

การศึกษาเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อมวลชนและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล
ของประชากรในเขตเมืองและชนบท



นายเวทย์ ชโนปัจจัย

004907

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศึกษาศาสตรบัณฑิต

แผนกวิชาสังคม

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. ๒๕๑๓

A COMPARATIVE STUDY OF EXPOSURE TO MASS MEDIA AND INTERPERSONAL
RELATIONSHIP BETWEEN URBAN AND RURAL POPULATION

Mr. Wed Dhanopachai

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts (Demography)

Department of Social Studies

Graduate School

Chulalongkorn University

1974

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยฯ เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต



วิมล วัฒนวิ.
๕

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์ ประธานกรรมการ

..... กรรมการ

..... กรรมการ

อาจารย์ผู้ควบคุมการวิจัย

ศาสตราจารย์ บำรุงสุข สีหอำไพ

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การศึกษาเปรียบเทียบการ เปิดรับสื่อมวลชนและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของ ประชากรในเขตเมืองและชนบท

ชื่อ นายเวทย์ ชโนปัจจัย แผนกวิชาสังคม

ปีการศึกษา ๒๕๑๖ ๒๕๑๖

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการ เปิดรับสื่อมวลชนและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของประชากรในเขตเมืองและชนบท โดยการวิเคราะห์ผู้รับข่าวสาร (Audience Analysis) ตามลักษณะทั่วไปของปัจจัยด้านต่าง ๆ ทางภูมิศาสตร์ ประชากร เศรษฐกิจ สังคมและจิตวิทยา โดยมีข้อสมมุติฐานว่า

" การ เปิดรับสื่อมวลชนและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของประชากรในเขตเมืองและชนบท มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์ ประชากร เศรษฐกิจ สังคมและจิตวิทยา "

ส่วนเนื้อหาของการวิจัย เป็นการศึกษาระดับเปรียบเทียบข้อมูลจากโครงการวิจัยต่อเนื่องระยะยาวเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจและประชากรของประเทศไทย ทั้งเขตเมืองและชนบท ซึ่งดำเนินการสุ่มตัวอย่างทั่วประเทศโดยสถาบันประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๑๒ และ ๒๕๑๓ รวมทั้งการศึกษาคุณค่าจากเอกสารที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ

ผลการศึกษาปรากฏว่า แบบแผนการสื่อสาร (Communication Patterns) รวมทั้งลักษณะพื้นฐานและปัจจัยด้านต่าง ๆ มีทั้งความแตกต่างและความคล้ายกันที่น่าสนใจ เกตระหว่างประชากรในชนบทและเขตเมือง จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการ เปิดรับสื่อมวลชนและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์ ปรากฏว่า การกระจายตัวของประชากรในชนบทและเขตเมือง มีลักษณะแบบแผนโดยทั่วไปคล้ายกันเป็นส่วนใหญ่ แม้ว่าความแตกต่างทางด้านประชากรในแต่ละภูมิภาคจะมีอยู่มากก็ตาม การสื่อสารของประชากรชนบทเป็นไปในรูปแบบของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เป็นส่วนใหญ่ และในทางตรงกันข้าม การสื่อสารของประชากรในเมืองก็เป็นไปในรูปแบบของการ เปิดรับสื่อมวลชนมากกว่า ทั้งนี้ไม่พบว่า ปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการ เปิดรับสื่อมวลชนและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลแต่อย่างใด

ในเรื่องปัจจัยทางค่านประชากร เมื่อพิจารณาถึงองค์ประกอบทางค่านอายุ ปรากฏว่า การเปิดรับสื่อมวลชนและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของประชากรในเขตเมืองและชนบท มีความสัมพันธ์กับอายุอย่างไร ใกล้ชิดและในทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ในชนบทประชากรที่มีช่วงอายุสูงขึ้น จะมีสัดส่วนจำนวนผู้ที่เดินทางไปต่างถิ่น ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ หนังสือรายคาบหรือนิตยสาร ผู้ฟังวิทยุ และดูโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้น ส่วนในเขตเมืองกลุ่มประชากรที่มีช่วงอายุสูงขึ้น จะมีสัดส่วนจำนวนผู้เปิดรับสื่อมวลชนและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลน้อยลง

การย้ายถิ่นก็มีส่วนสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อมวลชนและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เช่น เดียวกัน ไม่ว่าจะ เป็นประชากรในเขตเมืองหรือในเขตชนบท ผู้ที่มีประสิทธิภาพจากการย้ายถิ่นจะมีสัดส่วนของผู้ที่เปิดรับสื่อมวลชนและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมากกว่าผู้ที่ไม่มีประสิทธิภาพจากการย้ายถิ่น

ในเรื่องปัจจัยทางค่านเศรษฐกิจ เมื่อพิจารณาถึงลักษณะการประกอบอาชีพของประชากร ในเขตเมืองและชนบทกับการเปิดรับสื่อมวลชนและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ไม่พบว่าปัจจัยดังกล่าวมีความสัมพันธ์กัน แต่พบว่า ผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจสูงกว่าจะมีการเปิดรับสื่อมวลชนมากกว่าผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจต่อยกกว่า

ในเรื่องปัจจัยทางค่านสังคม พบว่า การศึกษามีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับการเปิดรับสื่อมวลชนและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของประชากรในเขตเมืองและชนบท โดยเฉพาะสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ขึ้นอยู่กับการศึกษาเป็นสำคัญ โดยทั่วไป ผู้ที่มีการศึกษาสูงขึ้นจะมีสัดส่วนของผู้ที่เปิดรับสื่อมวลชนและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมากขึ้นตามลำดับ

ปัจจัยทางจิตวิทยาซึ่งเป็นเรื่องสุดท้ายที่นำมาพิจารณา ได้แก่ ทัศนคติในการยอมรับการวางแผนครอบครัว ปรากฏว่า การเปิดรับสื่อมวลชนและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของประชากรในเขตเมืองและชนบท มีส่วนสัมพันธ์กับทัศนคติในการยอมรับการวางแผนครอบครัว กล่าวคือ สัดส่วนของผู้ที่มีการเปิดรับสื่อมวลชนและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมากกว่า จะเป็นกลุ่มของผู้ที่เห็นด้วยกับการวางแผนครอบครัวมากกว่ากลุ่มผู้ที่มีเงื่อนไขขอแม่หรือกลุ่มผู้ไม่เห็นด้วย

โดยสรุปผลการศึกษาพบว่า การเปิดรับสื่อมวลชนและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางค่านภูมิศาสตร์และเศรษฐกิจ แต่กลับมีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางค่านประชากร สังคมและจิตวิทยาอย่างมีนัยสำคัญ นับว่ามีทั้งการสนับสนุนและปฏิเสธข้อสมมุติฐานที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ ยังพบว่า วิทยุเป็นสื่อมวลชนประเภทเดียวที่สามารถเข้าถึงประชากรทั้งในเขตเมืองและชนบท

อย่างกว้างขวางที่สุด และจำนวน Potential Reader ของสื่อประเภทหนังสือพิมพ์มีมากในชนบท ซึ่งหากสามารถแก้ไขอุปสรรคในด้านการศึกษาและการทำให้หนังสือพิมพ์สามารถแพร่หลายเข้าถึงประชากรชนบทมากขึ้นแล้ว การสื่อสารโดยใช้สื่อมวลชนเป็นสื่อนำความคิด ทักษะคิด วิเคราะห์ และเทคโนโลยีใหม่ ๆ จากเมืองออกไปสู่ชนบทก็จะมีมากขึ้นและรวดเร็วยิ่งขึ้น

ความรู้จากการศึกษาดังกล่าวนี้ เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการนำมาใช้เพื่อกำหนดประชากรเป้าหมาย (Target Segmentation) และกำหนดกลยุทธ์ในการสื่อสาร (Communication Strategies) สำหรับการวางแผนและกำหนดนโยบายเพื่อการพัฒนาประเทศในด้านต่าง ๆ รวมทั้งการพัฒนาสื่อมวลชนและพัฒนาการสื่อสารเพื่อการวางแผนครอบครัว

ฉะนั้น หากได้มีการศึกษาเพิ่มเติมทั้งในเชิงเวลาและในรายละเอียดข้อมูลต่าง ๆ มากขึ้น เพื่อเปรียบเทียบผลที่ได้ดู ก็จะช่วยให้เห็นความแตกต่างหรือความสัมพันธ์มากขึ้นกว่านี้ ซึ่งจะเป็นผลช่วยให้นักการศึกษาเปรียบเทียบ เปิดรับสื่อมวลชนและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของประชากรในเขตเมืองและชนบทสมบูรณ์ยิ่งขึ้นและสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเรื่องอื่น ๆ ได้ต่อไป

Thesis Title A Comparative Study of Exposure to Mass Media and
 Interpersonal Relationships between Urban and Rural
 Populations.

Name Mr. Wed Dhanopachai

Academic Year 1973



Abstract

The purpose of this present thesis is to make a comparative study of the exposure to mass media and interpersonal relationships between urban and rural populations. By taking into account the analysis of audiences and an overview of geographic, demographic, economic, social and psychological characteristics, the main hypothesis is as follows :

" The exposure to mass media and interpersonal relationships between urban and rural populations is correlated to the geographic, demographic, economic, social and psychological characteristics. "

Most of the study is to compare the primary data derived from the Longitudinal Survey of Social, Economic and Demographic Change in Thailand, both rural and urban phases, conducted by the Institute of Population Studies of Chulalongkorn University. The surveys are a national coverage sampling of 1969 and 1970, including documentary research and other relevant information.

It appears from the study that communication patterns and basic characteristics reveal both sharp contrasts and interesting similarities between rural and urban populations. So far as the geographic characteristics are concerned, it is found that rural and urban population distributions are characterized by great similarities, even though there is a contrast of population in each region. The communication channels of the people are mostly by way of interpersonal relationship in the countryside but by exposure to mass media for the city dwellers.

Demographic characteristics determined by age composition also played an important part. It appears that the exposure to mass media and interpersonal relationships is closely correlated to age groups, positively in rural areas where the older age groups affect the increasing proportion of the movers, newspaper - book and magazine readers, radio listeners and television viewers, and negatively in urban areas where the older age groups affect the decreasing proportion of the exposure to mass media and interpersonal relationship.

Migration resembles the same correlation of the exposure to mass media and interpersonal relationship. The more household heads who experience migration, the greater the proportion of exposure to

mass media and interpersonal relationship have been achieved.

Economic characteristics with respect to occupational composition also play no correlation between the exposure to mass media and interpersonal relationship. The most striking feature of the review on economic elements indicates that the higher economic status the household heads have, the greater the proportion of exposure to mass media and interpersonal relationships.

Educational level as one of the social characteristics is significantly related to the exposure to mass media and interpersonal relationship. The capacity to benefit from mass media - particularly printed media depends on the standard of education as a whole. In general, household heads with higher levels of education tend to have the greater proportion of exposure to mass media and interpersonal relationship.

The last psychological characteristic to be reviewed is the attitude towards Family Planning. It is found that exposure to mass media and interpersonal relationships are also related to the adoption of Family Planning, that is, the proportion of household heads with greater orientation of exposure to mass media and interpersonal relationship are due largely to be the respondents in the approve category more so than the disapprove or depends category.

In conclusion, it appears that the exposure to mass media and interpersonal relationships are not related to geographic and economic elements but are significantly related to demographic, social and psychological characteristics, these findings make it possible to both accept and reject the standing hypothesis. The present study, in addition, suggests that radio is the only medium which has permeated to almost the entire rural and urban populations as well as newspaper readers is remarkably potential in rural areas. Unless the illiteracy of rural population is largely overcome and newspapers are made available throughout rural areas, then, the mass media communication will not be possible the diffusion of new ideas, attitudes, knowledge and technology from urban centers to rural areas.

As a matter of fact, the implications of the study can be fruitfully used in planning and policy making by means of target segmentation and communication strategies for the benefit of national and mass communication development and Family Planning communication.

Finally, further study in much greater detail and at regular intervals is anticipated which will substantially emphasise the correlation and differential of the comparative study of exposure to mass media and interpersonal relationship. These future studies will yield more complete information and will form a valuable contribution towards future studies concerning Thailand's population.



กติกกรมประกาศ

การที่วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ด้วยดีนั้น ผู้เขียนวิทยานิพนธ์ขอขอบพระคุณ
 สถาบันประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่อนุเคราะห์ให้ใช้ข้อมูลจากโครงการวิจัย
 ต่อเนื่องระยะยาวๆ มาประกอบการเขียนวิทยานิพนธ์และอำนวยความสะดวกในด้านเครื่องมือ
 เครื่องใช้ต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ขอขอบพระคุณท่านผู้อำนวยการสถาบันประชากรศาสตร์
 ดร. วิศิษฐ์ ประจวบเหมาะ ที่กรุณาให้คำแนะนำในการกำหนดหัวข้อเรื่องและโครงร่างวิทยา
 นิพนธ์ ศาสตราจารย์บำรุงสุข สีหอำไพ อาจารย์ที่ปรึกษาและควบคุมการวิจัยที่ได้กรุณาให้คำ
 ปรึกษาในการเขียนวิทยานิพนธ์ แนะนำแนวความคิดและหนังสือค้นคว้าวิจัยเพิ่มเติม ตลอดจน
 ช่วยแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ในวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ต้นจนจบ ศาสตราจารย์เลื่อม ลัทธินันทน์ ที่
 กรุณาช่วยเหลือในการจัดทำตารางสถิติประกอบวิทยานิพนธ์ อาจารย์เนงน้อย นະมาตร์ ที่กรุณา
 แนะนำการอ่านตัวเลขข้อมูล อาจารย์พิชิต พิทักษ์เทพสมบัติ ที่กรุณาให้แนวความคิดในการกำหนด
 ข้อมูลที่ใช้ อาจารย์ ดร. สุนิต ยมาภัย อาจารย์ประคิน ชุมสาย ณ อยุธยา Mr. Thomas
 Drehman และ Mrs. Camilla Baker ที่กรุณาให้แนวความคิดในการเขียนและช่วยแก้ไขบท
 คัดย่อภาษาไทยและอังกฤษให้ถูกต้องรัดกุมยิ่งขึ้น ศาสตราจารย์เกษม อุทยานิน ประธานกรรมการ
 ทรวิวิทยานิพนธ์และอาจารย์สุนิชา ชมขวัญ ที่กรุณาให้ความช่วยเหลืออำนวยความสะดวกต่าง ๆ
 เป็นอย่างดี รวมทั้งเจ้าหน้าที่ของสถาบันประชากรศาสตร์ทุกท่าน

นอกจากนี้ ผู้เขียนขอขอบพระคุณธนาคารกรุงเทพ จำกัด ที่ให้ความอนุเคราะห์ทุนอุดหนุน
 การทำวิทยานิพนธ์แก่ผู้เขียน ในฐานะที่เป็นเจ้าหน้าที่ของธนาคารด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ขอ
 ขอบพระคุณ คุณบุบผา กฤษณามระ เลขาธิการคณะกรรมการให้ทุนอุดหนุนการทำวิทยานิพนธ์ของ
 พนักงาน และคุณสมชาย ธีระธรรม ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายสำนักการประชาสัมพันธ์ ธนาคารกรุงเทพ
 จำกัด ที่กรุณาให้ความช่วยเหลือให้กำลังใจและให้ความสนับสนุนผู้เขียนเป็นอย่างดีตลอดมา
 สุดท้ายนี้ ผู้เขียนขอขอบคุณเพื่อนทุกคนที่ได้ให้ความช่วยเหลือทั้งในด้านกำลังใจ กำลัง
 กายและความคิด อันเป็นพลังผลักดันให้การเขียนวิทยานิพนธ์นี้บรรลุความสำเร็จเรียบร้อยด้วยดี
 ในที่สุด

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง - ฉ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ช - ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ญ
รายการตารางประกอบ	ฉ - ฎ
บทที่	
๑. บทนำ	๑
๒. ระเบียบวิธีวิจัย	๑๓
๓. การเปิดรับสื่อมวลชนและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กับปัจจัยทางค่านิยมศาสตร์	๓๓
๔. การเปิดรับสื่อมวลชนและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กับปัจจัยทางค่านิยมประชากร	๕๒
๕. การเปิดรับสื่อมวลชนและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กับปัจจัยทางค่านิยมเศรษฐกิจ	๗๘
๖. การเปิดรับสื่อมวลชนและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กับปัจจัยทางค่านิยมสังคม	๘๒
๗. การเปิดรับสื่อมวลชนและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กับปัจจัยทางค่านิยมจิตวิทยา	๑๐๓
๘. สรุปและขอเสนอแนะ	๑๑๓
บรรณานุกรม	๑๑๘
ประวัติการศึกษา	๑๒๒

รายการตารางประกอบ

ตารางที่

หน้า

๑.	อัตราส่วนร้อยละของหัวหนาคริวเรือยนต์เดินทางไปทางอื่น จำแนกตามความถี่เดินทางและลักษณะภูมิภาคของคริวเรือยนต์	๕๑
๒.	อัตราส่วนร้อยละของหัวหนาคริวเรือยนต์อ่านหนังสือพิมพ์ จำแนกตามความถี่อ่านและลักษณะภูมิภาคของคริวเรือยนต์	๕๕
๓.	อัตราส่วนร้อยละของหัวหนาคริวเรือยนต์อ่านหนังสือหรือนิตยสาร จำแนกตามความถี่อ่านและลักษณะภูมิภาคของคริวเรือยนต์	๕๗
๔.	อัตราส่วนร้อยละของหัวหนาคริวเรือยนต์ฟังวิทยุ จำแนกตามความถี่ฟังและลักษณะภูมิภาคของคริวเรือยนต์	๕๘
๕.	อัตราส่วนร้อยละของหัวหนาคริวเรือยนต์ดูโทรทัศน์ จำแนกตามความถี่ดูและลักษณะภูมิภาคของคริวเรือยนต์	๕๐
๖.	อัตราส่วนร้อยละของหัวหนาคริวเรือยนต์เดินทางไปทางอื่น จำแนกตามความถี่เดินทางและหมวดอายุ	๕๕
๗.	อัตราส่วนร้อยละของหัวหนาคริวเรือยนต์อ่านหนังสือพิมพ์ จำแนกตามความถี่อ่านและหมวดอายุ	๕๘
๘.	อัตราส่วนร้อยละของหัวหนาคริวเรือยนต์อ่านหนังสือหรือนิตยสาร จำแนกตามความถี่อ่านและหมวดอายุ	๖๐
๙.	อัตราส่วนร้อยละของหัวหนาคริวเรือยนต์ฟังวิทยุ จำแนกตามความถี่ฟังและหมวดอายุ	๖๒
๑๐.	อัตราส่วนร้อยละของหัวหนาคริวเรือยนต์ดูโทรทัศน์ จำแนกตามความถี่ดูและหมวดอายุ	๖๔
๑๑.	อัตราส่วนร้อยละของหัวหนาคริวเรือยนต์เดินทางไปทางอื่น จำแนกตามความถี่เดินทางและการย้ายถิ่นของคริวเรือยนต์	๖๕
๑๒.	อัตราส่วนร้อยละของหัวหนาคริวเรือยนต์อ่านหนังสือพิมพ์ จำแนกตามความถี่อ่านและการย้ายถิ่นของคริวเรือยนต์	๗๑

๑๓.	อัตราส่วนร้อยละของหัวหน้าครีวเรือบนทอานหนังสือหรือนิตยสาร จำแนกตามความถืทอานและการยายถืนของครีวเรือน.....	๓๓
๑๔.	อัตราส่วนร้อยละของหัวหน้าครีวเรือนที่ฟังวิทยุ จำแนกตามความถื ที่ฟังและการยายถืนของครีวเรือน	๓๔
๑๕.	อัตราส่วนร้อยละของหัวหน้าครีวเรือนทูกูโทรทศนั จำแนกตาม ความถืทูกูและการยายถืนของครีวเรือน	๓๖
๑๖.	อัตราส่วนร้อยละของหัวหน้าครีวเรือนที่เคืนทางไปตางถืน จำแนก ตามความถืที่เคืนทางและประเภทอาชีพ	๔๐
๑๗.	อัตราส่วนร้อยละของหัวหน้าครีวเรือนทอานหนังสือพืมพ์ จำแนก ตามความถืทอานและประเภทอาชีพ	๔๓
๑๘.	อัตราส่วนร้อยละของหัวหน้าครีวเรือนทอานหนังสือหรือนิตยสาร จำแนกตามความถืทอานและประเภทอาชีพ	๔๕
๑๙.	อัตราส่วนร้อยละของหัวหน้าครีวเรือนที่ฟังวิทยุ จำแนกตามความถื ที่ฟังและประเภทอาชีพ	๔๗
๒๐.	อัตราส่วนร้อยละของหัวหน้าครีวเรือนทูกูโทรทศนั จำแนกตามความ ถืทูกูและประเภทอาชีพ	๕๐
๒๑.	อัตราส่วนร้อยละของหัวหน้าครีวเรือนที่เคืนทางไปตางถืน จำแนก ตามความถืที่เคืนทางและการเคืนศึกษา	๕๕
๒๒.	อัตราส่วนร้อยละของหัวหน้าครีวเรือนทอานหนังสือพืมพ์ จำแนก ตามความถืทอานและการเคืนศึกษา	๕๗
๒๓.	อัตราส่วนร้อยละของหัวหน้าครีวเรือนทอานหนังสือหรือนิตยสาร จำแนกตามความถืทอานและการเคืนศึกษา	๕๘
๒๔.	อัตราส่วนร้อยละของหัวหน้าครีวเรือนที่ฟังวิทยุ จำแนกตามความถื ที่ฟังและการเคืนศึกษา	๖๐

๒๕.	อัตราส่วนร้อยละของหัวหน้าครัวเรือนที่คูโทรศัพท์ จำแนกตาม ความถี่และการศึกษา	๑๐๑
๒๖.	อัตราส่วนร้อยละของหัวหน้าครัวเรือนที่เดินทางไปต่างถิ่น จำแนก ตามความถี่เดินทางและทัศนคติในการยอมรับการวางแผน ครอบครัว	๑๐๔
๒๗.	อัตราส่วนร้อยละของหัวหน้าครัวเรือนที่อ่านหนังสือพิมพ์ จำแนก ตามความถี่อ่านและทัศนคติในการยอมรับการวางแผนครอบครัว	๑๐๗
๒๘.	อัตราส่วนร้อยละของหัวหน้าครัวเรือนที่อ่านหนังสือหรือนิตยสาร จำแนกตามความถี่อ่านและทัศนคติในการยอมรับการวางแผน ครอบครัว	๑๐๘
๒๙.	อัตราส่วนร้อยละของหัวหน้าครัวเรือนที่ฟังวิทยุ จำแนกตามความถี่ ฟังและทัศนคติในการยอมรับการวางแผนครอบครัว	๑๐๙
๓๐.	อัตราส่วนร้อยละของหัวหน้าครัวเรือนที่คูโทรศัพท์ จำแนกตามความ ถี่และการทัศนคติในการยอมรับการวางแผนครอบครัว	๑๑๑