

Prof. ATR dr hab. inż. Sławomir Zawisza

Mgr inż. Sabina Pilarzka

Akademia Techniczno-Rolnicza w Bydgoszczy

Przywództwo opinii jako mechanizm dyfuzji innowacji w środowiskach społecznych wsi

WSTĘP

Zjawisko przywództwa opinii znane jest od wielu lat jako najważniejszy element teorii zarządzania innowacjami podejmowany przez badaczy w różnych krajach. Jak wskazuje Kinnunen¹ w Europie badania nad dyfuzją innowacji zostały zapoczątkowane przez Tarde'a, jednak zahamowane dwiema wojnami światowymi, zostały podjęte także przez badaczy amerykańskich. Za pionierów badań nad dyfuzją innowacji rolniczych uważa się Ryana i Grossa, dopiero jednak Rogers² przyczynił się do powstania osobnej dyscypliny naukowej zajmującej się teorią dyfuzji innowacji. Po II wojnie światowej podjęto także badania dyfuzji innowacji w Europie³ oraz ostatnio w Polsce przez badaczy innowatyki⁴.

¹ J. Kinnunen, *Gabriel Tarde as a Founding Father of Innovation Diffusion Research*, Acta Sociologica, „Journal of the Scandinavian Sociological Association”, Vol. 39, No 4, 1996, s. 431–442.

² E. M. Rogers, *Diffusion of Innovations*, Fourth Edition, The Free Press, New York 1995.

³ A. W. van den Ban, *Interpersonal Communication and the Diffusion of Innovations*, Sociologia Ruralis, Vol. X, No 3, 1970, s. 199–200; A. W. van den Ban & H. S. Hawkins, *Doradztwo rolnicze*, Wydawnictwo MSDR, Kraków 1997; G. C. Siardos, *The Structures of Farmers' Characteristics and Their Influence on the Adoption of Farm Practices: A Case Study in Northern Greece*, Agricultura Mediterranea, 121, 1991, s. 144–153; S. Androulidakis & G. C. Siardos, *Leadership Ability Dimensions as Related to Rural Women's Characteristics: A Methodological Approach for Further Consideration*, (In:) 14th European Seminar on Extension Education „The Role of Extension in a Global World”, Cracow 1999, s. 163–174.

⁴ Z. J. Przychodzeń, *Zarys innowatyki rolniczej*, PWRiL, Warszawa 1991; I. Sikorska-Wolak, *Dyfuzja innowacji rolniczych w wiejskiej społeczności lokalnej i jej społeczno-ekonomiczne uwarunkowania*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 1993; S. Zawisza, *Procesy rozprzestrzeniania się innowacji rolniczych*, „Więś i Rolnictwo”, nr 3, 1990, s. 76–98; S. Zawisza, *Innowacyjność oraz przywództwo w wiejskich społecznościach lokalnych*, Roczniki Naukowe SERiA, t. IV, z. 6, 2002, s. 204–208.

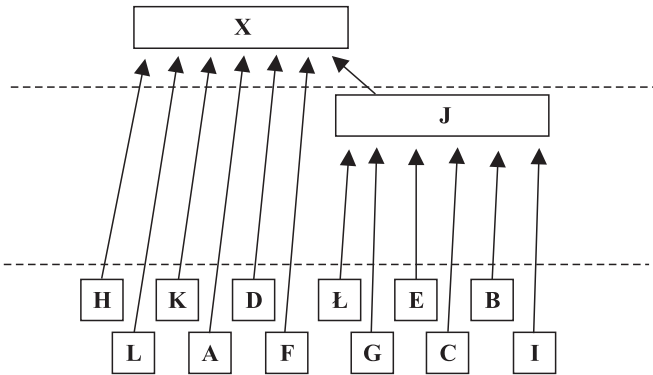
METODY BADAŃ

Badania mające na celu zidentyfikowanie i opisanie zjawiska przywództwa opinii w społecznościach wiejskich przeprowadzono w lipcu i sierpniu 2001 roku w województwie kujawsko-pomorskim. Uzyskane wyniki posłużyły do scharakteryzowania badanych społeczności rolniczych pod względem wielu cech oraz sporządzenia socjogramów hierarchicznych 5 wsi województwa kujawsko-pomorskiego i wyodrębnienia osób będących liderami badanych miejscowości. Za lidera uznano w badaniach tego członka systemu społecznego, który uzyskał najwięcej wskazań innych jednostek. Na przedstawionych socjogramach zaznaczono strzałkami dokonywane przez respondentów wybory, zatem strzałki wskazują, kto na kogo wskazywał. W związku z tym przepływ informacji pomiędzy jednostkami systemów społecznych następuje w kierunku odwrotnym do wskazań strzałek. Symbolem X oznaczano osobę z innej, najczęściej sąsiedniej miejscowości.

W badaniach wzięło udział 61 rolników. Osobami odpowiadającymi na pytania w 95,1% byli mężczyźni, pozostałe 4,9% stanowiły kobiety. Najliczniejszą grupę stanowili respondenci w wieku od 41–50 lat (48,2%), następnie w przedziale wiekowym od 31–40 lat (23,4%) oraz 51–65 lat (21,8%), a najmniejszą grupą były osoby do 30 lat (6,6%). Większość rolników badanej populacji miała wykształcenie zawodowe – 69,1% ogółu respondentów. Szkoły średnie ukończyło 23,2% badanych, tylko 4,8% posiadało wykształcenie wyższe, natomiast z wykształceniem podstawowym było 3,0% respondentów.

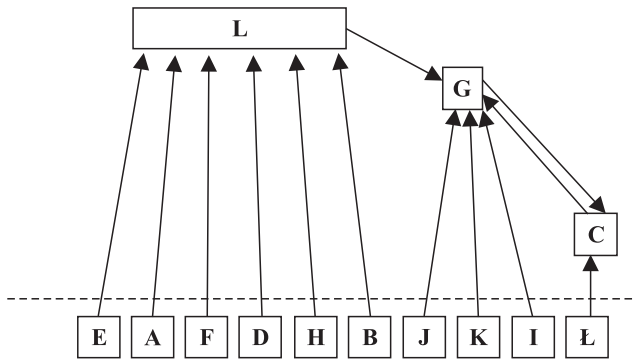
WYNIKI BADAŃ

Głównym celem przeprowadzonych badań było wyodrębnienie w społecznościach rolniczych osób mających największy wpływ na opinie, postawy i zachowania innych osób. Respondenci wskazali osoby spośród jednostek systemu społecznego, z których poglądami i opiniami liczą się najbardziej. Najczęściej wskazywano osoby, które sprawują jakieś formalne funkcje przywódcze w społecznościach lokalnych i prezentują problemy swojej miejscowości poza nią. Przedstawiciele ci zostali już wcześniej wybrani przez swoje środowiska, które powierzyły im np. funkcję sołtysów czy radnych. Wśród wybranych liderów opinii znalazło się dwóch sołtysów (rys. 1 i 2) i dwóch radnych (rys. 3 i 4) tylko jeden z liderów nie sprawował żadnej funkcji formalnej w swoim środowisku (rys. 5).



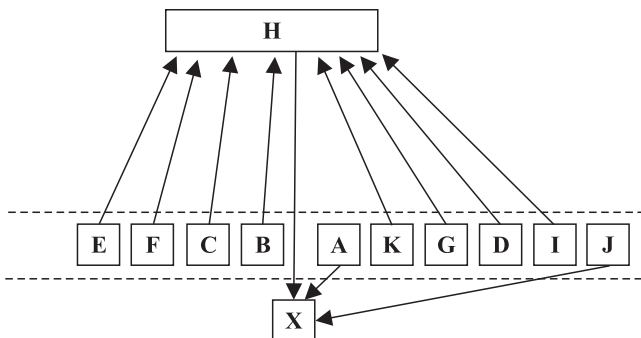
Rysunek 1. Socjogram społeczności rolniczej wsi Mały Mędromierz.

Źródło: Badania własne.



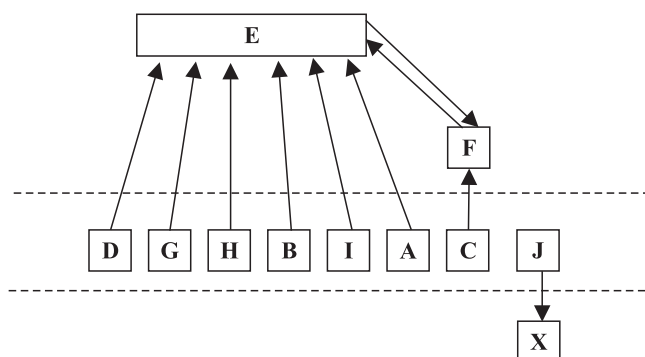
Rysunek 2. Socjogram społeczności rolniczej wsi Wielki Mędromierz.

Źródło: Badania własne.



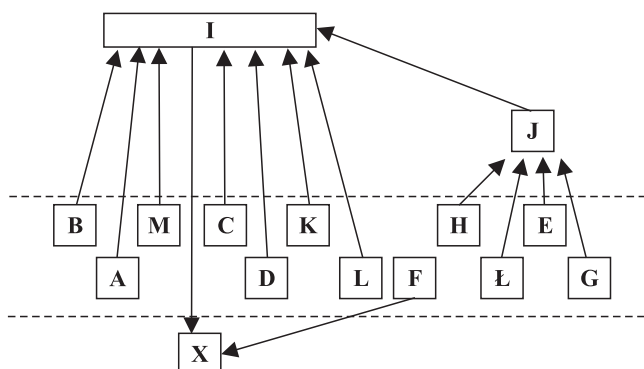
Rysunek 3. Socjogram społeczności rolniczej wsi Bładowo.

Źródło: Badania własne.



Rysunek 4. Socjogram społeczności rolniczej wsi Jeleńcz.

Źródło: Badania własne.



Rysunek 5. Socjogram społeczności rolniczej wsi Wiskitno.

Źródło: Badania własne.

Rozprzestrzenianie się nowych rozwiązań następuje dzięki skłonności adapterów do poszukiwania informacji o nowościach. Jak wskazują przeprowadzone badania, potrzebę zdobywania nowych informacji widzieli w 100,0% właśnie liderzy, wśród nich 72,7% zdecydowanie tak, natomiast 27,3% raczej tak. Nieco inne postawy prezentowali pozostali respondenci, wśród których żadnych wątpliwości nie wyraziło 40,0% badanych, 46,0% było mniej zdecydowanych, a 14,0% nie widziało takiej potrzeby.

Osoby z wyższym wykształceniem jako źródło informacji preferują w równym stopniu (33,3%) doradcę, telewizję i czasopisma. Natomiast respondenci z wykształceniem średnim za podstawowe źródło informacji uznali: telewizję (50,0%), czasopisma (42,9%) oraz doradcę (7,1%). Podobne wyniki zarejestrowano również wśród osób, które ukończyły szkoły zawodowe (telewizja – 52,4%, czasopisma – 45,2%, doradca – 2,4%). Natomiast rolnicy z podsta-

wowym wykształceniem w 100,0% wybrali telewizję. Zainteresowanie doradcą jako źródłem informacji rośnie wraz ze wzrostem wykształcenia respondentów. Im jest wyższe wykształcenie badanych rolników, tym doradca jest bardziej ceniony jako źródło informacji. Wraz ze zmniejszaniem się poziomu wykształcenia wzrasta znaczenie telewizji jako źródła informacji.

Respondenci oceniali również wartość informacji pochodzących z wyżej wymienionych źródeł za pomocą pięciopunktowej skali. Największą wartość liderzy przypisali wiadomościom podawanym w telewizji (3,5 pkt) i czasopismach (3,2 pkt) oraz przez doradcę (2,9 pkt). Zdaniem pozostałych rolników, najbardziej cenne są informacje z telewizji (3,2 pkt), od sąsiada (3,05 pkt) oraz przekazywane w czasopismach (2,85 pkt), natomiast doradcy w ich oczach zostali ocenieni nieco niżej (2,05 pkt). Wyniki wskazują więc, że dla liderów najcenniejsze są źródła informacji dostarczające wiedzę spoza systemu społecznego. Naśladowcy cenią natomiast bardziej od liderów źródła wewnętrzne systemu społecznego w postaci sąsiada. Zarówno dla liderów, jak i dla naśladowców telewizja jest najbardziej cenionym źródłem informacji.

Podstawowy warunek prawidłowego przebiegu procesów rozprzestrzeniania się innowacji stanowią kontakty społeczności lokalnych z doradcami. Jak wynika z badań, więcej badanych liderów odczuwa potrzebę zwiększenia kontaktów z doradcą niż pozostałych rolników. Z drugiej strony mniej liderów nie zadeklarowało potrzeby zwiększenia takich kontaktów w porównaniu z innymi respondentami. Badani liderzy byli zadowoleni z kontaktów ze swym doradcą rolniczym i nie potrzebują zwiększenia częstotliwości tych spotkań (45,5%), wyrażając taką postawę w sposób zdecydowany (18,2%) lub odpowiadając raczej nie (27,3%). Jednak 54,6% liderów dostrzega potrzebę zwiększenia kontaktów z doradcami, wyrażając swą opinię zdecydowanie (18,2%) lub odpowiadając raczej tak (36,4%). Pozostali rolnicy w sposób bardziej bądź mniej zdecydowany (38,0%) wyrażali taką potrzebę, natomiast 52,0% nie dostrzegło takiej potrzeby.

Chęć poszukiwania informacji o nowościach jest bezpośrednio związana z postawą proinnowacyjną adaptatorów i gotowością do dokonywania zmian w swoich gospodarstwach. W badaniach dostrzeżono zależność pomiędzy wykształceniem a zamiarami dokonania zmian przez osoby badane. Można stwierdzić, że im wyższy poziom wykształcenia, tym częściej takie osoby zamierzają dokonać zmian w swoich gospodarstwach. Wszystkie badane osoby z wyższym poziomem wykształcenia wyraziły zdecydowanie takie zamiary (100,0% – „tak”), osoby z wykształceniem średnim częściej wahały się (28,6% – „raczej tak”), jednak były to postawy przychylnie dokonaniu zmian. Natomiast wśród respondentów z wykształceniem zawodowym, które dominowało w badanej populacji, pojawiły się postawy nieprzychylnie zmianom (14,3% – „raczej nie”)

a mniej było postaw zdecydowanie przychylnych dokonywaniu zmian (35,7% – „tak”). Wśród rolników z wykształceniem podstawowym nie było zdecydowanych zwolenników zmian, natomiast badani wyrażali postawy raczej przychylnie (50,0%) lub raczej nieprzychylnie zmianom (50,0%).

PODSUMOWANIE

Przeprowadzone badania wykazały, że społeczności rolnicze badanych wsi posiadają nieformalną strukturę hierarchiczną i potrafią określić swoich liderów. Jak się okazało, wskazania respondentów na nieformalnych liderów opinii były zgodne z formalną hierarchią społeczności, bowiem osoby wskazywane pełniły z reguły formalne funkcje przywódcze. Wskazywani liderzy opinii wybierają najczęściej osobę z innego systemu społecznego jako znaczącą lub kogoś innego ze swojego środowiska, kto jest bardziej innowacyjny, ale nie cieszy się zaufaniem i szacunkiem w środowisku. Podobnie czynią naśladowcy, dla których wskazywany w miejscowości lider nie jest osobą znaczącą.

W badaniach dostrzeżono zależność pomiędzy wykształceniem a zamiarami dokonania zmian przez respondentów. Można zatem stwierdzić, że im wyższy poziom wykształcenia, tym częściej takie osoby zamierzają dokonać zmian w swoich gospodarstwach. Jak wynika z badań, liderzy wykazali większe potrzeby zdobywania informacji od pozostałych rolników. Wśród liderów więcej było opinii zdecydowanie pozytywnych niż wśród naśladowców i nie zanotowano w tej kategorii postaw nieprzychylnych w przeciwieństwie do grupy pozostałych rolników. Wyniki badań wskazują, że dla liderów najcenniejsze są źródła informacji spoza systemu społecznego, natomiast naśladowcy cenią także wewnętrzne źródła informacji systemu społecznego. Liderzy największą wartość przypisali wiadomościom podawanym w telewizji i czasopiśmie oraz przez doradcę. W opinii pozostałych rolników najbardziej cenne są informacje z telewizji, od sąsiada oraz z czasopiśm. Jak wskazały badania, TV jest bardzo wartościowym źródłem informacji dla wszystkich osób badanych bez względu na status społeczny. Wraz ze zmniejszaniem się poziomu wykształcenia wzrasta znaczenie telewizji jako źródła informacji. Zainteresowanie doradcą jako źródłem informacji rośnie wraz ze wzrostem wykształcenia respondentów. Im jest wyższe wykształcenie badanych rolników, tym doradca jest bardziej ceniony jako źródło informacji. Jak wynika z badań, więcej badanych liderów odczuwa potrzebę zwiększenia kontaktów z doradcą niż pozostałych rolników.

LITERATURA

- Androulidakis S. & Siardos G. C., *Leadership Ability Dimensions as Related to Rural Women's Characteristics: A Methodological Approach for Further Consideration*, (In:) 14th European Seminar on Extension Education „The Role of Extension in a Global World”, Cracow 1999.
- Ban van den A. W., *Interpersonal Communication and the Diffusion of Innovations*, *Sociologia Ruralis*, Vol. X, No 3, 1970.
- Ban van den A. W. & Hawkins H. S., *Doradztwo rolnicze*, Wydawnictwo MSDR, Kraków 1997.
- Kinnunen J., *Gabriel Tarde as a Founding Father of Innovation Diffusion Research*, *Acta Sociologica*, „Journal of the Scandinavian Sociological Association”, Vol. 39, No 4, 1996.
- Przychodzeń Z. J., *Zarys innowatyki rolniczej*, PWRiL, Warszawa 1991.
- Rogers E. M., *Diffusion of Innovations*, Fourth Edition, The Free Press, New York 1995.
- Siardos G. C., *The Structures of Farmers' Characteristics and Their Influence on the Adoption of Farm Practices: A Case Study in Northern Greece*, *Agricultura Mediterranea*, 121, 1991.
- Sikorska-Wolak I., *Dyfuzja innowacji rolniczych w wiejskiej społeczności lokalnej i jej społeczno-ekonomiczne uwarunkowania*, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 1993.
- Zawisza S., *Procesy rozprzestrzeniania się innowacji rolniczych*, „Wieś i Rolnictwo”, nr 3, 1990.
- Zawisza S., *Innowacyjność oraz przywództwo w wiejskich społecznościach lokalnych*, *Roczniki Naukowe SERiA*, t. IV, z. 6, 2002.

Leadership Opinion as a Mechanism of Innovations Diffusion in Social Communities in the Countryside

Summary

The survey of 5 kujawsko-pomorskie villages carried out in 2001 in Poland shows that in rural communities there exist hierarchical formal and informal structures and the inhabitants are able to separate and indicate their leaders. Most of the informal opinion leaders also perform some formal duties. Leaders compared with other farmers value more outside sources of information, and they feel more need to introduce changes, they are also more interested in getting familiar with novelties. Leaders of the examined populations more often than the other farmers declared a need to intensify cooperation with advisors. The research proved that TV is a very important source of information for all the people regardless their social status. The lower the education level is the more valued television is as a source of information. Advisors are more appreciated by better educated respondents. The higher education of the farmers the more they appreciate advisors as information sources and the more willing they are to introduce innovations to their farms.