netwerken geen effect op uiteindelijke tijdstip van individuele adoptie van nieuwe drug.

N.b. fase 4 begon voor geïntegreerde artsen ong. 4 maanden na introductie van nieuw geneesmiddel, voor geïsoleerde ong. 6 maanden na introductie.

Aan de hand van resultaten van vele adoptie-proces-studies concludeert Rogers, dat personal influence relatief het belangrijkste is

- a. in evaluatie-stadium
- b. voor "later adopters"
- c. in onzekere situaties.

Interessant i.v.m. punt c. is dat dit, onder de term "ambigüiteit", één van de twee elementaire determinanten is voor ontstaan en verspreiding van geruchten ⁸²⁾. De andere is "importance" (mate waarin 'n topic belangrijk

⁸⁰⁾ Lazarsfeld, Berelson en Gaudet, o.c. pag. 150-157.

⁸¹⁾ Rogers, E. M. en Beal, G. M., The importance of personal influence in the adoption of technical changes, in: Soc. Forces 1957, 36, pag. 329 e.v.

⁸²⁾ Enkele belangrijke studies t.a.v. geruchten-verspreiding:

Allport, G. W. en Postman, L., The psychology of rumor, N.Y. 1947

Buckner, H. T., A theory of rumor transmission, in: P.O.Q. 1965, 29, pag. 54 e.v.

Chorus, A. M. J., Het gerucht als sociaal-psychologisch verschijnsel, in: Chorus, A. M. J., Grondslagen der sociale psychologie 1953, pag. 281 e.v.

Festinger, L., Cartwright, D. e.a., A study of a rumor: its origin and spread, in: Hum. Rel. 1948, 1, pag. 464 e.v.

Festinger, L., Schachter, S. en Back, K., Social pressures in informal groups, Stanford Un. 1950

De Fleur en Larsen, o.c.

Higham, T. M., The experimental study of the transmission of rumor, in: Brit. Journ. of Psych. 1951, 42, pag. 42 e.v.

Knapp, R. H., A psychology of rumor, in: P.O.Q. 1944, 8, pag. 22 e.v.

Peterson, W. A. en Gist, N. P., Rumor and public opinion, in: Am. Journ. of Sociol. 1951, 57, pag. 165 e.v.

Schachter, S. en Burdick, H., A field experiment on rumor transmission, a distortion, in: Smith, A. G., Communication and culture, Oregon 1966, pag. 294 e.v.

Schall, H. M., Levy, B. en Tresselt, M. E. A., A sociometric approach to rumor, in: Journ. of Soc. Psych. 1950, 31 pag. 121 e.v.

Shibutani, T., Improvised news: a sociological study of rumor, N.Y. 1966.

of interessant gevonden wordt), een variabele die ons inziens gerust als punt d. toegevoegd zou kunnen worden.

C. Kritieken

Dat de two-step flow hypothese in de Erie-County studie niet degelijk gedocumenteerd is, mag geen verbazing wekken, omdat het study-design niet de grote betekenis van de personal influence t.a.v. stemgedrag had voorzien. De two-step-flow hypothese is er eigenlijk onverwacht uitgerold.

Arndt⁸³⁾ concludeert dat de hypothese als geheel nog niet empirisch getoetst is, wél gedeelten ervan:

Erie-County : geen gegevens om 2-de "stap" (mapping of social networks) te onderzoeken. Bovendien 1-ste stap niet gespecificeerd naar leiders en niet-leiders.

Elmira : zelfde tekortkomingen.

Decatur : door vergelijking van transmitter en receiver naar leeftijd, sociale status en gregariousness, enige duidelijkheid over stap twee.

Drug-studie : methodologische voordelen, zoals gebruik van sociometrie en een objectieve meting van tijdstip van adoptie; echter: word-of-mouth niet direct gemeten, maar indirect afgeleid uit relatie sociale integratie-early adoption. Dus weinig informatie over tweede stap.

Hij formuleert 4 vereisten voor adequate toetsing van two-step flow hypothese als geheel:

1. meting differentiële effect mass-media messages van leiders en niet-leiders.
2. flow of personal influence van leiders en niet-leiders nagaan.
3. "content" van mass-media messages vergelijken met content word-of-mouth in tweede stap.
4. effect van word-of-mouth messages op receivers isoleren.

Arndt vond, in een eigen onderzoek, als meest verrassende resultaat, dat de opinie-leiders niet alleen als transmitters maar ook als receivers van word-of-mouth communicatie het meest actief zijn. Er bleek sprake te zijn van "opinion-sharing". In termen van Troidahl en Van Dam⁸⁴⁾: "askers" en "givers" wisselen voortdurend van rol. Overigens, afgezien van de richting van de interactie, hadden Katz en Lazarsfeld al erkend, dat "shared interest (. . .) appears to be a channel through which communications flow"⁸⁵⁾.

Een recent overzicht van de two-step flow theorie geeft Bostian⁸⁶⁾, alvorens over te gaan tot toetsing van de hypothese in ontwikkelingslanden.

⁸³⁾ Arndt, o.c.

⁸⁴⁾ Troidahl en Van Dam, o.c.

⁸⁵⁾ Katz en Lazarsfeld, o.c. pag. 327.

⁸⁶⁾ Bostian, o.c.

T.a.v. de Erie-County studie merkt hij op, dat die feitelijk niet een vaststellen van een two-step flow was, maar slechts de afwezigheid van een one-step flow aantoonde.

Troldahl daarentegen ziet stellig een one-step flow of communication⁸⁷⁾, maar dan wel uitsluitend t.a.v. "learning effects" (awareness). T.a.v. attitudes, beliefs en behavior kan sprake zijn van een two-step flow, maar dan alleen "when a person is exposed to massmedia content that is inconsistent with his present predispositions"⁸⁸⁾. Hierbij beroept hij zich op de theorie van de cognitieve dissonantie van Festinger⁸⁹⁾; bovendien de implicatie dat de "follower" de tweede stap initieert en niet, zoals meermalen gesuggereerd, de opinie-leider. Als Troldahl de mogelijkheden tot veranderingen van attitudes, beliefs en behavior door opinie-leider nader onderzoekt, moet hij besluiten tot een "two-cycle flow of communications"-model. In een door hem gehouden field-experiment ziet hij zich echter wel genoodzaakt om een correctie aan te brengen, in die zin dat followers ook een belief-change kunnen ondergaan zonder raadpleging van hun opinie-leider.

Naast idee van een one-step flow en van een two-step flow, is ook dat van een multi-step flow gesuggereerd. Dit te vinden in Elmira-studie en bij Rogers, die de two-step flow als een oversimplificatie beschouwde.

Waarschijnlijker is het volgens hem dat "opinion-leaders may influence other opinion leaders and they, in turn, influence their followers" en verder dat "the process is more complex than the two steps first suggested, but there are two steps involved in information transmission at any one point in the diffusion process"⁹⁰⁾.

Zoals reeds eerder in dit verhaal aangeduid, wordt er van vele kanten kritiek geuit op de niet-eenduidigheid van criteria ter bepaling van opinie-leiders resp. niet-leiders.

Cerha⁹¹⁾ spits dit probleem toe op het differentiële media-gebruik door leiders en niet-leiders. "Exposure to mass communications" moet nader gespecificeerd worden naar mediagroepen, individuele media-kanalen en type boodschappen. Zowel in Erie County- als in Elmira- als in Decatur-studie is de "exposure to mass communications" gedefinieerd door "recall or recognition of a mass communicated message"; en dit nu is op zichzelf al een manifestatie van het effect van de massacommunicatie.

Door definiëring van exposure in termen van effect leggen de studies een automatische relatie tussen exposure en andere effectfactoren, waaruit dan 2 groepen naar voren komen: één die meer gebruik maakt van en

⁸⁷⁾ Troldahl, o.c. Zie ook Allen en Colfax, o.c. en Mendelsohn, o.c.

⁸⁸⁾ Troldahl, o.c.

⁸⁹⁾ Festinger, L. A theory of cognitive dissonance, Evanston ILL, 1957.

⁹⁰⁾ Rogers, o.c., pag. 214.

⁹¹⁾ Cerha, o.c.

meer beïnvloed wordt door massacommunicatie (opinie-leiders), en een andere die er minder gebruik van maakt en er minder door beïnvloed wordt (opinie-volgers). De two-step flow hypothese is dus in werkelijkheid een cirkelredenering. Genoemde studies werden geleid door procedures ter bepaling van opinie-leider en exposure to mass communication, die volstrekt ongeschikt zijn. M.a.w.: de figuur van de opinie-leider zou wel eens t.g.v. methodologische fouten, een arte-fact kunnen zijn.

T.a.v. media-exposure wijst Fisk ⁹²⁾ nog op de betekenis van een individuele "propensity to communicate", constateren Greenberg c.s. ⁹³⁾ dat "interest" niet noodzakelijk een voorwaarde is voor volgen van bepaalde media-events, doch eerder de "perceived social utility of exposure", en stellen Riley en Riley ⁹⁴⁾ vast dat selective exposure, evenals trouwens selective perception en retention, grotendeels bepaald wordt door primaire groepen.

Mason ⁹⁵⁾ tenslotte noemt de two-step flow theorie onvolledig, voorzover die impliceert, dat opinie-leiders, in vergelijking met niet-leiders, alleen van de massamedia meer gebruik maken; zij maken evenwel meer gebruik van alle informatie-bronnen.

Slotbeschouwing

De historische betekenis van de two-step flow theorie is vooral hierin gelegen, dat zij het massacommunicatieve onderzoek uit de impasse, waarin zij ten gevolge van een star vasthouden aan de hypodermic-needle idee was geraakt, heeft gehaald.

Onderzoek binnen het kader van de two-step flow theorie heeft aangetoond:

1. dat de invloed van de massamedia, voorzover aanwezig, veel indirect, via interpersoonlijke kanalen, verloopt.
2. dat de "massa" niet amorf is, maar wel degelijk onderling samenhangend, gestructureerd.

De theorie betekende niet alleen een nieuwe impuls voor het massacommunicatieve onderzoek; zij leidde ook tot een hernieuwde belangstelling voor de primaire groep.

De two-step flow theorie zegt dus zowel iets over massacommunicatieprocessen als over de structuur van de samenleving. Helaas is het verworven inzicht erg summier, m.d.v. dat het ophoudt bij de kleine groep. En juist in die kleine groep zijn de individuele zenders en ontvangers

⁹²⁾ Fisk, G., Media influence reconsidered, in: P.O.Q. 1959, 23, pag. 83 e.v.

⁹³⁾ Greenberg, c.s., o.c.

⁹⁴⁾ Riley, M. W. en Riley, J. W., A sociological approach to communications research, in: P.O.Q. 1951, 15, pag. 445 e.v.

Zie ook: Riley, J. W. en Riley, M. W., Mass communications and the social system, in: Merton, R. K., Broom, L. en Cottrell, L. S., Sociology today, Basic Books, N.Y., 1959, pag. 537 e.v.

⁹⁵⁾ Mason, o.c. 1963.

zo belangrijk voor een zo volledig mogelijk begrip van het communicatiegebeuren.

Vooralsnog lijkt de conclusie te moeten zijn, dat de two-step flow theorie een oversimplificatie van een brok sociale werkelijkheid is, hetgeen overigens niet wegneemt dat verschillende aspecthypothesen een vrij grote geldigheid kunnen hebben.

Vooralsnog lijkt de conclusie te moeten zijn, dat de two-step flow theorie een oversimplificatie van een brok sociale werkelijkheid is, hetgeen overigens niet wegneemt dat verschillende aspecthypothesen een vrij grote geldigheid kunnen hebben.

N.B. Na de afronding van deze studie is nog m.b.t. de "two-step flow"-theorie verschenen:

- Renckstorf, K., Zur Hypothese des "two-step flow" der Massakommunikation, in Rundfunk und Fernsehen 1970, pag. 314-333.
- Nan Lin, Information flow, Influence flow and the decision-making process, in: Jo. Qu. 48, 1971, pag. 33-40.
- Fenton, J. S., Leggett, T. R., A new way to find opinion-leaders, in: Jo. of Adv. Res., 1971, pag. 21-27.
- Boone, L., Massamedia en interpersonale communicatie, 1971.
- Boone, L., Massamedia en interpersonale communicatie, Leuven, 1971.
- Ban, A. W. van den, in: Informatiebulletin Ce.Co.We., dec. 1971, pag. 148-152.