



T.C.  
ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ  
ZİRAAT FAKÜLTESİ  
TARIM EKONOMİSİ BÖLÜMÜ



## YENİLİKLER İNANÇLAR, DEĞERLER ve NORMLAR

Prof. Dr. Gökse ARMAĞAN

---

---

---

---

---

---

---

---



### Yenilik

Yenilik, bir birey tarafından yeni olarak kabul edilen bir fikir, yöntem veya bir objedir.

Yenilik, bir kişi tarafından, bir nesne, pratik ya da bir fikrin "yeni" olarak algılanmasıdır. Bir şey subjektif olarak kişiye yeni gözüküyorsa, o bir "yenilik" dir.

Bir fikrin yeni olması, yeni bilgi olması gerektirmez. Yenilik görelidir. Bir kavram olup, bir toplumda yenilik olarak algılanan bir fikir başka bir toplumda çoktan benimsenmiş olabilir.

Tanımsal yenilikler, tanımsal üretim sürecinde kullanılan yeni veya geliştirilmiş araçlar ya da yöntemlerdir. Yayımda çalışan yeniliklerin çoğu teknolojik fikirlerdir.

---

---

---

---

---

---

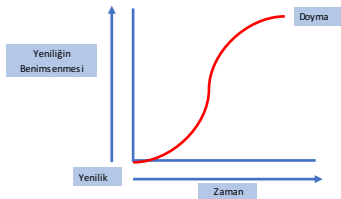
---

---



### Yenilikçilik

Yenilikçilik; bir bireyin, içinde bulunduğu toplumun diğer bireylerine göre, yeni bir fikri daha erken benimseme derecesidir.



---

---

---

---

---

---

---

---



### Benimseme Grupları

Bireyler, yenilikleri benimseme davranışlarına göre, benimseme gruplarına ayrılabilir. Yayımcılar, benimseme gruplarının genel karakterlerine bakarak, yörede hangi çiftçilerin yeniliğe karşı olumlu ya da olumsuz bir tavır göstereceğini bir ölçüye kadar tahmin edebilirler. Böylece, değişik üretici gruplarına göre farklı benimsetme yöntemleri uygulanabilir.

---

---

---

---

---

---

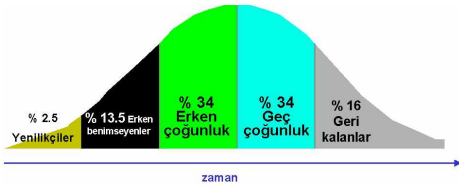
---

---



### Benimseme Grupları

Toplum içerisinde yenilikleri benimseme zamanına göre, istatistiksel verilere dayanılarak yapılan benimseme grupları sınıflandırması aşağıdaki gibidir.




---

---

---

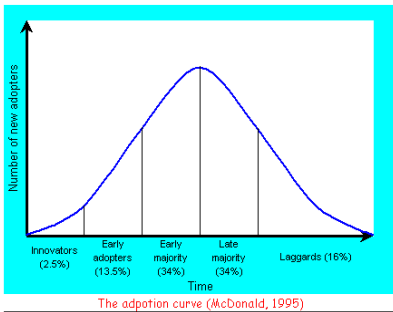
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

### Yenilikleri Kabul Etme Kategorileri

Kırsal toplumun bütün bireyleri bir yeniliği aynı anda kabul etmezler. Toplumun bir kesimi kabul etmede daha istekli davranır ve değerlerinden yıllarca önce benimseyebilir. Diğer bir deyişle yenilikçilik olarak tanımlayabileceğimiz psikolojik bir olay işin içine karışır.

**Yenilikçiler:** Cesaretli, Atılgan  
**Erken Benimseyenler:** Saygıdeğer  
**Erkenci Çoğunluk:** İhtiyatlı, Tedbirli  
**Geçici Çoğunluk:** Şüpheli Grup  
**Gecikenler:** Geleneksel Grup

---

---

---

---

---

---

---

---

### Yenilikçiler: Cesaretli, Atılgan

Yeni fikirleri denemeye karşı heveslerinin fazlalığı, onları yaşlarının in oluşturduğu yerel çevrenin dışına götürür.  
Kozmopolit bir yapıları vardır. Kendi sosyal sistemlerinden çok, dış dünyaya yöneliklerdir. Yenilikçiler birbirlerinden uzak olsa da aralarında iletişim ve arkadaşlık yaygındır. Şartlarına uygun olmayan bir yenilik yüzünden ortaya çıkabilecek zararları telafi edecek mali kaynakları vardır.  
Daha eğitilmiş, okuryazardırlar.  
Karmaşık teknik bilgiyi anlama ve uygulama yeteneğine sahiptirler.  
Macerayı, riski sever. Benimsediği yeni fikirler başarılı olursa, bu durumu doğal kabul ederler.  
Pazar için tarımsal üretim yapar, yani ticari yönelime sahiptirler.  
Daha ihtisaslaşmış (işbölümü yapmış) ve geniş ölçekli işletmelere sahiptirler.  
Daha yüksek sosyal statüye ve yüksek sosyal statüye ulaşma çabasına sahiptirler.  
Sosyal sistemin diğer üyeleri tarafından saygı görme mesine rağmen, fikirleri sisteme dışardan getirerek yenilik yayılım sürecinde önemli bir rol oynarlar.

---

---

---

---

---

---

---

---

### Erken Benimsiyenler: Saygıdeğer

Erken benimseyenler, yerel ortamla bütünleşmişlerdir ve yerel özelliklerini korurlar. Birçok sosyal sistemde, bu grubun içinde fikir liderleri çoğunluktadır. Bu kategorinin insanları, çoğu kimse tarafından yeni bir uygulamanın doğruluğunun kontrol edileceği birey olarak düşünülürler. Potansiyel benimseyiciler onları, yenilik hakkında tavsiye ve bilgi kaynağı olarak görürler.  
Erken benimseyenlere yaşları tarafından saygı duyulur. Başarı sembollüdürler. Sistemin iletişim yapısında merkezi pozisyonadırlar.  
Akıllı ve tedbirli bir şekilde yenilik kararları verirler.  
Yenilikçilikte ortalama bir eye yakın durumda ve sosyal sistemin diğer bireyleri için bir model rolündedirler.  
Yayımcılar tarafından süreci hızlandırmada bu gruptan bir misyoner gibi yararlanılır.

---

---

---

---

---

---

---

---

### Erkenci Çoğunluk: İhtiyatlı Tedbiri



Sosyal bir sistemin ortalama bireyinden hemen önce yeni fikirleri benimserler. Yaşlılarıyla sık sık temas eder, fakat nadiren liderlik pozisyonuna sahiptirler. Yeni bir fikri tamamen benimsemeden önce, bir süre ihtiyatlı davranabilir ve nadiren başı çekerler. Yenilik karar süreçleri nispeten yenilikçiler ve erken benimseyenlerden uzundur. "Yeniye denemede ne ilk ol, ne de son" erken çoğunluğun ilkesidir.

---

---

---

---

---

---

---

---

### Geçici Çoğunluk: Şüpheli Grup



Geç çoğunluk, sosyal sistemin ortalama bireyinden hemen sonra yeni fikirleri benimser. Benimseme, hem bir ekonomik gereklilik ve hem de artan baskılara bir cevap olabilir. Yeniliklere ihtiyatlı ve şüpheli bir tavırla yaklaşırlar. Bir yeniliği, sosyal sistemlerinde pek çok kimse benimsemeden benimsemezler. Yeni fikirlerin yararlılığı hususunda ikna edilebilirler; fakat benimsemeleri için yaşlılarından baskı gereklidir. Kıt kaynakları nedeniyle benimsemeden önce hemen hemen tüm şüphelerin ortadan kalkmasını beklerler.

---

---

---

---

---

---

---

---

### Gecikenler: Geleneksel Grup



Bir sosyal sistemde, yeniliği en son benimseyecek olanlardır. Hemen hemen hiç fikir liderliği vasfına sahip değildirler. Tüm benimsenme kategorilerinin içinde en yerel olanlardır. Çoğu bulunduğu ortamda iletişim ağlarından tecrit edilmişlerdir. Referans noktaları "geçmiş"tir. Kararlarını, nispi olarak, geleneksel değerlere sahip olan diğer kişilere ve önceki kuşakların yapmış oldukları şeylere göre verirler. Bu grup, sonunda yeniliği benimsemediğinde, yenilik zaten yenilikçiler tarafından kullanılan yeni bir fikir ile yer değiştirmiştir. Bu grup, açık bir şekilde yenilikler ve yayıncılara şüphe ile bakma eğilimindedir. Geleneksel yönelimleri, yenilik karar sürecini yavaşlatır. Yeniliklere direnme, geleneksel grubun bakış açısından bütünüyle mantıklıdır. Çünkü kaynakları kısıtlı olduğundan, yeni fikri benimsemeden önce başarısız olmayacağı hususunda emin olmak isterler.

---

---

---

---

---

---

---

---



### Yeniliklerin Benimsenmesinde Önder Çiftçiler

**Dış dünya ile iletişim:** Kitle iletişim araçlarından daha fazla yararlanmaları, içinde yaşadığı toplumun dışına daha sık seyahat ve yayım elamanlarıyla daha sık ilişki kurmalarıdır.

**Erişilebilirlik:** Sosyal katılımları daha fazladır.

**Sosyal Statü:** İkili ilişkilerde bir eylem, kendilerinden daha yüksek sosyal statüye sahip kişilerle aralar ve önderler içinde yaşadıkları toplumda izleyenlerine göre, ortalamanın üzerinde bir sosyal statüye sahiptirler.

**Yenilikçilik:** İçinde yaşadığı toplumun normlarına göre değişimle birlikte, önderler izleyenlerine göre daha yenilikçi kimselerdir.

---

---

---

---

---

---

---

---



### Tarımsal yayım açısından önemli bazı önderlik rol ve biçimleri:

**Onay Önderliği:** Hemen her toplumsal grupta belli kararların uygulamaya konmasından önce onayı alınması gereken kişi ya da kişiler bulunur.

**Konu Önderliği:** Toplumda değişik konular da öne çıkmış ve uzmanlığı toplumca kabul edilmiş bazı bireylerin olması.

**Fikir Önderliği:** Bazı önderler kendi toplumlarında özel bir saygı görürler ve toplum bu kişilerin daima doğru düşündüğüne ve doğru kararlar ürettiğine inanır.

**Eylem Önderliği:** Yaşadığı toplumda, becerikli, tuttuğunu koparan kişiler olarak tanınan bazı bireyler vardır. Bir kırsal toplumda bir kooperatif kurulması ya da imcece yoluyla bir iş yapılması gibi.

---

---

---

---

---

---

---

---



### Yenilik Benimseme Süreci

1. **Haberdar Olma:** Yenilikle ilgili ilk bilgiler bu aşamada elde edilir, ancak bu bilgiler uygulama için yetersizdir.

2. **İlgi Duyma:** Bu safhada birey haberdar olduğu yeniliğe ilgi duyar. Yeniliğin yararları ve uygulanmasına dair bilgi arar.

3. **Değerlendirme:** Bireyin daha önce edindiği genel bilgileri, kendi olanakları çerçevesinde düşünüp değerlendirdiği safhadır.

4. **Deneme:** Kendi koşullarında yeniliğin değerlendirmesini yapan birey, tümüyle benimsemeden deneyerek sonucunu görmek ister.

5. **Benimseme:** Bireyin yeniliği kabul edip benimsediği safhadır. Yani tarımsal üretici yeniliği tümüyle ve sürekli olarak uygulamaya geçer.

---

---

---

---

---

---

---

---

**Kabul etme sürecinde aşamalar:**

**Farkına vama:** Yeniliği ilk defa duyma.

**İlgilenme:** Yenilik hakkında daha fazla bilgi arama.

**Değerlendirme:** Avantaj ve dezavantajları

**Deneme:** Küçük ölçekte test

**Kabul etme:** Geniş ölçekte uygulama

---

---

---

---

---

---

---

---

### Yenilik Karar Süreci



- 1. Bilgi Aşaması:** Farkında olma, kullanma ve ilkelere (prensipler) ilişkin bilgilerdir. Yenilik bilgisinin hangi kanalla ulaştığı oldukça önemlidir.
- 2. İkna Aşaması:** Bu aşamada birey, yeniliğe karşı olumlu veya olumsuz bir tavır şekillenir. Bu safhada zihinsel faaliyetlere dayalıdır.
- 3. Karar Aşaması:** Bireyi, yeniliği benimseme veya reddetme seçeneğine götüren faaliyetlerle uğraştığında karar ortaya çıkar. Birçok insan bir yeniliğin sonuçları hakkında algıladığı belirsizliği, yeni fikri kısmen deneyerek giderir.
- 4. Uygulama Aşaması:** Uygulama, bireyin yeniliği kullanıma koymasınıdır. Uygulama safhasına kadar, yenilik karar süreci zihinsel bir egzersizdir. Ancak uygulama davranış değişikliğini içerir.
- 5. Onaylama Aşaması:** Onaylama safhasında birey, yenilikle ilgili verdiği karar için güçlendiriciler arar. Eğer yenilik hakkında çelişkili mesajlara maruz kalırsa, bu kararını tersine çevirebilir.
- 6. Red – Kesinti:** Yerine başkasını koyma, düş kırıklığı vb.

---

---

---

---

---

---

---

---

**Kabul etme sürecinin aşamalarına farklı yaklaşım:**

**Bilgilenme**

**İkna (eğilimlerin belirlenmesi ve değiştirme)**

**Karar (kabul veya red)**

**Uygulama**

**Pekiştirme**

---

---

---

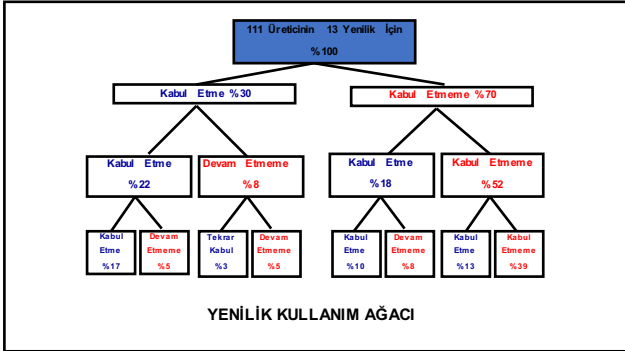
---

---

---

---

---




---



---



---



---



---



---



---

Bilgi Kaynakları

	Yeniliklerden Haberdar Olma	Yeniliği Uygulama (Benimseme)
<b>Kişisel-Yerel Kaynaklar</b> (arkadaş, komşu, satıcılar)		⊗
<b>Kişisel-Kozmopolit Kay.</b> Bireysel ilişkiler (Yayımcı ilişkisi) Grup ilişkileri (Yayın Yöntemleri)		⊗
<b>Kitle İletişim Araçları</b> Sergiler Filmler Yayınlar Gazete, Radyo, TV	⊗	

---



---



---



---



---



---



---

Yenilikçilik İndeksi =  $\frac{\text{Üreticinin Aldığı Toplam Puan}}{\text{Üreticinin Alabileceği Toplam Puan}} \times 100$

Yenilikçilik İndeksi ile Pozitif İlişki Gösteren Bazı Değişkenler:

- Eğitim
- Krediye daha olumlu yaklaşım
- Eğitime daha olumlu yaklaşım
- Yayımcı ile ilişkiler
- Daha aktif bilgi arayışı
- Fikir önderliği
- Yayımcı ile ilişkiler
- Kozmopolitlik (kentle ilişkiler)

---



---



---



---



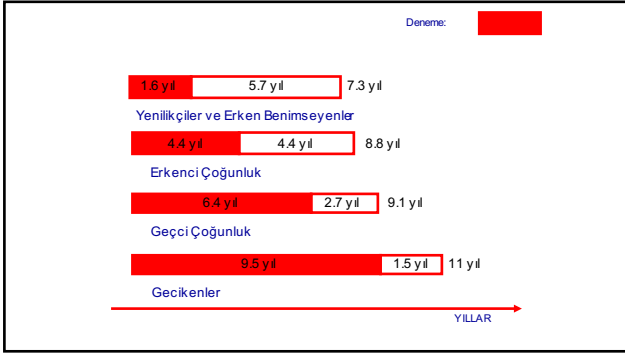
---



---



---




---

---

---


---

---

---

---

---

**Yenilikler** 

**YENİLİKLERİN KAREKTERİSTİKLERİ:**

- Karşılaştırmalı Üstünlük
- Uygunluk (uyuşabilme)
- Karmaşıklık
- Denenebilirlik
- Gözlenebilirlik

---

---

---


---

---

---

---

---

**Yenilikler** 

**Benimseme Oranını Etkileyen Yenilik Özellikleri**

1. **Nispi Üstünlük:** Bir yeniliğin yerini aldığı şeyden daha iyi ve yararlı olarak algılanma derecesidir.
2. **Uyumlu Olma:** Potansiyel benimseyenlerin, yeniliği mevcut değerlerle, geçmiş deneylerle ve ihtiyaçlarıyla uyumlu olarak algılama derecesidir.
3. **Karmaşıklık:** Bir yeniliğin anlaşılma ve uygulanma aşısındaki zorluk derecesidir. Bir yeniliğin karmaşıklığı, benimseme oranıyla negatif ilişkilidir.
4. **Denenebilirlik:** Bir yeniliğin benimseme kararına varılmadan önce, kısmi bir şekilde denenebilir olma derecesidir.
5. **Gözlenebilirlik:** Bir yeniliğin sonuçlarının başkalarınınca gözlenebilirlik derecesidir. Mesela, biri otları tarla yüzeyine çıkmadan, diğeri boy attıktan sonra öldüren iki çeşit yabancı ot ilacından ikinci ilacın üreticilerce tercih olasılığı daha fazladır.

---

---

---

---

---

---

---

---





### Değişime Direnme Nasıl Azaltılır?

- ◆ Değişimin amaçlarını belirlerken, sistemin üyelerinin katılımı sağlanır,
- ◆ Değişikliğin sistemin üyelerince nasıl algılandığı tespit edilir,
- ◆ Direnç kaynakları harekete geçmeden önce bu kaynaklara hitap edilir,
- ◆ Değişimin uzun vadeli yararları gösterilir
- ◆ Doğabilecek ani sorunların çözümü gösterilir.

---

---

---

---

---

---

---

---

### İNANÇLAR, DEĞERLER ve NORMLAR

**İnançlar:** Gerçek ile ilgili sembolik bir ifadedir. Hayatın her alanı ile ilgili inançlar bulunmaktadır. Evrenin doğası, halkların özellikleri ve dinler konusunda bir çok inanç vardır.

**Değerler:** Değerler neyin doğru ve önemli olduğu ile ilgilidir. Sosyal değerler, kültürden kültüre değişir. Değerler ve inançlar birbirleriyle yakından ilgilidir.

**Normlar:** Bir toplumdaki beklenen davranışlardır. Normlar standart davranış kalıplarıdır. Yasaklanan veya yapılması istenen normlar olabilir.

---

---

---

---

---

---

---

---

### İnançlar ve değerlerin değişimi

- 1- Değer ve inançların halka hizmet edememesi, olayları açıklamada yetersiz kalması
- 2- Rakip değer ve inançlara sahip kişilerle kurulan ilişkiler
- 3- Halkın değer ve inançlarını sorgulayan ve bireyleri bunları değiştirmeye zorlayan fırsatlarla karşılaşma

---

---

---

---

---

---

---

---

### Bazı değer yönelişleri

- 1- Aileye bağlılık
- 2- Kadercilik
- 3- Düşük empati
- 4- Risk yüklenmekten kaçınma
- 5- Gelenekçilik
- 6- Bugünkü tatmini arama
- 7- Doğaya boyun eğme

---

---

---

---

---

---

---

---

### Yöntem ve Teknikler

- **Bireysel yöntemler:** Üretici ve yayımcının yüz yüze yapmış olduğu iletişim biçimidir. Burada bir yayımcı sınırlı sayıda üretici ile ilişki kurabilir.
- **Grup yöntemleri:** Yayımcı ile bir grup üreticinin iletişim kurduğu yöntemleri kapsar. Grup yöntemlerinden "Demonstrasyonlar" oldukça etkili yöntemlerdir. Yaparak öğretme ya da göstererek öğretme anlamına gelen demonstrasyonlar yöntem ve sonuç olmak üzere iki şekilde uygulanabilir.
- **Kitle iletişim yöntemleri:** Yayımcıların kitle iletişim araçlarını kullanarak, çok sayıda üreticiye ulaşmayı hedefledikleri yöntemlerdir.

---

---

---

---

---

---

---

---

BİREYSEL YÖNTEMLER	GRUP YÖNTEMLERİ	KİTLE İLETİŞİM YÖNTEMLERİ
-Çiftlik ve ev ziyareti -Büroda yayımcıyı ziyaret -Telefonla görüşme -Kişisel mektuplardır.	-Demonstrasyonlar i)Yöntem ii)Sonuç -Konferanslar -Grup Tartışmaları -Tarımsal Geziler -Kurslar ve seminerlerdir.	-Radyo -TV -Gazeteler, dergileri -Broşürler -Yarışmalar -Posterler -Sergilerdir

---

---

---

---

---

---

---

---

Yayın elemanlarının, yayım yöntemini belirlerken dikkat etmeleri gereken hususları şu şekilde sıralamak mümkündür:

- 1- Hiç bir eğitim yöntemi diğerlerinden daha iyi değildir.
- 2- Programı yürütmek için birden çok yöntem kullanılmalıdır.
- 3- Yöntemler bir biri ile örtüşmelidir.
- 4- Görsel ve yazılı materyaller mümkünse kullanılmalıdır.

---

---

---

---

---

---

---

---