

تتناول هذه الفقرة نظرية "الخطوتين" للتواصل، والتي تشرح تأثير وسائل الإعلام على الأفراد من خلال قادة الرأي. ويشير ديفيد برلو إلى أن المصدر عادةً يكون مبتكرًا أو قائد رأي، والرسالة هي الأفكار المبتكرة، بينما قد تكون الوسيلة إما جماهيرية أو شخصية. ويؤكد بيتز أن الأفراد قد يلجأون مباشرةً إلى وسائل الإعلام بحثًا عن معلومات إضافية أو لتعزيز رأي قادة الرأي أو لتكوين آراء خاصة بهم. وتؤكد النظرية على دور قادة الرأي، الذين يؤثرون بشكل كبير على الأفراد نظرًا لصعوبة تجنبهم وسهولة الاقتناع بأفكار الأشخاص المعروفين. وتختتم الفقرة بالإشارة إلى أن تأثير وسائل الإعلام يعتمد على متغيرات أخرى، بما في ذلك قادة الرأي، مما يؤكد على أن التأثير ليس مباشرًا.