

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาบทบาทของสื่อต่อการยอมรับโครงการสุขบัญญัติแห่งชาติ ของโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาจังหวัดชลบุรีและน่าน ได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบทบาทของสื่อ และการยอมรับนวัตกรรม ทั้งที่มีอยู่ในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเป็นพื้นฐานความรู้และกรอบแนวคิด ทฤษฎีสำหรับการวิจัย และในการนำเสนอเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทนี้ ตอนที่หนึ่ง เสนอความหมายของสื่อและประเภทของสื่อ รวมทั้งบทบาทของสื่อ ตอนที่สอง เสนอโครงการสุขบัญญัติแห่งชาติ ตอนที่สาม เสนอแบบจำลองกระบวนการยอมรับทั้งของ Rogers (1983) และ Hall and Hard (1987) ซึ่งขอกกล่าวถึงเรื่องต่าง ๆ เป็นลำดับดังนี้

1. สื่อและบทบาทของสื่อ
 - 1.1 ความหมายของสื่อ
 - 1.2 ประเภทของสื่อ
 - 1.3 บทบาทหน้าที่และความสำคัญของสื่อ
2. สุขบัญญัติแห่งชาติ
 - 2.1 ความเป็นมาของสุขบัญญัติแห่งชาติ
 - 2.2 แนวทางปฏิบัติขั้นพื้นฐานตามสุขบัญญัติแห่งชาติ
 - 2.3 แนวทางการเผยแพร่สุขบัญญัติแห่งชาติ
3. กระบวนการยอมรับนวัตกรรม
 - 3.1 ความหมายของนวัตกรรมและการยอมรับ
 - 3.2 กระบวนการยอมรับนวัตกรรม
 - 3.3 การเปรียบเทียบกระบวนการยอมรับนวัตกรรม
 - 3.4 ผู้ยอมรับนวัตกรรม
 - 3.5 เงื่อนไขที่ทำให้เกิดการยอมรับนวัตกรรม
 - 3.6 ประเภทของข่าวสารในการเผยแพร่วัตกรรม
 - 3.7 ประสิทธิภาพของข่าวสารในการเผยแพร่วัตกรรม

1. สื่อและบทบาทของสื่อ

1.1 ความหมายของสื่อ

ในกระบวนการสื่อสาร "สื่อ" (Channel or Media) หรือพาหนะนำข่าวสาร (Message Vehicles) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญยิ่ง ข่าวสารหากขาดสื่อ การสื่อสารนั้นก็เหมือนคนเป็นอัมพาต สื่อ(Media) ใช้ในความหมายต่าง ๆ มากมาย จนทำให้เข้าใจไขว่เขวได้ง่าย ถ้าพิจารณาจากการใช้ทั่วไป สื่อในทางการสื่อสารหมายถึงสิ่งต่อไปนี้

1. วิธีการลงรหัสและถอดรหัสข่าวสาร (Model of Encoding and Decoding Message)
2. พาหนะที่นำข่าวสาร
3. ตัวที่นำพาหนะนั้นไป

หากพิจารณาจากรูปแบบของการสื่อสาร มีผู้กล่าวถึงสื่อไว้ดังนี้ คือ ในปี ค.ศ.1948 ลาสเวลล์ (Laswell) ได้กล่าวถึง กระบวนการติดต่อสื่อสารและกล่าวถึงสื่อไว้ด้วย โดยกล่าวเป็นคำถามง่าย ๆ ว่า (ใคร) Who (กล่าวอะไร) Says what (ในช่องทางใด) In which channel (แก่ใคร) To whom (เกิดผลอย่างไร) Which what effect

คำว่า "ช่องทางใด" หมายถึงสื่อประเภทต่าง ๆ ที่จะนำข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ตามทิศทางที่ผู้ส่งสารกำหนดไว้

ชวรัตน์ เติตชัย กล่าวถึงสื่อ (Medium) ไว้ว่า สื่อคือ ช่องทางข่าวสาร (Channel) ซึ่งอาจจะเป็นคำพูด ตัวอักษร หรืออย่างอื่น ซึ่งเป็นคำที่ยืมมาจากระบบการสื่อสารโทรคมนาคม และนำมาประยุกต์ต่าง ๆ กันในกระบวนการสื่อสาร ดังนั้น สื่อ การสื่อสาร (Communication Media) หรือช่องทาง (ข่าวสาร) ของการสื่อสาร หรือสื่อ (Channel) จึงหมายถึงหนทาง ซึ่งแหล่งข่าวสารใช้สำหรับส่งข่าวสารต่าง ๆ ไปสู่ผู้รับ กล่าวอีกนัยหนึ่ง ช่องทางข่าวสาร อาจจะเป็นได้เป็นทาง (Paths) หรือพาหนะ (Vehicles) ที่นำข่าวสารจากจุดเริ่มต้นไปสู่จุดหมายปลายทางนั่นเอง

ในปี 1960 เบอร์ลิโ (Berlo) ได้เสนอแบบจำลองของการสื่อสาร หรือที่เรียกว่า S-M-C-R Model เป็นแบบจำลองที่กล่าวถึง "ช่องทาง" (Channel) การสื่อสารว่า ช่องทางกับสื่อมีความหมายเหมือนกัน เพียงแต่ช่องทางนั้น เน้นในด้านที่เป็นพาหนะนำข่าวสารจากแหล่งสาร (Source) ไปสู่จุดหมายปลายทาง คือ ผู้รับสารสวณิต ยมาภย ซึ่งแจงให้ทราบถึงคำว่า "สื่อ" กับ "ทางติดต่อ" ว่า หมายถึงสิ่งเดียวกัน แต่มองกันคนละแง่ บางครั้งมีผู้ใช้คำ 2 คำนี้ปน ๆ กันไปแล้วแต่ความเพ็งเล็งของผู้ใช้เป็นสำคัญ สิ่งที่ต้องกำหนดไว้ให้ดีก็คือ ถ้าขาดสื่อหรือทางติดต่อแล้ว การสื่อสารจะเกิดขึ้นไม่ได้ หรือถ้าหาก สื่อ หรือทางติดต่อ ไม่มีประสิทธิภาพพอ หรือมีอุปสรรคขัดขวาง การสื่อสารโดยอาศัยสื่อหรือทางติดต่อนั้น ก็ขาดประสิทธิภาพ ไม่ช่วยให้การสื่อสารดำเนินไปโดยความสะดวกเท่าที่ควร

ประเด็นเกี่ยวกับสื่อ (Media) ยังมีแนวความคิดว่าในการใช้สื่อในกิจอย่างหนึ่งอย่างใดไม่ควรใช้สื่อเพียงอย่างเดียว คือแนวความคิดทางด้านจิตวิทยาเห็นว่า การที่ประสาทสัมผัสของบุคคลได้ถูกกระตุ้นมากเท่าไร ก็ยิ่งจะทำให้ข่าวสารที่ส่งออกไปนั้น มีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ฟังมากขึ้นเท่านั้น และการที่บุคคลนั้นได้รับข่าวสารโดยตรงจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมากกว่าได้รับข่าวสารจากทางอ้อมมีรายงานผลการประชุมที่เมืองกิงบรูซตัน (Kingston) ประเทศจาไมกา (Jamica) บุคคลที่เข้าประชุมในครั้งนั้นได้ร่วมกันวางแนวความคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อดังนี้

1. การใช้สื่อแต่ละประเภท ควรพิจารณาถึงข้อจำกัดและอุปสรรคในการสื่อสารกับผู้รับสาร เช่น การอยู่ในท้องถิ่นที่ห่างไกลความเจริญ ความยากไร้ ความสามารถในการอ่านออกเขียนได้ ตลอดจนลักษณะสังคมและวัฒนธรรม

2. การพิจารณาใช้สื่อแต่ละประเภท จะต้องพิจารณาถึงการเข้าถึงผู้รับสารพฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้รับสาร

2. ขนาดของผู้ฟัง ความน่าเชื่อถือที่มีต่อสื่อที่เลือกเปิดรับ เป็นตัวกำหนดที่สำคัญต่อการแพร่กระจายนวัตกรรม (Innovation) และการยอมรับข่าวสารจากสื่อ พิจารณาถึงปฏิกิริยาตอบได้ในพฤติกรรมการรับสื่อของผู้รับสาร

4. หากเนื้อหาของสาร มีวัตถุประสงค์ที่จะแจ้งข่าวสาร (To inform) หรือกระตุ้นความสนใจ (Reinforce of Motivate) จะใช้ตัดสินใจเลือกได้อย่างเหมาะสมที่สุด

ในการใช้สื่อ วิลเบอร์ แชรรม (Welbur Schramm) เห็นว่า การใช้จะต้องคำนึงถึง ประสิทธิภาพของข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็น เพราะจะสามารถทำให้ชาวบ้านตัดสินใจและเปลี่ยน พฤติกรรมได้ ถ้ามีความมุ่งหวังจะให้การส่งข่าวสารประสบผลในสิ่งที่พึงปรารถนา จะต้องเข้าใจ ในเรื่องเหล่านี้ คือ

1. ต้องเข้าใจความเชื่อ ทศนคติ และลักษณะทางสังคม วิถีชีวิตของเกษตรกร
2. จะต้องเตรียมการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้า (Face to Face) กับ เจ้าหน้าที่ของรัฐ เช่น เกษตรตำบล อำเภอ และเกษตรจังหวัด ให้เจ้าหน้าที่เหล่านั้นเข้าใจ ความเปลี่ยนแปลงของสังคม (Social Dynamic)
3. ขนาดของผู้ฟัง ความน่าเชื่อถือที่มีต่อสื่อที่เลิกเปิดรับ เป็นตัวกำหนดที่สำคัญต่อ การแพร่กระจายนวัตกรรม (Innovation) และการยอมรับข่าวสารจากสื่อ
4. พิจารณาถึงปฏิกิริยาตอบได้ในพฤติกรรมการรับสื่อของผู้รับสาร
5. หากเนื้อหาของสาร มีวัตถุประสงค์ที่จะแจ้งข่าวสาร (To inform) หรือกระตุ้น ความสนใจ (Reinforce or Motivate) จะใช้ตัดสินใจเลือกได้อย่างเหมาะสมที่สุด

ในการใช้สื่อ วิลเบอร์ แชรรม (Wilbur Schramm) เห็นว่า การใช้จะต้องคำนึงถึง ประสิทธิภาพของข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็น เพราะจะสามารถทำให้ชาวบ้านตัดสินใจและเปลี่ยน พฤติกรรมได้ ถ้ามีความมุ่งหวังจะให้การส่งข่าวสารประสบผลในสิ่งที่พึงปรารถนา จะต้องเข้าใจ ในเรื่องเหล่านี้ คือ

1. ต้องเข้าใจความเชื่อ ทศนคติ และลักษณะทางสังคม วิถีชีวิตของเกษตรกร
2. จะต้องเตรียมการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้า (Face to Face) กับเจ้าหน้าที่ ของรัฐ เช่น เกษตรตำบล อำเภอ และเกษตรจังหวัด ให้เจ้าหน้าที่เหล่านั้นเข้าใจความเปลี่ยนแปลงของสังคม (social Dynamic)
3. อาศัยการผสมผสาน (Integration) ของสื่อ ในการสื่อสาร โดยคำนึงถึงวิธีการและ เวลาที่เหมาะสมในการใช้สื่อให้เกิดประโยชน์

1.2 ประเภทของสื่อ

สื่อ แบ่งออกเป็นหลายประเภท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่า จะพิจารณาสิ่งใดเป็นเกณฑ์ในการจัดแยกประเภท สิ่งที่น่ามาเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาแยกประเภทนั้นมีหลายประการ เช่น ลักษณะความเป็นรูปธรรมและนามธรรม ลักษณะการทำงาน ลักษณะการใช้งาน มิติของสื่อ ตลอดจนการพิจารณาคุณสมบัติของสื่อการศึกษาในด้านอื่น ๆ อีก

De Kieffer (1965) ได้แบ่งสื่อออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. สื่อประเภทที่ต้องใช้เครื่องฉาย (Projected Aids) ได้แก่ เครื่องฉายแผ่นโปร่งใส เครื่องฉายภาพยนตร์ เครื่องฉายสไลด์ เป็นต้น
2. สื่อประเภทไม่ใช้เครื่องฉาย (Nonprojected Aids) ได้แก่ ภาพนิ่ง แผนภูมิ ของจำลอง เป็นต้น
3. สื่อประเภทเครื่องเสียง (Audio Aids) ได้แก่ เครื่องบันทึกเสียงวิทยุแผ่นเสียง เป็นต้น

James S. Kinder (James S. Kinder อ้างถึงใน สันหัตถ์ ภิบาลสุข 2525) ได้แบ่งสื่อการเรียนการสอน ดังนี้

1. สื่อประเภทรูปภาพ ได้แก่รูปภาพต่าง ๆ ทั้งที่ภาพที่ไม่ต้องใช้เครื่องฉายและภาพที่ต้องใช้เครื่องฉาย ได้แก่ รูปภาพทั่วไป ภาพถ่าย สไลด์ फिल्मสตริป ภาพยนตร์ ภาพทึบแสง ภาพโปร่งแสง และภาพที่ต้องใช้เครื่องฉายอื่น ๆ
2. สื่อประเภทเครื่องเสียง ได้แก่ แผ่นเสียง เทปบันทึกเสียง วิทยุ และระบบขยายเสียง
3. สื่อประเภทวัสดุกราฟิก ได้แก่ แผนภูมิ แผนสถิติ แผนภาพ ภาพสเกต ภาพโฆษณา การ์ตูน การ์ตูนเรื่อง แผนที่ และลูกโลก
4. สื่อประเภทที่เป็นแหล่งชุมชนเพื่อการศึกษา ได้แก่ การศึกษานอกสถานที่วิทยากร การตั้งค่าย และแหล่งชุมชนต่าง ๆ
5. สื่อประเภทวัสดุราคาถูกและวัสดุได้เปล่า ได้แก่ จุลสาร รูปภาพ และของตัวอย่าง
6. สื่อประเภทอื่น ๆ ได้แก่
 - 6.1 ป้ายสำหรับตั้งแสดง อาทิเช่น กระดานชอล์ก ป้ายผ้าสำลี ป้ายนิเทศ กระดานแม่เหล็ก และกระดานไฟฟ้า
 - 6.2 วัสดุและเทคนิคการแสดง อาทิเช่น การสาธิต นาฏการ ได้แก่ การแสดง แบบละคร การละเล่น การแสดงบทบาท และการแสดงหุ่น
 - 6.3 วัสดุสามมิติได้แก่ ของจริง ของตัวอย่าง หุ่นจำลอง นิทรรศการ และกระเบาะทราย

7. สื่อประเภทใหม่ ๆ ได้แก่

- 7.1 โทรทัศน์ ทั้งโทรทัศน์การค้า และโทรทัศน์เพื่อการศึกษา
- 7.2 ห้องห้องปฏิบัติการทางภาษา
- 7.3 บทเรียนสำเร็จรูป
- 7.4 ระบบการเรียนการสอนต่าง ๆ

Brown, Lewis and Harclerod (1985) แบ่งสื่อการเรียนการสอนออกเป็น 2 ประเภท ประเภทแรกได้แก่สื่อเบา หรือสื่อเล็ก เช่น फिल्मภาพยนตร์ รายการวิทยุโทรทัศน์ รายการวิทยุกระจายเสียง ไมโครฟิล์ม โปรแกรมคอมพิวเตอร์ เป็นต้น ประเภทที่สอง ได้แก่ เครื่องมือทางการศึกษาที่เรียกว่าสื่อหนัก หรือสื่อใหญ่ เครื่องมือประเภทนี้มีคุณสมบัติในการถ่ายทอดเนื้อหารายการที่บันทึกไว้ในสื่อประเภทแรกให้แก่ผู้เรียนได้ฟังเสียงหรือดูภาพ เช่น เครื่องฉายภาพยนตร์ เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ เครื่องรับวิทยุกระจายเสียง เครื่องไมโครพีช เครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

Percival and Ellington (1984) แบ่งสื่อการเรียนการสอนตามลักษณะที่สื่อ นั้น ๆ ปรากฏออกมาได้ 3 ประเภท คือ

1. สื่อที่ไม่ต้องฉาย เช่น กระดานชอล์ก หรือ กระดานดำ ป้ายล้าลิ ป้ายแม่เหล็ก ป้ายติดฝาผนัง ภาพพลิก หุ่นจำลอง เป็นต้น
2. สื่อที่ต้องฉาย เช่น สไลด์ फिल्मสตริป ภาพโปร่งไล ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์
3. สื่อเกี่ยวกับเสียง เช่น เครื่องและแถบบันทึกเสียง เครื่องเล่นพร้อมแผ่นเสียง เครื่องรับพร้อมรายการวิทยุกระจายเสียง เป็นต้น

สำเนา วรานุ (2517) ได้จำแนกสื่อการเรียนการสอนเป็น 3 ประเภท คือ

1. วัสดุและเครื่องมือที่ไม่ต้องฉาย หมายถึง วัสดุและเครื่องมือที่ไม่ต้องอาศัยเครื่องฉายในการนำเสนอ แต่สามารถนำเสนอด้วยตัวของมันเอง ได้แก่ รูปภาพ แผ่นที่ หุ่นจำลอง ฯลฯ ตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การสาธิต นิทรรศการ ทัศนศึกษา เป็นต้น
2. วัสดุและเครื่องมือที่ต้องฉาย หมายถึง วัสดุหรือเครื่องมือที่ต้องอาศัยเครื่องฉายจึงจะสามารถนำเสนอได้ เช่น फिल्मภาพยนตร์และเครื่องฉายภาพยนตร์ ภาพโปร่งไลและเครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ เป็นต้น

3. โสตวัสดุและอุปกรณ์ หมายถึง วัสดุและอุปกรณ์ที่เกี่ยวกับเสียง สามารถรับรู้ได้โดยการฟัง เช่น เครื่องบันทึกเสียงและเทป เครื่องเล่นแผ่นเสียงและแผ่นเสียง เครื่องขยายเสียง เครื่องรับวิทยุ เป็นต้น

กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ (อ้างถึงใน วาสนา ชาวหา, 2533) ได้จำแนกสื่อการเรียนการสอนซึ่ง เรียกว่า "โสตทัศนูปกรณ์" ออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้

1. วัสดุลายเส้น มี 9 ชนิด คือ กระดานดำ แผนที่และลูกโลก การ์ตูน โปสเตอร์ แผนภาพ แผนสถิติ แผ่นป้ายคำลี และป้ายนิเทศ
2. วัสดุมีทรง มี 4 ชนิด คือ ตู้อัตรทัศน์ (Diorama) พิพิธภัณฑสถานโรงเรียนของเลียนแบบของจำลอง ของตัวอย่าง และของจริง
3. โสตวัสดุ มี 4 ชนิด คือ ระบบเสียง แผ่นเสียง เทปเสียง และวิทยุ
4. ภาพนิ่ง มี 10 ชนิด คือ ภาพผนัง สมุดภาพ ภาพสามมิติ ภาพเขียน รูปภาพ ภาพถ่าย ฟิล์มสตริป สไลด์ ภาพโปร่งแสง และรูปภาพตัดมาจากหนังสือ
5. กิจกรรมร่วม แบ่งเป็น 8 ชนิด ได้แก่ งานที่เป็นโครงการ การเล่นละคร การแสดง บทบาท การสาธิต การศึกษานอกสถานที่ นิทรรศการ การทดลอง กระบะทราย
6. ภาพยนตร์และโทรทัศน์

Donald Ely (1972) ได้จำแนกสื่อการสอนออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่

1. วัสดุ (Materials) สื่อที่เป็นวัสดุการสอน เป็นสื่อที่ครูคุ้นเคยมากที่สุด เช่น แผนภูมิ แผนภาพ สไลด์ ภาพยนตร์ ซึ่งครูอาจจะผลิตเอง หรือที่ผลิตโดยองค์กรอื่น ๆ สื่อตามธรรมชาติ หลาย ๆ อย่าง ครูก็ได้นำมาใช้ในห้องเรียนบ้างเช่นกัน เช่น สื่อประเภทของจริงต่าง ๆ
2. เครื่องมือและอุปกรณ์ (Tools and Equipment) เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการศึกษา หมายถึงสิ่งที่จะใช้ร่วมกับวัสดุหรือกิจกรรมการเรียนการสอน โดยตัวของมันเองจะไม่มีเนื้อหาวิชาในการเรียนการสอน แต่จะเป็นสื่อที่ไปเสริมสื่ออื่น เช่น เครื่องฉายภาพยนตร์ เป็นอุปกรณ์ที่จะไปใช้กับฟิล์มภาพยนตร์ กรรไกรตัดกิ่งไม้เป็น เครื่องมือเพื่อไปใช้ร่วมกับกิจกรรมการสอนต่อกิ่งไม้ เป็นต้น
3. กิจกรรม (Activities) กิจกรรมที่จัดในโรงเรียนได้แก่ การเล่นบทบาทสมมติ การเล่นละคร การเล่นเกม เป็นต้น ส่วนกิจกรรมที่จัดนอกโรงเรียนได้แก่ ทัศนศึกษา การมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชน การฝึกหัดปฏิบัติงาน เป็นต้น

4. บุคคล (People) สื่อตัวบุคคลที่จัดขึ้นเพื่อการศึกษาโดยเฉพาะ ได้แก่บุคลากรต่าง ๆ ในโรงเรียน ตั้งแต่ครูใหญ่ ครูประจำชั้น จนกระทั่งนักเรียน ก็เป็นสื่อประเภทบุคคล ซึ่งมีหน้าที่หลักหรือจุดประสงค์เพื่อการเรียนการสอนโดยเฉพาะ บุคคลอื่น ๆ ที่อยู่นอกโรงเรียนเราอาจจะนำมาเป็นแหล่งวิทยากรหรือบางที่เรามักจะ เรียกว่าวิทยากรในหัวข้อเฉพาะเรื่อง เช่น พนักงานไปรษณีย์ก็เป็นสื่อบุคคลที่จะสอนเรื่องการรับจดหมาย ชาวบ้านที่มีอาชีพปลูกผักก็เป็นสื่อบุคคลในเรื่องการเพาะปลูก พระจากวัดในชุมชนมาสอนศีลธรรม หรือจะเป็นบุคคลใด ๆ ในชุมชนหรือนอกชุมชนที่มีความชำนาญเฉพาะเรื่องก็จะเป็นสื่อบุคคลในเรื่องนั้น ๆ

5. สถานที่หรือสภาพแวดล้อม (Settings) ห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ ห้องสมุด ศูนย์การเรียนรู้รายบุคคล เป็นสภาพแวดล้อมที่อยู่ภายในโรงเรียนหรือจัดขึ้นเพื่อการศึกษาโดยเฉพาะ สถานที่ต่าง ๆ ในชุมชน เช่น โรงงาน ที่ทำการ และร้านค้า สวน ป่าเขา ไร่ นา ก็เป็นสภาพแวดล้อมที่ครูจะพานักเรียนไปศึกษาของจริงได้ โรงเรียนในชนบทจะมีโอกาสได้เปรียบในการใช้สื่อประเภทนี้ เพราะที่ตั้งโรงเรียนอยู่ใกล้ชิดกับสิ่งแวดล้อมธรรมชาติหลาย ๆ เนื้อหาวิชาสามารถเรียนจากของจริงที่อยู่รอบ ๆ ตัวได้มาก

นอกจากนี้สื่อการเรียนการสอนยังสามารถแบ่งตามลักษณะความเป็นมาของสื่อที่นำมาใช้ได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ สื่อที่ออกแบบเพื่อการสอนโดยตรง (Media by Design) และสื่อที่ไม่ได้ออกแบบสำหรับเป็นสื่อการเรียนการสอน แต่ครูนำมาใช้เป็นสื่อ (Media by Utilization) (Ely, 1972) ซึ่งสื่อการสอนประเภทหลังนี้มีแหล่งที่มา 2 แหล่ง คือ เป็นผลผลิตจากธรรมชาติ และเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมา ซึ่งมักจะหาได้ตามท้องถิ่น

จากการแบ่งประเภทสื่อการเรียนการสอนตามทัศนะต่าง ๆ ของนักเทคโนโลยีการศึกษาที่กล่าวมา ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงยึดหลักการแบ่งประเภทสื่อการเรียนการสอนของ Ely (1972)

การศึกษาสภาพความต้องการและปัญหาการใช้สื่อเพื่อการเผยแพร่ ความรู้ด้านอาชีพของพัฒนาการสำหรับกลุ่มแม่บ้านในจังหวัดสุพรรณบุรี นส.บังอร จงสมจิตต์ 2539

เอดการ์ เดล (Edgar Dale , 1965) ได้จัดแบ่งสื่อโดยยึดหลักประสบการณ์การเรียนรู้ตามลำดับความเป็นรูปธรรมและนามธรรม นำมาสร้างเป็น กรวยประสบการณ์ (Cone of Experiences) โดยแบ่งเป็นขั้นตอนดังนี้

1. **ประสบการณ์ตรง** เป็นประสบการณ์ที่ผู้เรียนได้รับจากการลงมือฝึกปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยตนเอง โดยการสัมผัสจากประสาทสัมผัสทั้งห้า

2. **ประสบการณ์จำลอง** เป็นการเรียนรู้จากสถานการณ์จำลองในกรณีที่ไม่สามารถเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงได้ เพราะบางครั้งในการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงอาจมีความซับซ้อน หรือมีอันตราย จึงจำเป็นต้องใช้สถานการณ์จำลอง เพื่อความสะดวก ปลอดภัยและง่ายต่อความเข้าใจ ซึ่งในการจำลองจะให้เหมือนหรือใกล้เคียงกับความเป็นจริงที่สุด เช่น การเรียนรู้สรีระจากหุ่นจำลองร่างกาย เป็นต้น

3. **ประสบการณ์นาฏการหรือการแสดง** เป็นการแสดงละครหรือบทบาทสมมติเพื่อให้ผู้เรียนมีความเข้าใจและเกิดการเรียนรู้จากการแสดงละคร ซึ่งในการแสดงละครไม่ต้องจัดสภาพแวดล้อมให้เหมือนจริง เหมือนกับสถานการณ์จำลอง

4. **การสาธิต** เป็นประสบการณ์ที่ได้รับจากการแสดง หรือกระทำประกอบคำอธิบายเพื่อให้เห็นลำดับขั้นตอนของการทำงาน เช่น การใช้วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ เป็นต้น

5. **การทัศนศึกษา** เป็นการทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้จากการไปสังเกตนอกสถานที่เรียน หรือการไปสัมภาษณ์บุคคลต่าง ๆ ซึ่งการไปสังเกตจะช่วยให้เกิดแนวคิดใหม่ ๆ ทำให้ผู้เรียนมีความรู้กว้างขวางยิ่งขึ้น

6. **นิทรรศการ** เป็นการจัดประสบการณ์ที่นำประสบการณ์หลายอย่างมาผสมผสานกันโดยการจัดแสดงสิ่งของต่าง ๆ หรือการจัดป้ายนิเทศ ฯลฯ เพื่อให้สาระประโยชน์และความรู้แก่ผู้ชม

7. **ภาพยนตร์และโทรทัศน์** เป็นประสบการณ์ที่ได้จากการเลนอภาพเคลื่อนไหว และเสียงประกอบ ช่วยให้สามารถเรียนรู้สิ่งที่ซับซ้อนได้ โดยใช้เทคนิคการถ่ายทำต่าง ๆ รวมทั้งสามารถเผยแพร่ความรู้ไปสู่ผู้ชมจำนวนมาก ๆ ได้

8. **ภาพนิ่ง วิทยุ การบันทึกเสียง** เป็นประสบการณ์ที่สามารถสัมผัสได้เพียงด้านเดียว เช่น ภาพนิ่งสัมผัสได้ด้วยการเห็นเท่านั้น ส่วนวิทยุกระจายเสียงและการบันทึกเสียงสัมผัสได้ด้วยการฟังอย่างเดียว แต่ประสบการณ์ในขั้นนี้ช่วยให้ผู้เรียนที่อ่านหนังสือไม่ออกสามารถเข้าใจเนื้อหาได้ เนื่องจากเป็นการฟังไม่ต้องอ่าน

9. **ทัศนสัญลักษณ์** เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นด้วยตาและรับรู้ด้วยการมอง อาจเป็นสัญลักษณ์ทางภาพ ตัวอักษร ตลอดจนเครื่องหมายของสิ่งต่าง ๆ เช่น แผนที่ แผนที่ภูมิ เป็นต้น

10. **วจนสัญลักษณ์** เป็นประสบการณ์ที่เกิดจากภาษาพูด ภาษาเขียน การใช้วจนสัญลักษณ์ ต้องอาศัยจินตนาการ ทำให้การตีความอาจแตกต่างกันได้

จากกรวยประสบการณ์ของเอเดการ์ เดลนัั้น เป็นการเรียนรู้เรียงลำดับจากรูปธรรมไปสู่นามธรรม จะเห็นได้ว่ามีบางประสบการณ์ที่เราสามารถเรียนรู้ได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้า แต่บางประสบการณ์เราอาจเรียนรู้ได้จากการสัมผัสเพียงด้านเดียว ซึ่งคนเราส่วนใหญ่จะรับรู้จากประสาททางตาและทางหูมากกว่าประสาทสัมผัสด้านอื่น ๆ ดังนั้นในการเลือกใช้สื่อต่าง ๆ จึงต้องเลือกให้เหมาะสม

1.3 บทบาทของสื่อ (Role of Media)

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญของสื่อเป็นอย่างดี และเล็งเห็นว่าในการติดต่อสื่อสารแต่ละครั้ง หรือกระทำการกิจกรรมอย่างหนึ่งอย่างใด ควรเลือกสรรการใช้สื่อให้เหมาะสมกับสภาวะนั้น ๆ ประมะ สตะเวทิน (2527:59) ได้กล่าวถึง บทบาทของสื่อว่า ประสิทธิภาพของสื่อย่อมมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการสื่อสาร เช่นเดียวกับองค์ประกอบอื่น ๆ การเลือกใช้สื่อย่อมสามารถที่จะเพิ่มหรือลดประสิทธิผลของการสื่อสารได้ หากผู้ส่งสารเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับสถานการณ์การสื่อสาร (Communication Situation) ประสิทธิผลของการสื่อสารก็จะมาก และเกษม กิตติอัชฎากุล (2525 : 59-60) ได้กล่าวถึงบทบาทของสื่อไว้ว่า ผู้ให้บริการโทรสารส่วนใหญ่ ได้รับข่าวสารจากเอกสารเผยแพร่ เช่น จุลสาร แผ่นพับ หรือ แผ่นปลิวมากที่สุดใน รongลงมาได้แก่เจ้าหน้าที่การสื่อสารแห่งประเทศไทย และเพื่อที่ติดต่อทางธุรกิจ

บำรุง สุขพรรณ (2522 : 70) ได้ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของสื่อว่า สื่อช่วยเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในข่าวสารที่เกิดขึ้น เพื่อให้ผู้รับได้รับทราบข่าว เกิดความเข้าใจและตื่นตัว ดังนั้นข่าวสารที่เผยแพร่ไปยังประชาชนจึงต้องคำนึงถึงประเด็นที่ว่า ประชาชนหรือผู้รับสารมีความพร้อมหรือสนใจมากน้อยเพียงใดที่จะรับเอาแนวทางปฏิบัติใหม่ ๆ นอกจากนี้ กัญญา สุนทรารักษ์ ได้ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของสื่อ ในการสื่อสารนวงกรรมว่า ในการเผยแพร่ นวงกรรม โรเจอร์ ได้ให้ความสำคัญต่อ "สื่อ" มาก เพราะการที่บุคคลจะยอมรับ นวงกรรมนั้น จะต้องตระหนักและรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับ นวงกรรมนั้นเสียก่อน แล้วจึงจะตัดสินใจว่า จะยอมรับ นวงกรรมนั้นหรือไม่ และการที่ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับ นวงกรรมนั้น จะไปถึงผู้รับสารได้ก็ต้องอาศัยสื่อหรือช่องทางของการสื่อสาร กัญญา สุนทรารักษ์ (2526 : 20)

ดังนั้น การเลือกและใช้สื่อ (Selection and Use of Channel) มักมีวิธีการแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับประเภทของผู้รับสาร ลักษณะของเนื้อหา และขั้นตอนในกระบวนการยอมรับของผู้รับสาร การเลือกใช้สื่อแต่ละประเภทหากไม่เหมาะสมแล้ว ดัชนีประสิทธิผลของกิจการนั้น ๆ อาจจะ

มีอุปสรรคขัดขวาง เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสื่อแต่ละประเภท ได้มีผู้วิจัยพบว่า สื่อเพียงประเภทเดียวย่อมไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ การใช้สื่อแบบผสมผสานจะสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้อย่างรวดเร็ว K.N. Singh (1976 : 54)

จากประเภทของสื่อที่กล่าวข้างต้น ถ้าพิจารณาเฉพาะลักษณะของสื่อที่ใช้ในงานสื่อสาร สาธารณสุข สามารถแบ่งเป็นสื่อต่าง ๆ 3 ประเภท คือ อรสา ปานขาว (2530 : 644-645)

1. **สื่อบุคคล** ในการดำเนินงานพัฒนาการสาธารณสุข สื่อบุคคลมีความสำคัญอย่างยิ่ง และเป็นแกนหลักที่จะนำนวัตกรรมสาธารณสุข ซึ่งในที่นี้คือ โครงการสุขภาพแห่งชาติ ไปสู่กลุ่มเป้าหมายคือ ครูและผู้บริหารโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา ในจังหวัดชลบุรีและน่าน สื่อบุคคลที่ใช้ในโครงการนี้ ก็คือ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข อาสาสมัครสาธารณสุข หัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน รวมทั้งญาติพี่น้อง ตลอดจนสามารถทำให้กลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนแปลงได้ ภายใต้เงื่อนไขว่าสื่อบุคคลนั้น จะต้องมีความรู้ความเข้าใจ และปฏิบัติตนที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาสาธารณสุข และมีคุณสมบัติของผู้ส่งสารที่มีประสิทธิภาพด้วย โดยมีการสื่อสารแบบสองทาง มีผลย้อนกลับ สามารถชี้แจงสร้างความเข้าใจร่วมกันได้ และจากผลการวิจัยหลายเรื่องระบุว่า สื่อบุคคลมีอิทธิพลที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมาย ยอมรับความคิดและแนวทางปฏิบัติ หรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในด้านสาธารณสุข แต่มีจุดอ่อนที่สื่อบุคคลสื่อสารได้กับกลุ่มคนจำนวนน้อย และเสียค่าใช้จ่ายมาก ในการถ่ายทอดสารและไม่สามารถครอบคลุมทั้งชุมชนในเวลาเดียวกันได้

บทบาทของสื่อบุคคลในการจูงใจกลุ่มเป้าหมายในชุมชน มีดังนี้

1. กระตุ้นให้สมาชิกในชุมชนตระหนักถึงความจำเป็นที่จะต้องเปลี่ยนแปลง
2. สร้างความสัมพันธ์อันดี ความเป็นกันเอง ความเข้าใจและสร้างภาพพจน์ให้สมาชิกในชุมชนเชื่อมั่นไว้วางใจ ก่อนจะจูงใจให้ยอมรับการเปลี่ยนแปลง
3. สื่อบุคคล เป็นผู้เข้าใจปัญหาสาธารณสุขของชุมชนอย่างถ่องแท้ สามารถดำเนินการหาทางแก้ไขตามมาตรการที่วางไว้
4. สื่อบุคคล จะเป็นผู้คอยติดตาม ช่วยเหลือ สอดส่อง ประสานงานให้สมาชิกดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของโครงการที่กำหนดไว้
5. สื่อบุคคลจะคอยติดตาม ประสานงาน และจูงใจให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

โรเจอร์ (Rogers 1960 : 399) พบว่า แนวทางที่นวัตกรรม (Innovation) จะเผยแพร่ไปสู่เกษตรกรมีดังนี้ คือ เพื่อนบ้าน พนักงานเดินตลาด และพ่อค้าขายปลีก หน่วยงานของรัฐ เช่น การบริการของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ในประเด็นนี้ โรเจอร์ส ได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญ ของสื่อบุคคลนั่นเอง นั่นคือทั้งเพื่อนบ้านและเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้น ๆ ต่างก็เป็น สื่อที่นำเอาความรู้หรือนวัตกรรมไปสู่เกษตรกร พิสมัย กระแสอินทร์ (2522 :3) ได้ศึกษาบทบาท ของสื่อบุคคล คือเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรที่มีต่อเกษตรกรไว้ดังนี้

- เจ้าหน้าที่พนักงานส่งเสริมเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับของเกษตรกร พนักงาน
- เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการเกษตร เพราะรับเอา ผลการทดลองค้นคว้าจากนักวิชาการแก้ปัญหา หรือที่เรียกว่า การทำงานแบบยุดลวิถี (Two - Way Communication)

ฉะนั้น จะเห็นได้ว่า พนักงานส่งเสริมการเกษตรเป็นผู้ใกล้ชิดกับเกษตรกรมากที่สุด เป็น ผู้ให้คำแนะนำวิชาการต่าง ๆ แก่เกษตรกร

จากรายงานผลการวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (2513 : 36) กล่าวถึง บทบาทของสื่อบุคคลไว้ดังนี้ คือ จากการชวนขยายหาความรู้จากแหล่งต่าง ๆ ที่มีใช้การศึกษา ปกติในโรงเรียน เพื่อนำมาประกอบกรหาเลี้ยงชีพ หรือปรับปรุงการประกอบอาชีพ ทั้งใน ด้านการทำนาและอาชีพอื่น ๆ ที่ควบคู่กันให้ได้ผลดียิ่งขึ้น แหล่งให้ความรู้ต่าง ๆ เหล่านี้ได้แก่ ญาติพี่น้อง เพื่อนบ้าน พนักงานส่งเสริมการเกษตร และจากการศึกษาของ สุวรรณ บัวทวน (2515) พบว่า จากการศึกษาศักดิ์ติของชาวนาในจังหวัดขอนแก่นนั้น ชาวนาจะยอมรับของ ใหม่ คือ ได้รับความรู้ ได้รับความแนะนำจากเจ้าหน้าที่ผู้นำในชุมชน และเพื่อนบ้านเป็นสำคัญ

จากการศึกษาของ เพ็ญศรี วงศ์สิโรจน์กุล เกี่ยวกับอิทธิพลสื่อกับการให้ความรู้การ ส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ ทราบว่า สื่อที่สามารถให้ความรู้ความเข้าใจได้ดีที่สุด คือ สื่อบุคคล โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ ญาติ เพื่อนบ้าน มีบทบาทอย่างมากที่จะให้ความรู้ เนื่องจาก ลักษณะที่น่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่ ซึ่งส่วนใหญ่เห็นว่าลักษณะน่าเชื่อถือในระดับเกณฑ์ที่ดี จึงมี ผลให้เกิดความเชื่อและนำไปปฏิบัติ นอกจากนี้ยังมีข้อยืนยันอื่นอีกมากมายว่า สื่อบุคคลมี บทบาทในการสื่อสารเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การติดต่อสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกร ในชนบทหรือท้องถิ่นที่ห่างไกล ที่มีความเชื่อถือในเจ้าหน้าที่ของรัฐ เช่น หากเป็นเกษตรกร ก็จะ เชื่อถือในเจ้าหน้าที่เกษตร ด้วยเห็นว่าบุคคลดังกล่าว มีความรู้มีความชำนาญในวิชาการ

ชัยฤกษ์ ไตลังคะ (2525 : 49) ได้ศึกษาบทบาทของสื่อบุคคล คือ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ไว้ดังนี้ บทบาทของเจ้าหน้าที่การเกษตรในทัศนของชาวเขา จากการสำรวจเบื้องต้นและการสังเกต จะเห็นได้ว่า ชาวเขาในหมู่บ้านเมืองงาม จะมีความเชื่อถือต่อเจ้าหน้าที่ในระดับสูง เพราะถือว่าเป็นผู้มีความรู้

บุญเลิศ สดสุขชาติ (2516 : 90-93) ได้ศึกษาถึงบทบาทของสื่อบุคคล คือ เพื่อนบ้าน ที่มีผลต่อการเผยแพร่นวัตกรรมว่า รูปแบบการแพร่กระจายสินค้าใหม่ ๆ ไปสู่ประชาชนในหมู่บ้านชนบทในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามนั้น สื่อกลางในการแพร่กระจายสินค้าใหม่ได้ดีที่สุด คือ เพื่อนบ้าน นอกจากนี้ คณิต มานพพงศ์ (2518 : 75) ได้ศึกษาถึงปัจจัยบางประการที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับวิทยาการเกษตรแผนใหม่ของเกษตรกรเจ้าของสวนยาง ตำบลนาบอน อำเภอทุ่งสงจังหวัดนครศรีธรรมราช สาเหตุของการยอมรับวิทยาการใหม่ ๆ เป็นผลมาจากบทบาทของสื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร และได้กล่าวรับรองไว้ว่า การยอมรับวิทยาการแผนใหม่ของเกษตรกรเจ้าของสวนยาง มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการติดต่อกับหน่วยส่งเสริมการเกษตร

เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ไม่ว่าจะเป็เกษตรกรตำบล จนถึงระดับสูงขึ้นไป จัดว่าเป็นสื่อบุคคลที่ทรงอำนาจอย่างแท้จริงในการเป็นแหล่งให้ความรู้ความเข้าใจแก่เกษตรกร การให้ความรู้ นั้นไม่ว่าจะในด้านกรเกษตรแผนใหม่ การป้องกันและกำจัดศัตรูพืช การบำรุงรักษาพืช ผสม เจ้าหน้าที่เกษตรมีส่วนเอื้ออำนวยต่อการให้ความรู้ในประเด็นดังกล่าว ทศนิยม ศิริวรรณ (2522 : 63) ได้ยืนยันในประเด็นนี้ว่าเจ้าหน้าที่การเกษตรเป็นแหล่งให้ความรู้เกี่ยวกับวิทยาการเกษตรแผนใหม่ที่สำคัญ โดยเฉพาะในเรื่องการใช้ข้าวพันธุ์ดี การทำนาดำแผนใหม่ เกี่ยวกับการตกกล้า และการปักดำเป็นแถว การใช้ยากำจัดศัตรูพืชและการใช้ปุ๋ย ส่วนเกษตรกรนอกเขตชลประทาน แหล่งให้ความรู้เรื่องวิทยาการแผนใหม่ที่สำคัญคือเพื่อนบ้าน และศิริวรรณ กาญจนรังษี (2520) กล่าวถึงเกษตรกรว่า รับทราบข่าวสารมีความรู้เรื่องข้าวพันธุ์ใหม่ที่รัฐบาลให้ปลูกขยายพันธุ์ จากเพื่อนบ้าน กำนันผู้ใหญ่บ้าน และเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรตามลำดับ

หัสชัย พร้าโมต (2523 : 70) กล่าวถึงบทบาทของเพื่อนบ้าน พ่อค้า ในการศึกษาการยอมรับการปลูกพืชในฤดูแล้งของเกษตรกรในจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า สาเหตุบางประการที่เกษตรกรยอมรับการปลูกพืชในฤดูแล้ง คือ ปลูกตามเพื่อนบ้าน เห็นเพื่อนบ้านปลูกแล้วก็มีกำไรมากขึ้น ส่วนแหล่งความรู้ในการปลูกพืชในฤดูแล้ง การให้ยาเคมี และการใช้ปุ๋ย ส่วยใหญ่ได้มา

จากเพื่อนบ้าน รองลงมาเป็นบรรพบุรุษ และพ่อค้า ตามลำดับ และจากการศึกษาของ จุฬารัตน์ สมรูป (2521 : 84) พบว่า แหล่งที่ให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องการวางแผนครอบครัวแก่ ผู้รับบริการทำหมันหญิง ร้อยละ 52.5 จากเจ้าหน้าที่ให้บริการด้านสุขภาพและอนามัย รองลงมา ร้อยละ 34.4 ได้รับความรู้มาจากคนใกล้ชิด

โรเจอร์ส (Rogers) และ เมเยน (Meyen 1969 : 234) ได้ทำการวิจัย สื่อที่ก่อให้เกิดการ สัมฤทธิ์ผลในการแพร่นวัตกรรมในประเทศโคลัมเบีย โดยทราบว่า ในการเผยแพร่เทคนิคใหม่ ๆ นั้น อิทธิพลของสื่อบุคคลเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุด ก่อให้เกิดการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม

แคลเพอร์ (Klapper 1969 : 18) นักทฤษฎีสื่อมวลชน ได้อธิบายถึงบทบาทของสื่อที่มี ต่อผู้รับสารว่า สื่อบุคคลเป็นประเด็นสำคัญ ที่ก่อให้เกิดผลต่อผู้รับ และยังได้กล่าวเพิ่มเติมอีกว่า สื่อบุคคลเป็นตัวสำคัญที่จะสกัดกั้นหรือส่งเสริมในสังคมนั้น ๆ ให้ยอมรับหรือไม่ยอมรับการ เปลี่ยนแปลง และถ้าสื่อบุคคลที่เป็นผู้นำความคิดเห็นในเรื่องที่ต้องการเปลี่ยนแปลงด้วยแล้ว บทบาทของสื่อบุคคลจะมีความสำคัญอย่างยิ่ง นับว่าสื่อบุคคลเป็นรูปแบบที่ก่อให้เกิดการ เปลี่ยนแปลง และร่วมกันทำกิจกรรมได้ดีที่สุด จึงสรุปได้ว่า สื่อบุคคลเป็นตัวชี้ที่มีผลต่อการทำ ให้ผู้รับยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับร่วมมือปฏิบัติมากที่สุด

2. สื่อมวลชน ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง และ วิทยุโทรทัศน์และสื่อ ภาพยนตร์ ในแง่ของการสื่อสารเพื่อการสาธารณสุขใช้สื่อมวลชนที่มีอยู่แล้วในสังคม ซึ่งมี เครือข่ายทั่วประเทศ มีบทบาทคือ อรสา ปานขาว (2530)

2.1 สามารถสื่อสารไปถึงประชาชนจำนวนมากได้โดยรวดเร็ว ซึ่งเป็นประโยชน์ ต่อการแก้ไขปัญหาเฉพาะกิจ การสร้างแนวความคิดหรือค่านิยมทางสุขภาพ และการพัฒนา สุขภาพอนามัยของประชาชน เพื่อให้ทันกับความต้องการ ทั้งในภาวะฉุกเฉินและภาวะปกติ สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่ฝังแน่นได้

2.2 สามารถสื่อสารไปถึงประชาชนจำนวนมาก ซึ่งมีความต้องการต่างกันได้ใน ระยะเวลาเดียวกัน เพื่อให้ความรู้และข้อมูลข่าวสารที่บุคคลอาจเลือกใช้ประโยชน์ตาม ความต้องการ หรือเลือกใช้ได้ทันทีที่ต้องการ

2.3 สื่อมวลชนสามารถช่วยให้ประชาชนมีโอกาสได้รับความรู้โดยทั่วถึงกัน ทางวิชาการและข้อมูลข่าวสารสาธารณสุข ที่มีในระดับท้องถิ่นระดับประเทศและระหว่าง ประเทศ โดยการส่งผ่านสื่อมวลชนหลายทาง

2.4 สื่อมวลชนจะเป็นที่ให้หลักฐานถาวรของสาร อันจะเป็นประโยชน์ต่อ การศึกษาค้นคว้า การทบทวนเพื่อความจำ ความเข้าใจ การตรวจสอบความถูกต้องหรือ พิจารณาใหม่ การวิเคราะห์เปรียบเทียบ ตลอดจนการนำสารเดิมมาใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มต่อ ๆ ไป หรือใช้ซ้ำเพื่อสร้างความคุ้นเคยและเกิดการยอมรับขึ้นในผู้รับสาร

สื่อมวลชนที่ใช้ในโครงการสุขบัญญัติแห่งชาติ มีทั้งทาง วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ทั้ง ในเชิงให้ความรู้เกี่ยวกับสุขบัญญัติแห่งชาติ และการสัมภาษณ์ผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

บทบาทและหน้าที่ของสื่อมวลชน Wilbur schramm กล่าวว่า สื่อมวลชนควรมีบทบาท ดังนี้

1. เป็นยามตรวจสอบคือ การให้ข่าวสารและอธิบายเหตุการณ์ต่าง ๆ ว่าได้จุดหน้าไป เพียงใด ปกติสื่อมวลชนต่าง ๆ ก็ได้ทำหน้าที่นี้อยู่แล้วซึ่งในการพัฒนาประเทศก็เช่นกัน ถ้าขาด สื่อมวลชนข่าวสารการพัฒนาประเทศ ก็จะมีถึงหมู่ประชาชนได้ช้ากว่ากำหนดซึ่งผลอาจจะทำให้ แผนการพัฒนาประเทศต่าง ๆ ล้มเหลวได้
2. เป็นผู้ก่อให้เกิดสิ่งที่น่าสนใจขึ้น ส่งเสริมทำให้เกิดความรู้ และสร้างเสริม ประสบการณ์แก่ประชาชนอย่างกว้างขวาง สื่อมวลชนได้เข้ามามีบทบาทในการนำสิ่งใหม่ ๆ มา ให้ประชาชนได้รู้จักและได้ทราบว่ามีผู้อื่น หรือสังคมอื่นเขาเป็นอย่างไร
3. เป็นผู้ก่อให้เกิดความน่าสนใจขึ้น หมายถึงว่า สื่อมวลชนจะเป็นผู้นำเอาสิ่งต่าง ๆ มาทำให้เป็นที่น่าสนใจขึ้น ซึ่งในประเทศที่กำลังพัฒนา สามารถสร้างสื่อมวลชนให้มีบทบาท ที่สำคัญ ทำให้การพัฒนาประเทศเป็นสิ่งที่น่าสนใจแก่ประชาชนได้
4. สื่อมวลชนสามารถสร้างความทะเยอทะยานให้กับประชาชนได้ โดยจะเป็นผู้สร้าง ชีวิตที่ดีกว่า การที่คนเราพอใจในสิ่งที่เป็นอยู่จนเกินไป ก็อาจจะเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ การพัฒนาเป็นไปได้ช้า
5. เป็นผู้สร้างบรรยากาศของการพัฒนาให้เกิดขึ้น ในที่นี้หมายถึงว่า สื่อมวลชนได้ กระตุ้น และให้มโนภาพ และความรู้แก่ประชาชนในด้านการพัฒนาต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง ซึ่ง ก่อให้เกิดความสนใจในสิ่งต่าง ๆ ก่อให้เกิดการเปรียบเทียบสิ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และสิ่งที่ดีควร จะเป็นในอนาคตคิดว่าควรจะดีกว่าปัจจุบันอย่างไรบ้าง
6. ช่วยให้เกิดกระบวนการตัดสินใจในทางอ้อมทั้งในแง่ของทัศนคติ และค่านิยม สื่อมวลชนจะเป็นตัวกระตุ้นในทางอ้อมให้ประชาชนเกิดการเปลี่ยนทัศนคติและค่านิยมคงเดิมถึง แม้ว่าจะยังไม่มีใครพิสูจน์ได้แน่ชัดว่า สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงค่านิยม และทัศนคติที่ถูก

ฝังแน่นในหมู่ประชาชนได้สำเร็จ แต่สื่อมวลชนก็เข้ามามีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงทางอ้อม กระบวนการตัดสินใจในการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญนั้นต้องอาศัยสื่อบุคคลเป็นสื่อสำคัญ

7. ช่วยส่งเสริมการตัดสินใจโดยผ่านข่าวสารไปทางสื่อบุคคล หมายถึง การกระจายข่าวสารผ่านสื่อมวลชนไป เพื่อวัตถุประสงค์ให้ประชาชนหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้รับเอาข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้นไปถ่ายทอดอีกต่อหนึ่ง ซึ่งผลก็คือทำให้มีการตัดสินใจได้ดีขึ้น

8. สื่อมวลชนสามารถสร้างสถานภาพให้บุคคลได้ หมายถึงว่า สื่อมวลชนสามารถสร้างชื่อเสียงให้แก่บุคคลได้ โดยอาจจะใช้วิธีการยกย่องหรือเอ่ยถึงอยู่เสมอเท่ากับว่าสื่อมวลชนช่วยสร้างความสนใจให้เกิดขึ้นแก่ตัวบุคคล ซึ่งหมายถึงบุคคลผู้นั้นอาจจะกลายเป็นผู้นำในการพัฒนาต่อไปได้

9. สามารถขยายนโยบายรัฐบาลให้เป็นที่เข้าใจหรืออภิปรายกันกว้างขวางขึ้นในหมู่ประชาชนแต่ละท้องถิ่นได้ หมายถึง ความคิดเห็นหรือนโยบายของรัฐบาลในการบริหารประเทศย่อมเป็นที่น่าสนใจแก่ประชาชนเป็นอันมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในท้องถิ่นของตนเองว่า จะมีแผนหรือนโยบายในการพัฒนาอย่างไร เมื่อสื่อมวลชนได้ช่วยขยายความ หรือถ่ายทอดออกไปอย่างกว้างขวางแล้วประชาชนก็ย่อมจะแสดงความเข้าใจและพร้อมที่จะปฏิบัติตามได้ง่าย

10. สื่อมวลชนสามารถควบคุม หรือบังคับให้คนในสังคมปฏิบัติไปตามบรรทัดฐานทางสังคมได้ นั่นคือ สิ่งใดก็ตามที่ถือว่าเป็นการกระทำที่ผิดไปจากบรรทัดฐานทางสังคมถ้ายังไม่มี การนำตีแผ่กันในหมู่ประชาชนอย่างกว้างขวางแล้วทุกคนในสังคมก็ดูเหมือนว่า จะมีปฏิกิริยา คัดค้านหรือแสดงความไม่เห็นด้วยอยู่ในใจเท่านั้น แต่เมื่อไหร่ก็ตามที่สื่อมวลชนนำมาตีแผ่สู่สาธารณชน การคัดค้านอย่างออกหน้าออกตาก็คงเกิดขึ้นทันที ซึ่งเท่ากับว่าสื่อมวลชนได้ช่วยให้สังคมอยู่ในกรอบหรือบรรทัดฐานที่วางไว้ได้

11. สื่อมวลชนช่วยสนับสนุนการมีระบอบที่ดี หมายถึง ในการพัฒนา สื่อมวลชนจะเป็นผู้ที่ช่วยทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกในสิ่งที่ถือได้ว่าเป็นการปฏิบัติที่ถูกต้องควรกระทำบางอย่างอาจจะกลายเป็นสิ่งที่ล้าสมัยหรือค่อนข้างไม่มีวัฒนธรรม บางสิ่งบางอย่างสามารถบอกได้ว่าสิ่งเหล่านี้ คือ เอกลักษณ์ของชาติเพราะเป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็น "คนไทย" เป็นต้น

12. สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนทัศนคติที่ไม่ฝังแน่นหรือค่อย ๆ เปลี่ยนทัศนคติบางอย่างให้มั่นคงขึ้น จริงอยู่ว่ายังพิสูจน์ไม่ได้ว่าสื่อมวลชนโดยลำพังสามารถเปลี่ยนทัศนคติของประชาชน แต่ก็มีหลักฐานบางอย่างที่แสดงให้เห็นว่าบางครั้งสื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนทัศนคติที่ยึดกันอย่างไม่ฝังแน่นนักออกได้ ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะเป็นสิ่งแปลกใหม่หรือเป็นทัศนคติที่สังคมสมัยใหม่เข้ามามีส่วนร่วมทำให้เกิดสภาวะการตัดสินใจขึ้นว่า จะเปลี่ยนตามสมัยนิยมดี หรือจะยังยึดถือของเก่าดี ซึ่งในจังหวะนี้ถ้าสื่อมวลชนเสนอแนวทางที่ดีกว่า มีเหตุผลมีน้ำหนักก็อาจจะส่งผลต่อการเปลี่ยนทัศนคติได้

13. สื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นครู หมายถึงว่า สื่อมวลชนได้ทำหน้าที่ให้การศึกษาให้ ความรู้แก่ประชาชนทั้งทางตรง และทางอ้อมในการดำเนินชีวิต หรืออาจช่วยเสริมการสอนของครู ให้ดีขึ้นเท่ากับว่าเป็นการพัฒนาสังคมทางหนึ่ง (จุมพล รอดคำดี , 2532)

อรุณีประภา หอมเศรษฐี (2528 : 89-90) ได้ให้บทบาทของการสื่อสารมวลชนได้ดังนี้

1. ให้ข่าวสาร (Information) คือ การสังเกตการณ์และรายงาน สถานการณ์ต่าง ๆ ที่มี ความสำคัญประชาชนได้รับรู้ โดยการเผยแพร่ข่าวข้อมูล รูปภาพ การเสนอข่าวและ เหตุการณ์ที่ เกิดขึ้นนั้น จะต้องเสนอข้อเท็จจริงอย่างตรงไปตรงมา ไม่แทรกความคิดเห็นของคนใดคนหนึ่งลง ไป ข่าวที่เสนอนั้นจะต้องเป็นประโยชน์และสามารถดึงดูดความสนใจ (Attention) เป็นที่ยอมรับ ของคนทั่วไป (Acceptance) ข่าวนั้นก็จะต้องง่ายต่อการแปลความหมาย (interpretation) และ การจดจำ (Memory) เพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ

2. แรงจูงใจ (Motivation) คือ การส่งเสริม สนับสนุนให้ไปสู่เป้าหมายทั้งในระยะสั้น และระยะยาวของสังคม กระตุ้นให้บุคคลเกิดความมานะพยายามตัดสินใจเลือกแนวทาง พฤติกรรมที่จะนำไปสู่เป้าหมายของบุคคลแต่ละคน

3. การให้การศึกษา (Education) คือ การสื่อสารที่เข้ามาช่วยถ่ายทอดวิชา ความรู้ ทำให้เกิดการพัฒนากทางด้านสติปัญญา อุนิสัย ทักษะ และสมรรถภาพของบุคคลตลอดเวลา ของชีวิต เพื่อนำไปประกอบในการตัดสินใจในชีวิตประจำวันในการให้ศึกษานี้จะเน้นถึงการ สร้างบรรยากาศของการเรียนรู้ หรือกิจกรรมการเรียนรู้ ให้เกิดขึ้นกับผู้รับสาร ข่าวสารที่น่าเสนอนั้นจะต้องเป็นที่น่าสนใจและเป็นที่ยอมรับของผู้รับสารนั้น

4. การให้ความบันเทิง (Entertain) คือ เนื้อหาของสารที่มุ่งเร้าอารมณ์และความรู้สึก (Emotion) มากกว่าการให้ความรู้หรือความคิดเห็น เช่น ดนตรี ละคร เพลง กีฬา และการรื่นเริง ต่าง ๆ โดยอาศัยเครื่องหมาย สัญลักษณ์ เสียงและภาพ เพื่อความสนุกสนาน เพลิดเพลินและเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ

การสื่อสารมวลชนจึงมีบทบาทที่สำคัญยิ่งต่อสังคมที่จะให้ความรู้ความคิด แรงบันดาลใจ ความบันเทิงและอื่น ๆ ต่อประชาชนในสังคม โดยทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดสิ่งที่เป็น ประโยชน์ไปสู่ประชาชน

3. สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง การรวมเอาสื่อหลาย ๆ ประเภทในรูปแบบต่าง ๆ มาใช้เป็น เครื่องมือในการสื่อสารเพื่องานเฉพาะกิจของแต่ละโครงการโดยอาจจะมียุทธประสงค์ของงาน เฉพาะกิจต่างกัน เช่น ต้องการอยากให้ความรู้แก่ผู้รับสารในเป้าหมายเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือ

การจูงใจให้ผู้รับสารยอมรับสิ่งใหม่ หรือต้องการเพียงแต่กระตุ้นให้เกิดความคิดเห็น หรืออาจจะต้องการไปถึงขั้นให้ผู้รับสารเป้าหมายเปลี่ยนเจตคติ เปลี่ยนพฤติกรรม เป็นต้น การใช้สื่อต่าง ๆ ร่วมกัน หรือใช้วิธีการสื่อสารหลายรูปแบบร่วมกันก็อาศัยหลักที่ว่า สื่อแต่ละชนิดย่อมมีข้อดี ข้อจำกัด หรือคุณสมบัติต่างกัน และในทำนองเดียวกันวิธีการสื่อสารแต่ละรูปแบบก็มีข้อได้เปรียบ เสียเปรียบต่างกันด้วย แต่เมื่อนำเอาส่วนดีของสื่อแต่ละชนิดวิธีการสื่อสารแต่ละประเภท มาพิจารณาวางแผนใช้ร่วมกัน ก็อาจจะทำให้เกิดสัมฤทธิ์ผลในการสื่อสารอย่างสูงสุดได้

Wilbur Schramm (1977 : 12-23)

ตัวอย่างเครื่องมือสื่อเฉพาะกิจที่ใช้ในโครงการนี้ การประชุมชี้แจงและฝึกอบรม สไลด์ นิทรรศการ คู่มือสุขภาพแห่งชาติ เทปเพลง กระจายข่าว เป็นต้น

จากการศึกษาบทบาทของสื่อ ของ เบญจมาศ วัชรเทวินทร์กุล (2526 : 15) ได้กล่าวถึง สื่อเฉพาะกิจว่า สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) มีบทบาทต่อการเผยแพร่ข่าวสารด้วยการใช้สื่อเฉพาะกิจนั้น ให้สำหรับส่งสารบรรลุถึงวัตถุประสงค์เฉพาะเรื่องที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ รัตนาวดี บุรณภิวังศ์ (2525 : 95) ได้กล่าวถึงสื่อเฉพาะกิจประเภทเอกสารเผยแพร่ว่า สำหรับสื่อเอกสารเผยแพร่จะช่วยเสริมความรู้ในด้านรายละเอียดแก่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้รับจากสื่อบุคคล เนื่องจากสามารถนำมาอ่านทบทวนได้ตลอดเวลา และ อนุสรณ์ ศิริลักษณ์ (2521 : 3-5) กล่าวถึงผลสัมฤทธิ์ของสื่อเฉพาะกิจในการศึกษาเรื่องการวางแผนครอบครัว พบว่า คะแนนที่ได้จากการวัดความรู้เรื่องการวางแผนครอบครัว ของชาวบ้าน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าสื่อเฉพาะกิจสามารถให้ความรู้แก่ชาวบ้านให้เพิ่มขึ้นจากความรู้เดิมได้

ประเด็นเกี่ยวกับบทบาทของสื่อเฉพาะกิจ ลักษณะ มนธาดิผลิน (2524 : 94-97) ได้ศึกษาโดยแจกเอกสารเผยแพร่ เรื่องอนามัยครอบครัวแก่สตรีวัยเจริญพันธุ์อายุ 15-45 ปี หลังจากแจกเอกสารไปแล้วทราบว่า ผู้ที่ได้รับแจกเอกสารเผยแพร่ได้รับความรู้เพิ่มขึ้นกว่าผู้ไม่ได้รับแจก ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงได้ ได้รับความรู้เพิ่มเติมขึ้น ผู้มีฐานะเศรษฐกิจดีได้รับความรู้เพิ่มขึ้นกว่าผู้มีฐานะต่ำกว่า และผู้อ่านเอกสารเผยแพร่บ่อยครั้ง ได้รับผลสัมฤทธิ์เพิ่มขึ้นมากกว่า ผู้อ่านเอกสารเผยแพร่น้อยครั้ง และยังพบว่า

ร้อยละ 89 ยอมรับว่า ได้รับความรู้ความเข้าใจด้านสุขภาพอนามัยดีขึ้น

ร้อยละ 24 ได้รับทัศนคติใหม่ ๆ ในการปฏิบัติด้านอนามัย

ร้อยละ 64 จะนำผลไปปฏิบัติต่อไป

สื่อเฉพาะกิจ นอกจากช่วยเพิ่มความรู้อุ้ความเข้าใจในกิจการต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดีแล้ว สื่อประเภทนี้มีประสิทธิภาพในการให้ข่าวสาร เกศรินทร์ สุทธิไชย ได้ศึกษาถึงการใช้สื่อเฉพาะกิจ ของชาวตำบลห้างฉัตร และตำบลหนองส้ม อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง ทราบว่า สื่อเฉพาะกิจ จะมีบทบาทอย่างมากในการให้ข่าวสารทางด้านสาธารณสุข

อาดามส์ (Adams 1977 : 162-167) ได้กล่าวถึงความสำคัญของสื่อเฉพาะกิจไว้ให้ ประจักษ์ ดังนี้ คือ สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) มีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวสาร สื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่จัดทำขึ้น เพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ การใช้สื่อ เฉพาะกิจเป็นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยมีกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ที่กำหนดไว้แน่นอน ตัวอย่างการใช้สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ การจัดพิมพ์เอกสารจุลสาร แผ่นพับ หรือแผ่นปลิวออกเผยแพร่ ซึ่งอาจจะจัดส่งไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยทางไปรษณีย์ (Direct Mail) นอกจากนี้การปิดโปสเตอร์ตามที่ชุมชนต่าง ๆ การจัดนิทรรศการ สาธิต (Demonstration) ก็เป็นการใช้สื่อเฉพาะกิจที่มีประสิทธิภาพในการรณรงค์เผยแพร่ประดิษฐ์กรรม แปลก ๆ และทันสมัยในสังคมนั้น ๆ

มีรายงานที่กล่าวถึงบทบาทของสื่อทั้ง 2 ประเภท ที่ผู้วิจัยได้ศึกษา คือกล่าวว่สื่อ บุคคลมีอิทธิพลในการยอมรับนวัตกรรมนอกจากนั้นการประชุมอบรม และสื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ก็ เป็นสื่อที่ช่วยให้การเผยแพร่ข่าวสารเป็นไปอย่างกว้างขวาง

4. สื่อเทคโนโลยีขั้นสูง ได้แก่ อินเทอร์เน็ตละ ซีดีรอม ซึ่งถือได้ว่าเป็นสิ่งใหม่ และใน แห่งของการสื่อสารเพื่อการสาธารณสุขในปัจจุบันก็ได้มีการนำเสนอเนื้อหา ข่าวสาร เกี่ยวกับ สุขบัญญัติแห่งชาติ ผ่านทางสื่อเทคโนโลยีขั้นสูง ดังกล่าว

ชาร์ล เอ ซีบแมน (Charles A.Siepmann,1957) ได้เสนอบทบาทของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

1. สื่อสาร รวดเร็ว และเสนอข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ในโลก
2. เสนอบทความช่วยเหลือในหลาย ๆ ด้าน ลดช่องว่างในด้านต่าง ๆ
3. มีส่วนร่วมในการฝึกหัดและเป็นตัวอย่างของความกล้าหาญและความเป็นผู้นำ
4. เป็นเครื่องมือช่วยกระจายความสามารถของมนุษย์

กมล สมวิเชียร (2515 : 8-9) ได้กล่าวว่า สื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีบทบาทในการให้ความบันเทิงเพิ่มพูนความรู้ ให้ข่าวสาร ให้ข้อคิดมีบทบาทในการเหนี่ยวนำ หรือเป็นจุดต่ออำนาจฝ่ายบริหาร ช่วยส่งเสริมการศึกษา ส่งเสริมความสามัคคีของประชาชนทั่วไป ช่วยพัฒนาประเทศ ส่งเสริมวัฒนธรรมประจำชาติและส่งเสริมภาษาให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน เพราะสามารถแพร่หลายไปได้เป็นอย่างดี และเข้าถึงประชาชนโดยทั่วไป

สุดา อารงโชติ (2509 : 3-4) กล่าวว่า สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ยังมีบทบาทในการเร่งรัดความสนใจของเด็ก เพราะว่าเด็กมีโอกาสได้ยิน ได้เห็น จึงเป็นสิ่งที่ช่วยเร่งให้เด็กอยากรู้อยากเห็นมากขึ้น ทั้งยังช่วยปลูกฝังทัศนคติในทางที่พึงปรารถนา และสร้างบุคลิกภาพที่ดีแก่เด็ก

จอห์น และเพียช เคย์ (John and Pais Kaye , 2515 : 205-206) ได้เสนอบทบาทของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ไว้อีกว่า การกระจายเสียงหรือแพร่ภาพมีบทบาทในการรายงานเหตุการณ์ที่ทันอกทันใจ ให้ความรู้ใหม่ ๆ ที่ทันสมัย ทั้งนี้ เพราะสื่อประเภทนี้ครอบคลุมพื้นที่ได้กว้างไกล ทำให้ผู้รับมีความรู้สึกว่าได้เข้าร่วมในเหตุการณ์นั้นด้วย และยังมิบทบาทในการสร้างแนวคิดอันพึงปรารถนาให้เกิดแก่มวลชน

เกษม ศิริสัมพันธ์ (2515 : 183-184) ได้กล่าวถึงบทบาทของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในสังคมที่กำลังพัฒนาไว้ 3 ประการ

1. เป็นสื่อในทางการศึกษาของมวลชน ในสังคมที่กำลังอยู่ในช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลงและปรับตัว ย่อมต้องการที่จะขยายทัศนคติ และเพิ่มพูนทักษะของมวลชนในหลายด้านการเสนอรายการต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นรายการข่าว รายการบันเทิง ถ้าสอดแทรกเรื่องราวที่เป็นสาระประโยชน์ แนะแนวทางทำมาหากินจะได้ผลมากกว่ามุ่งเสนอสาระให้โดยตรง
2. เป็นสื่อในการระดมสรรพกำลังของสังคม เพื่อกระตุ้นให้เกิดการยอมรับ การเสียสละ และการปรับตนเองให้เข้ากับประชาชนตระหนักถึง ความจำเป็นและปัญหาต่าง ๆ ของสังคม ตลอดจนมาตรการต่าง ๆ ที่ต้องแก้ไขเปลี่ยนแปลง ช่วยสร้างให้เกิดความรู้สึกในการร่วมชะตากรรมของประชาชาติทั้งหมด
3. เป็นสื่อเพื่อการแสวงหาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม เพราะสังคมที่กำลังเปลี่ยนแปลง ย่อมทำให้เอกลักษณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมสั่นคลอน เกิดความสับสน ซึ่งจะต้องแก้ไขและสร้างเสริมความมั่นใจแก่สังคมให้แนวทางแก่สังคม และจะต้องให้ความหมายและทางออกแก่สังคม

2. สุขบัญญัติแห่งชาติ

สุขบัญญัติ คือ ข้อกำหนดที่เด็กและเยาวชน ตลอดจนประชาชนทั่วไปพึงปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอจนเป็นนิสัยเพื่อให้มีสุขภาพดี ทั้งทางร่างกาย จิตใจ และสังคม ดังนั้น การส่งเสริมสุขบัญญัติ จึงเป็นกลวิธีหนึ่งในการสร้างเสริมและปลูกฝังพฤติกรรมสุขภาพที่พึงประสงค์ เพื่อให้เด็ก เยาวชน และ

ประชาชน ปฏิบัติเพื่อนำไปสู่การมีสุขภาพที่ดีได้

การปฏิบัติตามสุขบัญญัติแห่งชาติ เป็นบรรทัดฐานสำหรับการสร้างเสริมและปลูกฝังพฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้องให้เกิดขึ้นกับประชาชนตามนโยบายการศึกษาระดับชาติ เพื่อให้เยาวชนและประชาชนทั่วไปยึดเป็นแนวปฏิบัติขั้นพื้นฐาน เพื่อการมีสุขภาพอนามัยที่ดี

2.1 ความเป็นมาของสุขบัญญัติ

ในปี พ.ศ.2476 กองอนุสภาภาษาตสยามได้บัญญัติคำว่า "กติกากอนามัย" เพื่อใช้สำหรับสมาชิกอนุภาษาต

กติกากอนามัย 12 ข้อ

1. ก่อนจะกินอาหารหรือเมื่อถ่ายอุจจาระและปัสสาวะแล้วจงล้างมือให้สะอาด
2. รักษาเล็บให้สะอาดเสมอ
3. ก่อนเข้านอน และเมื่อตื่นนอนแล้วจงแปรงฟันให้สะอาด
4. อาบน้ำถูกตัว อย่างน้อยวันละ 2 ครั้ง
5. ใช้ผ้าเช็ดหน้าปิดปาก ป้องกันปากไว้เมื่อไอหรือจาม
6. อย่าดื่มน้ำลาย
7. อย่าเจ้านิ้วมือ ดินสอ ด้ามปากกา ยางลบ ไม้บรรทัดเข้าปาก
8. ขณะยืนหรือนั่ง จงตั้งตัวให้ตรง
9. ดื่มน้ำวันละมาก ๆ แต่อย่าดื่ม น้ำชา กาแฟ
10. กินผักสด และผลไม้สดมาก ๆ ทุกวัน อย่ากินเนื้อให้มาก
11. อยู่ในที่แจ้งให้มากที่สุด
12. นอนในที่ลมถ่ายเข้าออกตามช่องได้สะดวก และนอนอย่างน้อยวันละ 10 ชั่วโมง

2. ในปี พ.ศ. 2503 ได้มีการกำหนดคำว่า "สุขบัญญัติ" ขึ้นมาใช้แทน คำว่า "กติกานามัย" โดยกำหนดสุขบัญญัติไว้ 10 ประการ ถือเป็นเนื้อหาสำคัญในวิชาสุขศึกษาในระดับประถมศึกษา

สุขบัญญัติ 10 ประการ

1. อาบน้ำทุกวัน อย่างน้อยวันละ 1 ครั้ง
2. แปรงฟันอย่างน้อยวันละ 2 ครั้ง
3. นอนหลับให้เต็มที่ ในที่ที่อากาศถ่ายเทได้สะดวก
4. ดื่มน้ำสะอาดมาก ๆ ไม่ดื่ม น้ำชา กาแฟ
5. ควรกินอาหารพวก เนื้อ นม ไข่ ผักสด ผักผลไม้ทุกวัน
6. ล้างมือก่อนรับประทานอาหาร และหลังออกจากห้องส้วมทุกครั้ง
7. เล่นหรือออกกำลังกายกลางแจ้งทุกวัน
8. ถ่ายอุจจาระทุกวันให้เป็นเวลา
9. พยายามหลีกเลี่ยงโรคติดต่อ
10. ทำจิตใจให้มีสุขอยู่เสมอ

3. ต่อมา ปี พ.ศ. 2521 กระทรวงศึกษาธิการได้ปรับปรุงหลักสูตรประถมศึกษา พุทธศักราช 2521 โดยใช้หลักของการ "บูรณาการ" (Integration) ไม่มีการแยกสอนวิชาสุขศึกษา แต่ได้รวมเอาวิชาสุขศึกษา วิชาสังคมศึกษา และวิชาวิทยาศาสตร์ เข้ามาด้วยกัน เป็นกลุ่มวิชาที่เรียกว่า "กลุ่มวิชาสร้างเสริมประสบการณ์ชีวิต" แล้วจัดแบ่งเนื้อหาออกเป็นแต่ละหน่วย

ดังนั้น เนื้อหาสุขบัญญัติ 10 ประการ จึงถูกนำไปผสมผสานเข้ากับเนื้อหาของวิชาสังคมศึกษา และวิชาวิทยาศาสตร์ และเกิดเป็นคำใหม่ขึ้นว่า "สุขนิสัย"

4. ในปี พ.ศ. 2535 ได้มีการจัดประชุมทบทวนสุขบัญญัติแห่งชาติขึ้น เพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันที่ปัญหาสาธารณสุขได้เปลี่ยนแปลงไป จึงได้มีการปฏิรูปสุขบัญญัติแห่งชาติให้ทันสมัยขึ้น โดยเน้นกลุ่มเด็กและเยาวชนเป็นเป้าหมายหลักที่จะต้องได้รับการปลูกฝังและส่งเสริมให้มีสุขภาพดี โดยให้สถาบันต่าง ๆ ในสังคม อาทิ สถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนา สถาบันสาธารณสุข สถาบันการเมือง และสื่อมวลชน ฯลฯ มีส่วนร่วมในการเผยแพร่สุขบัญญัติแห่งชาติ โดยให้มีเนื้อหาสุขบัญญัติครอบคลุม 6 กลุ่มพฤติกรรม ได้แก่

อนามัยส่วนบุคคล อาหารและโภชนาการ การออกกำลังกาย สุขภาพจิต อุบัติภัย และอนามัยสิ่งแวดล้อม

5. ในปี พ.ศ. 2536 เพื่อให้สุขบัญญัติแห่งชาติมีความเหมาะสมที่จะใช้ในการเผยแพร่กระทรวงสาธารณสุขจึงได้จัดสัมมนาเพื่อปรับปรุงการใช้ภาษา โดยคำกำหนดเกณฑ์ปฏิบัติขั้นพื้นฐานเรื่องสุขบัญญัติแห่งชาติ และกำหนดแนวทางในการเผยแพร่สุขบัญญัติแห่งชาติ ในกลุ่มเยาวชนทั้งในและนอกระบบการศึกษา และประชาชนทั่วไป

คณะกรรมการสุขภาพ ซึ่งแต่งตั้งโดยอนุมัติจากคณะรัฐมนตรี ได้ร่วมกันพิจารณาสุขบัญญัติแห่งชาติและเห็นสมควรให้นำเสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณาอนุมัติและประกาศใช้เป็น "สุขบัญญัติแห่งชาติ" เพื่อให้กระทรวง ทบวง กรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องนำไปเผยแพร่แก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายนำไปปฏิบัติเพื่อเสริมสร้างและปลูกฝังพฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้อง นำไปสู่การมีสุขภาพดีทั้งร่างกาย จิตใจ และสังคมต่อไป

สุขบัญญัติแห่งชาติ 10 ประการ

1. ดูแลรักษาร่างกายและของใช้ให้สะอาด
2. รักษาฟันให้แข็งแรงและแปรงฟันทุกวันอย่างถูกต้อง
3. ล้างมือให้สะอาดก่อนกินอาหารและหลังการขับถ่าย
4. กินอาหารสุก สะอาด ปราศจากสารอันตราย และหลีกเลี่ยงอาหารรสจัด สีจัด
5. งดบุหรี่ สุรา สารเสพติด การพนัน และการสำส่อนทางเพศ
6. สร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวให้อบอุ่น
7. ป้องกันอุบัติเหตุด้วยการไม่ประมาท
8. ออกกำลังกายสม่ำเสมอและตรวจสุขภาพประจำปี
9. ทำจิตใจให้ร่าเริงแจ่มใสอยู่เสมอ
10. มีสำนึกต่อส่วนรวม ร่วมสร้างสรรค์สังคม

2.2 แนวทางปฏิบัติขั้นพื้นฐานตามสุขบัญญัติแห่งชาติ

1. ดูแลรักษาร่างกายและของใช้ให้สะอาด

1. อาบน้ำให้สะอาดทุกวันอย่างน้อยวันละ 1 ครั้ง
2. สระผม อย่างน้อยสัปดาห์ละ 2 ครั้ง
3. ตัดเล็บมือ เล็บเท้าให้สั้นอยู่เสมอ
4. ถ่ายอุจจาระเป็นเวลาทุกวัน
5. จัดเก็บของใช้ให้เป็นระเบียบ

2. รักษาฟันให้แข็งแรงและแปรงฟันทุกวันอย่างถูกต้อง

1. ถูฟันหรือบ้วนปากหลังกินอาหาร
2. หลีกเลี่ยงการกินลูกอม ลูกกวาด ทอฟฟี่ เป็นต้น
3. ตรวจสอบสุขภาพในช่องปากอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง
4. แปรงฟันทุกวันอย่างถูกวิธีอย่างน้อยวันละ 2 ครั้ง ในตอนเช้าและก่อนนอน
5. ห้ามใช้ฟันกัด ขบเคี้ยวของแข็ง

3. ล้างมือให้สะอาดก่อนกินอาหารและหลังการขับถ่าย

1. ล้างมือให้สะอาดก่อนกินอาหารและหลังการขับถ่ายทุกครั้ง

4. กินอาหารสุก สะอาด ปราศจากสารอันตราย และหลีกเลี่ยงอาหารรสจัดสีฉูดฉาด

1. เลือกซื้ออาหารที่สด สะอาด ปราศจากสารอันตราย
2. กินอาหารที่มีการเตรียม การประกอบอาหาร และใส่ในภาชนะที่สะอาด
3. กินอาหารที่ปรุงสุกใหม่ ๆ
4. ไม่กินอาหารที่ใส่สี มีสารอันตราย เช่น สีย้อมผ้า ยากันบูด ผงชูรส บอแรกซ์ ยาฆ่าแมลง ฟอรัมาลิน เป็นต้น
5. กินอาหารให้เป็นเวลา
6. กินอาหารให้ครบ 5 หมู่ในปริมาณที่พอเหมาะ
7. ดื่มน้ำที่สะอาดอย่างน้อยวันละ 8 แก้ว เช่น น้ำประปา น้ำต้ม น้ำฝน น้ำที่ผ่านการกลั่นกรอง น้ำกลั่น น้ำที่ผ่านกระบวนการผลิตอย่างถูกวิธี เป็นต้น
8. หลีกเลี่ยงอาหารรสหวานจัด เค็มจัด เปรี้ยวจัด เผ็ดจัด และของหมักดอง
9. หลีกเลี่ยงของกินเล่น

5. งดบุหรี่ สุรา สารเสพติด การพนัน และการล่าสัตว์ทางเพศ

1. งดบุหรี่ สุรา สารเสพติด การพนัน
2. สร้างเสริมค่านิยม รักเดียวใจเดียว รักนวลสงวนตัว ไม่ชิงสุกก่อนห่าม (มีคู่ครองเมื่อถึงเวลาอันควร)

6. สร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวให้อบอุ่น

1. สมาชิกในครอบครัวช่วยเหลือกันทำงานบ้าน
2. มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นในครอบครัว
3. มีการปรึกษาหารือกันสมาชิกในครอบครัวเมื่อมีปัญหา
4. เผื่อแผ่หน้าใจไมตรีให้กับสมาชิกในครอบครัว
5. มีกิจกรรมรื่นเริงสังสรรค์และพักผ่อนภายในครอบครัว

7. ป้องกันอุบัติเหตุด้วยการไม่ประมาท

1. ระมัดระวังในการป้องกันอุบัติเหตุภายในบ้าน เช่น ไฟฟ้า เต้าแก๊ส ของมีคม จุดธูปเทียนบูชาพระ ไม้ขีดไฟ เป็นต้น
2. ระมัดระวังในการป้องกันอุบัติเหตุในที่สาธารณะ เช่น ปฏิบัติตามกฎหมายแห่งความปลอดภัยจากถ้ำจระจกทางบก ทางน้ำ ป้องกันอันตรายจากโรงฝึกงาน ห้องปฏิบัติการ เขตก่อสร้าง หลีกเลี้ยงการชุมนุมห้อมล้อมในขณะที่เกิดอุบัติเหตุ

8. ออกกำลังกายสม่ำเสมอ และตรวจสุขภาพประจำปี

1. ออกกำลังกายอย่างน้อยสัปดาห์ละ 3 ครั้ง
2. ออกกำลังกายและเล่นกีฬาให้เหมาะสมกับสภาพร่างกายและวัย
3. เล่นกีฬาหรือออกกำลังกายอย่างสนุกสนาน

9. ทำจิตใจให้ร่าเริงแจ่มใสอยู่เสมอ

1. พักผ่อนให้เพียงพอ
2. เมื่อมีปัญหาไม่สบายใจ ควรหาทางผ่อนคลายโดยการปรึกษาผู้ใกล้ชิดที่เข้าใจได้หรือเข้าหาสิ่งบันเทิงใจ เช่น เล่นกีฬา ฟังเพลง ดูภาพยนตร์ เป็นต้น
3. ทำงานอดิเรกในยามว่าง
4. ช่วยเหลือผู้อื่นที่มีปัญหา

10. มีสำนึกต่อส่วนรวม ร่วมสร้างสรรค์สังคม

1. ใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด
2. อนุรักษ์และพัฒนาสิ่งแวดล้อม เช่น ชุมชน ป่า น้ำ สัตว์ป่า เป็นต้น
3. ทิ้งขยะในที่รองรับ
4. หลีกเลี่ยงการใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ก่อให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม เช่น พลาสติก สเปร์ย เป็นต้น
5. มีและใช้ส้วมที่ถูกสุขลักษณะ
6. มีการกำจัดน้ำทิ้งในครัวเรือนและโรงเรียนที่ถูกต้อง

2.3 แนวทางการเผยแพร่สุขบัญญัติแห่งชาติ

1. แนวทางการเผยแพร่สุขบัญญัติแห่งชาติ ในกลุ่มเยาวชนในระบบการศึกษา

1.1 แนวทางในการเผยแพร่สุขบัญญัติแห่งชาติ ไปสู่ครู/อาจารย์

1. กระทรวงสาธารณสุข ทำหนังสือแจ้งและขอความร่วมมือ ไปยังผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานที่รับผิดชอบจัดการศึกษา
2. ประชุมชี้แจงตามลำดับชั้น พร้อมแจกคู่มือ เอกสารประกอบ
 - 2.1 เตรียมการ
 - 2.2 จัดทำคู่มือ เอกสาร
 - 2.3 จัดประชุมชี้แจง
3. ครู / อาจารย์นำสุขบัญญัติแห่งชาติไปปฏิบัติ
4. นิเทศ / ติดตาม / ประเมินผล

1.2 แนวทางในการเผยแพร่สุขบัญญัติแห่งชาติ จากครู / อาจารย์ ไปสู่ นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา

1. ครู / อาจารย์เป็นตัวอย่างที่ดี
2. จัดกิจกรรมการเรียนการสอน โดยมุ่งเน้นในด้านความรู้ ค่านิยมและการปฏิบัติ
3. จัดสภาพแวดล้อมให้เอื้ออำนวยต่อพฤติกรรมที่พึงประสงค์
4. จัดทำสื่อเสริมการเรียนการสอนสำหรับนักเรียน / นิสิต / นักศึกษา
5. จัดกิจกรรมส่งเสริมอย่างเป็นระบบต่อเนื่อง

6. จัดกิจกรรมเสริมสำหรับผู้บริหารและครู / อาจารย์
7. จัดนิเทศ ติดตาม และประเมินผลอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

1.3 แนวทางในการเผยแพร่สุขบัญญัติแห่งชาติ จากนักเรียน / นิสิต / นักศึกษา ไปสู่นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา

1. ยกย่องนักเรียน / นิสิต / นักศึกษา ที่ปฏิบัติตามสุขบัญญัติแห่งชาติเพื่อเป็นตัวอย่าง
2. จัดให้มีโครงการเพื่อนช่วยเพื่อนขึ้นในโรงเรียน / วิทยาลัย / มหาวิทยาลัย
3. จัดตั้งชมรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพ
4. จัดให้มีโครงการผู้นำนักเรียน / นิสิต / นักศึกษา ด้านสุขภาพ

1.4 แนวทางในการเผยแพร่สุขบัญญัติแห่งชาติจากครู / อาจารย์ไปสู่ผู้ปกครอง

1. ประชุมชี้แจงผู้ปกครองในโอกาสที่เหมาะสม
2. เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากโรงเรียน / วิทยาลัย / มหาวิทยาลัยไปสู่บ้าน
3. จัดทำหนังสือ หรือเอกสารเผยแพร่ เพื่อขอความร่วมมือไปยังผู้ปกครองในการสนับสนุนการปฏิบัติตามสุขบัญญัติแห่งชาติ
4. จัดให้ครู / อาจารย์กับผู้ปกครอง ได้มีโอกาสพบปะซึ่งกันและกันที่โรงเรียน / วิทยาลัย / มหาวิทยาลัย หรือบ้านตามโอกาสอันควร
5. จัดให้มีหนังสือชมเชยผู้ปกครองที่ให้ความร่วมมือ

1.5 แนวทางในการเผยแพร่สุขบัญญัติแห่งชาติจากผู้ปกครองไปสู่นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา

1. จัดสิ่งแวดล้อมที่บ้านให้ถูกสุขลักษณะ
2. สนับสนุนหรือเอื้ออำนวยให้บุตรหลานปฏิบัติในเรื่อง สุขบัญญัติแห่งชาติจนเป็นกิจนิสัย
3. ให้เวลาบุตรหลานอย่างมีจุดมุ่งหมาย รับฟัง ให้คำปรึกษา เพื่อสร้างความสัมพันธ์ และความเข้าใจที่ถูกต้อง
4. ผู้ปกครองและสมาชิกในครอบครัวเป็นแบบอย่างที่ดี
5. ชักชวนหรือร่วมกิจกรรม ที่สร้างเสริมให้เกิดความอบอุ่นในครอบครัว
6. เปิดโอกาสให้บุตรหลานมีประสบการณ์ตรงตามวุฒิภาวะ
7. ส่งเสริมค่านิยมที่ถูกต้องเกี่ยวกับสุขบัญญัติแห่งชาติ

2. แนวทางการเผยแพร่สุขบัญญัติแห่งชาติ ในกลุ่มเยาวชนนอกระบบการศึกษาและประชาชนทั่วไปให้สถาบันต่อไปนี้มีบทบาทในการเผยแพร่สุขบัญญัติแห่งชาติไปสู่เยาวชนนอกระบบการศึกษา และประชาชนทั่วไป ดังนี้

2.1 แนวทางเผยแพร่สุขบัญญัติแห่งชาติโดยสถาบันการศึกษา

1. ส่งเสริมให้ผู้บริหาร ครู อาจารย์ จัดทำเอกสารวิชาการที่เกี่ยวกับสุขบัญญัติแห่งชาติเผยแพร่ไปยังผู้ปกครอง
2. จัดทำสื่อ เอกสารเผยแพร่ความรู้ เช่น เทปเสียง แผ่นพับ จดหมายข่าว จุลสาร เป็นต้น
3. สอดแทรกความรู้เกี่ยวกับสุขบัญญัติแห่งชาติ ในการประชุมผู้ปกครองและนักเรียน / นิสิต / นักศึกษา
4. จัดสภาพแวดล้อมบริเวณโรงเรียน / วิทยาลัย / มหาวิทยาลัย ให้เอื้ออำนวยต่อสุขบัญญัติแห่งชาติ
5. จัดกิจกรรมร่วมกับชุมชนเพื่อส่งเสริมสุขบัญญัติแห่งชาติ
6. ส่งเสริมให้มีการศึกษาวิจัย
7. ขอความร่วมมือสำนักพิมพ์ เพื่อพิมพ์สุขบัญญัติแห่งชาติลงในปกหนังสือเรียน หรือสมุดโรงเรียน / วิทยาลัย / มหาวิทยาลัย

2.2 แนวทางการเผยแพร่สุขบัญญัติแห่งชาติ โดยสถาบันสาธารณสุข

1. เสนอสุขบัญญัติแห่งชาติให้คณะกรรมการสุขภาพ พิจารณา เพื่อนำเสนอคณะรัฐมนตรีอนุมัติ
2. นำเสนอผู้บริหารระดับสูงของกระทรวง เพื่อให้มีการถ่ายทอดนโยบาย ให้หน่วยงานสาธารณสุข ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาคถือปฏิบัติและเผยแพร่
3. ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ และองค์กรที่เกี่ยวข้องในการดำเนินกิจกรรมเผยแพร่สุขบัญญัติแห่งชาติ
4. สอดแทรกความรู้สุขบัญญัติแห่งชาติในการประชุม สัมมนาอบรมต่าง ๆ
5. จัดตั้งองค์กรเพื่อดำเนินการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สุขบัญญัติแห่งชาติ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค
6. ส่งเสริมอาสาสมัครสาธารณสุขให้มีความรู้ ความเข้าใจและสามารถเผยแพร่สุขบัญญัติแห่งชาติได้
7. ส่งเสริมและสนับสนุนการผลิต และเผยแพร่สื่อเกี่ยวกับสุขบัญญัติแห่งชาติ

2.3 แนวทางเผยแพร่สุขบัญญัติแห่งชาติโดยสถาบันศาสนา

1. สอดแทรกสุขบัญญัติแห่งชาติ ในการเผยแพร่คำสอนทางศาสนา
2. สอดแทรกในกิจกรรม ที่จัดร่วมกันระหว่างสถาบันศาสนา บ้านและโรงเรียน
3. ให้มีการพัฒนาสถาบันศาสนาเป็นแบบอย่างที่ดี
4. ส่งเสริมให้มีการใช้ศาสนสถาน เป็นสถานที่จัดกิจกรรมนันทนาการและออกกำลังกาย ที่เหมาะสมของครอบครัวและเยาวชน

2.4 แนวทางเผยแพร่สุขบัญญัติแห่งชาติโดยสถาบันสื่อมวลชน

1. เห็นควรให้มีคณะกรรมการประชาสัมพันธ์สุขบัญญัติแห่งชาติ
2. ทำแผนประชาสัมพันธ์สุขบัญญัติแห่งชาติ โดยมีแผนผลิตสื่อและใช้สื่อในด้านต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อบุคคล สื่อพื้นบ้าน เป็นต้น
3. ส่งเสริมและสนับสนุนให้ศิลปินพื้นบ้านเผยแพร่สุขบัญญัติแห่งชาติ
4. เผยแพร่ทางหอกระจายข่าวสารหมู่บ้าน
5. สอดแทรกในบทละคร
6. ขอความร่วมมือดาราเป็นตัวอย่าง
7. จัดตั้งคณะกรรมการพิจารณาให้รางวัลรายการสุขบัญญัติแห่งชาติดีเด่น
8. จัดทำรายการเผยแพร่ในสื่อต่าง ๆ
9. สอดแทรกความรู้เกี่ยวกับสุขบัญญัติแห่งชาติ ควบคู่ไปกับการโฆษณาสินค้า
10. ทำสโปตโทรทัศน์ สโปตวิทยุ เกี่ยวกับสุขบัญญัติแห่งชาติอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง
11. สอดแทรกในรายการวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือการ์ตูน หรือหนังสืออื่นที่น่าสนใจ
12. เผยแพร่โดยผ่านพิธีกรรายการต่าง ๆ

2.5 แนวทางเผยแพร่สุขบัญญัติแห่งชาติโดยสถาบันการเมือง

1. เสนอคณะรัฐมนตรี เพื่อพิจารณาอนุมัติและประกาศเป็นสุขบัญญัติแห่งชาติ
2. ยกย่องนักการเมืองที่ดี เป็นตัวอย่างในเรื่องสุขบัญญัติแห่งชาติ
3. กำหนดมาตรการสนับสนุนพฤติกรรมสุขภาพ ด้วยการจำกัดจำนวนสถานเริงรมย์ ชวงเวลา และอายุผู้ใช้บริการอย่างเคร่งครัด
4. จัดสถานที่พักผ่อนและสถานที่ออกกำลังกายให้เพียงพอ
5. ส่งเสริมทุกสถาบันที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามสุขบัญญัติแห่งชาติ

6. เเร่งรัดการรักษาสภาพแวดล้อมให้เป็นไปตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด

2.6 แนวทางเผยแพร่สุขบัญญัติแห่งชาติโดยสถาบันธุรกิจ

1. ส่งเสริมสนับสนุนและให้ความร่วมมือในการสอดแทรกความรู้สุขบัญญัติแห่งชาติ
2. จัดกิจกรรมเพื่อสนับสนุนสุขบัญญัติแห่งชาติ
3. มีความรับผิดชอบ ในการโฆษณาสินค้า, ที่มีผลกระทบต่อสุขภาพ
4. ส่งเสริมการจัดกิจกรรม และสิ่งทีเอื้ออำนวยต่อพฤติกรรมของพนักงานที่สอดคล้องกับสุขบัญญัติแห่งชาติ

2.7 แนวทางเผยแพร่สุขบัญญัติแห่งชาติโดยสถาบันครอบครัวและองค์กรชุมชน

1. จัดสภาพแวดล้อมและสิ่งทีเอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติตามสุขบัญญัติแห่งชาติ
2. ส่งเสริมให้สมาชิกในครอบครัว มีส่วนร่วมกิจกรรมและเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น
3. แบ่งเวลาให้นุตรหลานอย่างเพียงพอ และให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิด
4. เป็นแบบอย่างที่ดีเกี่ยวกับสุขบัญญัติแห่งชาติ
5. ชมเชยและให้กำลังใจ เมื่อนุตรหลานปฏิบัติตนถูกต้อง
6. ผู้นำและองค์กรชุมชน สนับสนุนและเผยแพร่สุขบัญญัติแห่งชาติไปสู่ประชาชนทั้งในเขตชนบทและเขตเมือง

3. กระบวนการยอมรับนวัตกรรม

3.1 ความหมายของนวัตกรรมและการยอมรับ

นวัตกรรมเป็นศัพท์บัญญัติวิชาการศึกษา ที่กระทรวงศึกษาธิการบัญญัติขึ้นใช้สำหรับคำว่า Innovation หมายถึงการนำสิ่งใหม่ ๆ เข้ามาเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมวิธีการที่ทำอยู่เดิมเพื่อให้ได้ผลดียิ่งขึ้น (อ้างถึงในเสรี เพิ่มชาติ , 2530) นอกจากนี้ยังมีอาจารย์ผู้สอน นักวิชาการหลาย ท่าน ได้ให้ความหมายของนวัตกรรม เช่น นิพนธ์ ศุขปรีดี (2519) ได้ให้ความหมายของ นวัตกรรม หรือ นวัตกรรม (Innovation) ว่า มาจากคำในพจนานุกรม 2 คำ คือ นว+กรรม

คำว่า นว หมายถึง ใหม่

คำว่า กรรม หมายถึง ความคิดและการกระทำ

ดังนั้นคำว่านวัตกรรมหมายถึง ความคิดและการกระทำใหม่ ๆ ที่ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในสังคมของเรา ถึงแม้ว่าความคิดและการกระทำใหม่ ๆ ในสังคมนั้นจะเคยใช้ในสังคมอื่นได้ผลดีมาแล้วก็ตาม ถ้าเป็นความคิดและการกระทำใหม่ ๆ ที่นำมาใช้ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคมของเราในระยะแรกก็คือว่าเป็นนวัตกรรม

Miles (1964 อ้างถึงในเสรี พิเศษชาติ , 2530) ได้กล่าวว่า นวัตกรรม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงแนวคิดอย่างถาวร การเปลี่ยนแปลงใหม่ขึ้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้เป้าหมายของเครือข่ายบรรลุผล

Morton (1965 อ้างถึงในเสรี พิเศษชาติ , 2530) ได้ให้นิยามของนวัตกรรมว่า นวัตกรรมเป็นการทำให้ใหม่ขึ้น นั่นก็คือ การปรับปรุงของเก่าขึ้นมาใหม่ และนวัตกรรมไม่ใช่การจัดหรือล้มล้างสิ่งเก่าให้หมดไป แต่เป็นการปรับปรุง เสริมแต่ง และพัฒนาเพื่อความอยู่รอดของระบบ

Rogers (1962) และ Press (1969) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมว่าหมายถึง ความคิดวิธีการ การกระทำหรือสิ่งใหม่ ๆ ที่นำมาทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในสังคม หรือนำมาเพื่อปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพดีกว่าเดิม แม้ว่าความคิด วิธีการ การกระทำหรือสิ่งใหม่ ๆ นั้นจะเคยใช้ในสังคมอื่นได้ผลดีมาแล้วก็ตามแต่ถ้านำมาใช้ให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในสังคมอีกแห่งหนึ่งก็จัดว่าเป็นนวัตกรรม ดังนั้นความเป็นนวัตกรรมจะถูกจำกัดเวลาและสถานที่ และมีจุดเริ่มต้นที่ความพยายามในการแก้ปัญหาหรือความพยายามที่เสาะแสวงหาความรู้ ความจริงที่ยังไม่ปรากฏชัดแจ้งมาก่อน แต่โดยที่นวัตกรรมนี้เกิดขึ้นในสังคมก็เพราะความพยายามของมนุษย์ที่จะแก้ปัญหาในการปฏิบัติงานหรือการดำรงชีวิตที่ดีขึ้น ดังนั้นการยอมรับนวัตกรรมจึงหมายถึงการที่บุคคลได้นำเอาความรู้ ความคิด วิธีการหรือสิ่งใหม่ ๆ มาใช้ปรับปรุงการประกอบอาชีพหรือการดำรงชีวิตให้ดียิ่งขึ้น

Hughes (1971) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมว่า เป็นการนำวิธีการใหม่ ๆ มาปฏิบัติ หลังจากได้ผ่านการทดลองหรือได้รับการพัฒนาเป็นขั้น ๆ แล้ว โดยเริ่มมาตั้งแต่การคิดค้น การพัฒนา ซึ่งอาจเป็นไปในรูปของโครงการทดลองปฏิบัติอยู่ก่อนแล้วจึงนำไปปฏิบัติจริง ซึ่งมีความแตกต่างไปจากการปฏิบัติที่เคยปฏิบัติมา

จากความหมายของนวัตกรรมที่ได้กล่าวมา สรุปได้ว่า นวัตกรรมหมายถึง ความคิด หรือวิธีการปฏิบัติใหม่ ๆ ที่นำมาใช้ในงานด้านต่าง ๆ แล้วก่อให้เกิดผลดีกับงานนั้น ๆ ซึ่งความคิด หรือวิธีการใหม่ ๆ นี้อาจจะคิดค้นขึ้นใหม่ หรือการปรับปรุงให้ดีขึ้น แล้วได้รับการทดลองใช้จนเป็นที่ยอมรับ

การยอมรับนวัตกรรม เป็นกระบวนการทางจิตใจอย่างหนึ่งที่บุคคลอาจตอบสนองต่อนวัตกรรมโดยเริ่มจากการรับรู้ ความสนใจ ซึ่งเป็นระดับทางจิตใจอย่างหนึ่ง โดยบุคคลจะพัฒนาทัศนคติที่จะชอบหรือไม่ชอบเป็นคำตอบว่าจะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม จนท้ายที่สุดก็อาจจะพัฒนาไปจนถึงการตัดสินใจที่จะยอมรับ หรือปฏิเสธนวัตกรรมนั้นในขั้นปฏิบัติหรือในระดับพฤติกรรม (Rogers , 1983)

Rogers และ Shoemaker (1971) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า การยอมรับ หมายถึง การตัดสินใจที่จะนำนวัตกรรมนั้นไปใช้อย่างเต็มที่ การยอมรับนวัตกรรมของบุคคลเกิดขึ้นเป็นกระบวนการเริ่มตั้งแต่บุคคลได้สัมผัส รู้จักนวัตกรรม มีการสร้างทัศนคติถูกชักจูงให้ยอมรับ หรือปฏิเสธ ตัดสินใจในการยอมรับหรือปฏิเสธการใช้ความคิดใหม่นั้น ปฏิบัติตามการตัดสินใจ และยืนยันการปฏิบัติตามการตัดสินใจ

3.2 กระบวนการยอมรับนวัตกรรม

จากคำนิยามของ Rogers และ Shoemaker (1971) จะเห็นได้ว่า การยอมรับมีกระบวนการก่อนที่จะทำให้เกิดการยอมรับขึ้น ซึ่งในกระบวนการนั้น Rogers และ Shoemaker (1971) ได้ให้รูปแบบกระบวนการในการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมไว้ (The Innovation-Decision Process) โดยได้แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอนได้แก่

1. ขั้นรับทราบ (Awareness)
2. ขั้นสนใจ (Interest)
3. ขั้นประเมินค่า (Evaluation)
4. ขั้นทดลองใช้ (Trail)
5. ขั้นการยอมรับ (Adoption)

แนวความคิดนี้ ต่อมา Rogers (1983) ได้เปลี่ยนแปลงรูปแบบกระบวนการในการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่ ในกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรม Rogers (1983) ได้สร้างแบบจำลองของกระบวนการตัดสินใจ (A Model Of The Innovation Decision Process) ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังแผนภูมิที่ 3

ขั้นที่ 1 ขั้นความรู้ (Knowledge) กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมเริ่มต้นเมื่อบุคคลได้สัมผัสนวัตกรรม และเริ่มศึกษาหาข้อมูลเพื่อความเข้าใจถึงหน้าที่ของนวัตกรรม และเริ่มศึกษาหาข้อมูลเพื่อทำความเข้าใจถึงหน้าที่ของนวัตกรรมนั้น ในขั้นนี้ Rogers ได้แบ่งความรู้ออกเป็น 3 ด้าน คือ

ด้านที่ 1 การรู้จักนวัตกรรม (Awareness Knowledge) เป็นความรู้ที่ทำให้เกิดการตื่นตัว รู้จักเกี่ยวกับนวัตกรรม เป็นความรู้ที่รู้ว่านวัตกรรมเกิดขึ้นแล้ว และนวัตกรรมนั้นสามารถทำหน้าที่อะไรบ้าง

ด้านที่ 2 ความรู้วิธีการใช้นวัตกรรม (How to Knowledge) ความรู้ประเภทนี้ได้จากการติดต่อกับสื่อมวลชน การติดต่อหน่วยงานที่เผยแพร่วัตกรมนั้น ความรู้ประเภทนี้ จะช่วยให้ใช้นวัตกรรมได้อย่างถูกต้อง การขาดความรู้ด้านนี้จะทำให้เกิดการปฏิเสธนวัตกรรม

ด้านที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับหลักการ (Principles Knowledge) ความรู้ประเภทนี้ เป็นความรู้ถึงเกณฑ์เบื้องหลังของนวัตกรรม รู้กฎเกณฑ์ หลักการซึ่งจะช่วยให้นวัตกรรมบรรลุผล

ขั้นที่ 2 ขั้นการจูงใจ (Persuasion) ในขั้นนี้บุคคลจะสร้างทัศนคติชอบ หรือไม่ชอบนวัตกรรม โดยมีพฤติกรรมแสวงหาข่าวสาร ข้อมูล และเปรียบเทียบความเหมาะสมกับตัวเขา กับงาน และหน่วยงานที่เขาทำ หลังจากนั้นจะประเมินว่านวัตกรรมนั้นมีประโยชน์ต่อตัวเขามากน้อยเพียงใด ถ้ามีประโยชน์มากจะมีความรู้สึกทางบวก แต่ถ้าคิดว่าไม่มีประโยชน์หรือมีประโยชน์น้อยต่อตัวเขา จะพัฒนาความคิดทางลบ

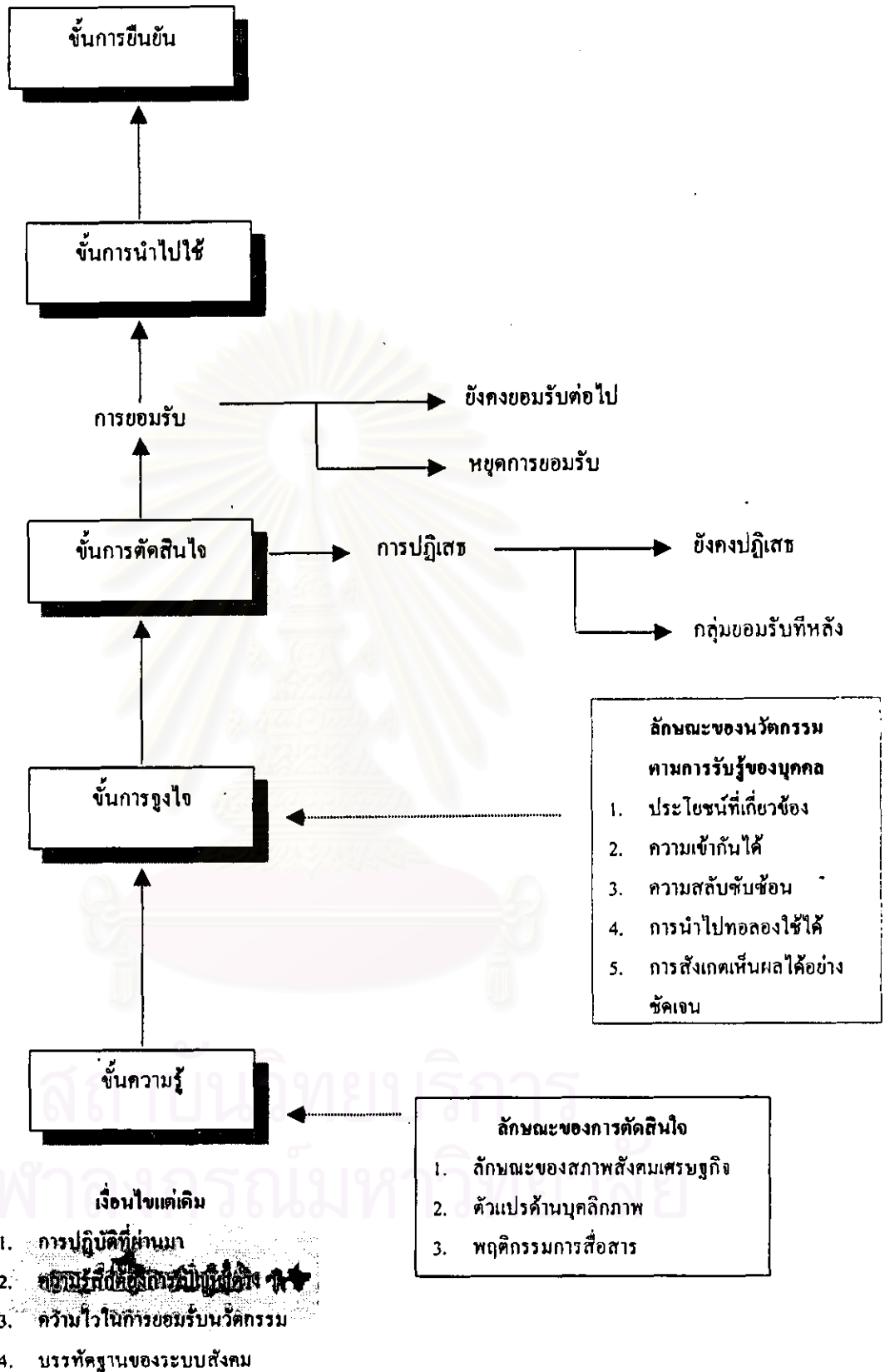
ขั้นที่ 3 ขั้นการตัดสินใจ (Decision) บุคคลจะตัดสินใจยอมรับ หรือไม่ยอมรับ ผ่านการทำกิจกรรมซึ่งจะนำไปสู่ทางเลือกในการรับ หรือปฏิเสธ มีการทดลองนำนวัตกรรมมาใช้ ในวงจำกัดอันเป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจ และอาจมีการทดลองนวัตกรรมโดยผ่านผู้อื่น ที่เห็นว่าดี ยอมรับ และมีลักษณะงานหรือสถานภาพที่คล้ายคลึงกัน

ขั้นที่ 4 ขั้นการนำไปใช้ (Implementation) ขั้นนี้เป็นขั้นตอนปฏิบัติเมื่อบุคคลตัดสินใจยอมรับ เขาจะต้องรู้ว่าเขาจะนำไปใช้อย่างไร และเมื่อนำไปใช้จะเกิดปัญหาอย่างไร และจะแก้ปัญหาอย่างไร ในขั้นนี้รวมถึงขั้นตอนดัดแปลงแก้ไขด้วย การใช้นี้จะดำเนินไปเรื่อย ๆ ขึ้นอยู่กับลักษณะของนวัตกรรมนั้น ซึ่งอาจไปถึงการที่นวัตกรรมใหม่นี้ได้เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของสถาบันนั้น

ขั้นที่ 5 ขั้นการยืนยัน (Confirmation) ขั้นตอนนี้เป็นขั้นการเสริมแรง เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของแต่ละบุคคล เมื่อยอมรับนวัตกรรมแล้ว เขาจะพยายามศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมเพื่อให้เกิดความมั่นใจ การได้รับข่าวสารข้อมูล การได้รับคำแนะนำและได้เห็นความสำเร็จของการใช้นวัตกรรม จะมีอิทธิพลต่อการยืนยันมาก

กระบวนการตัดสินใจนี้สามารถนำไปสู่การยอมรับ หรือการปฏิเสธได้ ผู้ที่หยุดยอมรับ (Discontinuance) เป็นผู้ที่ตัดสินใจปฏิเสธนวัตกรรมหลังจากได้ยอมรับไปแล้ว ผู้ที่หยุดนี้อาจเกิดขึ้นได้เพราะบุคคลนั้นเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อนวัตกรรม หรือเพราะนวัตกรรมนั้นเกิดถูกแทนที่ด้วยความคิดใหม่กว่า และมีความเป็นไปได้ว่า บุคคลจะยอมรับนวัตกรรมหลังจากการตัดสินใจปฏิเสธไปแล้ว

สถาบันวิทย์บริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แผนภาพที่ 1 แบบจำลองลำดับขั้นของกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม ดัดแปลงจาก

A model of stages in the innovation-decision process (Rogers, 1983 : 165)

นอกจาก Rogers แล้วก็ยังมีนักการศึกษาอื่น ๆ ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการยอมรับแบบจำลอง CBAM เป็นแบบจำลอง ที่ได้รับความเชื่อถือแบบจำลองหนึ่ง และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง แบบจำลอง The Concern-Based Adoption Model (CBAM) เป็นการพัฒนาจากการศึกษาวิจัยด้านการเปลี่ยนแปลงในโรงเรียนเป็นเวลาหลายปี ของ ศูนย์วิจัยและพัฒนาสำหรับครูทางการศึกษาที่มหาวิทยาลัยเท็กซัส The Concern-Based Adoption Model (Hall and Hord, 1987 อ้างถึงใน Hord, 1987: 92-118) ประกอบด้วย ชั้นของความเกี่ยวข้อง Stage of Concern (SoC) และ ระดับการใช้ Level of Use (LoU)

ชั้นของความเกี่ยวข้อง Stage of Concern (SoC) เป็นแบบจำลองที่แบ่งความเกี่ยวข้องของบุคคลกับนวัตกรรมไว้ 7 ชั้นด้วยกัน ดัง ตารางที่ 1

ตารางที่ 1 Stage of Concern ตามความคิดของ Hall and Hord (1987 อ้างถึงใน Hord, 1987:101)

ชั้นของความเกี่ยวข้อง	การแสดงความเกี่ยวข้อง
6 Refocusing	ฉันมีความคิดบางอย่างที่อาจทำให้ดีขึ้นเกี่ยวกับสิ่งนั้น
5 Collaborative	ฉันจะสามารถร่วมงานกับผู้อื่นได้อย่างไร ในสิ่งที่ฉันกำลังทำ และเขากำลังทำ
4 Consequence	สิ่งที่ฉันใช้มีผลต่อนักเรียนอย่างไร
3 Management	ฉันได้แบ่งเวลาในการใช้เรียบร้อยแล้ว
2 Personal	การใช้สิ่งนี้จะมีผลกระทบต่อฉันอย่างไร
1 Informational	ฉันต้องการที่จะรู้เกี่ยวกับสิ่งนี้เพิ่มมากขึ้น
0 Awareness	ฉันไม่ได้มีความเกี่ยวข้องกับการนวัตกรรมนี้

ชั้นของความเกี่ยวข้อง (Stage of Concern) ได้อธิบายบุคคลตามความเกี่ยวข้องที่มีต่อนวัตกรรม โดยแบ่งออกเป็น 7 ชั้น โดยเริ่มจากชั้น Awareness เมื่อวันนวัตกรรมไม่เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตของบุคคล เขาก็ไม่ได้สัมผัสกับนวัตกรรม ความเกี่ยวข้องเป็นศูนย์ นั่นคือเขาไม่แสดงความเกี่ยวข้องกับการนวัตกรรม แต่ในเมื่อวันนวัตกรรมนั้นเริ่มมีความเกี่ยวข้อง ชั้นแรกของการแสดงความเกี่ยวข้องคือการหาข้อมูล ชั้น Information จึงเกิดขึ้นโดยเริ่มถามหาว่านวัตกรรมนั้นคืออะไร ซึ่งมักเป็นสิ่งที่เขาต้องการจะรู้ ซึ่งอาจมีผลตามมาในการให้ความสนใจที่เพิ่มมากขึ้นได้ คือเป็นการเรียนรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น ในเวลาเดียวกันการรับรู้ความเกี่ยวข้องกับตัวบุคคล ในชั้น Personal ที่มักต้องการทราบว่า นวัตกรรมนั้นมีความหมายอะไรต่อตัวเรา และการใช้นวัตกรรม

นั่นจะมีผลกระทบต่อตัวเราอย่างไร ซึ่งเป็นคำถามที่แสดงความเกี่ยวข้องด้านความรู้และตัวบุคคล เมื่อบุคคลเริ่มมีการใช้นวัตกรรมเจอกับปัญหาในการใช้ ก็จะเป็นการเข้าสู่ขั้น Management ซึ่งในขั้นนี้จะเกี่ยวข้องกับการจัดการเวลา มีเรื่องของภาระงานเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยทั่วไปในขั้นนี้จะใช้เวลานานกว่าที่บุคคลจะก้าวไปอีกขั้น ช่วงนี้อาจใช้เวลา 1-2 ปี หรือมากกว่านั้นนับตั้งแต่บุคคลได้รับการแนะนำให้รู้จักกับนวัตกรรมและเมื่อบุคคลมีการใช้นวัตกรรมจนมีความคล่อง ความมั่นใจในการใช้และมีประสิทธิภาพจากการใช้แล้ว เขาก็จะเริ่มมองการใช้นั้นให้มีประโยชน์มากยิ่งขึ้น บุคคลจะเข้าสู่ขั้น Consequence ที่ในขั้นนี้มุ่งไปที่ผลของการใช้นวัตกรรมของครูต่อนักเรียน และเมื่อบุคคลต้องการความคิดเห็นจากบุคคลอื่นต้องการทำงานร่วมกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อนักเรียนมากยิ่งขึ้น ก็เข้าสู่ขั้น Collaboration และในขั้นสุดท้ายคือ Refocusing นี่เป็นความเกี่ยวข้องของบุคคลในการมองหานวัตกรรมที่เหนือกว่าเดิมหรือหาวิธีการที่จะทำให้ได้รับประโยชน์เพิ่มมากขึ้น

สำหรับระดับการใช้ Levels of Use เป็นระดับที่แบ่งการใช้นวัตกรรมของผู้ออกเป็นระดับ 8 ระดับด้วยกันดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 Level of Use ตามความคิดของ Hall and Hord (1987 อ้างถึงใน Hord, 1987:101)

ระดับการใช้	พฤติกรรมที่บ่งชี้ระดับ
6 Renewal	ผู้ใช้ค้นหาความรู้เพิ่มเติมในการใช้นวัตกรรมนั้น
5 Integration	ผู้ใช้มีความตั้งใจที่จะร่วมงานกับผู้อื่นในการใช้นวัตกรรม
4b Refinement	ผู้ใช้สร้างการเปลี่ยนแปลง โดยการเพิ่มผลที่ได้รับจากการใช้นวัตกรรม
4a Routine	ผู้ใช้มีการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อยหรือไม่เปลี่ยนแปลงเลย และมีการสร้างรูปแบบการใช้
3 Mechanical Use	ผู้ใช้สร้างการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นในการใช้นวัตกรรม
2 Preparation	ผู้ใช้เตรียมวางแผนการใช้นวัตกรรมส่วนบุคคล
1 Orientation	ผู้ใช้กำลังเริ่มต้นที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม
0 Nonuse	ผู้ใช้ไม่มีความสนใจ ไม่เกิดการกระทำใด ๆ

ระดับการใช้ Level of Use แบ่งออกเป็น 8 ชั้น โดยมุ่งเน้นไปที่พฤติกรรมและทักษะของบุคคลตอนวัตกรรม ในการแบ่งระดับการใช้ ได้แบ่งเป็นระดับใหญ่ ๆ ออกเป็น 2 ระดับด้วยกัน คือ ระดับของผู้ไม่ใช้ กับระดับของผู้ใช้

สำหรับระดับของผู้ไม่ใช้นั้น ประกอบด้วย 3 ชั้นแรก คือ เมื่อบุคคลไม่มีพฤติกรรมในการใช้วัตกรรมการเลย เป็นชั้น Nonuse และต่อมาเมื่อบุคคลแสดงพฤติกรรมให้ความสนใจต่อวัตกรรมการ ในการหาความรู้เกี่ยวกับวัตกรรมการนั้น อาจด้วยการเข้ารับการอบรม เจ้าฟังบรรยาย หรือการศึกษาเยี่ยมชม บุคคลได้เริ่มเข้าสู่ชั้น Orientation แล้ว และเมื่อเขาคิดว่ามีความสนใจที่จะใช้แล้วก็เริ่มเตรียมพร้อมในการใช้ โดยการอ่านหนังสือเพิ่มเติมหรือเตรียมจัดหาอุปกรณ์เกี่ยวกับวัตกรรมการไว้ ก็เริ่มเข้าสู่ชั้น Preparation ซึ่งในชั้นนี้บุคคลที่ควรมีบทบาทในการส่งเสริมคือ ผู้อำนวยการความสะดวกในการเปลี่ยนแปลงทั้งหลาย

เมื่อผ่านการเตรียมตัวในการใช้แล้วบุคคลจะเริ่มเข้าสู่ระดับของผู้ใช้ ซึ่งระดับการใช้ ได้ระบุความแตกต่างของการใช้ออกเป็น 5 ชั้นด้วยกัน นั่นคือเริ่มมีการใช้ระดับเบื้องต้น ชั้น Mechanical Use โดยทั่วไปแล้วบุคคลมักจะอยู่ในชั้นนี้เป็นระยะเวลาาน อันเนื่องมาจากพวกเขาไม่มีทักษะขั้นสูง ซึ่งอาจเกิดจากการขาดความรู้ การอบรมที่ไม่มีประสิทธิภาพพอเพียง หรือขาดการสนับสนุน แต่หากว่ามีเวลาพอเพียงที่จะเรียนรู้และใช้วัตกรรมการแล้วก็ทำให้เป็นส่วนที่สนับสนุนการใช้วัตกรรมการให้เข้าไปสู่ชั้น Routine ที่มีการใช้เป็นประจำ เป็นกิจวัตร ชั้นที่สูงขึ้นไปคือชั้น Refinement นั่นคือ ระดับการใช้ที่สูงขึ้น สร้างผลลัพธ์ในการใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อนักเรียน เพื่อช่วยนักเรียนให้เกิดประสิทธิผลทางการเรียนมากที่สุด และเมื่อครูมีความร่วมมือกันในการสร้างโครงการหรือโปรแกรมการเรียนการสอนเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อนักเรียนมากยิ่งขึ้น ก็เป็นการเข้าสู่ชั้น Integration มีข้อพึงสังเกตถึงความแตกต่างของชั้นนี้ก็คือถึงแม้ว่าบุคคลมีการร่วมมือกัน แต่มิได้เพื่อประโยชน์ต่อนักเรียน แต่เพื่อเป็นการลดภาระงาน จะไม่เป็นการจัดอยู่ในชั้นนี้ และท้ายสุดเมื่อบุคคลมีความคิดที่จะก้าวไปเหนือกว่าสิ่งที่ตนเองได้ใช้อยู่เป็นการเข้าสู่ชั้น Renewal

ความพยายามที่จะเข้าใจในกระบวนการยอมรับนั้นอยู่ในรูปงานวิจัยที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรม 3 แบบด้วยกัน (Gbmata, 1997: 89-91) คือ

1. เป็นการศึกษาระดับของการยอมรับนวัตกรรมของผู้ยอมรับนวัตกรรม ดังเช่นระดับการยอมรับนวัตกรรมของ Rogers

2. เป็นการศึกษาเพื่อพยายามระบุปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการยอมรับของนักการศึกษาซึ่งจากผลในความพยายามศึกษาในมุมมองเช่นนี้ สามารถแบ่งกลุ่มปัจจัยต่าง ๆ ออกได้เป็น 3 ลักษณะด้วยกันคือ

2.1 ความเข้าใจหรือความเชื่อของตัวผู้ยอมรับเองเป็นหลัก (Adopter Centered Perception) ดังนั้นการทำความเข้าใจในลักษณะที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคลก็จะเป็นส่วนช่วยให้ประสบผลสำเร็จในพฤติกรรมกรยอมรับของแต่ละบุคคล ความรู้สึกละเอียดของตัวบุคคลนั้นก็มีความแตกต่างกันไปทั้งทัศนคติ ความกลัว ความฉลาดหลักแหลม ความเข้าใจ และแนวทางของตัวเอง แต่ข้อจำกัดของความเข้าใจของผู้ยอมรับเองเป็นหลักนี้ คือ การเพิกเฉยต่อผลกระทบของปัจจัยทางสถานการณ์รอบ ๆ ซึ่งทำให้กระบวนการยอมรับยังมีความสลับซับซ้อนขึ้น

2.2 ความเข้าใจหรือความเชื่อในบริบทเป็นหลัก (Context-Centered Perception) ซึ่งเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ปัจจัยทางสังคมเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจยอมรับดังที่ Rogers (1995 อ้างถึงใน Gbomita, 1995) กล่าวไว้ว่า ความไวในการยอมรับนวัตกรรมส่วนบุคคลนั้นมีผลมาจากลักษณะของแต่ละบุคคล และจากลักษณะของระบบสังคมที่บุคคลนั้นเป็นสมาชิกอยู่ หากจะพิจารณาในระบบการศึกษา แต่ละส่วน เช่น วิธีการสอน ความสัมพันธ์ระหว่างนักเรียน ครู และผู้ร่วมงาน ก็เป็นส่วนหนึ่งที่มีผลต่อลักษณะของผู้ยอมรับนวัตกรรมทางการศึกษา ข้อจำกัดของความเข้าใจหรือความเชื่อในบริบทเป็นหลัก คือ ความมีอคติ ถ้าเพียงต่อการได้รู้จักนวัตกรรม

2.3 ความเข้าใจหรือความเชื่อในตัวนวัตกรรมเองเป็นหลัก (Technology-Centered Perception) นั่นคือพิจารณาจากลักษณะของนวัตกรรมเพิ่มขึ้นจาก 2 ข้อแรก

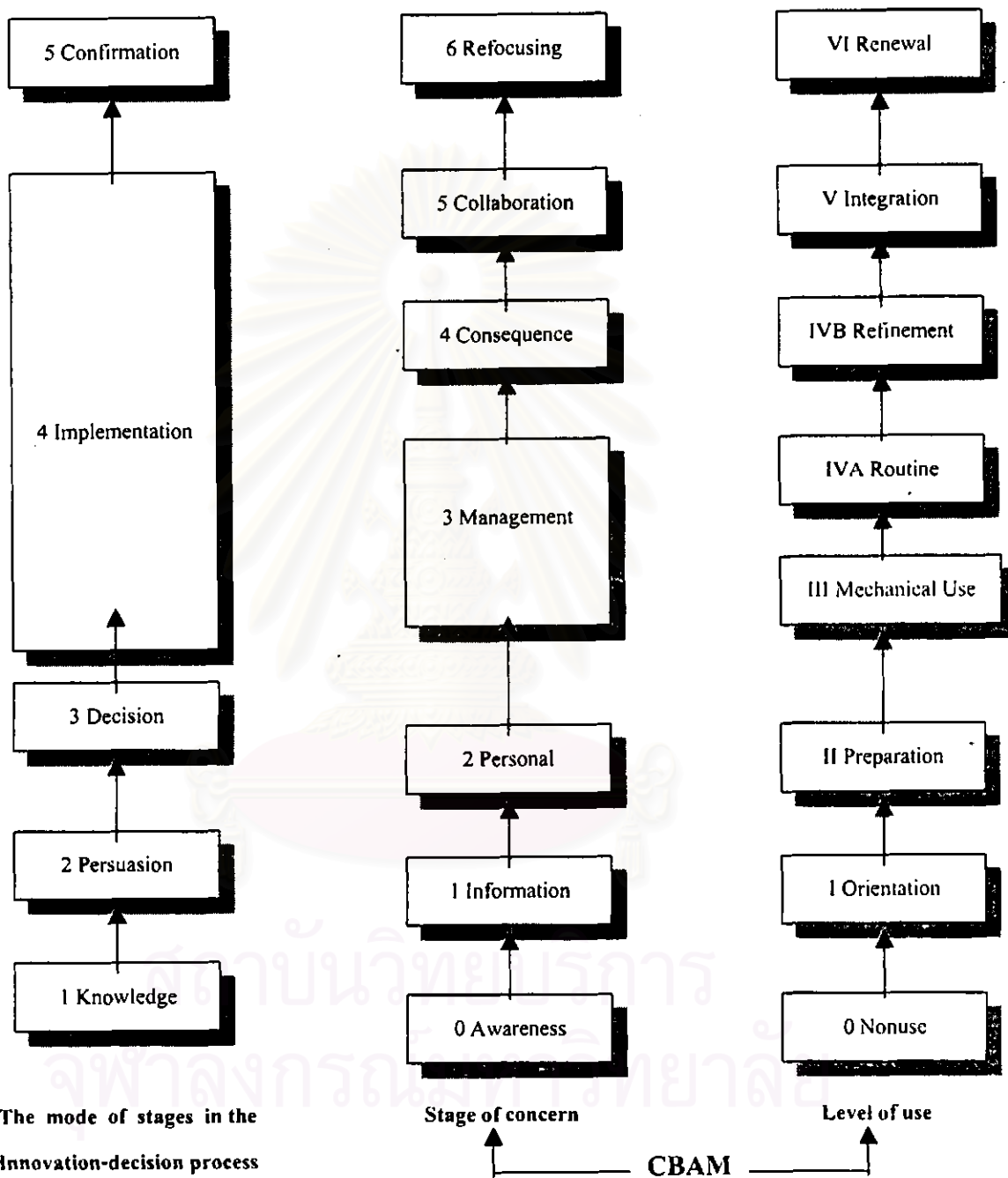
3. เป็นการศึกษามุมมองด้านความเชื่อของบุคคล และสถานการณ์ มุมมองข้อนี้เป็นการพยายามโยงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักการศึกษา และความเต็มใจในการยอมรับโดยการพิจารณาเชื่อมโยงจากลักษณะของเหตุการณ์ที่ส่งผลต่อการยอมรับ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ซึ่งสามารถทำนายได้อย่างสมบูรณ์

กระบวนการเปลี่ยนแปลงอาจมีความคล้ายคลึงกับกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรม เพราะเป็นการมองถึงการเข้าไปของสิ่งใหม่ แต่กระบวนการเปลี่ยนแปลงนั้นเป็นการมองในภาพรวมขององค์การ ที่จะเกิดการเปลี่ยนแปลงเมื่อมีสิ่งใหม่เข้าไป และกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรมนั้นเป็นการมองการเข้าไป หรือวิธีการเข้าไปของนวัตกรรมที่จะเข้าไปเผยแพร่ต่อสมาชิก กระบวนการยอมรับนวัตกรรมนั้นเป็นส่วนหนึ่งที่อยู่ในกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรม แต่มีความแตกต่างดังที่ เสถียร เรียบประทับ (2525) ได้อธิบายไว้ว่า กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม แตกต่างจากกระบวนการในการเผยแพร่วัตกรรม (Diffusion Process) ตรงที่กระบวนการในการเผยแพร่วัตกรรมเป็นเรื่องของการเผยแพร่สิ่งใหม่ไปยังสมาชิกของระบบสังคม เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นระหว่างสมาชิกต่าง ๆ ในระบบสังคม ส่วนกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในสมอง หรือในจิตใจของสมาชิกแต่ละคน ในระบบสังคม



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3.3 การเปรียบเทียบกระบวนการยอมรับตามแนวคิด The model of the innovation-decision process (Rogers, 1983) และ The Concern-based adoption model (Hall and Hord, 1987)



แผนภาพที่ 2 การเปรียบเทียบกระบวนการยอมรับตามแนวคิด The model of the innovation-decision process (Rogers, 1983) และ The Concern-based adoption model (Hall and Hord, 1987) อ้างถึงใน ปรารภินยา สุวรรณณัฐโชติ (2540)

จากแบบจำลองทั้งสองของกระบวนการยอมรับ ได้แบ่งออกเป็นชั้นต่าง ๆ กัน ในการอธิบายการยอมรับของบุคคล สำหรับแบบจำลองของ Rogers นั้นได้แบ่งออกเป็น 5 ชั้นโดยในชั้นแรกของ Rogers นั้นเป็นชั้นความรู้ (Knowledge) ซึ่งหมายถึงบุคคลได้รู้จักอันตรายและได้รับความรู้เกี่ยวกับตัวอันตราย ซึ่งในชั้นนี้จะไม่ตรงกับกระบวนการยอมรับของ CBAM (Hall and Hord, 1987) ซึ่งได้กล่าวถึงความเกี่ยวข้องของบุคคลที่มีต่ออันตรายในด้านความรู้สึกและด้านการปฏิบัตินั้นคือในชั้นนี้เป็นความรู้สึกที่บุคคลแสดงความไม่เกี่ยวข้อง (Awareness) และไม่มี การใช้นวัตกรรม (Non-Use) แต่ชั้นความรู้ของ Rogers สอดคล้องกับชั้นความเกี่ยวข้อง (Stage of Concern) ชั้น Information และระดับการใช้ (Level of use) ชั้น Orientation ของ CBAM ที่บุคคลจะรู้จักอันตรายและหาความรู้เกี่ยวกับอันตราย

ชั้นที่สองของ Rogers ชั้นการจูงใจ (Persuasion) อันเป็นชั้นที่บุคคลจะสร้างทัศนคติชอบหรือไม่ชอบอันตราย โดยมีพฤติกรรมแสวงหาข่าวสาร ข้อมูล และเปรียบเทียบความเหมาะสมกับตัวเขา กับการงาน และหน่วยงานที่เขาทำ หลังจากนั้นจะประเมินว่าอันตรายนั้นมีประโยชน์ต่อตัวเขามากน้อยเพียงใด ซึ่งสอดคล้องกับชั้นความเกี่ยวข้อง (Stage of Concern) ชั้น Personal และระดับการใช้ (Level of use) ชั้น Preparation ของ CBAM ที่บุคคลต้องการทราบว่าอันตรายนั้นมีผลกระทบหรือมีความหมายอะไรต่อตัวเขา ซึ่งทำให้เขาเตรียมการใช้นวัตกรรมนั้นเป็นการส่วนตัว

ชั้นที่สามของ Rogers ชั้นการตัดสินใจ (Decision) เป็นชั้นที่บุคคลจะตัดสินใจยอมรับหรือไม่ยอมรับ ซึ่งจะผ่านการทำกิจกรรม การทดลองใช้ด้วยตนเอง หรือโดยการผ่านผู้อื่น ซึ่งชั้นตอนนี้ไม่ได้มีการกล่าวถึงแยกออกมาเป็นอีกชั้นหนึ่งในกระบวนการยอมรับของ CBAM แต่การตัดสินใจนั้นจะอยู่ในความเกี่ยวข้องส่วนบุคคลในชั้นของความเกี่ยวข้อง (Stage of Concern) ชั้น Personal อยู่แล้วที่บุคคลต้องการทราบถึงผลการใช้นวัตกรรมนั้นว่าเกี่ยวข้องกับตัวเขาอย่างไร ซึ่งนำไปสู่ขั้นสูงต่อไป

ชั้นที่สี่ของ Rogers ชั้นการนำไปใช้ (Implementation) เป็นชั้นที่บุคคลใช้นวัตกรรมนั้น เขาจะรู้ว่าจะนำไปใช้อย่างไร แก้ปัญหาอย่างไรเมื่อเกิดปัญหา รวมถึงการดัดแปลงการใช้ด้วย จนถึงการใช้เข้าเป็นส่วนหนึ่งของสถาบันนั้น ซึ่งมีการใช้หลายระดับด้วยกันสอดคล้องกับชั้นของความเกี่ยวข้อง (Stage of Concern) 3 ชั้นด้วยกัน นั่นคือชั้น Management, Consequence และ Collaboration

สำหรับชั้น Management ที่บุคคลมีการจัดการ วางแผนการใช้วัตถุธรรมนั้น ซึ่งทำให้เกิดการใช้เป็น 2 ระดับด้วยกันตาม ระดับการใช้ (Level of use) คือ ชั้น Mechanical Use ที่มีการใช้ระดับเบื้องต้น และชั้น Routine ที่มีการใช้เป็นกิจวัตร

ชั้น Consequence เป็นชั้นที่บุคคลมองที่ประโยชน์ของการใช้วัตถุธรรมนั้นต่อนักเรียน ซึ่งสอดคล้องกับระดับการใช้ (Level of use) ชั้น Refinement ที่บุคคลมีระดับการใช้สูงขึ้น โดยการสร้างประโยชน์ในการใช้วัตถุธรรมต่อนักเรียนเพื่อช่วยนักเรียนให้เกิดประสิทธิผลทางการเรียนมากที่สุด

ชั้น Collaboration เป็นชั้นที่บุคคลต้องการความร่วมมือจากบุคคลอื่นในการใช้วัตถุธรรม ต้องการทำงานร่วมกันเพื่อให้เกิดผลดีต่อนักเรียนมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับระดับการใช้ (Level of use) ชั้น Integration ที่มีการร่วมมือกันสร้างดปรแกรมการเรียนการสอนจากวัตถุธรรมให้เกิดประโยชน์ต่อนักเรียนมากยิ่งขึ้น (มุ่งเน้นให้ประโยชน์ต่อนักเรียนมากกว่าเป็นการร่วมมือกันเพื่อลดภาระงานแต่อย่างใด)

ในชั้นที่ห้า ชั้นการยืนยัน (Confirmation) ของ Rogers นี้ได้มีการกล่าวถึงการที่บุคคลได้ยอมรับวัตถุธรรมแล้ว มีการแสวงหา ศึกษาความรู้ ขวสารเพิ่มเติมเพื่อให้เกิดความมั่นใจ การได้รับคำแนะนำในการใช้ อันมีอิทธิพลต่อการยืนยันมาก Rogers เห็นว่าเมื่อบุคคลเกิดการยอมรับแล้วไม่ได้หมายถึงการสิ้นสุดกระบวนการยอมรับแต่อย่างใด นั่นคือเมื่อเกิดการยอมรับแล้ว ก็อาจมีการหยุดการยอมรับได้ถ้าหากว่าบุคคลไม่พึงพอใจต่อวัตถุธรรมหรือว่ามีวัตถุธรรมที่ใหม่กว่าเข้ามาสอดคล้องกับขั้นของความเกี่ยวข้อง (Stage of Concern) ชั้น Refocusing เป็นชั้นที่บุคคลได้มีการมองหาวิธีการที่จะทำให้ได้รับประโยชน์มากกว่าเดิม และระดับการใช้ (Level of use) ชั้น Renewal ซึ่งเป็นการใช้วัตถุธรรมในชั้นที่สูงที่สุด

การเปรียบเทียบกระบวนการยอมรับวัตถุธรรมทั้งสองแบบนี้ เพื่อเป็นการทำความเข้าใจกับการยอมรับวัตถุธรรมของบุคคล ซึ่งแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันไป และจะช่วยให้สามารถเข้าใจการกระทำ แบบแผนการกระทำ ความหมาย การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในชุมชน และสภาพสังคมที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการยอมรับได้ดียิ่งขึ้น

3.4 ผู้ยอมรับนวัตกรรม

เมื่อนวัตกรรมเข้าสู่สังคมใดสังคมหนึ่งถ้าพิจารณาตามความไวในการรับนวัตกรรม (Innovativeness) แล้วจะพบว่าบุคคลทุกคนไม่ได้ยอมรับนวัตกรรมพร้อม ๆ กันในเวลาเดียวกัน Rogers (1983: 22) ได้ให้ความหมายของความไวในการยอมรับนวัตกรรมว่า เป็นระดับที่บุคคลหรือองค์กรยอมรับนวัตกรรมก่อนบุคคลอื่น ๆ ก่อนหลังเพียงใด ซึ่งความแตกต่างในการยอมรับนวัตกรรมของบุคคล ตามที่ Rogers ได้แบ่งผู้ยอมรับนวัตกรรมออกเป็น 5 ประเภท คือ

1. กลุ่มนวัตกรรม (innovators) หรือพวกชอบของใหม่ มีลักษณะเด่นชัด คือเป็นพวกที่กล้าเสี่ยงชอบทดลองสิ่งใหม่ ๆ ชอบเดินทางไปที่ต่าง ๆ และมีการพบปะหรือติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่น คุณลักษณะ เหล่านี้มีมักพบในบุคคลที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดี

2. กลุ่มผู้ยอมรับก่อนผู้อื่น (Early Adopters) บุคคลในกลุ่มนี้เป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในกิจการของสังคมมากกว่ากลุ่มนวัตกรรม เป็นกลุ่มผู้นำทางความคิดของสังคมมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ เป็นกลุ่มที่มีฐานะทางสังคมค่อนข้างสูงเป็นที่ยอมรับนับถือของคนในสังคม

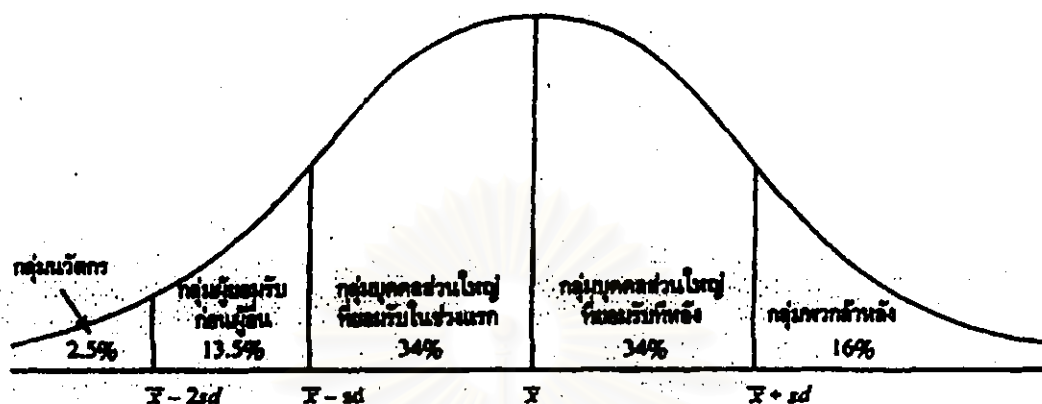
3. กลุ่มบุคคลส่วนใหญ่ที่ยอมรับในช่วงแรก (Early Majority) คือกลุ่มที่ยอมรับนวัตกรรมก่อนบุคคลอื่น ๆ ทั่ว ๆ ไป เพียงระยะหนึ่ง การตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมจะใช้เวลายาวนานกว่าสองกลุ่มแรก บุคคลในกลุ่มนี้จะมีความสัมพันธ์อันดีกับคนในสังคม

4. กลุ่มบุคคลส่วนใหญ่ที่ยอมรับในช่วงหลัง (Late Majority) คือกลุ่มบุคคลที่ตกลงใจยอมรับนวัตกรรมช้ากว่ากลุ่มอื่น ๆ การยอมรับนวัตกรรมจะเกิดขึ้นเมื่อเกิดจากปัญหาหรือแรงผลักดันจากสภาพเศรษฐกิจ และสังคมส่วนใหญ่ยอมรับแล้ว เป็นกลุ่มบุคคลที่มีลักษณะไม่ไว้วางใจ มีความระแวงสงสัย

5. กลุ่มพวกช้าหลัง (Laggards) เป็นกลุ่มสุดท้ายที่จะยอมรับนวัตกรรม เป็นพวกที่ยึดมั่นในสิ่งดั้งเดิม ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง มองนวัตกรรมใหม่ ๆ ด้วยความไม่ไว้วางใจอย่างเปิดเผย กลุ่มบุคคลนี้จะใช้นวัตกรรมก็เมื่อผู้อื่นได้ใช้กันนานพอสมควรแล้วจนกลายเป็นวิถีชีวิตอย่างหนึ่งไปแล้ว

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Rogers ได้แบ่งประเภทของผู้ยอมรับทั้ง 5 ประเภทที่ใช้การแบ่งพื้นที่ใต้โค้งปกติ โดยใช้สถิติ 2 ชนิดคือ การหาค่าเฉลี่ย (Mean) กับการหาค่าเบี่ยงเบนเฉลี่ย (SD) ในการใช้แบ่งประเภทของผู้ยอมรับนวัตกรรม แผนภาพที่ 3



จากแผนภาพที่ 3 กลุ่มนวัตกรรม (Innovators) มีจำนวน 2.5% , กลุ่มผู้ยอมรับก่อนผู้อื่น (early adopters) มีจำนวน 13.5% , กลุ่มบุคคลส่วนใหญ่ที่ยอมรับในช่วงแรก (early majority) มีจำนวน 34% , กลุ่มบุคคลส่วนใหญ่ที่ยอมรับในช่วงหลัง (Late Majority) มีจำนวน 34% , (Laggards) มีจำนวน 16%

3.5 เงื่อนไขที่ทำให้เกิดการยอมรับนวัตกรรม

3.5.1 ลักษณะของตัวบุคคล

ในด้านตัวบุคคล Rogers (1983) ได้แบ่งลักษณะของตัวบุคคลที่ส่งผลต่อการยอมรับมี 3 ประการ คือ

1. สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ผู้มีการศึกษาสูง มีฐานะทางเศรษฐกิจดี มีสถานภาพทางสังคมสูง หรือตั้งจุดหวังเพื่อเลื่อนฐานะทางสังคมให้สูงขึ้น และนวัตกรรมมีความสอดคล้องกับชีวิต จะเกิดการยอมรับสูงกว่าและเร็วกว่าผู้ที่ได้รับการศึกษาน้อย

2. บุคลิกภาพ พวกที่ยอมรับนวัตกรรมได้เร็วและรับได้มาก มักจะเป็นผู้ไม่ยึดมั่นถือมั่นกับสิ่งเดิม มีความสามารถเอาใจเขามาใส่ใจเรา เป็นผู้มีเหตุผลและมีทัศนคติที่ดีต่อการศึกษา สามารถคิดและเข้าใจนามธรรมได้ดีกว่า และเป็นผู้ชอบเสี่ยงภัย มีทัศนคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลงมากกว่า

3. พฤติกรรมการติดต่อสื่อสาร การยอมรับนวัตกรรม จะเกิดขึ้นมากกว่า และเร็วกว่า ด้านพฤติกรรมในการติดต่อสื่อสารของบุคคลนั้นมีลักษณะดังนี้ คือ บุคคลมีส่วนร่วมในสังคมและทำตัวเป็นส่วนหนึ่งของระบบสังคมได้ดี มีการเดินทางบ่อยครั้ง หรือเป็นคนไม่ติดถิ่น มีโอกาสติดต่อกับผู้นำในการเผยแพร่ มีโอกาสเปิดรับสื่อมวลชน สื่อระหว่างบุคคลและเป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมมากและมีระดับของการเป็นผู้นำทางความคิดสูง

การนำนวัตกรรมทางการศึกษามาใช้พัฒนาการเรียนการสอนนั้น จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อครูยอมรับ และมีส่วนร่วมในการใช้นวัตกรรมทางการศึกษานั้นอย่างจริงจัง ดังที่สุมิตร คุณานุกร (2523) ได้กล่าวว่า "ครูเป็นบุคคลสำคัญที่จะนำนโยบายการเปลี่ยนแปลงไปปฏิบัติให้เกิดผล หากครูไม่ให้การยอมรับและให้ความร่วมมือแล้ว การเปลี่ยนแปลงก็ไม่อาจจะเกิดขึ้นได้" จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่ได้ศึกษากับครู พบว่า การที่ครูจะยอมรับและนำแนวคิดหรือนวัตกรรมใหม่ทางการศึกษามาใช้นั้นมีปัจจัยทางด้านสถานภาพหลายประการที่เกี่ยวข้อง เช่น

1. เพศ เพศทำให้การยอมรับนวัตกรรมการเรียนการสอนแตกต่างกัน (รุ่งฟ้า รัทษวิเชียร, 2525: อุทร นิยมชาติ, 2533) ส่วน Jamaludin (1996) พบว่านักศึกษาเพศชายมีแนวโน้มในการใช้นวัตกรรมอินเทอร์เน็ตมากกว่านักศึกษาหญิง

2. อายุ อายุมีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรม Rogers (1983) ได้กล่าวถึงสถานภาพทางด้านอายุว่า จากการศึกษาวิจัยจำนวน 228 เรื่อง จำนวน 50% พบว่าในกลุ่มบุคคลที่ยอมรับก่อนกับกลุ่มบุคคลที่ยอมรับทีหลังไม่มีความแตกต่างกัน มี 33% ที่พบว่ากลุ่มบุคคลที่ยอมรับก่อนเป็นกลุ่มที่มีอายุมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวีรวุฒิ พึ่งเจริญ (2538) พบว่าอายุของครูโรงเรียนประถมศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีการศึกษา ส่วนวีรยุทธ บุญไวยโรจน์ (2536) พบว่า ครูคณิตศาสตร์ที่มีอายุต่างกันและระดับการศึกษาต่างกัน มีการรับรู้คุณค่าของนวัตกรรมการเรียนการสอนคณิตศาสตร์แตกต่างกันที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 และพัชราภรณ์ ผางสระน้อย (2540) พบว่า อายุ 51-60 ปี เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางลบกับการยอมรับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นิตยพร แสงพันธ์ (2527) พบว่าอายุกับการใช้นวัตกรรมของครูมีความสัมพันธ์กัน

3. วุฒิการศึกษา วุฒิการศึกษามีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรม ดังที่สำลี ทองธิว (2526) กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้การยอมรับใช้เวลาต่างกัน เกี่ยวกับการศึกษาของผู้สอน ครูที่มีระดับการศึกษาสูง จบจากสถาบันครูที่ได้มาตรฐาน มักจะมีแนวโน้มที่จะยอมรับนวัตกรรมทางการศึกษาได้ดีและเร็วกว่าครูทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุทร นิยมชาติ

(2533) และอภิญา สุชะกุล (2527) พบว่าครูมีวุฒิการศึกษาต่างกันมีการยอมรับนวัตกรรมและความต้องการในการใช้นวัตกรรม แตกต่างกันที่ระดับความมีนัยสำคัญ .01 และ .05 ตามลำดับ และพัชราภรณ์ ผางสรรน้อย (2540) พบว่าครูมีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางลบกับการยอมรับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนสุภาพร บุญปลั่ง (2540) พบว่า การมีวุฒิทางการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางลบกับการยอมรับคอมพิวเตอร์ช่วยสอน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4. ประสพการณ์ในการสอน ประสพการณ์ในการสอนมีความสัมพันธ์กับการยอมรับ ดังที่ ชูชาติ บุญชู (2524) พบว่าครูที่มีประสพการณ์ในการทำงานน้อย จะมีความพร้อมในการเปลี่ยนแปลงบทบาทหรือพฤติกรรมในการยอมรับนวัตกรรมได้ดีกว่า ซึ่งสอดคล้องกับ อุไร ถาวรงามยิ่งสกุล (2528) สมบูรณ์ ลักษณะนุกิจ (2527) และนรินทร์ บุรตัน (2527) ที่ศึกษาระดับการยอมรับนวัตกรรมทางการศึกษาของศึกษานิเทศก์อำเภอ และครูวิชาการกลุ่มโรงเรียนในเขตการศึกษา 1 และเขตการศึกษา 3 และเขตการศึกษา 10 ตามลำดับพบว่า ศึกษาในเทศก์ที่มีประสพการณ์ในการทำงานน้อย และพัชราภรณ์ ผางสรรน้อย (2540) พบว่าประสพการณ์การสอน 16 ปี ขึ้นไปเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางลบกับการยอมรับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

นอกจากงานวิจัยดังกล่าวที่สนับสนุนปัจจัยด้านสถานภาพต่าง ๆ แล้ว ยังมีงานวิจัยบางชิ้นที่ไม่สนับสนุนปัจจัยดังกล่าวข้างต้น ดังเช่น งานวิจัยของสุวรรณา เขียมสุขวัฒน์ (2521) ที่ได้สำรวจการยอมรับนวัตกรรมทางการศึกษาในด้านหลักสูตรและการเรียนการสอนของครูมัธยมศึกษา พบว่าครูมัธยมศึกษาซึ่งมีความแตกต่างกันในเรื่องของเพศ อายุ ประสพการณ์ในวิชาชีพวุฒิการศึกษาหรือการได้เข้ารับการอบรมหลักสูตรใหม่ มีการยอมรับนวัตกรรมทางการศึกษาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเพชร เพชรแก้ว (2534) ซึ่งพบว่าครูคณิตศาสตร์ที่มีภูมิลำเนาต่างกันในด้าน เพศ ประสพการณ์ในการสอนคณิตศาสตร์ การอบรมเกี่ยวกับสื่อการเรียนการสอนคณิตศาสตร์ และวุฒิทางการศึกษา มีการยอมรับนวัตกรรมการเรียนการสอนวิชาคณิตศาสตร์ไม่แตกต่างกันที่ระดับ ความมีนัยสำคัญ .05 คืออยู่ในระดับประเมินค่า ตามระดับการยอมรับของ Rogers และ Shoemaker (1971)

งานวิจัยของ Riggs (1994) พบว่า อายุ ประสพการณ์การทำงาน, ที่ตั้งของโรงเรียน, การแนะนำจากทางโรงเรียน, การแนะนำจากทางรัฐ และความคาดหวังของชุมชน ไม่มีผลต่อระดับการยอมรับนวัตกรรมของผู้บริหาร ส่วนงานวิจัยของ Forsythe (1991) ที่ได้ศึกษากลุ่มผู้ที่ยอมรับ

และผู้ที่ใช้ปฏิเสธเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ทางการศึกษา เพื่อระบุลักษณะของกลุ่มผู้ยอมรับนำคอมพิวเตอร์ไปใช้ พบว่าตัวแปรทำนาย 7 ตัวที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่

1. ความกังวลต่อคอมพิวเตอร์
2. ความมั่นใจต่อคอมพิวเตอร์
3. ความรู้และทักษะต่อคอมพิวเตอร์
4. ความสามารถทางด้านฮาร์ดแวร์
5. การมีประสบการณ์ทางด้านคอมพิวเตอร์
6. ความถี่ในการใช้คอมพิวเตอร์
7. เวลาในการใช้คอมพิวเตอร์

จากงานวิจัย Forsythe เห็นได้ว่าลักษณะของตัวบุคคลนอกจากสถานภาพแล้ว ยังมีลักษณะที่บุคคลเข้าไปข้องเกี่ยวกับนวัตกรรมอีกด้วย รวมทั้งความรู้สึกภายในของบุคคล เช่น ความรู้สึกมั่นใจ ความรู้สึกวิตกกังวล เป็นต้น ดังนั้นในการใช้กรอบแนวคิดลักษณะตัวบุคคล จึงไม่ได้จำกัดขอบเขตแต่เพียงสถานภาพของบุคคลเท่านั้น แต่ยังมีมองที่ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อนวัตกรรมด้วย

3.5.2 ตัวแทนการเปลี่ยนแปลง (Change Agents)

ตัวแทนการเปลี่ยนแปลง เป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจต่อนวัตกรรมของบุคคลอื่นในสังคม บทบาทหลักประการหนึ่งของตัวแทนการเปลี่ยนแปลงคือ การให้ความสะดวกต่อการเข้ามาของนวัตกรรมจากองค์กรไปยังบุคคลต่าง ๆ บทบาทของตัวแทนการเปลี่ยนแปลงคือการเป็นสื่อกลางการติดต่อเชื่อมระหว่างสังคม 2 ระบบซึ่งมีความแตกต่างกัน ตัวแทนการเปลี่ยนแปลงในฐานะที่เป็นสะพานเชื่อมจะต้องเป็นผู้ที่สามารถมองเห็นความแตกต่างและเชื่อมความแตกต่าง ต้องเป็นผู้ที่อยู่ทั้งสองระบบ Rogers, 1983: 312) ในการยอมรับนวัตกรรมของบุคคล นอกจากบุคคลผู้นั้นจะตัดสินใจด้วยตัวเองแล้วยังมีบุคคลที่มีความสำคัญ มีอิทธิพลต่อสังคมในพฤติกรรมการยอมรับนวัตกรรมก็คือ ตัวแทนการเปลี่ยนแปลง (Change Agents)

Rogers (1983: 315-316) ได้กล่าวถึงบทบาทของตัวแทนการเปลี่ยนแปลงไว้ด้วยกัน 7 ข้อดังนี้

1. สร้างความจำเป็นในการเปลี่ยนแปลง ตัวแทนการเปลี่ยนแปลงจะต้องมีส่วนช่วยให้สมาชิกในสังคมรับรู้ความจำเป็นที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งทางเลือกใหม่เป็นทางออกในการแก้ปัญหา และให้ความช่วยเหลือสมาชิกโดยทำให้เขาเกิดความเชื่อว่าเขามีความสามารถในการแก้ปัญหานั้นได้

2. สร้างความสัมพันธ์ในการแลกเปลี่ยนข้อมูล ตัวแทนการเปลี่ยนแปลงจะต้องสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นภายในกลุ่มบุคคลในสังคม ตัวแทนการเปลี่ยนแปลงจะต้องสร้างความสัมพันธ์ให้กลุ่มบุคคลเกิดความน่าเชื่อถือ ใ่วางใจ ซึ่งจะทำให้กลุ่มบุคคลยอมรับในตัวแทนการเปลี่ยนแปลงก่อนที่จะยอมรับในสิ่งที่ตัวแทนการเปลี่ยนแปลงสนับสนุน เพราะนวัตกรรมจะถูกตัดสินใจก็เนื่องมาจากเป็นส่วนที่ตัวแทนการเปลี่ยนแปลงมีความเชื่อและเข้าใจในสิ่งนั้น

3. วิเคราะห์แก้ปัญหาของกลุ่มบุคคล ในหน้าที่นี้ตัวแทนการเปลี่ยนแปลงมีความรับผิดชอบต่อการวิเคราะห์ แก้ปัญหา เพื่อพิจารณาถึงเหตุที่ทางเลือกใหม่นั้นไม่สามารถพบกับความจำเป็นของพวกเขา ตัวแทนการเปลี่ยนแปลงจะต้องมองเห็นสถานการณ์ของปัญหาที่เกิดขึ้นจากมุมมองของบุคคลในสังคม และจะต้องช่วยให้พวกเขามองเห็นปัญหาเหล่านั้นด้วยตัวเขาเอง

4. สร้างความตั้งใจในการเปลี่ยนแปลง เมื่อตัวแทนการเปลี่ยนแปลงมองเห็นวิธีการในการไปยังจุดมุ่งหมายซึ่งเป็นการเห็นวิธีการแก้ปัญหาให้กับกลุ่มบุคคลแล้ว ตัวแทนการเปลี่ยนแปลงจะต้องสร้างแรงจูงใจให้เกิดความสนใจต่อนวัตกรรม แต่ต้องมุ่งไปที่ความจำเป็นในการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มบุคคลมากกว่าการที่จะมุ่งไปที่ตัวนวัตกรรมเป็นศูนย์กลาง

5. เปลี่ยนจากความตั้งใจให้เกิดการกระทำที่เปลี่ยนแปลง ตัวแทนการเปลี่ยนแปลงจะมีอิทธิพลในการให้ความช่วยเหลือโดยการให้คำแนะนำจากความต้องการจำเป็นของกลุ่มบุคคล ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้ผู้ที่มีอิทธิพลก็คือเพื่อนร่วมงาน แต่ในบทบาทนี้ตัวแทนการเปลี่ยนแปลงสามารถมีบทบาทได้โดยตรง

6. สร้างความมั่นคงในการยอมรับนวัตกรรมและป้องกันไม่ให้เกิดการเปลี่ยนจากการยอมรับเป็นเลิกรับ ตัวแทนการเปลี่ยนแปลงจะต้องสร้างความมั่นคงต่อพฤติกรรมใหม่ของกลุ่มบุคคลให้คงอยู่โดยการเป็นผู้ให้แรงเสริมโดยตรงต่อกลุ่มบุคคลที่ยอมรับแล้ว โดยการให้ในขณะที่เขากำลังอยู่ในขั้นการนำไปใช้ หรือขั้นการยืนยันการใช้ในกระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม เพื่อเป็นการช่วยให้พฤติกรรมเหล่านั้นยังคงอยู่

7. สร้างความสำเร็จในขั้นสุดท้ายของความสัมพันธ์ ตัวแทนการเปลี่ยนแปลงจะต้องสร้างความเชื่อมั่นในตัวเองให้เกิดขึ้นกับกลุ่มบุคคล นั่นคือการเปลี่ยนจากความเชื่อมั่น ความไว้

วางใจที่มีต่อตัวแทนการเปลี่ยนแปลงซึ่งมีผลต่อตัวนวัตกรรมด้วยนั้นมา ให้กลุ่มบุคคลมีความเชื่อมั่นวางใจในตนเองในการใช้นวัตกรรม

ตัวแทนในการเปลี่ยนแปลง อาจเป็นกลุ่มบุคคลที่รับภาระงานในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในการ นำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้ โดยอาจแบ่งออกเป็นกลุ่มภายใน เช่น ผู้บริหาร หรือผู้ประสานงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ หรืออาจจากกลุ่มภายนอก เช่น ผู้อำนวยการวิทยาลัยศึกษาด้านการอบรม หรือตัวแทนของภาควิชาด้านการศึกษา

Handy (1985: 210 อ้างถึงใน Drury, 1995) ได้อธิบายบทบาทของตัวแทนการเปลี่ยนแปลงแตกต่างจาก Rogers โดยเขากล่าวถึงตัวแทนว่าหมายถึงผู้ประสานงานเทคโนโลยีสารสนเทศไว้ดังนี้

1. ผู้นั้นต้องมีตำแหน่งอำนาจและอยู่ในสถานภาพที่เหมาะสม (เห็นได้จากผลงานที่ปรากฏให้เห็นว่าสำคัญ และเป็นที่ยอมรับจากผู้จัดการระดับสูง) และต้องมีข้อมูลที่เหมาะสมในตำแหน่งที่ได้รับเพื่อว่าจะได้รู้สภาพที่เป็นจริงต่อการตัดสินใจ
2. ผู้นั้นต้องได้รับอำนาจจากกลุ่มบุคคล หรือบุคคลที่ติดต่อประสานงานด้วย นั่นคือเป็นผู้มีประสบการณ์ เป็นที่ยอมรับจากบุคคลทั่วไป
3. ผู้นั้นต้องมีบุคลิกส่วนตัวที่สามารถแก้ปัญหาข้อขัดแย้งต่าง ๆ ในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลได้

ส่วน Reeves (1991 อ้างถึงใน Drury, 1995) ได้ระบุความสามารถของผู้ประสานงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ควรมีไว้ดังนี้

1. เป็นผู้ให้การสนับสนุน
2. เป็นแหล่งระดมพลทั้งในและนอกโรงเรียน
3. มีทักษะความเป็นผู้นำ
4. มีทักษะในการปกครอง ซึ่งเกี่ยวข้องกับสถานภาพ อำนาจ และการควบคุมภายในโรงเรียน

จากแนวคิดที่กล่าวมาแล้วนั้น ทำให้เห็นถึงความสำคัญของตัวแทนในการเปลี่ยนแปลงได้เป็นอย่างดี ผู้ที่ปฏิบัติการให้ความคิด หรือนวัตกรรมนั้นเผยแพร่ไปต้องเป็นบุคลากรที่มีความสามารถและมีบทบาทด้านนวัตกรรมนั้นอย่างจริงจัง และเป็นผู้ที่มีอิทธิพลเหนือความคิดของ

บุคคลอื่นทำให้เกิดการตัดสินใจต่อนวัตกรรม และเป็นผู้ให้ความสะดวกต่อการนำนวัตกรรมเข้ามาในสังคมนั้น โดยจะต้องให้การสนับสนุน ส่งเสริม และสร้างความสัมพันธ์ต่อสมาชิกในสังคม เพื่อให้เกิดความไว้วางใจ เชื่อมันต่อการยอมรับนวัตกรรมซึ่งนำไปสู่การใช้ และการเปลี่ยนแปลง ในที่สุด

จากการศึกษาของ เสริมศิลป์ ปานนิล (2535) ได้ศึกษาความคิดเห็นของครูวิชาการ กลุ่มโรงเรียนประถมศึกษา ในเขตการศึกษา 7 เกี่ยวกับบทบาทที่คาดหวังว่าควรปฏิบัติและบทบาทที่เป็นจริงในการเป็นตัวกลางแพร่กระจายนวัตกรรมทางเทคโนโลยีการศึกษา โดยได้ศึกษา บทบาทในด้านต่าง ๆ จากแนวคิดของ Rogers ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมครูวิชาการกลุ่มโรงเรียนคาดหวังในการปฏิบัติบทบาท ในระดับปานกลางทั้ง 5 ด้าน และได้ปฏิบัติบทบาทจริง ในระดับน้อยทุกบทบาท ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานแพร่กระจายนวัตกรรมของครูวิชาการกลุ่มโรงเรียนได้แก่ ครูวิชาการกลุ่มโรงเรียนขาดความรู้และทักษะเกี่ยวกับนวัตกรรม ครูผู้สอนไม่ยอมรับความสามารถของครูวิชาการ นวัตกรรมมีความยุ่งยากในการใช้ และการขาดแคลน วัสดุและอุปกรณ์ที่จะใช้ผลิตนวัตกรรม จากงานวิจัยนี้ทำให้เห็นได้ว่า ตัวผู้แทนการเปลี่ยนแปลงเป็นผู้ที่มีความสำคัญหากบุคคลอื่นไม่ให้การยอมรับในตัวแทนแล้ว ย่อมเป็นอุปสรรคในการดำเนินงาน อีกทั้งหากตัวแทนไม่ปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทหรือปฏิบัติน้อยก็อาจมีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมในสังคมหนึ่ง ๆ ได้

3.5.3 ลักษณะนวัตกรรมที่มีผลต่อการยอมรับ

Rogers และ Shoemaker (1971) ได้สรุปลักษณะของนวัตกรรมที่มีผลต่อความไวและระดับการยอมรับนวัตกรรมไว้ 5 ประการ คือ

1. ประโยชน์ที่เกี่ยวข้อง (relative advantage) การที่ผู้รับนวัตกรรมคิดว่านวัตกรรมดีกว่า มีประโยชน์มากกว่าสิ่งเก่า ๆ ที่ปฏิบัติกันมา ยิ่งมีความรู้สึกว่ามีประโยชน์มากก็มีโอกาสที่ยอมรับมากขึ้น มีความไวใจในการยอมรับมากขึ้น
2. ความเข้ากันได้ (compatibility) การที่ผู้รับนวัตกรรมรู้สึก คิดว่านวัตกรรมนั้นไปกันได้หรือเข้ากับค่านิยม ประสพการณ์ในอดีตตลอดจนรวมทั้งความต้องการส่วนบุคคลนวัตกรรมนั้นก็ จะได้รับการยอมรับเร็วและมากกว่านวัตกรรมอื่น

3. ความสลับซับซ้อน (complexity) หากผู้รับนวัตกรรมเห็นว่านวัตกรรมยากต่อการเข้าใจ และต้องใช้เวลา นาน นวัตกรรมที่ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน ใช้สะดวกก็จะได้รับการยอมรับเร็วกว่า และสูงกว่านวัตกรรมอื่น ๆ

4. การนำไปทดลองใช้ได้ (trialability) นวัตกรรมที่สามารถนำไปทดลองใช้ได้ก็จะทำให้ได้รับการยอมรับรวดเร็วกว่า

5. การสังเกตเห็นผลได้อย่างชัดเจน (observability) ผู้รับนวัตกรรมมองเห็นผลของนวัตกรรมได้ง่าย บุคคลก็จะยอมรับได้ง่ายและเร็ว

ส่วน Miles (1964) ได้กล่าวถึงลักษณะของตัวนวัตกรรมที่จะส่งผลต่อการยอมรับและการใช้นวัตกรรม แตกต่างจาก Rogers และ Shoemaker ไว้ดังนี้คือ

1. ราคา นวัตกรรมที่มีราคาแพง เช่น ค่าใช้จ่ายในการจัดการ ในการบำรุงรักษา หรือค่าใช้จ่ายอื่น ๆ หรือเกี่ยวกับด้านเวลา เข้ามาเกี่ยวข้องกับนวัตกรรมนั้น การยอมรับของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลจะเป็นไปอย่างช้า

2. องค์ประกอบที่เกี่ยวกับด้านเทคโนโลยี ซึ่งหมายถึงความสะดวกในการใช้ของผู้ใช้ซึ่งมีผลต่อความต้องการในการใช้ อันเป็นผลของประสบการณ์ตรงที่ผู้ใช้จะได้รับและนำไปสู่การยอมรับ

3. วัสดุที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ เป็นการบ่งบอกความเกี่ยวข้องของระดับความง่ายในการใช้นวัตกรรมที่ได้มีการออกแบบให้เหมาะสมเจาะพอดีกับความต้องการในการสอนของครู ในหลากหลายสถานการณ์ จากการใช้วัสดุนั้น

4. ด้านการสนับสนุนในการใช้ นวัตกรรมที่ยากในการติดตั้งและเริ่มต้นใช้งานต้องใช้เวลา ความยากของการใช้หรือการนำไปใช้ของนวัตกรรมเป็นอุปสรรคต่อการยอมรับและการใช้ต่อไป และนวัตกรรมที่ได้นำเอาสิ่งสนับสนุนในการใช้เข้าไว้ด้วยกันจะแพร่กระจายและได้รับการยอมรับเร็วกว่านวัตกรรมที่ไม่มีสิ่งสนับสนุน

5. นวัตกรรมหรือระบบที่มีความเหมาะสมกับสังคม ลักษณะเฉพาะของตัวนวัตกรรมเองที่หากไม่เหมาะสมกับความจำเป็นก็จะทำให้เกิดการยอมรับได้ช้า

จากแนวคิดของทั้ง Rogers และ Shoemaker และ Miles มีแนวมุมมองลักษณะนวัตกรรมที่คล้ายคลึงกัน ในส่วนที่นวัตกรรมนั้นสามารถเข้ากับผู้ใช้ได้หรือไม่ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความง่ายต่อการใช้ หรือความสอดคล้องเหมาะสมกับผู้ใช้และสังคม แต่ Rogers และ Shoemaker ให้ความสำคัญกับประโยชน์ของนวัตกรรมนั้นมากกว่า ไม่ว่าจะเป็ประโยชน์ที่

เกี่ยวข้อง หรือการสังเกตเห็นผลที่ได้อย่างชัดเจน ซึ่งจากลักษณะของนวัตกรรม จะเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมนั้น ๆ ด้วย ดังเช่นงานวิจัยของ Goldenfarb (1995 อ้างถึงใน Surendra, 1996) ที่พบว่า ลักษณะของนวัตกรรมในข้อแรกตามแนวคิดของ Rogers คือ ประโยชน์ที่เกี่ยวข้อง (relative advantage) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการศึกษาวิจัยของเขาเรื่อง Critical success factors in diffusing a campus wide information system ซึ่งสอดคล้องกับ Boulware (1994) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลกับการแพร่กระจายและการใช้ระบบเครือข่าย พบว่า ปัจจัยด้านบวกที่มีผลต่อการยอมรับและการใช้ประการหนึ่งคือ ประโยชน์ที่เกี่ยวข้อง (relative advantage) และงานวิจัยของ Johnson (1995) พบว่าอุปสรรคต่อการยอมรับอินเทอร์เน็ต คือ ความซับซ้อนของโปรแกรมการใช้อินเทอร์เน็ต และไม่มีเวลาในการใช้

3.5.4 ระบบสังคม

นอกจากเงื่อนไขต่าง ๆ ที่เป็นผลต่อการยอมรับแล้วนั้น ระบบสังคมยังเป็นอีกส่วนหนึ่งที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมเช่นกัน เมื่อเรามองว่าตรงเรียนเป็นองค์การหนึ่งที่มีวัฒนธรรมการปกครองรูปแบบของตนเอง Charles Handy (1985: 185-221 อ้างถึงใน Drury, 1995) ได้ระบุรูปแบบที่แตกต่างกัน 4 รูปแบบคือ วัฒนธรรมแบบอำนาจ องค์การมีอิทธิพลมาก โดยการนำของผู้มีอำนาจเหนือกว่า รูปแบบนี้มักเกิดกับองค์การที่มีขนาดเล็ก วัฒนธรรมแบบบทบาท เป็นการจัดวางบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ รูปแบบนี้มักเกิดกับองค์การที่มีขนาดใหญ่ขึ้น วัฒนธรรมแบบภาระงาน เป็นการจัดวางภาระงานอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นการทำงานที่ต้องใช้การแก้ปัญหาและความร่วมมือ วัฒนธรรมส่วนบุคคล การที่องค์การให้การสนับสนุนต่อบุคคลตามความสามารถพิเศษ Handy ได้อธิบายว่าบางองค์การอาจมีรูปแบบหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่บางองค์การก็มีการผสมผสานหลายรูปแบบ ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ทางด้านประวัติ ขนาด ลักษณะการทำงาน และสภาพแวดล้อม

ระบบสังคมหมายถึงสิ่งที่อยู่รอบข้างของบุคคล เป็นสิ่งที่บุคคลมีความเกี่ยวข้องมากที่สุด การที่บุคคลเป็นส่วนหนึ่งของระบบสังคมที่เขาอยู่ นวัตกรรมจะถูกยอมรับหรือปฏิเสธในองค์การนั้น Rogers (1983: 29-31) ได้แบ่งประเภทของการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมออกเป็น 3 ประเภทด้วยกัน คือ

1. การตัดสินใจส่วนบุคคล (optional innovation-decision) เป็นการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธของบุคคลแต่ละคนที่จะเป็นผู้เลือกตัดสินใจด้วยตัวของตัวเอง และการตัดสินใจที่แต่ละคนออกความเห็นพร้อมกันร่วมกับผู้อื่นในสังคม ตามบรรทัดฐานของสังคม ก็ถือว่าเป็นการตัดสินใจส่วนบุคคลด้วย

2. การตัดสินใจที่ขึ้นอยู่กับมติของกลุ่ม (collective innovation-decision) เป็นการตัดสินใจที่มีหลายขั้นตอน ขึ้นอยู่กับลักษณะเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เช่น ครูจะนำวิธีสอนแบบใหม่ไปใช้ได้ต้องหลังจากที่คณะกรรมการโรงเรียนอนุมัติแล้ว เป็นต้น

3. การตัดสินใจโดยผู้มีอำนาจ (authority innovation-decision) เป็นการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธโดยเกิดจากการที่มีตำแหน่ง มีอำนาจ มีความรู้สูงกว่าในระบบสังคม ตัดสินใจเลือกมีผลให้เกิดการบังคับให้บุคคลอื่น ๆ ได้บังคับบัญชายอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมไปด้วย ซึ่งไม่ได้เปิดโอกาสให้ผู้อยู่ใต้บังคับบัญชามีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลย

นอกจาก 3 ประเภทนี้แล้ว ยังมีการตัดสินใจอีกแบบหนึ่ง คือ การตัดสินใจที่ขึ้นอยู่กับเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นได้ (contingent innovation-decision) การตัดสินใจนี้เกิดขึ้นหลังจากที่ได้มีการตัดสินใจด้านนวัตกรรมไปก่อนหน้านี้อยู่แล้ว ซึ่งก็เป็นทางเลือกที่จะยอมรับหรือปฏิเสธได้อย่างเช่น การตัดสินใจของหมอในโรงพยาบาลที่จะยอมรับยาชนิดใหม่ จะปฏิบัติได้ก็ต่อเมื่อหลังจากการตัดสินใจซื้อขายเข้ามาในโรงพยาบาลแล้ว ตัวอย่างนี้เป็นการตัดสินใจส่วนบุคคลที่เกิดขึ้นตามการตัดสินใจของสมาชิกในกลุ่ม ของผู้มีอำนาจ แต่เป็นเหตุการณ์ที่ผลผลลกันระหว่างประเภทของการยอมรับ 2 ประเภทหรือมากกว่านั้น ซึ่งเป็นการตัดสินใจที่ขึ้นอยู่กับเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้น

โดยทั่วไปแล้ว บุคคลหนึ่ง ๆ ย่อมต้องเป็นสมาชิกของระบบสังคมใด ๆ ความคิดเห็นหรือข้อตกลง หรือบรรทัดฐานของสังคม ย่อมมีอิทธิพลต่อความคิด ความเชื่อของบุคคลนั้น ดังที่ Cohen (1964: 101) กล่าวว่า สิ่งใดก็ตามที่เราได้กระทำและเรียนรู้ และยังคงกระทำและเรียนรู้ต่อไปนั้นเกิดจากสาระของสิ่งที่เข้ามาเกี่ยวข้องทั้งหลายทำให้เราดำเนินไป ทุก ๆ คนขึ้นอยู่กับสิ่งอื่นที่ทำให้มีมุมมองต่อสิ่งรอบตัว ไม่ว่าจะเป็สิ่งที่ถูกหรือผิด หรือความคิด และแรงบันดาลใจ

สำหรับนวัตกรรมนั้นมักเป็นสิ่งที่เข้ามาในองค์การซึ่งบุคคลนั้นเป็นสมาชิกอยู่ นวัตกรรมในองค์การจึงเป็นสิ่งที่ดำเนินตามการตัดสินใจโดยบุคคลที่มีอำนาจ การตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมโดยผู้มีอำนาจและการเปลี่ยนแปลงในองค์การที่เป็นทางการ เช่น ในองค์การของ

รัฐบาล โรงงาน และโรงเรียน นอกจากระบบสังคมที่หมายถึง สภาพภายในองค์กรนั้นแล้ว สังคมที่แวดล้อมองค์กรก็อาจมีส่วนต่อการยอมรับนวัตกรรมได้ดังที่ Fullan (1993 อ้างถึงใน Drury, 1995) ได้รายงานไว้ว่านวัตกรรมส่วนใหญ่ ชุมชนหรือสังคมไม่ได้รับรู้หรือมีความเกี่ยวข้องกับแต่อย่างใด อย่างไรก็ตาม การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศในโรงเรียนส่วนหนึ่งเป็นแรงกดดันจากภายนอก เช่น ความรู้สึกของผู้ปกครองของนักเรียน โดยมีสาเหตุมาจาก 1. คณะกรรมการบริหารโรงเรียนได้จัดการ หรือให้โอกาสผู้ปกครองได้ออกความคิดเห็นในสิ่งที่โรงเรียนจะดำเนินไป 2. อาจสืบเนื่องจากการเพิ่มจำนวนการใช้งานของคอมพิวเตอร์ที่ใช้กันคามบ้าน ซึ่งอาจเป็นเหตุที่เกิดการกดดันต่อโรงเรียนให้ดำเนินนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

งานวิจัยที่ได้วิเคราะห์ปัจจัยด้านความแตกต่างของสภาพโรงเรียน ซึ่งมีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมดังเช่น งานวิจัยของ สุภาภรณ์ ทองเจิม (2527) ที่ศึกษาระดับการยอมรับนวัตกรรมทางการศึกษาของศึกษานิเทศก์อำเภอและครูวิชาการกลุ่มโรงเรียนในเขตการศึกษา 8 พบว่า การยอมรับนวัตกรรมด้านการวัดผลและประเมินผลและการเลื่อนชั้นโดยอัตโนมัติของครูวิชาการที่อยู่ในกลุ่มโรงเรียนขนาดใหญ่ แตกต่างกับขนาดกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การยอมรับชุดการเรียนการสอนของครูวิชาการที่อยู่ในกลุ่มโรงเรียนขนาดใหญ่กับขนาดเล็ก และครูวิชาการที่อยู่ในกลุ่มโรงเรียนขนาดกลางกับขนาดเล็ก มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับที่ .05 และพัชราภรณ์ ผางสระน้อย (2540) พบว่า โรงเรียนขนาดใหญ่เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางลบกับการยอมรับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ส่วนงานวิจัยของ นุรินทร์ นุรัตน์ (2527) ที่ได้ทำการศึกษาระดับการยอมรับนวัตกรรมทางการศึกษาของศึกษานิเทศก์อำเภอและครู วิชาการกลุ่มโรงเรียนในเขตการศึกษา 10 พบว่า ครูวิชาการกลุ่มโรงเรียนในเขตการศึกษา 10 ที่มีขนาดกลุ่มโรงเรียนขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ส่วนใหญ่มีการยอมรับนวัตกรรมทางการศึกษาไม่แตกต่างกัน

จากงานวิจัยของ Camber (1995) ทำให้ทราบว่าหน้าที่ครูจะใช้เทคโนโลยีนั้นต้องเกิดจากความร่วมมือภายในองค์กรหรือระบบสังคมด้วย Cambel ได้ศึกษาการเปลี่ยนแปลงการใช้นวัตกรรมของครู โดยมีครูจาก 5 โรงเรียนเข้าร่วมในโครงการนี้ ผลการศึกษาพบว่า สิ่งที่สนับสนุนให้ครูใช้เทคโนโลยีโทรคมนาคม คือต้องให้การสนับสนุนแก่ครู โดยจะต้องมีการวางแผนและการอบรมการให้ข้อมูลความรู้ และการสนับสนุนทางด้านเทคนิค การสนับสนุนจากผู้บริหาร การบูรณาการโทรคมนาคมให้เข้าไปในหลักสูตร การร่วมมือกันด้านอุปกรณ์ เครื่องมือระหว่างเพื่อครู และการให้คำแนะนำปรึกษา นอกจากนี้แล้ว ผู้นำและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการ

ตัดสินใจด้านนวัตกรรมจะต้องให้ความสำคัญที่การอบรมครู และการสนับสนุน การวางแผนระยะยาว การวางหลักสูตรที่จะให้นักเรียนเป็นส่วนหนึ่งในการเรียนการสอน รวมทั้งด้านเครื่องมือที่ต้องมีประสิทธิภาพด้วย

Wesley (1997) ได้ศึกษาเพื่อสร้างความเข้าใจต่อการยอมรับการใช้คอมพิวเตอร์ในห้องเรียนของครู ผลการวิจัยจากการศึกษาทั้งวิธีการปริมาณและคุณภาพ พบว่าเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับ มีความสัมพันธ์ลึบซับซ้อนกับพฤติกรรมครู ดังนี้ 1. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม 2. การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างกลยุทธ์ขององค์การ 3. การอบรมครู 4. วัฒนธรรมของโรงเรียน และ 5. ความซับซ้อนของนวัตกรรม นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังได้ระบุอีกว่า ผู้นำควรจะมีการสนับสนุนต่อนิสัยการยอมรับของแต่ละบุคคล และจัดกิจกรรมระดับสถาบันเพื่อให้ครูมีการบูรณาการด้วยตัวของเขาเองในการใช้เทคโนโลยีกับการปฏิบัติการสอนของครู

จากงานวิจัยดังกล่าวมาแล้วนั้น จะเห็นว่า ระบบสังคม ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมขององค์การ นโยบายขององค์การ หรือผู้นำของระบบสังคม ขององค์การนั้น มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมของบุคคล ดังนั้นการศึกษากระบวนการยอมรับ จึงควรศึกษาสภาพแวดล้อมตัวบุคคลนั้นด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์และมองภาพรวมได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

3.5.5 การยอมรับนวัตกรรมกับทัศนคติ

ทัศนคติ (attitude) เป็นสภาวะความพร้อมทางจิต ซึ่งเกิดขึ้นจากประสบการณ์สภาวะความพร้อมนี้จะเป็นตัวกำหนดทิศทาง หรือเป็นตัวกระตุ้นปฏิกิริยาตอบสนอง ของบุคคลต่อสิ่งต่าง ๆ หรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง (Allport, 1935 อ้างถึงใน จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์, 2535)

ส่วน Katz (1960) ได้ให้คำจำกัดความทัศนคติในลักษณะที่คล้ายคลึงกันและขยายความให้ชัดเจนขึ้น ดังนี้ ทัศนคติเป็นสิ่งจูงใจให้บุคคลประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่งในรูปแบบของความชอบ หรือไม่ชอบ ทัศนคติจะรวมความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ และความรู้หรือความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งนั้น คุณลักษณะของมันและส่วนที่สัมพันธ์กับสิ่งอื่น (Katz, 1960 อ้างถึงใน จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์, 2538)

กระบวนการเปลี่ยนทัศนคติ (process of attitude change)

McGuire (1969) ได้อธิบายกระบวนการเปลี่ยนทัศนคติซึ่งมีอยู่ 5 ขั้นตอน และ Triandis (1971) ได้เพิ่มเติมรายละเอียดโดยยกตัวอย่างงานวิจัยที่สนับสนุนข้อเท็จจริงของ McGuire และบ่งชี้ตัวแปรที่กำหนดการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาในแต่ละขั้นตอน (จิตวิทยา วงศ์สวัสดิวัฒน์, 2538: 227-230) ดังนี้

1. ความใส่ใจ (attention) ความใส่ใจข่าวสารหรือข้อมูลใหม่ ปัญหาสำคัญของขั้นตอนนี้คือความสนใจในการเลือกรับรู้ ซึ่งขึ้นอยู่กับแหล่งที่มาและเนื้อหาของข่าวสาร (source and message) ผู้ให้ข่าวหรือผู้นำการเปลี่ยนแปลง (change agents) ที่มีความเชี่ยวชาญน่าเชื่อถือ มีความเข้าใจและมีมนุษยสัมพันธ์ จะทำให้ผู้รับเกิดความสนใจสิ่งที่เขานำมามากกว่าผู้ให้ที่ไม่มีลักษณะดังกล่าว

2. ความเข้าใจ (comprehensive) ช่วงตอนนี้สำคัญสำหรับกระบวนการเปลี่ยนทัศนคติ เพราะถ้าผู้รับไม่สามารถทำความเข้าใจกับข้อมูลใหม่ได้หรือเข้าใจข้อมูลผิด การเปลี่ยนทัศนคติย่อมจะไม่เป็นไปในทิศทางที่ปรารถนา แต่การที่จะให้ผู้รับเข้าใจสิ่งใหม่ได้อย่างถูกต้อง บางครั้งก็ไม่ใช่ว่าเรื่องง่าย มีปัจจัยหลายอย่างเกี่ยวข้อง เป็นต้นว่า ระดับความสามารถของผู้รับ ความยากง่ายของเรื่อง ความเข้าใจในเนื้อหาและความสามารถในการอธิบายของผู้นำมา ความเหมาะสมของวิธีการถ่ายทอดข้อมูล ตลอดจนความสัมพันธ์ของสิ่งเหล่านี้ Triandis (1971) ได้กล่าวถึงปัจจัยดังกล่าว ในขั้นตอนนี้จะช่วยให้ผู้รับเข้าใจข้อมูลง่ายขึ้น ดังนี้

แหล่งข้อมูล (source factors) ถ้าผู้ให้ข้อมูลรู้จักผู้รับดี ทราบถึงความต้องการ ระดับความสามารถย่อมจะจัดข้อมูลได้ตรงกับความต้องการและมีความยากง่ายพอเหมาะกับ ผู้รับ ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจง่ายขึ้น

ตัวข้อมูล (message factors) ถ้าข้อมูลมีความชัดเจนและไม่ยากเกินไป สำหรับผู้รับ อีกทั้งผู้ให้ได้จัดเรียงลำดับเนื้อหาดี มีการแจ่มแจ้งในรูปแบบที่ง่ายต่อความเข้าใจ ผู้รับไม่ต้องใช้ความพยายามมากนักก็สามารถทำความเข้าใจได้ ก็จะไม่เกิดความเบื่อหน่ายและอยากศึกษาเพิ่มเติม

การส่งข้อมูล (channel factors) ถ้าผู้รับมีโอกาสซักถาม และผู้ให้ได้แจ่มแจ้ง อธิบายสิ่งที่ผู้รับข้องใจ ย่อมจะช่วยให้เข้าใจดีกว่าการส่งข้อมูลทางสื่อมวลชน

ผู้รับ (audience factors) ผู้รับที่มีลักษณะต่อต้าน มีความเชื่อมั่นตนเองสูง หรือมีอคติในเรื่องนั้นมักจะไม่ยอมรับฟัง หรือยอมทำความเข้าใจ เพราะเชื่อว่าตนรู้เรื่องนั้นดีแล้ว

ในทางตรงกันข้าม ผู้รับที่มีระดับความสามารถต่ำและข้อมูลมีความยุ่งยากซับซ้อน ก็จะหลีกเลี่ยงนี้ ไม่ยอมรับฟังเช่นกัน เพราะเชื่อว่าตนไม่สามารถจะทำความเข้าใจได้ ในสังคมหนึ่ง ๆ ย่อมมีกลุ่มบุคคลหลายลักษณะแตกต่างกัน การจัดข้อมูล วิธีการส่งข้อมูลต้องคำนึงถึงคุณลักษณะของผู้รับในแต่ละกลุ่มเป็นสำคัญ

3. การยอมรับ (yielding)

4. ความจำ (retention) เมื่อมีการยอมรับสิ่งใหม่และมีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเกิดขึ้น ปัญหาที่ตามมาคือ ความคงอยู่ของทัศนคติใหม่ นั่นคือบุคคลจะจำไว้ได้นานเท่าใด

5. การกระทำ (action) เป็นขั้นตอนที่นำสิ่งใหม่ไปปฏิบัติจริง อาจมีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างถาวรเกิดขึ้น ถ้าผู้รับประเมินแล้วผลลัพธ์เป็นไปตามความคาดหมาย หรือทัศนคติอาจไม่ได้รับการสนับสนุนให้คงอยู่ ถ้าผลที่เกิดจากการกระทำเป็นไปตามทิศทางเดิม

สรุป ขั้นตอนของการเกิด และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ตามที่กล่าวมานั้นเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นกับบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ อยู่เสมอ เมื่อมีนวัตกรรมใหม่ หรือความคิดใหม่เกิดขึ้นในสังคม ทัศนคติเป็นการประเมินของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในรูปแบบของความรู้สึกชอบไม่ชอบ และทัศนคติของบุคคลมีส่วนเกี่ยวข้องต่อการที่บุคคลจะยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งนั้น

จากงานวิจัยของ Wheeler (1996) พบว่า กลุ่มผู้ยอมรับก่อนผู้อื่น (early adopter) ของนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตมีทัศนคติต่อการใช้ในด้านบวกมาก และ Gbomita (1994) พบว่า ครูด้าน Business Education ที่ Pennsylvania ที่ใช้ไมโครคอมพิวเตอร์เป็นสื่อการเรียนการสอน มีทัศนคติด้านบวกต่อการใช้ไมโครคอมพิวเตอร์ในห้องเรียน ส่วน Gunter (1994) ได้ศึกษาทัศนคติของนักศึกษาสายการศึกษารัฐกิจและอุตสาหกรรมที่มีต่อการเรียนและการทำงานกับคอมพิวเตอร์ Gunter พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญของทัศนคติของนักศึกษาแต่ละกลุ่ม โดยนักศึกษาสายการศึกษามีทัศนคติด้านบวก มีความกังวลต่ำ มีความมั่นใจสูงและคิดว่าคอมพิวเตอร์มีประโยชน์สูงกว่านักศึกษาสายธุรกิจและอุตสาหกรรม และยังพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญระหว่างทัศนคติของนักศึกษา กับตัวแปรคัตสรร ซึ่งได้แก่ 1. การใช้คอมพิวเตอร์ที่บ้าน 2. ระดับประสบการณ์ด้านคอมพิวเตอร์ 3. อายุของนักศึกษา และ 4. สาขาการเรียนของนักศึกษา และ Riggs (1994) พบว่าการมีทัศนคติด้านบวกต่อเทคโนโลยี มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริหารโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา

อย่างไรก็ตาม ผลจากงานวิจัยก็ไม่ได้ยืนยันว่า การมีทัศนคติที่ดีนั้นจะมีผลโดยตรงต่อการยอมรับเสมอไป ดังที่ Kiesler ให้ข้อคิดว่าการยอมรับอาจเกิดจากการทำไปเพื่อประโยชน์อย่างอื่นก็ได้ แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมการยอมรับนวัตกรรมของบุคคลนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับทัศนคติแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น ดังงานวิจัยของ Gunter ที่พบตัวแปรคัดสรรที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้วย ดังนั้นการให้ทัศนคติในการทำนายพฤติกรรมการยอมรับนวัตกรรมของบุคคล จึงควรต้องพิจารณาตัวแปรด้านอื่น ๆ ด้วย

3.6 ประเภทของช่องทางในการเผยแพร่ นวัตกรรม

ชรัมม์ (Schramm 1964) ชี้ให้เห็นว่า มีภารกิจบางอย่างที่ช่องทางชนิดหนึ่ง ทำได้ดีกว่าช่องทางอีกชนิดหนึ่ง ด้วยเหตุนี้ถ้ามีการใช้ช่องทางทุกประเภทพร้อมกันก็จะให้ประโยชน์มากที่สุด

นักวิจัยแบ่งช่องทางออกเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้สองประเภท คือ ช่องทางที่เป็นสื่อมวลชน หรือช่องทางที่เป็นสื่อระหว่างบุคคล และช่องทางที่มาจากแหล่งภายนอก หรือช่องทางที่มาจากแหล่งภายในของระบบสังคม

ผลการวิจัยที่ผ่านมาชี้ให้เห็นว่า ช่องสารเหล่านี้

1. มีบทบาทไม่เหมือนกันในการให้ความรู้ หรือในการจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่เกี่ยวกับนวัตกรรม
2. มีบทบาทไม่เหมือนกันสำหรับผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า และผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า
3. บทบาทของสื่อมวลชนและสื่อระหว่างบุคคล ในการเผยแพร่ นวัตกรรมในประเทศด้อยพัฒนาแตกต่างจากบทบาทของสื่อมวลชนและสื่อระหว่างบุคคลในการเผยแพร่ นวัตกรรมในประเทศที่พัฒนาแล้ว
4. บทบาทของสื่อจากภายนอก และจากภายในสังคมในการเผยแพร่ นวัตกรรมในประเทศด้อยพัฒนา แตกต่างจากบทบาทของสื่อจากภายนอกและจากภายในสังคมในการเผยแพร่ นวัตกรรมในประเทศที่พัฒนาแล้ว

ช่องทางที่มาจากแหล่งภายนอก และช่องทางที่มาจากแหล่งภายในของระบบสังคม อาจเป็นช่องทางที่เป็นสื่อมวลชนหรือช่องทางที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลก็ได้ เพราะฉะนั้นเราจะพิจารณาลักษณะของช่องทางที่เป็นสื่อมวลชนและสื่อระหว่างบุคคลดังต่อไปนี้

1. ช่องสารที่เป็นสื่อมวลชน คือ ช่องสารที่สามารถทำให้แหล่งสารที่ประกอบด้วยบุคคลคนหนึ่ง หรือบุคคลจำนวนไม่มากสามารถส่งสารไปยังผู้รับเป้าหมายจำนวนมาก ๆ ได้ ช่องสารที่เป็นสื่อมวลชนก็ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น ช่องสารที่เป็นสื่อมวลชนมีลักษณะเป็นกลางหรือตัวเชื่อมระหว่างแหล่งสารและกลุ่มชนเป้าหมาย

ช่องสารที่เป็นสื่อมวลชนสามารถปฏิบัติภารกิจต่าง ๆ ต่อไปนี้ได้ดี คือ

- 1.1 สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก ๆ ได้ในเวลาอันรวดเร็ว
- 1.2 สามารถให้ความรู้และข่าวสารได้ดี
- 1.3 สามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่พึงปรารถนา

2. ช่องสารที่เป็นสื่อระหว่างบุคคล คือ ช่องสารที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบตัวระหว่างบุคคลสองคน หรือมากกว่าสองคนขึ้นไป ช่องสารแบบนี้ มีประสิทธิภาพมากกว่าช่องสารมวลชนในการจูงใจผู้รับสารที่มีความเฉยเมย หรือมีปฏิกิริยาต่อต้านสารที่ผู้ส่งสารส่ง

ช่องสารที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลสามารถปฏิบัติภารกิจต่าง ๆ ต่อไปนี้ได้ดี คือ

2.1 สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบสองทาง ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจสารก็สามารถไต่ถาม หรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากแหล่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ส่งออกไปให้เข้ากับความต้องการ และความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นเดียวกัน การที่ช่องสารที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลมีระดับของปฏิกิริยาตอบสนองสูงทำให้สามารถลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร (Selective Exposure) การเลือกแปลหรือตีความสาร (Selective Perception) และการเลือกจำสาร (Selective Retention) ได้

2.2 สามารถจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่พึงปรารถนาเราอาจเปรียบเทียบลักษณะที่แตกต่างกันระหว่างช่องสารที่เป็นสื่อมวลชนและช่องสารที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3

เปรียบเทียบลักษณะที่ต่างกันระหว่างสื่อมวลชนและสื่อระหว่างบุคคล

ลักษณะ	ช่องสารระหว่างบุคคล	ช่องสารสื่อมวลชน
- การไหลของข่าวสาร เอกทิศทาง	มีแนวโน้มที่จะเป็นแบบบุคคลวิถี	มีแนวโน้มที่จะเป็นแบบ
- ลักษณะของการสื่อสาร ต่อตัว	มีลักษณะแบบตัวต่อตัว	ไม่มีลักษณะแบบตัว
- ปริมาณของปฏิกิริยาตอบสนอง ในขณะที่ทำการสื่อสาร	สูง	ต่ำ
- ความสามารถในการลดกระบวนการ การเลือกทางจิตวิทยาโดยเฉพาะ อย่างยิ่งการเลือกรับสาร	สูง	ต่ำ
- ความเร็วในการส่งสารไปยังผู้รับ สารจำนวนมาก	ค่อนข้างช้า	ค่อนข้างเร็ว
- ผลที่อาจเกิดขึ้น ความรู้	การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ	การเปลี่ยนแปลง

การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ผู้ส่งสารจะต้องเลือกช่องสารโดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร เพื่อให้ความรู้หรือเพื่อจูงใจ เนื้อหาของสารและลักษณะของผู้รับสาร

อย่างไร ก็ดี การใช้ช่องสารทุกประเภทพร้อมกัน หรือการรวมช่องสารสื่อมวลชนและช่องสารสื่อระหว่างบุคคลเข้าด้วยกัน เป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพที่สุดในการเข้าถึง และจูงใจประชาชนเป้าหมาย ให้ยอมรับนวัตกรรม การนำสื่อมวลชนมาใช้ร่วมกับสื่อระหว่างบุคคลเรียกว่า กลุ่มที่เปิดรับสื่อ กลุ่มที่เปิดรับสื่อเกิดขึ้นเป็นครั้งแรกในชุมชนเกษตรกรรมในประเทศแคนาดา ต่อมาได้แพร่หลายไปยังประเทศด้วยพัฒนาต่าง ๆ เช่น อินเดีย ไนจีเรีย กานา มาลาวี และบราซิล กลุ่มที่เปิดรับสื่อเป็นการรวมตัวกันของประชาชนเข้าเป็นกลุ่มเล็ก ๆ ปกติมีจำนวนประมาณ 15-20 คน ที่มีการพบปะกันเป็นประจำ เพื่อรับรายการจากสื่อมวลชนและอภิปรายเกี่ยวกับเนื้อหาในรายการนั้น สื่อมวลชนที่ใช้ในกลุ่มที่เปิดรับสื่ออาจจะเป็นวิทยุกระจายเสียง สื่อสิ่งพิมพ์ หรือวิทยุโทรทัศน์ ก็ได้

กลุ่มที่เปิดรับสื่อเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพในการให้ความรู้ เปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม อย่างไรก็ดี ผลงานวิจัยที่แสดงถึงประสิทธิภาพของกลุ่มที่เปิดรับสื่อมีน้อยมาก ผลงานวิจัยที่ปรากฏ คือ ผลงานของนิวราธ (Neurath) ซึ่งเป็นการทดลองภาคสนามเกี่ยวกับกลุ่มที่เปิดรับวิทยุในประเทศอินเดีย นิวราธ วางแผนการวิจัยเพื่อเปรียบเทียบระดับความรู้ของชาวนาที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้าน 3 แบบ ในอินเดีย คือชาวนาที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านที่มีกลุ่มที่เปิดรับวิทยุกระจายเสียง ชาวนาที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านที่มีวิทยุกระจายเสียงแต่ไม่มีกลุ่มที่เปิดรับวิทยุกระจายเสียงและชาวนาที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านที่ไม่มีทั้งวิทยุกระจายเสียง และกลุ่มที่เปิดรับวิทยุกระจายเสียง ผลการวิจัย ปรากฏว่า ชาวนาที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านที่มีกลุ่มที่เปิดรับวิทยุกระจายเสียงได้รับความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมเพิ่มขึ้นมากกว่าชาวนาที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านที่ไม่มีทั้งวิทยุกระจายเสียง และไม่มีกลุ่มที่เปิดรับวิทยุกระจายเสียง ส่วนในหมู่บ้านที่มีวิทยุกระจายเสียง แต่ไม่มีกลุ่มที่เปิดรับวิทยุกระจายเสียง ชาวนามีความรู้เพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

เมนเฟีย (Menefee, 1967) ศึกษาพบว่า หนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ของท้องถิ่นมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นมากในการให้ความรู้ทางการเมือง เมื่อมีการอ่านหนังสือพิมพ์และอภิปรายเกี่ยวกับเนื้อหาที่อ่านในรูปแบบของกลุ่มที่เปิดรับสื่อ ผลการวิจัยเหล่านี้ทำให้สามารถกล่าวสรุปเป็นข้อสรุปได้ว่า "ช่องสารมวลชนต่าง ๆ จะมีประสิทธิภาพมากขึ้น ถ้าใช้ช่องสารเหล่านั้นควบคู่กับช่องสารสื่อระหว่างบุคคลในรูปแบบของกลุ่มที่เปิดรับสื่อ"

จากที่กล่าวแล้ว จะเห็นได้ว่า กลุ่มที่เปิดรับสื่อมีประสิทธิภาพในการเผยแพร่ นวัตกรรมมากกว่าช่องสารสื่อมวลชน หรือช่องสารสื่อระหว่างบุคคล ช่องสารแต่ละประเภทต่างมีข้อดีและข้อเสียในตัวของมันเอง แต่ถ้าเราใช้ช่องสารหลายประเภทควบคู่กันไป ข้อดีของช่องสารประเภทหนึ่งก็จะช่วยแก้ไขข้อเสียของช่องสารอีกประเภทหนึ่ง ทำให้ผู้นำการเปลี่ยนแปลงสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากขึ้น สามารถจูงใจกลุ่มเป้าหมายให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับนวัตกรรมได้ดีขึ้น

3.7 ประสิทธิภาพของช่องสารในการเผยแพร่ นวัตกรรม

1. การเปรียบเทียบระหว่างช่องสารสื่อมวลชนและช่องสารสื่อระหว่างบุคคล

เราอาจเปรียบเทียบระหว่างประสิทธิภาพของช่องสารสื่อมวลชน และประสิทธิภาพของช่องสารสื่อระหว่างบุคคล โดยพิจารณาตามชั้นต่าง ๆ ในกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม โดยกล่าวเป็นข้อสรุปได้ดังนี้ ช่องสารสื่อมวลชนมีความสำคัญมากกว่าในชั้นความรู้ ส่วนช่องสารสื่อระหว่างบุคคลมีความสำคัญมากกว่าในชั้นสูงใจในกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม

ผลการวิจัยจำนวนไม่น้อยที่แสดงให้เห็นว่า ช่องสารสื่อมวลชนและช่องสารสื่อระหว่างบุคคลมีบทบาทแตกต่างกันไปตามชั้นต่าง ๆ ของกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม คอปป์ (Copp) และคณะ ศึกษาชาวานาจำนวน 175 คนในรัฐเอนซิลเวเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา และพบว่า ช่องสารสื่อระหว่างบุคคลมีความสำคัญในชั้นสูงใจมากกว่าในชั้นความรู้ และ "ลำดับเวลาเข้ามาเกี่ยวข้องในการสื่อสารการเกษตร คือ สารถูกส่งผ่านสื่อมวลชนเพื่อก่อให้เกิดการตื่นตัว หลังจากนั้นที่ถูกส่งไปให้กลุ่มและบุคคลแต่ละคนในที่สุด ชาวานาที่ไม่ได้รับสารตามลำดับชั้นจะยอมรับนวัตกรรมช้ากว่าชาวานาที่ได้รับสารตามลำดับชั้นแบบนี้ ซิลล์ (Sill) ถูกต้องตามลำดับเวลาที่เหมาะสม โดยเริ่มด้วยช่องสารสื่อมวลชนก่อนแล้วค่อยใช้ช่องสารสื่อระหว่างบุคคลทีหลัง

เพราะฉะนั้น จะเห็นว่าสื่อมวลชนมีความสำคัญที่สุดในการให้ความรู้และสื่อระหว่างบุคคลมีความสำคัญที่สุดในการสูงใจ การใช้ช่องสารที่ไม่เหมาะสมกับชั้นต่าง ๆ ในกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม จะมีผลให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมช้า

บีล (Beal) และ โรเจอร์ส ศึกษาการยอมรับยาฉีดกำจัดหนู 2,4D โดยชาวานาจำนวน 148 คนในรัฐไอโอวา ประเทศสหรัฐอเมริกา และพบความสำคัญของช่องสารสื่อมวลชน และช่องสารสื่อระหว่างบุคคลในแต่ละชั้นของกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม ชาวานาที่เอ่ยถึงความสำคัญของช่องสารสื่อระหว่างบุคคลเพิ่มจากร้อยละ 37 ในชั้นความรู้มาเป็นร้อยละ 63 ในชั้นตัดสินใจ แต่ช่องสารสื่อมวลชน เช่น นิตยสารการเกษตรและสลาทติกาขณะใส่สินค้ามีความสำคัญมากกว่าช่องสารสื่อระหว่างบุคคลในชั้นความรู้

การวิจัยต่าง ๆ ที่ยกมากล่าวเพื่อสนับสนุนข้อสรุปนี้ ล้วนแต่เป็นการวิจัยในสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นประเทศที่มีการใช้สื่อมวลชนเข้าถึง ดังที่ ดอยซ์แมนน์ (Deaktschmann) และ ฟอลส์บอร์ดา (Fals Borda) พบว่า ชาวานาในประเทศโคลัมเบียใช้ช่องสารสื่อระหว่างบุคคลอย่างกว้างขวาง ในทุกชั้นของกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม รวมทั้งในชั้นความรู้ด้วย ในการศึกษาการเผยแพร่การเกษตรในหมู่บ้านของประเทศบังกลาเทศ ราฮิม (Rahim) พบว่า

เกษตรกรเกือบไม่กล่าวถึงบทบาทของช่องสารสื่อมวลชนในการให้ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมเลย แต่ช่องสารสื่อระหว่างบุคคลจากภายนอกระบบสังคมมีความสำคัญอย่างมากในการให้ความรู้ และ "ดูเหมือนว่าช่องสารสื่อระหว่างบุคคลจะแสดงบทบาทอย่างเดียวกับช่องสารสื่อมวลชนในประเทศที่พัฒนาแล้ว

แม้ว่า สื่อมวลชนจะมีความสำคัญมากกว่าในชั้นความรู้ เมื่อเปรียบเทียบกับชั้นอื่น ๆ ในกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมทั้งในประเทศที่พัฒนาแล้วและประเทศด้อยพัฒนา แต่จะเห็นว่าประเทศที่พัฒนาแล้วมีระดับการใช้สื่อมวลชนสูงกว่าในประเทศด้อยพัฒนา การที่ประเทศด้อยพัฒนามีระดับการใช้สื่อมวลชนต่ำ อาจเป็นเพราะ

1. มีสื่อมวลชนเข้าถึงประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกรน้อย
2. มีระดับการศึกษา และระดับการอ่านออกเขียนได้ต่ำ
3. สารที่อยู่ในสื่อมวลชนไม่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของประชาชน

ข้อมูลเหล่านี้ แสดงให้เห็นว่าช่องสารสื่อมวลชนมีบทบาทมากที่สุด ในชั้นความรู้ และมีความสำคัญต่อกลุ่มเป้าหมายในประเทศที่พัฒนามากกว่า มากกว่าในประเทศที่พัฒนาน้อยกว่า ช่องสารสื่อระหว่างบุคคลจากภายนอกระบบสังคม มีความสำคัญในประเทศที่พัฒนาน้อย มากกว่าในประเทศที่พัฒนามากกว่า ในชั้นความรู้ข้อมูลเหล่านี้ อาจแสดงให้เห็นว่า บทบาทของช่องสารสื่อมวลชนในการก่อให้เกิดการตื่นตัวในความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมในประเทศที่พัฒนามากกว่า นั้น สำหรับในประเทศที่พัฒนาน้อยกว่าแล้ว ส่วนหนึ่งของบทบาทเช่นนั้นของช่องสารสื่อมวลชน จะถูกแทนที่โดยช่องสารสื่อระหว่างบุคคลจากภายนอกระบบสังคม

2. การเปรียบเทียบระหว่างช่องสารภายนอกและช่องสารภายในระบบสังคม

เราอาจเปรียบเทียบระหว่าง ประสิทธิภาพของช่องสารภายนอกและช่องสารภายในระบบสังคม โดยพิจารณาตามชั้นต่าง ๆ ของกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม โดยกล่าวเป็นข้อสรุปได้ดังนี้ "ช่องสารภายนอกมีความสำคัญมากกว่าในชั้นความรู้ ส่วนช่องสารภายในมีความสำคัญมากกว่าในชั้นสนใจในกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม"

มีข้อน่าสังเกตว่า ไม่เพียงแต่บุคคลเท่านั้น ที่มีลักษณะสากลและลักษณะท้องถิ่น ช่องสารก็มีลักษณะสากลและลักษณะท้องถิ่นด้วย ช่องสารภายนอกคือ ช่องสารที่มาจากภายนอกระบบสังคม ส่วนช่องสารภายใน คือ ช่องสารที่นำนวัตกรรมไปสู่กลุ่มเป้าหมายจากภายในระบบสังคม มีข้อน่าสังเกตอีกว่า ช่องสารสื่อระหว่างบุคคลอาจเป็นช่องสารภายใน หรือช่องสารจากภายนอกระบบสังคมก็ได้ แต่ช่องสารสื่อมวลชนส่วนใหญ่จะเป็นช่องสารภายนอก

ทั้งในประเทศที่พัฒนามากกว่าและประเทศที่พัฒนาน้อยกว่าที่สนับสนุนข้อสรุป ถ้าเรา รวมของสารสื่อมวลชนกับของสารสื่อระหว่างบุคคลจากภายนอกระบบสังคม เข้าเป็นประเภท ของสารจากภายนอกระบบสังคมแล้ว จะเห็นได้ว่า ประเทศที่พัฒนามากกว่ามีอัตราส่วนของ การใช้ของสารทุกประเภทจากภายนอกระบบสังคม เท่ากับร้อยละ 81 ในชั้นความรู้ ร้อยละ 58 ใน ชั้นจิตใจ ส่วนประเทศที่ด้อยพัฒนามกว่ามีอัตราส่วนของการใช้ของสารทุกประเภทจากภายนอก ระบบสังคมเท่ากับร้อยละ 74 ในชั้นความรู้และร้อยละ 34 ในชั้นจิตใจ ข้อมูลเหล่านี้ น่าจะแสดง ให้เห็นว่า ในขณะที่ของสารสื่อมวลชนในประเทศที่พัฒนามากกว่า มีบทบาทในการเผยแพร่ ความรู้และทำให้เกิดการตื่นตัวในนวัตกรรม ในประเทศที่พัฒนาน้อยกว่าของสารสื่อมวลชนอาจมี บทบาทเช่นนี้น้อยลง ทั้งนี้เนื่องจากถูกของสารสื่อระหว่างบุคคลจากภายนอกระบบสังคมเข้าไป มีบทบาทแทนในบางส่วน ของสารสื่อระหว่างบุคคลจากภายนอกระบบสังคมก็เช่น ผู้นำ การเปลี่ยนแปลง การเดินทางออกนอกระบบสังคม หรือแยกจากภายนอกระบบสังคมที่เดินทาง มาเยี่ยม เป็นต้น

3. ประสิทธิภาพของของสารโดยพิจารณาจากประเภทของผู้ยอมรับนวัตกรรม

เราได้อธิบายประสิทธิภาพของของสาร ในการเผยแพร่ นวัตกรรมโดยพิจารณาจาก ชั้นต่าง ๆ ในกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมไปแล้ว แต่ยังไม่ได้พิจารณาประเภทของ ผู้ยอมรับนวัตกรรม ซึ่งมักใช้ของสารประเภทต่าง ๆ แตกต่างกันไป เราอาจเปรียบเทียบความสำคัญ หรือประสิทธิภาพของของสารสื่อมวลชนและของสารสื่อระหว่างบุคคลที่มีความสำคัญหรือ ประสิทธิภาพของของสารสื่อมวลชนและของสารสื่อระหว่างบุคคลที่มีต่อผู้ยอมรับนวัตกรรม ประเภทต่าง ๆ โดยกล่าวเป็นข้อสรุปได้ดังนี้ "ของสารสื่อมวลชนมีความสำคัญมากกว่าของสาร สื่อระหว่างบุคคลสำหรับผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า"

ถ้าเปรียบเทียบระหว่างผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า และผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า จะเห็น ว่า ข้อสรุปข้อนี้ฟังดูแล้วสมเหตุสมผล ทั้งนี้เพราะขณะที่ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่าคนอื่น ๆ พวกเขาของใหม่ยอมรับนวัตกรรมนั้น ยังไม่มีใครในระบบสังคมที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับนวัตกรรม แต่ สำหรับผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่าไม่จำเป็นต้องอาศัยสื่อมวลชนมากนัก ทั้งนี้เพราะในขณะที่ ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่าตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมนั้น มีบุคคลจำนวนไม่น้อยในระบบสังคมที่มี ประสบการณ์เกี่ยวกับนวัตกรรมที่จะให้ความรู้ ให้ข้อคิด และช่วยในการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม นอกจากนี้ยังอาจเป็นไปได้ที่อิทธิพลสื่อระหว่างบุคคล ที่เกิดจากการสื่อสารแบบตัวต่อตัวไม่มี

อิทธิพลมากนัก ในการกระตุ้นให้ผู้ยอมรับนวัตกรรมประเภทพวกชอบของใหม่ให้ตัดสินใจด้านบวกเกี่ยวกับนวัตกรรม เราเคยกล่าวมาแล้วว่า ลักษณะประจำตัวของพวกชอบของใหม่ คือ การชอบเสี่ยงภัย และสิ่งเร้าที่มาจากสารในสื่อมวลชน ก็พอเพียงที่จะทำให้พวกยอมรับนวัตกรรมเรียกว่ายอมรับนวัตกรรมนั้น แต่สำหรับผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า มีความจำเป็นต้องมีสิ่งเร้า ที่มีอิทธิพลมากกว่าสิ่งเร้าที่มาจากสื่อมวลชน นั่นก็คือ สิ่งเร้าที่มาจากช่องสารสื่อระหว่างบุคคล

ผลงานวิจัยจำนวนมาก ทั้งในประเทศที่พัฒนาน้อยกว่า และประเทศที่พัฒนามากกว่าที่สนับสนุนข้อสรุปที่กล่าวมานั้น และภาพที่ 2.3 ซึ่งมาจากข้อมูลการวิจัยของ บิล และ โรเจอร์ส แสดงให้เห็นถึงข้อสรุปที่กล่าวมาแล้วเช่นกัน และด้วยเหตุผลคล้าย ๆ กัน อาจกล่าวสรุปเป็นข้อสรุปได้ดังนี้ “ช่องสารจากภายนอกระบบสังคมมีความสำคัญมากกว่าช่องสารจากภายในระบบสังคม สำหรับผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า”

นวัตกรรมที่เผยแพร่เข้าสู่ระบบสังคม โดยแหล่งจากภายนอกระบบสังคมเพราะฉะนั้นผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่าคนอื่น ๆ จึงมีแนวโน้มที่ต้องอาศัยช่องสารจากภายนอกระบบสังคม แต่เมื่อมีการยอมรับนวัตกรรมแล้ว ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่าคนอื่น ๆ ก็จะทำหน้าที่เป็นช่องสารภายในระบบสังคมสำหรับผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า

ในการเผยแพร่ นวัตกรรม จะมีการวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ ที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมมากมายที่สามารถสรุปได้ว่า สื่อบุคคลมีอิทธิพลมากที่สุดในการยอมรับนวัตกรรมในสาขาต่าง ๆ เช่น อัจฉรา ธวัชวิบูลย์ (2523) ทำการศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารเรื่องการทำหมันชาย พบว่า สื่อบุคคลมีบทบาทในการจูงใจให้ผู้ชายมารับบริการทำหมันได้ซึ่งตรงกับการวิจัยของ ยุพดี ชัยภักดิ์ (2523) การศึกษายอมรับฝ่ายพันธุ์ใหม่ และพรพิมล วรดิถ (2524) ศึกษาการยอมรับการปลูกกาแฟในจังหวัดชุมพร ก็ได้ผลตรงกันว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมน้อยที่สุดสื่อบุคคลมีอิทธิพลมากที่สุด

การวิจัยในช่วงระยะต่อมา จะทำการศึกษาลึกลงไปถึงการเปิดรับสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ ว่ามีผลต่อประชากรกลุ่มเป้าหมายในประเด็นกว้าง ๆ ทั่วไป จนถึงระดับลึกไปถึงนวัตกรรมเฉพาะเรื่อง ที่มีผลต่อระดับความรู้ความเข้าใจ หักศนคติและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ดังต่อไปนี้

มาลี บุญศิริพันธ์ (2528) ศึกษาการใช้สื่อมวลชนของประชาชนในหมู่บ้านชนบทภาคเหนือของประเทศไทย จังหวัดลำปาง เพื่อหาความสัมพันธ์กับการพัฒนาชนบทไทย ในแง่ของความเป็นคนทันสมัยในด้านความคิด โลกทัศน์ ความเข้าใจในบทบาทของบุคคลอื่นในชุมชน รวมถึงการรู้จักและเข้าใจสภาพปัญหาและสถานการณ์ใด ๆ ที่เกิดขึ้นนอกชุมชน พบว่าสื่อมวลชนมีบทบาทต่อการพัฒนาความคิดของชาวชนบท สามารถกระตุ้นให้เกิดทัศนคติและโลกทัศน์ที่กว้างขวางนั้น ระดับการพัฒนาความคิดขึ้นอยู่กับระดับการใช้สื่อมวลชนของผู้รับสาร ด้วยการศึกษา และฐานะทางเศรษฐกิจเป็นตัวแปรสำคัญในการเข้าถึง และการใช้สื่อมวลชน แต่สภาพแวดล้อมประเภท การใช้สื่อมวลชนน้อยมีส่วนกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติและความพร้อมทางสาธารณูปโภค ก็มีผลทำให้เกิดข้อจำกัดในการใช้สื่อบ้างพัฒนาความคิดให้ทันสมัยนั้นได้ แต่บางส่วนจะยังไม่มีผลทางการปฏิบัติอย่างจริงจังจนกว่าจะเห็นตัวอย่าง ซึ่งได้ทดลองพิสูจน์แล้ว

สำหรับผู้รับสารที่มีระดับการศึกษาสูง จะมีแนวโน้มในการใช้สื่อสารมวลชนมากกว่า ยกเว้นสื่อวิทยุที่ชาวชนบททุกระดับการศึกษาใช้สื่อวิทยุทุกวันอยู่แล้วเพราะเข้าถึงชาวบ้านได้ ทุกครัวเรือน โดยไม่ต้องอาศัยทักษะพิเศษใด ๆ ส่วนการใช้สื่อมวลชนที่ต้องอาศัยทักษะในการอ่าน เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร การศึกษาก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้มีการเปิดรับสารได้บ่อยกว่าผู้มีการศึกษาต่ำ เพราะผู้มีการศึกษาจะมีความสนใจในการใช้สื่อมวลชน (หมายถึง การเลือกฟัง อ่าน ชม สื่อมวลชน) เพื่อแสวงหาความรู้รอบตัว และมีความเข้าใจแสวงหาช่องทางสื่อสารข้อมูลได้ดีกว่าผู้มีการศึกษาต่ำ โดยผู้ใช้สื่อมวลชนบ่อย ๆ มักจะมีทัศนคติคล้ายคลึงกันในการรับสารผ่านสื่อมวลชนทุกประเภทว่า มีประโยชน์และทำให้ตนเองทันสมัยโดยผู้ที่มีการศึกษาสูงมักจะเลือกฟัง อ่าน ชม รายการที่มีเนื้อหาสาระมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ ซึ่งจะนิยมรายการที่มุ่งเน้นให้ความบันเทิงมากกว่า

ส่วนฐานะทางเศรษฐกิจ ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้รับสารมีโอกาสใช้สื่อมวลชนได้มาก โดยที่ผู้มีรายได้สูงมักจะมีฐานะทางเศรษฐกิจดีกว่าผู้มีรายได้ต่ำ กล่าวคือ ผู้มีฐานะทางการเงินดีสามารถแสวงหา หรือเป็นเจ้าของสื่อมวลชนได้ ส่วนการเข้าถึงสื่อมวลชนหมายถึง ความสามารถในการซื้อหา และมีโอกาสใช้สื่อมวลชน รวมถึงการเป็นเจ้าของสื่อแต่ละประเภทด้วย พบว่ารายได้ก็มีส่วนสัมพันธ์กับการเข้าถึงสื่อมวลชนต่าง ๆ แต่ก็มีข้อจำกัดในการใช้สื่อประเภทนี้ในด้านอื่น ๆ ด้วย

บำรุง สุขพรรณ (2530) ทำการศึกษาอิทธิพลของสื่อมวลชนของประชาชนในเขตเมืองหลัก 3 เมือง คือ อำเภอเมืองของจังหวัดนครราชสีมา จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดสงขลา ในการเสริมสร้างความร่วมมือและมีส่วนร่วมกระบวนการพัฒนาชนบท พบว่าลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของประชาชนในชนบท มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อมวลชน โดยประชาชนที่มีอาชีพเกษตรกรรมรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำ จะเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ เพื่อต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่ออาชีพที่เป็นอยู่

นอกจากนั้นยังพบว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการพัฒนาระบบความคิดทัศนคติและค่านิยมของประชาชนในระดับหนึ่ง โดยมีผลให้มีการนำข่าวและข่าวสารที่ได้รับจากสื่อมวลชนไปเล่าให้กับบุคคลภายในหมู่บ้าน และความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมที่เกี่ยวกับการเมือง การปกครอง สังคม และเศรษฐกิจของประชาชนชนบท อยู่ในระดับที่ดีกว่าปีที่ผ่านมา อีกทั้งมีการเข้าร่วมกลุ่มและมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อพัฒนาท้องถิ่นมากขึ้น

สำหรับการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์นั้น สากล ไพเราะ (2532) ได้ทำการศึกษาผลของการใช้สื่อสิ่งพิมพ์หนังสือพิมพ์ชนบทอีสานเขียวในโครงการพัฒนาชนบทน้ำพระทัยจากในหลวง พบว่า การเปิดรับหนังสือพิมพ์ชนบทอีสานเขียว ซึ่งเป็นสื่อเฉพาะกิจมีผู้อ่านทั้งหมด ร้อยละ 59.6 เป็นการเปิดรับสื่อที่อ่านบ่อยมาก ร้อยละ 2.1 ค่อนข้างน้อย ร้อยละ 10.3 อ่านนาน ๆ ครั้ง มีจำนวนสูงสุดคือ ร้อยละ 47.2 โดยที่ เพศชาย และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 16-50 เปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ชนบทอีสานเขียวมากกว่าเพศหญิง และมากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ นอกจากนั้น กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำ มีรายได้ต่ำ และมีอาชีพเกษตรกรรม จะมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์หนังสือชนบทอีสานเขียว โดยตอบว่า สามารถได้ประโยชน์จากการอ่าน นำไปปรับปรุงการประกอบอาชีพ รองลงมาคือ นำไปบอกเพื่อน และนำไปดัดแปลงคิดทำสิ่งใหม่ ๆ ตามลำดับ

สำหรับการวิจัยผลของการใช้สื่อต่าง ๆ หลายประเภทในการรณรงค์หรือการเผยแพร่กิจกรรมทางด้านสาธารณสุขก็มีผู้ทำการวิจัยไว้ ดังนี้

รัตนภรณ์ หลายรัตน์ (2532) ทำการศึกษาการเปิดรับข่าวสารสาธารณสุขของหญิงมีครรภ์ ในเขตเมือง คือ โรงพยาบาลราชวิถี โดยแยกออกเป็นสื่อในโรงพยาบาล และสื่อนอกโรงพยาบาล พบว่า หญิงมีครรภ์เปิดรับสื่อบุคคลสูงสุดทั้งภายในและภายนอกโรงพยาบาล

โดยที่สื่อภายในโรงพยาบาลที่มีการเปิดรับมากที่สุดคือ พยาบาล ร้อยละ 53.0 และน้อยที่สุดคือ สื่อเฉพาะกิจ ประเภทวิดีโอ ร้อยละ 25.6 พบว่าโปสเตอร์และแพทย์เป็นสื่อที่หญิงมีครรภ์เปิดรับข่าวสารทุกครั้งที่มาโรงพยาบาล ร้อยละ 25.5

สำหรับสื่อภายนอกโรงพยาบาลนั้น พบว่า หญิงมีครรภ์เปิดรับข่าวสารสาธารณสุขจากสื่อบุคคล คือ เพื่อนญาติ และสามี มากที่สุด ร้อยละ 36.8 รองลงไปคือ สื่อมวลชน โทรทัศน์ ร้อยละ 29.9 อันดับสุดท้ายคือ วิทยุ ร้อยละ 3.4 และเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลน้อยที่สุด ร้อยละ 58.6

อย่างไรก็ตาม สื่อภายในที่หญิงมีครรภ์ต้องการสูงสุดคือ แพทย์ ร้อยละ 58.1 และสื่อภายนอกที่ต้องการอันดับหนึ่งคือ โทรทัศน์ ร้อยละ 58.9 และมีความเห็นว่า ควรเพิ่มสื่อเฉพาะกิจ ปริมาณแผ่นพับเอกสารในโรงพยาบาลให้มากขึ้น รวมทั้งเพิ่มจำนวนรายการและเวลา และเนื้อหาในการนำเสนอข่าวสารทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ และนำเสนอข่าวสารให้บ่อยขึ้นด้วย

แววตา ธนบัตร (2534) ทำการศึกษาผลของการสื่อสารรณรงค์ต่อต้านการเสพยาบ้า โดยทำการศึกษานักเรียนที่กำลังศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 ของโรงเรียนในสังกัด กรมสามัญศึกษา ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการศึกษาการเปิดรับข่าวสารการรณรงค์ต่อต้านการเสพยาบ้าทางสื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร สื่อบุคคล ได้แก่ ครูอาจารย์ เพื่อ บิดามารดา ญาติพี่น้อง และสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ แผ่นพับ โปสเตอร์ สติกเกอร์และป้ายประกาศ นั้น มีผลต่อความรู้และทัศนคติของกลุ่มเยาวชนเช่นไร ได้ผลการทดสอบดังนี้

1. เพศ ภูมิลำเนา อาชีพของบิดา-มารดา สถานภาพสมรสของบิดามารดา ตลอดจนรายได้ของบิดา-มารดา และจำนวนพี่น้องในครอบครัว ซึ่งเป็นลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารการรณรงค์ต่อต้านการเสพยาบ้า
2. ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง คือ เพศ ภูมิลำเนา อาชีพของมารดา สถานภาพสมรสของบิดามารดา รายได้ของบิดามารดา ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้จากการรณรงค์ต่อต้านการเสพยาบ้า แต่อาชีพของบิดาและจำนวนพี่น้องในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับความรู้จากการรณรงค์ต่อต้านการเสพยาบ้า

3. ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง คือ เพศ ภูมิภาค อาชีพของบิดามารดา สถานภาพสมรสของบิดามารดา รายได้ของบิดามารดา ตลอดจนจำนวนพี่น้องในครอบครัว ไม่มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติจากการรณรงค์ต่อต้านการเสพยาบ้า

4. การเปิดรับข่าวสารการรณรงค์ต่อต้านการเสพยาบ้า มีความสัมพันธ์กับความรู้จากการรณรงค์ต่อต้านการเสพยาบ้า

5. การเปิดรับข่าวสารการรณรงค์ต่อต้านการเสพยาบ้ามีความสัมพันธ์กับทัศนคติจากการรณรงค์ต่อต้านการเสพยาบ้า

นอกจากนี้ ยังมีผลการวิจัยแยกรายละเอียดลงไปเฉพาะ สื่อโทรทัศน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้รับสารในการวิจัยของ โจชนก บุรณดิษ และการวิจัยผลของ สื่อมวลชนกับความคิดในเชิงนามธรรมอีกด้วย เช่น การวิจัยของ วรณ จงศักดิ์สวัสดิ์

ในส่วนของผลการศึกษา ผลของสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้รับสาร โจชนก บุรณดิษ (2534) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มบำรุงกำลังของพนักงานการทำเรือแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นพนักงานที่ต้องใช้แรงงานขนถ่ายสินค้าในโกดัง พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารโทรทัศน์ที่บ้าน และที่ทำงานในรายการที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มบำรุงกำลังของพนักงานในระดับที่แตกต่างกันด้วย

วรณิ จงศักดิ์สวัสดิ์ (2536) ทำการศึกษาผลของสื่อมวลชนในความคิดเชิงนามธรรมของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการพัฒนาจิตสำนึกในเรื่องปัญหามลพิษทางน้ำ พบว่า เพศ สาขาวิชาที่ศึกษา และการเข้าร่วมกิจกรรมในมหาวิทยาลัยของกลุ่มตัวอย่าง มีความสัมพันธ์กับความสนใจในปัญหามลพิษทางน้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผู้ที่มีความสนใจในปัญหามลพิษทางน้ำมาก มีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารด้านปัญหามลพิษทางน้ำมากกว่าผู้ที่มีความสนใจในปัญหามลพิษทางน้ำน้อย

ส่วนการวิเคราะห์ถึงผลของสื่อมวลชน พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านปัญหามลพิษทางน้ำ ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในสถานการณ์และระดับจิตสำนึกที่มีต่อปัญหามลพิษทางน้ำ และเมื่อวิเคราะห์การมีส่วนร่วมในการช่วยป้องกันและแก้ไขปัญหามลพิษทางน้ำ พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมปฏิบัติตนในการช่วยป้องกัน และแก้ไขปัญหามลพิษทางน้ำ

สรุปแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากเอกสารและงานวิจัยที่ได้กล่าวมานี้ เห็นว่าในกระบวนการยอมรับนวัตกรรมนั้น มีปัจจัยหลายอย่างที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับ ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ นับได้ว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อการยอมรับนวัตกรรม บทบาทของสื่อที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 6 ด้าน คือ ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร ด้านผลกระทบต่อโรงเรียน ด้านดำเนินการจัดการ ด้านการได้รับประโยชน์ ด้านประโยชน์ต่อชุมชน และด้านการพัฒนาปรับปรุง โดยแบ่งประเภทของสื่อออกเป็น 4 ประเภท คือ 1. สื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง และหนังสือพิมพ์ 2. สื่อบุคคล ได้แก่ หัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน ญาติพี่น้อง เจ้าหน้าที่สาธารณสุข 3. สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ เทปเพลงสุขบัญญัติแห่งชาติ คู่มือสุขบัญญัติแห่งชาติ หอกระจายข่าว ชุมนิทรรศการ การฝึกอบรมสัมมนา/ประชุมชี้แจง 4. สื่อเทคโนโลยีขั้นสูง ได้แก่ อินเทอร์เน็ต และซีดีรอม

Rogers และ Shoemaker (1971) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า การยอมรับ หมายถึง การตัดสินใจ ที่จะนำนวัตกรรมนั้นไปใช้อย่างเต็มที่ การยอมรับนวัตกรรมของบุคคลเกิดขึ้นเป็นกระบวนการ เริ่มตั้งแต่บุคคลได้สัมผัส รู้จักนวัตกรรม มีการสร้างทัศนคติถูกชักจูงให้ยอมรับ หรือปฏิเสธ ตัดสินใจในการยอมรับหรือปฏิเสธการใช้ความคิดใหม่นั้น ปฏิบัติตามการตัดสินใจ และยืนยันการปฏิบัติตามการตัดสินใจ และในกระบวนการยอมรับนวัตกรรมนั้น Rogers (1983) ได้สร้างแบบจำลองกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม (A model of the innovation decision process) โดยกระบวนการยอมรับของเขาแบ่งออกเป็น 5 ขั้น ได้แก่ ขั้นความรู้ ขั้นการสนใจ ขั้นการตัดสินใจ ขั้นการนำไปใช้ และขั้นการยืนยัน ส่วน Hall and Hord (1987 อ้างถึงใน Hord, 1987) ได้พัฒนาแบบจำลองความเกี่ยวข้องกับการยอมรับนวัตกรรม (A concerns-based adoption model) ซึ่งมีขั้นของความเกี่ยวข้อง (Stage of concern) ประกอบด้วย 7 ขั้น ได้แก่ ขั้น Awareness, informational, personal, Management, Consequence, Collaborative และ Refocusing และระดับของการใช้ (Level of use) นั้นมี 8 ขั้น ได้แก่ ระดับ Nonuse, Orientation, Preparation, Mechanical use, Routine, Refinement, Integration, Renewal จากแบบจำลองทั้งสองจะเห็นได้ว่า กระบวนการยอมรับเป็นกระบวนการที่ซับซ้อนและมีความแตกต่างกันในแต่ละขั้น สำหรับการศึกษาระบบการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศครั้งนี้ได้พิจารณาจากกระบวนการยอมรับทั้งสองแบบร่วมกันในการทำความเข้าใจกระบวนการยอมรับ ดังที่ได้เปรียบเทียบกระบวนการยอมรับทั้งสองแบบไว้ในแผนภาพที่ 2 แล้ว

ในการอธิบายกระบวนการยอมรับ Rogers (1983) ได้แบ่งกลุ่มผู้ยอมรับออกเป็น 5 กลุ่มด้วยกันคือ 1) กลุ่มนวัตกรรม 2) กลุ่มผู้ยอมรับก่อนผู้อื่น 3) กลุ่มบุคคลส่วนใหญ่ที่ยอมรับในช่วงแรก 4) กลุ่มบุคคลส่วนใหญ่ที่ยอมรับในช่วงหลัง และ 5) กลุ่มพวกล่าช้า ซึ่งการแบ่งกลุ่มลักษณะนี้ พิจารณาจากความไวในการยอมรับนวัตกรรมเป็นเกณฑ์ในการแบ่ง นอกจากนี้ยังมีกลุ่ม Critical mass อีกกลุ่มหนึ่งที่ Rogers (1988) ได้กล่าวถึงไว้ว่ากลุ่มนี้ก็คือกลุ่มผู้ยอมรับในเบื้องต้นกลุ่มหนึ่งสำหรับสื่อที่มีปฏิสัมพันธ์ (interactive media) ในการเริ่มต้นใช้นวัตกรรมก่อนที่จะมีการแพร่กระจายออกไปมากยิ่งขึ้น กลุ่ม critical mass นี้เป็นกลุ่มที่อยู่ในช่วงระยะ 10% - 25% ของการยอมรับในกราฟเส้นโค้งการแพร่กระจาย ซึ่งหากผ่านจุดนี้ไปแล้วก็อาจเป็นไปได้ว่าจะมีการหยุดหรือกระจายของนวัตกรรมต่อไป

สำหรับการมองเงื่อนไขที่ทำให้เกิดการยอมรับในการศึกษาค้างนี้ นั้น ได้พิจารณาจาก 1) ลักษณะของตัวบุคคล 2) ตัวแทนการเปลี่ยนแปลง 3) ลักษณะของนวัตกรรมที่มีผลต่อการยอมรับและ 4) ระบบสังคม

ในด้านของลักษณะของตัวบุคคลนั้น พิจารณาจากที่ Rogers (1983) ได้แบ่งลักษณะของตัวบุคคลที่ส่งผลต่อการยอมรับออกเป็น 3 ประการคือ 1) สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม 2) บุคลิกภาพ และ 3) พฤติกรรมการสื่อสาร

ด้านของตัวแทนการเปลี่ยนแปลง บุคคลที่มีบทบาทต่อการเริ่มต้นนวัตกรรมและการใช้นวัตกรรมในสังคมนั้น ๆ โดยพิจารณาจากที่ Rogers (1983) ได้กล่าวถึงบทบาทของตัวแทนการเปลี่ยนแปลงไว้ 7 ข้อ คือ 1) สร้างความจำเป็นในการเปลี่ยนแปลง 2) สร้างความสัมพันธ์ในการแลกเปลี่ยนข้อมูล 3) วิเคราะห์แก้ปัญหาของกลุ่มบุคคล 4) สร้างความตั้งใจในการเปลี่ยนแปลง 5) เปลี่ยนจากความตั้งใจให้เกิดการกระทำที่เปลี่ยนแปลง 6) สร้างความมั่นคงในการยอมรับและป้องกันไม่ให้เกิดการเปลี่ยนจากการยอมรับเป็นเล็กรับ 7) สร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ใช้มีต่อการใช้นวัตกรรมตัวแทนในการเปลี่ยนแปลง อาจเป็นกลุ่มบุคคลที่รับภาระงานในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ในการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้ โดยอาจแบ่งออกเป็นกลุ่มภายใน เช่น ผู้บริหาร หรือผู้ประสานงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ หรืออาจจากกลุ่มภายนอก เช่น ผู้อำนวยการความสะอาดด้านการอบรม หรือตัวแทนของภาควิชาด้านการศึกษา

ด้านลักษณะของนวัตกรรมที่มีผลต่อการยอมรับ พิจารณาจากที่ Rogers และ Shoemaker (1971) ได้ระบุไว้คือ 1) ประโยชน์ที่เกี่ยวข้อง 2) ความเข้ากันได้ 3) ความสลับซับซ้อน 4) การนำไปทดลองใช้ได้ 5) การสังเกตเห็นผลได้อย่างชัดเจน

ในด้านระบบสังคมนั้น คือการมองโรงเรียนเป็นองค์การหนึ่งที่มีวัฒนธรรมการปกครอง รูปแบบของตนเอง ซึ่งอาจจะเป็นวัฒนธรรมแบบอำนาจ วัฒนธรรมแบบบทบาท วัฒนธรรมแบบภาระงาน หรือวัฒนธรรมส่วนบุคคล (Handy, 1985 อ้างถึงใน Drury, 1995) ซึ่งแต่ละสังคมนั้น นวัตกรรมจะถูกยอมรับหรือปฏิเสธในองค์การนั้น (Rogers, 1983) ได้แบ่งประเภทของการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมออกเป็น 3 ประเภทคือ 1) การตัดสินใจส่วนบุคคล 2) การตัดสินใจที่ขึ้นอยู่กับมติของกลุ่ม 3) การตัดสินใจโดยผู้มีอำนาจ และอีกประเภทหนึ่งคือการตัดสินใจที่ขึ้นอยู่กับเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นได้ ซึ่งการตัดสินใจนี้เกิดขึ้นหลังจากที่ได้มีการตัดสินใจ ด้านนวัตกรรมไปก่อนหน้านี้แล้ว



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย