

SPIS TREŚCI

Wstęp do wydania polskiego. O <i>Dyfuzji innowacji</i> Everetta T. Rogersa	15
Przedmowa	21
Rozdział 1: Elementy dyfuzji	33
Gotowanie wody w peruwiańskiej wiosce: przypadek nieudanej dyfuzji	33
Czym jest dyfuzja?	39
Opanowanie szkorbutu w brytyjskiej marynarce	40
Brak dyfuzji klawiatury Dvoraka	42
Cztery główne elementy dyfuzji innowacji	45
1. Innowacja	46
2. Kanały komunikacyjne	54
3. Czas	56
4. System społeczny	61
Dyfuzja hybrydowych nasion kukurydzy w stanie Iowa	71
Podsumowanie	76
Rozdział 2: Historia badań nad dyfuzją	81
Początki badań nad dyfuzją w Europie	83
Gabriel Tarde i imitacja	83
„Obcy” Georga Simmela	84
Dyfuzjoniści brytyjscy i niemiecko-austriaccy	85

Rozwój głównych tradycji badania dyfuzji	86
Paradygmaty i niewidzialne kolegia	90
Antropologia	92
Cudowny ryż na Bali: bogini kontra komputer	95
Wczesna socjologia	98
Socjologia wsi	99
Pedagogika	108
Dyfuzja nowoczesnych metod nauczania matematyki w Pittsburghu	111
Globalna dyfuzja oddziałów przedszkolnych	112
Zdrowie publiczne i socjologia medycyny	113
Badanie dyfuzji nowych leków przeprowadzone na Uniwersytecie Columbia	114
Eksperyment terenowy w Taizhong	122
Kampania STOP AIDS w San Francisco	125
Badania komunikacji	126
Dyfuzja wiadomości o zamachach terrorystycznych z 11 września 2001 roku	134
Marketing	139
Liderzy opinii i znawcy w procesie dyfuzji samochodów elektrycznych	145
Geografia	148
Socjologia ogólna	150
Rola sieci w rekrutacji uczestników protestów podczas „lata wolności”	151
Tendencje w tradycjach badania dyfuzji	153
Typologia badań nad dyfuzją	154
Podsumowanie	162
Rozdział 3: Osiągnięcia badań nad dyfuzją i ich krytyka	165
Obecny status badań nad dyfuzją	166
Zarzuty pod adresem badań nad dyfuzją	169
Nieuświadomione sprzyjanie innowacji w badaniach nad dyfuzją	170
Czysta woda pitna w egipskich wioskach	171
Preferencje dla synów w Indiach i Chinach	183
Błąd obwiniania jednostek w badaniach nad dyfuzją	185
Przewycięzenie błędu obwiniania jednostek	194

Problem retrospekcji w badaniach nad dyfuzją	195
Kwestia równości w dyfuzji innowacji	200
Podsumowanie	206

Rozdział 4: Tworzenie innowacji 209

Proces rozwoju innowacji	210
1. Dostrzeżenie problemu lub potrzeby	210
2. Badania podstawowe i stosowane	213
Narodziny laptopa w firmie Toshiba	218
3. Opracowanie innowacji	221
Dlaczego lodówki brzęczą	222
Czym jest Segway?	223
4. Komercjalizacja innowacji	229
Przegapiona przyszłość w Xerox PARC	230
5. Dyfuzja i przyjęcie innowacji	233
6. Skutki innowacji	235
Przypadkowe odkrycie warfaryny	236
Status społeczno-ekonomiczny i równość a rozwój innowacji	238
Twarde odmiany pomidorów w Kalifornii	238
Rekonstruowanie procesu rozwoju innowacji	241
Wady badań rekonstrukcyjnych	244
Przyszłość badań nad procesem rozwoju innowacji	245
Model agencji ds. transferu technologii rolniczych	246
Podsumowanie	248

Rozdział 5: Proces podejmowania decyzji w sprawie innowacji 251

Model procesu podejmowania decyzji w sprawie innowacji	252
Etap zapoznania się	254
Co jest pierwsze: potrzeby czy świadomość istnienia innowacji?	254
Trzy typy wiedzy na temat innowacji	256
Jednostki wcześniej i później zapoznające się z innowacją	258
Etap przyjęcia postawy	259
Etap podjęcia decyzji	261

Etap wdrożenia	264
Adaptacja	265
Jak często dochodzi do adaptacji?	267
Adaptacja nie musi być czymś złym	271
Dlaczego dochodzi do adaptacji?	273
Adaptacja kultury jeździeckiej przez Indian z Wielkich Równin	277
Etap weryfikacji	277
Dysonans poznawczy	278
Porzucenie	279
Rzucanie palenia	282
Wymuszone porzucenie a rozwój rolnictwa organicznego	284
Czy w procesie podejmowania decyzji w sprawie innowacji występują etapy?	285
Badanie procesu kontra badanie wariacji	287
Dowody na występowanie etapów	288
Hierarchia efektów	290
Etapy zmiany	292
Kanały komunikacyjne w procesie podejmowania decyzji w sprawie przyjęcia tetracykliny	295
Rola kanałów komunikacyjnych na różnych etapach procesu podejmowania decyzji w sprawie innowacji	298
Kategoryzacja kanałów komunikacyjnych	298
Kanały medialne a kanały interpersonalne	299
Kanały kosmopolityczne a kanały zlokalizowane	302
Model prognostyczny Bassa	303
Rola kanałów komunikacyjnych w zależności od kategorii jednostek przyjmujących	307
Okres podejmowania decyzji w sprawie innowacji	308
Tempo upowszechnienia wiedzy o istnieniu innowacji a tempo rozprzestrzenienia się innowacji	309
Długość okresu podejmowania decyzji w sprawie innowacji w zależności od kategorii jednostek przyjmujących	310
Jak internet zmienia proces podejmowania decyzji w sprawie innowacji	311
Podsumowanie	313

Rozdział 6: Postrzegane cechy innowacji a tempo dyfuzji	315
Rap: czarna muzyka w białej Ameryce	316
Tempo dyfuzji	318
Badania nad cechami innowacji	320
Pomiar cech innowacji	320
Organizacje jako jednostki przyjmujące	323
Postdykcja kontra predykcja	325
Przypadek nieudanej innowacji rolniczej	326
Względna przewaga	328
Czynniki ekonomiczne a tempo dyfuzji	328
Prestiżowe aspekty innowacji	329
Niepotrzebne przyjęcie innowacji	331
Względna przewaga a tempo dyfuzji	332
Innowacje zapobiegawcze	334
Skuteczność zachęt	337
Nakaz przyjęcia innowacji	340
Kompatybilność	342
Kompatybilność z wartościami i przekonaniami	342
Kompatybilność z wcześniej wprowadzonymi ideami	345
Kompatybilność z potrzebami	349
Panele fotowoltaiczne na milionie dachów	349
„Milcząca synowa”	351
Kompatybilność a tempo dyfuzji	352
Wiązki technologii	353
Nazywanie innowacji	355
Pozycjonowanie innowacji	356
Badania akceptowalności	358
Tubylcze systemy wiedzy	360
Złożoność	363
Możliwość wypróbowania	364
Obserwowalność	365
Telefony komórkowe a rewolucja w stylu życia	366
Podsumowanie	374

Rozdział 7: Innowacyjność a kategorie jednostek przyjmujących	377
Dyfuzja innowacji rolniczych w kolumbijskiej wiosce w Andach	378
Określanie kategorii jednostek przyjmujących na podstawie innowacyjności	383
Krzywa dyfuzji w kształcie litery „S” i rozkład normalny	383
Mierzenie innowacyjności organizacji	388
Kto przyjmuje innowację?	390
Kategoryzacja jednostek przyjmujących	392
Kategorie jednostek przyjmujących jako typy idealne	395
Innowatorzy: poszukiwanie nowości	396
Jednostki wcześniej przyjmujące: szacunek	397
Wczesna większość: rozważa	397
Późna większość: sceptycyzm	398
Maruderzy: przywiązanie do tradycji	398
Wrogowie innowacji: tradycyjni amisze	399
Cechy kategorii jednostek przyjmujących	403
Cechy społeczno-ekonomiczne	403
Cechy osobowości	404
Zachowanie komunikacyjne	406
Segmentacja odbiorców a kategorie jednostek przyjmujących	409
Maruderzy w procesie dyfuzji telefonów komórkowych w Hongkongu	410
Paradoks innowacyjności i potrzeb a strategia najmniejszego oporu	411
Wpływ relacji sieciowych na innowacyjność	413
Podsumowanie	415
 Rozdział 8: Sieci dyfuzji	 417
Rola liderów opinii w dyfuzji nowoczesnych metod nauczania matematyki	418
Modele przepływów komunikacyjnych	420
Model igły podskórnej	421
Model przepływu dwuetapowego	421
Homofilia i heterofilia w sieciach komunikacyjnych	423
Homofilia i heterofilia	424

Homofilia jako bariera w procesie dyfuzji	425
Określanie statusu lidera opinii i powiązań sieciowych	427
Rola „szczeniaków alfa” w marketingu wirusowym modnych gier elektronicznych	433
Monomorficzni i polimorficzni liderzy opinii	435
Nocna jazda Paula Revere’a	435
Cechy liderów opinii	437
Komunikacja zewnętrzna	437
Dostępność	438
Status społeczno-ekonomiczny	439
Innowacyjność	439
Innowacyjność, status lidera opinii i normy systemu	439
Liderzy opinii wśród organizacji	441
Znaczenie liderów opinii	443
Znaczenie sieci w dyfuzji nowego leku	450
Sieci dyfuzji	456
Tworzenie sieci dyfuzji dla paneli fotowoltaicznych w Republice Dominikany	457
Skupienia użytkowników innowacji	459
Doktor John Snow i epidemia cholery w Londynie	463
Analiza sieci komunikacyjnych	465
Teoria „siły słabych więzi”	467
Kto jest powiązany z kim w obrębie sieci?	469
Teoria społecznego uczenia się	470
Masa krytyczna w dyfuzji innowacji interaktywnych	472
Masa krytyczna a dyfuzja telefaksu	474
Dyfuzja internetu	476
Pojęcie masy krytycznej	480
Obserwowanie obserwujących	484
Śpioch	487
Jednostkowe progi przyjęcia innowacji	489
Dlaczego jednostki przyjmują innowacje przed osiągnięciem masy krytycznej?	491
Sieci a efekt turbodoładowania	495
Strategie osiągnięcia masy krytycznej	496
Podsumowanie	497

Rozdział 9: Inicjatorzy zmiany	501
Targetowanie	502
Inicjatorzy zmiany jako pośrednicy	505
Sekwencja ról inicjatorów zmiany	506
Przymusowa dyfuzja implantów Norplant w Indonezji	508
Czynniki sukcesu inicjatorów zmiany	511
Starania inicjatorów zmiany	511
Orientacja na klientów	513
Kompatybilność z potrzebami klientów	514
Samopodtrzymywalność: amerykańskie kurczaki w Nigerii	515
Empatia inicjatorów zmiany	516
Kampanie komunikacyjne	517
Kampania na rzecz doustnej terapii nawadniającej w Egipcie	520
Homofilia a częstość kontaktów z inicjatorami zmiany	522
Kontakt inicjatorów zmiany z klientami o niższym statusie	524
Pomocnicy inicjatorów zmiany	525
Wiarygodność inicjatorów zmiany	526
Nieautentyczna profesjonalizacja pomocników inicjatorów zmiany	528
Projekt wymiany igieł w Baltimore	529
Wykorzystanie pomocy liderów opinii	530
Rola pokazów	531
Zdolność klientów do samodzielnej oceny innowacji	533
Agencje ds. transferu technologii rolniczych	534
Scentralizowane i zdecentralizowane systemy dyfuzji	539
Zalety i wady dyfuzji zdecentralizowanej	543
Podsumowanie	545
 Rozdział 10: Innowacja w organizacjach	 549
Typy decyzji w sprawie innowacji	550
Organizacje	551
Organizacje wirtualne	553
Innowacyjność organizacji	555
Rozmiar organizacji a ich innowacyjność	558
Struktura organizacji a ich innowacyjność	560

Rola orędowników innowacji	563
Proces innowacji w organizacjach	567
Przyjęcie nowych technologii komunikacyjnych	570
Etapy procesu innowacji	572
1. Ustalenie hierarchii ważności	572
2. Dopasowanie	575
3. Redefinicja i restrukturyzacja	576
4. Wyklarowanie	580
5. Rutynizacja	582
Niepowodzenie eksperymentu Santa Monica Freeway Diamond Lane	585
Nowe technologie komunikacyjne w organizacjach	588
Podsumowanie	588
 Rozdział 11: Skutki innowacji	 591
Rewolucyjne skutki wprowadzenia skuterów śnieżnych w Arktyce	592
Badanie skutków innowacji	595
Klasyfikacja skutków innowacji	598
Skutki pożądane kontra niepożądane	598
Skutki bezpośrednie kontra pośrednie	602
Doustna terapia nawadniająca: skutki skutków	603
Skutki oczekiwane kontra nieoczekiwane	606
Stalowe siekiery dla Aborygenów z epoki kamienia	607
Forma, funkcja i znaczenie innowacji	609
Wielki głód w Irlandii	610
Osiągnięcie równowagi dynamicznej	611
Zabójca komarów	612
Skutki innowacji a równość społeczna	616
Luka na poziomie efektów komunikacji	618
Zwiększenie dystansów społecznych przez dyfuzję innowacji	621
Struktura społeczna a równomierność skutków innowacji	623
Strategie zmniejszania dystansów społeczno-ekonomicznych	625
Większe dystanse nie są nieuniknione	629
Luka cyfrowa	630
Podsumowanie	632

Słowniczek	635
Bibliografia	639
Indeks osobowy	693
Indeks rzeczowy	699