

บทที่ ๒

ทฤษฎีแนวความคิดและรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในหลักการพัฒนาเศรษฐกิจได้กล่าวไว้ว่า กำลังสำคัญอยู่ที่การผลิตสิ่งใหม่ ๆ หรือการนำความรู้ ความคิดใหม่ ๆ ในทางวิชาการไปใช้ในการปรับปรุงวิธีผลิต การดำเนินงาน รวมทั้งระบบการบริหารให้ดีขึ้น ให้มีประสิทธิภาพสูงกว่าเดิม สิ่งเหล่านี้รวมกันเรียกว่า "นวัตกรรม" (Innovation)^๑

บาร์เน็ต (Barnett) นิยาม "นวัตกรรม" หรือ "ของใหม่" (Innovation) ว่า^๒ หมายถึงแนวความคิดต่าง ๆ แบบแผนพฤติกรรมหรือสิ่งของใหม่ ๆ ที่แตกต่างไปจากของที่มีอยู่เดิม ของใหม่ในที่นี้จึงครอบคลุมถึงเรื่องราวต่าง ๆ ใดอย่างกว้างขวาง ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่มองเห็นสามารถสัมผัสได้ด้วยประสาททั้งห้า รวมทั้งที่เป็นแบบแผนพฤติกรรม ความประพฤติตามระบบสังคม ประเพณีวัฒนธรรมต่าง ๆ ตลอดจนสิ่งประดิษฐ์วิทยาการใหม่ ๆ และสิ่งที่ไม่เห็นเป็นวัตถุ อันได้แก่เรื่องราวที่เกี่ยวกับความเชื่อ ความนึกคิด ความศรัทธา ซึ่งเป็นเรื่องราวใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นจากความคิดภายในจิตใจของบุคคล

และโรเจอร์ส (Rogers) ได้นิยามการเผยแพร่ นวัตกรรมไว้ว่า^๓ การเผยแพร่ นวัตกรรมเป็นการสื่อสารประเภทหนึ่ง ที่ความคิดใหม่ สิ่งใหม่ หรือวิธี

^๑ ไพรัตน์ เคชะรินทร์, เศรษฐกิจชนบทไทย (พระนคร : กรมพัฒนาชุมชน, ๒๕๑๓), หน้า ๘.

^๒ H.G. Barnett, Innovation (New York : McGraw-Hill Book Co., 1953), p. 7.

^๓ Everett M. Rogers with F. Floyd Shoemaker, Communication of Innovations 2d ed. (New York : The Free Press, 1971), pp. 18-19.

ปฏิบัติใหม่ ๆ ถูกเผยแพร่ หรือถูกถ่ายทอดจากแหล่งกำเนิดไปยังสมาชิกภายในระบบสังคม การเผยแพร่นวัตกรรมเกี่ยวข้องกับข่าวสารที่เป็นความคิด การกระทำ หรือสิ่งของซึ่งบุคคลเห็นว่าเป็นของใหม่ ไม่ว่าความคิดนั้นจะเป็นของใหม่ โดยนับเวลาตั้งแต่แรกพบหรือไม่ แต่ขึ้นอยู่กับการที่บุคคลรับรู้ว่าเป็นของใหม่ โดยความเห็นของบุคคลเอง ซึ่งจะเป็นเครื่องตัดสินการตอบสนองของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น ถ้าบุคคลเห็นว่าอะไรเป็นสิ่งใหม่สำหรับตน สิ่งนั้นก็จะเป็นนวัตกรรม

ดังนั้น คำว่า "ใหม่" ในเรื่องของนวัตกรรมจึงไม่จำเป็นจะต้องเป็นความรู้ใหม่ของบุคคล เพราะบุคคลอาจมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาชั่วยาวหนึ่งแล้วก็ได้ แต่ยังไม่คิดพัฒนาทัศนคติที่จะชอบหรือไม่ชอบ จะรับหรือปฏิเสธ "ความใหม่" ของนวัตกรรม จึงอาจเป็นความใหม่ในเรื่องของความรู้ ทัศนคติหรือเกี่ยวกับการตัดสินใจที่จะใช้นวัตกรรม

ความคิดทุกอย่างอาจเป็นนวัตกรรมในช่วงเวลาหนึ่ง รายการของนวัตกรรมจึงต้องเปลี่ยนแปลงไปกับเวลา เช่น การใช้ปฏิกิริยาเคมีในการเกษตร อาจเป็นนวัตกรรมอยู่ช่วงระยะเวลาหนึ่ง แต่เมื่อคนรู้จักกันแพร่หลายทั่วไปก็จะกลายเป็นของธรรมดา และการศึกษาเกี่ยวกับการเผยแพร่ นวัตกรรม มุ่งศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม นั่นคือการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม^๑

นอกจากนั้น โรเจอร์ส (Rogers) ยังกล่าวถึงคำว่า "การยอมรับนวัตกรรม" (Adoption) ว่าหมายถึง^๒ การตัดสินใจที่จะนำนวัตกรรมนั้นไปใช้ อย่างเต็มที่ ทั้งนี้เพราะคิดว่านวัตกรรมนั้นเป็นวิธีทางที่ดีกว่า มีประโยชน์มากกว่า

^๑ Ibid.

^๒ Ibid., p. 26

ในการวิจัยเกี่ยวกับการยอมรับการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม จึงเกี่ยวข้องกับนวัตกรรม เพราะเป็นของใหม่ในสังคมและมีการยอมรับในระยะเวลาต่าง ๆ และมีการเผยแพร่โดยสื่อหลายประเภท ซึ่งแนวทางที่ของใหม่จะเผยแพร่ไปสู่เกษตรกรนั้นโรเจอร์ส (Rogers) กล่าวว่ามีอยู่ ๔ แนวทางคือ ^๑

๑. คานสื่อสารมวลชน เช่น วารสารการเกษตร หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์และเอกสารอื่น ๆ
๒. แหล่งข่าวที่ไม่เป็นทางการ เช่น เพื่อนบ้าน
๓. แหล่งข่าวจากคานพาณิชย์กรรม เช่น พนักงานขายสินค้าการเกษตร ตัวแทนบริษัทที่เขาไปทดลอง สาธิตการใช้เครื่องจักรกลต่าง ๆ
๔. หน่วยงานของรัฐ เช่น เจ้าหน้าที่การเกษตร หรือการประชุม จัดกลุ่มชาวบ้าน ตลอดจนการให้ข่าวสารโดยวิธีอื่น ๆ

เมื่อนวัตกรรมได้ถูกเผยแพร่ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ มาแล้ว ก่อนที่จะมีการยอมรับทั้งโรเจอร์ส (Rogers) และชูเมคเกอร์ (Shoemaker) เห็นว่ากระบวนการของการยอมรับนวัตกรรมควรมี ๔ ขั้นตอน เรียกว่า เป็นกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม (The Innovation-Decision Process) ขั้นตอนเหล่านั้นคือ ^๒

๑. ขั้นความรู้ (Knowledge) คือขั้นที่บุคคลได้รู้จักกับนวัตกรรมเป็นครั้งแรก และได้แสวงหาความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น ในขั้นนี้มิขอลดเพียงกันในหมู่นักวิจัยว่า บุคคลเกิดความต้องการที่จะใช้นวัตกรรมก่อนจึงแสวงหาความรู้และทำความรู้จักกับนวัตกรรม หรือว่าบุคคลเกิดความรู้อีกเกี่ยวกับนวัตกรรม

^๑ Everett M. Rogers, Diffusion of Innovations (New York : The Free Press of Glencoe, 1962), p. 81.

^๒ Rogers and Shoemaker, Communication of Innovations, pp. 101 - 108.

ก่อนแล้วจึงเกิดความต้องการที่จะไขว่คว้ากรรม ซึ่งยังเป็นข้อถกเถียงที่ยังหาข้อยุติไม่ได้

ความรู้เกี่ยวกับกรรมในขั้นนี้แบ่งออกเป็น ๓ ลักษณะคือ

- ความรู้หรือความตระหนักรู้ว่ากรรมนั้นมีอยู่
- ความรู่ว่าจะไขว่คว้ากรรมอย่างไรจึงจะเหมาะสม ในกรณีนี้ปริมาณของความรู้อาจจะต่องมากขึ้น ตามลำดับความซับซ้อนของกรรม ความรู้ความเข้าใจจากการติดต่อกับการสื่อสารมวลชน การท่องเที่ยวไปในที่ต่าง ๆ และการติดต่อกับหน่วยราชการที่ทำการเผยแพร่กรรมหรือการเข้าร่วมประชุม
- ความรู้ถึงกฎเกณฑ์เบื้องหลังของกรรม เช่น ทฤษฎีการเจริญเติบโตของกุ้ง หลังจากการให้อาหาร
- บุคคลที่ยอมรับกรรมไปไขว่คว้าไม่มีความรู้ในลักษณะนี้เลยก็ได้ แต่การที่บุคคลมีความรู้ในลักษณะนี้มีความสำคัญ เพราะจะช่วยให้บุคคลเข้าใจวิธีไขว่คว้ากรรมและทำให้ยอมรับกรรมอย่างมีเหตุผลมากขึ้น Rogers เชื่อว่า การติดต่อกับข่าวสารจากสื่อมวลชนต่าง ๆ การติดต่อกันระหว่างบุคคล การติดต่อกับผู้นำที่เปลี่ยนแปลง การมีส่วนร่วมในสังคมและการท่องเที่ยวไปในที่ต่าง ๆ มีบทบาทต่อบุคคลในการมีความรู้ความเข้าใจกรรมในขั้นนี้

๒. ขั้นการจูงใจ (Persuasion) เป็นขั้นที่บุคคลเกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบกรรมนั้น หรือคือขั้นที่บุคคลมีทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อกรรมนั้นเอง บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับกรรมต่าง ๆ อย่างกระตือรือร้น และตีความหมายข้อมูลที่ได้อาพิจารณาพร้อมกับสภาพการณ์ส่วนตัวของเขาทั้งในปัจจุบันและอนาคต ว่าการที่เขาจะรับกรรมนั้นมาใช่จะก่อให้เกิดผลดีหรือผลเสียอย่างไรทั้งในปัจจุบันและอนาคตของเขา บุคคลจะรับว่ากรรมทุกอย่างมีลักษณะของการเสี่ยงรวมอยู่ด้วย เพราะเขาไม่แน่ใจว่าผลของการไขว่คว้ากรรมนั้นจะเป็นอย่างไร เขาจึงต้อง

การแรงเสริม (Reinforcement) ของทัศนคติของเขาที่มีต่อนวกรรมนั้น และบุคคลจะแสวงหาแรงเสริมใดจากการติดต่อกันระหว่างบุคคล

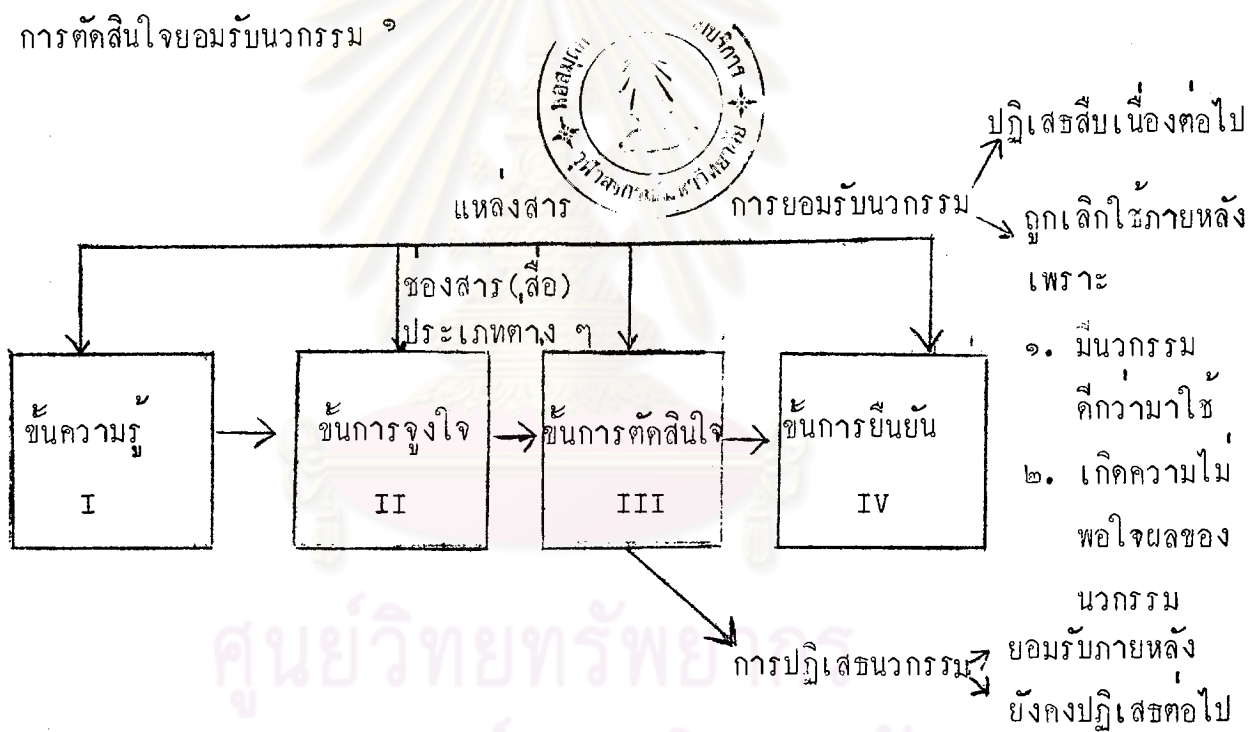
เกี่ยวกับนวกรรม ในการพัฒนาทัศนคติที่ชอบหรือไม่ชอบนวกรรม บุคคลอาจพยายามลองคิดในสมองว่านวกรรมนั้นจะนำไปใช้อย่างไร จะมีผลดี ผลเสียอย่างไร ภายใต้สภาพการณ์ของเขาทั้งในปัจจุบันและอนาคต ด้วยเหตุนี้คุณลักษณะเกี่ยวกับนวกรรม เช่น ประโยชน์เชิงเทียบ ความเข้ากันได้หรือไปด้วยกันได้ ความยุ่งยากหรือสลับซับซ้อน ความสามารถในการนำไปทดลองใช้ได้และความสามารถสังเกตผลของนวกรรมได้ จึงมีความสำคัญอย่างมากในขั้นนี้

๓. ขั้นการตัดสินใจ (Decision) ในขั้นนี้ บุคคลได้งานกิจกรรมต่าง ๆ มาจนถึงการที่จะต้องตัดสินใจว่าจะยอมรับหรือไม่ยอมรับนวกรรม ในขั้นนี้เพื่อนที่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับนวกรรมมาก่อนจะมีบทบาท เป็นการทดลองนวกรรมทางอ้อมหรือการทดลองผ่านคนอื่น รวมทั้งการสาธิตการใช้นวกรรมในสถานการณ์ของตัวเอง เพื่อความมั่นใจประโยชน์พอที่จะยอมรับหรือไม่

๔. ขั้นการยืนยัน (Confirmation) การวิจัยหลายอันชี้ให้เห็นว่า การตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธนวกรรมไม่ใช่ขั้นสุดท้ายของกระบวนการยอมรับนวกรรม บุคคลจะแสวงหาแรงเสริม (Reinforcement) เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของเขา แต่อาจจะเปลี่ยนการตัดสินใจเป็นตรงกันข้าม ถ้าเขาได้รับข้อมูลที่ขัดแย้งกับข้อมูลที่เขารับมา ขั้นยืนยันนี้จะเกิดขึ้นหลังจากการตัดสินใจระยะเวลาดำเนินการให้การศึกษาอบรมเพิ่มเติม การเขียนเขียนให้คำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ นวกรรม ตลอดจนคำแนะนำจากเพื่อนบ้านจะมีบทบาทมากในขั้นนี้ เจ้าหน้าที่ต้องให้ข่าวสารความรู้ที่สนับสนุนการตัดสินใจยอมรับนวกรรมของบุคคลต่อไป ถ้าไม่มีการติดตามผลต่อไปก็ไม่มีหลักประกันว่าจะเกิดการเลิกยอมรับนวกรรมนั้นเมื่อใด เพราะในระบบสังคมของกลุ่มเป้าหมายย่อมมีข่าวสารที่เป็นปฏิปักษ์ต่อนวกรรมอยู่ ซึ่งอาจมีอิทธิพลขึ้นมาได้

สำหรับผู้รับสารบางคนอาจจะผ่านกระบวนการของการยอมรับนวัตกรรม ทั้ง ๔ น้อยอย่างรวดเร็ว เช่นเมื่อมีข่าวสารเกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งก้ามกราม ผู้รับสาร เกิดกระบวนการเกิดความรู้ การสนใจ การตัดสินใจ และมีการยืนยันในระยะเวลาอันสั้น เป็นการยอมรับนวัตกรรมโดยเลี้ยงกุ้งก้ามกรามโดยเร็ว แต่บางคนอาจจะยอมรับช้า ปีต่อ ๆ มาจึงจะเลี้ยงกุ้งก้ามกราม

ในขั้นตอนต่าง ๆ ของกระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมนั้น สิ่งต่าง ๆ จะมีบทบาทในแต่ละขั้นตอน ซึ่งจะเห็นได้จากส่วนหนึ่งของแผนภาพกระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม^๑



นอกจากนั้น ของสารบางชนิดมีประสิทธิภาพสำหรับสารบางอย่าง แหล่งข่าวสาร และผู้รับสารบางประเภทมากกว่าของสารประเภทอื่น ๆ ของสารหรือสื่อประเภทต่าง ๆ นั้น มีบทบาทดังนี้^๒

^๑ Ibid., p. 102.

^๒ Ibid., p. 251.

^๓ Ibid., p. 252.

๑. สื่อแต่ละประเภทมีบทบาทไม่เหมือนกันในการให้ความรู้ (Creating knowledge) หรือในการจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่เกี่ยวกับนวัตกรรม
๒. สื่อแต่ละประเภทมีบทบาทไม่เหมือนกันระหว่างผู้รับนวัตกรรมเร็วกว่า (Earlier adopters) ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า (Later adopters)
๓. บทบาทของสื่อมวลชนและสื่อระหว่างบุคคลในการเผยแพร่ นวัตกรรมในประเทศด้อยพัฒนา แตกต่างกับบทบาทของสื่อมวลชนและสื่อระหว่างบุคคลในการเผยแพร่ นวัตกรรมในประเทศที่พัฒนาแล้ว
๔. บทบาทของสื่อภายนอกสังคม (Cosmopolite Channel) และสื่อภายในสังคม (Localite Channel) ในการเผยแพร่ นวัตกรรมในประเทศด้อยพัฒนา แตกต่างกับบทบาทของสื่อจากภายนอกสังคมและสื่อภายในสังคม ในการเผยแพร่ นวัตกรรมในประเทศที่พัฒนาแล้ว

ดังนั้นในการยอมรับนวัตกรรมแต่ละอย่างนั้น สื่อแต่ละประเภทจึงมีบทบาทแตกต่างกัน และยังมีบทบาทแตกต่างกันในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการยอมรับนวัตกรรม ซึ่งมีแนวความคิดและรายงานการวิจัยสนับสนุนเป็นจำนวนมาก เช่น

บีล (Beal) และ โรเจอร์ส (Rogers) ^๑ ทำการวิจัยเกี่ยวกับชั้นต่าง ๆ ในกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม ในรัฐไอโอวา สหรัฐอเมริกา ปี ๑๙๖๐ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมาก ในการใช้ของสารต่าง ๆ ระหว่างชั้นความรู้ และชั้นการจูงใจ และเฮร์เบิร์ตไลออนเบอร์เกอร์ (Herbert Lionberger) ^๒ กล่าวถึงผลการวิจัยของเขาว่า ในชั้นความรู้และชั้นการจูงใจ แทบจะไม่มีเกษตรกรคนใด

^๑ Ibid., p. 120.

^๒ Ibid.

ที่ใครรับข่าวสารเพื่อความรู้และข่าวสารเพื่อการสนใจเกี่ยวกับนวัตกรรมจากบุคคลเดียวกัน ซึ่งชี้ให้เห็นถึงแหล่งสารที่แตกต่างกันและสื่อที่แตกต่างกันด้วย

จากทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relationships Theory) ของ เดอเฟลอร์ (De Fleur) ^๑ ทฤษฎีนี้ชี้ให้เห็นว่าความสัมพันธ์ภายในกลุ่มจะมีอิทธิพลต่อการสื่อสาร ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่าความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นทางการในสังคม (ความสัมพันธ์แบบ เครือญาติ) มีบทบาทต่อการตัดสินใจว่าจะยอมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ ทางเทคโนโลยีหรือไม่ โดยเฉพาะสังคมชนบทเป็นสังคมที่ครอบครัวของบุคคลแต่ละคนมีความผูกพันทางสังคมกับเพื่อนบ้านอย่างแน่นแฟ้น เมื่อมีความคิดใหม่ ๆ จากภายนอก การตีความของเพื่อนบ้านเกี่ยวกับความคิดเหล่านั้นจะมีความสำคัญต่อการตัดสินใจของบุคคลว่า ควรจะรับความคิดเหล่านั้นหรือไม่

การบริหารทางเทคโนโลยีทางการเกษตร เป็นกระบวนการที่มีความเกี่ยวพันกันอย่างใกล้ชิดกับกระบวนการสื่อสารความคิดใหม่ ๆ จะถูกนำมาเผยแพร่ไปยังเกษตรกรคนอื่น ๆ โดยเกษตรกรผู้ทำหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างเกษตรกรด้วยกัน เกษตรกรที่นำความคิดใหม่ ๆ มาเผยแพร่ นั้นเรียกได้ว่าเป็นผู้นำทางความคิด ซึ่งได้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนและทำหน้าที่ถ่ายทอดข่าวสารต่าง ๆ ไปยังเกษตรกรคนอื่น ๆ

โรเจอร์ส (Rogers) ^๒ ได้กล่าวถึงความเปลี่ยนแปลงอันจะเกิดขึ้นได้ในกรณีที่เราได้มีการติดต่อกับผู้อื่น เช่น ผู้นำความคิดเห็น เช่น พระ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ฯลฯ การติดต่อกับญาติเพื่อนฝูงที่รู้จักเจ้าหน้าที่บ้านเมืองก็อาจมีผลต่อการพัฒนาได้เช่นกัน นักปราชญ์ทางสื่อสารมวลชนหลายท่านยอมรับความสำคัญของการสื่อสารระหว่างบุคคลว่า มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของบุคคลมากกว่าอิทธิพลของสื่อมวลชน

^๑ Melvin L. De Fleur, Theories of Mass Communication (New York : David Mckay Company, 1970), pp. 124 - 129.

^๒ Rogers and Shoemaker, Communication of Innovation, p. 145.

สื่อมวลชนมีความสำคัญในการเพิ่มความรู้ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลโดยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือช่วยจูงใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

จากการศึกษาวิจัยถึงบทบาทของสื่อสารมวลชนในการพัฒนาชนบทในจอร์แดน (The Role of Communication in Jordan's Rural Development) โดย ชอ กิ เอ็ม บาร์กูตี (Shawki M. Barghouti)^๑ ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์บุคคลควยภาษาอาหรับ จากหมู่บ้าน ๒๓ แห่ง โดยการสุ่มตัวอย่างจาก ๕๖๕ หมู่บ้านที่อยู่ชายฝั่งตะวันออกของจอร์แดน มีชาวนาที่เป็นตัวอย่างในการสำรวจวิจัยจำนวน ๓๑๒ คน มีผู้หญิงจำนวน ๑๔๐ คน และผู้ชายจำนวน ๑๗๒ คน จากการวิจัยในเรื่องตัวแปรที่เกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมวลชนนั้น พบว่า วิทยุเป็นสิ่งที่ได้รับความนิยมจากชาวนาทั้งสองประเภทนี้มากที่สุด ส่วนการเปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ดูเป็นสิ่งผิดธรรมดาสำหรับพวกชาวนาซึ่งเป็นตัวอย่างในการวิจัย

เกอร์ (Kers) และ กापอน (Kaporn)^๒ ศึกษาในประเทศบราซิล อินเดียนและไนจีเรีย พบว่าทั้งในอินเดียนและบราซิล วิทยุมีอิทธิพลและถูกกว่าการใช้วิธีการสื่อสารมวลชนชนิดอื่น ในการใช้เป็นตัวเชื่อมระหว่างผู้นำการเปลี่ยนแปลงและชาวนา

ดีโอโน (Diokno)^๓ ศึกษาเรื่องการสื่อสารกับการยอมรับวิธีการวางแผนครอบครัว (Communication and adoption of family planning

^๑ Shawki M. Barghouti, "The Role of Communication in Jordan's Rural Development," Journalism Quarterly 51 (1974) : 418 - 424.

^๒ Graham B. Kers and J.M. Kaporn, "Field Experiments on the Diffusion of Innovation in Brazil, India and Nigeres," Sociological Abstract 17 (July 1969) : 18.

^๓ Gloria R. Diokno, "Communication and adoption of Family planning methods, in List of Thesis 1971, ed. P.R.R. Sinha (Singapore : The Asian Mass Communication Research and Information Centre, 1973), p. 9.

methods) ในประเทศฟิลิปปินส์ โดยศึกษาคนหาอิทธิพลและความสัมพันธ์ระหว่าง
ตัวแปร ๓ กลุ่ม ตัวแปรอิสระคือ อายุ การศึกษา ความสามารถในการอ่านออกเขียนได้
ระดับความเป็นอยู่ ขนาดของครอบครัว ศาสนาและการเป็นสมาชิกกลุ่ม ตัวแปรแฝงคือ
การเปิดรับสื่อและการสื่อสารส่วนบุคคล (personal communication) และ
ตัวแปรตามคือ ความรู้ ความพอใจ และการยอมรับ โดยการสัมภาษณ์หญิงแต่งงาน
แล้ว ๑๘๖ คน พบว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญระหว่าง

๑. ความสามารถในการอ่านออกเขียนได้กับการ เปิดรับสื่อมวลชน
การสื่อสารส่วนบุคคล ความรู้และความพอใจ

๒. ศาสนากับการ เปิดรับสื่อและความรู้

๓. ระดับความเป็นอยู่และการ เป็นสมาชิกกลุ่มกับความรู้

สำหรับข่าวสารเกี่ยวกับการวางแผนครอบครัวส่วนใหญ่ทราบจากวิทยุ
จากรายการในวันหยุด รวมทั้งโทรทัศน์ และทราบมากที่สุดจากการ สื่อสารระหว่าง
บุคคล จากแพทย์ (หญิง) และจากการสื่อสารส่วนบุคคล

อัญชลี (Anjali)^๑ ศึกษาคุณผลของการ เปิดรับสื่อและปัจจัยทาง
สังคมต่าง ๆ ที่มีผลต่อการปฏิบัติการวางแผนครอบครัว ตัวอย่างที่ใช้คือ หญิงแต่งงาน
แล้ว ๘๙ คน ที่ทำงานอยู่ในมหาวิทยาลัยแห่งฟิลิปปินส์ โดยแบ่งเป็นกลุ่มอาจารย์ซึ่ง
มีระดับการศึกษาสูงกว่าและมีสถานะทางเศรษฐกิจสูงกว่ากลุ่มเจ้าหน้าที่พบว่า
ทั้งสองกลุ่มมีการ เปิดรับสื่อมวลชนอย่างมาก ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ หนังสือพิมพ์
และสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ แต่กลุ่มอาจารย์มีการ เปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์และภาพยนตร์มากกว่า
และการ เปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการปฏิบัติการวางแผนครอบครัว

^๑ Anjali Amritmahal, "Mass media exposure and socio-cultural factors affecting the practice of family planning among female respondents living in the U.P. Diliman residential community," in List of Thesis 1973 and 1974, ed. P.R.R. Sinha (Singapore : The Asian Mass Communication Research and Information Centre, 1976), p. 23.

เฟล็กเกนส์ไตน์ (Fleckenstein) ^๑ ศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับ
แนวความคิดใหม่ทางการเกษตรของชาวนานอน อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด
พบว่าชาวนาได้รับความรู้เกี่ยวกับสิ่งใหม่ผ่านสื่อหลายอย่าง เช่น การพบปะติดต่อกับ
เพื่อนบ้าน จากวิทยุ การสาธิต กลุ่มชาวนาและพ่อค้า

รายงานการศึกษาสภาพสังคมและวัฒนธรรมในจังหวัดร้อยเอ็ดของ
แมกโดล (McDole) ^๒ ในส่วนที่เกี่ยวกับการรับของใหม่พบว่า ในระยะสองปี
ก่อนหน้าการสำรวจมีการไขว่คว้าเพิ่มขึ้น กลุ่มชาวนาและกลุ่มอื่นเชื่อว่ามีอิทธิพลมาก
ในด้านกระตุ้นให้สมาชิกพัฒนาปรับปรุงตัวเอง มีการแนะนำให้สมาชิกใช้วิธีการที่ทันสมัย
และเป็นแหล่งเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับของใหม่ให้สมาชิกรับไว้ปฏิบัติเมื่อสมาชิก
นำไปทดลองได้ผล ก็จะเป็นตัวอย่างที่มีอิทธิพลต่อชาวนาคนอื่น ๆ ให้ทำตามอย่าง
ชาวนามีความเห็นว่าการประชุมลูกบ้าน การพิมพ์เอกสารและคำอธิบายต่าง ๆ
เป็นทางหนึ่งที่จะช่วยในการเผยแพร่ของใหม่

สุวรรณ บัวทวน ^๓ ได้ศึกษาทัศนคติต่อการยอมรับของใหม่และลักษณะ
การยอมรับของชาวนาในจังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า แหล่งที่ให้ข่าวเกี่ยวกับ
ของใหม่ที่สำคัญที่สุดมาจากตัวบุคคล ซึ่งได้แก่เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง และผู้นำภายใน

^๑ Friedrich W. Von., Fleckenstein "Adoption of Agricultural Innovation in a Northeastern Thai Village" (Doctoral dissertation. University of Hawaii, 1971), p. 310.

^๒ Catherine McDole, A Report on Socio-Cultural Conditions in the young Study Area of Roi-Et in Northeast Thailand, Bangkok : United States Operation Mission to Thailand, 1968), p. 23.

^๓ สุวรรณ บัวทวน, "ทัศนคติต่อการยอมรับของใหม่และลักษณะการยอมรับของชาวนาในจังหวัดขอนแก่น" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต แผนกวิชาสังคม บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๑๘), หน้า ๑๑๓.

ชุมชน เพื่อนบ้านเป็นแหล่งที่ให้ความสำคัญของชาวนาประเภทที่ไม่มีการจัดตั้งกลุ่มเกษตรกร และการที่ชาวนายอมรับการใช้ของใหม่ก็มาจากคำแนะนำของบุคคลเหล่านี้เป็นส่วนใหญ่

สิริฉัตรณ เชฏฐรากุล^๑ ได้ศึกษาลักษณะการรับของใหม่ในหมู่บ้านจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเปรียบเทียบลักษณะการรับของใหม่ของชาวนาหมู่บ้านทับน้ำ หมู่บ้านขยาย อำเภอบางปะหัน และหมู่บ้านชุง อำเภอนครหลวง จากการศึกษาพบว่า เหตุผลสำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงรับของใหม่ของชาวนาในหมู่บ้านดังกล่าวคือ การกระจายสิ่งใหม่เข้าไปในหมู่บ้าน โดยกระบวนการทางคานล้อมวลชน เช่น วิถี วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และการเข้าไปชี้แจงแนะนำคานเกษตรกรผ่านเจ้าหน้าที่รัฐบาลหรือการส่งชาวานกลุ่มชาวนาประเภทต่าง ๆ

แหล่งข่าวที่ได้รับทราบเรื่องของใหม่ทางคานเกษตรกรรม ปรากฏว่าชาวนาได้ทราบข่าวจากหลายฝ่ายด้วยกันคือ

๑. ผู้นำท้องถิ่น ชาวนาทั้ง ๓ หมู่บ้านรับทราบข่าวจากกันมากที่สุด โดยเฉพาะชาวนาในบานทับน้ำ สำหรับชาวนาในบานขยายและบานชุงได้ทราบข่าวสารจากชาวนาด้วยกัน

๒. เจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญของทางการ ฝ่ายให้ข่าวสารคานเกษตรกรรม แก่ชาวบ้านที่สำคัญที่สุดคือ เจ้าหน้าที่เกษตรอำเภอ

๓. เจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครอง ชาวนาได้รับการติดต่อให้ข่าวสารจากนายอำเภอ โดยเฉพาะบานชุงและบานขยายซึ่งตั้งอยู่ใกล้ทวารการอำเภอ

^๑ สิริฉัตรณ เชฏฐรากุล, "ลักษณะการรับของใหม่ในหมู่บ้านจังหวัดพระนครศรีอยุธยา" (วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต แผนกวิชาสังคม บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๑๘), หน้า ๖๑ - ๖๒.

๔. ฝ่ายเอกชนที่ให้ความช่วยเหลือ คือ พ่อค้าส่งที่รับซื้อข้าวจากชาวนา ในบ้านซึ่งได้รับทราบจากตัวแทนธนาคาร เพื่อการเกษตรและสหกรณ์ ตลอดจนตัวแทน ขยายผลิตภัณฑ์ด้านเกษตรกรรมของบริษัทเอกชน ซึ่งเข้ามาสาธิตวิธีการไร้อินทรีย์และ โฆษณาการไถยากำจัดศัตรูพืชหรือปุ๋ยต่าง ๆ ควบ

๕. สื่อมวลชน วิทยุ โทรทัศน์ เป็นแหล่งกระจายข่าวสารที่หัวหน้า ครวเรือนชาวนาได้รับฟังข่าวสารคานราคาข้าวหรือความเคลื่อนไหวทางด้าน เกษตรกรรม

๖. เอกสารสิ่งตีพิมพ์ต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ ใบปลิวโฆษณาต่าง ๆ

๗. แหล่งข่าวต่าง ๆ ชาวนาได้รับทราบข่าวสารหรือเลียนแบบต่าง ๆ จากเพื่อนบ้านและชาวนาในตำบลใกล้เคียง นอกจากนั้นได้รับทราบข่าวสารจาก ประสบการณ์ของหัวหน้าครอบครัว หรือสมาชิกในครัวเรือนที่ออกไปรับจ้างทำนาใน ที่อื่น

ทัศนีย์ แก้วสว่าง^๑ ได้ศึกษาเรื่องการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ความทันสมัย ทางการเกษตรพบว่า การที่เกษตรกรยอมรับนวัตกรรมทางการเกษตรนั้น เนื่องมาจากอิทธิพลของเพื่อนบ้านและการได้เห็นผลการใช้นวัตกรรมจากเพื่อนบ้าน หรือเห็น การสาธิตของเจ้าหน้าที่มาแล้ว

ศุลา ชีรชุติมานนท์^๒ ศึกษาถึงปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการยอมรับ การปลูกพืชสามครั้งต่อปี ในเขตโครงการชลประทานเพชรบุรี ในส่วนที่เกี่ยวกับการ

^๑ ทัศนีย์ แก้วสว่าง, "การเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ความทันสมัยทางการเกษตร" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์, ๒๕๑๘), บทคัดย่อ.

^๒ ศุลา ชีรชุติมานนท์, "ปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการยอมรับการปลูกพืช สามครั้งต่อปีในเขตโครงการชลประทานเพชรบุรี" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตรบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๒๒), หน้า ๕๓.

ติดต่อกับเจ้าหน้าที่การเกษตรนั้น กลุ่มปลูกพืชสามครั้งต่อปี มีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่การเกษตรมากกว่ากลุ่มปลูกพืชสองครั้งต่อปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้เพราะกลุ่มปลูกพืชสามครั้งบางคนมีตำแหน่งเป็นผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน หรือเป็นกรรมการในสถาบันต่าง ๆ ที่ต้องเกี่ยวข้องกับหน่วยราชการ บุคคลเหล่านี้มักจะได้รับการติดต่อจากเจ้าหน้าที่การเกษตรให้ทำแปลงสาธิตในเรื่องต่าง ๆ เสมอ จึงมีส่วนในการที่จะรับวิทย์การการเกษตรใหม่ ๆ ในขณะที่เดียวกันเกษตรกรจะทำอะไรใหม่ ๆ ก็จะต้องดูเพื่อนบ้านทำสำเร็จก่อน ซึ่งบุคคลที่ทำสำเร็จก่อนนี้เป็นกลุ่มยอมรับเร็ว

หัสชัย พร้าโมต^๑ ศึกษาการยอมรับการปลูกพืชในฤดูแล้งของเกษตรกรในจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า สาเหตุบางประการที่เกษตรกรยอมรับการปลูกพืชในฤดูแล้งคือ ปลูกตามเพื่อนบ้าน เห็นเพื่อนบ้านปลูกแล้วก็มีกำไรมากขึ้น ส่วนแหล่งความรู้ในการปลูกพืชในฤดูแล้ง การโฆษณาเคมีและการโฆษณาส่วนใหญ่ได้มาจากเพื่อนบ้าน รองลงมาเป็นบรรพบุรุษและพ่อค้าตามลำดับ

จากแนวความคิดและรายงานวิจัยดังกล่าวมานี้ กล่าวโดยสรุปคือในการยอมรับนวัตกรรมนั้นแตกต่างกันไป ทั้งสื่อบุคคล และสื่อมวลชนตลอดจนสื่อเฉพาะกิจต่างก็มีบทบาทแตกต่างกันไปในแต่ละกรณีเมื่อมาพิจารณาถึงคุณสมบัติของผู้รับนวัตกรรม ก็มีแนวความคิดและรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น โรเจอร์ส (Rogers) และชูเมคเกอร์ (Shoemaker)^๒ ได้แบ่งประเภทของผู้รับนวัตกรรมออกเป็น ๕ ประเภทคือ

๑. พวกชอบของใหม่ (Innovators) เป็นพวกชอบเสี่ยงภัย มีการเรียนรู้และยอมรับนวัตกรรมได้อย่างรวดเร็ว

^๑ หัสชัย พร้าโมต, "การศึกษาการยอมรับการปลูกพืชในฤดูแล้งของเกษตรกร หมู่ ๓ ตำบลกระสัง อำเภอกะสัง จังหวัดบุรีรัมย์" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตรบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๒๓), หน้า ๙๐.

^๒ Rogers and Shoemaker, Communication of Innovations, pp. 183 - 184.

๒. พวกรับเร็วส่วนแรก (Early Adopters) เป็นพวกนำเชื่อถือและนำเสนอ มีคุณสมบัติของการเป็นผู้นำทางความคิดมากที่สุด

๓. พวกรับเร็วส่วนมาก (Early Majority) เป็นพวกที่มีความรอบคอบระมัดระวัง มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารหรือความคิดเห็นกับเพื่อนของตน ใช้เวลาในการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า ๒ พวกแรก

๔. พวกรับช้าส่วนมาก (Late Majority) มักเป็นพวกที่สงสัยและไม่ค่อยไวใจส่วนมากจะยอมรับนวัตกรรมต่อเมื่อบรรทัดฐานของระบบสังคมในขณะนั้นเอื้ออำนวยต่อการรับนวัตกรรม

๕. พวกล่าช้า (Laggards) เป็นพวกสุดท้ายของสังคมที่ยอมรับนวัตกรรม ยึดมั่นสิ่งเก่า ๆ และไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง

นอกจากนั้นโรเจอร์ส (Rogers) และชูแมกเกอร์ (Shoemaker) ยังได้กล่าวถึงคุณลักษณะของผู้รับนวัตกรรมเร็วกว่า (Earlier Adopters) และผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า (Later Adopters) ว่า มีคุณลักษณะบางประการคือ ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่าได้รับการศึกษาในโรงเรียนอย่างเป็นทางการ มีความสามารถในการอ่านออกเขียนได้มากกว่า มีระดับของการเป็นผู้นำทางความคิด มีฐานะทางเศรษฐกิจและมีการติดต่อสื่อสารมากกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า

จากการศึกษาของลาซาฟีลด์ (Lazarsfeld) และ กาดेट (Gadet)^๒ ในปี ๑๙๕๐ พิจารณาจากเวลาที่ผู้รับสารทราบเกี่ยวกับนวัตกรรม โดยไม่ได้คำนึงถึงอิทธิพลของสื่อต่าง ๆ ที่มีต่อผู้รับสาร ผลของการวิจัยเกี่ยวกับการเผยแพร่การยอมรับนวัตกรรมชี้ให้เห็นว่า ผู้รู้เกี่ยวกับนวัตกรรมเร็วและผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมเร็ว จะใช้สื่อมวลชนมากกว่าผู้เกี่ยวกับนวัตกรรมช้า และผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า

^๑ Ibid., pp. 185 - 189.

^๒ Ibid., p. 207.

สมชัย รัทวิจิตร^๑ วิจัยความเป็นผู้นำในหมู่บ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย พบว่า ผู้นำในหมู่บ้านจะเป็นชาวบ้านกลุ่มแรกที่ยอมรับแนวความคิดและวิทยาการแผนใหม่ เป็นผู้ริเริ่มและกล้าเสี่ยงทดลองทำสิ่งแปลกใหม่ เมื่อชาวบ้านเห็นดีเห็นงามแล้วก็จะรับไปปฏิบัติตาม

กุมาร์ (Kumar)^๒ ศึกษาถึงประเภทของผู้ยอมรับนวัตกรรมการเกษตรในแง่สังคม เศรษฐศาสตร์และลักษณะทางจิตวิทยา รวมทั้งบทบาทของผู้รับเร็ว (early adopters) ในการเผยแพร่ข่าวสารที่บูบาเนสวาร์ (Bhubaneswar) พบว่าทั้ง innovators และ early adopters ชอบฟังบรรยายจากผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเป็นพิเศษ

โรเจอร์ส (Rogers) กับสวีนนิง (Svenning)^๓ ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการยอมรับสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ของชาวนาในโคลัมเบียว่ามีปัจจัยใดที่สนับสนุนให้เปิดรับสื่อและยอมรับนวัตกรรม พบว่าปัจจัยดังกล่าวคือ การศึกษา การเดินทางไปต่างถิ่น การเป็นคนทันสมัย ความมีฐานะทางเศรษฐกิจ และมีตำแหน่งหน้าที่การงาน ผู้ที่มีปัจจัยดังกล่าวจะเปิดรับสื่อและยอมรับนวัตกรรมใหม่ ๆ ง่ายกว่าผู้ที่ขาดปัจจัยดังกล่าว

^๑ สมชัย รัทวิจิตร, ความเป็นผู้นำในหมู่บ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย (กรุงเทพมหานคร : ศูนย์วิจัยและพัฒนากการทหารระหว่างไทย-สหรัฐ, ๒๕๑๔), หน้า ๒๘.

^๒ Cjha Purnendu Kumar, "A study on the characteristics of adopter categories and the role of key-communicators in relation to adoption of some agricultural innovations," in List of Thesis 1975 and 1976, ed. P.R.R. Sinha (Singapore : The Asian Mass Communication Research and Information Centre, 1978), pp. 42 - 43.

^๓ Everett M. Rogers and Lynne Svenning, Modernization Among Peasants (New York : Holt Rinehart and Winston, 1969), p.70.

โกลด์เซน (Goldsen) และ แมกซ์ราลิส (Max Ralis)^๑ ไค่ทำการศึกษาเรื่องการยอมรับนวัตกรรมของประชาชนในท้องที่บางชั้น เมื่อ ค.ศ. ๑๙๕๕ ไค่แก่การยอมรับนวัตกรรมทางคานเกษตรกรรมและการรู้จักใช้บริการของ คีคลินิกและโรงพยาบาล จากการศึกษาส่วนหนึ่งพบว่า กลุ่มชาวนาที่รู้จักใช้เครื่องจักร จะเป็นกลุ่มที่มีระดับทางเศรษฐกิจสูง มีระดับการอ่านออกเขียนไค่สูงกว่า มีการยอมรับแบบแผนการดำเนินชีวิตแบบชุมชนเมืองสูงกว่า มีการเปิดรับสื่อมวลชน มีการติดต่อกับคนในสังคมมากกว่า สำหรับกลุ่มที่อ่านไม่ออกเขียนไม่ไค่ (Illiterate) จะอยู่ในกลุ่มผู้ที่รู้จักใช้เครื่องจักรก็ต่อเมื่อมีการติดต่อกับชุมชนเมืองมากขึ้น

พิศนัย กระแสอินทร์^๒ ศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับ การปลูกพืชหมุนเวียนของเกษตรกร จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า อัตราการยอมรับของ เกษตรกรในปีแรก ๆ ที่ทำการส่งเสริมคือ เริ่มตั้งแต่ปี ๒๕๐๑ เป็นต้นมา เกษตรกร จะค่อย ๆ ยอมรับเป็นไปอย่างช้า และยอมรับกันมากที่สุดในปี ๒๕๑๓ สาเหตุที่เพ็ง จะมีการยอมรับกันมากอาจจะเป็นเพราะว่าทางราชการเพ็งจะมีการทำแปลงสาธิต ในปี ๒๕๑๒ นั้นเอง ทำให้เกษตรกรยอมรับกันมากที่สุดในปีถัดมาคือปี ๒๕๑๓ ดังกล่าว

นอกจากนั้นเกษตรกรที่มีการศึกษาสูงยอมรับการปรับปรุงรูปร่าง ของนามากกว่าเกษตรกรที่มีการศึกษาคำ และเกษตรกรที่เขารวมเป็นสมาชิกกลุ่ม (สหกรณ์การเกษตร, สมาคมผู้ไค้หน้า), เป็นคณะกรรมการหมู่บ้าน คณะกรรมการ

^๑ Rose K. Goldsen and Max Ralis, Factors Related to Acceptance of Innovations in Bang Chan, Thailand : Analysis of a Survey Conducted by the Cornell Cross-Cultural Methodology Project, May, 1955 (New York : Department of Far Eastern Studies, Cornell University, 1957), pp. 36 - 37.

^๒ พิศนัย กระแสอินทร์, "ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการปลูกพืช หมุนเวียนของเกษตรกรจังหวัดศรีสะเกษ" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาส่งเสริม การเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๑๔), หน้า ๑๒๐ - ๑๒๑.

งานกุศล ไปร่วมกิจกรรมพัฒนาท้องถิ่นหรือช่วยเหลือเพื่อนบ้านสร้างสาธารณประโยชน์ ตลอดจนเข้าร่วมประชุมหรืออบรมที่ทางราชการหรือเพื่อนบ้านจัดขึ้นบ่อยครั้ง ยอมรับนวัตกรรมคือการปรับปรุงรูปร่างของนา ไร่ปลูกบำรุงที่ดินและการปฏิบัติกรอื่น ๆ มากกว่าผู้ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่มและไปร่วมกิจกรรม ตลอดจนไปร่วมประชุมบ่อยครั้งกว่า

สหัส นิลพันธ์^๑ ได้ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการยอมรับปทุมมาวัล เพื่อปรับปรุงดินเปรี้ยว พบว่าการยอมรับปทุมมาวัล มีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษาของเกษตรกร

บุญธรรม คำพ้อ^๒ ได้ศึกษาปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจและการศึกษากับการยอมรับนวัตกรรมของเกษตรกร ตำบลโพงาม อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาท พบว่าเกษตรกรที่มีคุณสมบัติต่อไปนี้คือ ใ้รับการศึกษาลงกว่าป. ๔ อ่านออกเขียนได้ ดีมาก รับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากสื่อมวลชนและมีการติดต่อกับบุคคลต่าง ๆ มากกว่า เป็นผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมมากกว่าเกษตรกรที่จับต่ำกว่าป. ๔ และมีการรับรู้ข่าวสารและการติดต่อกับบุคคลต่าง ๆ น้อย

จากทฤษฎีแนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวมานี้ จะเห็นได้ว่า สื่อแต่ละชนิดมีบทบาทในการยอมรับนวัตกรรมแตกต่างกันไป และยังแสดงให้เห็นถึงคุณสมบัติของผู้รับนวัตกรรมที่แตกต่างกันระหว่างผู้รับนวัตกรรมเร็วและผู้รับนวัตกรรมช้า ซึ่งเป็นการสนับสนุนสมมุติฐานในการศึกษาคงนี้

^๑ สหัส นิลพันธ์, "ปัจจัยบางประการที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการยอมรับการใช้ปทุมมาวัลเพื่อปรับปรุงดินเปรี้ยวของเกษตรกรในตำบลสี่พระกระบือ อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๑๘), หน้า ๗๗.

^๒ บุญธรรม คำพ้อ, "ความแตกต่างระหว่างผู้ยอมรับกับผู้ไม่ยอมรับวิทยาการเกษตรแผนใหม่ ศึกษาเฉพาะกรณีในเขตโครงการมูลนิธิบูรณะชนบท" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต สาขาพัฒนาชุมชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๒๐), บทคัดย่อ.