



Diffusion of Innovations

5th Edition

Everett M. Rogers

创新的扩散

(第五版)

[美] E.M. 罗杰斯 著

唐兴通 郑常青 张延臣 译



中国工信出版集团



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

创新的扩散

(第五版)

[美] E.M. 罗杰斯 著

唐兴通 郑常青 张延臣 译



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

创新扩散理论是传播效果研究的经典理论之一，是由本书作者 E.M.罗杰斯于 20 世纪 60 年代提出的一个关于通过媒介劝服人们接受新观念、新事物、新产品的理论，侧重大众传播对社会和文化的影晌。

本书阐述了创新过程中的各个环节，如创新产品产生的过程、创新决策过程、创新产品传播的进程、创新采用者的种类、创新的影响等。本书是对创新扩散理论最权威的阐述，是创新研究领域的一本圣经，几乎适用于任何创新和革新，人们在生产、生活中的创新及产品和推广都与该理论息息相关。

Simplified Chinese Translation copyright ©1995,2003 by Everett M.Rogers

Publishing House of Electronics Industry

DIFFUSION OF INNOVATIONS,5E

Original English Language edition Copyright ©1963,1971,1983 by Everett M.Rogers

All Rights Reserved.

Published by arrangement with the original publisher, Free Press, an Division of Simon & Schuster,Inc.

本书中文简体版专有出版权由 Free Press 授予电子工业出版社，未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

版权贸易合同登记号 图字：01-2014-0603

图书在版编目（CIP）数据

创新的扩散：第 5 版 /（美）罗杰斯（Everett,E.M.）著；唐兴通，郑常青，张延臣译。——北京：电子工业出版社，2016.1

书名原文：Diffusion of Innovations, 5th Edition

ISBN 978-7-121-27749-8

I. ①创… II. ①罗… ②唐… ③郑… ④张… III. ①传播学 IV. ①G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2015）第 288404 号

策划编辑：齐 岳 特约编辑：刘 凡

责任编辑：徐 静 齐 岳 文字编辑：张 越

印 刷：北京天宇星印刷厂

装 订：北京捷讯佳彩印刷有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本：720×1 000 1/16 印张：33 字数：440 千字

版 次：2016 年 1 月第 1 版

印 次：2016 年 4 月第 2 次印刷

定 价：68.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888，88258888。

质量投诉请发邮件至 zllts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式：（010）88254473、qiyue@phei.com.cn。

译者序

——一本被严重低估的书

“一本被严重低估的书。”这句话是豆瓣上一位网友对《创新的扩散》在中国读者中默默无闻而发出的一声真诚的呐喊。确实如这位豆瓣网友所说，《创新的扩散》不仅是国内外新闻传播学领域绝对绕不开的历史丰碑，而且是政策（国家、企业）在人群中渗透领域研究的标杆之作，还是在新产品的市场营销运营中指导我们如何快速引爆社群的方法源泉。在欧美，它是一本畅销几十年的经典作品，并且在政治学、经济学、社会学、传播学、市场营销学等众多领域引领大家去创新。这本书是有关新观念、新产品、新事物等在人群中扩散的集大成之作，我已在多个场合真诚推荐过。

结缘 E.M.罗杰斯

我经常和圈内的朋友开玩笑：“我是 E.M.罗杰斯在中国的弟子。”简单玩笑的背后，不只是为了脸上贴金，更多的是一种真诚的推崇。谢谢 E.M.罗杰斯！

至今我还记得第一次读到 E.M.罗杰斯的《创新的扩散》时那激动的心情，在知识爆炸的时代，许久没有哪一本著作会让我如此狂热。我知道，未来和 E.M.罗杰斯一定有很多交集。

在过往的几年中，我先后多次翻阅《创新的扩散》，其中有美国原版、中央编译出版社译本、台湾地区译本，那被摸碎的封面无声讲述着过往阅读的历程。我在一线工作中许多的方法论和思考的角度都源自《创新的扩散》。我的新书《引爆社群——移动互联网时代新 4C 法则》在写作过程中也深受 E.M.罗杰斯的影响，只不过我解读的视角是如何在特定社群中沿着人与人的社交关系

图谱进行信息传播。

E.M.罗杰斯不仅影响了我的思考角度，在国外更是拥有一大批忠实的追随者。例如，《引爆点》、《引爆趋势》、《跨越鸿沟》等多本畅销书作者都曾不同程度受到 E.M.罗杰斯先生的影响。

E.M.罗杰斯让人佩服的不只是其坚实的功底，还有他那优美的文字表述能力，将深奥的问题娓娓道来，让人感叹。

《创新的扩散》的背后

2004 年大师驾鹤西去，《创新的扩散》（第五版）也成为最后一版，其一辈子致力于完善创新扩散理论的历程戛然而止。期间，我辗转多个出版社，最终在徐静分社长、齐岳编辑的帮助下，顺利获得该书的海外版权。对这样一本大部头的书，开始许多出版社把它当成纯学术书籍，表现淡淡，没兴趣。在我热情“鼓吹”和真诚感动下，徐静分社长欣然答应不惜一切代价引进这本书。现在想来，我当时应该是怀着对大师的爱和推崇，忘乎所以地推荐了这样一本书。2 年后的今天在推敲这份序言时，仍然不后悔当初傻乎乎的行为，因为我坚信它可以影响更多的人。

《创新的扩散》是本很厚实的书，在郑常青（第一至四章）、张延臣（第五至八章）的鼎力配合下，经过 2 年多的时间才完成初稿翻译工作，后又经过几个月的通读和统稿，最终得以和大家见面。在此谢谢郑常青、张延臣在繁重的工作之余为本书翻译作出的巨大贡献。谢谢齐岳编辑一直以来的辛勤劳动。

这是一本以博士论文为框架改写成的畅销书，在结构上传承了传统学术的严谨规范性，从文献的综述到创新扩散史，再到创新扩散的问题解决。虽然 E.M.罗杰斯的文笔描述娓娓道来生动灵活，但普通读者阅读起来可能还会存在一些不畅顺的地方。我个人建议，读者可以有意识地进行一些筛选，采撷其精华部分阅读。

唐兴通



前 言

这本《创新的扩散（第五版）》是于1962年第一版中所建立的扩散基本模型的基础上构建的，在过去的40多年里，这个创新的扩散基本模型在不同的研究领域和框架下已历经多次修订。第五版将会展示创新的扩散一些新的发展，包括：（1）随着近年来市场营销、公共卫生、通信领域的发展，传统的扩散因素发生的变化；（2）对新通信手段（如互联网、移动电话）应用背景下扩散的研究；（3）通过对“临界大多数”和“个人阈值”的研究，深入剖析扩散的网络；（4）使用“实地实验”（加上调查）的方法测试意见领袖对扩散的影响。本书将引入不少新的案例和数据作为佐证材料。

我对创新的扩散研究感兴趣源于对农业的创新的扩散的研究——我留意到，在我的家乡美国爱荷华州卡罗尔市的农民竟然推迟了好几年才接受明显对他们有利的创新方法。这让我感到非常困惑和沮丧，为什么他们不愿意采纳新的方法呢？除了经济因素，这里面一定另有原因。

1952年，我从爱荷华州立大学获得了学士学位，随后在朝鲜战争期间服役于美国空军，服役期间，我学会了运用社会科学研究方法的技巧。退役后，我返回爱荷华州立大学攻读农业社会学，研究农业创新的扩散。在此期间，由于莱恩（Bryce Ryan）和格罗斯（Neal C.Gross, 1943）主导的对杂交玉米的研究，爱荷华州立大学成为了扩散研究中心之一。

1954年，爱荷华州立大学的乔治·比尔（George Beal）教授在距离艾姆斯市20英里（1英里=1609米）的爱荷华州克林斯地区某社区启动了一项扩散研究。此研究得到了爱荷华州农业实验局的支持，该局还资助了杂交玉米种子和其他农业创新项目。我于1954年春加入此项研究中，那时我刚退役不到一周，正巧参加了比尔教授一个关于扩散理论的研讨会。研读了莱恩和格罗斯关于杂

交玉米种子在爱荷华州两个社区的推广研究后，我开始参与采访克林斯地区 148 名农民关于使用 2,4-D 除草剂和其他农业创新产品的使用情况。自此，我成为了一名扩散学者。

1957 年，我开始做博士论文——《克林斯农业社区几个农业创新产品的扩散分析》，做文献综述的时候，我参考了莫特（Mort, 1953）关于幼儿园和驾校的扩散研究，门泽尔和卡茨（Menzel and Katz, 1955）关于抗生药物四环素在医学界的扩散研究。这些文献和我所做的农业扩散研究有着很多不谋而合的地方，例如，接受创新过程的“S”型曲线，创新决策过程中不同阶段信息的来源和渠道，以及创新先驱者（率先接受创新概念的个人）普遍见多识广、阅历丰富。在博士论文的文献综述部分，我主张扩散是一个普遍过程，不应受限于所研究的创新对象、受众、文化、地域等。我相信，创新的扩散是社会变迁的普遍过程。

支撑我这个想法的主要来源是乔治·比尔和乔·波伦（Joe Bohlen）于 1954 年 12 月在艾姆斯市对爱荷华州推广局全体员工发表的题为《农业创新的扩散》的演讲。这次的演讲延续了 1953 年春他们在爱荷华州立大学关于创新的扩散的研讨，主要关注：（1）个人层面创新决策过程的信息来源和渠道；（2）相对早和相对迟地接受创新技术的农民的性格特征。虽然两位教授提出的概念化的内容仅限于农业创新，但已经为构建扩散的模型迈出了重要的一步。同时，两位教授也被邀请给不同行业的人做关于扩散的演讲，如民防系统（建设家庭防爆避难所的创新）和家庭用品行业。可见，人们已经开始讨论更加详尽的扩散模型。

在 1957 年完成了博士论文后，我加入了俄亥俄州立大学的农业社会学院，并着手对该州农民进行基于农业产品创新的扩散的研究。基于建立一个普遍的扩散模型的初衷，我开始创作第一版《创新的扩散》，并于 1962 年发表。该书总结了最新的扩散研究成果，构建了普遍的扩散模型，并主张标准化的受众分类、概念化扩散过程。在 1963—1964 年期间，作为富布赖特讲师，我被委派到哥伦比亚共和国的农业社区进行扩散过程的研究和教学。这个经历使我有机会

会测试扩散模型的适用性，如在某些发展中国家的农村部落，也就是一些大众媒体比较匮乏、社会变迁比较缓慢的地区。

回国后，我接受了密歇根州立大学大众传媒系的聘请，该系后来成为美国大众传媒研究界的执牛耳者（Rogers, 2001）。这个学术地位的变化使我开阔了扩散研究的视野：它是可概括、普遍化的，但必须建立在强大的传播学理论上。因而，对建立普遍化的扩散模型的巨大兴趣使得我跳出了农业社会学和农业创新的范畴，投身传播学领域。我开始研究印度的保健和计划生育创新、泰国中学教育创新的扩散。事实上，由于生产过剩，关于农业创新扩散的研究日渐式微（虽然这几年有点起色），但是扩散的模型已经扩展应用到各行各业了。

这本书所论述的是创新的扩散定律和模式，涵盖不同的文化、创新、受众。创新扩散的学说解释了人类最重要的发展历程——社会变迁。

此书前四版（分别出版于1962年、1971年、1983年、1995年）的出版时间基本都是以10年为单位，每版都标志扩散学说的新里程碑。在1962年第一版面世时，关于此领域的出版物只有405种；到1971年我和舒马克（F. Floyd Shoemaker）合著第二版（名为《创新的传播：跨文化的研究 *Communication of Innovations: A Cross-Cultural Approach*》）的时候，相关出版物已经有之前的4倍之多，达1500多种；12年之后的1983年，第三版《创新的扩散》出版之际，出版物数量又翻了一番，达3085种；至1995年第四版问世时，有关此领域共有接近4000种出版物；现在我估计相关出版物要达到5200多种（按每年增长120多种出版物的速度计算）。没有任何一个行为科学领域可以吸引这么多国家、学科、学者的共同关注。第五版是建立在如此广阔的研究成果的基础上并超越了前四版。我相信，20世纪90年代互联网的兴起会改变扩散的过程，我也会在本书中阐述我的观点。

此版不仅介绍了理论框架的修正及相关的支撑证据，同时也大胆地探索了新的概念和理论。过去60多年来，此领域的学术研究展示了相同的、不同的、连续的、断续的观点，在这本书中将逐一为读者介绍。此书绝不是仅仅综合了过去研究的重要发现，而且批判地思考了过去的研究（包括我自己的研究），

并指出未来研究的空间和方向。在此，我再次把本书命名为《创新的扩散》，以此标记过去 40 年关于扩散学说的研究。

在此书第一版（1962 年）出版前，扩散学说的研究集中在美国和欧洲。在第一版和第二版期间，即 20 世纪 60 年代，拉美、非洲、亚洲的一些发展中国家也开始关注此领域，传统的扩散模型被这些视发展为首要任务的国家很好地应用起来。扩散的模型属于实用型的框架，适用于农业发展项目、计划生育、公共卫生、营养标准等方面。不过，随着对扩散模型在发展中国家的应用研究，我和其他学者都发现了原有框架的局限性，在一些案例中，它们跳到框架以外，因此，我对原有的框架做出了相应的调整。

与过去四版相比，第五版采取了更加批判的立场。在过去的 40 多年里，扩散学说的发展取得了长足的进步，被广泛地认可、应用和尊敬，同时也受到建构和解构式批判，主要是对很多学者自行定义的研究方法和范围的局限性及迂腐的批判。从扩散学说的研究人员建立起“无形学院”（Invisible College，即研究人员为了研究某个领域而建立起来的沟通网络）那一刻起，他们就不自觉地限制了创新的扩散学说的研究领域，他们建立起的“标准化”限制了这门学说的进步。

现在世界正在面对着各种社会变迁和社会问题，创新的扩散学说同样受到影响，如互联网、艾滋病、恐怖活动等。互联网的扩张速度超过了人类历史上任何一种创新技术，而互联网的扩散也例证了一些概念，如临界点。“数字鸿沟（信息富有者和信息贫困者之间的鸿沟）”的概念很好地帮助我们了解了创新带来的不平等的后果。在本书中，我将更加详尽地介绍互联网的扩散：我们认为这种交互式的通信手段将改变扩散的某些过程，如消除或缩短了人际交往中的距离。

艾滋病于 1981 年在美国被首次发现，虽然有证据表明在此前几十年该疾病已经存在。第一个成功预防艾滋病蔓延的计划——“终结艾滋病（STOP AIDS）”由旧金山的同性恋组织于 20 世纪 80 年代中期发起，其推广过程就是直接应用了扩散模型。我们将在第二章分析这个“终结艾滋病”计划，以及世界上其他

成千上万个基于旧金山经验的艾滋病预防项目。今天，艾滋病疫情主要集中在拉美、非洲、亚洲的发展中国家，全世界 4000 万艾滋病病毒感染者中的 95% 生活在上述地区 (Singhal and Rogers, 2003)，艾滋病已经演变成了世界上最大的社会问题之一。我们将在第九章讨论扩散模型过去、现在、将来如何应用于降低艾滋病的传播速度。

自 2001 年 9 月 11 日恐怖组织袭击美国世界贸易中心和五角大楼后，恐怖活动也成为人类社会必须面对的另外一个社会问题。“9·11”事件后，人们迫切需要了解此类恐怖组织的网络和运作模式。我们将在第八章探讨恐怖组织的网络，值得关注的是，美国的反恐组织并没有完全了解反恐战争与以往所有战争的区别，只认为这些袭击都是正面指向美国本土的。

本书将引入“不确定性”和“信息”这两个重要概念。不确定性指一个事件发生的可能性及其他可能发生的概率。不确定性促使人们去获取更多的信息，因为不确定会让人很不舒服。信息指在可以影响不确定性的众多因素中出现的可供选择的选项 (Rogers and Kincaid, 1981)。其中有一种不确定性来源于创新，如创新的想法、实践或者其他个人或者团体认为是新的事物。一种创新意味着给个人或者团体带来新的选择或者新的解决问题的思路，同时也使得个人或者团体去寻找更多关于这个创新的信息，以便应付它所带来的不确定性。

一个创新的信息往往来源于同伴，特别是同伴的主观评价，这些崭新信息的传递也是人际交往中的一个节点。创新的扩散本质就是人们对新事物主观评价的交互的社会历程。创新的意义会渐渐在社会发展历程的框架下体现出来。

我个人关于创新的扩散的思维和作品受益于近年来和其他扩散学说的学者的合作，包括一些这个领域的“菜鸟”。经常有年轻学者或学生向我提出一些做扩散研究的建议，正如我在新墨西哥大学给大学生和研究生教授课程一样，我自己也从中获益良多。本书也从这些新鲜的提问中获益，使得扩散的框架更加完善。

本书还受益于很多扩散学说的老前辈们，包括美国密歇根州立大学的吉

姆·迪林 (Jim Dearing)、马凯特大学的加里·迈耶 (Gary Meyer)、科罗拉多州立大学的托德·下田 (Todd Shimoda)、俄亥俄大学的阿尔温德·辛格哈尔 (Arvind Singhal)、南加州大学的汤姆·瓦伦特 (Tom Valente), 我一直和他们保持联系并分享讲义及其他出版物。另外, 我想感谢为本书校对图表的新墨西哥大学的安德鲁·鲁比 (Andrew Rubey), 还有为本书建立目录的埃弗雷特·罗杰斯金 (Everett Rogers King)。

我谨通过此书奉上更加健康的批判性视野。我们不需要同质化的研究, 未来学者们的挑战应该跨越已有的研究方法和模型, 认识到它们的不足和局限, 去扩展创新的扩散理论。希望此书可以成为上述目标的奠基石。

Everett M. Rogers

于阿尔伯克基 新墨西哥大学

目 录

第一章 扩散的要素	001
秘鲁小村落的烧开水计划：失败的扩散	003
一、什么是扩散	007
英国海军控制坏血病的创新扩散	009
德沃夏克键盘的失败扩散	010
二、创新扩散的四大要素	013
爱荷华州杂交水稻的扩散	033
小结	037
第二章 扩散的研究史	041
一、起源于欧洲	044
二、扩散研究传统	047
巴厘岛的神奇水稻：水神与计算机高度一致	053
现代数学在匹兹堡地区的扩散	064
幼儿园在全世界的扩散	065
哥伦比亚大学药物扩散研究	067
台中的田野实验	073
旧金山的“遏制艾滋病”运动	075
“9·11”恐怖袭击新闻扩散	082
电动车扩散中意见领袖和专家的作用	089

“自由之夏”的招募网络	094
三、扩散研究的类型学	097
小结	102
第三章 扩散研究的贡献和批判	103
一、扩散研究的现状	105
二、对扩散研究的批判	108
埃及村庄饮用纯净水的研究	109
印度及中国的重男轻女案例	118
小结	136
第四章 创新的产生	137
一、创新-发展的过程	139
东芝公司的第一台笔记本电脑	146
为什么冰箱会嗡嗡响	149
赛格威的分类	150
探索未来的施乐帕洛阿尔托研究中心	155
探索华法林灭鼠药的意外收获	160
二、社会经济地位、平等与创新-发展	162
加州的硬西红柿	162
三、追踪创新-发展过程	165
四、农业推广模型	168
小结	170
第五章 创新-决策的过程	173
一、创新-决策过程的一个模式	175
二、认知阶段	177
三、说服阶段	182
四、决策阶段	184
五、执行阶段	186

印第安平原人对马文化的再发明	196
六、确认阶段	197
吸烟的终止	200
化肥禁用与有机农业的兴起	202
七、这些阶段都会出现吗	203
关于四环素的创新-决策过程中的传播渠道	210
八、各阶段的传播渠道	213
九、以采用者类型来看待沟通渠道	219
小结	224
第六章 创新的属性及采用率	227
说唱乐——黑人音乐在美国白人中的扩散	229
一、采用率	231
闭门造车的土壤测试包	236
二、相对优势	239
三、兼容性	251
太阳能发电的成与败	258
大家都爱“不说话的好媳妇”	259
四、复杂性	270
五、可试性	271
六、可观察性	272
手机和生活形态的改变	272
小结	279
第七章 创新性及采用者分类	281
哥伦比亚农村的农业创新-扩散研究	283
一、采用者的分类标准	287
对创新永远都说“不”的人	301
二、采用者特性的比较	305

香港手机落后者	311
小结	315
第八章 扩散网络	317
现代数学教育的意见领袖	319
一、大众传播流向模型	322
二、扩散网络中的同质性和异质性	325
三、如何找出意见领袖	328
让电子游戏大卖的“酷小狗”	332
抗英行动中最知名的“报马仔”	334
新药物扩散网络	346
四、扩散网络	351
在多米尼加共和国建立光伏扩散网络	352
约翰·斯诺博士与伦敦的霍乱蔓延	357
五、临界大多数造成的引爆点	364
请问你的传真号码是多少	366
互联网的扩散	367
沉睡效应	375
小结	383
第九章 创新推广人员	387
一、设定目标	390
印度尼西亚避孕计划行动	395
可持续性的问题：尼日利亚“鸡博士”的故事	400
二、传播活动	402
埃及婴幼儿脱水夭折事件	405
美国巴尔的摩针头交换计划	411
三、创新采纳示范的效果	413
农业推广服务中心案例	416

四、“中心化”和“非中心化”扩散系统	420
小结	424
第十章 组织内创新	427
一、决策类型	429
二、组织的创新性	434
三、组织的创新过程	443
采纳新的通信技术的过程	444
美国洛杉矶圣地摩尼卡高速公路钻石车道 有效却被喊停的创新	455
小结	458
第十一章 创新的结果	459
北极的雪地摩托车革命	461
一、结果研究	464
二、结果的三种方向	467
ORT: 结果引发的结果	470
土著人与钢斧	474
三、创新的形式、功能和意义	475
爱尔兰的土豆灾荒	477
四、动态的平衡	478
灭蚊计划的故事	478
五、创新加剧不公平?	482
六、传播效果的差距	484
数字鸿沟	493
小结	495
创新的扩散大家谈	497

第一章

扩散的要素

没有什么比创造新规则更加艰难、遥远、凶险的了。无论何时，反对派一旦有机会，就会毫无保留地攻击创新者，而其他人则谨慎地防御着，创新者腹背受敌。

——尼古拉·马基雅维利《君主论》