

ทฤษฎีและรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. การสื่อสาร (Communication)

การสื่อสารเป็นสิ่งแวดลอมที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อผู้รับในสังคม ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม และพฤติกรรมของผู้รับได้¹ จากความก้าวหน้าของวิทยาการใหม่ ๆ ทำให้มีการสื่อสารผ่านสื่อชนิดต่าง ๆ มากมาย แม้การสื่อสารจะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงในสังคม แต่การเปลี่ยนแปลงนั้นจะไม่เกิดขึ้นพร้อมกันหรือในระดับท่างกันในแต่ละบุคคล ทั้งนี้เนื่องจากมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีส่วนร่วมในการกำหนดการเปลี่ยนแปลงนั้นด้วย โดยปัจจัยเหล่านั้นอาจจะส่งเสริมหรือชักชวนการเปลี่ยนแปลงให้เร็วขึ้นหรือช้าลงก็ได้²

ดังนั้นการสื่อสารจะมีผลหรืออิทธิพลอย่างไรต่อบุคคลหรือสังคมจึงขึ้นอยู่กับเงื่อนไขต่าง ๆ ดังคำกล่าวของ เบอว์นาร์ก เบเรลสัน (Bernard Berelson) ว่า "การสื่อสารแบบใดแบบหนึ่งในเรื่องใดเรื่องหนึ่งกับคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ภายใต้เงื่อนไขใดอย่างหนึ่งย่อมจะมีผลออกมาอย่างใดอย่างหนึ่ง"³

เพราะฉะนั้นการส่งข่าวสารมาก ๆ จึงไม่ได้เป็นคำที่ชี้ว่าจะทำให้เกิดผลตามที่ผู้ส่งสารต้องการเสมอไป เพราะการควบคุมการส่งสารให้เหมาะสมกับสภาพของผู้รับข่าวสารเป็นสิ่งทำได้โดยยาก โดยเฉพาะในประเทศที่มีลักษณะเป็นเสรีนิยม

¹ Stephen W. King, Communication and Social Influence

(Reading, Mass.: Addison-Wesley Publishing Company, 1975), p. 20.

² Ibid., p. 17.

³ George N. Gordon, Communication and Media (New York :

Hasting House, Publishers, 1975), pp. 158-159.

2. การเผยแพร่ นวัตกรรม (Diffusion of Innovation)

" นวัตกรรม " หรือที่เรียกง่าย ๆ ว่าของใหม่นั้น โรเจอร์และชูเมเกอร์¹ (Rogers and Shoemaker) กล่าวว่า หมายถึงแนวความคิดหรือแบบแผนพฤติกรรมซึ่งเป็นวิธีการปฏิบัติ หรือสิ่งของใหม่ซึ่งบุคคลทั้งหลายเห็นว่าเป็นของใหม่ที่แตกต่างจากของเดิมที่เคยคิดเคยทำหรือเคยมี แม่วานวัตกรรมนี้จะเคยถูกนำไปใช้ในสังคมอื่นมาก่อนแล้วก็ตาม แต่ถาเพิ่งนำมาใช้ในอีกสังคมหนึ่งเป็นครั้งแรกก็ถือว่าสิ่งเหล่านั้นเป็น " นวัตกรรม "

ดังนั้นคำว่า " ใหม่ " ในเรื่องของนวัตกรรมจึงไม่จำเป็นจะต้องเป็นความรู้ใหม่ของบุคคล เพราะบุคคลอาจมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาชั่วยาระยะหนึ่งแล้ว แต่ยังไม่เห็นว่าเป็นของใหม่สำหรับตน และยังไม่ได้พัฒนาทัศนคติที่จะชอบหรือไม่ชอบ จะรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมนั้น ๆ

ความคิดทุกอย่างหรือแบบแผนการปฏิบัติใด ๆ อาจเป็นนวัตกรรมในช่วงเวลาหนึ่ง แต่เมื่อคนรู้จักกันแพร่หลายทั่วไปแล้วก็จะกลายเป็นช่องธรรมดา

เมื่อมีนวัตกรรมเกิดขึ้น การเผยแพร่ นวัตกรรมจึงเป็นสิ่งจำเป็นในอันที่จะนำนวัตกรรมนั้นไปสู่สมาชิกของสังคม ซึ่งเรื่องนี้โรเจอร์ส (Rogers) และชูเมเกอร์ (Shoemaker)² ได้สรุปว่าองค์ประกอบสำคัญในการเผยแพร่ นวัตกรรมมี 4 ประการคือ

1. นวัตกรรม (Innovation) ได้แก่สิ่งใหม่หรือแนวคิดใหม่และวิธีปฏิบัติใหม่ที่ต้องการจะเผยแพร่ออกไป
2. สิ่งหรือช่องทางที่จะเผยแพร่ นวัตกรรมนั้น (Communication Channel) เพื่อจะให้ นวัตกรรมนั้นไปถึงผู้รับ

¹ Everett M. Rogers with F. Floyd Shoemaker. Communication of Innovation : A Cross Cultural Approach 2d.ed. (New York : The Free Press, 1971), pp. 18-19.

² Ibid., p. 18.

3. ระยะเวลา (Over time) ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ที่นวัตกรรมนั้นเผยแพร่แล้ว ออกไปแล้ว จะต้องใช้เวลาสักสัปดาห์ที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับ

4. สมาชิกของสังคม (Members of Social System) คือผู้ที่ จะยอมรับนวัตกรรม ที่เผยแพร่ออกไป

จะเห็นได้ว่า แม้วานวัตกรรมนั้นจะมีประโยชน์ต่อสังคมหนึ่ง ๆ อย่างมากมายและ สมาชิกของสังคมก็ยินดีและพร้อมจะรับนวัตกรรมนั้นอย่างเต็มใจ แต่ถ้ามองช่องทางที่จะเผยแพร่ นวัตกรรมนั้นแล้ว โอกาสที่นวัตกรรมนั้นจะไปถึงสมาชิกของสังคมก็เป็นไปได้ยาก ดังนั้นสื่อหรือ ช่องทางที่จะเผยแพร่นวัตกรรมนั้นจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการเผยแพร่นวัตกรรม

โรเจอร์สและชูเมเกอร์ (Rogers and Shoemaker) ได้แบ่งช่องทางการสื่อสาร ออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. ช่องทางการสื่อสารมวลชน (Mass Media Channels) คือการ ถ่ายทอดข่าวสารโดยการผ่านสื่อมวลชนทั้งหมดคือมี หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น แหล่งข่าวอาจจะเป็นบุคคลคนเดียวหรือสองสามคน หรือมากกว่านั้นก็ได้ โดยบุคคลเหล่านี้จะส่งข่าวสารไปยังผู้ฟังจำนวนมาก ๆ นอกจากนั้น สื่อมวลชนยังสามารถนำ ข่าวสารไปยังผู้รับจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว เพื่อเพิ่มพูนความรู้และแพร่กระจายข่าวสาร รวมทั้งเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่บุคคลมีอยู่เดิมได้

2. ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Channels) คือ การถ่ายทอดข่าวสารระหว่างบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการยอมรับการถือมังสวิรัติจึงเป็นเรื่องของการเผยแพร่ นวัตกรรมซึ่งเป็นของใหม่ในสังคมที่มีการเผยแพร่ผ่านสื่อทั้ง 2 ช่องทางคือ สื่อมวลชนและสื่อบุคคล นอกจากนี้ยังมีการจัดทำสื่อเฉพาะกิจ (Specialized media) เพื่อเพิ่มช่องทาง การสื่อสาร นวัตกรรมเรื่องอาหารมังสวิรัตินี้ให้แพร่หลายยิ่งขึ้น

ในการสื่อสารที่จะให้เกิดการสัมฤทธิ์ผลนั้น การเลือกสื่อเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่ง
 แชรรม¹ (Schramm) เห็นว่าต้องมีความเข้าใจเรื่องความเชื่อ ทศนคติและลักษณะทางสังคม
 เพื่อเตรียมการสื่อสารให้เหมาะสมกับสภาพนั้นให้มากที่สุด

โดยสรุปการเลือกและการใช้สื่อ (Selection and Use of Channel)
 จึงมีวิธีการแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประเภทของผู้รับข่าวสาร ลักษณะของข่าวสาร (Message)
 และขั้นตอนในกระบวนการยอมรับของผู้รับสาร (Recipient's Stages in Adoption
 Process)

3. กระบวนการยอมรับ (Adoption Process)

เมื่อนวัตกรรมถูกเผยแพร่ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ไปสู่ผู้รับข่าวสารแล้ว ก่อนที่ผู้รับสาร
 จะยอมรับนวัตกรรมนั้นจะมีขั้นตอนของการยอมรับ เรียกว่า "กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับ
 นวัตกรรม (The Innovation Decision Process) ซึ่ง โรเจอร์ และชูเมเกอร์
 (Rogers and Shoemaker) เห็นว่ามี 4 ขั้นตอนคือ²

1. ขั้นความรู้ (Knowledge) คือ ขั้นที่บุคคลได้รู้จักกับนวัตกรรมเป็นครั้งแรก
 และได้แสวงหาความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น ในขั้นนี้มีข้อดกเถียงกันในหมู่นักวิจัยว่า
 บุคคลเกิดความต้องการที่จะใช้นวัตกรรมก่อนจึงแสวงหาความรู้ และทำความรู้จักกับนวัตกรรม
 หรือว่าบุคคลเกิดความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมก่อนแล้วจึงเกิดความต้องการที่จะใช้นวัตกรรม ซึ่งเป็น
 ข้อดกเถียงที่ยังหาข้อยุติไม่ได้

¹ Wilbur Schramm, The Role of Information in National

Development (Stanford, Calif.: Stanford University Press and Unesco, 1964), p.24.

² Everett M. Rogers and F. Floyd Shoemaker, Communication

of Innovations (New York : The Free Press, 1971), pp.100-117.

ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมในชั้นนี้แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะคือ

- ก. ความรู้หรือความตระหนักว่ามีนวัตกรรมนั้นอยู่
- ข. ความรู้อาจจะไขว่คว้าอย่างไรจึงเหมาะสม ในกรณีที่มีปริมาณของความรู้จะตองมากขึ้นตามลำดับความซับซ้อนของนวัตกรรม ความรู้ค่านนี้ไคจากการติดต่อกับการสื่อสารมวลชน หรือสื่อบุคคล หรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่เผยแพร่วัตกรรม
- ค. ความรู้ถึงกฎเกณฑ์เบื้องหลังนวัตกรรม เช่น ประโยชน์และคุณค่าของอาหารมังสวิวัติ

บุคคลที่ยอมรับนวัตกรรมไปใช้อาจจะไม่มีความรู้ในลักษณะนี้เลยก็ได้ แต่การที่บุคคลมีความรู้ในลักษณะนี้จะช่วยให้เขาใจวิธีใช้นวัตกรรมและทำให้ยอมรับนวัตกรรมอย่างมีเหตุผลมากขึ้น โรเจอร์ส (Rogers) เชื่อว่า การติดต่อกับผู้ทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสาร การรับสื่อมวลชน การติดต่อกับสื่อบุคคล การท่องเที่ยวไปในที่ต่าง ๆ มีบทบาทต่อบุคคลในการได้รับความรู้ ความเข้าใจ นวัตกรรมในชั้นนี้

2. **ชั้นจูงใจ (Persuasion)** เป็นชั้นที่บุคคลเกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบนวัตกรรมนั้น หรือคือชั้นที่บุคคลมีทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อกิจกรรมนั้นนั่นเอง บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น ๆ และตีความหมายข้อมูลที่ไคมาพิจารณาพร้อมกับสภาพการณ์ส่วนตัวของเขาทั้งในปัจจุบันและอนาคตว่า การที่เขาจะรับนวัตกรรมนั้นมาใช้จะก่อผลดีหรือผลเสียอย่างไรทั้งในปัจจุบันและอนาคต บุคคลจะรับรู้ว่าการทุกอย่างมีลักษณะของการเสี่ยงรวมอยู่ด้วย เขาจึงไม่แน่ใจว่าผลของการใช้นวัตกรรมนั้นจะเป็นอย่างไร เขาจึงต้องการแรงเสริม (Reinforcement) คอที่ทัศนคติของเขาที่มีต่อกิจกรรมโดยบุคคลจะแสวงหาแรงเสริมไคจากการติดต่อกันระหว่างบุคคล

ในการพัฒนาทัศนคติที่ชอบหรือไม่ชอบนวัตกรรม บุคคลอาจพยายามลองคิดในสมองว่าจะนำนวัตกรรมไปใช้อย่างไร จะมีผลดี ผลเสียอย่างไร ภายใต้สภาพการณ์ของเขาทั้งในปัจจุบันและอนาคต ด้วยเหตุนี้คุณลักษณะเกี่ยวกับนวัตกรรม เช่น ประโยชน์เชิงเทียบ ความเขากันไคหรือไปค้วยกันไค ความยุ่งยากหรือสลับซับซ้อน ความสามารถในการนำไปทดลองใช้ไค และสามารถสังเกตผลของนวัตกรรมไค จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากในชั้นนี้

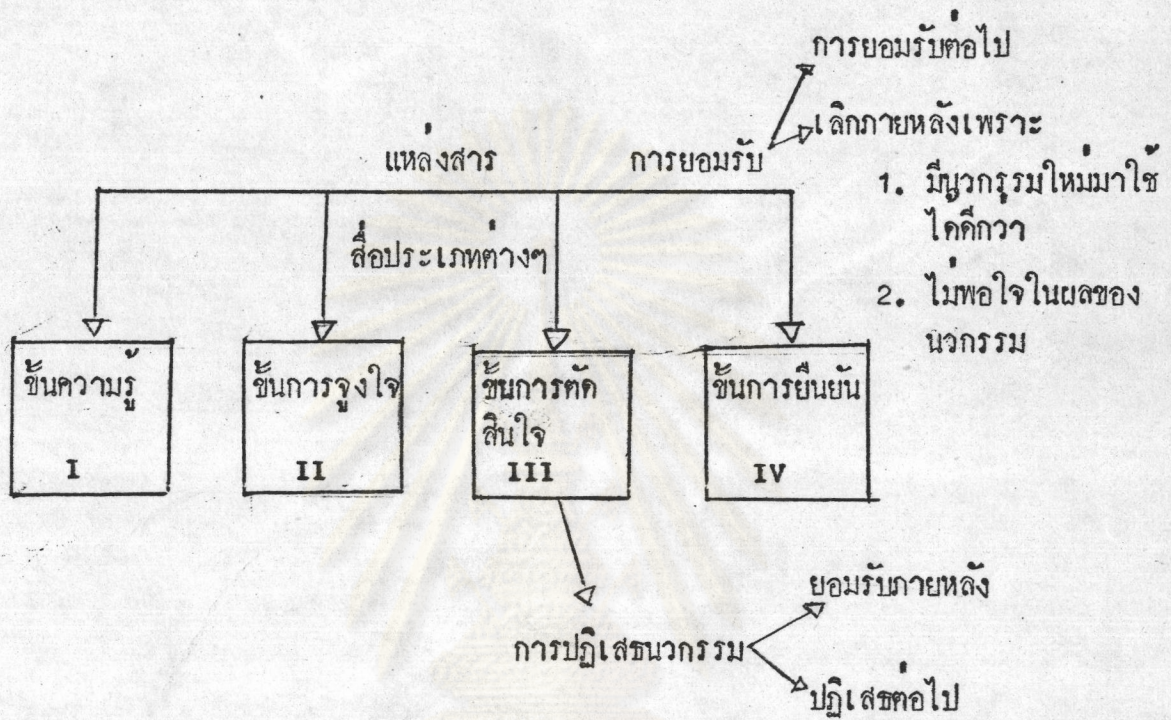
3. **ขั้นการตัดสินใจ (Decision)** เมื่อบุคคลได้ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ มาจนถึงการที่จะตกลงตัดสินใจยอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรม ในขั้นนี้เพื่อนที่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับนวัตกรรมมาก่อนจะมีบทบาท ถือเป็น การทดลองนวัตกรรมทางอ้อม หรือทดลองผ่านคนอื่น รวมทั้งการสังเกตการใช้นวัตกรรมในสถานการณ์ของเขาเอง เพื่อที่ว่านวัตกรรมนั้นมีประโยชน์พอที่จะยอมรับได้หรือไม่

4. **ขั้นการยืนยัน (Confirmation)** งานวิจัยหลายอันชี้ว่า การตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมไม่ใช่ขั้นสุดท้ายของกระบวนการยอมรับนวัตกรรม บุคคลจะแสวงหาแรงเสริม (Reinforcement) เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของเขา แต่อาจจะเปลี่ยนการตัดสินใจเป็นตรงกันข้าม ถ้าเขาได้รับข้อมูลที่ขัดแย้งกับข้อมูลที่เขารับมา ขั้นยืนยันนี้จะเกิดขึ้นหลังจากการตัดสินใจระยะเวลาหนึ่ง การให้ข้อมูลเพิ่มเติม การพบปะกับบุคคลใกล้ชิดจะมีส่วนสนับสนุนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมต่อไปของบุคคล ถ้าไม่มีการติดตามผลก็ไม่หลักประกันว่าจะเกิดการเลิกยอมรับนวัตกรรมนั้นเมื่อใด เพราะในระบบสังคมของกลุ่มเป้าหมายย่อมมีข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อนวัตกรรมอยู่คาวย ซึ่งอาจมีอิทธิพลต่อผู้รับสารหรือนวัตกรรมนั้นได้

ผู้รับสารบางคนอาจจะผ่านกระบวนการของการยอมรับทั้ง 4 นี้อย่างรวดเร็ว เช่น เมื่อมีข่าวสารเกี่ยวกับการถือมงส์วิริติเข้ามาเผยแพร่ ผู้รับสารเกิดกระบวนการเรียนรู้ เกิดความรู้ การสนใจ การตัดสินใจ และมีการยืนยันในระยะเวลาอันสั้น เป็นการยอมรับนวัตกรรมโดยเริ่มปฏิบัติตนควบคู่การถือมงส์วิริติโดยเร็ว แต่บางคนอาจจะยอมรับช้า ๆ ในเวลาต่อมา

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ขั้นตอนต่าง ๆ ของกระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมเป็นไปตามแผนภาพ
กระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมดังนี้ ¹



ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

¹ Ibid., p. 102.

นอกจากนั้น สื่อบางชนิดมีประสิทธิภาพสำหรับชาวสารบางอย่างกับผู้รับชาวสาร บางประเภทมากกว่าสื่อชนิดอื่น ๆ¹ สื่อ (ของสาร) ประเภทต่าง ๆ มีบทบาทดังนี้²

1. สื่อแต่ละประเภทมีบทบาทไม่เหมือนกันในการให้ความรู้หรือในการจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่เกี่ยวกับนวัตกรรม
2. สื่อแต่ละประเภทมีบทบาทไม่เหมือนกันระหว่างผู้รับนวัตกรรมเร็วและผู้รับนวัตกรรมช้า
3. บทบาทของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลในการเผยแพร่ นวัตกรรม ในประเทศที่พัฒนา แตกต่างกับบทบาทของสื่อมวลชนและสื่อมวลชนในการเผยแพร่ นวัตกรรม ในประเทศที่พัฒนาแล้ว
4. บทบาทของสื่อภายนอกสังคมและสื่อภายในสังคมในการเผยแพร่ นวัตกรรม ในประเทศที่พัฒนาต่างกับในประเทศที่พัฒนาแล้ว

ดังนั้น ในการยอมรับนวัตกรรมแต่ละอย่างนั้น สื่อแต่ละประเภทจึงมีบทบาทต่างกัน และยังมีบทบาทต่างกันในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการยอมรับอีกด้วย

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเกี่ยวกับการเผยแพร่ นวัตกรรม มุ่งศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม นั่นคือการยอมรับหรือการปฏิเสธ นวัตกรรมนั้นเอง ในประเทศที่กำลังพัฒนาอาจกล่าวได้ว่า ระบบการสื่อสาร (Communication System) นับเป็นหัวใจสำคัญในการดำเนินงาน พัฒนาทั้งด้านเกษตร³ และปัญหาสาธารณสุข ซึ่งตามแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ห้า (พ.ศ. 2525 - 2529) ได้เน้นการวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของสื่อมวลชน

¹ Ibid., p. 251.

² Ibid., p. 252.

³ ไพรัตน์ เกษะรินทร์, การบริหารงานพัฒนาชนบท (ม.ป.ท., ม.ป.ป.),

ทอปัญหาสาธารณสุข¹ จึงได้มีงานวิจัยที่เกี่ยวกับการเผยแพร่นวัตกรรมต่าง ๆ มากขึ้น เพราะการวิจัยเป็นทางหนึ่งซึ่งทำให้เรารู้ได้ถึงปฏิกิริยาสนองตอบของผู้ฟัง

ก. งานวิจัยในต่างประเทศ

Rogers และ Svenning² ได้ศึกษาหมู่บ้านชาวนาในโคลัมเบีย พบว่ามีปัจจัยหลายอย่างที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมของชาวนาในโคลัมเบีย ได้แก่ ระดับการศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ และฐานะทางสังคม ผู้ที่มีการศึกษาสูง ฐานะทางเศรษฐกิจ มีตำแหน่งหน้าที่การงาน เช่น เป็นครู ผู้ใหญ่บ้าน จะยอมรับนวัตกรรมได้เร็วกว่าผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจต่ำกว่า การศึกษาค่ากว่า ไม่มีตำแหน่งหน้าที่การงาน

Sycip C. Felicidad³ ศึกษาปัจจัยอันมีผลต่อการยอมรับหรือปฏิเสธ นวัตกรรมของประชาชนชนบทในประเทศฟิลิปปินส์ พบว่า ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรม ได้แก่ ระดับการศึกษาของบุคคล การติดต่อกับสังคมในเมือง การรับฟังวิทยุ การอ่านหนังสือพิมพ์ และการเป็นสมาชิกของสโมสรต่างๆ

¹ กระทรวงสาธารณสุข, " (ร่าง) แผนพัฒนาการสาธารณสุขตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 พ.ศ. 2525 - 2529," (กรุงเทพมหานคร : กองแผนงานสาธารณสุข, มิถุนายน 2524), (อัครสำเนา.) : 31.

² Everett M. Rogers and Lynne Svenning, Modernization Among Peasants; The Impact of Communication (New York : Holt Rinehart and Winston Inc., 1969), p. 126.

³ Sycip C. Felicidad, "Factors Related to Acceptance or Rejection of Innovation," in Espiritue, Social Foundations of Community Development (Manila : R.M. Garcia Publishing House, 1967), pp. 592-601.

Antonio S. Frio¹ ศึกษาเรื่องการยอมรับข่าวพันธุ์ IR8 โดยพิจารณาจากความพอใจผู้นำ และแหล่งสารในหมู่ชาวนาที่ทำนาในฤดูแล้ง ในประเทศฟิลิปปินส์ ในปี ค.ศ. 1968 พบว่า การยอมรับพันธุ์ข้าวมีความสัมพันธ์กับการเลือกผู้นำ สื่อบุคคลจึงมีความสำคัญต่อการยอมรับของชาวนามากที่สุด สื่อวิทยุมีความสำคัญรองลงมา

Akira Fujitake² ได้ศึกษาเรื่องความต้องการสื่อ ความชอบ และความเชื่อในสื่อมวลชน โดยถามว่า สื่อที่จำเป็นและขาดไม่ได้สำหรับท่าน พบว่า ร้อยละ 61 ตอบว่า หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 23 ตอบว่า โทรทัศน์ ร้อยละ 8 ตอบว่า วิทยุ ร้อยละ 3 ตอบว่า หนังสือ ร้อยละ 1 ตอบว่า ภาพยนตร์ และในข่าวจากหลาย ๆ สื่อ ข่าวสารที่คิดว่าเชื่อถือได้มากที่สุด ร้อยละ 43 ตอบว่า โทรทัศน์ ร้อยละ 32 ตอบว่า หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 10 ตอบว่า วิทยุ

Rogers และ Meyen³ ยังได้ทำการวิจัยสื่อที่ก่อให้เกิดความสัมฤทธิ์ผลในการเผยแพร่นวัตกรรมในประเทศโคลัมเบีย พบว่า ในการเผยแพร่รณกรรมนั้น อิทธิพลของสื่อบุคคลเป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดในการตัดสินใจรับนวัตกรรม

1
Antonio S. Frio, "Leadership-Preference, IR8 A Adoption and Communication Sources Among Dry-Season Farmers of Morong, Rizal," in Esther F. Monigau (eds.) Abstract of Research in Agricultural Development Communication, Vol.2 (Department of Agricultural Communication, College of Agriculture, U.P. at Los Bonos College, Philippines, 1970, pp.55-56.

2
Akira Fujitake, "The Needs for Media-A Priority Study." The NHK Report and Broadcasting Research (December 1963) : 13-20.

3
E.M. Rogers and Wicky L. Meynen, "Communication Sources for 2, 4-D Weed Spray Among Colombia Peasants, Rural Social, 30," pp.213-219, cited by Gardner Lindzey and Elliot Aronson The Handbook of Social Psychology, Vol.3 (Reading, Mass : Addison-Wesley Publishing Company, 1969), p.234.

Paul Spector และคณะได้ทำการทดลองภาคสนาม พบว่า สื่อมวลชนมีผลโดยตรงต่อการยอมรับการฝึกปฏิบัติเพื่อสุขภาพ โดยทำการทดลองกับหมู่บ้านสองแห่งในประเทศเอควาดอร์¹ โดยชาวบ้านได้รับข่าวสารจากวิทยุกระจายเสียง

Gloria R. Diokno² ได้ศึกษาวิธีการสื่อสารเกี่ยวกับการวางแผนครอบครัว โดยเลือกสตรีที่สมรสแล้ว 142 คน เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ในด้านข่าวสารนั้นชอบสื่อบุคคลมากที่สุด รองลงมาได้แก่ วิทยุโทรทัศน์ และวิทยุกระจายเสียง ตามลำดับ และยังพบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 3 กลุ่ม คือ ตัวแปรอิสระ คือ อายุการศึกษา ความเป็นอยู่ทางสังคม ตัวแปรแฝง คือ การเปิดรับข่าวสาร และตัวแปรตาม คือ ความรู้ ความพอใจ และการยอมรับ พบว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ

Chen³ ได้ศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการสื่อสารเกี่ยวกับการวางแผนครอบครัว พบว่า ผู้รับสารเชื่อถือ ข่าวสารที่เป็นการเขียน (Written Message) มากกว่าข่าวสารควยวาจา

จากการศึกษาเรื่องการใช้สื่อและการใช้สื่อเพื่อให้ข่าวสารในการประกอบกิจกรรมในไร่นา ในหมู่บ้าน Paciano Rizal จังหวัด Laguna ประเทศฟิลิปปินส์ ในปี 1964

¹ Florangel Z. Rosar, "The Leader in Family Planning and the Two-Step Flow Model," Journalism Quarterly 48 (1971) : 293.

² Gloria R. Diokno, "Communication and Adoption of Family Planning Methods," (M.A. Thesis 1971) : in List of Thesis 1971 (Singapore : Amic, 1973), p.9.

³ Phoebe Fei-pi Chen, "Comparison of Family Planning Communication Practices of Taiwanese Family Living in Madison, Wisconsin and Taiwan, Republic of China," (M.A. Thesis, 1973) in List of Thesis 1973-1974 (Singapore : Amic, 1976), p.2.

พบว่า มีการใช้สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อมวลชน เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมในไร่นา แก่เกษตรกร สื่อที่ใ้ช้มากที่สุด ได้แก่ สื่อบุคคล รองลงมา เป็นสื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ ผู้วิจัย สรุปว่า สื่อบุคคลและสื่อมวลชนได้ให้ความรู้แก่เกษตรกรมากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์¹

Pedro Bueno ทำการศึกษาเรื่องบทบาทของสื่อมวลชนในการยอมรับยาปราบศัตรูพืช 2, 4-D ใน 2 หมู่บ้าน ของจังหวัด Laguna ประเทศฟิลิปปินส์ ในปี 1966 พบว่า สื่อมวลชนไม่มีผลในชั้นยอมรับ โดยในชั้นรับทราบ ชื่นสนใจและชั้นประเมินผล สื่อบุคคลมีผลมากที่สุด ส่วนสื่อมวลชนมีผลบ้างในชั้นทดลอง แต่ไม่มีผลในชั้นยอมรับเลย²

Angel Pineda ศึกษาเรื่องสื่อมวลชนในฐานะเป็นผู้นำ การเปลี่ยนแปลงนากรรม การกำจัดหนูในหมู่บ้าน Paciano Rizal จังหวัด Laguna ประเทศฟิลิปปินส์ ในปี 1967 เพื่อทราบว่า การใช้สื่อมวลชนมีผลต่อชาวนาอย่างไร ถ้าไม่มีสื่อบุคคลช่วยเสริม และพบว่า

1

Defa Greez Efren, "Availability and Use of Farm Information Media in Barrio Paciano Rizal, Bay, Laguna, 1964," in Esther F. Monigque (eds.) Abstract of Research in Agricultural Development Communication, Vol.3. (Department of Agricultural Communications, College of Agriculture U.P. at Los Bonos College, Laguna, Philippines, 1980), pp.9-11.

2

Pedro Bueno, "The Role of Mass Media in the Adoption of 2, 4-D in Two Laguna Barrios," in Esther F. Monigque (eds.) Abstract of Research in Agricultural Development Communication, Vol.2 (Department of Agricultural Communications, College of Agriculture, U.P. at Los Bonos College, Laguna, Philippines, 1978), pp.22-25.

ในสภาพเช่นนั้น สื่อมวลชนไม่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมเลย และผู้วิจัยยังพบต่อไปว่า สื่อบุคคลยังคงมีอิทธิพลที่สุกกว่าสื่ออื่น ๆ ¹

ข. งานวิจัยในประเทศ

ชัยชาญ มณีบุษย์ ² ได้ศึกษาเรื่องการยอมรับวิทยาการเกษตรแผนใหม่เกี่ยวกับการปลูกข้าวของเกษตรกรในท้องที่อำเภอท่าบ่อ จังหวัดหนองคาย พบว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมและเผยแพร่ความรู้การเกษตรแผนใหม่ในการทำนาสาธิต ได้ใช้วิธีการถ่ายทอดความรู้แก่สมาชิกนาสาธิตหลายวิธีดังนี้

1. ประชุมอบรม
2. กำหนดงานให้สมาชิกทำ
3. ให้สมาชิกศึกษาจากเพื่อนสมาชิก
4. ให้สมาชิกรับฟังความรู้ทางวิทยุกระจายเสียง
5. พาสมาชิกไปศึกษาและดูกิจการของสมาชิกที่ทำได้ผลดี
6. ใช้เอกสารเผยแพร่

¹ Angel Pineda, "Mass Media as Agents of Change in Barrio Paciano Rizal, Bay, Laguna," in Esther F. Monigque (eds.) Abstract of Research in Agricultural Development Communications, Vol. 2 (Department of Agricultural Communications, College of Agriculture, U.P. at Los Bonos College, Laguna, Philippines, 1976), pp. 23-24.

² ชัยชาญ มณีบุษย์, "การศึกษาการยอมรับวิทยาการเกษตรแผนใหม่เกี่ยวกับการปลูกข้าวของเกษตรกรในท้องที่อำเภอท่าบ่อ จังหวัดหนองคาย" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร คณะวิทยาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2513), หน้า 30.

ผลปรากฏว่า การประชุมอบรมเป็นวิธีการที่ไคผลดี สมาชิกให้ความเห็นว่า ได้รับความรู้เรื่องการทำโรนาสาธิตจากการประชุมกลุ่ม 33% จากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร 25% จากเพื่อนสมาชิก 21% จากวิทยุ 10% จากการดูโรนาสาธิตของสมาชิกที่ทำไคผล 9% และจากการอ่านเอกสาร 2%

สุวรรณ บัวทวน¹ ศึกษาเรื่องทัศนคติต่อการยอมรับของใหม่ และลักษณะการยอมรับของชาวนาในจังหวัดขอนแก่น พบว่า แหล่งที่ให้ความเกี่ยวกับของใหม่ที่สำคัญที่สุดนั้น มาจากตัวบุคคล ซึ่งไคแก่ เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง และผู้นำภายในชุมชน เพื่อนบ้านเป็นแหล่งที่ให้ความสำคัญของชาวนา และการที่ชาวนายอมรับการใช้ของใหม่ก็มาจากคำแนะนำของบุคคลเหล่านี้เป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มว่า สมาชิกกลุ่มเกษตรกรทราบข่าวคราวและยอมรับของใหม่ควยเกษตรกรรวมไคเร็วกว่าชาวนาที่ไม่เป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกร

คณิต มานพพงศ์² ไคศึกษาเรื่องปัจจัยบางประการที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับวิทยาการแผนใหม่ของเกษตรกรเจ้าของสวนยาง หมู่ที่ 2 ตำบลนาบอน อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า อัตรากการยอมรับวิทยาการเกษตรแผนใหม่มีความสัมพันธ์กับผลผลิตจากยาง และการติดต่อกับหน่วยส่งเสริมการเกษตร โดยเกษตรกรผู้มีผลผลิตจากยางสูง หรือติดต่อกับหน่วยส่งเสริมการเกษตรบ่อยครั้งและสม่ำเสมอ จะยอมรับวิทยาการเกษตรแผนใหม่ไคมากและรวดเร็วกว่าผู้ซึ่งมีผลผลิตจากยางต่ำหรือผู้ที่ไม่เคยติดต่อกับเจ้าหน้าที่ทางการเกษตรเลย

¹ สุวรรณ บัวทวน, "ทัศนคติต่อการยอมรับของใหม่และลักษณะการยอมรับของชาวนาในจังหวัดขอนแก่น" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต แผนกวิชาสังคมวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2514), หน้า ง-จ.

² คณิต มานพพงศ์, "ปัจจัยบางประการที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับวิทยาการเกษตรแผนใหม่ของเกษตรกรเจ้าของสวนยาง หมู่ที่ 2 ตำบลนาบอน อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร คณะวิทยาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2518), หน้า 2-3.

ทัศนีย์ กระแสอินทร์¹ ศึกษาเรื่องปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการปลูกพืชหมุนเวียนของเกษตรกร จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า การยอมรับการปลูกพืชหมุนเวียนของเกษตรกรจังหวัดศรีสะเกษขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของเกษตรกร เช่น รายได้ ความรู้ สถานภาพทางสังคม เทคโนโลยี และเจ้าหน้าที่

สิริณภรณ์ เชนฐาภกุล² ได้ศึกษาลักษณะการรับของใหม่ในหมู่บ้าน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเปรียบเทียบลักษณะของการรับของใหม่ของชาวนา หมู่บ้านทับน้ำ หมู่บ้านขยาย อำเภอบางปะหัน และหมู่บ้านบางซุง อำเภอนครหลวง พบว่า เหตุผลสำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการรับของใหม่ของชาวนาในหมู่บ้านดังกล่าวคือ การกระจายสิ่งใหม่เข้าไปในหมู่บ้าน โดยกระบวนการทางคานาสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และการเข้าไปชักจูงแนะนำคานาเกษตรกรรวม โดยเจ้าหน้าที่รัฐบาลหรือการส่งข่าวผ่านกลุ่มชาวนาประเภทต่าง ๆ แหล่งข่าวจึงมีทั้งสื่อมวลชนและสื่อบุคคล

ทัศนีย์ แก้วสว่าง³ ได้ศึกษาเรื่องการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ความทันสมัยทางการเกษตร พบว่า การยอมรับนวัตกรรมทางการเกษตรของเกษตรกรนั้นเนื่องมาจากอิทธิพลของเพื่อนบ้านและการได้เห็นผลการใช้นวัตกรรมจากเพื่อนบ้าน

¹ทัศนีย์ กระแสอินทร์, "ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการปลูกพืชหมุนเวียนของเกษตรกร จังหวัดศรีสะเกษ" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาส่งเสริมการเกษตร คณะวิทยาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2518), หน้า 42.

²สิริณภรณ์ เชนฐาภกุล, "ลักษณะการรับของใหม่ในหมู่บ้านจังหวัดพระนครศรีอยุธยา" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาส่งเสริมการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2518), หน้า 61-62.

³ทัศนีย์ แก้วสว่าง, "การเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ความทันสมัยทางการเกษตร" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาส่งเสริมการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2519), บทคัดย่อ.

เกศรินทร์ สุทธิไสย¹ ได้ศึกษาการใช้สื่อเฉพาะกิจของชาวตำบลทางฉัตร และตำบลหนองหลุม อำเภอทางฉัตร จังหวัดลำปาง พบว่า สื่อเฉพาะกิจมีบทบาทอย่างมาก ในการให้ข่าวสารคานสารานุกรมสุข

ศุลา ชีรชุกติมานันท์² ศึกษาปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการยอมรับการปลูกพืช สามครั้งต่อปี ในเขตโครงการชลประทานเพชรบุรี พบว่า กลุ่มที่ปลูกพืชสามครั้งต่อปี มีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่การเกษตรมากกว่ากลุ่มที่ปลูกพืชสองครั้งต่อปี

หัสชัย พร้าโมศ³ ศึกษาการยอมรับการปลูกพืชในฤดูแล้งของเกษตรกร ในจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า มีเกษตรกรยอมรับการปลูกพืชในฤดูแล้ง เพราะปลูกตามเพื่อนบ้าน เห็นเพื่อนบ้านปลูกแล้วมีกำไรมากขึ้น ส่วนแหล่งความรู้ในการปลูกพืชฤดูแล้ง การใช้สารเคมี และปุ๋ยไค้มาจากเพื่อนบ้าน รองลงมาเป็นบรรพบุรุษและพ่อค้าตามลำดับ

¹ เกศรินทร์ สุทธิไสย, "พฤติกรรมกรรมการสื่อสารในชนบท : การสำรวจทางสังคม ณ อำเภอทางฉัตร จังหวัดลำปาง" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต แผนกวิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2520), อ้างในกรมประชาสัมพันธ์และยูเนสโก, "การสัมมนาเรื่องนโยบายการสื่อสารแห่งชาติ 10-12 พฤษภาคม 2521" (กรุงเทพมหานคร : ม.ป.ท., 2521), หน้า 28.

² ศุลา ชีรชุกติมานันท์, "ปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการยอมรับการปลูกพืชสามครั้งต่อปี ในเขตโครงการชลประทานเพชรบุรี" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2522), หน้า 53.

³ หัสชัย พร้าโมศ, "การศึกษาการยอมรับการปลูกพืชในฤดูแล้งของเกษตรกร หมู่ 3 ตำบลกระสัง อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2523), หน้า 70.

ลักษณะ มนธาตุผลีน¹ ได้ศึกษาเกี่ยวกับสื่อเฉพาะกิจด้วยการแจกเอกสาร
เผยแพร่เรื่องอนามัยครอบครัวแก่สตรีวัยเจริญพันธุ์อายุ 15-45 ปี ที่มีบุตรแล้วและยังอยู่กับ
สามี หลังจากแจกไปแล้ว 3 สัปดาห์ พบว่า

1. ผู้ที่ได้รับแจกเอกสารเผยแพร่ได้รับความรู้เพิ่มขึ้นกว่าผู้ที่ไม่ได้รับ
2. ผู้มีระดับการศึกษาสูงได้รับความรู้เพิ่มขึ้นกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำ
3. ผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจสูงได้รับความรู้เพิ่มขึ้นกว่าผู้ที่มีฐานะทาง
เศรษฐกิจต่ำ
4. ผู้มีจำนวนบุตรน้อย ได้รับความรู้เพิ่มขึ้นกว่าผู้ที่มีจำนวนบุตรมาก
5. ผู้มีอายุน้อย ได้รับความรู้เพิ่มขึ้นกว่าผู้ที่มีอายุมาก
6. ผู้อ่านเอกสารเผยแพร่บ่อยครั้ง ได้รับความรู้เพิ่มขึ้นมากกว่าผู้
ที่อ่านเอกสารเผยแพร่บ่อยครั้ง

นอกจากนี้ยังพบว่า

ร้อยละ 89 ยอมรับว่าได้รับความรู้ความเข้าใจด้านสุขภาพอนามัยดีขึ้น
ร้อยละ 24 ได้ทัศนคติใหม่ ๆ ในการปฏิบัติตนทางด้านสุขภาพอนามัย
และการเลี้ยงดูเด็ก
ร้อยละ 64 คิดว่าจะนำไปปฏิบัติต่อไป

พรพิมล วรคิลก² ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการรับข่าวสารที่มีผลต่อการ
ยอมรับการปลูกของเกษตรกรกึ่งอำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร พบว่า

¹ ลักษณะ มนธาตุผลีน, "การเผยแพร่ข่าวสารด้านสาธารณสุขมูลฐาน ด้วยเอกสาร
เผยแพร่เรื่องอนามัยครอบครัวกับผลสัมฤทธิ์จากการให้อเอกสารเผยแพร่" (วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2524), หน้า 94-97.

² พรพิมล วรคิลก, "พฤติกรรมการรับข่าวสารที่มีผลต่อการยอมรับการปลูกกาแฟ
ของเกษตรกรกึ่งอำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์
สาขาวิชาการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524), บทคัดย่อ

1. การรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ มีผลต่อการยอมรับการปลูกกาแฟต่างกันโดยสื่อบุคคลมีผลมากที่สุด รองลงมาคือ สื่อเฉพาะกิจ

2. การยอมรับการปลูกกาแฟเมื่อตราการยอมรับเร็วและซ้าตามคุณลักษณะของเกษตรกร เช่น ฐานะทางเศรษฐกิจ ระดับการศึกษา ความเป็นผู้นำ และการเข้าร่วมเป็นสมาชิก

กวงทิพย์ วรพันธุ์¹ ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การใช้สื่อในการปลูกฝังโภชนศึกษาแก่สตรีชนบท จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า สตรีที่ได้รับการปลูกฝังโภชนศึกษาโดยสื่อต่างประเภทกันคือ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ จะมีความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติตนด้านโภชนาการต่างกัน นอกจากนี้ คุณลักษณะหรือสถานภาพส่วนตัวของสตรีที่ต่างกันจะมีความสัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติตนด้านโภชนาการต่างกัน

ธิดากาว ภัคที² ได้ศึกษาเรื่องบทบาทของสื่อที่มีต่อการตัดสินใจยอมรับโครงการส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามของเกษตรกรจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า สื่อแต่ละชนิดมีบทบาทในการตัดสินใจต่างกันและการยอมรับการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามเร็วและซ้ามีความสัมพันธ์กับคุณสมบัติของสมาชิกด้านการศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ การเป็นผู้นำ การเป็นคนทันสมัย เป็นต้น

¹ กวงทิพย์ วรพันธุ์, "กลยุทธ์การใช้สื่อในการปลูกฝังโภชนศึกษาแก่สตรีชนบท จังหวัดสุพรรณบุรี" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525), บทคัดย่อ

² ธิดากาว ภัคที, "บทบาทของสื่อที่มีต่อการตัดสินใจยอมรับโครงการส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามของสมาชิกเกษตรกรจังหวัดกาฬสินธุ์" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525), บทคัดย่อ

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น จะเห็นได้ว่า การยอมรับนวัตกรรมเกิดขึ้นจากการรับข่าวสารจากสื่อชนิดต่าง ๆ ซึ่งสื่อแต่ละชนิดจะมีผลต่อการยอมรับแตกต่างกันไป และยังแสดงให้เห็นว่าคุณลักษณะส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมของบุคคล ซึ่งเป็นแนวทางเกี่ยวกับสมมุติฐานของการศึกษาวิจัย เรื่องพฤติกรรมกรรมการรับข่าวสารที่มีผลต่อการยอมรับการถือมั่งส่ววิติของสมาชิกพุทธสถานสันติอโศก

อย่างไรก็ดี ในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้มี ความแตกต่างกับการศึกษาวิจัยเรื่องอื่น ๆ ดังกล่าว เพราะนวัตกรรมที่เผยแพร่เป็นแนวความคิดที่นำมาปฏิบัติกับตนเอง ผู้รับนวัตกรรมอาจมีเหตุผลในการยอมรับที่ต่างไปจากการยอมรับนวัตกรรมทางการเกษตร ซึ่งมีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาผลผลิต การยอมรับการถือมั่งส่ววิติของแต่ละบุคคลในกลุ่มสมาชิก จึงต้องคำนึงถึงตัวแปรผู้รับสาร (Audience Variables)¹ เช่น อายุ (Age) ทศนคติ (Attitude) รายได้ (Income) ระดับการศึกษา (Education Level) และอื่น ๆ ควบคู่ไปด้วย

ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงเลือกตัวแปรที่เป็นลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม (Socio-Economic Variables) เพื่อประกอบการยอมรับนวัตกรรมของสมาชิกพุทธสถานสันติอโศกนอกเหนือจากตัวแปรค่านสื่อที่มีสมาชิกรับข่าวสาร เกี่ยวกับการถือมั่งส่ววิติ

¹ Wilbur Schramm, "Channels and Audience," in Handbook of Communication, eds. Ithiel de Sola Pool, et al. (Chicago : Rand McNally College Publishing Company, 1973), p.125.