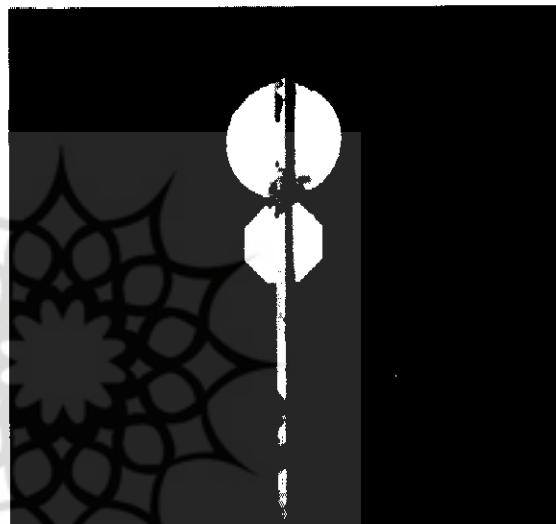


اشاعه از دیدگاه او نوع خاصی از ارتباط است که به گسترش نوآوری‌ها معطوف است. راجرز؛ فرایند اشاعه نوآوری‌ها را دارای ۵ مرحله می‌داند:

- ۱- مرحله آگاهی (knowledge): مواجهه با نوآوری و شناخت کارکرد آن، آگاهی از پدیده نو، زمانی صورت می‌گیرد که فرد با واحد تصمیم گیرنده، با نوآوری و کارکرد آن مواجه می‌شود.
- ۲- مرحله ترغیب (persuasion): در این مرحله، نگرش مشیت یا منفی نسبت به پدیده جدید در ذهن فرد شکل می‌گیرد.
- ۳- مرحله تصمیم (Decision): در این مرحله ذهن، خود، به ارزیابی می‌پردازد و تصمیم نهایی پذیرش یا رد نوآوری را اختاز می‌کند. هر تصمیم تشریفاتی در این زمینه که مبتنی بر دو مرحله قبلی نباشد به عنوان مانع عمل خواهد کرد.
- ۴- مرحله اجرا (Implementation): در این مرحله از نوآوری استفاده می‌شود.

۵- مرحله تثبیت (Confirmation): در این مرحله فرد پس از اختاز تصمیم، به دنبال اطلاعاتی می‌گردد که تصمیم او را تائید کند و در واقع افراد تصمیم خود را تقویت کنند. اطلاعات منفی درباره تصمیم او می‌تواند روند کسب نوآوری را متوقف کند



### گونه‌های گزینش کنندگان

راجرز در همین حال، گزینش کنندگان نوآوری‌ها را براساس میزان استقبالی که از نوآوری می‌کنند به چند گروه طبقه‌بندی کرده است:

- ۱- نوآوران (Innovators): (پنج درصد جامعه) افراد جسور و خطرپذیر که بیش از بقیه علاقمند به آزمایش اندیشه‌های جدید هستند، اینها بیشتر به تکنولوژی می‌پردازند و بیشتر برای پذیرش چیزهای جدید سعی می‌کنند.
- ۲- اقیانوس گران اولیه (Early Adopters): (ده درصد جامعه) سریع و آگاهانه سازگار می‌شوند. افراد محلی قابل احترام که در نظام اجتماعی بیشترین تعداد رهبران اجتماعی را شکل می‌دهند.
- ۳- اکثریت اولیه (Early majority): (چهل درصد جامعه) افراد با فکر و نکته‌سنجد که در موقعیت رهبران فکری نیستند و در اخذ تصمیم ملاحظه کار بوده و با احتیاط عمل می‌کنند.
- ۴- اکثریت متأخر (Late majority): (چهل درصد جامعه) افراد مردد و شکاک که به خاطر ضرورت‌های اقتصادی و یا افزایش فشارهای محیطی و اجتماعی نوآوری را می‌پذیرند.
- ۵- عقب‌ماندگان (Laggards): (پنج درصد جامعه) افراد سنت‌گرا و واسطه به محیط زندگی که اغلب گوشش‌گیر بوده و در گذشته سیر می‌کنند.

## آشنایی با نظریه اشاعه نوآوری‌ها

همشبیری آنلاین - دکتر یونس شکرخواه

اشاعه نوآوری‌ها (diffusion of innovations) تئوری متعلق به اورت ام راجرز (Everett m. Rogers) (۱۹۳۱) است.

این نظریه اشاعه، فرایند اجتماعی نوآوری‌ها را اعم از ایده‌ها و شیوه‌های جدید استفاده از وسائل و چگونگی دستیابی به آنها و نحوه گسترش آنها را در یک نظام اجتماعی بررسی می‌کند. این نظریه‌پرداز؛ نوآوری را به عنوان ایده، عمل، هدف، وسیله و یا اطباق با وضعیت متغیری که شخص آن را نو فرض می‌کند تعریف کرده است.