

Teorija difuzije inovacija: istorijski osvrt na razvoj teorije difuzije inovacija

Teorijske koncepcije o društvenom razvoju i društvenim promenama u sociologiji svoj izraz dobijaju još od njenih početaka i otada pa do danas razvija se čitav niz teorija o društvenim promenama i istorijskom razvoju društva, oblastima, vrstama, pravcima i granicama društvenih promena, kao i načina na koji se one dešavaju.

U ovom poglavlju predstavimo jedno specifično teorijsko stanovište, koje, po prirodi svojih interesovanja, pripada široj problematici društvenih promena i razvoja društva, a ima veliki značaj za razumevanje društvenih promena u poljoprivredi i ruralnim područjima. Difuzionizam i teorije difuzije inovacija predstavljaju onu posebnu problematiku sociološke teorije društvene promene koja se odnosi na pitanja širenja društvenih promena, prilagođavanja i otpora na promene, probleme nastanka i usmeravanja promena i sl.

Istraživanja difuzije inovacija bila je jedna od osnovnih tema rane američke ruralne sociologije i razvijala su se iz čisto praktičnih potreba¹. Ona su se razvijala uporedo sa radom tzv. *Land Grant* koledža (poljoprivrednih fakulteta), savetodavnih službi, ali i sa institucionalizacijom ruralne sociologije u SAD, odnosno, osnivanjem prve Katedre za ruralnu sociologiju daleke 1911. godine pod rukovodstvom Čarlsa Gelpina. Može se tvrditi da se difuzija inovacija kao istraživačko polje pojavila najpre u ruralnoj sociologiji, a zatim u svima ostalima, uključujući i opštu sociologiju (Rogers; 1962; 2003; First Dilić; 1976). Industrijalizacija poljoprivrede i potreba za širenjem inovacija među seljacima/farmerima, nametala je potrebu da se ovaj proces kanališe, a time i pokuša kontrolisati i učiniti efikasnijim. Početkom dvadesetog veka, proces institucionalizacije u oblasti obrazovanja poljoprivrednika u SAD se još više pojačava (poljoprivredne škole, savetodavne službe pri poljoprivrednim fakultetima, poljoprivredne eksperimentalne stanice). U toj podeli rada ruralni sociolozi, u saradnji sa poljoprivrednim eksperimentalnim stanicama, preuzimaju zadatke istraživanja procesa difuzije inovacija i njenih efekata. U početku se istražuju komunikativni aspekti procesa sa naglaskom na izvorima informacija i prirodi procesa usvajanja inovacija, dok se kasnije (sredinom dvadesetog veka) istraživanja usmeravaju na 1. utvrđivanje personalnih i sociokulturnih uzroka različitog prihvatanja poljoprivrednih inovacija od strane farmera i 2. proces difuzije kao problem komunikacije informacija. Istraživanja difuzije inovacija iz oblasti sociologije su se razlikovala od antropoloških, između ostalog, u kvantitativnoj metodologiji, međutim „kreiranje intelektualne paradigme moralo je da sačeka ruralnu sociologiju“ (Rogers; 2003), koja procentualno ima najveće učešće u istraživanjima difuzije inovacija.

U periodu od četrdesetih do sedamdesetih godina dvadesetog veka američki ruralni sociolozi izveli su značajan broj istraživanja difuzije inovacija u poljoprivredi i ruralna područja. Po mišljenju Rodžersa, jedno od najznačajnijih istraživanja bilo je istraživanje Rajana i Grosa

¹ Interesantan je podatak da je američki predsednik T. Ruzvelt (1901-1909.) smatrao da je ruralna Amerika osnova nacionalne efikasnosti i 1908. godine sastavio komisiju (tzv. *Country Life Commission*) koja je imala zadatak da sumira saznanja o američkom selu i poljoprivredi kako bi pronašla načine da se ruralni život i ruralni prostori učine atraktivnijim. Izveštaj komisije ukazao je na niz faktora koji utiču na napuštanje ruralnih područja, ali nije ukazao na konkretnije preporuke i rešenja. Ipak, njegov značaj je u aktuelizaciji ruralnih pitanja i indirektnoj podršci istraživanjima sela i poljoprivrede, a time i istraživanjima procesa difuzije novih tehnologija u farmersku poljoprivredu u cilju njene modernizacije i podsticanja konkurentnosti, ali i smanjenja ruralnog siromaštva. To je dovelo i do velike potražnje za ruralno sociološkim znanjima i istraživanjima i do formiranja značajnih budžeta za ovakva istraživanja.

(Ryan i Gross) iz 1943. godine, koji su proučavali difuziju hibridnog kukuruza među severno američkim farmerima. Ovo istraživanje dovelo je do uspostavljanja „istraživačke paradigme“ u oblasti proučavanja difuzije inovacija i značajno je uticalo na sva kasnija istraživanja difuzije inovacija, pre svega u SAD, ali i šire, pošto su se većina istraživanja na tu temu u svetu često izvodila po američkom uzoru. Rodžers čak smatra da je to u ovoj oblasti „najznačajnije istraživanje svih vremena, bez obzira na 5200 istraživanja difuzije inovacija koja su izvedena do sada“ (Rogers 2003). Šezdesetih godina dvadesetog veka, slična istraživanja počinju da se izvode i u drugim delovima sveta: Latinskoj Americi, Africi i Aziji. Pedesetih i šezdesetih godina dvadesetog veka začinje se i evropska istraživačka tradicija u ovoj oblasti, predvođena sociolozima sa Katedre za ruralnu sociologiju Poljoprivrednog univerziteta u Wageningenu, pre svega profesorom Hofsteemom, koji je boraveći u Americi ove ideje „preneo“ evropskim sociolozima i krajem pedesetih godina dvadesetog veka imao i veoma važnu ulogu u osnivanju Evropske asocijacije za ruralnu sociologiju (Wiskerke; 2004; Lowe 2010). Među ruralnim sociolozima u današnje vreme istraživanja ove problematike su „relativno *passé*“ i danas se pretežno izvode u komercijalne svrhe (Rogers; 2003).

U američkoj ruralnoj sociologiji, koja je difuziju inovacija imala kao predmet istraživanja, jedno od najvažnijih mesta pripada pomenutom Everetu Rodžersu (Everett Rogers, 1931-2004.). Rodžersovo kapitalno delo *Difuzija inovacija* prvi put je objavljeno je 1962. godine, a peto izdanje izašlo je 2003. godine. Zbog svojih zasluga u ovoj oblasti teško je danas govoriti o ovoj temi, a ne osvrnuti se na Rodžersa koji često predstavlja sinonim za difuziju inovacija.

U srpskoj sociološkoj literaturi koja se bavila difuzijom inovacija najznačajnije mesto pripada Vojislavu Đuriću, koji nas u svojoj knjizi *Inovacije u društvu* veoma iscrpno obavestava o različitim teorijama i pristupima problemu difuzije inovacija, između ostalog, i o evropskoj istraživačkoj tradiciji, ali i istraživanjima koja su obavljena na prostorima Balkana. Tako on npr. pominje istraživanje o „stanju mode i ostalim novim običajima“ koje je već 1905. godine inicirano od strane Saveza srpskih zemljoradničkih zadruga u Zagrebu, a sprovedeno u hrvatskim selima. Đurić pominje i ostale istraživače, na primer I. Zoričića, koji je 1918. godine ispitivao difuziju šećerne repe, D. Lapčevića koji istražuje primenu (difuziju) nauke u poljoprivredu, prof. S. Dubića, Jovana Cvijića, Kosića i druge. Đurić difuziju inovacija posmatra kao „totalni društveni fenomen“ imajući u vidu različite faze procesa difuzije. Po njegovom mišljenju difuzija inovacija je vremenski i stupnjeviti proces tokom koga se nove vrednosti najpre društveno prezentiraju da bi ih zainteresovani društveni subjekti usvojili i koristili, a u skladu sa svojim obeležjima i obeležjima društvenog sistema u kome žive (Đurić; 1975). U svojim kritikama dosadašnjih istraživanja on posebno potencira potrebu za boljim poznavanjem završetka procesa difuzije neke inovacije, odnosno, njenog usvajanja i daljeg korišćenja u socio-kulturnom miljeu i postojećim obrascima onoga ko inovaciju usvaja. Đurić takođe ukazuje na različite posledice inovacija i ukazuje da funkcionalne i difunkcionalne inovacije, zatim na manifestne i latentne posledice inovacija, ali i metodološki problem kauzalnog sleda i utvrđivanja uzroka i posledica u ovom procesu.

Dela Sretena Vukosavljevića se u skoro čitavom svom opusu na određen način bave ovom problematikom kroz prikaz promena tradicionalne seoske organizacije, usled difuzije inovacija u poljoprivredu, selo i svakodnevni život seljaka. U svim svojim delima on se bavio pitanjima istorije i promena tradicionalnog seljačkog društva i načina života, privrednog mentaliteta seljaka, koje su se odvijale prodorom inovacija i pod uticajem globalnih društvenih procesa. U tom smislu, njegovo delo je veoma korisno za razumevanje istorijskih tokova i

modaliteta procesa nastajanja i širenja inovacija u selo i poljoprivredu, a naročito za razumevanje suštinskih faktora koji su doveli do usvajanja ili odbacivanja inovacija kod naših seljaka.

U domaćoj istraživačkoj tradiciji, značajno je pomenuti i dva pokušaja sistematskog istraživanja difuzije inovacija. Prvi, koji je 1968. godine izveo Odjel za sociologiju sela, bivšeg Agrarnog instituta iz Zagreba, pri čemu su istraživane društvene implikacije primene i korišćenja mehanizacije na individualnim polj. gazdinstvima. Drugo istraživanje Difuzija materijalnih inovacija u seoskim sredinama Vojvodine, sprovedi su u periodu od 1970-1973. godine Centar za političke studije iz Novog Sada u saradnji sa Agrarnim institutom iz Zagreba (prema, Đurić 1975).

U novijoj domaćoj sociološkoj literaturi Živojin Petrović se u svojoj doktorskoj disertaciji Uticaj društvenih uslova na stvaranje i širenje proizvodnih inovacija u našoj poljoprivredi (1997.) i kasnijim radovima bavio ovom problematikom, a jednim delom ona je obuhvaćena i istraživanjima drugih autora u kontekstu poljoprivrednog savetodavstva kao činilica razvoja poljoprivrede i sela (osvrta na poljoprivredne savetodavne službe koje kao jednu od dominantnih funkcija imaju širenje inovacija i modernizaciju poljoprivrede).

1.1 Inovacije i njihov značaj za poljoprivredu: uloga poljoprivrednog savetodavstva

U sociologiji postoje brojna određenja inovacije, procesa difuzije inovacija, usvajanja (ili odbacivanja) inovacija. **U suštini inovacija predstavlja nešto novostvoreno ili novootkriveno, kulturna tvorevina koju neko stvara, rešavajući neki problem, a neko drugi usvaja, kako bi time zadovoljio svoju potrebu** (Mitrović; 1998). **Inovacija, kao takva, mora biti posmatrana kao nova (ideja, proizvod, tehnika, način ponašanja, praksa...) od strane nekog pojedinca ili grupe, dok bi inovacija, s druge strane, bila nešto što je novostvoreno, po prvi put stvoreno.** Inovacija predstavlja rezultat stvaralačkog procesa i manje ili više originalno rešenje nekog problema (izum) koji postoji, ali se ne mora nužno širiti i društveno prezentovati (iz različitih razloga). S druge strane, **inovacija predstavlja društvenu percepciju tog rešenja i (implicitno) potrebu da se ono primenjuje i širi.** Inovacija može biti i već postojeća ideja, proizvod, tehnologija... koja u određenom kontekstu ima drugačiju funkciju nego dosada i koja je kao takva nova za pojedinca ili grupu koja je dosada nije koristila ili je nije koristila na taj način (npr. mobilni telefon može da bude inovacija za nekoga ko ga do sada nije koristio iako je mobilni telefon kao izum nastao prilično davno).

U kontekstu postojanja različitih vrsta inovacija kao i njenih funkcija i posledica pogrešno je svaku inovaciju smatrati dobrom. „Novo“, „moderno“ i „dobro“ **nisu sinonimi, a dobar primer za to mogu biti neke od negativnih posledica modernizacije** u npr. poljoprivredi. *Organska, integralna, biološka, ekološka* proizvodnja u poljoprivredi su danas veoma aktuelne teme u kontekstu zdravstvene bezbednosti i kvaliteta hrane, zaštite životne sredine i sl. Ovo može da predstavlja značajnu inovaciju za neke farmere, ali treba imati u vidu da je ovakav način proizvodnje bio dominantan kroz istoriju od nekoliko hiljada godina pre pojave poljoprivrednih nauka i sistema znanja i informacija u poljoprivredi (uz izvesne specifičnosti ovih pristupa danas). To znači da dobro i novo, kao i staro i loše ne treba unapred izjednačavati. Vrlo često i nešto staro može da bude dobro (optimalno) rešenje u određenom socio-ekonomskom kontekstu u kojem se npr. neko gazdinstvo nalazi.

U analitičkom okviru za razumevanje difuzije inovacija (a time i kategorijalnom aparatu za ove potrebe) nužno je uvek imati u vidu tradiciju, odnosno, postojeći način delanja, mišljenja,

ponašanja, a koji je postojao pre pojave neke inovacije. **Možda bismo mogli da tvrdimo da inovacija - kao svoju imanentnu osobinu - u sebi više sadrži pojam *promene*, nego pojam novine, jer kao takva uvek ulazi u određeni nivo konflikta sa postojećim „tradicionalnim“ načinom ponašanja, mišljenja, delanja.** Mendras ističe da u tradicionalnom društvu – i primitivnom i seljačkom – **svaka inovacija dovodi u pitanje tradiciju: to je očigledno.** A za tradicionalnog seljaka njegova rutina, koja je izraz viševekovnog iskustva, je dobra rutina od koje se doduše može, ali oprezno udaljiti (Mendras; 1986). Inoviranje je osnovni proces društvenih promena, a inoviraju se ideje, proizvodi, tehnike i načini ponašanja (Planck und Ziche 1979).

Bez obzira na to kako su shvatali inovaciju i proces difuzije i odlučivanja o inovaciji, najveći broj istraživača s pravom ističe da su neki od ključnih faktora koji dovode do širenja određene inovacije, odnosno do njenog usvajanja i korišćenja, zapravo **1. potreba i 2. sredstva** koja su potrebna za usvajanje inovacije. Međutim, čak i ako postoje materijalna sredstva za usvajanje neke inovacije, trošak usvajanja inovacije ne sme da bude veći od dobiti koja proizilazi njenim usvajanjem. To znači da direktne ili indirektne, manifestne ili latentne posledice koja ona u svakodnevnoj praksi proizvodi, ne smeju da budu disfunkcionalne („više štete nego koristi“). Ukoliko ne postoji potreba za inovacijom, ona neće biti usvojena, a ukoliko su troškovi inovacije preveliki, ona ne može biti usvojena. U ovom pravcu često se kao problem postavlja teza da li pre dolazi potreba ili svest o inovaciji jer nekada i sama inovacija može proizvesti svest tj. potrebu za njom, dok, s druge strane, ukoliko ne postoji svest o postojanju nekog problema ili svest o postojanju same inovacije (rešenja) neće postojati ni potreba za inovacijom i njenim usvajanjem. U današnje vreme izloženosti masovnim medijima potpuno je jasno da je moguće kreirati veštačke potrebe i na taj obezbediti prostor za nesmetano širenje inovacija koje zadovoljavaju takve „potrebe“. Prema tome, inovacije mogu dovesti do nastajanja potrebe i obratno.

Bavljenje poljoprivredom vekovima se zasnivalo na tradicionalnim znanjima i umećima koja su se prenosila „sa kolena na koleno“ i imala pred sobom imperativ proizvodnje zarad sopstvene potrošnje i zadovoljavanja porodičnih potreba. Razvoj znanja u poljoprivredi u predindustrijskim društvima bio je veoma spor i promene su se dešavale u jednom dugom vremenskom periodu.

Tokom ljudske istorije postojali su različiti oblici razmene znanja i iskustava iz oblasti poljoprivrede i **gotovo su uvek postojale određene grupe ljudi koje su imale specifičnu „savetodavnu“ ulogu** (*stariji muški članovi zajednice, religijske vođe, trgovci* itd.). Širenje znanja ka seljacima ima svoju dugu istoriju koja datira mnogo pre devetnaestog veka, koji se smatra istorijskim početkom prvih modernih organizovanih sistema savetodavstva u poljoprivredi. Važno je napomenuti da tradicionalna poljoprivreda, sa vekovnim neplaniranim i „slučajnim“ otkrićima /inovacijama (u industrijskom društvu), neminovno prepušta mesto modernoj poljoprivredi, koja sistematski i organizovano radi na kreiranju inovacija

Posredstvom razvoja društvene podele rada i drugih društvenih procesa, razvijaju se poljoprivredne nauke i poljoprivreda se neminovno uključuje u globalna društva robno-novčane privrede. Na taj način, ona nastoji da odgovori izazovima rasta svetskog stanovništva i potrebama za kvantitetom, ali i kvalitetom prehrambenih proizvoda. Danas se ovim zahtevima opravdano pridružuje pitanje održivog razvoja i zaštite životne sredine, koje poljoprivredu, ali i ruralna područja, sve više postavlja u centar interesovanja globalnog društva.

Kvalitativni skok predstavlja naučna „produkcija“ znanja u poljoprivredi i razvoj poljoprivrednih nauka (19.vek), koji se odvija na univerzitetima/ poljoprivrednim fakultetima. Napredak je u **sistematskom i organizovanom** razvoju poljoprivrednih nauka (znanja) na fakultetima, institutima, istraživačkim centrima, da bi se ono kasnije primenilo u poljoprivrednoj praksi. Međutim, već polovinom 19-tog veka u razvijenim zemljama uočava se potreba za „posrednikom“ u tom procesu širenja znanja/transfera tehnologije. To je vodilo ka razvoju **savetodavnih službi u poljoprivredi** koje su činile vezu između naučnih centara i primene novih znanja u praksi.

Pojam **poljoprivrednog savetodavstva** „*agricultural extension*“ (engl. *extension* = širenje) je novijeg doba i njegova upotreba se u početku veže za pojam „*university extension*“ ili „*extension of the university*“, nastao u Velikoj Britaniji 1840. Godine. Razvoj savetodavnih službi širom sveta uslovio je različite pojmove kojima se označava poljoprivredno savetodavstvo. Najčešće upotrebljavani pojam, koji korene ima u anglosaksonskom rečniku, jeste „*extension service*“. Nemci koriste pojam „*Beratung*“ (savetovanje), slično kao i Britanci „*advisory work*“, koji označava situaciju u kojoj ekspert daje savete, ali ostavlja odgovornost za izbor između alternativa klijentu (savetovanoj osobi). Nemci, takođe, (nešto ređe) koriste pojmove „*Aufklärung*“ (razjašnjavanje) i „*Erziehung*“ (obrazovanje, vaspitanje); Holandanci koriste pojam „*voorlichting*“, koji izvorno znači „osvetljavanje staze da bi se nekome pomoglo da pronađe pravi put“, odnosno, poruku koja je primljena i shvaćena i koja, zato, smanjuje nesigurnost primaoca poruke; Francuzi govore o „*vulgarisation*“, čime naglašavaju potrebu da se znanje/poruka pojednostavi za običnog čoveka itd. (Šire o razvoju savetodavstva i pojmovnim različitostima, vidi npr. van den Ban and Hawkins 1996; Swanson, Bentz and Sofranko 1998; Leeuwis and van den Ban 2004)

Osnovna značenja pojmova koji označavaju savetodavstvo u današnjem smislu reči, kreću se oko „savetovanja“ „razjašnjavanja“, „rasvetljavanja“, „pojednostavljivanja“ i tome slično. Definicije savetodavstva su veoma brojne. Navešćemo samo neke:

„Savetodavstvo je služba ili sistem koji, kroz edukacione procedure, pomaže farmerima u usavršavanju metoda i tehnika poljoprivredne proizvodnje, vođenja gazdinstva/farme, povećavanju prihoda i produktivnosti proizvodnje, poboljšavanju nivoa - životnog standarda i podizanju socijalnih i obrazovnih standarda na selu“. (Maunder 1973: 3)

„Osnovni cilj savetodavstva je edukacija - da se pomogne farmerima da ovladaju novim informacijama i razviju nove sposobnosti. Ostali ciljevi su: da se pomogne farmerima da dođu do novih resursa, da se prenesu rezultati naučnih istraživanja, da se pruži moralna podrška, da se farmeri treniraju u donošenju odluka/odlučivanju, da se usmere na proizvodnju određenih useva“. (Mosher 1978: 10)

Jedan od svetski poznatih holandskih teoretičara savetodavstva Ane van den Ban (Anne van den Ban), savetodavstvo određuje kao:

„*svesno korišćenje komunikacije informacija radi pomoći ljudima da formiraju jasno mišljenje i da donose prave odluke...proces pomaganja ljudima da donose odluke vezane za njihove probleme pri čemu oni vrše izbor između alternativnih rešenja*“. (van den Ban and Hawkins 1996: 9)

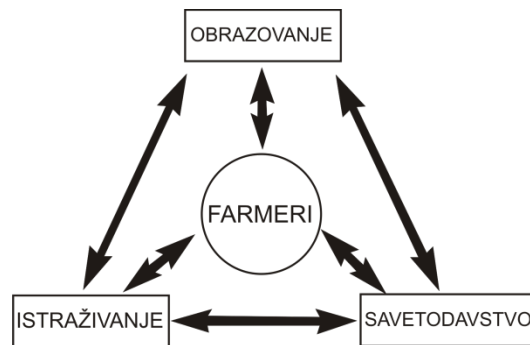
Pri tome, on naglašava da je **savetodavstvo sistematski organizovan proces** koji: „

- pomaže farmerima **da analiziraju svoju trenutnu situaciju i očekivanu situaciju** u budućnosti;
- pomaže im da **postanu svesni problema** koji mogu da se pojave u takvoj analizi;

- **uvećava znanja i razvija uvid u probleme** i pomaže farmerima da strukturiraju postojeća znanja;
- pomaže farmerima **da dobiju specifična znanja** u vezi određenih problemskih rešenja i njihovih posledica, tako da oni mogu da delaju u skladu sa mogućim alternativnim rešenjima;
- pomaže farmerima da naprave razuman **izbor** koji je, po njihovom mišljenju, optimalan za njihovu situaciju;
- **uvećava motivaciju** farmera za primenu njihovih rešenja/izbora;
- pomaže farmerima da **evaluiraju i usavršavaju svoje sposobnosti u kreiranju stavova i odlučivanju**“ (van den Ban and Hawkins 1996: 9-12).

U smislu neminovnosti trenda modernizacije poljoprivrede, **uloga poljoprivrednih stručnjaka i savetodavnih službi u poljoprivredi je da ukažu seljacima/farmerima na problem, na uzroke i posledice njihove prakse, a koje oni sami ne mogu (ili ne znaju) da objasne.** Ukazivanjem na uzročno posledične odnose u nekom načinu rada, korišćenju tehnologije, na dobiti koje proizilaze iz primene neke tehnologije, razvija se kod seljaka/farmera uvid u problem, svest i potreba o usvajanju neke inovacije kao rešenja određenog problema.

Baviti se poljoprivrednom uvek je bilo povezano sa određenom količinom znanja i kapitala (ulaganja) (Hoffmann *et al.* 2009: 5), a to danas - u uslovima tržišne (poljo)privrede - važi kao jedan od osnovnih preduslova. **Potreba za znanjima i informacijama različite prirode u savremenoj poljoprivredi je naprosto ogromna i farmeri sve više, pored informacija o tehnološkim inovacijama, traže i informacije „taktičke prirode“ koje mogu da im obezbede nagoveštaje da bi njihova današnja ulaganja mogla biti opravdana u budućnosti.** Ovo je pre svega u vezi sa agrarnom politikom i podrškom države, bez koje je teško ostvariti isplativu poljoprivrednu proizvodnju. Time je, pored znanja, kapitala i prirodnih uslova i tržišta, država - putem agrarne i ruralne politike - neizostavan faktor čitavog ovog sistema. Ovaj stav samo govori u prilog značaju savetodavnih službi i potrebi kreiranja adekvatnog sistema znanja i informacija u poljoprivredi svakog globalnog društva (Petrović i Janković 2010).



Slika 1. *Veze i interakcije između nekoliko osnovnih aktera Sistema znanja i informacija u poljoprivredi*

Izvor: FAO & World Bank 2002: 2

Da bi se savetodavstvo uspešno razumelo kao društveni odnos i proces nužno je da se uzme u obzir društveni kontekst rada i života, kako farmera, tako i savetodavca. To

znači da je za razumevanje čitavog niza uticaja na ovaj proces nužno analizirati najmanje sledeće elemente: 1) savetodavca i njegovo okruženje (strukturu i obeležja organizacije u kojoj radi), 2) farmera i njegovo okruženje (socio-ekonomsku strukturu i okruženje farmera i njegovog gazdinstva), 3) socijalni i kulturni milje obe ove grupacije i ljude u međusobnim odnosima i 4. komunikaciju i interakciju između ova dva sistema (koja može da bude kako uzrok, tako i posledica prethodno navedenih elemenata) (šire, Hoffman et al. 2009: 48-108.). U kompleksijim pristupima savetodavstvu, difuziji, inovacijama... pred savetodavstvo se postavljaju širi ciljevi poput izgrađivanja društvenih mreža, izgradnje (široko shvaćenih) kapaciteta farmera, društvenog učenja, pregovaranja i tome sl. Savetodavstvo se čak drugačije definiše: kao „komunikacija radi ruralne inovacije“ (Leeuwis and van den Ban 2004). Jedna od važnih osnova za ovakav pristup savetodavnom procesu je i adekvatno razumevanje *navika i aspiracija - interesa farmera* koje su istorijski formirane i imaju svoje različite dimenzije: tehničko-ekonomske, relacije (socio-političke), kulturološke, emocionalne.²

1.2 Osnovne postavke teorije difuzije inovacija i njen značaj

Teorijske postavke Evereta Rodžersa u vezi sa teorijom difuzije inovacija služe kao svojevrsna sublimacija zaključaka brojnih istraživanja ove problematike. U narednom delu osvrćemo se na osnovne postavke teorije difuzije inovacija, oslanjajući se pre svega na Rodžersa i njegove osnovne ideje (Rogers; 2003) koje (iako pružaju prostor za kritiku) danas u svetu ipak predstavljaju sinonim za ovu oblast (šire, Janković; 2005). Činjenica da njegova knjiga *Difuzija inovacija* (1962. god.) u toku četrdesetak godina doživljava čak peto izdanje, samo govori u prilog ovoj konstataciji. Osvrt na Rodžersovu teoriju smatramo interesantnim iz razloga što je najnovije izdanje iz 2003. godine u mnogo čemu korigovano i dopunjeno i u određenom smislu „brani“ Rodžersa od kritika koje su mu svojevremeno upućivane.³

Da bismo ovu teoriju učinili preglednijom, uslovno ćemo je podeliti na nekoliko glavnih pitanja koje obuhvata i nastoji da razreši:

- **difuzija inovacija i njeni osnovni elementi;**
- **proces usvajanja inovacija**
- **inovativnost i kategorije usvojilaca**
- **inovacija i njene karakteristike;**

² Ovaj model predlaže da ono šta farmeri (i druga ljudska bića) rade ili ne rade zavisi od toga šta oni: *VERUJU DA JE ISTINA* o biofizičkom i društvenom svetu (tj. šta „*ZNAJU*“); *TEŽE* da postignu (tj. šta oni „*ŽELE*“); (misle da) su *SPOSOBNI* da urade; (misle da) im je *DOPUŠTENO* i/ili se *OČEKUJE* da urade (Ibid. str. 65).

³ Potrebno je još jednom naglasiti da je Rodžers samo jedan od (najpoznatijih) istraživača ove problematike i da je su postojali mnogi njegovi savremenici i sledbenici koji su se ovim pitanjima takođe bavili npr. Herbert Lajonberger (Herbert F. Lionberger) koji je kao profesor ruralne sociologije na Univerzitetu u Misuriju (SAD) 1960. godine napisao poznato delo *Adoption of New Ideas and Practices*, u kojem je (takođe) sumirao istraživanja u vezi sa ovom problematikom, prilično slično kao što je to učinio Rodžers. Lajonberger je ostao nešto poznatiji po analizi uticaja različitih faktora na proces difuzije i kanala komunikacije informacija u različitim fazama difuzije inovacija. Pored Rodžersovog dela, o istraživačkoj tradiciji difuzije inovacija korisno je pogledati u: Katz, Lewin and Hamilton 1963; Lionberger 1960.

1.3 Difuzija inovacija i njeni osnovni elementi

Rodžers proces difuzije inovacija, uslovno rečeno, razdvaja od procesa usvajanja inovacija. Po njemu, proces difuzije je jedan tip društvene promene, odnosno proces u kome se promena dešava u okviru strukture i funkcija društvenog sistema i u suštini je grupni proces, dok je proces usvajanja inovacije individualnog karaktera (inovaciju kao novum subjektivno vrednuje individua). *Difuzija inovacija je „proces u kome je 1) inovacija 2) komunicirana („communicated“) putem određenih kanala komunikacije 3) kroz vreme 4) među članovima društvenog sistema“* (Rogers; 2003).

Komunikacija se u procesu difuzije inovacija odvija na različite načine, od masovnih medija do ličnih kontakata. Značajan faktor u tom procesu je i *difuziona mreža* u kojoj se odvija komunikacija među pojedincima i grupama koji su više ili manje slični po nekim ličnim i socio-kulturnim karakteristikama, uverenjima, verovanjima, međusobnom razumevanju. Osnovna je pretpostavka da je komunikacija (u ovom slučaju difuzija inovacija) efikasnija ako su sudionici u tom procesu međusobno sličniji. U osnovi ove koncepte Rodžers preuzima od Lazarsfelda, Mertona i Tarda, odnosno, ove ideje svoje korene imaju u teorijama razmene (Homans, Emerson, Blau...) i teorijama društvenih mreža, a koje daju teorijske osnove za razumevanje interakcija u društvenim mrežama. Interakcije se u suštini zasnivaju na zajedničkim emocijama: hipoteza homofilije znači da se socijalne interakcije dešavaju između individua sa slični životnim stilovima i socio-ekonomskim osobinama. U novije vreme, teorije socijalnog kapitala u velikoj meri oblikuju zaključke o interakcijama među pojedincima i društvenim grupama i njihovim posledicama.

Inovacija je ideja, praksa ili stvar koja je shvaćena/percipirana kao nova od strane individue ili neke druge jedinice usvajanja (Rogers; 2003.). Druga jedinica usvajanja može da bude neki sistem, institucija koja npr. odlučuje da uvede neku inovaciju (npr. neki softver, operativni sistem, način rada i sl.) ili grupa (npr. udruženje farmera odlučuje da uvede novu tehnologiju proizvodnje i ta odluka je na izvestan način kolektivna odluka o usvajanju). Rodžersu je često prigovarano da je proces usvajanja svatio isuviše individualistički (npr. Đurić; 1975) za šta postoje određeni argumenti. Rodžers proces difuzije donekle shvata sociološki, govoreći i o socijalnim obeležjima pojedinaca, nastalim usled pripadnosti široko shvaćenim društvenim grupama. Proces usvajanja inovacije shvaćen je u velikoj meri iz perspektive (socijalne) psihologije, kao individualni proces, kao mentalni/psihički proces kroz koji pojedinac prolazi od trenutka prvog informisanja o inovaciji do njenog konačnog usvajanja ili odbacivanja. Međuti, teza o individui kao jedinici usvajanja nije potpuno neprihvatljiva, ukoliko se sociološki sagledaju svi mogući društveni uticaji na individuu u tom procesu. S druge strane, treba biti oprezan i praviti distinkciju između (društvenog) karaktera inovacije i procesa njenog usvajanja.

Pored inovacije i kanala komunikacije (pojedinci, masovni mediji, stručnjaci, trgovci i proizvođači...) treći elemenat procesa difuzije je vreme. Vreme kao kategorija je u Rodžersovom sistemu povezana sa: 1) procesom odlučivanja o inovaciji, 2) inovativnošću i 3) stopom usvajanja inovacije. Važno je ovo podvući jer kategorija vremena u ovom teorijskom sistemu upravo i prouzrokuje distinkcije različitih kategorija usvojlaca, stepena njihove inovativnosti i sl.

Proces odlučivanja o inovaciji je proces kroz koji individua (ili neka druga jedinica usvajanja koja donosi odluku) prolazi od prvog znanja o inovaciji, formiranja stava prema inovaciji, odluke da usvoji ili odbaci inovaciju, do implementacije i korišćenja nove ideje i

potvrđivanja ove odluke (Rogers; 2003.). U ovoj, nešto široj, definiciji mogu se uočiti nekoliko faza: 1. znanje, 2. uveravanje, 3. odlučivanje, 4. implementacija, 5. potvrđivanje.⁴

Faza znanja: postavljaju se pitanja šta je inovacija, kako ona funkcioniše, čemu služi. Ovo traženje informacija je najčešće skoncentrisano na ovu fazu u procesu odlučivanja, ali može uslediti i u ostalim fazama. „Kada adekvatan nivo ovog znanja nije dostupan pre isprobavanja inovacije i njenog usvajanja, odbacivanje inovacije i diskontinuitet su vrlo česta pojava“ (ibid.) Značajno za u vezi sa ovom fazom, Rodžers navodi nekoliko generalizacija koje su se potvrdile u mnogim istraživanjima difuzije inovacija, to je da oni koji pre saznaju za inovaciju (za razliku od onih koji „kasnije“ za nju saznaju) imaju: viši stepen obrazovanja, viši socijalni status, veću izloženost masovnim medijima, veću izloženost interpersonalnim kanalima komunikacije, više kontakata sa „inicijatorima promene“, viši nivo participacije u društvu i više su kosmopolitski orijentisani i sl. Ove tvrdnje se nazivaju *generalizacijama* iz razloga opreza jer one ne mogu da predstavljaju zakonitost, zavise od brojnih faktora, tipova inovacija, društvenog sistema koji je okvir difuzije i sl., ali isto tako nisu uvek dokazana u svim istraživanjima difuzije inovacija (npr. u nekim slučajevima viši stepen obrazovanja ili godine starosti imaju veze sa širenjem, odnosno, usvajanjem inovacija, a u nekim slučajevima to ne mora da se dokaže).

Faza uveravanja: formira se pozitivan ili negativan, povoljan ili nepovoljan stav prema inovaciji. Dok je mentalna aktivnost u prethodnoj fazi (fazi znanja) više kognitivnog karaktera, ovu fazu karakterišu emocionalna ili afektivna svojstva. Uveravanje se ovde ne razumeva kao kao manipulacija ili propaganda, već kao već kao formiranje stavova u vezi sa inovacijom, jača psihološka veza sa inovacijom. U ovoj, kao i u narednoj fazi, traži se informacija koja bi pomogla u donošenju odluke, informacija o evaluaciji inovacije, neku vrstu poruke/informacije koja bi mu pomogla da smanji „nesigurnost“ u vezi (ne)očekivanih posledica uvođenja inovacije. Praktično, „postavlja se pitanje: koje su prednosti ili mane ove inovacije u odnosu na moju situaciju“ (ibid.). Bez obzira na različite moguće izvore informacija ova vrsta evaluacije najčešće se traži od drugih koji se nalaze u sličnoj situaciji. U selu npr. to su komšije, drugi proizvođači koji su u sličnoj situaciji, „lokalni uglednici“ itd. Njihova subjektivna mišljenja o inovaciji (po mogućnosti bazirana na njihovom ličnom iskustvu) su veoma značajna u fazi uveravanja. „Glavni ishod/rezultat faze uveravanja jeste pozitivan ili negativan stav prema inovaciji“ (ibid.).

Faza odlučivanja: je faza u kojoj dolazi do angažovanja u aktivnostima koje dovode do izbora o odbacivanju ili usvajanju inovacije. Karakteristično za ovu fazu je isprobavanje inovacije i to najčešće na delimičnoj bazi (npr. proizvođač seje novo seme samo na jednom delu zemlje i time vrši evaluaciju inovacije; kupac isprobavaba automobil pre kupovine i sl.). U ovoj fazi to je važna karakteristika inovacije jer ukoliko ona nije na određen način „deljiva“ ili „isprobljiva“, njeno usvajanje je teže i duže.

Faza implementacije: je faza u kojoj inovacija počinje da se koristi. Sve do ove faze, smatra Rodžers, proces odlučivanja je bio čisto mentalnog karaktera, mišljenje i odlučivanje. „Jedna stvar je odlučiti da se usvoji inovacija, a druga, da se inovacija koristi... mnoge studije o difuziji inovacija završavaju se odlukom o prihvatanju ili implementaciji novih ideja. Međutim, mnoge inovacije su važne samo onda kada se one nastave da se koriste“ (ibid.). Ovaj stav je veoma sličan stavu Vojislava Đurića, koji je, govoreći o „beočugu koji nedostaje“, takođe uvideo da u mnogim istraživanjima nedostaje analiza završetaka procesa difuzije, odnosno, analiza

⁴ Slično ovim fazama, Lajonberger je razlikovao sledeće faze: fazu svesti (engl. *awareness*), fazu interesa(interesoavanja) (engl. *interest*), fazu evaluacije (engl. *evaluation*), fazu isprobavanja (engl. *trial*) i fazu usvajanja (engl. *adoption*) (Lionberger 1960: 3).

situacije kako se i da li se inovacija zaista koristi i koje su njene posledice. Integracija inovacije u životnu situaciju je „totalni društveni fenomen“, nepredvidiv sa stanovišta posledica, često iracionalnog karaktera, rezultat spleta različitih uzorka, okolnosti, sprege odnosa tradicija-inovacija itd. Na tragu Mertonove distinkcije manifestnih i latentnih posledica, Rodžers govori o 1) željenim naspram neželjenih posledica, 2) direktnim naspram indirektnih posledica i 3) očekivanih naspram neočekivanih posledica inovacije, kao i o teorijsko metodološkim poteškoćama prilikom proučavanja posledica inovacije.

Faza potvrđivanja: je faza u kojoj se traži neku vrsta potvrde ili podrške za već donetu odluku i u ovoj fazi takođe može doći do izmene odluke o usvajanju. ukoliko se dobiju uverenja koja su u konfliktu sa usvojenom inovacijom. Određena empirijska istraživanja farmera pokazala su da su istraživani farmeri tražili informacije nakon što su odlučili da usvoje inovaciju, isto kao što su to činili i pre odluke o usvajanju.

Ustanovljavanje ovih faza i njihov opis (naročito u ranijim izdanjima Rodžersove knjige) često je bio predmet kritika. **Važno je podvući da je Rodžers isticao da proces odlučivanja o inovaciji može dovesti ili do usvajanja ili do odbacivanja inovacije, i to u svakoj od ovih faza, čak i nakon odluke o usvajanju.** Odlučivanje nije momentalni-trenutni čin, već proces koji se dešava tokom vremena i ne mora da ide ovim sledom (ne moraju sve faze da postoje niti da imaju ovakav sled), što ukazuje da su one shvaćene *idealno tipski* (uostalom kao i kategorije usvojlaca i osobine inovacije). Ako nastavimo u terminologiji Maksa Vebera, moglo bi se reći da je **Rodžers na izvestan način ipak pre naglasio racionalni pristup, koji je u praksi posredovan nizom drugih iracionalnih elemenata, tj. postavio je problem uglavnom u odnosima ciljno-racionalnog delanja.** Teško je zato uvek prihvatiti ovakav sled misli jer bi to upućivalo na pretpostavku da je praktičko delovanje i ponašanje čoveka uvek rezultat procesa racionalnog razmišljanja pri čemu npr. seljak-farmer svesno i „objektivno“ analizira problem, postavlja cilj, analizira uzroke problema, razmišlja o alternativnim rešenjima i odabire najbolje moguće rešenje. Činjenica je, ipak, da je ljudska, u ovom slučaju, seljačka praksa oblikovana rutinom i tradicijom, prirodnim i društvenim uslovima, specifičnim osobinama njegovog gazdinstva i porodičnog domaćinstva, koji na različite načine utiču na njegovo poimanje „ispravnog“ načina rada i života. Na primer, uverenje u ispravnost neke prakse iz razloga „što je tako i njegov otac i deda radio pa to onda ne može biti pogrešno“. Znači, svojevrsna iracionalnost u ponašanju i donošenju odluka o usvajanju inovacije uvek je prisutna. Takođe je veoma važno o kom se tipu inovacije radi, da li je to inovacija u načinu proizvodnje ili u oblastima svakodnevnog života (ishrana, odevanje, stanovanje ...). U svakom slučaju, činjenica je da inovacija gotovo uvek ima širi „spektar dejstva“ i posledice i na ostale oblasti života, a ne samo na njen „direktan inovativni doprinos“. To, uostalom, proizilazi i iz specifičnosti seljačkog načina života i neraskidive povezanosti načela tradicionalne seljačke ekonomije, njegovog gazdinstva i porodičnog domaćinstva, njegove „privredne delatnosti“ i životne sudbine koja je neodvojiva i stapa se u načelima porodične ekonomije, autokonzuma, tradicionalne opreznosti i seljačkog rada kao njegove životne funkcije.

S druge strane, klasik naše ruralne sociologije **Sreten Vukosavljević**, nas „opominje“ da je **seljačka tradicionalnost iskristalisana tokom vremena i da ona u sebi ponekad upravo sadrži racionalni odgovor na prirodne i društvene uslove u kojima seljak radi i živi.** Potreba da se usvoji inovacija mora da proistekne iz samog seljačkog života, seljak mora da uvidi da mu je u interesu da usvoji inovaciju i tek tada - kada ga unutrašnji uzroci na to primoraju - seljak usvaja određenu inovaciju. Tada se inoviranje dešava prilično brzo jer je u skladu sa njegovim (seljačkim) interesom i zadovoljava njegovu potrebu. Međutim, i taj je proces složen jer, usled

uvek prisutne opreznosti, seljak istovremeno prihvata novinu, ali i zadržava stare načine rada i mentalitet. Ovi procesi naročito su vidljivi usled uticaja robno novčane privrede i industrijskog društva, koje, zajedno sa „unutrašnjim razlozima“, deluju na promene seljačkog privrednog mentaliteta. To je ustvari proces usklađivanja starog i novog koji je karakterističan po jednom nerazlučivom jedinstvu racionalnih i iracionalnih elemenata. Upravo iz ovih razloga, čini se da je možda nemoguće je dokazivati racionalnost ili iracionalnost u odlučivanju radi usvajanja inovacije. Svakako je da se radi o jednoj mešavini racionalnih i iracionalnih momenata čije razdvajanje čak i u analitičke svrhe nije nimalo lako.

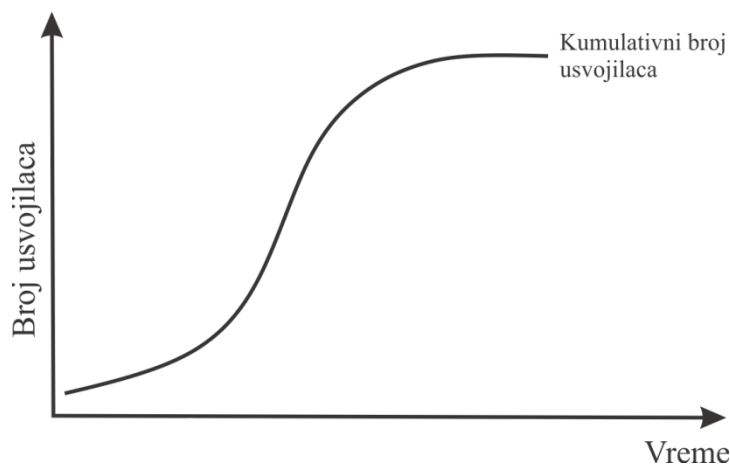
Usled pretpostavke o korisnosti inovacije za seljaka, istraživači difuzije inovacija (i njeni kreatori u laboratorijama) često su smatrali iracionalnim odbijanje seljaka da usvoji inovaciju. **Pogreška je, ustvari, bila u njihovoj pretpostavci da je svaka njihova inovacija korisna-adekvatna za seljaka, pri čemu nisu imali u vidu da seljak „iz svoje kože“ ponekad potpuno drugačije percipira ponuđenu inovaciju.** Istraživači i kreatori inovacija često su (ako koristimo Rodžersovu terminologiju) bili *pristrasni inovacijama* (engl. pro-innovation bias), a posledica toga je bila da su često ignorisana su istraživanja neuspešne difuzije inovacija, potcenjeni su slučajevi neusvajanja inovacije ili diskontinuiteta u usvajanju, prevideli su se slučajevi re-invenicije, postojala je sklonost da se seljaci/farmeri optuže za neusvajanje inovacije, za konzervativizam i sl (Rogers; 2003). *U istraživanjima difuzije inovacija, često se krivica za neusvajanje ili kasno usvajanje stavljala na pojedinca, a nije se razmišljalo npr. da li je inovacija uopšte adekvatna i odgovara potrebama usvojioca, da li usvojilac ima finansijskih sredstava da usvoji inovaciju, da li je određeni usvojilac putem kanala komunikacije bio dovoljno i na adekvatan način obavešten o inovaciji, da li postoje neki drugi društveni razlozi i prepreke zbog kojih se inovacija ne usvaja i slično.* Često se **neusvojioci kategorizuju kao tradicionalni, neobrazovani, iracionalni ili kao nedovoljno skloni promenama, a „ustvari za neke od njih neusvajanje može biti izuzetno racionalno“** (ibid.). Rodžers je mišljenja da je to posledica nerazumevanja čuvene Rajanove i Grosove studije u kojoj je inovacija (seme hibridnog kukuruza) bila izuzetno profitabilna za sve farmere i imala je „ekstremnu relativnu prednost“ u odnosu na alternativna rešenja. Mnoge druge inovacije koje su kasnije istraživane nisu imale ovakve osobine i bilo je pogrešno pretpostavljati da je svaka inovacija korisna za seljake/farmere. Pro-inovacijska pristrasnost ima brojne uzroke a neki od njih se nalaze u interesima kreatora inovacija, problemima metodološke prirode i sl. (šire, Rogers; 2003; Janković; 2005).

1.4 Inovativnost i kategorije usvojilaca

Rodžersovo shvatanje inovativnosti i kategorije usvojilaca takođe predstavlja deo njegove teorije koji je često bio izložen kritikama. Jasno je da pojedinci i društvene grupe u okvirima određenog društvenog sistema ne usvajaju istovremeno inovacije koje se šire u procesu difuzije. Na osnovu ranijeg ili kasnijeg prihvatanja određene inovacije u odnosu na druge članove društvenog sistema, Rodžers je napravio tipologiju od nekoliko kategorija (tipova) usvojilaca. Te kategorije sastoje se od pojedinaca koji imaju sličan stepen inovativnosti, pri čemu su ove kategorije pogodna sredstva za opisivanje članova nekog sistema. Ovakve slične tipologije razvijane su i kod drugih autora i istraživača difuzije inovacija.

Inovativnost je *stepen u kome individua (ili druga jedinica usvajanja) relativno pre usvaja novu ideju, nego drugi članovi sistema* (Rogers; 2003). Ovo svoje shvatanje Rodžers razvija još šezdesetih godina dvadesetog veka, pod neposrednim uticajem pomenute studije o

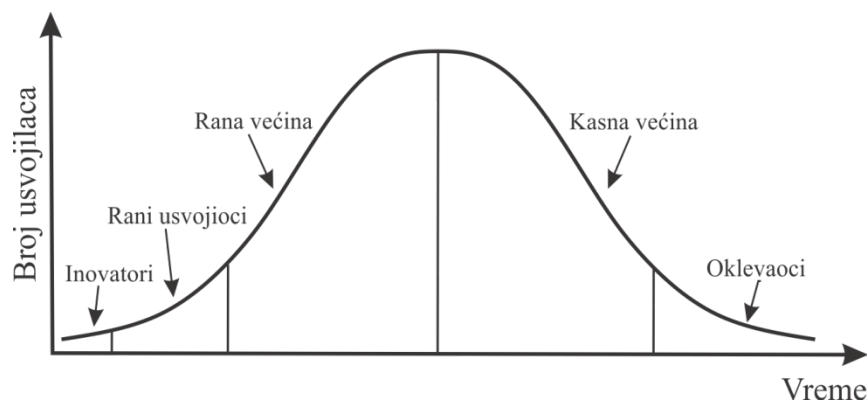
difuziji semena hibridnog kukuruza Rajana i Grosa. U toj studiji empirijski podaci pokazuju da se na osnovu vremena usvajanja može izvršiti kategorizacija usvojlaca i da prikazano kumulativno, kriva poprima (čuveni) S - oblik, dok u pregledu frekvencija usvajanja ona ima oblik zvona.



Slika 2. Kumulativni broj usvojlaca hibridnog semena (tzv. S - kriva) u istraživanju Rajana i Grosa iz 1943. godine.

Izvor: Rogers, E.M. (2003). Diffusion of Innovations. Fift edition. Free Press. New York. str. 273.

Na osnovu ove distribucije frekvencija kod Rajana i Grosa, kao i niza drugih istraživanja koja potvrđuju sličnu S krivu usvojlaca, izvode se pet osnovnih kategorija usvojlaca koje mogu da se prikažu u vidu krive koja ima oblik zvona: 1) inovatori, 2) rani usvojioci, 3) rana većina, 4) kasna većina, 5) oklevaoci (Rogers; 2003). Kao i u drugim primerima, kategorije usvojlaca se donekle razlikuju kod različitih teoretičara difuzije, ali imaju slične zajedničke imenitelje.



Slika 3. Kategorije (distribucija) usvojlaca inovacija prema njihovoj inovativnosti

Izvor: Prilagođeno iz Rogers, E.M. (2003). Diffusion of Innovations. Fift edition. Free Press. New York. str. 281.

Da bi se izbeglo osnovno nerazumevanje kategorija usvojlaca, potrebno je napomenuti da i njih **Rodžers razumeva kao idealne tipove i metodološko sredstvo analize čija diferencijacija ima oblik S - krive samo u slučajevima uspešne difuzije inovacija na sve**

članove određenog (proučavanog) društvenog sistema, kao i da nema oštih granica među pojedinim kategorijama. Ove idealne tipove, Rodžers izvodi iz empirijskih podataka, ali ih ne smatra prosekom osobina, niti smatra da postoji oštra distinkcija među njima na „kontinuumu inovativnosti“. S druge strane, S-kriva je model nastao na osnovu empirijskih istraživanja uspešne difuzije inovacija, ali inovaciju, naravno, mogu da usvoje samo neki članovi određenog društvenog sistema, odnosno inovacija može i da bude odbačena-neusvojena. U tom slučaju, logično je da se Rodžersov model (S - kriva) ne može primeniti. Kratko ćemo se osvrnuti na Rodžersove kategorije usvojlaca⁵.

Inovatori: karakteriše ih sklonost ka rizikovanju, avanturistički duh, njihovi interesi za nove ideje izvode ih iz zatvorenosti lokalne zajednice i osnovnog kruga prijatelja u kosmopolitske društvene odnose; među njima je česta intenzivna komunikacija, čak i kada su prostorno udaljeni; poseduju sposobnost razumevanja i primene složenih tehničkih znanja; moraju biti spremni na izvestan stepen rizika i neizvesnosti u vezi inovacija. „Dok inovatori ne moraju uživati poštovanje od strane drugih članova lokalne zajednice, oni imaju važnu ulogu u procesu difuzije, a to je lansiranje nove ideje u sistem „importujućí“ inovaciju izvana u granice sistema“.

Rani usvojioci: više su integrisani u lokalni društveni sistem nego inovatori i osnovna im je karakteristika da su uvažavani, više nego bilo koja druga kategorija i predstavljaju „zvezde“, lokalne uglednike; zbog svojih osobina da ne rizikuju, već promišljaju, imaju ulogu „lokalnih misionara“ u širenju i ubrzavanju procesa difuzije; potencijalni usvojioci traže od njih savet, informaciju i potvrdu u vezi inovacije; kada oni usvoje inovaciju često postaju „okidač“ za kritičnu masu usvojlaca; kod potencijalnih usvojlaca oni svojim usvajanjem smanjuju nesigurnost u vezi inovacije i šire svoju subjektivnu evaluaciju o inovaciji putem mreže međuljudskih odnosa u sistemu; usvajajući inovaciju oni praktično stavljaju „svoj pečat odobravanja“ na nju.

Rana - prethodna većina: ova kategorija usvaja nove ideje pre nego li prosečan član određenog sistema; njihove interakcije sa ostalim članovima sistema su česte, ali oni retko imaju ugledne pozicije i pozicije „zvezda“; važan su deo i sveza procesa difuzije jer usvajaju inovaciju neposredno iza ranih usvojlaca i pre kasne većine; njihov način razmišljanja svesno ih vodi u usvajanje inovacija, ali im treba vremena da usvoje, jer ne vole niti da prednjače, niti da budu poslednji u usvajanju inovacija.

Kasna većina: usvajaju inovaciju nakon prosečnog člana sistema; njihovo usvajanje može biti kako ekonomske prirode, tako i rezultat pritisaka društvene sredine i kolega; skeptični su i oprezni i ne usvajaju inovaciju sve dok većina u okviru jednog društvenog sistema ne usvoji; značajan podsticaj za usvajanje je i favorizovanje inovacije kroz sistem društvenih normi.

Oklevaoci: oni su poslednji u određenom društvenom sistemu koji usvajaju inovaciju; oni su lokalistički i tradicionalistički vrednosno orijentisani, mnogi su čak socijalno izolovani; tradicionalizam kod njih znači okrenutost ka prošlosti kao uporišnoj tački vrednovanja; odluke se donose na osnovu iskustava prethodnih generacija; sumnjičavi su prema inovacijama i inicijatorima promene; njihov proces odlučivanja o inovaciji je relativno dugačak, pri čemu usvajanje i korišćenje inovacije znatno kasni za svešću i znanju o inovaciji.

⁵ Slično ovim kategorijama usvojlaca, Lajonberger je (zavisno od karakteristika i funkcija u procesu difuzije) razlikovao: inovatore (engl. *innovators*), ključne komunikatore (informacija) (engl. *key communicators*), uticajne (uglednike) (engl. *influentials*) i skeptike (engl. *skeptics*) (Lionberger 1960: 53).

Inovacija i njene karakteristike

Da bi se celina procesa difuzije iole uspešno razumevala, potrebno je proces osvetliti i sa pozicija same inovacije i njenih karakteristika. Zavisno od karakteristika inovacije (ali i od niza drugih faktora), moguće je brže ili sporije širenje neke inovacije. Te karakteristike su: 1) relativna prednost, 2) uporedivost, 3) složenost, 4) isprobljivost i 5) uočljivost (posledica inovacije) (Rogers; 2003). Važno je napomenuti da na stopu usvajanja inovacije deluju ove pomenute karakteristike, ali kao obeležja inovacije koja su kao takva percipirana od strane subjekta koji usvaja inovaciju - usvojlaca. *Objektivna obeležja su kao takva samo pretpostavljena.*

Relativna prednost je stepen u kojem je inovacija percipirana kao bolja od ideje koju zamenjuje. Ona je često izražena kao ekonomska korist od uvođenja inovacije ili kao socijalna korist - zadobijanje višeg socijalnog statusa i tome slično. U tom smislu, priroda same inovacije karakteriše njenu relativnu prednost, mada i osobine usvojlaca utiču na to koje specifične dimenzije relativne prednosti inovacije su važne. U situacijama u kojima je teže istaći relativnu prednost neke inovacije (npr. nove tehnologije u poljoprivrednoj proizvodnji na gazdinstvu, a koje su ekološki prihvatljivije), stopa usvajanja može biti sporija jer usvojioci teže mogu percipirati relativnu prednost inovacije (kao i korist od inovacije koja, u ovom primeru, može da bude lična ili javna-opšte društvena).

Kompatibilnost inovacije je stepen u kome je ona percipirana u skladu sa postojećim vrednostima, prošlim iskustvima i potrebama potencijalnih usvojlaca. Inovacija može biti kompatibilna ili nekompatibilna sa: 1) sociokulturnim vrednostima i verovanjima, 2) prethodnim inovacijama - idejama, i (ili) 3) potrebama usvojlaca. Sagledavana od strane usvojlaca u određenom društvenom sistemu, ova osobina inovacije je u pozitivnoj korelaciji sa stopom usvajanja. Da bi se osigurala veća kompatibilnost inovacije potrebno je obratiti pažnju na prethodna iskustva usvojlaca i njihovo već postojeće znanje stvarano generacijama (i „prenošeno s kolena na koleno“), koje je često zanemareno od strane onih koji stvaraju inovacije, kao i od onih aktera koji su inicijatori promene. Isto tako, da bi se osigurala veća stopa usvajanja, često se nastoje uvesti čitavi „paketi inovacija“, koje su funkcionalno povezane i koje, po usvajanju, menjaju čitav jedan sektor ljudske prakse npr. traktor, priključne mašine, novi načini obrade zemljišta itd.

Složenost je stepen u kome se inovacija doživljava kao teška za razumevanje i korišćenje. Jasno je da ukoliko je inovacija složenija za razumevanje i korišćenje, ona negativno korelira sa stopom usvajanja.

Isprobljivost inovacije predstavlja stepen u kome se inovacija može isprobati, odnosno, sa njom se može eksperimentisati u ograničenoj količini. Inovacije koje prethodno mogu da budu na neki način isprobane, imaju veću šansu da budu usvojene. Tipičan primer za to je novo seme za setvu, koje se može posejati na neku manju površinu i bez većih rizika isprobati njene osobine.

Uočljivost je stepen u kome su rezultati inovacije vidljivi usvojiocu inovacije pri čemu se on neposredno uverava u korisnost i njene efekte. Za mentalitet seljaka ovo je često važna osobina i može se objasniti frazom „*svojim očima video*“. Korišćenje ove osobine inovacije može se videti u ogledima koje često nalazimo na vidljivim mestima pored puta, odnosno, manifestacijama tzv. Dana polja u kojima se proizvođači okupljaju kako bi, između ostalog, videli efekte različitih hibrida, tehnologija proizvodnje i sl. Treba naglasiti da je Rodžers razvio ove karakteristike inovacija samo u pravcu inovacija koje su materijalne prirode, iako je razlikovao materijalne i nematerijalne inovacije.

Sociološko razumevanje difuzije inovacija u poljoprivredi i ruralnim područjima ukazuje da je ova teorija relevantna, nesumnjivo i paradigmatična, kako u teorijsko-metodološkom smislu, tako i u praktičnoj primeni njenih saznanja. Korisnost ovakvog pristupa je još veća ukoliko se ovom stanovištu (a time i celokupnoj istraživačkoj tradiciji difuzije inovacija koja je funkcionisala na ovim ili sličnim principima) pristupi kritički, kao i ukoliko se ova rešenja sagledavaju u skladu sa kontekstom društvene stvarnosti u kojoj se primenjuju. Sa sociološkog stanovišta, potrebno je prevazići jednu od najvećih slabosti ovog pristupa a to je prisutni nominalizam i nedovoljno izražena sociološka pozicija, odnosno, svojevrsni socio-psihološki pristup u razumevanju društva i društvenog sistema. Kategorija „društvenosti“ je nepravedno svedena na mrežu komunikacija i odluke o usvajanju, a ne razotkriva se uslovljenost ovog procesa društvenom strukturom, pozicijom u društvenoj strukturi, tipom društva, karakteristikama društvene sredine, socio-kulturnim sistemima vrednosti itd. Proces usvajanja inovacije u ovoj teoriji je sveden na samog pojedinca, koji - iako odlučuje o usvajanju i korišćenju neke inovacije – sociološki posmatrano, predstavlja samo vrh ledenog brega jer je uvek smešten u određene društvene odnose i društvenu strukturu koja na njega utiče:

1) neposredno okruženje individue (porodica, prijatelji, ostale društvene grupe kojima pripada - profesionalne, religiozne, statusne i dr.). Pojedinac je *ukorenjen* u društvenu strukturu i ova veza usmerava pažnju i na mogućnosti različitog usvajanja određenih inovacija od strane pripadnika različitih društvenih slojeva, grupa... što može i da onemogući širenje određenih inovacija ili da ograničava (usmerava) širenje informacija o inovaciji među pripadnicima različitih društvenih slojeva (grupa); 2) obeležja poljoprivrednog gazdinstva i domaćinstva, 3) obeležja lokalne zajednice (stepen urbanizovanosti lokalne zajednice, regiona, udaljenost od grada, infrastrukturna i insitucionalna razvijenost, demografska gustina; učestalost i intenzitet migracija i sl.); 4) uticaj globalnog društva na procese difuzije inovacija (utiče karakter određenog društva, otvorenost društvenog sistema ka promenama, globalna strategija društvenog razvoja - razvoja sela i poljoprivrede, sistem mera (agrarne) politike i tržišta, kreditno-investicione i zemljišne politike i sl). Na primeru modernizacije poljoprivrede u jugoslovenskom društvu (npr. u SFRJ) očigledan je uticaj ideoloških sistema koji su, naročito u agrarnom i ruralnom sektoru, u velikoj meri oblikovali život ruralne populacije i uticali na modernizaciju poljoprivrede i seoskog života uopšte. Zavisno od globalnih društvenih faktora i uslova, možemo govoriti o većoj ili manjoj institucionalizaciji procesa širenja inovacija u određenom društvu. A da bi se određeno društvo modernizovalo potrebna je organizacija i institucionalizacija inovacijskih procesa u skladu sa mogućim i pretpostavljenim pravcima društvenog razvoja (šire, Janković 2005). U svakom slučaju, neke od osnovnih kritika ove teorije smeraju na nedovoljno razmatranje ekonomskih, strukturalnih, institucionalnih i drugih faktora – okruženja – koje utiče na „jedinicu usvajanja“ kao i na pomenutu pro-inovacijsku pristrasnost koja je često prisutna u istraživanjima ove problematike.

Sociološka analiza i objašnjenje fenomena difuzije inovacija u društvu, a naročito u seljačkim društvima, moraju uvažavati nepobitnu činjenicu, a to je da se tradicionalna seljačka društva transformišu. U toku te transformacije seljak postepeno postaje farmer, poljoprivredni proizvođač sve više postaje zanimanje, a društvena organizacija i relativna autonomija lokalnog kolektiviteta gubi na svom značaju kakav je imala u tradicionalnim oblicima društvenosti. Konačno, proces društvenih promena u ruralnim područjima može se posmatrati i u okvirima Dirkemove dihotomije mehaničke i organske solidarnosti. Tradicionalno selo moglo bi se opisati odnosima mehaničke solidarnosti, solidarnosti po sličnosti, pod pritiscima kolektiva i običajnih normi, ono je društvo (u malom), društvo skoro potpunog poznavanja svih aspekata drugih

pojedinnaca i grupa (porodica) pri čemu su odnosi uzajamne zavisnosti veliki. Veze i odnosi tradicionalnog sela sa gradom-globalnim društvom su slabe i svode se na davanja (radne snage, poljoprivrednih viškova, poreza, vojničke sposobnosti itd).

Tehničko tehnološkim razvojem društva, a pre svega razvojem poljoprivrede, sektora industrije, dominacijom urbanizacijskih procesa, razvojem tržišta i robnovčanih tokova, u tradicionalno selo prodiru institucije globalnog društva. Selo više ne može zadržati svoju izolovanost i autarkičnost, i aktivno se uključuje u podelu rada, naročito u procesu razvoja savremene poljoprivrede. Ovakva poljoprivreda razvija vlastitu naučnu bazu, svoje inpute dobija izvana, odnosno, autpute plasira na „spoljnje“ tržište. Na jedan specifičan način, jedino se proces konkretne (poljoprivredne) proizvodnje u najvećoj meri odvija u selu (seoskom ataru), dok se sve ostale aktivnosti (koje ovom procesu prethode i slede) ponajviše odvijaju van sela (kreiranje tehnologije, inputa i mehanizacije za poljoprivrednu proizvodnju, prerada, transport i prodaja poljoprivrednih proizvoda...). U skladu sa drugačijim (promenjenim funkcijama), selo dobija specifično mesto u društvenoj podeli rada, koja i u samom selu proizvodi odnose slične odnosima organske solidarnosti. Pritom savremena seoska ekonomija nije samo mesto *poljoprivredne* proizvodnje, već šireg spektra delatnosti, od (manjih) industrijskih pogona, zanatstva, do najšire shvaćenog sektora usluga, turizma (ekološko-rekreacionih rezervata urbanog čoveka). Svaka od ovih delatnosti utiče na diverzifikaciju društvenih uloga u selu i njihovu „organsku“ povezanost. **Ruralno „postaje“ mnogo šire od agrarnog i ruralnost dobija drugačija značenja. Farmeri postaju manjina u selu (i društvu), identitet sela nije više dominantno vezan za poljoprivredu.**

Na jednom opštijem nivou sve ovo ukazuje da se društvo i društvene promene ne mogu sagledavati mehanicistički, u smislu da se prethodno definisane (predodređene) i konstruisane inovacije (kao vid društvene promene) mogu jednostavno ugraditi u društveni sistem (kao nešto što može biti strogo planirano i kontrolisano). Društvena stvarnost često izmiče ovakvim pokušajima dok je i sama ovakva pretpostavka već na početku pogrešna, naročito ukoliko se promena planira bez participacije onoga za koga se ona planira i bez uvažavanja postojećeg istorijskog iskustva.

1.5 Inovacije u svakodnevnom životu seljaka - civilizacijski obrt u 20. veku

Svakodnevni život seljaka jeste stalna borba za preživljavanje i u najtežim prirodnim i društvenim uslovima, sa oskudnim materijalnim sredstvima i uz prvenstveni oslonac na samog sebe i svoje najbliže - na svoje srodnike i susede u lokalnoj zajednici. Inovacije u takvim uslovima obično se svode na sirotinjsko "dovijanje" kako bi se što lakše "sastavio kraj s' krajem". Tada prvenstvo imaju elementarne materijalne potrebe za hranom, odećom, obućom i nekakvim smeštajem za sebe i svoju porodicu, a odmah zatim dolazi potreba da se i stoka nekako ishrani i negde smesti. Vekovima su seljaci na isti način zadovoljavali svoje elementarne egzistencijalne potrebe, živeći onim načinom života koji su sami sebi mogli da priušte; "opružali se prema svome guberu" - trošeći onoliko koliko su imali i koliko su mogli, a to je uvek bilo i malo i skromno. Krupnije promene (inovacije) u načinu svakodnevnog života seljaka nastupaju tek onda kada se menja globalni društveni okvir, kad globalni procesi prodru u selo i izmene način rada, način stanovanja, način ishrane i oblačenja i način međusobnog opštenja (komunikacije).

Proučavanje "narodnog života" u njegovim najrazličitijim oblicima i aspektima smatra se osnovnim zadatkom etnologije kao nauke, ali je to istovremeno zadatak i svih drugih društvenih nauka, a naročito sociologije. U tom smislu etnološkoj sintagmi "narodni život" u sociologiji je

analogna kategorija koja se označava izrazom "društveni život". U ruralnoj sociologiji to je "seoski način života". Problemizovanje društvenog života kao predmeta socioloških istraživanja obično se vrši posredstvom sintagmi "način društvenog života", "kvalitet života" i "stil života" - koje su međusobno komplementarne kategorije, jer se odnose na različite dimenzije iste celine ljudskog društvenog življenja (ponašanja i delovanja).

"Način društvenog života" je istorijski stvoren oblik strukturisanja bitnih društvenih odnosa pojedinaca i grupa, međusobno i u okviru društva kao celine, prema prirodno datim i civilizacijski stvorenim uslovima, prema kulturno usvojenim potrebama, interesima, vrednostima i normama ponašanja i delovanja, kao i prema drugim globalnim društvima.

Pod "kvalitetom života" obično se podrazumeva neka konkretna životna situacija ili stanje objektivnih uslova koji omogućuju veće ili manje zadovoljavanje osnovnih egzistencijalnih društvenih potreba određenih pojedinaca i društvenih grupa. Zato je u osnovi svakog posebnog teorijskog i metodološkog koncepta koji se u proučavanju načina društvenog života usmerava na "kvalitet života" uvek neko određeno shvatanje (teorija) ljudskih i društvenih potreba. U tom smislu se i razlikuju pojedini istraživači, ali se među njima pojavljuje i nekoliko nezaobilaznih dimenzija kvaliteta života kao što su: **(1) društveno i privatno blagostanje, (2) društvena i lična sigurnost, (3) političke i lične slobode i (4) društvene mogućnosti samopotvrđivanja pojedinaca u grupi i grupa u globalnom okruženju.**

Sociološka proučavanja "kvaliteta života" obično se svode na empirijsko utvrđivanje stepena "društvenog blagostanja" pojedinaca, grupa ili društva (naroda) kao celine. Pritom se "blagostanje" operacionalizuje preko većeg broja iskustvenih pokazatelja i njihovih merljivih varijabli.⁶ "Kvalitet života", shvaćen kao određeni stepen "društvenog blagostanja" kojim raspolažu pojedinci, grupe i društvo u celini (kao ono što oni "imaju") obično se operacionalizuje preko:

1. **načina ishrane** (varijable: količina i kvalitet namirnica);
2. **načina stanovanja** (varijable: broj, veličina i opremljenost stambenih prostorija, vrsta i kvalitet gradnje);
3. **načina rada** (varijable: fizički, psihološko-motivacioni, društveno-organizacioni i ekonomski uslovi rada);
4. **nivoa zdravlja** (varijable: fizičko i mentalno stanje);
5. **nivoa obrazovanja** (varijable: stepen školske spreme, kvalitet i funkcionalna vrednost stečenih znanja);
6. **načina korišćenja slobodnog vremena** (varijable: način korišćenja dnevnog, nedeljnog i godišnjeg odmora, kvalitet rekreacije, uslovi za slobodno stvaralaštvo).

Civilizacijski prevrat na našem selu već se odigrao. Ne postoji sociološka niti bilo koja druga studija u oblasti društvenih nauka koja se bavi savremenim problemima ljudskog življenja, a da na neki način ne uvažava navedeni epohalni civilizacijski prevrat u načinu društvenog života koji se kod nas najdramatičnije odigrao u ovom veku. **Kod većine savremenih istraživača industrijalizacija poljoprivrede, urbanizacija seoskog prostora, mas-medijski uticaji i izmene seljačke kulture, (otuđenje) međuljudskih odnosa, rutiniziranje delovanja, uniformisanje ponašanja, drugim rečima, modernizacija društvenog života u selu, podrazumeva se kao najopštiji strukturno-istorijski deterministički okvir svekolikog društvenog zbivanja.** Kod

⁶ Upporediti: Vladimir Lay, KVALITETA ŽIVOTA STANOVNIŠTVA HRVATSKE, *Sociologija*, 1991, br. 3.

raznih društvenih analitičara neki od ovih aspekata medernizacije, ili više njih povezano, uzimaju se kao neposredan predmet istraživanja i tako se prodire do suštine društvenosti našeg vremena i našeg prostora oličene u dominantnom načinu društvenog života i njegovim slojnim, grupnim, lokalnim, regionalnim, verskim i nacionalnim varijacijama.