*Issues, hypes en non-issues*

Een populaire veronderstelling is dat de media een grote invloed zouden hebben op het ontstaan van issues en hypes. Regelmatig wordt de pers er van beschuldigd dat zij rond een bepaald maatschappelijk vraagstuk een mediahype veroorzaakt. Of die aantijging al of niet terecht is, het maakt in ieder geval wel duidelijk dat een onderscheid tussen issues en hypes geen overbodige luxe is. De verspreiding van issues en hypes wordt diffusie genoemd. Diffusie veronderstelt adoptie (Rogers, 1983, 1995; Bass, 1969; Mahajan, Muller & Bass, 1990), maar het is zeer de vraag of het vluchtige karakter van een mediahype adoptie bevordert; of de diffusie van nieuws daadwerkelijk leidt tot adoptie. Naarmate mediahypes elkaar sneller afwisselen, krijgen ze ook minder betekenis en beklijven nauwelijks in het collectieve geheugen en dat van individuen. Mediahypes vormen meestal geen reeks, maar gaan steeds weer over iets anders en staan op zichzelf, waardoor hun cognitieve houdbaarheid beperkt blijft en de kans op adoptie vooralsnog gering zal zijn. Bovendien zijn er rond hypes geen waarden en verwachtingen gedrapeerd.

Adoptie èn diffusie zijn juist wel kenmerkend voor issues. De adoptie van opinies, sociale onvrede en maatschappelijk ongenoegen, resulterend in probleembesef vormen een voedingsbodem voor het ontstaan van issues.

Of een maatschappelijk probleem de publieke opinie daadwerkelijk in beweging kan brengen, hangt af van de mate waarin adoptie zich voordoet en de snelheid waarmee en de omvang waarin diffusie (verspreiding) plaatsvindt. De omvang en de snelheid van diffusiesnelheid is bepalend voor de vraag of een maatschappelijk vraagstuk momentum kan krijgen en of het momentum voldoende krachtig is om een maatschappelijk probleem om te zetten in een maatschappelijk controversiële kwestie (issue).

**Figuur 1**: *het onderscheid tussen issues, maatschappelijke problemen, non-issues en*

 *mediahypes met behulp van twee dimensies, adoptie en diffusie*

 *adoptie*

 wel adoptie, géén diffusie adoptie èn diffusie

manifest probleembesef manifest probleembesef

 **maatschappelijk probleem****issue**

**1 2**

*geen diffusie* *diffusie*

 **4 3**

 adoptie noch diffusie wel diffusie, géén adoptie latent probleembesef latent probleembesef

 **non-issue** **hypes**, mediaophef en rages

 *geen adoptie*

In figuur 1 wordt het onderscheid tussen issues, hypes, persoonlijk issues (maatschappelijke problemen) en non-issues weergegeven aan de hand van twee dimensies, adoptie en diffusie. Ze vormen de twee dimensies van een assenstelsel met vier kwadranten, aan de hand waarvan issues worden onderscheiden van hypes, non-issues en persoonlijke issues (maatschappelijke problemen).

In kwadrant 1 zijn persoonlijke issues gepositioneerd. Een persoonlijk issue is weliswaar een maatschappelijk probleem, maar nog geen issue, dat wil zeggen geen controversiële maatschappelijke kwestie die een voldoende aantal mensen bezighoudt en in beweging brengt. Het ongenoegen over een maatschappelijk probleem beperkt zich tot een verzameling losse individuen of een maatschappelijke voorhoede. Zij hebben met betrekking tot een maatschappelijk probleem als eersten een manifest probleembesef ontwikkeld, echter zonder dat andere segmenten begeesterd zijn geraakt. Er vindt geen transfer van probleembesef tussen groepen plaats, diffusie ontbreekt, maar mogelijkerwijs wel binnen groepen. Een maatschappelijke voorhoede (maximaal 15% van de bevolking; zie Downs, 1972, p. 41) vertoont in tegenstelling tot de stille meerderheid (ongeveer 55% van de bevolking) onvoldoende massa (omvang), waardoor er vooralsnog geen diffusie op ruime schaal kan plaatsvinden, laat staan een versnelling in de diffusie, waardoor een maatschappelijk probleem momentum kan krijgen. Een maatschappelijk probleem blijft in zo’n situatie een persoonlijk issue van de voorhoede. De maatschappelijke voorhoede toont op basis van haar manifeste probleembesef haar engagement, lang voordat de massa, in de gedaante van de stille meerderheid er mee aan de haal is gegaan.

In kwadrant 2 is er sprake van issuevorming, waar de dimensies van adoptie en diffusie elkaar treffen. Adoptie en diffusie zijn beiden nodig om een maatschappelijk probleem van een persoonlijk issue tot een maatschappelijk controversiële kwestie (issue) uit te laten uitgroeien. Er vindt zowel diffusie binnen groepen als tussen groepen plaats. In de maatschappij neemt het aantal mensen met een manifest probleembesef toe. Probleembesef wordt door steeds meer mensen gedeeld en geadopteerd.

In kwadrant 3 is sprake van een hype. Een hype moet voldoende massa hebben om als hype betiteld te kunnen worden. Diffusie zorgt voor voldoende massa, maar er vindt geen adoptie plaats, waarmee de vluchtigheid van een hype en het verschil met een issue wordt aangegeven. Hypes worden niet geadopteerd, beklijven niet in het individuele en collectieve bewustzijn en dalen niet in de publieke opinie in, aangezien ze niet in een (gedeelde) waarde wortelen, die door een maatschappelijk probleem is geactiveerd. Bovendien is een hype meestal geen uiting van een prangend maatschappelijk probleem. Vaak hebben hypes betrekking op gepersonaliseerde conflicten tussen bekende personen, die hun vetes uitvechten in de media.

Als er noch adoptie, noch diffusie plaatsvindt, zoals in kwadrant 4 het geval is, dan is er simpelweg sprake van een non-issue. Een maatschappelijk probleem wordt in het geheel niet onderkend en erkend. Probleembesef ontbreekt.