



บทที่ 2

แนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมพึงประสงค์ด้านการชลประทานของเกษตรกรในเขตโครงการพัฒนาเกษตรชลประทานแม่กลองใหญ่ ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นแนวทางการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. แนวความคิดและทฤษฎีว่าด้วยทัศนคติ (Attitude)

Childs กล่าวว่าทัศนคติหมายถึงแนวโน้มการกระทำของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้าหรือเรื่องราว รวมถึงผลของความรูสึก ความมีอคติ ความกลัว ความคิด และความรูสึกอื่น ๆ ที่มีต่อเรื่องต่าง ๆ (Childs, 1975)

Fishbein ได้ให้ความเห็นว่า ทัศนคติเกี่ยวกับสภาพจิตใจและระบบประสาทที่อยู่ใต้อารมณ์เตรียมพร้อม ทัศนคตินี้ไ้มาจากประสบการณ์หรือความพยายามโดยทางตรงหรือทางอ้อม เพื่อที่จะมีอิทธิพลหรือการตอบสนองของแต่ละบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือต่อสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง (Fishbein, 1967)

Newcomb โ้กกล่าวว่า ทัศนคติที่อยู่ในแต่ละบุคคลจะขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม ซึ่งจะแสดงออกในทางพฤติกรรม 2 ลักษณะ คือลักษณะที่ชอบหรือพอใจ ทำให้ผู้นั้นเกิดความพอใจอยากใกล้ชิดสิ่งนั้น และลักษณะความไม่พอใจซึ่งจะเกิดความเกลียดชัง ไม่อยากเข้าใกล้สิ่งนั้น (Newcomb, 1955)

Thriandis สรุปแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติว่า ทัศนคติเป็นการเปลี่ยนความคิดที่เกิดจากอารมณ์โอนเอียงไปในทางที่จะเกิดการกระทำที่พิเศษไปจากสถานการณ์เดิมในสังคมนั้น (Thriandis, 1971)

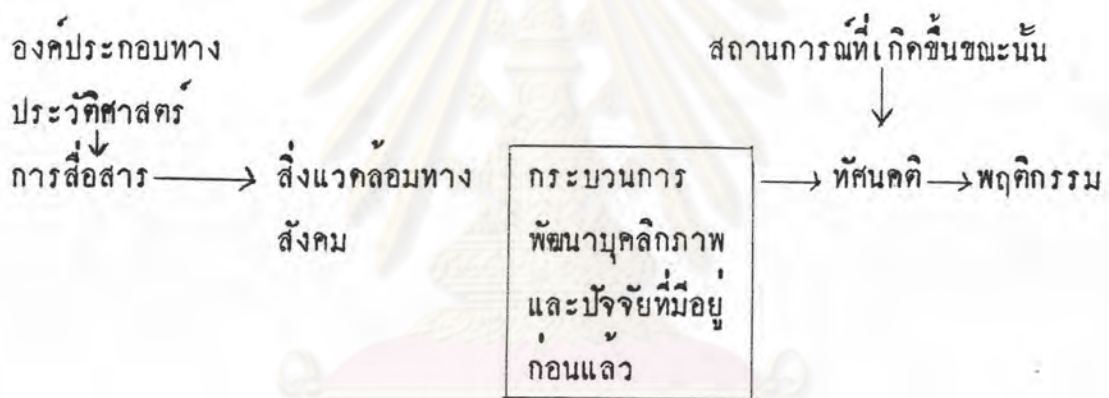
Rosenberg และ Hovland ได้อธิบายถึงทัศนคติว่าบุคคล สถานการณ์ กลุ่มคนในสังคม ปัญหาในสังคม และวัตถุประสงค์อื่น ๆ จะเป็นตัวกระตุ้น ให้ทัศนคติก่อรูป

ขึ้น โดยที่ทัศนคติที่เกิดขึ้นจะประกอบด้วย ความรู้สึก (Affect) การเรียนรู้ (Cognition) และพฤติกรรม (Behavior) (Thriandis, Ibid.)

จากที่กล่าวมาแล้วนั้น จะเห็นได้ว่าทัศนคติหมายถึงความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ต่อสิ่งต่าง ๆ ซึ่งอาจจะเป็นบุคคล สิ่งของ ความคิด คำพูด เหตุการณ์ หรือสถานที่ใดที่หนึ่ง ทัศนคติก็อุปฐกขึ้นจากประสบการณ์ส่วนบุคคล มีลักษณะค่อนข้างคงทน แต่เปลี่ยนแปลงได้ ถ้ามีเหตุผลหรือเหตุการณ์สำคัญเพียงพอ ทัศนคติมีความพร้อมที่จะแสดงออก เมื่อถูกกระตุ้น

แนวความคิดเรื่องทัศนคติอาจจะอธิบายได้ด้วยแบบจำลองข้างล่างนี้

แบบจำลองกระบวนการพื้นฐานในการเกิดทัศนคติ



(ที่มา : Newson and Siegfried, 1981)

1. องค์ประกอบทางคานประวัติศาสตร์ (Historical Factor)

หมายถึงลักษณะทางคานประวัติศาสตร์บุคคล ได้แก่ สถานที่เกิด สถานที่ที่บุคคลเจริญเติบโต สภาพทางเศรษฐกิจ ลักษณะทางคานประวัติของบุคคล บรรทัดฐานทางสังคม บุคลิกภาพ และการพิจารณาเรื่องเกี่ยวกับการเมืองและสังคมที่ผ่านมา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดลักษณะของบุคคล

2. สิ่งแวดล้อมทางสังคม (Social Environment)

สิ่งแวดล้อมทางสังคมประกอบด้วย การสื่อสาร การโน้มน้าวใจกลุ่ม และบรรทัดฐานของกลุ่ม สถานการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตของบุคคล ประสบการณ์ และ

องค์ประกอบทางจิตวิทยาที่มีอยู่ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีบทบาทในการสร้างทัศนคติ ซึ่งมีผลต่อความรู้สึกนึกคิดของบุคคลในเรื่องต่าง ๆ

3. กระบวนการพัฒนาบุคลิกภาพและปัจจัยที่มีอยู่แล้ว (Personality Process and Predispositions)

เป็นกระบวนการพื้นฐานในการสร้างทัศนคติของบุคคล ได้แก่ความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ ในสังคม การป้องกันตัวเอง ลักษณะเฉพาะของบุคคล ความเชื่อ ความรู้ อารมณ์ และพฤติกรรม ซึ่งทำให้บุคคลแต่ละคนมีทัศนคติที่ไม่เหมือนกัน

4. ทัศนคติ (Attitude)

ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อเรื่องต่าง ๆ นั้น เกิดเนื่องจากการมองแบบเหมารวมพวก (Stereotype) การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการกระทำและนโยบายต่าง ๆ การได้รับทัศนคติอื่น ๆ ทั้งที่เข้ามาอยู่ร่วมกับทัศนคติเดิมและทัศนคติที่บุคคลได้รับ ซึ่งอาจเป็นเพราะทัศนคติเหล่านี้เป็นทัศนคติที่บุคคลไม่เห็นด้วย เราอาจกล่าวได้ว่าทัศนคติของบุคคลเป็นสิ่งที่เกิดจากกรอบแห่งประสบการณ์ (Frame of Reference)

องค์ประกอบสำคัญ 3 ประการของทัศนคติ

1. การเรียนรู้ (Cognitive Component) ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้หรือเกิดจากประสบการณ์ของแต่ละคน

2. ความรู้สึก (Affective Component) ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจเกิดจากอารมณ์ ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงความคิด ถ้าคนมีความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เขาก็จะมีสภาพจิตใจที่สนับสนุนหรือต่อต้านต่อสิ่งนั้นอย่างถาวรพอสมควร

3. พฤติกรรมที่แสดงออก (Behavioral Component) ทัศนคติเป็นสภาพจิตใจที่มีอิทธิพลต่อความคิดและการกระทำของบุคคลเป็นอันมาก เพราะถ้ามีความรู้สึกต่อสิ่งใดแล้ว ก็จะมีท่าทีต่อสิ่งนั้นในลักษณะอันจำกัถ

แหล่งสำคัญที่ทำให้คนเกิดทัศนคติ

1. สิ่งที่ เป็นแบบอย่าง (Model) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ เช่น การเลียนแบบพ่อแม่ เมื่อพ่อแม่แสดงท่าทีไม่ชอบอะไร ลูกก็จะไม่ชอบไปด้วย

2. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือไม่ดี ก็จะทำให้เขาเกิดทัศนคติในเรื่องนั้น ๆ ไปในทิศทางของประสบการณ์ที่เขาได้รับ

3. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น โรงเรียน วัด ที่ทำงาน เป็นต้น

4. การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (Communication with Others) การได้ติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นจะทำให้บุคคลนั้นเกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารนั้นได้ เช่น เด็กที่เคยได้รับการอบรมสั่งสอนจากผู้ใหญ่ว่าทำอย่างนั้นไม่ดี อย่างนี้ไม่ดี ก็จะทำให้เด็กเกิดมีทัศนคติต่อการกระทำต่าง ๆ ตามที่ได้รับทราบมา (Thriandis, 1971)

จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบสำคัญในการเชื่อมโยงให้มนุษย์เกิดทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ ได้ ก็คือการติดต่อสื่อสาร ไม่ว่าจะทัศนคติจะเกิดจากสิ่งที่เป็นแบบอย่าง ประสบการณ์เฉพาะ ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน หรือการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น ก็จะต้องมีการสื่อสารเป็นตัวประกอบอยู่ด้วยเสมอ จนสามารถกล่าวได้ว่า การสื่อสารหรือการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกันเป็นกิจกรรมที่สำคัญและมีผลให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

จากทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม กล่าวได้ว่า ทัศนคติของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี เช่น การที่บุคคลได้รับข่าวสารต่าง ๆ จากบุคคลอื่นหรือสื่อมวลชนต่าง ๆ ข่าวสารต่าง ๆ นี้จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบของทัศนคติในส่วนของความรู้หรือความคิด และเมื่อองค์ประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลงไป องค์ประกอบส่วนอื่นจะมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน คือ เมื่อองค์ประกอบทางด้านความรู้หรือความคิดเปลี่ยนแปลงไปก็จะมีแนวโน้มทำให้องค์ประกอบทางด้านความรู้สึกและองค์ประกอบด้านพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปด้วย

2. แนวความคิดเรื่องสื่อ : ประสิทธิภาพของสื่อ - สื่อมวลชน, สื่อบุคคล, สื่อเฉพาะกิจ

สื่อ (Media) คือพาหนะที่นำข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร
กลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) การแบ่งประเภทของสื่อที่นับได้แบ่งไว้ตาม

คุณลักษณะ ดังนี้

2.1 สื่อมวลชน (Mass Media) หมายถึงสื่อที่ทำให้ผู้ส่งสารซึ่งอาจจะเป็นบุคคลคนเดียวหรือกลุ่มบุคคล สามารถส่งข่าวสารข้อมูลไปยังผู้รับสารเป้าหมายได้จำนวนมาก หลากหลาย และอยู่กันอย่างกระจัดกระจายได้ในเวลาอันรวดเร็ว โดยสื่อที่ใช้จะแบ่งเป็นประเภทย่อย ๆ ใดดังต่อไปนี้

- สื่อที่รับได้ด้วยการมองเห็น (Visual Media) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพถ่าย ภาพวาด เป็นต้น สื่อเหล่านี้ผู้รับสารรับได้ด้วยการอ่าน การมองเห็น เช่น หนังสือพิมพ์ เป็นสื่อสำหรับผู้ที่มีการศึกษาที่อย่างน้อยก็ต้องอ่านหนังสือออกในสังคมเมืองและในประเทศที่พัฒนาแล้ว หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในค่าน้ำ เป็นสื่อที่ให้ข้อมูลละเอียดถี่ถ้วนและหลากหลายกว่าสื่ออื่น ซึ่งรายการวิทยุโทรทัศน์ ทำใ้คนน้อยกว่า ส่วนหนังสือและนิตยสารเป็นแหล่งความรู้ สารบันเทิง และการบริการทางการศึกษา โดยมีคุณสมบัติอยู่ 2 ประการคือ ความคงทนถาวร และความหลากหลายของเนื้อหา บทบาทและหน้าที่สามารถครอบคลุมไปทุกวงการอาชีพ สำหรับสื่อภาพถ่ายและภาพวาดนั้นโดยตัวของมันเองแล้วเป็นตัวกลางที่จะนำสารไปสู่ผู้รับสาร เช่น ภาพทิวทัศน์ ทำให้ผู้รับสารเกิดความสนใจอยากจะไปพบเห็นด้วยตาของตนเองหรืออยากจะไปเที่ยวสถานที่แห่งนั้น เป็นต้น นอกจากนี้สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่มีราคาโดยเฉลี่ยไม่สูง คนทั่วไปสามารถซื้อหาอ่านได้ และผู้รับสารสามารถหยิบฉวยมาอ่านได้ทันทีไม่ว่าจะเป็นเวลาใด สถานที่ใด และกลับมาอ่านซ้ำได้อีกตามที่ต้องการ แต่สื่อประเภทนี้มีข้อค้อยในเรื่องของการใช้เวลาานพอสมควรกว่าจะถึงปลายทาง คือผู้รับสาร ทำให้ความสดของข่าวสารลดลง ซึ่งต่างกับสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ที่ผู้รับสารสามารถรับสารในขณะที่ผู้ส่งอยู่ในเหตุการณ์ซึ่งให้ความรู้สึกเหมือนจริงมากกว่า

- สื่อที่รับได้ด้วยการฟัง (Audio Media) ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง เป็นสื่อที่ไม่มีภาพหรือการมองเห็นใด ๆ การสื่อสารจึงต้องใช้การพูดอธิบายเพื่อให้เกิดภาพในสมองของผู้รับฟัง ซึ่งทำให้มีความสดและมีชีวิตชีวา ผู้รับสารสามารถจินตนาการได้กว้างไกลตามแต่ประสบการณ์ของตน มีผู้กล่าวว่าภาพที่เกิดจากจินตนาการของผู้รับสารจากวิทยุนี้มีความหลากหลายกว่าภาพที่ปรากฏบนจอโทรทัศน์ เพราะภาพที่ปรากฏบนจอโทรทัศน์นั้นจำกัดความคิดหรือจินตนาการของผู้รับสารไว้แคบจนเท่านั้น ใน

ขณะที่ผู้ฟังวิทยุกระจายเสียงอาจมองเห็นภาพที่กว้างกว่าคำอธิบายจากสื่อประกอบกับ ประสบการณ์ของการเรียนรู้ด้วยตนเอง ในแง่ของการหมุนเวียนของข่าวสารนั้น พบว่า วิทยุกระจายเสียงน่าจะเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้มากที่สุด เนื่องจากปัจจุบันเครื่องรับวิทยุมีราคาถูกลง และกลายเป็นสื่อประจำบ้าน นอกจากนี้ยังมีความรวดเร็วในการเสนอข่าวสาร แต่มีข้อเสียเปรียบคือสื่อสิ่งพิมพ์ คือรายการวิทยุหนึ่งจะมีกำหนดเวลาการออกอากาศซึ่งถ้าผู้ฟังไม่ว่าง เวลานั้นก็อาจพลาดรายการนั้น ๆ ได้ หรือถ้าสนใจจริง ๆ ก็จำเป็นต้องอยู่รอฟังตามเวลากำหนด ซึ่งต่างกับสื่อสิ่งพิมพ์ซึ่งสามารถหยิบมาอ่านเมื่อใดก็ได้ และรายการวิทยุเมื่อเปิดฟังแล้วก็ผ่านไป หมกไป ไม่สามารถนำกลับมาฟังใหม่ เว้นแต่จะมีการบันทึกเทปไว้ ซึ่งส่วนใหญ่ก็คงจะไม่ทำกัน

- สื่อที่รับได้ด้วยการฟังและการมองเห็น (Audio-Visual Media) ได้แก่ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ ผู้รับสามารถรับสารได้โดยการมองเห็นและได้ยินเสียงไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งจะได้เปรียบในแง่ของความเข้าใจสารง่ายกว่า 2 ประเภทแรก โทรทัศน์และภาพยนตร์เป็นสื่อที่มีความสมบูรณ์ในแง่ของประสาทสัมผัสทั้ง 5 แต่โทรทัศน์เป็นสื่อประเภทที่มีกำหนดเวลา เช่นเดียวกับวิทยุกระจายเสียง ผู้รับต้องดูตามเวลาที่เสนอ ไม่มีโอกาสเปรียบเทียบและไม่มีโอกาสกลับมาดูสารที่เสนอไปแล้วได้ใหม่ ยกเว้นจะมีการบันทึกเทปไว้ สื่อชนิดนี้จึงต้องการความสนใจจากผู้รับสารมาก นอกจากนี้การดำเนินการผลิตรายการหรือข่าวสารมีกระบวนการยุ่งยาก ต้องใช้ทุนในการผลิตสูง เช่นเดียวกับภาพยนตร์

2.2 สื่อบุคคล (Personal Media) หมายถึง ตัวบุคคลผู้นำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัวระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป ทั้งในลักษณะที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ

ประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล นักวิชาการส่วนใหญ่ต่างเห็นพ้องกันว่า สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อบุคคลในด้านการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมาก เพื่อก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องหนึ่งอย่างถูกต้อง ส่วนสื่อบุคคลจะมีประสิทธิภาพมากกว่าในการชักจูงใจให้บุคคลมีทัศนคติต่อเรื่องนั้น ๆ ตามแนวทางที่มุ่งหวัง เช่น

Rogers ได้กล่าวเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลไว้ว่า ผลการวิจัยต่าง ๆ พบว่า สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ ซึ่งหมายถึงการเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่จากการสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นมีประสิทธิภาพ

มากกว่า เมื่อวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะข่าวสารที่ถ่ายทอดออกจากสื่อมวลชนเพียงอย่างเดียวไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังแน่นหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ (Rogers, 1978)

Bettinghaus กล่าวว่า สื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อและทัศนคติที่อยู่แต่เดิมให้ฝังแน่นมากกว่าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ใบบางในขอบเขตจำกัดของประสบการณ์ ดังนั้นสื่อมวลชนจึงเป็นเพียงแหล่งความคิดและเป็นผู้อ้างแนวทางในการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างมนุษย์นั้นเป็นผลจากการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้ากันทั้งสิ้น (Bettinghaus, 1968)

Katz และ Lazarsfeld ก็เห็นพ้องต้องกันว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติและยอมรับที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ มากที่สุด ฉะนั้นสื่อมวลชนจึงมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนในชั้นรองใจ ส่วนสื่อมวลชนจะมีความสำคัญกว่าในชั้นของการให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง และอาจมีผลบ้างในการสร้างทัศนคติในเรื่องที่บุคคลยังไม่เคยรับรู้มาก่อน (Katz & Lazarsfeld, 1955)

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการติดต่อสื่อสาร โดยผ่านสื่อบุคคลที่มีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลมากกว่าการติดต่อสื่อสาร โดยผ่านสื่อมวลชน ตามแนวความคิดของ Lazarsfeld และคณะ มี 4 ประการคือ

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลสามารถชักจูงการเลือกรับสารของผู้ฟังได้ เนื่องจากการหลีกเลี่ยงการสนทนาหรือรับฟังเป็นไปไคยากกว่าการรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยในการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้น ผู้รับสารอาจหลีกเลี่ยงไม่รับฟังเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อของตน หรือเรื่องที่ตนไม่สนใจไคง่าย
2. การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้ากัน เปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่สนทนากันไคในเวลาอันรวดเร็ว ถ้าหากเนื้อหาที่สนทนานั้นไครับการต่อต้านจากคู่สนทนา
3. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น จะมีลักษณะง่าย ๆ เป็นกันเอง จึง

เชื่อว่าการชักจูงใจให้คล้อยตาม มากกว่าสื่อมวลชนซึ่งรับปฏิกริยาโต้กลับไม่ไค้ทันที

4. ผู้รับสารส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือในข้อเท็จสินและความคึกเห็นของผู้ที่เขารูจักและนับถือมากกว่าบุคคลที่เขาไม่เคยรู้จักมาก่อนแล้วมาคึกข้อสื่อสารควย

(Lazarsfeld & Menzel, 1968)

นอกจากนี้ทฤษฎีการสื่อสารแบบหลายขั้นตอน (Multi-step flow of Communication) ยังไค้กล่าวไว้ว่า ชาวสารส่วนใหญ่ที่เผยแพร่จากสื่อมวลชนไปยังประชาชนเป้าหมายนั้นมักจะผ่านผู้นำความคึกเห็น (Opinion Leader) หรือผู้ที่เขาดึงสื่อมากกว่าเสียก่อน แล้วบุคคลเหล่านั้นจะนำเอาชาวสารข้อมูลที่ได้รับไปเผยแพร่แก่ประชาชนเป้าหมายคนอื่น ๆ ต่อไป ซึ่งในการถ่ายทอดชาวสารแต่ละครั้งนั้นผู้ถ่ายทอดมักจะสอดแทรกทัศนคติหรือความคึกเห็นของตนลงไปควย ทำให้ผู้รับสารคนท่าย ๆ ไค้รับชาวสารที่มีทัศนคติของคู่สนทนามาแทนควย ซึ่งมีผลไม่น้อยที่จะทำให้ผู้รับสารคล้อยตาม

(Menzel & Katz, 1955)

ตารางเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนและสื่อบุคคล (ปรมะ สตะเวทิน, 2527)

คุณสมบัติในการสื่อสาร	การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน	การสื่อสารผ่านสื่อบุคคล
1. การไหลของชาวสาร	มีแนวโน้มจะเป็นแบบทางเดียว	มีแนวโน้มจะเป็นแบบสองทาง
2. ความรวดเร็วในการส่งชาวสารไปยังคนจำนวนมาก	เร็ว	ช้า
3. ความถูกต้องของสารเมื่อส่งไปยังคนจำนวนมาก	มาก	น้อย
4. ความสามารถในการเลือกผู้รับสาร	น้อย	มาก
5. ความสามารถในการขจักการเลือกผู้รับสาร	น้อย	มาก

คุณสมบัติในการสื่อสาร	การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน	การสื่อสารผ่านสื่อบุคคล
6. โอกาสที่จะได้รับการสื่อสาร	น้อย	มาก
7. ผล (Effect)	เพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจ	เปลี่ยนทัศนคติ

จากตารางจะเห็นได้ว่า การสื่อสารทั้ง 2 ชนิดจะแตกต่างกัน คือการสื่อสารผ่านสื่อบุคคลจะมีผลในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ส่วนการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนจะมีผลในการเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจ ทั้งนี้เพราะการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนมีจุดเด่นในเรื่องของความรวดเร็วในการส่งข่าวสารไปยังผู้รับจำนวนมากได้อย่างถูกต้องมากกว่า

2.3 สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) ได้แก่ สื่อประเภท
 โสตทัศนอุปกรณ์ (Audio Visual Media) และสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ (Printed Media)

Schramm โทกล่าว่า จากหลักฐานที่ปรากฏชี้ให้เห็นว่า การโน้มน้าวใจโดยการเผชิญหน้ากัน (Face-to-Face) จะมีประสิทธิผลมากกว่าการโน้มน้าวใจด้วยสื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) สื่อประเภทโสตทัศนอุปกรณ์ (Audio Visual Media) และสื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media)

Adams โทกล่าถึงความสำคัญของสื่อเฉพาะกิจครั้งนี้ สื่อเฉพาะกิจจึงมีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวสารและข่าวสารข้อมูล เพราะสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะการใช้สื่อเฉพาะกิจเป็นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยมีกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ที่กำหนดไว้แน่นอน ตัวอย่างสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ การจัดพิมพ์เอกสาร จุลสาร แผ่นพับ หรือแผ่นปลิว ออกเผยแพร่ ซึ่งอาจจะจัดส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยทางไปรษณีย์ (Direct Mail)

นอกจากนี้การปิดโปสเตอร์ตามชุมชนต่าง ๆ การจัดนิทรรศการ การสาธิต (Demonstration) ก็เป็นการใช้สื่อเฉพาะกิจที่มีประสิทธิภาพในการรณรงค์ เผยแพร่

ประติษฐกรรมแปลก ๆ และทันสมัยในสังคมนั้น ๆ (Adams, 1977)

3. การเปิดรับข่าวสารและการเลือกรับข่าวสาร

Atkin กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนทันสมัย ทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย (Atkin, 1973 : 208)

Cherry กล่าวว่า การสื่อสารของมนุษย์กระทำเพื่อแบ่งปันข่าวสาร (An act of Sharing) และการแบ่งปันข่าวสารระหว่างกันจะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่การทัศนใจและกระทำกิจกรรมที่ประสานสอดคล้องกัน (Cherry, 1978 : 17)

ในการเปิดรับสารนั้นจะขึ้นอยู่กับองค์ประกอบทางด้านคุณลักษณะของผู้รับข่าวสารที่สำคัญคือ

3.1 องค์ประกอบทางด้านจิตใจ เนื่องจากสภาพจิตใจเป็นองค์ประกอบที่มีอยู่ในตัวผู้รับสารเอง จึงมีผลกระทบโดยตรงต่อการรับข่าวสารหรือการโน้มน้าวใจเป็นกระบวนการ โดยเราเรียกกระบวนการนี้ว่า "กระบวนการเลือกรับข่าวสาร" (Selectivity Process) ซึ่งประกอบด้วย (Klapper, 1960)

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) กล่าวคือ บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารต่าง ๆ ตามความสนใจ ความต้องการ ความคุ้นเคย และความสะดวก เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน

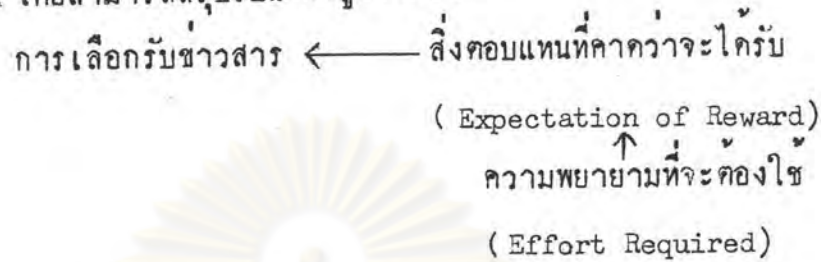
2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) บุคคลจะเลือกให้ความสนใจเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของตน และหลีกเลี่ยงที่จะให้ความสนใจกับข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของตน

3. การเลือกรับรู้ (Selective Perception) บุคคลจะเลือกรับรู้และเลือกตีความข่าวสารที่ไ้รับไปในทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตน

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำ เขาไปเก็บไว้เป็นประสบการณ์ เพื่อ

จะนำไปใช้ในโอกาสต่อไป และจะพยายามลืมในส่วนที่ต่องการจะลืมอีกด้วย

หลักการทั่วไปของกระบวนการเลือกรับข่าวสารของผู้รับข่าวสารแต่ละคน จะพบว่ามีความสัมพันธ์กับความพยายามที่ผู้รับข่าวสารจะตั้งใจ และสิ่งตอบแทนที่ผู้รับข่าวสารคาดว่าจะได้ โดยสามารถสรุปเป็นแผนภูมิได้ดังนี้



จะเห็นได้ว่า ผู้รับสารจะเลือกข่าวสารที่ต่องการมากน้อยเพียงใดนั้นเป็น สักส่วนกับความพยายาม นั้นหมายถึงความยากง่ายที่คนเราจะได้รับข่าวสารในแต่ละวัน กังนั้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อชักจูงใจ หรือเพื่อการเผยแพร่ข่าวสาร จึงต้องให้ ผู้รับสารได้ยิน และรับได้โดยสะดวก

นอกจากนี้พฤติกรรมพื้นฐานทางจิตใจก็มีผลกระทบต่อกระบวนการเลือกรับ ข่าวสาร ได้แก่

1. การเลือกรับรู้ มีผลมาจากความคลุมเครือของตัวกระตุ้นความต้องการ ของแต่ละคนและการตามอย่างผู้อื่น
 2. ทศนคติ หมายถึงความเชื่อและความรู้สึกคงทนที่จะได้รับการจัดระเบียบ อันเป็นตัวชักนำเราให้ปฏิบัติในทิศทางต่าง ๆ ทศนคติของผู้รับข่าวสารจะเป็นตัวแปรที่ อยู่ระหว่างการรับและการตอบสนองต่อข่าวสาร หรือสิ่งเร้า ในที่นี้จึงเป็นความเชื่อที่ ผู้รับแต่ละคนมีอยู่ก่อนการรับข่าวสาร
 3. ประสบการณ์ ผู้รับข่าวสารย่อมมีประสบการณ์เกี่ยวกับข่าวสารที่แตกต่าง ตินออกไป ซึ่งจะ เป็นตัวแปรที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารที่เคยเห็นแตกต่างกันไป เช่น นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เคยมาเที่ยวเมืองไทยแล้วมีความประทับใจ ก็จะมี ความ เป็นไปใค้สูงที่จะเลือกรับข่าวสารในแง่ดี รวมถึงการเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสารในแง่ดีต่อไป
- Schramm ใค้ให้ความเห็นว่า ข่าวสารที่เข้าถึงความสนใจของผู้รับ สารใค้มาก จะมีแนวโน้มทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

3.2 องค์ประกอบทางค่านิยม เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการสร้างประสบการณ์ ทักษะ ทักษะ รวมทั้งพฤติกรรมทั่วไปของผู้รับสารโดยตรง ซึ่งได้แก่

- สภาพแวดล้อม เช่น ครอบครัว สถาบันทางการศึกษา รวมถึงสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์
- วัฒนธรรมประเพณี การสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในสภาพของวัฒนธรรม และประเพณีของสังคมที่ผู้รับสารนั้นสังกัดอยู่ย่อมมีส่วนต่อพฤติกรรมและผลกระทบต่อการรับข่าวสารของผู้รับ
- ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ เพศ ภูมิฐานะ

เป็นต้น

Schramm พบว่า ผู้รับข่าวสารที่เป็นชายจะถูกโน้มน้าวใจไต่ถามกว่าผู้รับข่าวสารที่เป็นหญิง

- การศึกษาและสถานภาพทางสังคม จะมีส่วนช่วยเสริมสร้างประสบการณ์ และมีอิทธิพลต่อความสนใจในการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสารด้วย

ปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและสภาพที่อำนวยความสะดวกและสังคม ทำให้โอกาสของผู้รับข่าวสารที่จะใช้สื่อต่าง ๆ กว้างขวางและสะดวกขึ้น ดังนั้นจึงมีผู้รับสารบางคนที่จะรับข่าวสารสื่อหลาย ๆ ชนิด ในขณะที่บางคนรับข่าวสารจากสื่อเพียงชนิดเดียวหรือบางชนิดเท่านั้น

4. ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร (Credibility of Source) ประกอบด้วย

4.1 ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness Factor or Safety Factor) ซึ่งเป็นคุณลักษณะหนึ่งของผู้ส่งสาร ประกอบด้วย ความมีเมตตา กรุณา ความเข้ากันได้กับผู้อื่น ความเป็นมิตร ความอ่อนโยน ความน่าคบ ความสุภาพ ความไม่เห็นแก่ตัว ความเป็นที่ยอมรับได้ของสังคม เป็นต้น

4.2 ความสามารถของผู้ส่งสาร (Qualification Factor or Expertness Factor) ความเชี่ยวชาญ หรือความสามารถของผู้ส่งสารนี้เป็นสิ่งที่อยู่ในตัวของผู้ส่งสารที่ผู้รับสารให้ความยอมรับนับถือในค่านั้น ๆ และผู้รับสารมีความเชื่อว่าผู้ส่งสารเป็นผู้ที่ได้รับการฝึกฝนอบรมมาเป็นอย่างดี มีประสบการณ์มาก มีความสามารถ มี

ความรู้ความชำนาญเพียงพอ มีสติปัญญาเฉียบแหลม เป็นต้น

4.3 ความคล่องตัว (Dynamic Factor) ประกอบด้วยความจริงใจ ความเข้าใจผู้อื่น ความมีอำนาจ และความกระตือรือร้น

5. ทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรม

Rogers and Shoemaker (1971) กล่าวว่า นวัตกรรม หมายถึง ความคิด ความเชื่อ... ความศรัทธา การกระทำแบบแผนพฤติกรรม ซึ่งเป็นวิธีการปฏิบัติใหม่ หรือสิ่งของซึ่งบุคคลเห็นว่าเป็นของใหม่ แตกต่างจากที่พวกเขาเคยคิด เคยทำหรือเคยมี แม้ว่านวัตกรรมนี้จะเคยถูกนำไปใช้ในสังคมอื่นมาก่อนแล้วก็ตาม แต่ถ้าสิ่งนั้นเป็นสิ่งที่มีการนำมาใช้ในสังคมนั้นเป็นครั้งแรก ก็ถือว่าสิ่งเหล่านั้นเป็นนวัตกรรม ดังนั้นการที่เห็นว่าสิ่งนั้นเป็นของใหม่หรือไม่นั้นจะเกิดขึ้นจากความคิดเห็นของคนนั้นเป็นหลัก นอกจากนี้นวัตกรรมเป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสาร แต่เป็นการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใหม่ ๆ ไม่ว่าจะเป็นความคิดใหม่หรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ

การเผยแพร่ นวัตกรรมไปยังสังคมใด ๆ ก็ตามจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับสังคมและระดับบุคคล องค์ประกอบต่าง ๆ ในการเผยแพร่มีดังนี้คือ

1. นวัตกรรม (Innovation) ได้แก่ สิ่งใหม่ หรือแนวความคิดและวิธีปฏิบัติใหม่ที่ต้องการจะเผยแพร่ออกไป
2. สื่อหรือช่องทางในการสื่อสาร (Communication Channel) เพื่อที่จะให้นวัตกรรมนั้นไปถึงผู้รับ
3. ระยะเวลา (Over time) ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เพราะการเผยแพร่ นวัตกรรมนั้นจะ ต้องใช้เวลาในการตัดสินใจที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับ
4. สมาชิกของสังคม (Member of the Social System) ซึ่งจะเป็นผู้ยอมรับนวัตกรรมนั้น

เมื่อพิจารณาถึงองค์ประกอบของการเผยแพร่ นวัตกรรมดังกล่าว จะเห็นได้ว่า องค์ประกอบของการเผยแพร่ นวัตกรรมมีลักษณะคล้ายหรือสามารถเปรียบเทียบได้กับ องค์ประกอบของการสื่อสารของเบอร์โล (แบบจำลองของ Berlo) ซึ่งได้แก่ แหล่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร แต่โรเจอร์ได้เพิ่มองค์ประกอบเข้าไปอีกคือ Effect หรือผลที่เกิดขึ้น ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมโดยการยอมรับของผู้รับสาร

โรเจอร์ยังได้กล่าวเกี่ยวกับแนวทางที่นวัตกรรมจะเผยแพร่ไปสู่เกษตรกรนั้นมี
อยู่ 4 แนวคือ

1. สื่อมวลชน เช่น วารสารการเกษตร หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และ
เอกสารอื่น ๆ
2. แหล่งข่าวที่ไม่เป็นทางการ เช่น เพื่อนบ้าน ญาติ พี่น้อง
3. แหล่งข่าวจากคานพาณิชย์กรรม เช่น พนักงานเคินคลาก พ่อค้าขายปลีก
ตัวแทนบริษัทที่เข้าไปทดลองและสาธิตการใช้เครื่องมือประเภทต่าง ๆ
4. หน่วยงานของรัฐ เช่น เจ้าหน้าที่ต่าง ๆ หรือการจัดประชุมกลุ่มชาว
บ้าน หรือการให้ข่าวสารโดยวิธีอื่น ๆ

นอกจากนี้ ยังมีแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของนวัตกรรมที่เป็นปัจจัยสำคัญประการ
หนึ่งที่มีผลต่อการเผยแพร่นวัตกรรม ได้แก่

1. ความได้เปรียบเชิงเทียบ (Relative Advantage) หมายถึงการ
ที่ยอมรับนวัตกรรมดีกว่านวัตกรรมที่เก่า มีประโยชน์มากกว่าความดีเก่า สิ่งเก่าหรือวิธี
ปฏิบัติเก่าที่เคยใช้
2. ความเข้ากันได้ (Compatibility) หมายถึงการที่ยอมรับนวัตกรรม
ดีกว่านวัตกรรมนั้น เข้ากันได้กับค่านิยม ประสบการณ์ในอดีต ตลอดจนความต้องการของผู้รับ
3. ความสลับซับซ้อน (Complexity) หมายถึงการที่ยอมรับนวัตกรรม
เห็นว่านวัตกรรมนั้น ยากแก่การเข้าใจและยากแก่การนำไปใช้ หรือระคับการเข้าใจใน
การนำนวัตกรรมนั้นไปใช้
4. ความสามารถในการนำไปทดลองใช้ (Triability) หมายถึงการ
ที่ยอมรับนวัตกรรมสามารถนำนวัตกรรมนั้นไปทดลองใช้ในปริมาณน้อย ๆ ได้
5. ความสามารถสังเกตเห็นผลได้ หมายถึงการที่ผลของนวัตกรรมเป็นสิ่งที่
สามารถมองเห็นได้โดยสมาชิกภายในระบบสังคม

6. กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม (The Innovation-Decision Process)

กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมเป็นปรากฏการณ์เกี่ยวกับบุคคล
(Individual Phenomena) ซึ่งเกิดขึ้นในสมองหรือในจิตใจของสมาชิกแต่ละคน

ในสังคม ซึ่งต่างเกี่ยวข้องกับช่วงระยะเวลาหนึ่งโดยขึ้นอยู่กับลักษณะของนวัตกรรมและบรรทัดฐานของระบบสังคม

Rogers (1983) ได้เสนอว่า การที่ผู้รับสารจะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมนั้น บุคคลจะต้องผ่านกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม (The Innovation-Decision Process) ซึ่งมีอยู่ 5 ขั้นตอนคือ

1. ขั้นความรู้ (Knowledge) ในขั้นนี้บุคคลทราบว่ามีนวัตกรรมอยู่ และพอมีความเข้าใจว่านวัตกรรมนั้นสามารถจะทำหน้าที่อะไรได้บ้าง
2. ขั้นการจูงใจ (Persuasion) บุคคลสร้างทัศนคติที่ชอบหรือไม่ชอบนวัตกรรม
3. ขั้นการตัดสินใจ (Decision) บุคคลกระทำกิจกรรมซึ่งจะนำไปสู่การเลือกที่จะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม
4. ขั้นการปฏิบัติ (Implementation) เมื่อบุคคลนั้นนำนวัตกรรมไปใช้
5. ขั้นการยืนยัน (Confirmation) บุคคลแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนหรือยืนยันการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมที่กระทำไปแล้ว แต่อาจเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจที่กระทำไปแล้วได้ ถ้าหากว่าได้รับข่าวสารที่ขัดแย้งหรือข่าวสารในเชิงลบเกี่ยวกับนวัตกรรมในเชิงลบ

นวัตกรรมส่วนที่เป็นรูปร่าง (Material Innovation) จะถูกเผยแพร่และเป็นที่ยอมรับได้ง่ายกว่าและรวดเร็วกว่านวัตกรรมส่วนที่เป็นความคิด (Non-Material Innovation) ฉะนั้นจึงเห็นได้ว่า การสาธิตโดยเจ้าหน้าที่ส่งเสริมเป็นวิธีการอย่างหนึ่งที่จะให้กลุ่มเป้าหมายสามารถสังเกตผลของนวัตกรรมได้ง่าย ซึ่งส่งผลให้มีอัตราการยอมรับนวัตกรรมเร็วขึ้น

นอกจากนี้ตัวแปรประเภทอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรม ได้แก่

1. ประเภทของการตัดสินใจในการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม
2. ธรรมชาติหรือชนิดของสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่วัตกรรมในขั้นตอนหรือระยะต่าง ๆ ของกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม

3. ธรรมชาติหรือลักษณะของระบบสังคม

4. ระดับของความพยายามของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมในการเผยแพร่

นุกรม

7. ทฤษฎีการกระทำทางสังคม (Theories of Social Action)

ทฤษฎีการกระทำทางสังคมนี้พยายามจะอธิบายพฤติกรรมของคนในสังคม โดยจะแจกแจงปัจจัยบางอย่างที่มีผลต่อพฤติกรรมของคน ในการวิจัยครั้งนี้จะศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้ใช้โซเชียลประทาน จึงได้นำเสนอทฤษฎีการกระทำทางสังคมไว้เป็นแนวทางการศึกษาควย

William W. Reeder (1973) ได้อธิบายแนวความคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการกระทำทางสังคมไว้ว่า ทฤษฎีนี้สามารถที่จะเข้าใจ วิจัยและอธิบายพื้นฐานเบื้องต้นทางค่านิยมของมนุษย์ ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจ Reeder แบ่งองค์ประกอบที่เป็นเหตุผลในการตัดสินใจของคนเป็น 3 ประเภทหลัก คือปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) และปัจจัยเอื้ออำนวย (Able Factors) ในการวิจัยครั้งนี้จะศึกษาพฤติกรรมพึงประสงค์ของเกษตรกรในค่านิยมการชลประทาน ดังนั้นทฤษฎีนี้จะช่วยอธิบายถึงสาเหตุ และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมดังกล่าวได้

องค์ประกอบที่เป็นเหตุแห่งการตัดสินใจ (Reeder, 1973)

1. ปัจจัยดึงดูด

1.1 เป้าหมาย (Goals) การกระทำทุกอย่างจะต้องมีเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ อาจจะเป็นความเชื่อ ความรู้สึก แดงการณ์ของราชการ และอาจจะเป็นจากเงื่อนโซ่ที่ตนเองหรือผู้อื่นกำหนดขึ้นให้เป็นไปตามความประสงค์

1.2 ความเชื่อ (Beliefs) เป็นพื้นฐานความคิดหรือความรู้สึก คึงเคิมโดยปราศจากการอ้างอิงเหตุผลใด ๆ ความเชื่อนี้จะมีอิทธิพลมากต่อการตัดสินใจกระทำกรเพราะคนส่วนมากจะเลือกกระทำตามความเชื่อพื้นฐานที่เขามีอยู่เคิม

1.3 ค่านิยม (Values) เป็นรูปแบบหนึ่งของความเชื่อที่สร้างมาจากเงื่อนโซ่ของการดำรงชีวิตอยู่ในสังคม การที่บุคคลตัดสินใจกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง

มีพื้นฐานมาจากบรรทัดฐานของสังคมที่จะ คัดเลือกคุณค่าของการกระทำนั้น

1.4 ความเคยชินและขนบธรรมเนียมประเพณี (Customs and Habits) เป็นรูปแบบที่สร้างขึ้นมาจากกลุ่ม ซึ่งบุคคลในสังคมจะยอมรับ เป็นแบบอย่าง การกระทำที่แสดงออกมาเป็นความเคยชินและเป็นไปตามประเพณีดั้งเดิมที่ยึดถือกันมานาน

2. ปัจจัยผลักดัน

2.1 ความคาดหวัง (Expectation) เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายในตัวเองหรือที่เกิดขึ้นจากบุคคลอื่น กลุ่มและสังคมที่คิดหรือคาดหวังให้บุคคลมีความเชื่อ ความรู้สึก หรือแสดงออกมาตามที่บุคคลอื่น กลุ่ม และสังคมนั้นต้องการ

2.2 ข้อผูกมัด (Commitments) เมื่อมีการรวมกลุ่มกิจกรรมพิเศษขึ้นในสังคม ก็จะมีข้อผูกพันที่สมาชิกในกลุ่มจะต้องทำตามพันธะที่กลุ่มกิจกรรมนั้นกำหนดขึ้น

2.3 การบังคับ (Force) คือการที่บุคคลรู้สึกว่าจะต้องกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยไม่มีทางเลือก อาจจะถูกบังคับโดยกฎหมาย หรือกฎหมายก็ได้

3. ปัจจัยเอื้ออำนวย

3.1 โอกาส (Opportunity) เป็นความเชื่อของบุคคลที่คิดว่าตนอยู่ในสถานะที่จะเลือกกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้ตามโอกาสที่ตนมีอยู่ ในขณะที่บางคนไม่มีโอกาสที่จะเลือกกระทำได้ เพราะสถานการณ์ไม่เอื้ออำนวย

3.2 ความสามารถ (Ability) การตระหนักในความรู้ความสามารถของตนเองในการที่จะกระทำสิ่งที่ต้องการให้ประสบความสำเร็จ

3.3 การสนับสนุน (Support) เป็นแรงกระตุ้นให้บุคคลทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยที่บุคคลนั้นรู้สึกว่าจะได้รับการสนับสนุนให้กระทำ

องค์ประกอบของการกระทำทางสังคมที่กล่าวมาแล้ว จะมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคล

8. ทฤษฎีความทันสมัย

Rogers and Svenning (1969) ได้ให้นิยามว่า การทำให้ทันสมัย (Modernization) หมายถึง กระบวนการที่บุคคลเปลี่ยนสภาพการดำเนินชีวิตจากแบบที่สลับซับซ้อนขึ้น และได้มีการศึกษาชาวานาในกลุ่มประเทศละตินอเมริกา โดยพบว่า

ปัจจัยที่ช่วยให้บุคคลมีความทันสมัยนั้น ขึ้นอยู่กับการรู้หนังสือ (Literacy) การเปิดรับสื่อมวลชน (Mass media Exposure) การมีประสบการณ์ภายนอกสังคม (Cosmopolitanism) การเข้าใจบทบาทของผู้อื่น (Empathy) แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motivation) ความเชื่อถือโชคชะตา (Fatalism) การยอมรับนวัตกรรม (Innovativeness) ความรู้ทางการเมือง (Political Knowledge) และ ความมุ่งหวัง (Aspiration) ของบุคคลนั้น ซึ่งจะเข้าใจได้ง่ายขึ้น เมื่อพิจารณาตามรูปแบบ (Paradigm) ดังนี้

ตัวแปรต้น	ตัวแปรแทรก	ผล
การรู้หนังสือ	การเข้าใจบทบาทผู้อื่น	การยอมรับนวัตกรรม
การเปิดรับสื่อมวลชน	แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์	ความรู้ทางการเมือง
การมีประสบการณ์ภายนอกสังคม	ความเชื่อถือโชคชะตา	ความมุ่งหวัง

นอกจากนี้ Rogers (1969) ยังได้ทำการศึกษาลักษณะของสื่อมวลชนในฐานะที่เป็นปัจจัยแทรกซ้อน ซึ่งสามารถแสดงเป็นแบบจำลองได้ ดังนี้คือ

ตัวแปรต้น	กระบวนการ	ผล
การอ่านออกเขียนได้	การเปิดรับสื่อมวลชน	การเข้าใจบทบาทของผู้อื่น
การศึกษา		ความรู้ทางการเมือง
สถานภาพทางสังคม		แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์
อายุ		ความมุ่งหวังในเรื่องการศึกษาและอาชีพ
การมีประสบการณ์ภายนอกสังคม		

โดย Rogers ได้ให้แนวความคิดว่า สื่อมวลชนเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งที่ทำให้คนทันสมัย เพราะว่าบุคคลที่อ่านออกเขียนได้ มีการศึกษาดี มีสถานะทางสังคมสูง มีการติดต่อกับสังคมภายนอก จะมีการเปิดรับต่อสื่อมวลชนสูง ซึ่งเป็นผลให้บุคคลนั้นมีคุณลักษณะที่จะมีความเข้าใจในบทบาทของผู้อื่น มีความไวในการยอมรับนวัตกรรม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Coward 1972 ชี้ให้เห็นแนวความคิดและหลักการที่เกี่ยวข้องกับการรวมกลุ่มผู้นำในท้องถิ่น เพื่อที่จะพัฒนาระบบการชลประทานว่า กลุ่มผู้นำชลประทานระดับไรนาที่ประสบความสำเร็จในระบบการชลประทานสมัยใหม่ส่วนหนึ่งจะขึ้นอยู่กับผู้มีผู้นำท้องถิ่นที่รับผิดชอบต่อเกษตรกรผู้นำ และต่อระบบการชลประทานของกลุ่มขนาดใหญ่ นอกจากนี้ควรมีการจัดตั้งกลุ่มขนาดเล็กขึ้นเพื่อให้ขนาดของกลุ่มสังคมเหมาะสมกับขนาดของพื้นที่ เนื่องจากกลุ่มขนาดเล็กสามารถใช้กลไกพิเศษในการถอยที่ถอยอาศัยกัน เพื่อให้ได้มาซึ่งระเบียบแบบแผนและการปฏิบัติตาม

Taylor 1972 กล่าวว่ารัฐบาลควรมีบทบาทในการสนับสนุนให้มีการจัดตั้งกลุ่มท้องถิ่น รวมทั้งการออกกฎหมายจัดตั้งกลุ่ม การทำให้กลุ่มเข้มแข็ง และความพยายามที่จะพัฒนาความเป็นผู้นำ และความสามารถในการจัดระเบียบของกิจการ การจัดโครงการศึกษาต่อเนื่อง เพื่อช่วยให้เกษตรกรปรับปรุงความสามารถในการจัดการและความรับผิดชอบที่จะให้วัตถุประสงค์ของกลุ่มสำเร็จตามเป้าหมาย

สุเทพ สุนทรเกสัช 2511 ชี้ให้เห็นว่า ครอบครัวยุคใหม่และความสัมพันธ์ทางเครือญาติของชาวบ้านในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยเป็นพื้นฐานสำคัญของการรวมกลุ่มความร่วมมือทางด้านการปกครอง การรักษาความสงบเรียบร้อยภายในเศรษฐกิจสังคม ตลอดจนพิธีกรรมต่าง ๆ ของหมู่บ้านในระดับที่ต้องการความร่วมมือทั้งทางด้านการดำรงสังคมและวัสดุ การรวมกลุ่มตามความสัมพันธ์ทางครอบครัวและเครือญาติเป็นความริเริ่มของชาวบ้านและเป็นสิ่งที่มีอยู่ดั้งเดิม เช่น การแบ่งแยกชาวบ้านออกเป็นกลุ่มครัวเรือนเพื่อความสะดวกในการปกครอง แต่ละกลุ่มจะมีผู้อาวุโสหรือผู้ที่คนในกลุ่มเคารพนับถือเป็นหัวหน้า ปกติกลุ่มที่แบ่งตามการปกครองมักจะเป็นกลุ่มเดียวกับกลุ่มครอบครัวขยาย เมื่อผู้ใหญ่บ้านรับนโยบายจากกำนันมา ผู้ใหญ่บ้านจะแจ้งนโยบายให้ชาวบ้านทราบหรือขอความร่วมมือจากชาวบ้านด้วยการประชุมหัวหน้ากลุ่มครัวเรือนเพื่อให้หัวหน้ากลุ่มไปบอกลูกบ้านในกลุ่มของตน

ในปี พ.ศ. 2530 สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาแห่งประเทศไทย (TDRI) (อ้างใน จินดา คุ่มกิตติชัย, 2532, หน้า 15-16) ทำการศึกษาของทางหรือแหล่งถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เกษตรกรในภาคกลางสนใจ ไล่ลดังนี้

<u>แหล่งข้อมูล</u>	<u>%ผู้ตอบคำถาม</u>	<u>ลำดับที่</u>
โทรทัศน์	67.7	1
เจ้าหน้าที่ส่งเสริม	64.3	2
พอลคาทองถิ่น	49.8	3
พอลคาเคมีเกษตรกร	46.6	4
วิทยุ	46.0	5
กลุ่ม	32.7	6
เกษตรกรผู้นำ	29.7	7
เอกสารคำแนะนำ	29.3	8
ธนาคาร	22.1	9
การดูงาน/นิทรรศการ	20.5	10

ถึงแม้เกษตรกรภาคกลางจะก้าวหน้ากว่าภาคอื่น แต่ผลการศึกษามีได้แตกต่างกันทั่วประเทศ โดยทั่วไปแล้วการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่า โทรทัศน์ เจ้าหน้าที่ส่งเสริม วิทยุ เกษตรกรผู้นำ และพอลคาทองถิ่น เป็นผู้ถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เชื่อถือได้

ในปี ค.ศ. 1977 Thanya Terasart

ศึกษาคำขวัญและตัวถ่วงในการยอมรับการปลูกพืชในฤดูแล้งของชาวนาในเขตชลประทาน โดยใช้ตัวแปรอิสระเป็นลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม การใช้น้ำองค์การเกี่ยวกับชลประทาน และปัจจัยในการติดต่อสื่อสาร ตัวแปรตาม การยอมรับ การปลูกพืชฤดูแล้ง อันเป็นคะแนนรวมของการปลูกพืชหลังฤดูทำนา ร้อยละของที่ดินที่มีการชลประทานในฤดูแล้ง แนวโน้มของตลาด การใช้จ่าย ใช้จ่ายแม่ลง การกำจัดวัชพืช และวิธีการใช้น้ำที่เหมาะสม ตัวแปรแทรกซ้อนคือตัวกระตุ้นหรือตัวถ่วงเกี่ยวกับการยอมรับ สรุปผลจากการวิจัยคือ เกษตรกรปลูกพืชฤดูแล้ง ร้อยละ 55 ในจำนวนนี้ร้อยละ 79 ใช้จ่ายร้อยละ 88 กำจัดวัชพืช ร้อยละ 75 ใช้จ่ายแม่ลงและร้อยละ 45 ใช้วิธีการชลประทานที่เหมาะสม ผู้ยอมรับการปลูกพืชฤดูแล้งใช้ที่ดินประมาณร้อยละ 54 ของที่ดินที่มีการชลประทานเพื่อปลูกพืชในฤดูแล้ง ประมาณ 1 ใน 3 ของผู้ที่ยอมรับเป็นผู้ที่ประกอบการค้าขาย ผู้ที่ยอมรับให้เหตุผลว่าต้องการมีรายได้เพิ่มขึ้น รองลงมาคือเห็นเพื่อนบ้านทำกัน ไม่มีงานอื่นและมีน้ำชลประทาน เหตุผลของผู้ที่ไม่ยอมรับคือไม่มีน้ำ พื้นที่ไม่เหมาะสม ไม่แน่ใจเรื่อง

นี้ มีงานอื่นทำ และเพื่อนบ้านไม่ทำ

ทัศนีย์ แก้วสว่าง (2519 : บทคัดย่อ)

ศึกษาการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ความทันสมัยทางการเกษตร สรุปว่าในท้องที่ที่มีระบบการชลประทานดี จะยอมรับความเปลี่ยนแปลงทางการเกษตรได้ง่ายกว่าท้องที่อื่น เพราะน่าเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการปลูกพืชทุกชนิด การยอมรับสิ่งใหม่ ๆ ถึงแม้จะไ้เห็นแล้วว่าสิ่งนั้นให้ผลตอบแทนสูง แต่ก็ยังไม่มีความแน่ใจจึงไม่ยอมเปลี่ยนแปลงทั้งหมด ยังคงเหลือพื้นที่ไว้สำหรับการปฏิบัติตามแบบเดิมเป็นบางส่วน บุคคลที่มีอิทธิพลทำให้มีการเปลี่ยนแปลงทางการเกษตร ได้แก่ เพื่อนบ้านที่ทดลองเปลี่ยนแปลงนั้นมาก่อน การส่งเสริมให้มีการเปลี่ยนแปลงนั้นมาจากคำแนะนำของพนักงานส่งเสริมการเกษตร โดยการสาธิตในแปลงทดลองของเกษตรกรที่สมัครใจ และการที่เกษตรกรจะยอมรับหรือไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงมีผลมาจากต้นทุนและรายได้ควย

ปี พ.ศ. 2526 ประคอง เอี่ยมสำอางค์ ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านการเกษตรกับผลผลิตข้าวต่อไร่ของชาวนาในเขตชลประทาน อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับผลผลิตข้าวต่อไร่ ได้แก่ อายุ ความสามารถในการอ่านออกเขียนได้ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม การมีประสบการณ์ภายนอกสังคม ระยะทางจากบ้านถึงแปลงนา ปัจจัยด้านความทันสมัยของบุคคล (แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ความพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงและการยอมรับนวัตกรรมทางการเกษตร) ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับวิทยาการใหม่ ๆ ในการผลิตข้าว วิธีการผลิตข้าว (พันธุ์ข้าวที่ใช้ปลูก การใส่ยาฆ่าวัชพืช การใส่ยาป้องกันกำจัดโรคและแมลงศัตรูข้าว และการใช้สินเชื่อ) และพบว่าสื่อระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อผลผลิตข้าวต่อไร่มากกว่าสื่อมวลชน

ในปี 2531 กรมชลประทาน ได้ทำการประเมินผลงานส่งเสริมการรวมกลุ่มและจัดระเบียบการส่งน้ำของโครงการอ่างเก็บน้ำห้วยค้อ พบว่าภายหลังที่มีการก่อสร้างคันคูน้ำไปแล้ว และมีเจ้าหน้าที่ชลประทานคอยให้คำแนะนำในเรื่องต่าง ๆ ไปแล้ว ทำให้เกษตรกรเน้นกิจกรรมในระคับแปลงนาเท่านั้น แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรได้เรียนรู้ถึงความจำเป็นของระบบกระจายน้ำในแปลงเพาะปลูก

สำหรับการมีส่วนร่วมของเกษตรกรในงานชลประทานนั้น เกษตรกรบางส่วน (ร้อยละ 29.6) ไม่เข้าใจความหมายของการมีส่วนร่วม แต่เกษตรกรร้อยละ 91.8

เข้าร่วมกิจกรรมชลประทานที่ถือว่าเป็นการเข้ามามีส่วนร่วมในงานชลประทานและเกษตรกรรมร้อยละ 98 เห็นว่าเจ้าหน้าที่ที่เข้ามาเผยแพร่ความรู้ทำให้เกษตรกรมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องการใช้น้ำและการบำรุงรักษาดีขึ้น

ในเรื่องของการยอมรับนวัตกรรมเกี่ยวกับการเกษตร รัตนาวดี บุรณวิวงศ์ (2525 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนพันธุ์ข้าวจากพันธุ์พื้นเมืองเป็นพันธุ์ส่งเสริม : ศึกษาเฉพาะกรณีเกษตรกรในเขตอำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข้าวพันธุ์ส่งเสริม ความน่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่การเกษตร ความรู้เกี่ยวกับข้าวพันธุ์ส่งเสริมและการพัฒนาทางเทคนิคการเกษตร มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับการยอมรับข้าวพันธุ์ส่งเสริม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยที่ปัจจัยการพัฒนาทางเทคนิคการเกษตรมีค่าสหสัมพันธ์สูงสุดคือ 0.66

และเมื่อพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้พบว่า สามารถอธิบายความแตกต่างของการยอมรับข้าวพันธุ์ส่งเสริมได้ร้อยละ 63 โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยการพัฒนาทางเทคนิคการเกษตร เป็นตัวแปรที่สำคัญที่สุดในการอธิบายการยอมรับข้าวพันธุ์ส่งเสริม ซึ่งมีค่าถึงร้อยละ 44 ส่วนปัจจัยที่สำคัญรองลงมาคือ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข้าวพันธุ์ส่งเสริมจากเจ้าหน้าที่การเกษตร ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข้าวพันธุ์ส่งเสริมจากวิทยุ ความน่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่การเกษตรและความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข้าวพันธุ์ส่งเสริม จากการประชุมเกษตรกร ส่วนปัจจัยอื่น ๆ เป็นตัวแปรที่มีความสำคัญน้อยมากในการพยากรณ์

จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การสื่อสารในเรื่องเกี่ยวกับนวัตกรรมที่เผยแพร่จะมีผลกระทบต่อการยอมรับนวัตกรรมเพิ่มขึ้น เมื่อมีความรู้และการใช้เทคนิคทางการเกษตรที่ได้รับการพัฒนาแล้วอย่างพอเพียง การส่งเสริมความรู้และวิธีการใช้นวัตกรรมจึงเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่ควรกระทำเพื่อการยอมรับนวัตกรรมในโครงการเผยแพร่นวัตกรรมใหม่ ๆ ทางการเกษตร

ในปี 2524 วัชรภรณ์ ตระกูลศิษฐ์ ได้ศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับการยอมรับการทำนาหว่านน้ำตามแผนใหม่ของเกษตรกรอำเภอรามบุรี จังหวัดสิงห์บุรี โดยได้ผลการวิจัยว่า

ปัจจัยด้านสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ เพศและอายุมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับทัศนคติในการยอมรับการอ่านหาอ่านน้ำดื่มแบบใหม่ของเกษตรกรที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ความสามารถในการอ่านออกเขียนได้ ฐานะทางเศรษฐกิจ และความเป็นเจ้าของที่ดิน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการยอมรับการอ่านหาอ่านน้ำดื่มแบบใหม่อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ปัจจัยด้านพฤติกรรมการสื่อสาร ได้แก่ การฝึกอบรม มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับทัศนคติในการยอมรับการอ่านหาอ่านน้ำดื่มแบบใหม่ของเกษตรกรที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ การเข้าร่วมกิจกรรมในสังคม การมีประสบการณ์ภายนอกสังคม การเปิดรับสื่อมวลชน และการพบปะพูดคุยกับผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการยอมรับการอ่านหาอ่านน้ำดื่มแบบใหม่ของเกษตรกรอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ปัจจัยด้านการกระทำทางสังคม ได้แก่ ความสามารถมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับทัศนคติในการยอมรับการอ่านหาอ่านน้ำดื่มแบบใหม่ของเกษตรกรที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ การสนับสนุน ความคาดหวังและการบังคับมีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการยอมรับการอ่านหาอ่านน้ำดื่มแบบใหม่ของเกษตรกรอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้แล้วพบว่า การฝึกอบรมเป็นตัวแปรสำคัญที่สุดในการอธิบายความแตกต่างของทัศนคติในการยอมรับการอ่านหาอ่านน้ำดื่มแบบใหม่ของเกษตรกร รองลงมาคือ อายุ ความสามารถ การบังคับ และการสนับสนุน ส่วนปัจจัยอื่น ๆ เป็นตัวแปรที่มีความสำคัญน้อยมากในการพยากรณ์

ส่วนในเรื่องของบทบาทของการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีต่อการยอมรับนวัตกรรมกันยา สุนทรารักษ์ ในปี 2525 ทำการศึกษาเรื่อง "บทบาทการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีต่อการยอมรับเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์โคนมหนองโพ จังหวัดราชบุรี และโคผลการวิจัยว่า การรับสารเกี่ยวกับสหกรณ์โคนมผ่านทางสื่อบุคคลมีผลต่อการตกลงใจยอมรับเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์มากกว่าผ่านทางสื่อมวลชน อย่างไรก็ตามพบว่าสื่อวิทยุเป็นสื่ออีกอย่างหนึ่งที่มีผลต่อการยอมรับเช่นเดียวกับการสื่อสารระหว่างบุคคล นอกจากนี้การสื่อสารภายในกลุ่มเพื่อนที่มีอาชีพเดียวกัน มีผลต่อการยอมรับมากที่สุด และเพื่อนบ้านมีความสำคัญรองลง

มา ส่วนกลวิธีการสื่อสารแบบประชุมกลุ่ม เป็นการสื่อสารที่มุ่งใจให้ยอมรับเข้าเป็นสมาชิกมากกว่าการสื่อสารแบบอื่น

ส่วนปัจจัยอื่น ๆ นอกเหนือไปจากการสื่อสารระหว่างบุคคล คือปัจจัยในเรื่องอายุ การศึกษาของสมาชิกมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการยอมรับเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์ แต่ปัจจัยในเรื่องสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม เพศ สถานภาพการสมรส การเปิดรับสื่อมวลชน คือหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ไม่มีความสัมพันธ์ในเรื่องระยะเวลาที่ตกลงใจยอมรับเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์

ในปี 2527 เนิน นวนคง รอด ได้ทำการศึกษาบทบาทและอิทธิพลของสื่อเพื่อการรณรงค์ใน "การศึกษารอบทบาทของสื่อในโครงการเร่งรัดการป้องกันและกำจัดหนูเนนหนักในนาข้าว ปี 2526 ในจังหวัดปทุมธานี พบว่า

1. เกษตรกรเปิดรับสื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจน้อย
2. สื่อเฉพาะกิจให้ความรู้ในการป้องกัน และกำจัดหนูในนาข้าวสูงกว่าสื่อบุคคล และเกษตรกรที่เปิดรับสื่อมีความรู้ในการป้องกันและกำจัดหนูในนาข้าว มากกว่าเกษตรกรที่ไม่เปิดรับสื่อ เป็นการรับสมมุติฐานที่ตั้งไว้
3. เกษตรกรส่วนใหญ่เห็นว่า สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจป้องกันช่วยเหลือได้กรณีนาข้าวได้รับความเสียหายจากหนูนา เกษตรกรจำนวนมาก (60%) ไม่ได้รับสื่อเฉพาะกิจเลย ส่วนที่รับสื่อเฉพาะกิจเห็นว่าสื่อชนิดนี้มีคุณประโยชน์ เกษตรกรชอบสื่อประเภทหนังสือที่มีภาพประกอบให้เห็นชัดเจนและสื่อเฉพาะกิจชนิดนี้ยังไม่ได้สัดส่วนกับจำนวนความต้องการของเกษตรกร

เกษตรกรไม่น้อย (60.5%) ต้องการเจ้าหน้าที่เกษตรที่รู้กลวิธีและมีความรู้ดี และหวังให้เจ้าหน้าที่เหล่านั้นได้สาธิต ทดลองการไถยาปราบศัตรูพืชในการป้องกันและกำจัดหนูในนาข้าว

สำหรับในเรื่องการสื่อสาร กัลยา หวังวิศิษฎ์ ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสารของเกษตรกรในเรื่อง การยอมรับวิธีทำนาหว่านน้ำตมแผนใหม่ของเกษตรกรอำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า

เกษตรกรที่ยอมรับวิธีการทำนาหว่านน้ำตมแผนใหม่ เปิดรับสารโดยทั่วไปมากกว่าเกษตรกรที่ยังไม่ยอมรับ

เกษตรกรที่ยอมรับวิธีการทำนาหว่านน้ำตมแผ่นใหม่ เปิดรับสารเกี่ยวกับวิธีการทำนาหว่านน้ำตมแผ่นใหม่ มากกว่าเกษตรกรที่ยังไม่ยอมรับ

เกษตรกรที่ยอมรับวิธีการทำนาหว่านน้ำตมแผ่นใหม่ มีความเข้าใจในเนื้อหาเกี่ยวกับวิธีการทำนาหว่านน้ำตมแผ่นใหม่ มากกว่าเกษตรกรที่ไม่ยอมรับ

เกษตรกรที่ยอมรับวิธีการทำนาหว่านน้ำตมแผ่นใหม่ เปิดรับสารเกี่ยวกับวิธีการทำนาหว่านน้ำตมแผ่นใหม่จากสื่อบุคคลมากกว่าเครื่องมือสื่อสารอื่น

และยังพบอีกว่า เกษตรกรที่ยอมรับการทำนาหว่านน้ำตมแผ่นใหม่ ส่วนใหญ่ เปิดรับสารเกี่ยวกับวิธีการทำนาหว่านน้ำตมแผ่นใหม่จากวิทยุ และสิ่งพิมพ์มากที่สุด (84.3% และ 79.0% ตามลำดับ) ขณะเดียวกันก็เปิดรับสารเหล่านี้จากผู้ใกล้ชิดและเจ้าหน้าที่เกษตรมากด้วยเช่นกัน (76.8% และ 76.5% ตามลำดับ)

งานวิจัยต่างประเทศ

ในต่างประเทศมีการศึกษาในเรื่องการยอมรับนวัตกรรมทางการเกษตรและการมีส่วนร่วมของเกษตรกร ทั้งในเรื่องเกี่ยวกับการชลประทานโดยตรงและการเกษตรโดยทั่วไป เท่าที่รวบรวมได้มีดังต่อไปนี้

ผลการวิจัยของ Gloria D. Feliciano (1965, pp. 11-12) ที่ศึกษาเกี่ยวกับเหตุผลที่เกษตรกรยอมรับและไม่ยอมรับการปรับปรุงไร่นาเนื่องจาก

1. ชาคแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือ
2. ไม่เห็นว่าการปฏิบัติเช่นนั้นจะให้ผลดีอย่างไร
3. นวัตกรรมใหม่ที่เผยแพร่เมื่อเปรียบเทียบกับของเก่าที่มีอยู่แล้ว เห็นว่าของเก่าดีกว่าจึงไม่ยอมรับไปปฏิบัติตาม
4. เกษตรกรไม่เต็มใจที่จะเปลี่ยนตามคำบอกเล่า เพราะเห็นว่า
 - 4.1 พอใจจะรักษาประเพณีแบบดั้งเดิม
 - 4.2 กลัวผลที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลง
 - 4.3 คิดว่าไม่มีอะไรดีขึ้นเมื่อเปลี่ยนทัศนคติ เกษตรกรส่วนใหญ่ต้องการที่จะอยู่ในสภาพปัจจุบันมากกว่าที่จะเสี่ยงเพื่ออนาคต

และในปี ค.ศ. 1972 Geekee y. Wickham ได้รายงานการวิจัยเรื่อง "Some Sociological Aspects of Irrigation" ไว้ใน Philippine Sociological Review ฉบับมกราคม-เมษายน 1972) ว่าการสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ชลประทานและวิธีที่เจ้าหน้าที่ชลประทานในฐานะเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะมีบทบาทต่อผู้ใช้น้ำ ผลการวิจัยปรากฏดังนี้ เกษตรกรส่วนใหญ่ (ร้อยละ 86) จ่ายค่าน้ำอยู่แล้วและในเรื่องการจ่ายค่าน้ำ ร้อยละ 23 ของผู้ใช้น้ำมีความเห็นว่าผู้เก็บค่าน้ำควรเป็นเจ้าหน้าที่ชลประทาน เรื่องความร่วมมือในการรักษาระบบการส่งน้ำ เกษตรกรมีเจตคติ (Attitude) ที่ดีต่อความร่วมมือและให้ความร่วมมือปฏิบัติจริง ความร่วมมือระหว่างเกษตรกรเองขึ้นอยู่กับความพอใจของน้ำ ในเขตที่มีการขาดน้ำมาก ความร่วมมือระหว่างเกษตรกรจะเหนียวแน่น ความพอใจในการจ่ายน้ำปรากฏในเขตที่ความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่กับเกษตรกรเป็นไปอย่างดี ในเขตที่เกษตรกรมีความร่วมมือกันสูง มีความพอใจในการจ่ายค่าน้ำต่ำในเขตที่มีการยอมรับเทคโนโลยีทางการเกษตรสูง ในเรื่องการประเมินค่าของการชลประทาน เกษตรกรในเขตที่มีการยอมรับเทคโนโลยีทางการเกษตรต่ำจะเห็นคุณค่าของระบบชลประทานสูง

จากการศึกษารายงานวิจัยทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศที่กล่าวมาทั้งหมดนี้พอที่จะสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการเกษตรประกอบด้วยองค์ประกอบดังนี้

1. ปัจจัยด้านสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา การอ่านออกเขียนได้ รายได้ฐานะทางเศรษฐกิจ ความเป็นเจ้าของที่ดิน ขนาดที่ดินครองที่ดิน
2. ปัจจัยด้านพฤติกรรมสื่อสาร ได้แก่ การเดินทางไปต่างถิ่น การเยี่ยมชม การเป็นสมาชิกกลุ่มต่าง ๆ การมีส่วนร่วมในสังคม การสื่อสารระหว่างบุคคล การเปิดรับสื่อมวลชน การเป็นคนทันสมัย
3. ปัจจัยด้านการกระทำทางสังคม ได้แก่ ความคาดหวัง เป้าหมาย ความสามารถ โอกาส การสนับสนุน การปฏิบัติตามข้อผูกพัน และความเชื่อมั่นในตนเอง
4. ปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องทางอ้อม เช่น ระบบชลประทาน การสร้างถนน การใช้สถานีขนส่ง