



*"There is nothing more difficult to plan, more doubtful of success, nor more dangerous to manage than the creation of a new order of things..."*

Niccolo Machiavelli, *The Prince* (1513)

SDG = AN INNOVATION?

SDG = A NEW ORDER?



# DIFFUSION OF INNOVATIONS

Diffusjonsteori forklarer  
spredning av  
innovasjoner/nye  
ideer

# An innovation is

An idea, practice or object that is PERCEIVED as new by an individual, organization, or other unit of adoption....and...perception COUNTS!

Teorien som E. M.  
Rogers (1931-2004)  
systematiserte, har  
4 grunnelement:



1. Innovasjonen

2. Kommunikasjon gjennom visse kanaler

3. Tid

4. Et sosialt system  
(feks en organisasjon)

Rogers påstand:

*“The diffusion model is universal...”*

# 1. Innovasjonen

Innovasjoner kan være planlagte eller vilkårlige

# Innovasjon skaper usikkerhet...

Det avgjørende innenfor diffusjonsteori er at potensielle brukere (potential adopters) vil være usikre på om det er nødvendig/nyttig å “adoptere” innovasjonen

# Innovasjonens egenskaper vil ha innvirkning på hastigheten i diffusjonen:

Det avgjørende er hvordan medlemmene av et sosialt system "oppfatter" en innovasjon

Innovasjoner kan være "geniale" isolert sett, men allikevel ikke bli diffundert...

*J. F. Jarvis, Publisher,  
Washington, D.C.*



*Sold only by Underwood & Underwood,  
New York, Liverpool, Toronto, Canada, Ottawa, Kansas*

Columbus' Flagship "Santa Maria," Columbus Naval Parade, New York Harbor, U. S.  
Copyright, 1893, by J. F. Jarvis

Vasco da Gama went to the Cape of Good Hope in 1497, during which two-thirds of the sailors died...

# Følgende egenskaper ved innovasjoner er avgjørende:

Relativ fordel ved innovasjonen

Kompatibilitet i forhold til kontekst og annen teknologi...

Kompleksitet

Testbarhet/prøvbarhet

Observasjonsgrad/synlighet

*I hvilken grad blir en innovasjon oppfattet som "bedre enn det gamle? Både økonomiske, sosiale og bekvemmelige hensyn er viktige. Den "objektive" fordelene er ikke avgjørende. Desto mer individ oppfatter at innovasjonen fremstår som "bedre" enn eldre alternativ, desto hurtigere vil innovasjonen bli tatt i bruk.*





*I hvilken grad en innovasjon samsvarer med eksisterende verdier, erfaringer og behov hos potensielle brukere. Enkelte innovasjoner forutsetter at brukerne først aksepterer et nytt verdisystem før innovasjonen kan bli akseptert.*

*I hvilken grad en innovasjon blir oppfattet som vanskelig å forstå/bruke. Innovasjoner som er intuitive og krever lite innsats vil naturlignok spres hurtigere.*

*Dvorak keyboardet er et eksempel på en nyttig innovasjon som nok krever for mye innsats...*



**DVORAK Keyboard, 1970-1980s**

DVORAK keyboards arrange keys based on letter-frequency analysis. This is a "homebrew" version. They never seriously challenged QWERTY's dominance.

102642025



I hvilken grad kan en innovasjon "testes". Dersom en innovasjon kan prøves vil den ha langt bedre forutsetninger for å bli akseptert. Prøvbarhet reduserer usikkerheten til potensielle brukere. Prøvetilbud er ikke uten grunn mye brukt innen markedsføring.

I hvilken grad er resultatet av en innovasjon synlig for andre? Synlige innovasjoner vil ha bedre forutsetninger enn usynlige. Særlig i små nettverk vil dette ha betydning. Nabolag kan for eksempel være raske til å ta i bruk samme innovasjon...



2. Kommunikasjon gjennom visse kanaler

***Spredning*** av en innovasjon  
forutsetter ***kommunikasjon***





### 3. Tid

4. Et sosialt system  
(feks en organisasjon)

Takk for meg...

Jens Standal Groven

Lektor ved Høgskulen i Volda

September 2020