ก. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สื่อมวลชนเป็นสถาบันที่อยู่คู่กับสังคมโดยมีหน้าที่พื้นฐานในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การเปลี่ยนแปลงของสังคมและการพัฒนาของเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้ช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชนมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ยกตัวอย่างเช่นการใช้สื่อใหม่ (New media) ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชนไทย เมื่อช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชนไทยมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นจึงเป็นที่น่าสนใจว่าประชาชนในปัจจุบันเลือกที่จะรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทใดและเพราะเหตุใด อีกทั้งสื่อมวลชนยังทำหน้าที่เสมือนกระจกที่สะท้อนความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในสังคมทำให้ประชาชนเกิดความคาดหวังในการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชน ในปัจจุบันที่ช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชนไทยมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นจึงเป็นที่น่าสนใจว่าความคิดเห็นและความคาดหวังของประชาชนในปัจจุบันที่มีต่อสื่อมวลชนไทยเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

การสำรวจ “ความคิดเห็นของผู้บริโภคสื่อที่มีต่อสื่อมวลชนไทย” มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อสำรวจการเปิดรับสื่อของผู้บริโภคสื่อและความน่าเชื่อถือของสื่อ
2. เพื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทย
3. เพื่อสำรวจความคาดหวังของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติและภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง

ปัญหานำวิจัย

1. การเปิดรับสื่อ
   - ผู้บริโภคสื่อมีการเปิดรับสื่อใดบ้าง อย่างไร
2. ความน่าเชื่อถือของสื่อ
   - ผู้บริโภคสื่อมีความคิดเห็นต่อความน่าเชื่อถือของสื่อแต่ละประเภทอย่างไร
3. การเปิดรับสื่อและความน่าเชื่อถือของสื่อ
   - การเปิดรับสื่อและความน่าเชื่อถือของสื่อแต่ละประเภทมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ อย่างไร

4. ความคิดเห็นต่อสื่อมวลชนไทย
    - สำหรับประเด็นความคิดเห็นของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยในปัจจุบัน มีประเด็นใดบ้างที่ผู้บริโภคสื่อเห็นว่าสำคัญ
    - เมื่อพิจารณาตามกรอบแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานของสื่อมวลชนไทย สำหรับประเด็นความคิดเห็นของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยในปัจจุบัน มิติและแนวคิดใดที่ผู้บริโภคสื่อให้ความสำคัญมากที่สุด และน้อยที่สุด
5. ความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติ
    - ผู้บริโภคสื่อมีความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติอย่างไร ประเด็นใดบ้างที่มีความสำคัญมาก-น้อย
    - เมื่อพิจารณาตามกรอบแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานของสื่อมวลชนไทย สำหรับประเด็นความคาดหวังของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติ มิติและแนวคิดใดที่ผู้บริโภคสื่อให้ความสำคัญมากที่สุด และน้อยที่สุด
6. ความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง
    - ผู้บริโภคสื่อมีความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรงในอย่างไร ประเด็นใดบ้างที่มีความสำคัญมาก-น้อย
7. เปรียบเทียบ ความคิดเห็น ความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติและภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง
    - ความคิดเห็นของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยในปัจจุบันและความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติมีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร ในประเด็นใดบ้าง
    - ความคาดหวังของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติและภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรงมีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร ในประเด็นใดบ้าง

<u>ขอบเขตการวิจัย</u>

การสำรวจในครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคสื่อที่มีต่อสื่อมวลชนไทยทั่วทั้งประเทศ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวแทนประชาชนชาวไทยจากทั้ง 6 ภูมิภาคและเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire survey) อีกทั้งในปัจจุบันสื่อมวลชนไทยมีการใช้สื่อใหม่ (New media) ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Online-questionnaire survey) ควบคู่กับแบบสอบถามเพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มประชาชนที่เน้นบริโภคข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อใหม่

นิยามศัพท์

สื่อมวลชน	หมายถึง สื่อที่นำเสนอข่าวสารสู่มวลชนได้พร้อมๆกัน ในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน ในที่นี้ ประกอบด้วย สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สื่อท้องถิ่นที่นำเสนอข่าวสารประเภทวิทยุชุมชน เคเบิลทีวีท้องถิ่น รวมถึงสื่อเคเบิลอื่นๆ และโทรทัศน์ดาวเทียม
สื่อ	หมายถึง สื่อมวลชน สื่อท้องถิ่น สื่อบุคคล สื่อใหม่ที่หมายรวมถึงสื่อเว็บไซต์ โปรแกรมต่างๆทางอินเตอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ
ผู้บริโภคสื่อ	หมายถึง ประชาชนชาวไทยที่เป็นผู้บริโภคข่าวสารผ่านสื่อ
การเปิดรับสื่อ	หมายถึง การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อแต่ละประภทและปริมาณการเปิดรับข่าวสารจากสื่อของผู้บริโภคต่อสัปดาห์
ความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชน	หมายถึง ความน่าเชื่อถือที่ผู้บริโภคสื่อมีต่อสื่อมวลชนไทย
ความคิดเห็นต่อสื่อมวลชน	หมายถึง ทัศนคติเชิงเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยที่ผู้บริโภคสื่อมีต่อสื่อมวลชนไทย
ความคาดหวังต่อสื่อมวลชน	หมายถึง ความคาดหวังที่ผู้บริโภคสื่อมีต่อสื่อมวลชนไทย
สถานการณ์ปกติ	หมายถึง บรรยากาศทางสังคมที่แม้จะมีความขัดแย้ง แต่เป็นความขัดแย้งที่แต่ละฝ่ายสามารถยอมรับได้และอยู่ร่วมกันได้โดยสันติ
สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง	หมายถึง บรรยากาศทางสังคมที่มีความขัดแย้งอย่างรุนแรง มีแนวโน้มที่จะใช้การตัดสินปัญหาโดยการใช้กำลัง การต่อสู้ มีการใช้ความรุนแรงและขาดความประนีประนอม
บรรทัดฐานของสื่อมวลชนไทย	หมายถึง ความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติหรือทำหน้าที่ของสื่อมวลชนไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นำผลการสำรวจมาทำความเข้าใจเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนไทยและสังคม โดยเฉพาะในประเด็นเรื่องความคาดหวังต่อการทำหน้าที่ของสื่อภายใต้สถานการณ์ปกติและภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง
2. นำผลการสำรวจนำเสนอต่อองค์กรภาครัฐและเอกชนเพื่อการกำหนดนโยบายและการพัฒนาสื่อมวลชนไทยเพื่อเป็นประโยชน์ต่อสังคมไทย

ข. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเรื่องบรรทัดฐานของสื่อมวลชน (Normative Theory of Media)

สื่อมวลชนและสังคมนั้นเป็นสองสถาบันที่มีความเชื่อมโยงและเกี่ยวข้องกัน ทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อ (Normative theory of media) คือทฤษฎีที่เสนอว่าสื่อมวลชนควรจะหรือถูกคาดหวังจากสังคมให้ปฏิบัติหรือทำหน้าที่อะไรบ้าง (กาญจนา แก้วเทพ, 2552) ลักษณะหลักโดยทั่วไปของทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อนั้นจะเกี่ยวข้องกับเรื่องการควบคุม (Control) การปกป้อง (Protection) หรือการกำกับดูแล (Regulation) กระบวนการทำงานของสื่อมวลชนโดยอาศัยกลไกแบบต่างๆ (กาญจนา แก้วเทพ, 2552)

อย่างที่ได้กล่าวไว้ในข้างต้นว่าสื่อมวลชนและสังคมนั้นเป็นสถาบันที่ความเชื่อมโยงและเกี่ยวข้องกัน ดังนั้นทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อจึงมีความผูกพันโยงใยกับสภาพสังคมที่เป็นอยู่ (กาญจนา แก้วเทพ, 2552) กล่าวคือเมื่อปัจจัยทางสังคมที่เกี่ยวข้องแปรเปลี่ยนไปทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อก็ย่อมเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย (กาญจนา แก้วเทพ, 2552)

กาญจนา แก้วเทพ (2552) ได้เสนอว่าพัฒนาการของตัวสื่อเองก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อเนื่องจากบรรทัดฐานเดิมที่มีอยู่อาจไม่ครอบคลุมถึงสื่อใหม่ (New media) ที่เกิดขึ้นอย่างมากมายในปัจจุบัน

การศึกษาการปฏิบัติหรือทำหน้าที่ของสื่อมวลชนตามทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อนั้นมีอยู่ 2 ระดับคือ ระดับโครงสร้าง (Structure) และระดับการปฏิบัติงาน (Performance) (กาญจนา แก้วเทพ, 2552)

สำหรับการสำรวจในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ยึดเอากรอบบรรทัดฐานของสื่อมวลชนที่ถูกเสนอไว้โดย McQuail (2005) อย่างไรก็ดีเนื่องจากบรรทัดฐานของสื่อนั้นมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคมที่เป็นอยู่และพัฒนาการของตัวสื่อ อีกทั้งสืบเนื่องจากเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองที่เกิดขึ้น

ในประเทศไทยและการใช้สื่อที่หลากหลายมากขึ้น รวมถึงการใช้สื่อใหม่ในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารในปัจจุบัน เพื่อให้การสำรวจในครั้งนี้สอดคล้องกับบริบทของสังคมไทยในปัจจุบันผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่าควรมีการเพิ่มเติมประเด็นที่จำเป็นเพื่อความครบถ้วนสมบูรณ์ จนเป็นที่มาของกรอบบรรทัดฐานของสื่อมวลชนไทยดังตารางด้านล่าง โดยมีทั้งหมด 3 มิติและแบ่งออกเป็น 10 ประเด็น

มิติ	ประเด็น
มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ (Structure and Operations)	1. การนำเสนอข้อมูล ความคิดเห็น และวัฒนธรรมที่มีความหลากหลาย (Diversity of Information, Opinion, and Culture)
	2. ความมีเสรีภาพของสื่อในการดำเนินงาน (Freedom of Publication)
	3. ความมีเสรีภาพของประชาชนในการรับสื่อ (Freedom of Media Consumption)
	4. การนำเสนอข้อมูลที่มีความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Accuracy and Credibility of Information)
	5. ความสามารถของสื่อ (Competence of the Media)
	6. ความรับผิดชอบและจริยธรรมของสื่อ (Media Responsibilities and Morality)
มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม (Public Interests)	7. การสนับสนุนระบบประชาธิปไตย (Adequate Support for the Democratic Political System (Public Sphere)
	8. คุณภาพของข้อมูลที่ปรากฏในสื่อ (Quality of Information and Culture available to the Public)
มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชนและสังคม (Avoiding Harm)	9. การหลีกเลี่ยงความขัดแย้งและความรุนแรงต่อสังคมและบุคคลอื่น (Avoiding Harm and Offence to Society and Individuals)
	10. การร้องเรียนสื่อ (Reports and Compliant)

ตาราง 1 กรอบแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานสื่อมวลชน

ค. ระเบียบวิธีวิจัย

การสำรวจ "ความคิดเห็นของผู้บริโภคสื่อที่มีต่อสื่อมวลชนไทย" ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้การวิจัยแบบสำรวจ (Survey research method) และวัดแบบตัดขวาง (Cross-sectional study) ซึ่งเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaires) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรเป้าหมายในการสำรวจในครั้งนี้คือกลุ่มประชาชนชาวไทยทั่วประเทศไทย เป็นจำนวน 63,525,062 คน (อ้างอิงจากข้อมูลประกาศสำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง ตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2552) ที่มีความสามารถในการเข้าถึงสื่อมวลชนไทยและสื่อทางเลือกอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างในการสำรวจในครั้งนี้แบ่งออกเป็นสองกลุ่มได้แก่กลุ่มของแบบสอบถามและกลุ่มของแบบสอบถามออนไลน์

การสุ่มตัวอย่าง

ก. การสุ่มกลุ่มตัวอย่างสำหรับแบบสอบถามทั่วไป

การสำรวจในครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage cluster sampling) โดยทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างทั้งแบบใช้ความน่าจะเป็น (Probability sampling) และแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ซึ่งมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน

1. การสุ่มกลุ่มตัวอย่างลำดับขั้นที่หนึ่ง (Primary sampling unit) เป็นการแบ่ง 76 จังหวัดของประเทศไทยออกเป็น 7 ส่วนตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้แก่ 6 ภูมิภาคและเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (อ้างอิงจากข้อมูลเอกสารสมุดสถิติรายปีประเทศไทย พ.ศ. 2547) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ภาค	จังหวัด
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ นนทบุรี ปทุมธานี นครปฐม และสมุทรสาคร รวม 6 จังหวัด
ภาคกลางส่วนกลาง	พระนครศรีอยุธยา อ่างทอง ลพบุรี สิงห์บุรี ชัยนาท และ สระบุรี รวม 6 จังหวัด
ภาคตะวันออก	ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี นครนายก และสระแก้ว รวม 8 จังหวัด
ภาคตะวันตก	ราชบุรี กาญจนบุรี สุพรรณบุรี สมุทรสงคราม เพชรบุรี และ ประจวบคีรีขันธ์ รวม 6 จังหวัด
ภาคเหนือ	เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง อุตรดิตถ์ แพร่ น่าน พะเยา เชียงราย แม่ฮ่องสอน นครสวรรค์ อุทัยธานี กำแพงเพชร ตาก สุโขทัย พิษณุโลก พิจิตร และเพชรบูรณ์ รวม 17 จังหวัด
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี ยโสธร ชัยภูมิ อำนาจเจริญ หนองบัวลำภู ขอนแก่น อุดรธานี เลย หนองคาย มหาสารคาม ร้อยเอ็ด กาฬสินธุ์ สกลนคร นครพนม และมุกดาหาร รวม 19 จังหวัด
ภาคใต้	นครศรีธรรมราช กระบี่ พังงา ภูเก็ต สุราษฎร์ธานี ระนอง ชุมพร สงขลา สตูล ตรัง พัทลุง ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส รวม 14 จังหวัด

ตาราง 2 การแบ่งพื้นที่ในประเทศไทยและจังหวัดในแต่ละพื้นที่ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พ.ศ. 2547

2. การสุ่มกลุ่มตัวอย่างลำดับขั้นที่สอง (Secondary sampling unit) เป็นการกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากทั้ง 6 ภูมิภาคและเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำจำนวน 400 คน ในแต่ละภูมิภาคเพื่อค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ 95% ตามสูตรของ Taro Yamane โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ภาค	จำนวนประชากร	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพและปริมณฑล	10,237,179	800
ภาคกลางส่วนกลาง	2,977,842	400
ภาคตะวันออก	4,557,910	400
ภาคตะวันตก	3,672,193	400
ภาคเหนือ	11,770,233	400
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	21,495,825	400
ภาคใต้	8,813,880	400
รวม	63,525,062	3,200

ตาราง 3 จำนวนตัวอย่างจาก 6 ภูมิภาคและเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3. การสุ่มกลุ่มตัวอย่างลำดับขั้นที่สาม (Tertiary sampling unit) เป็นการกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากจังหวัดต่างๆจากทั้ง 6 ภูมิภาคและเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเลือกจังหวัดที่มีจำนวนประชากรมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งและสองในแต่ละภูมิภาคเป็นตัวแทนในการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง สำหรับเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเลือกทุกจังหวัด โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	ประชากรชาย	ประชากรหญิง	จำนวนประชากรรวม	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	2,713,535	2,989,060	5,702,595	400
จังหวัดสมุทรปราการ	562,941	601,164	1,164,105	80
จังหวัดนนทบุรี	507,972	570,099	1,078,071	80
จังหวัดปทุมธานี	455,581	500,795	956,376	80
จังหวัดนครปฐม	409,304	442,122	851,426	80
จังหวัดสมุทรสาคร	234,714	249,892	484,606	80
รวม			10,237,179	800
ภาคกลางส่วนกลาง	ประชากรชาย	ประชากรหญิง	จำนวนประชากรรวม	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	374,605	400,552	775,157	200
จังหวัดลพบุรี	378,530	375,922	754,452	200
รวม			2,977,842	400

ภาคตะวันออก	**ประชากรชาย**	**ประชากรหญิง**	**จำนวนประชากรรวม**	**จำนวนตัวอย่าง**
จังหวัดชลบุรี	632,356	657,234	1,289,590	200
จังหวัดฉะเชิงเทรา	328,304	340,679	668,983	200
รวม			4,557,910	400
ภาคตะวันตก	**ประชากรชาย**	**ประชากรหญิง**	**จำนวนประชากรรวม**	**จำนวนตัวอย่าง**
จังหวัดสุพรรณบุรี	409,863	434,727	844,590	200
จังหวัดราชบุรี	407,853	427,378	835,231	200
รวม			3,672,193	400
ภาคเหนือ	**ประชากรชาย**	**ประชากรหญิง**	**จำนวนประชากรรวม**	**จำนวนตัวอย่าง**
จังหวัดเชียงใหม่	797,521	835,027	1,632,548	200
จังหวัดเชียงราย	588,850	606,083	1,194,933	200
รวม			11,770,233	400
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	**ประชากรชาย**	**ประชากรหญิง**	**จำนวนประชากรรวม**	**จำนวนตัวอย่าง**
จังหวัดนครราชสีมา	1,272,264	1,299,028	2,571,292	200
จังหวัดอุบลราชธานี	904,698	899,056	1,803,754	200
รวม			21,495,825	400
ภาคใต้	**ประชากรชาย**	**ประชากรหญิง**	**จำนวนประชากรรวม**	**จำนวนตัวอย่าง**
จังหวัดนครศรีธรรมราช	753,196	763,303	1,516,499	200
จังหวัดสงขลา	656,113	687,841	1,343,954	200
รวม			8,813,880	400

ตาราง 4 จำนวนตัวอย่างจากจังหวัดต่างๆใน 6 ภูมิภาคและเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4. การสุ่มกลุ่มตัวอย่างลำดับขั้นที่สี่ (quaternary sampling unit) เป็นการกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากเขตและอำเภอต่างๆจากจังหวัดต่างๆจากทั้ง 6 ภูมิภาคและเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยวิธีการสุ่มเลือกโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กรุงเทพมหานคร	จำนวนตัวอย่าง (เขต/อำเภอ)	**จังหวัดสมุทรปราการ**	จำนวนตัวอย่าง (เขต/อำเภอ)
พญาไท	40	อำเภอเมือง	40
ดินแดง	40	อำเภอพระประแดง	40
ปทุมวัน	40	รวม	80
คลองเตย	40	**จังหวัดนนทบุรี**	จำนวนตัวอย่าง (เขต/อำเภอ)
สายไหม	40	อำเภอเมือง	40
ลาดพร้าว	40	อำเภอปากเกร็ด	40
บางกะปิ	40	รวม	80
มีนบุรี	40	**จังหวัดปทุมธานี**	จำนวนตัวอย่าง (เขต/อำเภอ)
ธนบุรี	40	อำเภอเมือง	40
บางขุนเทียน	40	อำเภอลำลูกกา	40
รวม	800	รวม	80
จังหวัดนครปฐม	จำนวนตัวอย่าง (เขต/อำเภอ)	**จังหวัดสมุทรสาคร**	จำนวนตัวอย่าง (เขต/อำเภอ)
อำเภอเมืองนครปฐม	40	อำเภอเมือง	40
อำเภอสามพราน	40	อำเภอกระทุ่มแบน	40
รวม	80	รวม	80
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	จำนวนตัวอย่าง (เขต/อำเภอ)	**จังหวัดลพบุรี**	จำนวนตัวอย่าง (เขต/อำเภอ)
อำเภอพระนครศรีอยุธยา	40	อำเภอเมือง	40
อำเภอบางไทร	40	อำเภอโคกสำโรง	40
อำเภอบางปะอิน	40	อำเภอบ้านหมี่	40
อำเภอลาดบัวหลวง	40	อำเภอโคกเจริญ	40

อำเภอมหาราช	40	อำเภอท่าวุ้ง	40
รวม	200	รวม	200
จังหวัดชลบุรี	จำนวนตัวอย่าง (เขต/อำเภอ)	**จังหวัดฉะเชิงเทรา**	จำนวนตัวอย่าง (เขต/อำเภอ)
อำเภอเมือง	40	อำเภอเมือง	40
อำเภอบ้านบึง	40	อำเภอบางน้ำเปรี้ยว	40
อำเภอพานทอง	40	อำเภอบ้านโพธิ์	40
อำเภอพนัสนิคม	40	อำเภอสนามชัยเขต	40
อำเภอบ่อทอง	40	อำเภอบางปะกง	40
รวม	200	รวม	200
จังหวัดสุพรรณบุรี	จำนวนตัวอย่าง (เขต/อำเภอ)	**จังหวัดราชบุรี**	จำนวนตัวอย่าง (เขต/อำเภอ)
อำเภอเมือง	40	อำเภอเมือง	40
อำเภอเดิมบางนางบวช	40	อำเภอจอมบึง	40
อำเภอบางปลาม้า	40	อำเภอดำเนินสะดวก	40
อำเภอศรีประจันต์	40	อำเภอบ้านโป่ง	40
อำเภออู่ทอง	40	อำเภอโพธาราม	40
รวม	200	รวม	200
จังหวัดเชียงใหม่	จำนวนตัวอย่าง (เขต/อำเภอ)	**จังหวัดเชียงราย**	จำนวนตัวอย่าง (เขต/อำเภอ)
อำเภอเมือง	40	อำเภอเมือง	40
อำเภอสันป่าตอง	40	อำเภอเทิง	40
อำเภอสันทราย	40	อำเภอแม่จัน	40
อำเภอสารภี	40	อำเภอแม่สาย	40
อำเภอดอยเต่า	40	อำเภอพญาเม็งราย	40
รวม	200	รวม	200
จังหวัดนครราชสีมา	จำนวนตัวอย่าง (เขต/อำเภอ)	**จังหวัดอุบลราชธานี**	จำนวนตัวอย่าง (เขต/อำเภอ)
อำเภอเมือง	40	อำเภอเมือง	40

อำเภอด่านขุนทด	40	อำเภอเขมราฐ	40
อำเภอประทาย	40	อำเภอเดชอุดม	40
อำเภอสีคิ้ว	40	อำเภอตระการพืชผล	40
อำเภอสูงเนิน	40	อำเภอวารินชำราบ	40
รวม	200	รวม	200
จังหวัดนครศรีธรรมราช	จำนวนตัวอย่าง (เขต/อำเภอ)	**จังหวัดสงขลา**	จำนวนตัวอย่าง (เขต/อำเภอ)
อำเภอเมือง	40	อำเภอเมือง	40
อำเภอฉวาง	40	อำเภอสิงหนคร	40
อำเภอเชียรใหญ่	40	อำเภอหาดใหญ่	40
อำเภอท่าศาลา	40	อำเภอระโนด	40
อำเภอปากพนัง	40	อำเภอสะบ้าย้อย	40
รวม	200	รวม	200

ตาราง 5 จำนวนตัวอย่างจากเขตและอำเภอต่างๆในจังหวัดจาก 6 ภูมิภาคและเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

5. การสุ่มตัวอย่างลำดับขั้นสุดท้าย (Final sampling unit) เป็นการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenient sampling) คือการเดินทางไปเก็บข้อมูลตามสถานที่ที่คาดว่าจะพบกลุ่มตัวอย่างเช่น แหล่งชุมชนต่าง ๆ ศูนย์การค้า ร้านอาหาร และสถานบันเทิง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากจังหวัดที่กำหนดไว้ในขั้นตอนที่ 1 จนครบ 3,200 คน

ข. <u>การสุ่มกลุ่มตัวอย่างสำหรับแบบสอบถามออนไลน์</u>

การสำรวจในครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage cluster sampling) โดยทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ซึ่งมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

ขั้นตอนการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ประกอบไปด้วยการนำลิงค์แบบสอบถามไปฝากไว้ในเว็บไซต์ยอดนิยม (อ้างอิงจากข้อมูล Truehits 2009 Awards ได้แก่เว็บไซต์ www.sanook.com, www.kapook.com, www.mthai.com, www.dek-d.com และ www.exteen.com) การนำลิงค์แบบสอบถามไปฝากไว้ในเว็บบล็อกยอดนิยม (อ้างอิงจากข้อมูล Truehits วันที่ 7 สิงหาคม 2554 ได้แก่เว็บบล็อก http://bignose.exteen.com, http://i-musicale.exteen.com, http://manro111.exteen.com,

http://polball.bloggang.com, และ http://my.dek-d.com/apsornsawan) การนำลิงค์แบบสอบถามไปฝากไว้ในเว็บบอร์ดของเว็บชุมชนที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยอย่าง http://www.pantip.com การนำลิงค์แบบสอบถามไปฝากไว้ในเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่าง Facebook และ Twitter และการส่งลิงค์แบบสอบถามผ่านทางอีเมล์

ขั้นตอนการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเครือข่าย

ขั้นตอนการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเครือข่าย (Network sampling) คือการที่ผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ทุกคนสามารถนำลิงค์แบบสอบถามที่ฝากไว้บนสื่อออนไลน์ต่างๆไปฝากต่อไว้ยังที่ต่างๆ สำหรับการส่งแบบสอบถามผ่านทางอีเมล์ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถส่งลิงค์ของแบบสอบถามต่อกันไปเรื่อยๆ

<u>เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย</u>

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น โดยอาศัยข้อมูลจากตำรางานวิจัยและวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องทั้งในและนอกประเทศมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม รวมทั้งขอคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญด้วย

แบบสอบถามเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Closed-end Questionnaires) ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

<u>ส่วนที่ 1</u> ความคิดเห็นต่อการเปิดรับสื่อและความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนไทยในปัจจุบัน ประกอบด้วยสื่อประเภทสื่อมวลชนได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ สื่อท้องถิ่น ได้แก่ วิทยุชุมชน เคเบิลทีวีท้องถิ่น สื่อเคเบิลและดาวเทียม ได้แก่ ทีวีดาวเทียม (จานดาวเทียม) True Vision (เคเบิ้ลและดาวเทียม) สื่อออนไลน์ได้แก่ เว็บไซต์ เว็บไซต์สืบค้นข้อมูล เครือข่ายสังคมออนไลน์ กระดานสนทนา อีเมล โปรแกรมสนทนา และสื่อสำหรับบุคคลรวมทั้งสื่อประเภทสื่อบุคคล ได้แก่ โทรศัพท์มือถือ บุคคลในครอบครัว เพื่อนบ้าน อบต ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน พระ และครู จำนวน 18 สื่อ

<u>ส่วนที่ 2</u> ความคิดเห็นต่อสื่อมวลชนไทยในปัจจุบัน ประกอบด้วยความคิดเห็นต่อสื่อมวลชนจำนวน 33 ข้อตามกรอบแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานของสื่อมวลชน

<u>ส่วนที่ 3</u> ความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทย ประกอบด้วยความคาดหวังต่อสื่อมวลชนจำนวน 33 ข้อตามกรอบแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานของสื่อมวลชน

<u>ส่วนที่ 4</u> ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ พื้นที่อาศัย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ส่วนบุคคล

ทั้งนี้มีคำถามปลายเปิดสำหรับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการปฏิรูปสื่อในตอนท้ายของแบบสอบถาม

<u>การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ</u>

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบกับกลุ่มผู้บริโภคสื่อ และใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟ่า (Coefficient Alpha) ของ Cronbach ทำการทดสอบความคิดเห็นต่อสื่อมวลชน จำนวน 33 ข้อ ตามกรอบแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานของสื่อมวลชนหลังการเก็บข้อมูลจริง ได้ค่าสัมประสิทธิ์ดังนี้

Cronbach's Alpha	ประเด็นความคิดเห็น	ข้อคำถาม
มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ (Structure and Operations)		
0.7678	การนำเสนอข้อมูล ความคิดเห็นและวัฒนธรรมที่มีความหลากหลาย (Diversity of Information, Opinion, and Culture)	สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารและความคิดเห็นที่หลากหลาย
	ความมีเสรีภาพของสื่อในการดำเนินงาน (Freedom of Publication)	สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวที่มีความคิดเห็นจากบุคคลในสังคมอย่างรอบด้าน
	ความมีเสรีภาพของประชาชนในการรับสื่อ (Freedom of Media Consumption)	สื่อมวลชนไทยมีความเป็นอิสระในการนำเสนอข่าวสาร ประชาชนสามารถเลือกเปิดรับสื่อได้อย่างอิสระ
0.8043	การนำเสนอข้อมูลที่มีความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Accuracy and Credibility of Information)	สื่อมวลชนไทยนำเสนอข้อมูลและเนื้อหาที่ถูกต้อง สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารที่เที่ยงตรง ยุติธรรม และตรงไปตรงมา

Cronbach's Alpha	ประเด็นความคิดเห็น	ข้อคำถาม
		สื่อมวลชนไทยมีความน่าเชื่อถือ
0.7160	ความสามารถของสื่อ (Competence of the Media)	มีการจัดประเภทรายการที่เหมาะสมในสื่อมวลชนไทย สื่อมวลชนไทยมีการแยกเนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริงกับความคิดเห็นจากแหล่งข่าว ผู้ปฏิบัติงานในวิชาชีพสื่อล้วนแต่มีความรู้ ความสามารถ สื่อมวลชนไทยมีกระบวนการการหาข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ สื่อมวลชนไทยมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี สื่อมวลชนไทยสามารถนำเสนอข่าวสารที่ทันสมัย รวดเร็ว และเกาะติดสถานการณ์ สื่อมวลชนไทยสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม

Cronbach's Alpha	ประเด็นความคิดเห็น	ข้อคำถาม
0.8853	ความรับผิดชอบและจริยธรรมของสื่อ (Media Responsibilities and Morality)	สื่อมวลชนไทยมีความรับผิดชอบ สื่อมวลชนไทยมีมาตรฐานทางจริยธรรม
มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม (Public Interests)		
0.7687	การสนับสนุนระบบประชาธิปไตย (Adequate Support for the Democratic Political System (Public Sphere)	สื่อมวลชนไทยเป็นเวทีกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประชาชนสามารถนำเสนอความคิดเห็นและแนวคิดใหม่ๆ ของตนเองผ่านสื่อต่างๆได้ สื่อมวลชนไทยนำเสนอเนื้อหาที่สร้างพื้นฐานความรู้ที่ดีในเรื่องประชาธิปไตย สื่อมวลชนไทยสนับสนุนให้ผู้คนมีส่วนร่วมทางการเมืองและสังคม
0.8526	คุณภาพของข้อมูลที่ปรากฏในสื่อ (Quality of Information and Culture available to the Public)	สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

Cronbach's Alpha	ประเด็นความคิดเห็น	ข้อคำถาม
		สื่อมวลชนไทยนำเสนอเนื้อหาที่เป็นสาระ ความรู้ เพียงพอ สื่อมวลชนไทยนำเสนอเนื้อหาที่สามารถสร้างบุคคลต้นแบบ (Role Model) ให้กับสังคม สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารที่ส่งเสริมจริยธรรมและคุณค่าอันดีงามของสังคม สื่อมวลชนไทยนำเสนอเนื้อหาที่สร้างค่านิยมที่ถูกต้องให้กับสังคม
มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชนและสังคม (Avoiding Harm)		
0.8747	การหลีกเลี่ยงความขัดแย้งและความรุนแรงต่อสังคมและบุคคลอื่น (Avoiding Harm and Offence to Society and Individuals)	สื่อมวลชนไทยนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง สื่อมวลชนไทยไม่นำเสนอเนื้อหาที่ตอกย้ำให้ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งรู้สึกว่าตนเองเป็นผู้แพ้ โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวกับประชาธิปไตย สื่อมวลชนไทยไม่นำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม

Cronbach's Alpha	ประเด็นความคิดเห็น	ข้อคำถาม
		สื่อมวลชนไทยช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง สื่อมวลชนไทยเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารโดยคำนึงถึงสิทธิความเป็นส่วนตัวของผู้ที่ตกเป็นข่าว
0.8281	การร้องเรียนสื่อ (Reports and Compliant)	เมื่อเกิดความไม่พอใจการทำงานของสื่อมวลชนประชาชนสามารถร้องเรียนได้ มีองค์กรกำกับดูแลสื่อซึ่งสามารถตรวจสอบสื่อและรับเรื่องร้องเรียนเพื่อติดตาม ดูแลสื่อ

ตาราง 6 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของ Cronbach ในหัวข้อความคิดเห็นต่อสื่อมวลชน

เมื่อใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟ่า (Coefficient Alpha) ของ Cronbach ทำการทดสอบความคาดหวังต่อสื่อมวลชน จำนวน 33 ข้อตามกรอบแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานของสื่อมวลชนหลังการเก็บข้อมูลจริง ได้ค่าสัมประสิทธิ์ดังนี้

Cronbach's Alpha	ประเด็นความคาดหวัง	ข้อคำถาม
มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ (Structure and Operations)		
0.8064	การนำเสนอข้อมูล ความคิดเห็นและวัฒนธรรมที่มีความ	สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอข่าวสารและความคิดเห็นที่

Cronbach's Alpha	ประเด็นความคาดหวัง	ข้อคำถาม
	หลากหลาย (Diversity of Information, Opinion, and Culture) ความมีเสรีภาพของสื่อในการดำเนินงาน (Freedom of Publication) ความมีเสรีภาพของประชาชนในการรับสื่อ (Freedom of Media Consumption)	หลากหลาย สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอข่าวที่มีความคิดเห็นจากบุคคลในสังคมอย่างรอบด้าน สื่อมวลชนไทยควรมีความเป็นอิสระในการนำเสนอข่าวสาร ประชาชนควรจะสามารถเลือกเปิดรับสื่อได้อย่างอิสระ
0.8111	การนำเสนอข้อมูลที่มีความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Accuracy and Credibility of Information)	สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอข้อมูลและเนื้อหาที่ถูกต้อง สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอข่าวสารที่เที่ยงตรง ยุติธรรม และตรงไปตรงมา สื่อมวลชนไทยควรมีความน่าเชื่อถือ
0.9013	ความสามารถของสื่อ (Competence of the Media)	ควรมีการจัดประเภทรายการที่เหมาะสมในสื่อมวลชนไทย สื่อมวลชนไทยควรแยกเนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริงกับความคิดเห็นจากแหล่งข่าว

Cronbach's Alpha	ประเด็นความคาดหวัง	ข้อคำถาม
		ผู้ปฏิบัติงานในวิชาชีพสื่อควรมีความรู้ ความสามารถ สื่อมวลชนไทยควรมีกระบวนการการหาข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารที่ทันสมัย รวดเร็ว และเกาะติดสถานการณ์ สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม
0.8925	ความรับผิดชอบและจริยธรรมของสื่อ (Media Responsibilities and Morality)	สื่อมวลชนไทยควรมีความรับผิดชอบ
		สื่อมวลชนไทยควรมีมาตรฐานทางจริยธรรม
มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม (Public Interests)		
0.7990	การสนับสนุนระบบประชาธิปไตย (Adequate Support for the	สื่อมวลชนไทยควรเป็นเวทีกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

Cronbach's Alpha	ประเด็นความคาดหวัง	ข้อคำถาม
	Democratic Political System (Public Sphere)	สื่อมวลชนควรสนับสนุนให้ประชาชนสามารถนำเสนอความคิดเห็นและแนวคิดใหม่ๆ ของตนเองผ่านสื่อต่างๆได้ สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่สร้างพื้นฐานความรู้ที่ดีในเรื่องประชาธิปไตย สื่อมวลชนไทยควรสนับสนุนให้ผู้คนมีส่วนร่วมทางการเมืองและสังคม
0.8774	คุณภาพของข้อมูลที่ปรากฏในสื่อ (Quality of Information and Culture available to the Public)	สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่เป็นสาระ ความรู้เพียงพอ สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่สามารถสร้างบุคคลต้นแบบ (Role Model) ให้กับสังคม สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอข่าวสารที่ส่งเสริมจริยธรรมและ

Cronbach's Alpha	ประเด็นความคาดหวัง	ข้อคำถาม
		คุณค่าอันดีงามของสังคม สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่สร้างค่านิยมที่ถูกต้องให้กับสังคม
มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชนและสังคม (Avoiding Harm)		
0.8459	การหลีกเลี่ยงความขัดแย้งและความรุนแรงต่อสังคมและบุคคลอื่น (Avoiding Harm and Offence to Society and Individuals)	สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอเนื้อหาที่ตอกย้ำให้ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งรู้สึกว่าตนเองเป็นผู้แพ้โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวกับประชาธิปไตย สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอ

Cronbach's Alpha	ประเด็นความคาดหวัง	ข้อคำถาม
		ข่าวสารโดยคำนึงถึงสิทธิความเป็นส่วนตัวของผู้ที่ตกเป็นข่าว
0.8530	การร้องเรียนสื่อ (Reports and Compliant)	เมื่อเกิดความไม่พอใจการทำงานของสื่อมวลชน ประชาชนควรจะสามารถร้องเรียนได้
		ควรมีองค์กรกำกับดูแลสื่อซึ่งสามารถตรวจสอบสื่อและรับเรื่องร้องเรียนเพื่อติดตาม ดูแลสื่อ

ตาราง 7 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของ Cronbach ในหัวข้อความคาดหวังต่อสื่อมวลชน

<u>เกณฑ์การให้คะแนน</u>

ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การให้คะแนนในการวัดตัวแปร โดยใช้มาตรวัดระดับความถี่แบบ Likert Scales ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การเปิดรับสื่อ แบ่งคำตอบออกเป็น 6 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

เปิดรับ > 20 ชม./สัปดาห์	5	คะแนน
เปิดรับ15-19ชม./สัปดาห์	4	คะแนน
เปิดรับ10-14ชม./สัปดาห์	3	คะแนน
เปิดรับ5-9 ชม./สัปดาห์	2	คะแนน
เปิดรับ < 5 ชม./สัปดาห์	1	คะแนน
ไม่เปิดรับเลย	0	คะแนน

2. ความน่าเชื่อถือของสื่อ แบ่งคำตอบออกเป็น 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

น่าเชื่อถือเป็นอย่างยิ่ง	5	คะแนน
น่าเชื่อถือ	4	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
ไม่น่าเชื่อถือ	2	คะแนน
ไม่น่าเชื่อถือเป็นอย่างยิ่ง	1	คะแนน

3. ความคิดเห็นต่อสื่อมวลชนไทยในปัจจุบัน แบ่งคำตอบออกเป็น 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	คะแนน
เห็นด้วย	4	คะแนน
เฉย ๆ	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	คะแนน

4. ความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ปกติ แบ่งคำตอบออกเป็น 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	คะแนน
เห็นด้วย	4	คะแนน
เฉย ๆ	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	คะแนน

5. ความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง แบ่งคำตอบออกเป็น 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	คะแนน
เห็นด้วย	4	คะแนน
เฉย ๆ	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	คะแนน

<u>การเก็บรวบรวมข้อมูล</u>

การเก็บข้อมูลแบบสอบถาม (Questionnaire) กระทำโดยการแจกแบบสอบถามไปยังจังหวัดต่างๆ รวมผู้ตอบทั้งสิ้น 3,200 ชุด ในขณะที่การเก็บข้อมูลแบบสอบถามออนไลน์ (Online questionnaire) กระทำโดยการฝากลิงค์แบบสอบถามไว้ในเว็บไซต์ เว็บบล็อก เว็บบอร์ด เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์และการส่งลิงค์แบบสอบถามผ่านทางอีเมล์ รวมผู้ตอบทั้งสิ้น 210 ชุด
สรุปมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 3,410 คน

	N	%
กรุงเทพฯและปริมณฑล	800	23.5

ภาคกลาง	400	11.7
ภาคเหนือ	400	11.7
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	400	11.7
ภาคตะวันออก	400	11.7
ภาคตะวันตก	400	11.7
ภาคใต้	400	11.7
แบบสอบถามออนไลน์	210	6.2
รวม	3,410	100.0

ตาราง 8 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามในพื้นที่และแบบสอบถามออนไลน์

การรวบรวมข้อมูลในเดือนสิงหาคมถึงตุลาคม 2553 โดยส่งแบบสอบถามไปยังภูมิภาคต่างๆ พร้อมทั้งแจ้งผู้ช่วยวิจัยให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ในการวิจัย ทำความเข้าใจเกี่ยวกับแบบสอบถาม โดยใช้แบบสอบถามให้ผู้วิจัยเป็นผู้สอบถามกลุ่มตัวอย่าง

<u>การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล</u>

หลังการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดไปดำเนินการลงรหัส (Coding) แล้วนำไปประมวลผลโดยโปรแกรม SPSS for Windows เพื่อทำการวิเคราะห์ทางสถิติ ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ใช้ตารางแสดงจำนวนร้อยละในการอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร ใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่ออธิบายตัวแปรการเปิดรับสื่อ ความน่าเชื่อถือของสื่อ ความคิดเห็นต่อสื่อมวลชน ความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ปกติและความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง

2. การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อและความน่าเชื่อถือของสื่อ

3. การหาค่าความแตกต่างระหว่าง ความคิดเห็นต่อสื่อมวลชน ความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ปกติ และความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง ภายใต้กรอบแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานของสื่อมวลชน

ง. ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อสื่อมวลชนไทย เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภคสื่อจำนวน 3,410 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 9 ตอนดังนี้ ส่วนใหญ่ ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อ

ตอนที่ 3 ความน่าเชื่อถือของสื่อ

ตอนที่ 4 การเปิดรับสื่อและความน่าเชื่อถือของสื่อ

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นต่อสื่อมวลชนไทย

ตอนที่ 6 ความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติ

ตอนที่ 7 ความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง

ตอนที่ 8 เปรียบเทียบ ความคิดเห็น ความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติและภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากร (ภาพรวม)

ตารางที่ 9 ข้อมูลลักษณะทางประชากร(ภาพรวม)

เพศ	N	%
ชาย	1383	41.3
หญิง	1959	58.4
อื่น ๆ	10	.3
รวม	3352	100.0
ไม่ตอบ	58	
รวม	3410	
อายุ	N	%
20 ปีหรือต่ำกว่า	658	19.6
21-30 ปี	1118	33.4

31-40 ปี	847	25.3
41-50 ปี	488	14.6
51-60 ปี	216	6.4
60 ปี ขึ้นไป	23	.7
รวม	3350	100.0
ไม่ตอบ	60	
รวม	3410	
สถานภาพสมรส	**N**	**%**
โสด	1939	57.8
สมรส	1289	38.4
หม้าย / หย่า / แยกกันอยู่	125	3.7
รวม	3353	100.0
ไม่ตอบ	57	
รวมทั้งสิ้น	3410	
ระดับการศึกษาสูงสุด	**N**	**%**
ประถมศึกษา	110	3.3
มัธยมศึกษาตอนต้น	255	7.6
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	591	17.6
อนุปริญญา/ปวส.	489	14.6
ปริญญาตรี	1635	48.8
ปริญญาโท	265	7.9
ปริญญาเอก	8	.2
รวม	3353	100.0
ไม่ตอบ	57	
รวมทั้งสิ้น	3410	
รายได้	**N**	**%**
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	1323	47.3
10,001 บาท - 20,000 บาท	827	29.6
20,001 - 30,000 บาท	330	11.8

30,001 - 40,000 บาท	173	6.2
40,001 - 50,000 บาท	71	2.5
50,001 - 60,000 บาท	16	.6
60,001 บาทขึ้นไป	55	2.0
รวม	2795	100.0
ไม่ตอบ	615	
รวมทั้งสิ้น	3410	
อาชีพ	**N**	**%**
อาจารย์นิเทศศาสตร์	14	.4
อาจารย์	236	7.0
นักเรียน/นักศึกษา	841	25.1
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ	498	14.9
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	352	10.5
ทำงานบริษัทเอกชน	865	25.8
รับงานอิสระ	273	8.2
เกษตรกรรม	135	4.0
เกษียณอายุราชการ	18	.5
ว่างงาน	6	.2
รับจ้าง/ลูกจ้าง	56	1.7
แม่บ้าน	15	.4
ค้าขาย	22	.7
พนักงานโรงงาน	9	.3
เกี่ยวข้องกับสื่อ	3	.1
หมอ/พยาบาล	4	.1
นักการเมือง/ อบต/ อบจ	2	.1
รวม	3349	100.0
ไม่ตอบ	61	
รวม	3410	

จากกลุ่มตารางที่ 9 ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม จะเห็นได้ว่า

- แบบสอบถามทั้งหมดมี 3,410 ชุด ประกอบด้วยแบบสอบถามจากกรุงเทพฯและปริมณฑล 800 ชุด และภาคอื่น ๆ อย่างละ 400 ชุด ตามโควต้าการจัดสรรแบบสอบถาม นอกจากนั้นยังมีแบบสอบถามจากสื่อออนไลน์อีก 210 ชุด
- เมื่อรวมแบบสอบถามออนไลน์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพ ฯ และปริมณฑล
- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง จำนวน 1,959 คน คิดเป็นร้อยละ 58.4 และเป็นชาย จำนวน 1,383 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3
- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 1,118 คน คิดเป็นร้อยละ 33.4 รองลงมาอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 847 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 อายุ 20 ปีหรือต่ำกว่า จำนวน 658 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6 อายุ 41-50 ปี จำนวน 488 คน คิดเป็นร้อยละ 14.6 อายุ 51-60 ปี จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 6.4 และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7
- สถานภาพโสด จำนวน 1,939 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 สมรส จำนวน 1,289 คน คิดเป็นร้อยละ 38.4 และหม้าย หย่า หรือแยกกันอยู่ จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7
- ระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี จำนวน 1,635 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมาคือ มัธยมปลาย หรือ ปชว. จำนวน 591 คน คิดเป็นร้อยละ 17.6 ระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. จำนวน 489 คน คิดเป็นร้อยละ 14.6 ระดับปริญญาโท จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 ระดับประถมศึกษา จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 และระดับปริญญาเอก จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2
- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ส่วนบุคคลอยู่ที่ประมาณ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 1,323 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมาคือรายได้ประมาณ 10,001-20,000 บาท จำนวน 827 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 รายได้ประมาณ 20,001-30,000 บาท จำนวน 330 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 รายได้ประมาณ 30,001-40,000 บาท จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 รายได้ประมาณ 40,001-50,000 บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 รายได้ประมาณ 50,001-60,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6 และรายได้ 60,001 บาทขึ้นไป จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0

- อาชีพส่วนใหญ่ทำงานบริษัทเอกชน จำนวน 865 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 รองลงมาคือ นักเรียน/ นักศึกษา จำนวน 841 คน คิดเป็นร้อยละ 25.1 ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานของรัฐ จำนวน 498 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 352 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5

1.2 ข้อมูลลักษณะทางประชากรจำแนกตามภาค/พื้นที่

ตารางที่ 10 ข้อมูลด้านเพศจำแนกตามภาค/พื้นที่

เพศ	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันตก	ภาคใต้	จากสื่อออนไลน์
ชาย (จำนวน)	288	191	157	187	151	201	151	57
(ร้อยละ)	36.0	47.8	39.3	46.8	37.8	50.3	37.8	37.3
หญิง (จำนวน)	508	205	241	213	249	199	248	96
(ร้อยละ)	63.5	51.3	60.3	53.3	62.3	49.8	62.2	62.7
อื่น ๆ (จำนวน)	4	4	2	0	0	0	0	0
(ร้อยละ)	.5	1.0	.5	0	0	0	0	0
รวม (จำนวน)	800	400	400	400	400	400	399	153
(ร้อยละ)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละพื้นที่เป็นหญิงมากกว่าชาย ยกเว้นภาคตะวันตก โดยมีรายละเอียดดังนี้

- **กรุงเทพฯ และปริมณฑล** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 800 คน ทั้งนี้เป็นหญิง 508 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 เป็นชาย 288 คน คิดเป็นร้อยละ 36 และระบุเพศอื่น ๆ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5
- **ภาคกลาง** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 400 คน ทั้งนี้เป็นหญิง 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 เป็นชาย 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 และระบุเพศอื่น ๆ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0
- **ภาคเหนือ** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 400 คน ทั้งนี้เป็นหญิง 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 เป็นชาย 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 และระบุเพศอื่น ๆ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5
- **ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 400 คน ทั้งนี้เป็นหญิง 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 cและเป็นชาย 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8

- **ภาคตะวันออก** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 400 คน ทั้งนี้เป็นหญิง 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 และเป็นชาย 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8
- **ภาคตะวันตก** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 400 คน ทั้งนี้เป็นหญิงและชายใกล้เคียงกัน คือเป็นหญิง 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 และเป็นชาย 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.8
- **ภาคใต้** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 400 คน ทั้งนี้เป็นหญิง 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.2 และเป็นชาย 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8
- **จากสื่อออนไลน์** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 153 คน ทั้งนี้เป็นหญิง 96 คน คิดเป็นร้อยละ 62.7 และเป็นชาย 57 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3

ตารางที่ 11 ข้อมูลด้านอายุจำแนกตามภาค/พื้นที่

อายุ/ ร้อยละ	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	ภาค กลาง	ภาคเหนือ	ภาค ตะวันออก เฉียงเหนือ	ภาค ตะวัน ออก	ภาค ตะวันตก	ภาคใต้	จากสื่อ ออนไลน์
20 ปีหรือต่ำกว่า (จำนวน)	123	137	48	69	102	136	34	9
(ร้อยละ)	15.4	**34.3**	12.0	17.3	**25.5**	**34.0**	8.5	5.9
21-30 ปี (จำนวน)	319	133	174	85	112	94	131	70
(ร้อยละ)	**39.9**	**33.3**	**43.5**	**21.3**	**28.0**	**23.5**	**32.9**	**46.1**
31-40 ปี (จำนวน)	178	84	89	143	112	80	122	39
(ร้อยละ)	**22.3**	21.0	**22.3**	**35.8**	**28.0**	20.0	**30.7**	**25.7**
41-50 ปี (จำนวน)	123	32	60	67	51	54	77	24
(ร้อยละ)	15.4	8.0	15.0	16.8	12.8	13.5	19.3	15.8
51-60 ปี (จำนวน)	49	13	24	35	22	34	31	8
(ร้อยละ)	6.1	3.3	6.0	8.8	5.5	8.5	7.8	5.3
60 ปี ขึ้นไป (จำนวน)	8	1	5	1	1	2	3	2
(ร้อยละ)	1.0	.3	1.3	.3	.3	.5	.8	1.3
รวม (จำนวน)	800	400	400	400	400	400	398	152
(ร้อยละ)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

จากตารางที่ 11 จะเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่าครึ่งอยู่ในช่วงอายุ 21-40 ปี โดยมีรายละเอียดดังนี้

- **กรุงเทพฯ และปริมณฑล** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 800 คน ทั้งนี้อายุ 20 ปีหรือต่ำกว่าจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4 อายุ 21-30 ปี จำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 39.9 อายุ 31-40 ปี จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 อายุ 41-50 ปี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4 อายุ 51-60 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1 และอายุ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0
- **ภาคกลาง** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 400 คน ทั้งนี้อายุ 20 ปีหรือต่ำกว่าจำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 อายุ 21-30 ปี จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 อายุ 31-40 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 อายุ 41-50 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 อายุ 51-60 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 และอายุ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3
- **ภาคเหนือ** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 400 คน ทั้งนี้อายุ 20 ปีหรือต่ำกว่าจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 อายุ 21-30 ปี จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 อายุ 31-40 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 อายุ 41-50 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 อายุ 51-60 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และอายุ60 ปี ขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3
- **ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 400 คน ทั้งนี้อายุ 20 ปีหรือต่ำกว่าจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 อายุ 21-30 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 อายุ 31-40 ปี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 อายุ 41-50 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 อายุ 51-60 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และอายุ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3
- **ภาคตะวันออก** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 400 คน ทั้งนี้อายุ 20 ปีหรือต่ำกว่าจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 อายุ 21-30 ปี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 อายุ 31-40 ปี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 อายุ 41-50 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 อายุ 51-60 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และอายุ60 ปี ขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

- **ภาคตะวันตก** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 400 คน ทั้งนี้อายุ 20 ปีหรือต่ำกว่าจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 อายุ 21-30 ปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 อายุ 31-40 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 อายุ 41-50 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 อายุ 51-60 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และอายุ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5
- **ภาคใต้** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 398 คน ทั้งนี้อายุ 20 ปีหรือต่ำกว่าจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 อายุ 21-30 ปี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.9 อายุ 31-40 ปี จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7 อายุ 41-50 ปี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 อายุ 51-60 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 และอายุ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8
- **จากสื่อออนไลน์** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 152 คน ทั้งนี้อายุ 20 ปีหรือต่ำกว่าจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 อายุ 21-30 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 46.1 อายุ 31-40 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 อายุ 41-50 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 อายุ 51-60 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 และอายุ60 ปี ขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 12 ข้อมูลด้านสถานภาพการสมรสจำแนกตามภาค/พื้นที่

สถานภาพสมรส/ร้อยละ	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันตก	ภาคใต้	จากสื่อออนไลน์
โสด (จำนวน)	481	264	221	179	227	262	194	111
(ร้อยละ)	**60.1**	**66.0**	**55.3**	44.8	**56.8**	**65.5**	**48.5**	**72.5**
สมรส (จำนวน)	273	124	165	205	163	124	195	40
(ร้อยละ)	34.1	31.0	41.3	**51.3**	40.8	31.0	**48.8**	26.1
หม้าย / หย่า / แยกกันอยู่ (จำนวน)	46	12	14	16	10	14	11	2
(ร้อยละ)	5.8	3.0	3.5	4.0	2.5	3.5	2.8	1.3
รวม (จำนวน)	800	400	400	400	400	400	400	153

สถานภาพ สมรส/ ร้อยละ	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	ภาค กลาง	ภาคเหนือ	ภาค ตะวันออก เฉียงเหนือ	ภาค ตะวัน ออก	ภาค ตะวันตก	ภาคใต้	จากสื่อ ออนไลน์
(ร้อยละ)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

จากตารางข้างต้น พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในทุกภาคมีสถานภาพโสดมากกว่าสมรส ยกเว้นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่สมรสมากกว่า และในภาคใต้ที่สถานภาพโสดและสมรสใกล้เคียงกัน โดยมีสถานภาพหม้าย / หย่า / แยกกันอยู่ ไม่เกินร้อยละ 5 ในทุกภาค มีรายละเอียดดังนี้

- **กรุงเทพฯ และปริมณฑล** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 800 คน สถานภาพโสด 481 คน คิดเป็นร้อยละ 60.1 สถานภาพสมรส 273 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1 และสถานภาพหม้าย / หย่า / แยกกันอยู่ 46 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8
- **ภาคกลาง** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 400 คน สถานภาพโสด 264 คน คิดเป็นร้อยละ 66.0สถานภาพสมรส 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 และสถานภาพหม้าย / หย่า / แยกกันอยู่ 12 คน คิด เป็นร้อยละ 3.0
- **ภาคเหนือ** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 400 คน สถานภาพโสด 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3สถานภาพสมรส 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 และสถานภาพหม้าย / หย่า / แยกกันอยู่ 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5
- **ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 400 คน สถานภาพโสด 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 สถานภาพสมรส 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 และสถานภาพหม้าย / หย่า / แยกกันอยู่ 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0
- **ภาคตะวันออก** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 400 คน สถานภาพโสด 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 สถานภาพสมรส 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 และสถานภาพหม้าย / หย่า / แยกกันอยู่ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5
- **ภาคตะวันตก** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 400 คน สถานภาพโสด 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.5 สถานภาพสมรส 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 และสถานภาพหม้าย / หย่า / แยกกันอยู่ 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5

- **ภาคใต้** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 400 คน สถานภาพโสด 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5สถานภาพสมรส 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 และสถานภาพหม้าย / หย่า / แยกกันอยู่ 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8
- **จากสื่อออนไลน์** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 153 คน สถานภาพโสด 111 คน คิดเป็นร้อยละ 72.5 สถานภาพสมรส 40 คน คิดเป็นร้อยละ 26.1 และสถานภาพหม้าย / หย่า / แยกกันอยู่ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 13 ข้อมูลด้านระดับการศึกษาจำแนกตามภาค/พื้นที่

ระดับการศึกษาสูงสุด/ร้อยละ	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันตก	ภาคใต้	จากสื่อออนไลน์
ประถมศึกษา (จำนวน)	34	8	23	10	10	14	11	0
(ร้อยละ)	4.3	2.0	5.8	2.5	2.5	3.5	2.8	0
มัธยมศึกษาตอนต้น (จำนวน)	53	41	10	29	78	23	21	0
(ร้อยละ)	6.6	10.3	2.5	7.3	19.5	5.8	5.3	0
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. (จำนวน)	130	**133**	59	83	58	64	58	6
(ร้อยละ)	16.3	**33.3**	14.8	20.8	14.5	16.0	14.5	3.9
อนุปริญญา/ปวส. (จำนวน)	83	75	31	64	80	113	42	1
(ร้อยละ)	10.4	18.8	7.8	16.0	20.0	28.3	10.5	.7

ระดับการศึกษาสูงสุด/ร้อยละ	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันตก	ภาคใต้	จากสื่อออนไลน์
ปริญญาตรี (จำนวน)	417	137	246	187	164	160	239	85
(ร้อยละ)	**52.1**	**34.3**	**61.5**	**46.8**	**41.0**	**40.0**	**59.8**	**55.6**
ปริญญาโท (จำนวน)	81	6	30	26	10	26	29	57
(ร้อยละ)	10.1	1.5	7.5	6.5	2.5	6.5	7.3	**37.3**
ปริญญาเอก (จำนวน)	2	0	1	1	0	0	0	4
(ร้อยละ)	.3	0	.3	.3	0	0	0	2.6
รวม (จำนวน)	800	400	400	400	400	400	400	153
(ร้อยละ)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรีมากกว่าระดับอื่น โดยในกลุ่มออนไลน์ กว่าครึ่งจบการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีรายละเอียดดังนี้

- **กรุงเทพฯ และปริมณฑล** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 800 คน มีการศึกษาสูงสุดระดับประถมศึกษา 34 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 มีการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษาตอนต้น 53 คน คิดเป็นร้อยละ 6.6 มีการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. 130 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 มีการศึกษาสูงสุดระดับอนุปริญญา/ปวส. 83 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี 417 คน คิดเป็นร้อยละ 52.1 มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาโท 81 คน คิดเป็นร้อยละ 10.1 และมีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาเอก 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3
- **ภาคกลาง** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 400 คน มีการศึกษาสูงสุดระดับประถมศึกษา 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 มีการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษาตอนต้น 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 มีการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 มีการศึกษาสูงสุดระดับอนุปริญญา/ปวส. 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 มี

การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 และ มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาโท 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

- **ภาคเหนือ** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 400 คน มีการศึกษาสูงสุดระดับประถมศึกษา 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 มีการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษาตอนต้น 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 มีการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 มีการศึกษาสูงสุดระดับอนุปริญญา/ปวส. 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาโท 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และมีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาเอก 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3
- **ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 400 คน มีการศึกษาสูงสุดระดับประถมศึกษา 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 มีการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษาตอนต้น 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 มีการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 มีการศึกษาสูงสุดระดับอนุปริญญา/ปวส. 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาโท 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และมีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาเอก 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3
- **ภาคตะวันออก** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 400 คน มีการศึกษาสูงสุดระดับประถมศึกษา 10คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 มีการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษาตอนต้น 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 มีการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 มีการศึกษาสูงสุดระดับอนุปริญญา/ปวส. 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 และมีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาโท 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5
- **ภาคตะวันตก** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 400 คน มีการศึกษาสูงสุดระดับประถมศึกษา 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 มีการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษาตอนต้น 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 มีการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 มีการศึกษาสูงสุดระดับอนุปริญญา/ปวส. 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 มี

การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 และมีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาโท 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5

- **ภาคใต้** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 400 คน มีการศึกษาสูงสุดระดับประถมศึกษา 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 มีการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษาตอนต้น 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 มีการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 มีการศึกษาสูงสุดระดับอนุปริญญา/ปวส. 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.8 และมีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาโท 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3
- **จากสื่อออนไลน์** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 153 คน มีการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 มีการศึกษาสูงสุดระดับอนุปริญญา/ปวส. 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี 85 คน คิดเป็นร้อยละ 55.6 มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาโท 57 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 และมีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาเอก 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6

ตารางที่ 14 ข้อมูลด้านรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนจำแนกตามภาค/พื้นที่

รายได้ส่วนบุคคล/ร้อยละ	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออก เฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันตก	ภาคใต้	จากสื่อออนไลน์
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท (จำนวน)	293	131	218	203	135	177	220	31
(ร้อยละ)	**40.8**	**45.6**	**59.7**	**57.3**	**44.4**	**58.0**	**55.0**	**21.2**
10,001 บาท - 20,000 บาท (จำนวน)	240	96	104	92	101	62	99	33
(ร้อยละ)	33.4	33.4	28.5	26.0	33.2	20.3	31.4	**22.6**
20,001 - 30,000 บาท (จำนวน)	90	39	30	38	37	35	40	21
(ร้อยละ)	12.5	13.6	8.2	10.7	12.2	11.5	12.7	14.4

รายได้ส่วนบุคคล/ร้อยละ	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออก เฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันตก	ภาคใต้	จากสื่อออนไลน์
30,001 - 40,000 บาท (จำนวน)	52	16	7	15	15	22	23	23
(ร้อยละ)	7.2	5.6	1.9	4.2	4.9	7.2	7.3	15.8
40,001 - 50,000 บาท (จำนวน)	22	5	4	5	8	5	10	12
(ร้อยละ)	3.1	1.7	1.1	1.4	2.6	1.6	3.2	8.2
50,001 - 60,000 บาท (จำนวน)	4	0	1	0	4	1	3	3
(ร้อยละ)	.6	0	.3	0	1.3	.3	1.0	2.1
60,001 บาทขึ้นไป (จำนวน)	18	0	1	1	4	3	5	23
(ร้อยละ)	2.5	0	.3	.3	1.3	1.0	1.6	15.8
รวม (จำนวน)	719	287	365	354	304	305	315	146
(ร้อยละ)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วงต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ไปจนถึงช่วงรายได้ 10,001- 20,000 บาท โดยมีรายละเอียดดังนี้

- **กรุงเทพฯ และปริมณฑล** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 719 คน มีรายได้ส่วนบุคคลต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 293 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 มีรายได้ส่วนบุคคล 10,001 บาท - 20,000 บาท 240 คน คิดเป็นร้อยละ 33.4 มีรายได้ส่วนบุคคล 20,001 - 30,000 บาท 90 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 มีรายได้ส่วนบุคคล 30,001 - 40,000 บาท 52 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 มีรายได้ส่วนบุคคล 40,001 - 50,000 บาท 22 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 มีรายได้ส่วนบุคคล 50,001 - 60,000 บาท 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6 มีรายได้ส่วนบุคคล 60,001 บาทขึ้นไป 18 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5
- **ภาคกลาง** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 287 คน มีรายได้ส่วนบุคคลต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 131 คน คิดเป็นร้อยละ 45.6 มีรายได้ส่วนบุคคล 10,001 บาท -

20,000 บาท 96 คน คิดเป็นร้อยละ 33.4 มีรายได้ส่วนบุคคล 20,001 - 30,000 บาท 39 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 มีรายได้ส่วนบุคคล 30,001 - 40,000 บาท 16 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 และ มีรายได้ส่วนบุคคล 40,001 - 50,000 บาท 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7

- **ภาคเหนือ** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 365 คน มีรายได้ส่วนบุคคลต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 218 คน คิดเป็นร้อยละ 59.7 มีรายได้ส่วนบุคคล 10,001 บาท - 20,000 บาท 104 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 มีรายได้ส่วนบุคคล 20,001 - 30,000 บาท 30 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2 มีรายได้ส่วนบุคคล 30,001 - 40,000 บาท 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 มีรายได้ส่วนบุคคล 40,001 - 50,000 บาท 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 มีรายได้ส่วนบุคคล 50,001 - 60,000 บาท 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 มีรายได้ส่วนบุคคล 60,001 บาทขึ้นไป 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3
- **ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 354 คน มีรายได้ส่วนบุคคลต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 203 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 มีรายได้ส่วนบุคคล 10,001 บาท - 20,000 บาท 92 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 มีรายได้ส่วนบุคคล 20,001 - 30,000 บาท 38 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 มีรายได้ส่วนบุคคล 30,001 - 40,000 บาท 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 มีรายได้ส่วนบุคคล 40,001 - 50,000 บาท 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 มีรายได้ส่วนบุคคล 60,001 บาทขึ้นไป 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3
- **ภาคตะวันออก** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 304 คน มีรายได้ส่วนบุคคลต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 135 คน คิดเป็นร้อยละ 44.4 มีรายได้ส่วนบุคคล 10,001 บาท - 20,000 บาท 101 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 มีรายได้ส่วนบุคคล 20,001 - 30,000 บาท 37 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 มีรายได้ส่วนบุคคล 30,001 - 40,000 บาท 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9 มีรายได้ส่วนบุคคล 40,001 - 50,000 บาท 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 มีรายได้ส่วนบุคคล 50,001 - 60,000 บาท 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 มีรายได้ส่วนบุคคล 60,001 บาทขึ้นไป 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3
- **ภาคตะวันตก** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 305 คน มีรายได้ส่วนบุคคลต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 177 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 มีรายได้ส่วนบุคคล 10,001 บาท - 20,000 บาท 62 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 มีรายได้ส่วนบุคคล 20,001 - 30,000 บาท 35 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 มีรายได้ส่วนบุคคล 30,001 - 40,000 บาท 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2

มีรายได้ส่วนบุคคล 40,001 - 50,000 บาท 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 มีรายได้ส่วนบุคคล 50,001 - 60,000 บาท 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 มีรายได้ส่วนบุคคล 60,001 บาทขึ้นไป 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

- **ภาคใต้** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 315 คน มีรายได้ส่วนบุคคลต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 มีรายได้ส่วนบุคคล 10,001 บาท - 20,000 บาท 99 คน คิดเป็นร้อยละ 31.4 มีรายได้ส่วนบุคคล 20,001 - 30,000 บาท 40 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 มีรายได้ส่วนบุคคล 30,001 - 40,000 บาท 23 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 มีรายได้ส่วนบุคคล 40,001 - 50,000 บาท 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 มีรายได้ส่วนบุคคล 50,001 - 60,000 บาท 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 มีรายได้ส่วนบุคคล 60,001 บาทขึ้นไป 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6
- **จากสื่อออนไลน์** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 146 คน มีรายได้ส่วนบุคคลต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 31 คน คิดเป็นร้อยละ 21.2 มีรายได้ส่วนบุคคล 10,001 บาท - 20,000 บาท 33 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 มีรายได้ส่วนบุคคล 20,001 - 30,000 บาท 21 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 มีรายได้ส่วนบุคคล 30,001 - 40,000 บาท 23 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 มีรายได้ส่วนบุคคล 40,001 - 50,000 บาท 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2 มีรายได้ส่วนบุคคล 50,001 - 60,000 บาท 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 มีรายได้ส่วนบุคคล 60,001 บาทขึ้นไป 23 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8

ตารางที่ 15 ข้อมูลด้านอาชีพจำแนกตามภาค/พื้นที่

อาชีพ/ ร้อยละ	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	ภาค กลาง	ภาคเหนือ	ภาค ตะวันออก เฉียงเหนือ	ภาค ตะวัน ออก	ภาค ตะวันตก	ภาคใต้	จากสื่อ ออนไลน์
อาจารย์นิเทศศาสตร์ (จำนวน)	1	1	4	0	0	2	0	6
(ร้อยละ)	.1	.3	1.0	0	0	.5	0	3.9
อาจารย์ (จำนวน)	37	19	17	57	31	49	19	7
(ร้อยละ)	4.6	4.8	4.3	14.3	7.8	12.3	4.8	4.6

นักเรียน/นักศึกษา (จำนวน)	161	143	113	85	100	155	49	35
(ร้อยละ)	20.1	35.8	**28.3**	21.3	25.0	**38.8**	12.3	22.9
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ (จำนวน)	99	17	32	108	38	60	134	10
(ร้อยละ)	12.4	4.3	8.0	**27.1**	9.5	15.0	**33.8**	6.5
ประกอบธุรกิจส่วนตัว (จำนวน)	88	25	64	34	34	21	70	16
(ร้อยละ)	11.0	6.3	16.0	8.5	8.5	5.3	17.6	10.5
ทำงานบริษัทเอกชน (จำนวน)	310	149	87	30	127	57	48	57
(ร้อยละ)	**38.8**	**37.3**	21.8	7.5	**31.8**	14.3	12.1	**37.3**
รับงานอิสระ (จำนวน)	86	39	33	27	26	27	18	17
(ร้อยละ)	10.8	9.8	8.3	6.8	6.5	6.8	4.5	11.1
เกษตรกรรม (จำนวน)	4	7	27	46	21	11	18	1
(ร้อยละ)	.5	1.8	6.8	11.5	5.3	2.8	4.5	.7
เกษียณอายุราชการ (จำนวน)	2	0	5	5	0	5	0	1
(ร้อยละ)	.3	0	1.3	1.3	0	1.3	0	.7
ว่างงาน (จำนวน)	1	0	2	0	0	0	2	1
(ร้อยละ)	.1	0	.5	0	0	0	.5	.7

รับจ้าง/ ลูกจ้าง (จำนวน)	7	0	4	3	1	13	26	2
(ร้อยละ)	.9	0	1.0	.8	.3	3.3	6.5	1.3
แม่บ้าน (จำนวน)	2	0	4	0	6	0	3	0
(ร้อยละ)	.3	0	1.0	0	1.5	0	.8	0
ค้าขาย (จำนวน)	2	0	6	3	8	0	3	0
(ร้อยละ)	.3	0	1.5	.8	2.0	0	.8	0
พนักงาน โรงงาน (จำนวน)	0	0	0	1	8	0	0	0
(ร้อยละ)	0	0	0	.3	2.0	0	0	0
เกี่ยวข้องกับสื่อ (จำนวน)	0	0	2	0	0	0	1	0
(ร้อยละ)	0	0	.5	0	0	0	.3	0
หมอ/ พยาบาล (จำนวน)	0	0	0	0	0	0	4	0
(ร้อยละ)	0	0	0	0	0	0	1.0	0
นักการเมือง/ อบต/ อบจ (จำนวน)	0	0	0	0	0	0	2	0
(ร้อยละ)	0	0	0	0	0	0	.5	0
รวม (จำนวน)	800	400	400	399	400	400	397	153
(ร้อยละ)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำงานบริษัทเอกชน เป็นนักเรียน/นักศึกษา และเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- **กรุงเทพฯ และปริมณฑล** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 800 คน มีอาชีพอาจารย์นิเทศศาสตร์ 1คน คิดเป็นร้อยละ 0.1 มีอาชีพอาจารย์ 37 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 เป็นนักเรียน/นักศึกษา 161 คน คิดเป็นร้อยละ 20.1 มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ 99 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4 มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว 88 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 มีอาชีพทำงานบริษัทเอกชน 310 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 มีอาชีพรับงานอิสระ 86 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 มีอาชีพเกษตรกรรม 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5เกษียณอายุราชการ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ว่างงาน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.1 มีอาชีพรับจ้าง/ลูกจ้าง 7คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 เป็นแม่บ้าน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 และมีอาชีพค้าขาย 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3
- **ภาคกลาง** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 400 คน มีอาชีพอาจารย์นิเทศศาสตร์ 1คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 มีอาชีพอาจารย์ 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 เป็นนักเรียน/นักศึกษา 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 มีอาชีพทำงานบริษัทเอกชน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 มีอาชีพรับงานอิสระ 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 และมีอาชีพเกษตรกรรม 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8
- **ภาคเหนือ** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 400 คน มีอาชีพอาจารย์นิเทศศาสตร์ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 มีอาชีพอาจารย์ 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 เป็นนักเรียน/นักศึกษา 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 มีอาชีพทำงานบริษัทเอกชน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 มีอาชีพรับงานอิสระ 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 มีอาชีพเกษตรกรรม 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 เกษียณอายุราชการ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ว่างงาน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 มีอาชีพรับจ้าง/ลูกจ้าง 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 เป็นแม่บ้าน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 มีอาชีพค้าขาย 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 และมีอาชีพเกี่ยวข้องกับสื่อ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

- **ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 399 คน มีอาชีพอาจารย์ 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 เป็นนักเรียน/นักศึกษา 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.1 มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 มีอาชีพทำงานบริษัทเอกชน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 มีอาชีพรับงานอิสระ 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 มีอาชีพเกษตรกรรม 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 เกษียณอายุราชการ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 มีอาชีพรับจ้าง/ลูกจ้าง 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 มีอาชีพค้าขาย 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 และมีอาชีพพนักงานโรงงาน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3
- **ภาคตะวันออก** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 400 คน มีอาชีพอาจารย์ 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 เป็นนักเรียน/นักศึกษา 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 มีอาชีพทำงานบริษัทเอกชน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 มีอาชีพรับงานอิสระ 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 มีอาชีพเกษตรกรรม 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 มีอาชีพรับจ้าง/ลูกจ้าง 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 เป็นแม่บ้าน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 มีอาชีพค้าขาย 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 และมีอาชีพพนักงานโรงงาน 8 คน คิดเป็น ร้อยละ 2.0
- **ภาคตะวันตก** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 400 คน มีอาชีพอาจารย์นิเทศศาสตร์ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 มีอาชีพอาจารย์ 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 เป็นนักเรียน/นักศึกษา 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 มีอาชีพทำงานบริษัทเอกชน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 มีอาชีพรับงานอิสระ 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 มีอาชีพเกษตรกรรม 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 เกษียณอายุราชการ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 และมีอาชีพรับจ้าง/ลูกจ้าง 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3
- **ภาคใต้** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 397 คน มีอาชีพอาจารย์ 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 เป็นนักเรียน/นักศึกษา 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.6 มีอาชีพทำงานบริษัทเอกชน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 มีอาชีพรับงานอิสระ 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 มีอาชีพเกษตรกรรม 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ว่างงาน 2 คน คิด

เป็นร้อยละ 0.5 มีอาชีพรับจ้าง/ลูกจ้าง 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 มีอาชีพแม่บ้าน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 มีอาชีพค้าขาย 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 มีอาชีพเกี่ยวข้องกับสื่อ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 มีอาชีพ คนหมอ/ พยาบาล 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 และมีอาชีพนักการเมือง/ อบต/ อบจ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

- **จากสื่อออนไลน์** มีผู้ตอบแบบสอบถามข้อนี้จำนวน 153 คน มีอาชีพอาจารย์นิเทศศาสตร์ 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 มีอาชีพอาจารย์ 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 เป็นนักเรียน/นักศึกษา 35 คน คิดเป็นร้อยละ 22.9 มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 มีอาชีพทำงานบริษัทเอกชน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 มีอาชีพรับงานอิสระ 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1 มีอาชีพเกษตรกรรม 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 เกษียณอายุราชการ1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ว่างงาน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 และมีอาชีพรับจ้าง/ลูกจ้าง 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อ

2.1 การเปิดรับสื่อของผู้บริโภคสื่อ (ภาพรวม)

สำหรับสื่อที่เปิดรับ 3 อันดับแรก พบว่า สื่อโทรทัศน์ (ช่อง 3 และ ช่อง 7) และสื่อบุคคล (บุคคลในครอบครัว) เว็บไซต์สืบค้นข้อมูล เป็นสื่อหลักที่ผู้บริโภคใช้ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร นอกจากนี้ สำหรับสื่อที่เปิดรับน้อยที่สุด พบว่า สื่อท้องถิ่น ได้แก่ วิทยุชุมชน และ เคเบิลทีวีท้องถิ่น เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมน้อยในการใช้เพื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสาร กระดานสนทนา (Webboard) ก็ได้รับความนิยมน้อยเช่นกัน

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อแต่ละประเภท

ประเภทสื่อ	N	Mean	Std. Deviation
1. โทรทัศน์	3410	3.8830	1.24267
2. บุคคลในครอบครัว	3410	3.5240	1.41779
3. เว็บไซต์สืบค้นข้อมูล (เช่น Google, Yahoo)	3410	2.7088	1.89004
4. เพื่อนบ้าน	3410	2.4273	1.47039
5. โทรศัพท์มือถือ (เช่น ข่าวสารทาง SMS)	3410	2.3757	1.84066
6. หนังสือพิมพ์	3410	2.3545	1.48013
7. อีเมล	3410	2.3106	1.87464
8. วิทยุ	3410	2.2326	1.51579
9. เครือข่ายสังคมออนไลน์ (เช่น Facebook, Twitter, Hi5)	3410	2.1217	1.98029
10. เว็บไซต์ (เช่น Nation, CNN, Kapook, Sanook)	3410	2.1120	1.83615
11. อบต ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน พระ และครู	3410	2.0188	1.60089
12. โปรแกรมสนทนา (เช่น MSN, Yahoo Messenger, Skype)	3410	1.9493	1.91076
13. นิตยสาร	3410	1.9267	1.39728
14. True Vision (เคเบิ้ลและดาวเทียม)	3410	1.7548	1.87565
15. ทีวีดาวเทียม (จานดาวเทียม)	3410	1.7381	1.83550

16. วิทยุชุมชน	3410	1.5299	1.56012
17. เคเบิลทีวีท้องถิ่น	3410	1.3372	1.67848
18. กระดานสนทนา (Webboard)	3410	1.1771	1.64893

ตารางที่ 17 การเปิดรับชมช่องโทรทัศน์แบบฟรีทีวี

ช่องโทรทัศน์	ดู (ร้อยละ)	ไม่ดู (ร้อยละ)	รวม
ช่อง 3	**87.6**	**12.4**	**100**
ช่อง 7	83.7	16.3	100
ช่อง 9	71.7	28.3	100
ช่อง 5	63.9	36.1	100
ช่อง 11	37.4	62.6	100
TPBS	31.1	68.9	100

- **จากลำดับการเปิดรับสื่อ พบว่าสื่อ 3 อันดับแรก ได้แก่**
  - ลำดับที่ 1 ได้แก่ โทรทัศน์ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.8830
  - อันดับที่ 2 ได้แก่ บุคคลในครอบครัว ด้วยค่าเฉลี่ย 3.5240
  - อันดับที่ 3 ได้แก่ เว็บไซต์สืบค้นข้อมูล ด้วยค่าเฉลี่ย 2.7088
- **จากลำดับการเปิดรับสื่อ พบว่าสื่อ 3 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
  - อันดับที่ 16 ได้แก่ วิทยุชุมชน ด้วยค่าเฉลี่ย 1.5299
  - อันดับที่ 17 ได้แก่ เคเบิ้ลทีวีท้องถิ่น ด้วยค่าเฉลี่ย 1.6748
  - อันดับที่ 18 ได้แก่ กระดานสนทนา (Webboard) ด้วยค่าเฉลี่ย 1.64893
- **สถานีโทรทัศน์ช่องที่ผู้บริโภคเปิดรับข่าวสารมากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่**
  - สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 มีผู้เปิดรับ ร้อยละ 87.6
  - สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 มีผู้เปิดรับ ร้อยละ 83.7
  - สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 มีผู้เปิดรับ ร้อยละ 71.7

2.2 การเปิดรับสื่อของกลุ่มผู้บริโภคจำแนกตามภาค/พื้นที่

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อแต่ละประเภทจำแนกตามภาค/พื้นที่

สื่อ	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันตก	ภาคใต้	จากสื่อออนไลน์
หนังสือพิมพ์	2.3500	2.8000	2.5000	2.0075	2.8500	2.3325	2.0025	1.6762
นิตยสาร	2.1038	2.1475	2.2400	1.5100	1.8300	1.8475	1.7675	1.6667
วิทยุ	2.5175	2.3175	2.4475	1.6975	2.1250	2.1200	2.1375	2.1952
วิทยุชุมชน	1.5800	1.8350	1.6975	1.6500	1.2375	1.6725	1.6000	.3619
โทรทัศน์	3.7650	4.0525	3.8800	3.8150	4.1625	4.0900	3.7525	3.4667
เคเบิลทีวีท้องถิ่น	1.6075	1.6950	1.0275	1.2100	1.3400	1.5350	1.0950	.5381
ทีวีดาวเทียม (จานดาวเทียม)	1.7225	2.0950	1.4950	1.5550	1.5325	2.3575	1.7475	1.1238
True Vision (เคเบิ้ลและดาวเทียม)	2.0713	1.9450	1.7050	1.3200	1.7350	1.6000	1.3175	2.2762
เว็บไซต์ (เช่น Nation, CNN, Kapook, Sanook)	2.3587	1.8000	2.4875	1.4425	1.9075	2.3325	1.8525	2.7905

สื่อ	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันตก	ภาคใต้	จากสื่อออนไลน์
เว็บไซต์สืบค้นข้อมูล (เช่น Google, Yahoo)	2.9287	2.2350	3.3475	2.1800	2.1350	2.9425	2.3750	3.8476
เครือข่ายสังคมออนไลน์ (เช่น Facebook, Twitter, Hi5)	2.4012	1.6825	2.9050	1.4350	1.6675	1.9150	1.5200	4.1143
กระดานสนทนา (Webboard)	1.4600	1.1750	1.4425	.6475	1.1550	.9525	.6525	2.0762
อีเมล	2.4975	2.0925	2.8050	1.6550	2.1075	2.2050	1.8775	3.7333
โปรแกรมสนทนา (เช่น MSN, Yahoo Messenger, Skype)	2.2038	1.6900	2.7825	1.5300	1.3850	1.9650	1.4225	2.7333
โทรศัพท์มือถือ (เช่น ข่าวสารทาง SMS)	2.5238	2.7400	2.4200	1.8700	2.3725	2.4025	2.2775	2.1381

สื่อ	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันตก	ภาคใต้	จากสื่อออนไลน์
บุคคลในครอบครัว	3.3650	3.6475	3.7400	3.6725	3.6625	3.3500	3.4550	3.4000
เพื่อนบ้าน	2.3688	2.7125	2.4125	2.3900	2.4625	2.5775	2.6550	1.4190
อบต ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน พระ และครู	1.8100	2.4900	2.0725	2.6050	1.8375	2.2275	2.0125	.6571
Average Mean	2.313061	2.28625	2.411528	1.899583	2.083611	2.245833	1.973333	2.234122
Valid N (listwise)	800	400	400	400	400	400	400	210

ตารางที่ 19 การเปิดรับชมช่องโทรทัศน์แบบฟรีทีวีจำแนกตามภาค

ช่องโทรทัศน์	กรุงเทพฯ และปริมณฑล (% เปิดรับ)	ภาคกลาง (% เปิดรับ)	ภาคเหนือ (% เปิดรับ)	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (% เปิดรับ)	ภาคตะวันออก (% เปิดรับ)	ภาคตะวันตก (% เปิดรับ)	ภาคใต้ (% เปิดรับ)	จากสื่อออนไลน์ (% เปิดรับ)
ช่อง 3	89.1	84.0	87.5	93.5	90.5	82.8	87.2	81.9
ช่อง 5	56.6	62.0	61.8	83.5	79.8	69.8	53.1	41.1
ช่อง 7	76.9	88.8	84.3	92.0	92.0	90.8	87.7	46.2
ช่อง 9	66.5	60.0	67.0	84.5	79.8	73.3	73.9	76.1
ช่อง 11	35.1	24.3	29.0	58.3	40.8	38.8	38.6	36.1
TPBS	30.6	19.0	32.0	48.3	20.3	28.0	30.3	49.5
Mean of Total (%)	59.13	56.35	60.27	76.68	67.20	63.92	61.80	55.15
N	800	400	400	400	400	400	399	210

กรุงเทพฯ และปริมณฑล

- **จากลำดับการเปิดรับสื่อ พบว่าสื่อ 3 อันดับแรก ได้แก่**
    - ลำดับที่ 1 ได้แก่ โทรทัศน์ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.7650
    - อันดับที่ 2 ได้แก่ บุคคลในครอบครัว ด้วยค่าเฉลี่ย 3.3650
    - อันดับที่ 3 ได้แก่ เว็บไซต์สืบค้นข้อมูล ด้วยค่าเฉลี่ย 2.9287
- **จากลำดับการเปิดรับสื่อ พบว่าสื่อ 3 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
    - อันดับที่ 16 ได้แก่ เคเบิลทีวีท้องถิ่น ด้วยค่าเฉลี่ย 1.6075
    - อันดับที่ 17 ได้แก่ วิทยุชุมชน ด้วยค่าเฉลี่ย 1.5800
    - อันดับที่ 18 ได้แก่ กระดานสนทนา (Webboard) ด้วยค่าเฉลี่ย 1.4600
- **สถานีโทรทัศน์ช่องที่ผู้บริโภคเปิดรับข่าวสารมากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่**
    - สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 มีผู้เปิดรับ ร้อยละ 89.1
    - สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 มีผู้เปิดรับ ร้อยละ 76.9
    - สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 มีผู้เปิดรับ ร้อยละ 66.5

ภาคกลาง

- **จากลำดับการเปิดรับสื่อ พบว่าสื่อ 3 อันดับแรก ได้แก่**
    - ลำดับที่ 1 ได้แก่ โทรทัศน์ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.0525
    - อันดับที่ 2 ได้แก่ บุคคลในครอบครัว ด้วยค่าเฉลี่ย 3.6475
    - อันดับที่ 3 ได้แก่ หนังสือพิมพ์ ด้วยค่าเฉลี่ย 2.8000
- **จากลำดับการเปิดรับสื่อ พบว่าสื่อ 3 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
    - อันดับที่ 16 ได้แก่ โปรแกรมสนทนา ด้วยค่าเฉลี่ย 1.6900
    - อันดับที่ 17 ได้แก่ เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้วยค่าเฉลี่ย 1.6825
    - อันดับที่ 18 ได้แก่ กระดานสนทนา (Webboard) ด้วยค่าเฉลี่ย 1.1750
- **สถานีโทรทัศน์ช่องที่ผู้บริโภคเปิดรับข่าวสารมากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่**
    - สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 มีผู้เปิดรับ ร้อยละ 84.0
    - สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 มีผู้เปิดรับ ร้อยละ 88.8
    - สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 มีผู้เปิดรับ ร้อยละ 60.0

ภาคเหนือ

- **จากลำดับการเปิดรับสื่อ พบว่าสื่อ 3 อันดับแรก ได้แก่**

- ลำดับที่ 1 ได้แก่ โทรทัศน์ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.8800
- อันดับที่ 2 ได้แก่ บุคคลในครอบครัว ด้วยค่าเฉลี่ย 3.7400
- อันดับที่ 3 ได้แก่ เว็บไซต์สืบค้นข้อมูล ด้วยค่าเฉลี่ย 3.3475

- **จากลำดับการเปิดรับสื่อ พบว่าสื่อ 3 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
  - อันดับที่ 16 ได้แก่ ทีวีดาวเทียม ด้วยค่าเฉลี่ย 1.4950
  - อันดับที่ 17 ได้แก่ กระดานสนทนา (Webboard) ด้วยค่าเฉลี่ย 1.4425
  - อันดับที่ 18 ได้แก่ เคเบิลทีวีท้องถิ่น ด้วยค่าเฉลี่ย 1.0275
- **สถานีโทรทัศน์ช่องที่ผู้บริโภคเปิดรับข่าวสารมากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่**
  - สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 มีผู้เปิดรับ ร้อยละ 87.5
  - สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 มีผู้เปิดรับ ร้อยละ 84.3
  - สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 มีผู้เปิดรับ ร้อยละ 67.0

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

- **จากลำดับการเปิดรับสื่อ พบว่าสื่อ 3 อันดับแรก ได้แก่**
  - ลำดับที่ 1 ได้แก่ โทรทัศน์ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.8150
  - อันดับที่ 2 ได้แก่ บุคคลในครอบครัว ด้วยค่าเฉลี่ย 3.6725
  - อันดับที่ 3 ได้แก่ อบต ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน พระ และครู ด้วยค่าเฉลี่ย 2.6050
- **จากลำดับการเปิดรับสื่อ พบว่าสื่อ 3 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
  - อันดับที่ 16 ได้แก่ True Vision ด้วยค่าเฉลี่ย 1.3200
  - อันดับที่ 17 ได้แก่ เคเบิ้ลทีวีท้องถิ่น ด้วยค่าเฉลี่ย 1.2100
  - อันดับที่ 18 ได้แก่ กระดานสนทนา (Webboard) ด้วยค่าเฉลี่ย 0.6475
- **สถานีโทรทัศน์ช่องที่ผู้บริโภคเปิดรับข่าวสารมากที่สุด 4 อันดับ* ได้แก่**
  - สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 มีผู้เปิดรับ ร้อยละ 93.5
  - สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 มีผู้เปิดรับ ร้อยละ 92.0
  - สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 มีผู้เปิดรับ ร้อยละ 84.5
  - สถานีโทรทัศน์ช่อง 5 มีผู้เปิดรับ ร้อยละ 83.5*

  *นำเสนอ สี่อันดับเนื่องจากจำนวนร้อยละของอันดับที่ 4 มีความใกล้เคียงกับร้อยละอันดับที่ 3

ภาคตะวันออก

- **จากลำดับการเปิดรับสื่อ พบว่าสื่อ 3 อันดับแรก ได้แก่**
    - ลำดับที่ 1 ได้แก่ โทรทัศน์ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1625
    - อันดับที่ 2 ได้แก่ บุคคลในครอบครัว ด้วยค่าเฉลี่ย 3.6625
    - อันดับที่ 3 ได้แก่ หนังสือพิมพ์ ด้วยค่าเฉลี่ย 2.8500
- **จากลำดับการเปิดรับสื่อ พบว่าสื่อ 3 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
    - อันดับที่ 16 ได้แก่ เคเบิลทีวีท้องถิ่น ด้วยค่าเฉลี่ย 1.3400
    - อันดับที่ 17 ได้แก่ วิทยุชุมชน ด้วยค่าเฉลี่ย 1.2375
    - อันดับที่ 18 ได้แก่ กระดานสนทนา (Webboard) ด้วยค่าเฉลี่ย 1.1550
- **สถานีโทรทัศน์ช่องที่ผู้บริโภคเปิดรับข่าวสารมากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่**
    - สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 มีผู้เปิดรับ ร้อยละ 92.0
    - สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 มีผู้เปิดรับ ร้อยละ 90.5
    - สถานีโทรทัศน์ช่อง 5 มีผู้เปิดรับ ร้อยละ 79.8 และ สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 มีผู้เปิดรับ ร้อยละ 79.8

ภาคตะวันตก

- **จากลำดับการเปิดรับสื่อ พบว่าสื่อ 3 อันดับแรก ได้แก่**
    - ลำดับที่ 1 ได้แก่ โทรทัศน์ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.0900
    - อันดับที่ 2 ได้แก่ บุคคลในครอบครัว ด้วยค่าเฉลี่ย 3.3500
    - อันดับที่ 3 ได้แก่ เว็บไซต์สืบค้นข้อมูล ด้วยค่าเฉลี่ย 2.9425
- **จากลำดับการเปิดรับสื่อ พบว่าสื่อ 3 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
    - อันดับที่ 16 ได้แก่ True Vision ด้วยค่าเฉลี่ย 1.6000
    - อันดับที่ 17 ได้แก่ เคเบิ้ลทีวีท้องถิ่น ด้วยค่าเฉลี่ย 1.5350
    - อันดับที่ 18 ได้แก่ กระดานสนทนา (Webboard) ด้วยค่าเฉลี่ย 0.9525
- **สถานีโทรทัศน์ช่องที่ผู้บริโภคเปิดรับข่าวสารมากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่**
    - สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 มีผู้เปิดรับ ร้อยละ 90.8
    - สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 มีผู้เปิดรับ ร้อยละ 82.8
    - สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 มีผู้เปิดรับ ร้อยละ 73.3

ภาคใต้

- **จากลำดับการเปิดรับสื่อ พบว่าสื่อ 3 อันดับแรก ได้แก่**

- ลำดับที่ 1 ได้แก่ โทรทัศน์ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.7525
- อันดับที่ 2 ได้แก่ บุคคลในครอบครัว ด้วยค่าเฉลี่ย 3.4550
- อันดับที่ 3 ได้แก่ เพื่อนบ้าน ด้วยค่าเฉลี่ย 2.6550

- **จากลำดับการเปิดรับสื่อ พบว่าสื่อ 3 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
  - อันดับที่ 16 ได้แก่ True Vision ด้วยค่าเฉลี่ย 1.3175
  - อันดับที่ 17 ได้แก่ เคเบิ้ลทีวีท้องถิ่น ด้วยค่าเฉลี่ย 1.0950
  - อันดับที่ 18 ได้แก่ กระดานสนทนา (Webboard) ด้วยค่าเฉลี่ย 0.6525
- **สถานีโทรทัศน์ช่องที่ผู้บริโภคเปิดรับข่าวสารมากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่**
  - สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 มีผู้เปิดรับ ร้อยละ 87.7
  - สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 มีผู้เปิดรับ ร้อยละ 87.2
  - สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 มีผู้เปิดรับ ร้อยละ 73.9

จากสื่อออนไลน์

- **จากลำดับการเปิดรับสื่อ พบว่าสื่อ 3 อันดับแรก ได้แก่**
  - ลำดับที่ 1 ได้แก่ เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1143
  - อันดับที่ 2 ได้แก่ เว็บไซต์สืบค้นข้อมูล ด้วยค่าเฉลี่ย 3.8476
  - อันดับที่ 3 ได้แก่ อีเมล ด้วยค่าเฉลี่ย 3.7333
- **จากลำดับการเปิดรับสื่อ พบว่าสื่อ 3 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
  - อันดับที่ 16 ได้แก่ อบต ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน พระ และครู ด้วยค่าเฉลี่ย 0.6571
  - อันดับที่ 17 ได้แก่ เคเบิ้ลทีวีท้องถิ่น ด้วยค่าเฉลี่ย 0.5381
  - อันดับที่ 18 ได้แก่ วิทยุชุมชน ด้วยค่าเฉลี่ย 0.3619
- **สถานีโทรทัศน์ช่องที่ผู้บริโภคเปิดรับข่าวสารมากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่**
  - สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 มีผู้เปิดรับ ร้อยละ 81.9
  - สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 มีผู้เปิดรับ ร้อยละ 76.1
  - สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 มีผู้เปิดรับ ร้อยละ 46.2

ตอนที่ 3 ความน่าเชื่อถือของสื่อ

3.1. ความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนไทยในปัจจุบัน (ภาพรวม)

การวิจัยพบว่า สื่อโทรทัศน์ และ สื่อบุคคล (บุคคลในครอบครัว) เว็บไซต์สืบค้นข้อมูล เป็นสื่อที่ได้รับความเชื่อถือด้วยความถี่สูงสุด 3 อันดับแรก ตามด้วยสื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อบุคคลประเภทอบต ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน พระ และครู

เป็นที่น่าสังเกตว่า กลุ่มอบต ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน พระ และครู นั้น เป็นสื่อที่อยู่ใน 5 อันดับแรกของความน่าเชื่อถือ แต่ เป็นอันดับท้าย ๆ ของการเปิดรับสื่อ นอกจากนี้จากสื่อที่อันดับความน่าเชื่อถือน้อยที่สุด 3 อันดับพบว่า เป็นสื่อท้องถิ่น ได้แก่ วิทยุชุมชน และ เคเบิลทีวีท้องถิ่น และกระดานสนทนา (Webboard) ซึ่งทั้งสามสื่อดังกล่าว นอกจากจะเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมน้อยในการใช้เพื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ยังเป็นสื่อที่มีคะแนนเฉลี่ยความน่าเชื่อถือน้อยอีกด้วย

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนไทยในปัจจุบัน (ภาพรวม)

ประเภทสื่อ	N	Mean	Std. Deviation
1. บุคคลในครอบครัว	**3395**	**3.8059**	**1.05632**
2. โทรทัศน์	**3397**	**3.7342**	**.93941**
3. เว็บไซต์สืบค้นข้อมูล (เช่น Google, Yahoo)	**3311**	**3.3531**	**1.30352**
4. หนังสือพิมพ์	3377	3.2479	.97898
5. อบต ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน พระ และครู	3276	3.1090	1.23882
6. วิทยุ	3365	3.0574	1.06673
7. เพื่อนบ้าน	3354	3.0286	1.09567
8. นิตยสาร	3365	2.9935	1.06029
9. เว็บไซต์ (เช่น Nation, CNN, Kapook, Sanook)	3286	2.9553	1.28051
10. โทรศัพท์มือถือ (เช่น ข่าวสารทาง SMS)	3325	2.9071	1.24403
11. อีเมล	3297	2.8426	1.25186
12. True Vision (เคเบิ้ลและดาวเทียม)	3221	2.7296	1.33019
13. ทีวีดาวเทียม (จานดาวเทียม)	3216	2.6990	1.29896
14. เครือข่ายสังคมออนไลน์ (เช่น Facebook,	3269	2.6831	1.31250

ประเภทสื่อ	N	Mean	Std. Deviation
Twitter, Hi5)			
15. โปรแกรมสนทนา (เช่น MSN, Yahoo Messenger, Skype)	3243	2.6577	1.29419
16. วิทยุชุมชน	**3257**	**2.6546**	**1.26161**
17. เคเบิลทีวีท้องถิ่น	**3165**	**2.5033**	**1.30244**
18. กระดานสนทนา (Webboard)	**3191**	**2.2846**	**1.29523**

- **จากลำดับความน่าเชื่อถือของสื่อ พบว่าสื่อที่น่าเชื่อถือ 3 อันดับแรก ได้แก่**
  - ลำดับที่ 1 ได้แก่ บุคคลในครอบครัว ด้วยค่าเฉลี่ย 3.8059
  - อันดับที่ 2 ได้แก่ โทรทัศน์ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.7342
  - อันดับที่ 3 ได้แก่ เว็บไซต์สืบค้นข้อมูล ด้วยค่าเฉลี่ย 3.3531
- **จากลำดับความน่าเชื่อถือของสื่อ พบว่าสื่อที่น่าเชื่อถือ 3 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
  - อันดับที่ 16 ได้แก่ วิทยุชุมชน ด้วยค่าเฉลี่ย 2.6546
  - อันดับที่ 17 ได้แก่ เคเบิ้ลทีวีท้องถิ่น ด้วยค่าเฉลี่ย 2.5033
  - อันดับที่ 18 ได้แก่ ประดานสนทนา (Webboard) ด้วยค่าเฉลี่ย 2.2846

3.2 ความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนไทยในปัจจุบัน จำแนกตามภาค

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนไทยในปัจจุบันจำแนกตามภาค

ความน่าเชื่อถือจากสื่อ	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียง เหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันตก	ภาคใต้	จากสื่อออนไลน์
หนังสือพิมพ์	3.1737	3.3450	3.3300	3.3575	3.3525	3.1825	3.1114	3.1450
นิตยสาร	2.9863	2.8275	3.0700	3.1450	2.9475	2.8350	2.9583	3.3610
วิทยุ	3.1163	3.0450	3.0500	3.0600	3.0200	2.8525	3.0599	3.3384
วิทยุชุมชน	2.4587	2.8750	2.5625	2.9375	2.5800	2.5925	2.8830	2.3826
โทรทัศน์	3.6062	3.9525	3.7300	3.8575	3.7400	3.8875	3.6462	3.4348
เคเบิลทีวีท้องถิ่น	2.5038	2.5900	2.0600	2.6650	2.5325	2.5400	2.6759	2.5714
ทีวีดาวเทียม (จานดาวเทียม)	2.6275	2.7675	2.3125	2.7475	2.5375	2.9525	3.0211	2.9771
True Vision (เคเบิ้ลและดาวเทียม)	2.7950	2.6675	2.4925	2.6675	2.7175	2.5625	2.9392	3.4177
เว็บไซต์ (เช่น Nation, CNN, Kapook, Sanook)	2.9850	2.5925	2.8675	2.8725	2.9575	3.0175	3.1404	3.5075
เว็บไซต์สืบค้นข้อมูล (เช่น Google, Yahoo)	3.3525	3.0000	3.4475	3.3575	3.1725	3.4025	3.6391	3.6794
เครือข่ายสังคมออนไลน์	2.7550	2.3875	2.8000	2.6775	2.6800	2.5300	2.6591	3.0976

(เช่น Facebook, Twitter, Hi5)								
กระดานสนทนา (Webboard)	2.3737	2.1050	2.0650	2.2300	2.3800	2.1550	2.3645	2.8870
อีเมล	2.8500	2.6450	2.7800	2.8850	2.8650	2.8575	3.0139	2.9234
โปรแกรมสนทนา (เช่น MSN, Yahoo Messenger, Skype)	2.6938	2.4025	2.6750	2.7400	2.5050	2.6675	2.7318	3.0495
โทรศัพท์มือถือ (เช่น ข่าวสารทาง SMS)	2.8550	2.9800	2.6775	3.0050	2.9250	2.9825	2.9275	3.0222
บุคคลในครอบครัว	3.5988	3.8650	3.8950	4.1775	3.8050	3.6325	3.8557	3.8454
เพื่อนบ้าน	2.8763	3.0075	2.9325	3.4300	3.2700	2.9825	2.9051	2.8963
อบต ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน พระ และครู	2.6975	3.3250	2.9950	3.7275	3.2550	3.1275	3.0927	2.9500
Average Mean	2.905839	2.91	2.874583	3.085556	2.957917	2.931111	3.034711	3.138128
Valid N (listwise)	800	400	400	400	400	400	400	210

กรุงเทพฯ และปริมณฑล

- **จากลำดับความน่าเชื่อถือของสื่อ พบว่าสื่อที่น่าเชื่อถือ 3 อันดับแรก ได้แก่**

- ลำดับที่ 1 ได้แก่ โทรทัศน์ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.6062
- อันดับที่ 2 ได้แก่ บุคคลในครอบครัว ด้วยค่าเฉลี่ย 3.5988
- อันดับที่ 3 ได้แก่ เว็บไซต์สืบค้นข้อมูล ด้วยค่าเฉลี่ย 3.3525

- **จากลำดับความน่าเชื่อถือของสื่อ พบว่าสื่อที่น่าเชื่อถือ 3 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
  - อันดับที่ 16 ได้แก่ เคเบิลทีวีท้องถิ่น ด้วยค่าเฉลี่ย 2.5038
  - อันดับที่ 17 ได้แก่ วิทยุชุมชน ด้วยค่าเฉลี่ย 2.4587
  - อันดับที่ 18 ได้แก่ กระดานสนทนา (Webboard) ด้วยค่าเฉลี่ย 2.3737

ภาคกลาง

- **จากลำดับความน่าเชื่อถือของสื่อ พบว่าสื่อที่น่าเชื่อถือ 3 อันดับแรก ได้แก่**
  - ลำดับที่ 1 ได้แก่ โทรทัศน์ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.9525
  - อันดับที่ 2 ได้แก่ บุคคลในครอบครัว ด้วยค่าเฉลี่ย 3.8650
  - อันดับที่ 3 ได้แก่ หนังสือพิมพ์ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.3450
- **จากลำดับความน่าเชื่อถือของสื่อ พบว่าสื่อที่น่าเชื่อถือ 3 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
  - อันดับที่ 16 ได้แก่ โปรแกรมสนทนา ด้วยค่าเฉลี่ย 2.4025
  - อันดับที่ 17 ได้แก่ เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้วยค่าเฉลี่ย 2.3875
  - อันดับที่ 18 ได้แก่ กระดานสนทนา (Webboard) ด้วยค่าเฉลี่ย 2.1050

ภาคเหนือ

- **จากลำดับความน่าเชื่อถือของสื่อ พบว่าสื่อที่น่าเชื่อถือ 3 อันดับแรก ได้แก่**
  - ลำดับที่ 1 ได้แก่ บุคคลในครอบครัว ด้วยค่าเฉลี่ย 3.8950
  - อันดับที่ 2 ได้แก่ โทรทัศน์ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.7300
  - อันดับที่ 3 ได้แก่ เว็บไซต์สืบค้นข้อมูล ด้วยค่าเฉลี่ย 3.4475
- **จากลำดับความน่าเชื่อถือของสื่อ พบว่าสื่อที่น่าเชื่อถือ 3 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
  - อันดับที่ 16 ได้แก่ ทีวีดาวเทียม (จานดาวเทียม) ด้วยค่าเฉลี่ย 2.3125
  - อันดับที่ 17 ได้แก่ กระดานสนทนา (Webboard) ด้วยค่าเฉลี่ย 2.0650
  - อันดับที่ 18 ได้แก่ เคเบิลทีวีท้องถิ่น ด้วยค่าเฉลี่ย 2.0600

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

- **จากลำดับความน่าเชื่อถือของสื่อ พบว่าสื่อที่น่าเชื่อถือ 3 อันดับแรก ได้แก่**

- ลำดับที่ 1 ได้แก่ บุคคลในครอบครัว ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1775
- อันดับที่ 2 ได้แก่ โทรทัศน์ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.8575
- อันดับที่ 3 ได้แก่ อบต ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน พระ และครู ด้วยค่าเฉลี่ย 3.7275

- **จากลำดับความน่าเชื่อถือของสื่อ พบว่าสื่อที่น่าเชื่อถือ 3 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
  - อันดับที่ 16 ได้แก่ True Vision ด้วยค่าเฉลี่ย 2.6675
  - อันดับที่ 17 ได้แก่ เคเบิ้ลทีวีท้องถิ่น ด้วยค่าเฉลี่ย 2.6650
  - อันดับที่ 18 ได้แก่ กระดานสนทนา (Webboard) ด้วยค่าเฉลี่ย 2.2300

ภาคตะวันออก

- **จากลำดับความน่าเชื่อถือของสื่อ พบว่าสื่อที่น่าเชื่อถือ 3 อันดับแรก ได้แก่**
  - ลำดับที่ 1 ได้แก่ บุคคลในครอบครัว ด้วยค่าเฉลี่ย 3.8050
  - อันดับที่ 2 ได้แก่ โทรทัศน์ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.7400
  - อันดับที่ 3 ได้แก่ หนังสือพิมพ์ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.3525
- **จากลำดับความน่าเชื่อถือของสื่อ พบว่าสื่อที่น่าเชื่อถือ 3 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
  - อันดับที่ 16 ได้แก่ เคเบิ้ลทีวีท้องถิ่น ด้วยค่าเฉลี่ย 2.5325
  - อันดับที่ 17 ได้แก่ โปรแกรมสนทนา ด้วยค่าเฉลี่ย 2.5050
  - อันดับที่ 18 ได้แก่ กระดานสนทนา (Webboard) ด้วยค่าเฉลี่ย 2.3800

ภาคตะวันตก

- **จากลำดับความน่าเชื่อถือของสื่อ พบว่าสื่อที่น่าเชื่อถือ 3 อันดับแรก ได้แก่**
  - ลำดับที่ 1 ได้แก่ โทรทัศน์ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.8875
  - อันดับที่ 2 ได้แก่ บุคคลในครอบครัว ด้วยค่าเฉลี่ย 3.6325
  - อันดับที่ 3 ได้แก่ เว็บไซต์สืบค้นข้อมูล ด้วยค่าเฉลี่ย 3.4025
- **จากลำดับความน่าเชื่อถือของสื่อ พบว่าสื่อที่น่าเชื่อถือ 3 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
  - อันดับที่ 16 ได้แก่ เคเบิลทีวีท้องถิ่น ด้วยค่าเฉลี่ย 2.5400
  - อันดับที่ 17 ได้แก่ เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้วยค่าเฉลี่ย 2.5300
  - อันดับที่ 18 ได้แก่ กระดานสนทนา (Webboard) ด้วยค่าเฉลี่ย 2.1550

ภาคใต้

- **จากลำดับความน่าเชื่อถือของสื่อ พบว่าสื่อที่น่าเชื่อถือ 3 อันดับแรก ได้แก่**

- ลำดับที่ 1 ได้แก่ บุคคลในครอบครัว ด้วยค่าเฉลี่ย 3.8557
- อันดับที่ 2 ได้แก่ โทรทัศน์ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.6462
- อันดับที่ 3 ได้แก่ เว็บไซต์สืบค้นข้อมูล ด้วยค่าเฉลี่ย 3.6391

- **จากลำดับความน่าเชื่อถือของสื่อ พบว่าสื่อที่น่าเชื่อถือ 3 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
  - อันดับที่ 16 ได้แก่ เคเบิลทีวีท้องถิ่น ด้วยค่าเฉลี่ย 2.6759
  - อันดับที่ 17 ได้แก่ เครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้วยค่าเฉลี่ย 2.6591
  - อันดับที่ 18 ได้แก่ กระดานสนทนา (Webboard) ด้วยค่าเฉลี่ย 2.3645

จากสื่อออนไลน์

- **จากลำดับความน่าเชื่อถือของสื่อ พบว่าสื่อที่น่าเชื่อถือ 3 อันดับแรก ได้แก่**
  - ลำดับที่ 1 ได้แก่ บุคคลในครอบครัว ด้วยค่าเฉลี่ย 3.8454
  - อันดับที่ 2 ได้แก่ เว็บไซต์สืบค้นข้อมูล ด้วยค่าเฉลี่ย 3.6794
  - อันดับที่ 3 ได้แก่ เว็บไซต์ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.5075
- **จากลำดับความน่าเชื่อถือของสื่อ พบว่าสื่อที่น่าเชื่อถือ 3 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
  - อันดับที่ 16 ได้แก่ กระดานสนทนา (Webboard) ด้วยค่าเฉลี่ย 2.8870
  - อันดับที่ 17 ได้แก่ เคเบิ้ลทีวีท้องถิ่น ด้วยค่าเฉลี่ย 2.5714
  - อันดับที่ 18 ได้แก่ วิทยุชุมชน ด้วยค่าเฉลี่ย 2.3826

ตอนที่ 4 การเปิดรับสื่อและความน่าเชื่อถือของสื่อ

4.1 **ความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อและความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนไทยในปัจจุบัน**

การเปิดรับสื่อและความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กันในทางบวก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 (r=.560, p=.000)

ตารางที่ 22 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อและความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนไทยในปัจจุบัน

		การเปิดรับ	*r.* ความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนไทย
การเปิดรับสื่อ	Pearson Correlation	1	.560(**)
	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	3410	3410
ความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนไทย	Pearson Correlation	.560(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	3410	3410

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4.2 **ความสัมพันธ์ของการเปิดรับและความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนไทยจำแนกตามภาค**

การเปิดรับสื่อและความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนในแต่ละภาคมีความสัมพันธ์กันในทางบวก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 ยกเว้นจากสื่อออนไลน์ที่ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อและความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชน

ตารางที่ 23 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อและความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนไทยในปัจจุบัน จำแนกตามภาค

ภูมิภาค			การเปิดรับ	*r.* ความน่าเชื่อถือ
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	การเปิดรับสื่อ	Pearson Correlation	1	.678(**)
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	800	800
	ความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนไทย	Pearson Correlation	.678(**)	1
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	800	800
ภาคกลาง	การเปิดรับสื่อ	Pearson Correlation	1	.810(**)
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	400	400
	ความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนไทย	Pearson Correlation	.810(**)	1
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	400	400
ภาคเหนือ	การเปิดรับสื่อ	Pearson Correlation	1	.737(**)
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	400	400
	ความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนไทย	Pearson Correlation	.737(**)	1
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	400	400
ภาค	การเปิดรับสื่อ	Pearson	1	.179(**)

ภูมิภาค			การเปิดรับ	*r.* ความน่าเชื่อถือ
ตะวันออกเฉียงเหนือ		Correlation		
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	400	400
	ความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนไทย	Pearson Correlation	.179(**)	1
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	400	400
ภาคตะวันออก	การเปิดรับสื่อ	Pearson Correlation	1	.554(**)
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	400	400
	ความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนไทย	Pearson Correlation	.554(**)	1
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	400	400
ภาคตะวันตก	การเปิดรับสื่อ	Pearson Correlation	1	.608(**)
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	400	400
	ความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนไทย	Pearson Correlation	.608(**)	1
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	400	400
ภาคใต้	การเปิดรับสื่อ	Pearson Correlation	1	.319(**)
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	400	400

ภูมิภาค			การเปิดรับ	*r.* ความน่าเชื่อถือ
	ความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนไทย	Pearson Correlation	.319(**)	1
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	400	400
จากสื่อออนไลน์	การเปิดรับสื่อ	Pearson Correlation	1	.120
		Sig. (2-tailed)	.	.084
		N	210	210
	ความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนไทย	Pearson Correlation	.120	1
		Sig. (2-tailed)	.084	.
		N	210	210

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

กรุงเทพฯ และปริมณฑล

การเปิดรับสื่อและความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กันในทางบวก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 (r=.678, p=.000)

ภาคกลาง

การเปิดรับสื่อและความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กันในทางบวก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 (r=.810, p=.000)

ภาคเหนือ

การเปิดรับสื่อและความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กันในทางบวก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 (r=.737, p=.000)

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การเปิดรับสื่อและความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กันในทางบวก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 (r=.179, p=.000)

ภาคตะวันออก

การเปิดรับสื่อและความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กันในทางบวก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 (r=.554, p=.000)

ภาคตะวันตก

การเปิดรับสื่อและความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กันในทางบวก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 (r=.608, p=.000)

ภาคใต้

การเปิดรับสื่อและความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กันในทางบวก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 (r=.319, p=.000)

จากสื่อออนไลน์

ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อและความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชน **ตอนที่** 5 **ความคิดเห็นต่อสื่อมวลชนไทย**

5.1 **ความคิดเห็นของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยในปัจจุบัน (ภาพรวม)**

ตารางที่ 24 ความคิดเห็นของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยในปัจจุบัน (ภาพรวม)

ความคิดเห็นต่อสื่อมวลชนไทย	N	Mean	Std. Deviation
1. **สื่อมวลชนไทยสามารถนำเสนอข่าวสารที่ทันสมัย รวดเร็ว และเกาะติดสถานการณ์**	3381	3.7936	.92114
2. **ประชาชนสามารถเลือกเปิดรับสื่อได้อย่างอิสระ**	3381	3.7601	1.04237
3. **สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารและความคิดเห็นที่หลากหลาย**	3381	3.5839	.92203
4. **มีองค์กรกำกับดูแลสื่อซึ่งสามารถตรวจสอบสื่อและรับเรื่องร้องเรียนเพื่อติดตาม**	3381	3.5791	1.02254
5. **เมื่อเกิดความไม่พอใจการทำงานของสื่อมวลชน ประชาชนสามารถร้องเรียนได้**	3381	3.5498	1.08307
6. สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ	3381	3.5445	.94690
7. สื่อมวลชนไทยเป็นเวทีกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น	3381	3.5007	.90711

ความคิดเห็นต่อสื่อมวลชนไทย	N	Mean	Std. Deviation
8. สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารที่ส่งเสริมจริยธรรมและคุณค่าอันดีงามของสังคม	3381	3.4945	.93694
9. ผู้ปฏิบัติงานในวิชาชีพสื่อล้วนแต่มีความรู้ความสามารถ	3381	3.4685	.93926
10. สื่อมวลชนไทยนำเสนอเนื้อหาที่เป็นสาระความรู้ เพียงพอ	3381	3.4567	.94100
11. ประชาชนสามารถนำเสนอความคิดเห็นและแนวคิดใหม่ๆของตนเองผ่านสื่อต่างๆได้	3381	3.4558	1.03556
12. มีการจัดประเภทรายการที่เหมาะสมในสื่อมวลชนไทย	3381	3.4392	.99477
13. สื่อมวลชนไทยสนับสนุนให้ผู้คนมีส่วนร่วมทางการเมืองและสังคม	3381	3.4161	.96683
14. สื่อมวลชนไทยมีกระบวนการการหาข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ	3379	3.4081	.92914
15. สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวที่มีความคิดเห็นจากบุคคลในสังคมอย่างรอบด้าน	3381	3.4070	.97786
16. สื่อมวลชนไทยสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม	3381	3.3753	1.01450
17. สื่อมวลชนไทยนำเสนอเนื้อหาที่สร้างค่านิยมที่ถูกต้องให้กับสังคม	3381	3.3369	1.00108
18. สื่อมวลชนไทยนำเสนอเนื้อหาที่สร้างพื้นฐานความรู้ที่ดีในเรื่องประชาธิปไตย	3380	3.3142	1.01867
19. สื่อมวลชนไทยนำเสนอเนื้อหาที่สามารถสร้างบุคคลต้นแบบ (Role Model) ให้กับสังคม	3381	3.3014	.99613
20. สื่อมวลชนไทยมีความเป็นอิสระในการนำเสนอข่าวสาร	3381	3.2967	1.09995
21. สื่อมวลชนไทยนำเสนอข้อมูลและเนื้อหาที่ถูกต้อง	3381	3.2777	1.00181

ความคิดเห็นต่อสื่อมวลชนไทย	N	Mean	Std. Deviation
22. สื่อมวลชนไทยมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี	3380	3.2624	.98648
23. สื่อมวลชนไทยไม่นำเสนอเนื้อหาที่ตอกย้ำให้ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งรู้สึกว่าตนเองเป็นผู้แพ้ โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวกับประชาธิปไตย	3381	3.2564	1.06680
24. สื่อมวลชนไทยไม่นำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม	3380	3.2473	1.06120
25. สื่อมวลชนไทยนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง	3380	3.2450	1.08491
26. สื่อมวลชนไทยเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม	3381	3.2396	1.04993
27. สื่อมวลชนไทยช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง	3381	3.2277	1.03613
28. สื่อมวลชนไทยมีการแยกเนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริงกับความคิดเห็นจากแหล่งข่าว	3380	3.2195	1.00651
29. สื่อมวลชนไทยมีมาตรฐานทางจริยธรรม	**3381**	**3.2044**	**1.00144**
30. สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารโดยคำนึงถึงสิทธิความเป็นส่วนตัวของผู้ที่ตกเป็นข่าว	**3381**	**3.1985**	**1.08566**
31. สื่อมวลชนไทยมีความน่าเชื่อถือ	**3381**	**3.1973**	**.98381**
32. สื่อมวลชนไทยมีความรับผิดชอบ	**3381**	**3.1763**	**1.01395**
33. สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารที่เที่ยงตรง ยุติธรรม และตรงไปตรงมา	**3381**	**3.1736**	**1.10634**
Valid N (listwise)	3377		

- **จากลำดับความคิดเห็นต่อสื่อมวลชน พบว่าความคิดเห็น 5 อันดับแรก ได้แก่**
  - ลำดับที่ 1 ได้แก่ สื่อมวชนไทยสามารถนำเสนอข่าวสารที่ทันสมัย รวดเร็ว และเกาะติดสถานการณ์ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.7936

- อันดับที่ 2 ได้แก่ ประชาชนสามารถเลือกเปิดรับสื่อได้อย่างอิสระ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.7601
- อันดับที่ 3 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารและความคิดเห็นที่หลากหลาย ด้วยค่าเฉลี่ย 3.5839
- อันดับที่ 4 ได้แก่ มีองค์กรกำกับดูแลสื่อซึ่งสามารถตรวจสอบสื่อและรับเรื่องร้องเรียนเพื่อติดตาม ด้วยค่าเฉลี่ย 3.5791
- อันดับที่ 5 ได้แก่ เมื่อเกิดความไม่พอใจการทำงานของสื่อมวลชน ประชาชนสามารถร้องเรียนได้ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.5498

- **ลำดับความคิดเห็นต่อสื่อมวลชน พบว่าความคิดเห็น 5 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
  - ลำดับที่ 29 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยมีมาตรฐานทางจริยธรรม ด้วยค่าเฉลี่ย 3.2044
  - อันดับที่ 30 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารโดยคำนึงถึงสิทธิความเป็นส่วนตัวของผู้ที่ตกเป็นข่าว ด้วยค่าเฉลี่ย 3.1985
  - อันดับที่ 31 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยมีความน่าเชื่อถือ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.1973
  - อันดับที่ 32 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยมีความรับผิดชอบ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.1763
  - อันดับที่ 33 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารที่เที่ยงตรง ยุติธรรม และตรงไปตรงมา ด้วยค่าเฉลี่ย 3.1736

5.2 ความคิดเห็นของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยในปัจจุบัน จำแนกตามภาค

ตารางที่ 25 ความคิดเห็นของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยในปัจจุบันจำแนกตามภาค

ความคิดเห็นฯ	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันตก	ภาคใต้	จากสื่อออนไลน์
สื่อมวลชนไทยเป็นเวทีกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น	3.4338	3.7400	3.5400	3.6375	3.5250	3.5375	3.4050	2.9558
สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสาร	3.6025	3.7600	3.5525	3.6975	3.5900	3.6575	3.4475	3.0552

ความคิดเห็นฯ	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันตก	ภาคใต้	จากสื่อออนไลน์
และความคิดเห็นที่หลากหลาย								
สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวที่มีความคิดเห็นจากบุคคลในสังคมอย่างรอบด้าน	3.3800	3.7300	3.3850	3.4900	3.5175	3.4650	3.2300	2.6961
ประชาชนสามารถนำเสนอความคิดเห็นและแนวคิดใหม่ๆ ของตนเองผ่านสื่อต่างๆได้	3.4387	3.6500	3.5250	3.3150	3.6150	3.5275	3.3225	3.0442
สื่อมวลชนไทยมีความเป็นอิสระในการนำเสนอข่าวสาร	3.2188	3.5300	3.1100	3.3875	3.5650	3.4075	3.2100	2.6906
สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ	3.5688	3.7325	3.5600	3.5625	3.5475	3.5725	3.5000	2.9779
สื่อมวลชนไทยนำเสนอข้อมูลและเนื้อหาที่ถูกต้อง	3.2350	3.4950	3.2275	3.3075	3.5175	3.3275	3.1775	2.6133
สื่อมวลชนไทยนำเสนอเนื้อหาที่เป็นสาระ	3.4163	3.6350	3.5075	3.4875	3.6075	3.5325	3.3675	2.7569

ความคิดเห็นฯ	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	ภาค กลาง	ภาคเหนือ	ภาค ตะวันออก เฉียง เหนือ	ภาค ตะวัน ออก	ภาค ตะวันตก	ภาคใต้	จากสื่อ ออนไลน์
ความรู้ เพียงพอ								
สื่อมวลชนไทย นำเสนอเนื้อหา ที่ไม่สนับสนุน ความรุนแรง	3.2500	3.4825	3.1875	3.2775	3.4200	3.3525	3.1429	2.3536
สื่อมวลชนไทย นำเสนอเนื้อหา ที่สร้างพื้น ฐานความรู้ที่ดี ในเรื่อง ประชาธิปไตย	3.2250	3.4800	3.4125	3.4150	3.4150	3.4625	3.2607	2.4696
สื่อมวลชนไทย นำเสนอเนื้อหา ที่สามารถสร้าง บุคคลต้นแบบ (Role Model) ให้กับสังคม	3.2725	3.4800	3.3850	3.3275	3.3500	3.4000	3.2325	2.6188
สื่อมวลชนไทย สนับสนุนให้ ผู้คนมีส่วนร่วม ทางการเมือง และสังคม	3.3800	3.5475	3.4750	3.4900	3.4275	3.4775	3.3725	2.9282
มีการจัด ประเภทรายการ ที่เหมาะสมใน สื่อมวลชนไทย	3.3837	3.6050	3.5025	3.4475	3.6600	3.4900	3.3900	2.6685
สื่อมวลชนไทย นำเสนอข่าวสาร ที่ส่งเสริม จริยธรรมและ	3.4675	3.7650	3.5800	3.4900	3.5850	3.6050	3.3775	2.6519

ความคิดเห็นฯ	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	ภาค กลาง	ภาคเหนือ	ภาค ตะวันออก เฉียง เหนือ	ภาค ตะวัน ออก	ภาค ตะวันตก	ภาคใต้	จากสื่อ ออนไลน์
คุณค่าอันดีงาม ของสังคม								
สื่อมวลชนไทย ไม่นำเสนอ เนื้อหาที่ตอกย้ำ ให้ฝ่ายใดฝ่าย หนึ่งรู้สึกว่า ตนเองเป็นผู้แพ้ โดยเฉพาะใน เรื่องที่เกี่ยวกับ ประชาธิปไตย	3.2325	3.4350	3.1925	3.2675	3.4950	3.4225	3.0550	2.6354
สื่อมวลชนไทย นำเสนอเนื้อหา ที่สร้างค่านิยมที่ ถูกต้องให้กับ สังคม	3.3175	3.6200	3.2375	3.3725	3.4200	3.4675	3.3175	2.5083
สื่อมวลชนไทย ไม่นำเสนอข่าว ที่นำไปสู่ความ ขัดแย้งของ บุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม	3.2438	3.5075	3.1150	3.3100	3.4150	3.3450	3.1128	2.5525
สื่อมวลชนไทย ช่วยรักษาความ สงบเรียบร้อย ของบ้านเมือง	3.2488	3.4275	3.1300	3.3500	3.2650	3.3400	3.1400	2.5028
สื่อมวลชนไทย เป็นตัวกลางใน การช่วย ประสานข้อ ขัดแย้งในสังคม	3.2475	3.4725	3.1100	3.3925	3.3300	3.3400	3.1025	2.5193

ความคิดเห็นฯ	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	ภาค กลาง	ภาคเหนือ	ภาค ตะวันออก เฉียง เหนือ	ภาค ตะวัน ออก	ภาค ตะวันตก	ภาคใต้	จากสื่อ ออนไลน์
สื่อมวลชนไทย นำเสนอข่าวสาร ที่เที่ยงตรง ยุติธรรม และ ตรงไปตรงมา	3.1575	3.5100	2.9600	3.2750	3.3750	3.2900	3.0250	2.3757
สื่อมวลชนไทยมี การแยกเนื้อหา ที่เป็นข้อเท็จจริง กับความคิดเห็น จากแหล่งข่าว	3.1750	3.5400	3.1000	3.3400	3.3825	3.3500	3.0426	2.4475
สื่อมวลชนไทย นำเสนอข่าวสาร โดยคำนึงถึง สิทธิความเป็น ส่วนตัวของผู้ที่ ตกเป็นข่าว	3.1800	3.5200	3.1625	3.2800	3.3325	3.4000	2.9525	2.2707
สื่อมวลชนไทยมี ความน่าเชื่อถือ	3.0913	3.4625	3.1675	3.3725	3.4325	3.2875	2.9950	2.4862
สื่อมวลชนไทยมี ความรับผิดชอบ	3.0837	3.4575	3.1825	3.3550	3.3600	3.3025	2.9750	2.3149
สื่อมวลชนไทยมี มาตรฐานทาง จริยธรรม	3.1250	3.5025	3.1750	3.3200	3.3900	3.3125	3.0550	2.3867
ผู้ปฏิบัติงานใน วิชาชีพสื่อล้วน แต่มีความรู้ ความสามารถ	3.4613	3.5975	3.6300	3.5000	3.5425	3.4525	3.3900	2.8343
สื่อมวลชนไทยมี กระบวนการการ หาข้อมูลที่มี ประสิทธิภาพ	3.3838	3.5675	3.5100	3.4725	3.5550	3.4386	3.2531	2.7459

ความคิดเห็นฯ	กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	ภาค กลาง	ภาคเหนือ	ภาค ตะวันออก เฉียง เหนือ	ภาค ตะวัน ออก	ภาค ตะวันตก	ภาคใต้	จากสื่อ ออนไลน์
สื่อมวลชนไทยมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี	3.2162	3.6000	3.2875	3.3775	3.3675	3.4010	3.0225	2.4033
สื่อมวลชนไทยสามารถนำเสนอข่าวสารที่ทันสมัย รวดเร็ว และเกาะติดสถานการณ์	3.7675	3.8800	3.9325	3.7100	3.8900	3.7350	3.7875	3.5249
สื่อมวลชนไทยสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม	3.3300	3.7025	3.4575	3.4550	3.4650	3.4175	3.2425	2.4972
ประชาชนสามารถเลือกเปิดรับสื่อได้อย่างอิสระ	3.7550	3.8275	3.7600	3.7225	3.8875	3.7475	3.7775	3.4254
เมื่อเกิดความไม่พอใจการทำงานของสื่อมวลชนประชาชนสามารถร้องเรียนได้	3.5825	3.7050	3.6800	3.4150	3.6875	3.5000	3.5375	2.9061
มีองค์กรกำกับดูแลสื่อซึ่งสามารถ	3.6025	3.6850	3.7250	3.5400	3.6550	3.6125	3.5325	2.8674

ความคิดเห็นฯ	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันตก	ภาคใต้	จากสื่อออนไลน์
ตรวจสอบสื่อและรับเรื่องร้องเรียนเพื่อติดตาม								
Valid N (listwise)	800	400	400	400	400	399	397	181

ลำดับความคิดเห็นต่อสื่อมวลชนไทยในปัจจุบันจำแนกตามภาค/พื้นที่

กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

- **จากลำดับความคิดเห็นต่อสื่อมวลชน พบว่าความคิดเห็น 5 อันดับแรก ได้แก่**
  - ลำดับที่ 1 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยสามารถนำเสนอข่าวสารที่ทันสมัย รวดเร็ว และเกาะติดสถานการณ์ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.7675
  - อันดับที่ 2 ได้แก่ ประชาชนสามารถเลือกเปิดรับสื่อได้อย่างอิสระ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.7550
  - อันดับที่ 3 ได้แก่ มีองค์กรกำกับดูแลสื่อซึ่งสามารถตรวจสอบสื่อและรับเรื่องร้องเรียนเพื่อติดตาม ด้วยค่าเฉลี่ย 3.6025
  - และอันดับที่ 3 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารและความคิดเห็นที่หลากหลาย ด้วยค่าเฉลี่ย 3.6025
  - อันดับที่ 5 ได้แก่ เมื่อเกิดความไม่พอใจการทำงานของสื่อมวลชน ประชาชนสามารถร้องเรียนได้ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.5825
- **ลำดับความคิดเห็นต่อสื่อมวลชน พบว่าความคิดเห็น 5 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
  - ลำดับที่ 29 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยมีการแยกเนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริงกับความคิดเห็นจากแหล่งข่าว ด้วยค่าเฉลี่ย 3.1750
  - อันดับที่ 30 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารที่เที่ยงตรง ยุติธรรม และตรงไปตรงมา ด้วยค่าเฉลี่ย 3.1575

- อันดับที่ 31 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยมีมาตรฐานทางจริยธรรม ด้วยค่าเฉลี่ย 3.1250
- อันดับที่ 32 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยมีความน่าเชื่อถือ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.0913
- อันดับที่ 33 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยมีความรับผิดชอบ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.0837

ภาคกลาง

- **จากลำดับความคิดเห็นต่อสื่อมวลชน พบว่าความคิดเห็น 5 อันดับแรก ได้แก่**
  - ลำดับที่ 1 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยสามารถนำเสนอข่าวสารที่ทันสมัย รวดเร็ว และเกาะติดสถานการณ์ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.8800
  - อันดับที่ 2 ได้แก่ ประชาชนสามารถเลือกเปิดรับสื่อได้อย่างอิสระ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.8275
  - อันดับที่ 3 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารที่ส่งเสริมจริยธรรมและคุณค่าอันดีงามของสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 3.7650
  - อันดับที่ 4 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารและความคิดเห็นที่หลากหลาย ด้วยค่าเฉลี่ย 3.7600
  - อันดับที่ 5 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยเป็นเวทีกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ด้วยค่าเฉลี่ย 3.7400
- **ลำดับความคิดเห็นต่อสื่อมวลชน พบว่าความคิดเห็น 5 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
  - ลำดับที่ 29 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 3.4725
  - อันดับที่ 30 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยมีความน่าเชื่อถือ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.4625
  - อันดับที่ 31 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยมีความรับผิดชอบ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.4575
  - อันดับที่ 32 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยไม่นำเสนอเนื้อหาที่ตอกย้ำให้ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งรู้สึกว่าตนเองเป็นผู้แพ้โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวกับประชาธิปไตย ด้วยค่าเฉลี่ย 3.4350
  - อันดับที่ 33 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.4275

ภาคเหนือ

- **จากลำดับความคิดเห็นต่อสื่อมวลชน พบว่าความคิดเห็น 5 อันดับแรก ได้แก่**
    - ลำดับที่ 1 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยสามารถนำเสนอข่าวสารที่ทันสมัย รวดเร็ว และเกาะติดสถานการณ์ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.9325
    - อันดับที่ 2 ได้แก่ ประชาชนสามารถเลือกเปิดรับสื่อได้อย่างอิสระ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.7600
    - อันดับที่ 3 ได้แก่ มีองค์กรกำกับดูแลสื่อซึ่งสามารถตรวจสอบสื่อและรับเรื่องร้องเรียนเพื่อติดตาม ด้วยค่าเฉลี่ย 3.7250
    - อันดับที่ 4 ได้แก่ เมื่อเกิดความไม่พอใจการทำงานของสื่อมวลชน ประชาชนสามารถร้องเรียนได้ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.6800
    - อันดับที่ 5 ได้แก่ ผู้ปฏิบัติงานในวิชาชีพสื่อล้วนแต่มีความรู้ ความสามารถ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.6300
- **ลำดับความคิดเห็นต่อสื่อมวลชน พบว่าความคิดเห็น 5 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
    - ลำดับที่ 29 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยไม่นำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 3.1150
    - อันดับที่ 30 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 3.1100
    - อันดับที่ 30 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยมีความเป็นอิสระในการนำเสนอข่าวสาร ด้วยค่าเฉลี่ย 3.1100
    - อันดับที่ 32 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยมีการแยกเนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริงกับความคิดเห็นจากแหล่งข่าว ด้วยค่าเฉลี่ย 3.1000
    - อันดับที่ 33 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารที่เที่ยงตรง ยุติธรรม และตรงไปตรงมา ด้วยค่าเฉลี่ย 2.9600

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

- **จากลำดับความคิดเห็นต่อสื่อมวลชน พบว่าความคิดเห็น 5 อันดับแรก ได้แก่**

- ลำดับที่ 1 ได้แก่ ประชาชนสามารถเลือกเปิดรับสื่อได้อย่างอิสระ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.7225
- อันดับที่ 2 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยสามารถนำเสนอข่าวสารที่ทันสมัย รวดเร็ว และเกาะติดสถานการณ์ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.7100
- อันดับที่ 3 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารและความคิดเห็นที่หลากหลาย ด้วยค่าเฉลี่ย 3.6975
- อันดับที่ 4 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยเป็นเวทีกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ด้วยค่าเฉลี่ย 3.6375
- อันดับที่ 5 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.5625

- **ลำดับความคิดเห็นต่อสื่อมวลชน พบว่าความคิดเห็น 5 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
  - ลำดับที่ 29 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยนำเสนอข้อมูลและเนื้อหาที่ถูกต้อง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.3075
  - อันดับที่ 30 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารโดยคำนึงถึงสิทธิความเป็นส่วนตัวของผู้ที่ตกเป็นข่าว ด้วยค่าเฉลี่ย 3.2800
  - อันดับที่ 31 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.2775
  - อันดับที่ 32 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารที่เที่ยงตรง ยุติธรรม และตรงไปตรงมา ด้วยค่าเฉลี่ย 3.2750
  - อันดับที่ 33 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยไม่นำเสนอเนื้อหาที่ตอกย้ำให้ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งรู้สึกว่าตนเองเป็นผู้แพ้โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวกับประชาธิปไตย ด้วยค่าเฉลี่ย 3.2675

ภาคตะวันออก

- **จากลำดับความคิดเห็นต่อสื่อมวลชน พบว่าความคิดเห็น 5 อันดับแรก ได้แก่**
  - ลำดับที่ 1 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยสามารถนำเสนอข่าวสารที่ทันสมัย รวดเร็ว และเกาะติดสถานการณ์ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.8900

- อันดับที่ 2 ได้แก่ ประชาชนสามารถเลือกเปิดรับสื่อได้อย่างอิสระ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.8875
- อันดับที่ 3 ได้แก่ เมื่อเกิดความไม่พอใจการทำงานของสื่อมวลชน ประชาชนสามารถร้องเรียนได้ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.6875
- อันดับที่ 4 ได้แก่ มีการจัดประเภทรายการที่เหมาะสมในสื่อมวลชนไทย ด้วยค่าเฉลี่ย 3.6600
- อันดับที่ 5 ได้แก่ มีองค์กรกำกับดูแลสื่อซึ่งสามารถตรวจสอบสื่อและรับเรื่องร้องเรียนเพื่อติดตาม ด้วยค่าเฉลี่ย 3.6550

- **ลำดับความคิดเห็นต่อสื่อมวลชน พบว่าความคิดเห็น 5 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
  - ลำดับที่ 29 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยมีความรับผิดชอบ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.3600
  - อันดับที่ 30 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยนำเสนอเนื้อหาที่สามารถสร้างบุคคลต้นแบบ (Role Model) ให้กับสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 3.3500
  - อันดับที่ 31 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารโดยคำนึงถึงสิทธิความเป็นส่วนตัวของผู้ที่ตกเป็นข่าว ด้วยค่าเฉลี่ย 3.3325
  - อันดับที่ 32 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 3.3300
  - อันดับที่ 33 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.2650

ภาคตะวันตก

- **จากลำดับความคิดเห็นต่อสื่อมวลชน พบว่าความคิดเห็น 5 อันดับแรก ได้แก่**
  - ลำดับที่ 1 ได้แก่ ประชาชนสามารถเลือกเปิดรับสื่อได้อย่างอิสระ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.7475
  - อันดับที่ 2 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยสามารถนำเสนอข่าวสารที่ทันสมัย รวดเร็ว และเกาะติดสถานการณ์ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.7350
  - อันดับที่ 3 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารและความคิดเห็นที่หลากหลาย ด้วยค่าเฉลี่ย 3.6575

- อันดับที่ 4 ได้แก่ มีองค์กรกำกับดูแลสื่อซึ่งสามารถตรวจสอบสื่อและรับเรื่องร้องเรียนเพื่อติดตาม ด้วยค่าเฉลี่ย 3.6125
- อันดับที่ 5 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารที่ส่งเสริมจริยธรรมและคุณค่าอันดีงามของสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 3.6050

- **ลำดับความคิดเห็นต่อสื่อมวลชน พบว่าความคิดเห็น 5 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
  - ลำดับที่ 29 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยนำเสนอข้อมูลและเนื้อหาที่ถูกต้อง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.3275
  - อันดับที่ 30 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยมีมาตรฐานทางจริยธรรม ด้วยค่าเฉลี่ย 3.3125
  - อันดับที่ 31 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยมีความรับผิดชอบ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.3025
  - อันดับที่ 32 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารที่เที่ยงตรง ยุติธรรม และตรงไปตรงมา ด้วยค่าเฉลี่ย 3.2900
  - อันดับที่ 33 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยมีความน่าเชื่อถือ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.2875

ภาคใต้

- **จากลำดับความคิดเห็นต่อสื่อมวลชน พบว่าความคิดเห็น 5 อันดับแรก ได้แก่**
  - ลำดับที่ 1 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยสามารถนำเสนอข่าวสารที่ทันสมัย รวดเร็ว และเกาะติดสถานการณ์ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.7875
  - อันดับที่ 2 ได้แก่ ประชาชนสามารถเลือกเปิดรับสื่อได้อย่างอิสระ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.7775
  - อันดับที่ 3 ได้แก่ เมื่อเกิดความไม่พอใจการทำงานของสื่อมวลชน ประชาชนสามารถร้องเรียนได้ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.5375
  - อันดับที่ 4 ได้แก่ มีองค์กรกำกับดูแลสื่อซึ่งสามารถตรวจสอบสื่อและรับเรื่องร้องเรียนเพื่อติดตาม ด้วยค่าเฉลี่ย 3.5325
  - อันดับที่ 5 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.5000

- **ลำดับความคิดเห็นต่อสื่อมวลชน พบว่าความคิดเห็น 5 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
  - ลำดับที่ 29 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารที่เที่ยงตรง ยุติธรรม และตรงไปตรงมา ด้วยค่าเฉลี่ย 3.0250

- อันดับที่ 30 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี ด้วยค่าเฉลี่ย 3.0225
- อันดับที่ 31 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยมีความน่าเชื่อถือ ด้วยค่าเฉลี่ย 2.9950
- อันดับที่ 32 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยมีความรับผิดชอบ ด้วยค่าเฉลี่ย 2.9750
- อันดับที่ 33 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารโดยคำนึงถึงสิทธิความเป็นส่วนตัวของผู้ที่ตกเป็นข่าว ด้วยค่าเฉลี่ย 2.9525

จากสื่อออนไลน์

- **จากลำดับความคิดเห็นต่อสื่อมวลชน พบว่าความคิดเห็น 5 อันดับแรก ได้แก่**
  - ลำดับที่ 1 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยสามารถนำเสนอข่าวสารที่ทันสมัย รวดเร็ว และเกาะติดสถานการณ์ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.5249
  - อันดับที่ 2 ได้แก่ ประชาชนสามารถเลือกเปิดรับสื่อได้อย่างอิสระ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.4254
  - อันดับที่ 3 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารและความคิดเห็นที่หลากหลาย ด้วยค่าเฉลี่ย 3.0552
  - อันดับที่ 4 ได้แก่ ประชาชนสามารถนำเสนอความคิดเห็นและแนวคิดใหม่ๆของตนเองผ่านสื่อต่างๆได้ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.0442
  - อันดับที่ 5 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ด้วยค่าเฉลี่ย 2.9779
- **ลำดับความคิดเห็นต่อสื่อมวลชน พบว่าความคิดเห็น 5 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
  - ลำดับที่ 29 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยมีมาตรฐานทางจริยธรรม ด้วยค่าเฉลี่ย 2.3867
  - อันดับที่ 30 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารที่เที่ยงตรง ยุติธรรม และตรงไปตรงมา ด้วยค่าเฉลี่ย 2.3757
  - อันดับที่ 31 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง ด้วยค่าเฉลี่ย 2.3536
  - อันดับที่ 32 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยมีความรับผิดชอบ ด้วยค่าเฉลี่ย 2.3149
  - อันดับที่ 33 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารโดยคำนึงถึงสิทธิความเป็นส่วนตัวของผู้ที่ตกเป็นข่าว ด้วยค่าเฉลี่ย 2.2707

5.3 ความคิดเห็นของผู้บริโภคสื่อจำแนกตามมิติของกรอบแนวคิดบรรทัดฐานสื่อ

ผลจากการสำรวจแสดงให้เห็นว่ามิติที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ "มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม" ค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ "มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ" และมิติที่ได้ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ "มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชน"

ตารางที่ 26 ความคิดเห็นของผู้บริโภคสื่อจำแนกตามมิติของกรอบแนวคิดบรรทัดฐานสื่อ

ความคิดเห็นต่อสื่อภายใต้มิติเรื่อง	N	Mean	Std. Deviation
มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม	3381	3.4245	.72337
มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ	3381	3.3777	.71236
มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชน	3381	3.3179	.78088

- **จากความคิดเห็นตามกรอบแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานสื่อ ผู้บริโภคสื่อให้คะแนนมิติความคิดเห็น ดังนี้**
  - ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 3.4245
  - ค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 3.3777
  - ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชน ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 3.3179

5.4 ความคิดเห็นตามมิติของกรอบแนวคิดบรรทัดฐานสื่อ จำแนกตามภาค

ภาคกลางให้คะแนนความคิดเห็นสูงที่สุดในทุกมิติเมื่อเทียบกับภาคอื่นๆ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามจากสื่อออนไลน์ให้คะแนนความคิดเห็นน้อยที่สุดในทุกมิติเมื่อเทียบกับภาคอื่นๆ

นอกจากนี้ โดยรวมทุกภาค "มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม" จะได้ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ในขณะที่ค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ "มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ" และมิติที่ได้ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ "มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชน" ยกเว้นภาคตะวันออกที่ "มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ" ได้ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ "มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม" และมิติที่ได้ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ "มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชน"

ตารางที่ 27 ความคิดเห็นของผู้บริโภคสื่อจำแนกตามมิติของกรอบแนวคิดบรรทัดฐานสื่อ จำแนกตามภาค

ความคิดเห็นภายใต้มิติเรื่อง	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันตก	ภาคใต้	จากสื่อออนไลน์
มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ	3.3354	3.6105	3.3713	3.4519	3.5311	3.4425	3.2513	2.6979
มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม	3.3911	3.6278	3.4692	3.4553	3.4992	3.5092	3.3506	2.7680
มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชน	3.3234	3.5294	3.2878	3.3541	3.4500	3.4141	3.1964	2.5760
Valid N (listwise)	800	400	400	400	400	400	400	181

กรุงเทพฯ และปริมณฑล

- **จากความคิดเห็นตามกรอบแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานสื่อ ผู้บริโภคสื่อให้คะแนนมิติความคิดเห็น ดังนี้**
  - ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 3.3911
  - ค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 3.3354

- ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องความปลอดภัย ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 3.3234

ภาคกลาง

- **จากความคิดเห็นตามกรอบแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานสื่อ ผู้บริโภคสื่อให้คะแนนมิติความคิดเห็น ดังนี้**
  - ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 3.6278
  - ค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 3.6105
  - ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องความปลอดภัย ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 3.5294

ภาคเหนือ

- **จากความคิดเห็นตามกรอบแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานสื่อ ผู้บริโภคสื่อให้คะแนนมิติความคิดเห็น ดังนี้**
  - ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 3.4692
  - ค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 3.3713
  - ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชน ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 3.2878

ภาคตะวันออก เฉียง เหนือ

- **จากความคิดเห็นตามกรอบแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานสื่อ ผู้บริโภคสื่อให้คะแนนมิติความคิดเห็น ดังนี้**
  - ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 3.4553
  - ค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 3.4519
  - ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชน ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 3.3541

ภาคตะวันออก

- **จากความคิดเห็นตามกรอบแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานสื่อ ผู้บริโภคสื่อให้คะแนนมิติความคิดเห็น ดังนี้**
    - ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 3.5311
    - ค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 3.4992
    - ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชน ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 3.4500

ภาคตะวันตก

- **จากความคิดเห็นตามกรอบแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานสื่อ ผู้บริโภคสื่อให้คะแนนมิติความคิดเห็น ดังนี้**
    - ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 3.5092
    - ค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 3.4425
    - ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชน ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 3.4141

ภาคใต้

- **จากความคิดเห็นตามกรอบแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานสื่อ ผู้บริโภคสื่อให้คะแนนมิติความคิดเห็น ดังนี้**
    - ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 3.3506
    - ค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 3.2513
    - ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชน ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 3.1964

จากสื่อออนไลน์

- **จากความคิดเห็นตามกรอบแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานสื่อ ผู้บริโภคสื่อให้คะแนนมิติความคิดเห็น ดังนี้**
  - ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 2.7680
  - ค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ โครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 2.6979
  - ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชน ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 2.5760

ตอนที่ 6 ความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติ

6.1 **ความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติ (ภาพรวม)**

ตารางที่ 28 ค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติ (ภาพรวม)

ความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติ	N	Mean	Std. Deviation
สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี	3355	4.3192	.86078
สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารที่ทันสมัย รวดเร็ว และ เกาะติดสถานการณ์	3355	4.3162	.86049
สื่อมวลชนไทยควรมีกระบวนการการหาข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ	3355	4.3159	.85207
สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม	3354	4.3059	.86247
สื่อมวลชนไทยควรมีความรับผิดชอบ	3355	4.3058	.88623
ประชาชนควรจะสามารถเลือกเปิดรับสื่อได้อย่างอิสระ	3355	4.3019	.86940

สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอข้อมูลและเนื้อหาที่ถูกต้อง	3355	4.2963	.87015
สื่อมวลชนไทยควรมีมาตรฐานทางจริยธรรม	3355	4.2951	.87975
สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอข่าวสารที่เที่ยงตรง ยุติธรรม และตรงไปตรงมา	3355	4.2942	.89832
ผู้ปฏิบัติงานในวิชาชีพสื่อควรมีความรู้ความสามารถ	3355	4.2844	.87650
สื่อมวลชนไทยควรมีความน่าเชื่อถือ	3355	4.2748	.89066
เมื่อเกิดความไม่พอใจการทำงานของสื่อมวลชน ประชาชนควรจะสามารถร้องเรียนได้	3355	4.2680	.86922
ควรมีองค์กรกำกับดูแลสื่อซึ่งสามารถตรวจสอบสื่อและรับเรื่องร้องเรียนเพื่อติดตามดูแลสื่อ	3355	4.2581	.87441
สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่เป็นสาระ ความรู้ เพียงพอ	3355	4.2486	.86070
สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ	3355	4.2370	.86484
สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง	3355	4.2322	.91469
สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอข่าวสารที่ส่งเสริมจริยธรรมและคุณค่าอันดีงามของสังคม	3355	4.2271	.87142
สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอเนื้อหาที่ตอกย้ำให้ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งรู้สึกว่าตนเองเป็นผู้แพ้โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวกับประชาธิปไตย	3355	4.2209	.89678
สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่สร้างค่านิยมที่ถูกต้องให้กับสังคม	3355	4.2134	.87692

สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่สร้างพื้นฐานความรู้ที่ดีในเรื่องประชาธิปไตย	3355	4.2075	.85705
สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม	3355	4.1580	.94926
ควรมีการจัดประเภทรายการที่เหมาะสมในสื่อมวลชนไทย	3355	4.1577	.88140
สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง	3355	4.1413	.91124
สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอข่าวสารโดยคำนึงถึงสิทธิความเป็นส่วนตัวของผู้ที่ตกเป็นข่าว	3355	4.1168	.92700
สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม	3355	4.1022	.93305
สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอข่าวสารและความคิดเห็นที่หลากหลาย	3355	4.0975	.86182
สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอข่าวที่มีความคิดเห็นจากบุคคลในสังคมอย่างรอบด้าน	3355	4.0927	.88082
สื่อมวลชนควรสนับสนุนให้ประชาชนสามารถนำเสนอความคิดเห็นและแนวคิดใหม่ๆของตนเองผ่านสื่อต่างๆ ได้	3355	4.0799	.86896
สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่สามารถสร้างบุคคลต้นแบบ (Role Model) ให้กับสังคม	3355	4.0683	.89545
สื่อมวลชนไทยควรแยกเนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริงกับความคิดเห็นจากแหล่งข่าว	3355	4.0280	.96531

สื่อมวลชนไทยควรมีความเป็นอิสระในการนำเสนอข่าวสาร	3355	4.0244	.95329
สื่อมวลชนไทยควรสนับสนุนให้ผู้คนมีส่วนร่วมทางการเมืองและสังคม	3354	4.0095	.90294
สื่อมวลชนไทยควรเป็นเวทีกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น	3355	3.9920	.89636
Valid N (listwise)	3353		

- **จากลำดับความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ปกติ พบว่าความคาดหวัง 5 อันดับแรก ได้แก่**
    - อันดับที่ 1 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3192
    - อันดับที่ 2 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารที่ทันสมัย รวดเร็ว และ เกาะติดสถานการณ์ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3162
    - อันดับที่ 3 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีกระบวนการการหาข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3159
    - อันดับที่ 4 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3059
    - อันดับที่ 5 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีความรับผิดชอบ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3058
- **จากลำดับความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ปกติ พบว่าความคาดหวัง 5 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
    - ลำดับที่ 29 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่สามารถสร้างบุคคลต้นแบบ (Role Model) ให้กับสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.0683
    - อันดับที่ 30 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรแยกเนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริงกับความคิดเห็นจากแหล่งข่าว ด้วยค่าเฉลี่ย 4.0280
    - อันดับที่ 31 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีความเป็นอิสระในการนำเสนอข่าวสาร ด้วยค่าเฉลี่ย 4.0244

- อันดับที่ 32 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรสนับสนุนให้ผู้คนมีส่วนร่วมทางการเมืองและสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.0095
- อันดับที่ 33 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรเป็นเวทีกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ด้วยค่าเฉลี่ย 3.9920

6.2 ความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ปกติ จำแนกตามภาค

ตารางที่ 29 ค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติ จำแนกตามภาค

	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันตก	ภาคใต้	จากสื่อออนไลน์
สื่อมวลชนไทยควรเป็นเวทีกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น	4.0762	3.9400	4.1025	4.0825	3.6625	3.9150	4.0125	4.1677
สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอข่าวสารและความคิดเห็นที่หลากหลาย	4.1838	4.0100	4.1825	4.2000	3.8175	3.9825	4.1000	4.4065
สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอข่าวที่มีความคิดเห็นจากบุคคลในสังคมอย่างรอบด้าน	4.2025	3.9975	4.1600	4.1850	3.8525	3.9400	4.1000	4.3548
สื่อมวลชนควรสนับสนุนให้ประชาชนสามารถนำเสนอความคิดเห็นและแนวคิด	4.1487	3.9475	4.1900	4.1775	3.9975	3.9475	4.0300	4.2129

ใหม่ๆของตนเองผ่านสื่อต่างๆได้								
สื่อมวลชนไทยควรมีความเป็นอิสระในการนำเสนอข่าวสาร	4.1087	3.9050	4.1200	4.2150	3.8550	3.8150	4.0250	4.1355
สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ	4.3675	4.0700	4.3625	4.3075	3.8950	4.0875	4.3150	4.5548
สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอข้อมูลและเนื้อหาที่ถูกต้อง	4.4413	4.1325	4.3425	4.3025	4.1650	4.1025	4.3150	4.6258
สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่เป็นสาระ ความรู้เพียงพอ	4.3550	4.0650	4.3375	4.3225	4.0800	4.1000	4.2500	4.5677
สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง	4.3100	4.1150	4.2425	4.2875	4.1675	4.0750	4.2475	4.4968
สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่สร้างพื้นฐานความรู้ที่ดีในเรื่องประชาธิปไตย	4.3075	4.1100	4.3425	4.3250	3.9225	3.9625	4.2625	4.5161
สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่สามารถสร้างบุคคล	4.1125	3.8750	4.1975	4.2725	3.8275	3.9400	4.1200	4.2968

ต้นแบบ (Role Model) ให้กับสังคม								
สื่อมวลชนไทยควรสนับสนุนให้ผู้คนมีส่วนร่วมทางการเมืองและสังคม	4.0537	3.8675	4.1275	4.1850	3.7575	3.8750	4.0652	4.2452
ควรมีการจัดประเภทรายการที่เหมาะสมในสื่อมวลชนไทย	4.1887	4.0925	4.2825	4.2675	4.0100	4.0250	4.1325	4.3484
สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอข่าวสารที่ส่งเสริมจริยธรรมและคุณค่าอันดีงามของสังคม	4.3375	4.1300	4.3750	4.3650	3.8475	4.0875	4.2300	4.5032
สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอเนื้อหาที่ตอกย้ำให้ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งรู้สึกว่าตนเองเป็นผู้แพ้โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวกับประชาธิปไตย	4.3288	4.0650	4.2825	4.3000	4.1625	4.0450	4.1750	4.4258
สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่สร้างค่านิยมที่ถูกต้องให้กับสังคม	4.3388	4.1025	4.3800	4.3100	3.8625	4.0675	4.1925	4.5097
สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอ	4.2625	4.1825	4.2000	4.1925	3.9725	3.9975	4.1375	4.3032

ข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม								
สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง	4.2487	4.0100	4.3550	4.2675	3.7400	4.0425	4.1775	4.2452
สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม	4.1988	4.0675	4.2775	4.2200	3.7450	3.9425	4.1250	4.2129
สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอข่าวสารที่เที่ยงตรง ยุติธรรม และตรงไปตรงมา	4.4238	4.1525	4.4400	4.2875	4.1000	4.0875	4.3125	4.6194
สื่อมวลชนไทยควรแยกเนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริงกับความคิดเห็นจากแหล่งข่าว	4.0925	3.9825	4.0450	4.1450	3.7975	3.8575	4.0500	4.4452
สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอข่าวสารโดยคำนึงถึงสิทธิความเป็นส่วนตัวของผู้ที่ตกเป็นข่าว	4.2250	4.0325	4.1450	4.2775	3.8975	3.8975	4.1100	4.4387
สื่อมวลชนไทยควรมีความน่าเชื่อถือ	4.3987	4.1600	4.3625	4.3150	4.1275	4.0800	4.2300	4.6000

สื่อมวลชนไทยควรมีความรับผิดชอบ	4.4150	4.1325	4.4225	4.3250	4.1125	4.1750	4.3250	4.6258
สื่อมวลชนไทยควรมีมาตรฐานทางจริยธรรม	4.4075	4.1225	4.4075	4.3700	4.0425	4.1275	4.3450	4.6323
ผู้ปฏิบัติงานในวิชาชีพสื่อควรมีความรู้ความสามารถ	4.4012	4.0975	4.4225	4.3750	4.0425	4.1225	4.3200	4.5226
สื่อมวลชนไทยควรมีกระบวนการการหาข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ	4.4025	4.1925	4.4425	4.3575	4.1500	4.1175	4.3625	4.5742
สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี	4.3988	4.1925	4.4350	4.3450	4.2175	4.1200	4.3400	4.5935
สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารที่ทันสมัยรวดเร็ว และเกาะติดสถานการณ์	4.4087	4.1450	4.4750	4.3775	4.1900	4.0725	4.3500	4.5806
สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม	4.4113	4.1275	4.4600	4.3600	4.1975	4.0800	4.2957	4.5742
ประชาชนควรจะสามารถเลือก	4.4163	4.1650	4.5025	4.3275	4.1575	4.0175	4.3200	4.5419

เปิดรับสื่อได้อย่างอิสระ								
เมื่อเกิดความไม่พอใจการทำงานของสื่อมวลชนประชาชนควรจะสามารถร้องเรียนได้	4.3625	4.1550	4.4400	4.2650	4.1075	4.0100	4.3275	4.5613
ควรมีองค์กรกำกับดูแลสื่อซึ่งสามารถตรวจสอบสื่อและรับเรื่องร้องเรียนเพื่อติดตามดูแลสื่อ	4.3662	4.1425	4.4375	4.2825	4.0675	3.9900	4.3050	4.5355
Valid N (listwise)	800	400	400	400	400	400	398	155

กรุงเทพฯ และปริมณฑล

- **จากลำดับความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ปกติ พบว่าความคาดหวัง 5 อันดับแรก ได้แก่**
  - อันดับที่ 1 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอข้อมูลและเนื้อหาที่ถูกต้อง ด้วยค่าเฉลี่ย 4.4413
  - อันดับที่ 2 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอข่าวสารที่เที่ยงตรง ยุติธรรม และตรงไปตรงมา ด้วยค่าเฉลี่ย 4.4238
  - อันดับที่ 3 ได้แก่ ประชาชนควรจะสามารถเลือกเปิดรับสื่อได้อย่างอิสระ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.4163
  - อันดับที่ 4 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีความรับผิดชอบ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.4150
  - อันดับที่ 5 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.4113

- **จากลำดับความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ปกติ พบว่าความคาดหวัง 5 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
    - อันดับที่ 29 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่สามารถสร้างบุคคลต้นแบบ (Role Model) ให้กับสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1125
    - อันดับที่ 30 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีความเป็นอิสระในการนำเสนอข่าวสาร ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1087
    - อันดับที่ 31 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรแยกเนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริงกับความคิดเห็นจากแหล่งข่าว ด้วยค่าเฉลี่ย 4.0925
    - อันดับที่ 32 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรเป็นเวทีกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ด้วยค่าเฉลี่ย 4.0762
    - อันดับที่ 33 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรสนับสนุนให้ผู้คนมีส่วนร่วมทางการเมืองและสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.0537

ภาคกลาง

- **จากลำดับความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ปกติ พบว่าความคาดหวัง 5 อันดับแรก ได้แก่**
    - อันดับที่ 1 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีกระบวนการการหาข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1925
    - อันดับที่ 1 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1925
    - อันดับที่ 3 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1825
    - อันดับที่ 4 ได้แก่ ประชาชนควรจะสามารถเลือกเปิดรับสื่อได้อย่างอิสระ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1650
    - อันดับที่ 5 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีความน่าเชื่อถือ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1600
- **จากลำดับความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ปกติ พบว่าความคาดหวัง 5 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
    - อันดับที่ 29 ได้แก่ สื่อมวลชนควรสนับสนุนให้ประชาชนสามารถนำเสนอความคิดเห็นและแนวคิดใหม่ๆของตนเองผ่านสื่อต่างๆได้ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.9475

- อันดับที่ 30 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรเป็นเวทีกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ด้วยค่าเฉลี่ย 3.9400
- อันดับที่ 31 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีความเป็นอิสระในการนำเสนอข่าวสาร ด้วยค่าเฉลี่ย 3.9050
- อันดับที่ 32 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่สามารถสร้างบุคคลต้นแบบ (Role Model) ให้กับสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 3.8750
- อันดับที่ 33 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรสนับสนุนให้ผู้คนมีส่วนร่วมทางการเมืองและสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 3.8675

ภาคเหนือ

- **จากลำดับความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ปกติ พบว่าความคาดหวัง 5 อันดับแรก ได้แก่**
  - อันดับที่ 1 ได้แก่ ประชาชนควรจะสามารถเลือกเปิดรับสื่อได้อย่างอิสระ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.5025
  - อันดับที่ 2 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารที่ทันสมัย รวดเร็ว และ เกาะติดสถานการณ์ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.4750
  - อันดับที่ 3 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.4600
  - อันดับที่ 4 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีกระบวนการการหาข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.4425
  - อันดับที่ 5 ได้แก่ เมื่อเกิดความไม่พอใจการทำงานของสื่อมวลชน ประชาชนควรจะสามารถร้องเรียนได้ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.4400
- **จากลำดับความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ปกติ พบว่าความคาดหวัง 5 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
  - อันดับที่ 29 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอข่าวสารโดยคำนึงถึงสิทธิความเป็นส่วนตัวของผู้ที่ตกเป็นข่าว ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1450
  - อันดับที่ 30 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรสนับสนุนให้ผู้คนมีส่วนร่วมทางการเมืองและสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1275

- อันดับที่ 31 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีความเป็นอิสระในการนำเสนอข่าวสาร ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1200
- อันดับที่ 32 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรเป็นเวทีกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1025
- อันดับที่ 33 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรแยกเนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริงกับความคิดเห็นจากแหล่งข่าว ด้วยค่าเฉลี่ย 4.0450

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

- **จากลำดับความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ปกติ พบว่าความคาดหวัง 5 อันดับแรก ได้แก่**
  - อันดับที่ 1 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารที่ทันสมัย รวดเร็ว และ เกาะติดสถานการณ์ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3775
  - อันดับที่ 2 ได้แก่ ผู้ปฏิบัติงานในวิชาชีพสื่อควรมีความรู้ ความสามารถ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3750
  - อันดับที่ 3 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีมาตรฐานทางจริยธรรม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3700
  - อันดับที่ 4 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอข่าวสารที่ส่งเสริมจริยธรรมและคุณค่าอันดีงามของสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3650
  - อันดับที่ 5 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3600
- **จากลำดับความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ปกติ พบว่าความคาดหวัง 5 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
  - อันดับที่ 29 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอข่าวที่มีความคิดเห็นจากบุคคลในสังคมอย่างรอบด้าน ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1850
  - อันดับที่ 29 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอข่าวที่มีความคิดเห็นจากบุคคลในสังคมอย่างรอบด้าน ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1850

- อันดับที่ 31 ได้แก่ สื่อมวลชนควรสนับสนุนให้ประชาชนสามารถนำเสนอความคิดเห็นและแนวคิดใหม่ๆของตนเองผ่านสื่อต่างๆได้ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1775
- อันดับที่ 32 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรแยกเนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริงกับความคิดเห็นจากแหล่งข่าว ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1450
- อันดับที่ 33 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรเป็นเวทีกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ด้วยค่าเฉลี่ย 4.0825

ภาคตะวันออก

- **จากลำดับความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ปกติ พบว่าความคาดหวัง 5 อันดับแรก ได้แก่**
  - อันดับที่ 1 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.2175
  - อันดับที่ 2 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1975
  - อันดับที่ 3 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารที่ทันสมัย รวดเร็ว และ เกาะติดสถานการณ์ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1900
  - อันดับที่ 4 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1675
  - อันดับที่ 5 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอข้อมูลและเนื้อหาที่ถูกต้อง ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1650
- **จากลำดับความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ปกติ พบว่าความคาดหวัง 5 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
  - อันดับที่ 29 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรแยกเนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริงกับความคิดเห็นจากแหล่งข่าว ด้วยค่าเฉลี่ย 3.7975
  - อันดับที่ 30 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรสนับสนุนให้ผู้คนมีส่วนร่วมทางการเมืองและสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 3.7575

- อันดับที่ 31 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 3.7450
- อันดับที่ 32 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.7400
- อันดับที่ 33 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรเป็นเวทีกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ด้วยค่าเฉลี่ย 3.6625

ภาคตะวันตก

- **จากลำดับความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ปกติ พบว่าความคาดหวัง 5 อันดับแรก ได้แก่**
  - อันดับที่ 1 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีความรับผิดชอบ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1750
  - อันดับที่ 2 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีมาตรฐานทางจริยธรรม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1275
  - อันดับที่ 3 ได้แก่ ผู้ปฏิบัติงานในวิชาชีพสื่อควรมีความรู้ ความสามารถ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1225
  - อันดับที่ 4 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1200
  - อันดับที่ 5 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีกระบวนการการหาข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1175
- **จากลำดับความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ปกติ พบว่าความคาดหวัง 5 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
  - อันดับที่ 29 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรเป็นเวทีกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ด้วยค่าเฉลี่ย 3.9150
  - อันดับที่ 30 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอข่าวสารโดยคำนึงถึงสิทธิความเป็นส่วนตัวของผู้ที่ตกเป็นข่าว ด้วยค่าเฉลี่ย 3.8975

- อันดับที่ 31 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรสนับสนุนให้ผู้คนมีส่วนร่วมทางการเมืองและสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 3.8750
- อันดับที่ 32 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรแยกเนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริงกับความคิดเห็นจากแหล่งข่าว ด้วยค่าเฉลี่ย 3.8575
- อันดับที่ 33 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีความเป็นอิสระในการนำเสนอข่าวสาร ด้วยค่าเฉลี่ย 3.8150

ภาคใต้

- **จากลำดับความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ปกติ พบว่าความคาดหวัง 5 อันดับแรก ได้แก่**
  - อันดับที่ 1 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีกระบวนการการหาข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3625
  - อันดับที่ 2 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารที่ทันสมัย รวดเร็ว และ เกาะติดสถานการณ์ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3500
  - อันดับที่ 3 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีมาตรฐานทางจริยธรรม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3450
  - อันดับที่ 4 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3400
  - อันดับที่ 5 ได้แก่ เมื่อเกิดความไม่พอใจการทำงานของสื่อมวลชน ประชาชนควรจะสามารถร้องเรียนได้ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3275
- **จากลำดับความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ปกติ พบว่าความคาดหวัง 5 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
  - อันดับที่ 29 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรสนับสนุนให้ผู้คนมีส่วนร่วมทางการเมืองและสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.0652
  - อันดับที่ 30 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรแยกเนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริงกับความคิดเห็นจากแหล่งข่าว ด้วยค่าเฉลี่ย 4.0500
  - อันดับที่ 31 ได้แก่ สื่อมวลชนควรสนับสนุนให้ประชาชนสามารถนำเสนอความคิดเห็นและแนวคิดใหม่ๆของตนเองผ่านสื่อต่างๆได้ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.0300

- อันดับที่ 32 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีความเป็นอิสระในการนำเสนอข่าวสาร ด้วยค่าเฉลี่ย 4.0250
- อันดับที่ 33 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรเป็นเวทีกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ด้วยค่าเฉลี่ย 4.0125

จากสื่อออนไลน์

- **จากลำดับความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ปกติ พบว่าความคาดหวัง 5 อันดับแรก ได้แก่**
  - อันดับที่ 1 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีมาตรฐานทางจริยธรรม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.6323
  - อันดับที่ 2 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอข้อมูลและเนื้อหาที่ถูกต้อง ด้วยค่าเฉลี่ย 4.6258
  - อันดับที่ 2 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีความรับผิดชอบ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.6258
  - อันดับที่ 4 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอข่าวสารที่เที่ยงตรง ยุติธรรม และตรงไปตรงมา ด้วยค่าเฉลี่ย 4.6194
  - อันดับที่ 5 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีความน่าเชื่อถือ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.6000
- **จากลำดับความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ปกติ พบว่าความคาดหวัง 5 อันดับสุดท้าย ได้แก่**
  - อันดับที่ 29 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรสนับสนุนให้ผู้คนมีส่วนร่วมทางการเมืองและสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.2452
  - อันดับที่ 30 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.2129
  - อันดับที่ 30 ได้แก่ สื่อมวลชนควรสนับสนุนให้ประชาชนสามารถนำเสนอความคิดเห็นและแนวคิดใหม่ๆของตนเองผ่านสื่อต่างๆได้ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.2129
  - อันดับที่ 32 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรเป็นเวทีกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1677
  - อันดับที่ 33 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีความเป็นอิสระในการนำเสนอข่าวสาร ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1355

6.3 ความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติ ตามมิติของกรอบแนวคิดบรรทัดฐานสื่อ (ภาพรวม)

ผลจากการสำรวจแสดงให้เห็นว่ามิติที่ได้รับคะแนนความคาดหวังเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ "มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ" ค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ "มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชน" และมิติที่ได้ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ "มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม"

ตารางที่ 30 ค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติ ตามมิติของกรอบแนวคิดบรรทัดฐานสื่อ (ภาพรวม)

ความคาดหวังภายใต้มิติเรื่อง	N	Mean	Std. Deviation
มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ	3355	4.2319	.66740
มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชนและสังคม	3355	4.1872	.67661
มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม	3355	4.1426	.67606
Valid N (listwise)	3355		

- **จากความคาดหวังตามกรอบแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานสื่อ ผู้บริโภคสื่อให้คะแนนมิติความคาดหวัง ดังนี้**
  - ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ มิติเรื่อง โครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 4.2319
  - ค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ มิติเรื่องมิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชน ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 4.1872
  - ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 4.1426

6.4 ความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติ ตามมิติของกรอบแนวคิดบรรทัดฐานสื่อ จำแนกตามภาค

ผู้ตอบแบบสอบถามจากสื่อออนไลน์ให้คะแนนความคาดหวังสูงที่สุดในทุกมิติเมื่อเทียบกับภาคอื่นๆ ในขณะที่ภาคตะวันตกให้คะแนนความคาดหวังน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับภาคอื่นๆใน "มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ" ภาคตะวันออกให้คะแนนความคาดหวังน้อยที่สุด

เมื่อเทียบกับภาคอื่นๆ ใน "มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม" และ "มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชน"

ผลจากการสำรวจในแต่ละภาคตรงกันและแสดงให้เห็นว่ามิติที่ได้รับคะแนนความคาดหวังเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ "มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ" ค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ "มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชน" และมิติที่ได้ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ "มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม"

ตารางที่ 31 ค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติ ตามมิติของกรอบแนวคิดบรรทัดฐานสื่อ จำแนกตามภาค

ความคาดหวังภายใต้มิติเรื่อง	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันตก	ภาคใต้	จากสื่อออนไลน์
มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ	4.3313	4.1005	4.3439	4.2972	4.0522	4.0452	4.2453	4.5113
มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม	4.2331	4.0119	4.2683	4.2608	3.8725	3.9981	4.1641	4.3971
มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชน	4.2878	4.0963	4.2975	4.2616	3.9825	4.0000	4.2006	4.4024
Valid N (listwise)	800	400	400	400	400	400	400	155

กรุงเทพฯ และปริมณฑล

- **จากความคาดหวังตามกรอบแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานสื่อ ผู้บริโภคสื่อให้คะแนนมิติความคาดหวัง ดังนี้**
    - ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 4.3313
    - ค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชน ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 4.2878
    - ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 4.2331

ภาคกลาง

- **จากความคาดหวังตามกรอบแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานสื่อ ผู้บริโภคสื่อให้คะแนนมิติความคาดหวัง ดังนี้**
    - ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 4.1005
    - ค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชน ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 4.0963
    - ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 4.0119

ภาคเหนือ

- **จากความคาดหวังตามกรอบแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานสื่อ ผู้บริโภคสื่อให้คะแนนมิติความคาดหวัง ดังนี้**
    - ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 4.3439
    - ค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชน ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 4.2975
    - ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 4.2683

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

- **จากความคาดหวังตามกรอบแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานสื่อ ผู้บริโภคสื่อให้คะแนนมิติความคาดหวัง ดังนี้**
    - ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 4.2972
    - ค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชน ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 4.2616
    - ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 4.2608

ภาคตะวันออก

- **จากความคาดหวังตามกรอบแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานสื่อ ผู้บริโภคสื่อให้คะแนนมิติความคาดหวัง ดังนี้**
    - ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 4.0522
    - ค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชน ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 3.9825
    - ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 3.8725

ภาคตะวันตก

- **จากความคาดหวังตามกรอบแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานสื่อ ผู้บริโภคสื่อให้คะแนนมิติความคาดหวัง ดังนี้**
    - ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 4.0452
    - ค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชน ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 4.0000
    - ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 3.9981

ภาคใต้

- **จากความคาดหวังตามกรอบแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานสื่อ ผู้บริโภคสื่อให้คะแนนมิติความคาดหวัง ดังนี้**
    - ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 4.2453
    - ค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชน ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 4.2006
    - ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 4.1641

จากสื่อออนไลน์

- **จากความคาดหวังตามกรอบแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานสื่อ ผู้บริโภคสื่อให้คะแนนมิติความคาดหวัง ดังนี้**
    - ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 4.5113
    - ค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชน ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 4.4024
    - ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม ด้วยคะแนนค่าเฉลี่ย 4.3971

ตอนที่ 7 ความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง

7.1 **ความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง (ภาพรวม)**

ตารางที่ 32 ค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง (ภาพรวม)

ความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง	N	Mean	Std. Deviation
สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี	3354	4.3527	.88358
สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม	3355	4.3356	.88385

สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง	3355	4.2832	.95188
สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม	3355	4.2671	.97444
สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง	3355	4.2605	.92089
สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม	3355	4.2131	.95776

- **จากลำดับความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง ทั้ง 6 ข้อ พบว่าเรียงตามลำดับความคาดหวัง ได้ดังนี้**
    - อันดับที่ 1 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3527
    - อันดับที่ 2 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3356
    - อันดับที่ 3 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง ด้วยค่าเฉลี่ย 4.2832
    - อันดับที่ 4 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่างๆ ในสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.2671
    - อันดับที่ 5 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง ด้วยค่าเฉลี่ย 4.2605
    - อันดับที่ 6 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.2131

7.2 **ความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง จำแนกตามภาค**

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้คะแนนความคาดหวังภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรงสูงกว่าภาคอื่น ๆ ในประเด็น “สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง” “สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม” “สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง” และ “สื่อมวลชนไทยควรเป็น

ตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม” ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามจากสื่อออนไลน์ให้คะแนนความคาดหวังสูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับภาคอื่น ๆ ในเรื่อง “สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี” และ “สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม”

สำหรับภาคที่ให้คะแนนความคาดหวังภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรงต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับภาคอื่น ๆ ได้แก่ ภาคตะวันตก ในประเด็น “สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง” “สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม” “สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี” และ “สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม” และภาคตะวันออก ในประเด็น “สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง” และ “สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม”

รายละเอียดดังตารางด้านล่าง

ตารางที่ 33 ค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง จำแนกตามภาค

	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคตะวันตก	ภาคใต้	จากสื่อออนไลน์
สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง	4.2538	4.2875	4.3350	4.5075	4.2025	4.1350	4.2475	4.3935
สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม	4.3163	4.2025	4.3150	4.4975	4.1675	4.0900	4.1875	4.3806
สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง	4.3138	4.1625	4.3650	4.5425	3.9675	4.0800	4.3025	4.3548

สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม	4.2375	4.1775	4.3450	4.5375	3.9350	3.9700	4.2150	4.3419
สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี	4.3387	4.2725	4.3750	4.5300	4.2275	4.1600	4.4311	4.7355
สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม	4.3400	4.2600	4.3950	4.5375	4.2475	4.0375	4.4025	4.6581
Valid N (listwise)	800	400	400	400	400	400	399	155

กรุงเทพฯ และปริมณฑล

- **จากลำดับความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง ทั้ง 6 ข้อ พบว่าเรียงตามลำดับความคาดหวัง ได้ดังนี้**
  - อันดับที่ 1 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3400
  - อันดับที่ 2 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3387
  - อันดับที่ 3 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่างๆ ในสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3163
  - อันดับที่ 4 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3138

- อันดับที่ 5 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง ด้วยค่าเฉลี่ย 4.2538
- อันดับที่ 6 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.2375

ภาคกลาง

- **จากลำดับความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง ทั้ง 6 ข้อ พบว่าเรียงตามลำดับความคาดหวัง ได้ดังนี้**
  - อันดับที่ 1 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง ด้วยค่าเฉลี่ย 4.2875
  - อันดับที่ 2 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.2725
  - อันดับที่ 3 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.2600
  - อันดับที่ 4 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่างๆ ในสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.2025
  - อันดับที่ 5 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1775
  - อันดับที่ 6 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1625

ภาคเหนือ

- **จากลำดับความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง ทั้ง 6 ข้อ พบว่าเรียงตามลำดับความคาดหวัง ได้ดังนี้**
  - อันดับที่ 1 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3950
  - อันดับที่ 2 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3750

- อันดับที่ 3 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3650
- อันดับที่ 4 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3450
- อันดับที่ 5 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3350
- อันดับที่ 6 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่างๆ ในสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3150

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

- **จากลำดับความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง ทั้ง 6 ข้อ พบว่าเรียงตามลำดับความคาดหวัง ได้ดังนี้**
  - อันดับที่ 1 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง ด้วยค่าเฉลี่ย 4.5425
  - อันดับที่ 2 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.5375
  - อันดับที่ 3 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.5375
  - อันดับที่ 4 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.5300
  - อันดับที่ 5 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง ด้วยค่าเฉลี่ย 4.5075
  - อันดับที่ 6 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่างๆ ในสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.4975

ภาคตะวันออก

- **จากลำดับความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง ทั้ง 6 ข้อ พบว่าเรียงตามลำดับความคาดหวัง ได้ดังนี้**
  - อันดับที่ 1 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.2475

- อันดับที่ 2 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.2275
- อันดับที่ 3 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง ด้วยค่าเฉลี่ย 4.2025
- อันดับที่ 4 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่างๆ ในสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1675
- อันดับที่ 5 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.9675
- อันดับที่ 6 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 3.9350

ภาคตะวันตก

- **จากลำดับความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง ทั้ง 6 ข้อ พบว่าเรียงตามลำดับความคาดหวัง ได้ดังนี้**
  - อันดับที่ 1 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1600
  - อันดับที่ 2 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1350
  - อันดับที่ 3 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่างๆ ในสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.0900
  - อันดับที่ 4 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง ด้วยค่าเฉลี่ย 4.0800
  - อันดับที่ 5 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.0375
  - อันดับที่ 6 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 3.9700

ภาคใต้

- **จากลำดับความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง ทั้ง 6 ข้อ พบว่าเรียงตามลำดับความคาดหวัง ได้ดังนี้**

- อันดับที่ 1 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.4311
- อันดับที่ 2 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.4025
- อันดับที่ 3 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3025
- อันดับที่ 4 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง ด้วยค่าเฉลี่ย 4.2475
- อันดับที่ 5 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.2150
- อันดับที่ 6 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่างๆ ในสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.1875

จากสื่อออนไลน์

- **จากลำดับความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง ทั้ง 6 ข้อ พบว่าเรียงตามลำดับความคาดหวัง ได้ดังนี้**
  - อันดับที่ 1 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี ด้วยค่าเฉลี่ย 4.7355
  - อันดับที่ 2 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.6581
  - อันดับที่ 3 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3935
  - อันดับที่ 4 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่างๆ ในสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3806
  - อันดับที่ 5 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3548
  - อันดับที่ 6 ได้แก่ สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.3419

ตอนที่ 8 เปรียบเทียบ ความคิดเห็น ความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้ สถานการณ์ปกติและภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง

8.1 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยในปัจจุบันและความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติ เมื่อพิจารณาตามกรอบแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานของสื่อมวลชนไทย

การวิจัยพบว่า ค่าคะแนนความคาดหวังของผู้บริโภคต่อสื่อมวลชนในสถานการณ์ปกติสูงกว่าคะแนนความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริโภคต่อสื่อมวลชนในปัจจุบันอย่างมีนัยสำคัญเชิงสถิติที่ 0.00 ในทุกมิติภายใต้กรอบแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานสื่อ

ตารางที่ 34 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยในปัจจุบันและความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติ (ภาพรวม)

		Mean	t	df	*p*
Pair 1	ความคิดเห็น & ความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ	3.3840-4.2319	-52.981	3354	.000
Pair 2	ความคิดเห็น & ความคาดหวังสื่อภายใต้มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม	3.4300-4.1426	-44.544	3354	.000
Pair 3	ความคิดเห็น & ความคาดหวังต่อสื่อภายใต้มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชนและสังคม	3.3236-4.1872	-50.009	3354	.000

- **จากการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยในปัจจุบันและความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติ พบว่า**
  - ความคิดเห็น และความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00

- ความคิดเห็น และความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวมมีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00
- ความคิดเห็น และความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชนและสังคม มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00

8.2 **เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยในปัจจุบันและความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติ เมื่อพิจารณาตามกรอบแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานของสื่อมวลชนไทย จำแนกตามภาค**

ในทุกภาค พบว่า ค่าความคาดหวังของผู้บริโภคต่อสื่อมวลชนในสถานการณ์ปกติสูงกว่าคะแนนความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริโภคต่อสื่อมวลชนในปัจจุบันอย่างมีนัยสำคัญเชิงสถิติที่ 0.00 ในทุกมิติภายใต้กรอบแนวคิดเรื่องบรรทัดฐานสื่อ

ตารางที่ 35 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยในปัจจุบันและความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติ จำแนกตามภาค

ภาค		Mean	t	df	*p*
กรุงเทพฯ และปริมณฑล					
Pair 1	ความคิดเห็น & ความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ	3.3354-4.3313	-29.614	799	.000
Pair 2	ความคิดเห็น & ความคาดหวังสื่อภายใต้มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม	3.3911-4.2331	-24.561	799	.000
Pair 3	ความคิดเห็น & ความคาดหวังต่อสื่อภายใต้มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชนและสังคม	3.3234-4.2878	-27.170	799	.000
ภาคกลาง					
Pair 1	ความคิดเห็น & ความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงาน	3.6105-4.1005	-12.500	399	.000

ภาค		Mean	t	df	*p*
	ของสื่อ				
Pair 2	ความคิดเห็น & ความคาดหวังสื่อภายใต้มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม	3.6278-4.0119	-10.128	399	.000
Pair 3	ความคิดเห็น & ความคาดหวังต่อสื่อภายใต้มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชนและสังคม	3.5294-4.0963	-13.243	399	.000
ภาคเหนือ					
Pair 1	ความคิดเห็น & ความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ	3.3713-4.3439	-21.923	399	.000
Pair 2	ความคิดเห็น & ความคาดหวังสื่อภายใต้มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม	3.4692-4.2683	-18.261	399	.000
Pair 3	ความคิดเห็น & ความคาดหวังต่อสื่อภายใต้มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชนและสังคม	3.2878-4.2975	-21.194	399	.000
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ					
Pair 1	ความคิดเห็น & ความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ	3.4519-4.2972	-19.691	399	.000
Pair 2	ความคิดเห็น & ความคาดหวังสื่อภายใต้มิติเรื่อง	3.4553-4.2608	-18.584	399	.000

ภาค		Mean	t	df	*p*
	ประโยชน์ของส่วนรวม				
Pair 3	ความคิดเห็น & ความคาดหวังต่อสื่อภายใต้มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชนและสังคม	3.3541-4.2616	-19.913	399	.000
ภาคตะวันออก					
Pair 1	ความคิดเห็น & ความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ	3.5311-4.0522	-12.641	399	.000
Pair 2	ความคิดเห็น & ความคาดหวังสื่อภายใต้มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม	3.4992-3.8725	-9.634	399	.000
Pair 3	ความคิดเห็น & ความคาดหวังต่อสื่อภายใต้มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชนและสังคม	3.4500-3.9825	-12.158	399	.000
ภาคตะวันตก					
Pair 1	ความคิดเห็น & ความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ	3.4425-4.0452	-14.380	399	.000
Pair 2	ความคิดเห็น & ความคาดหวังสื่อภายใต้มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม	3.5092-3.9981	-11.804	399	.000
Pair 3	ความคิดเห็น & ความคาดหวังต่อสื่อภายใต้มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชนและสังคม	3.4141-4.0000	-11.680	399	.000

ภาค		Mean	t	df	*p*
ภาคใต้					
Pair 1	ความคิดเห็น & ความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ	3.2513-4.2453	-21.661	399	.000
Pair 2	ความคิดเห็น & ความคาดหวังสื่อภายใต้มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม	3.3506-4.1641	-16.865	399	.000
Pair 3	ความคิดเห็น & ความคาดหวังต่อสื่อภายใต้มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชนและสังคม	3.1964-4.2006	-19.496	399	.000
จากสื่อออนไลน์					
Pair 1	ความคิดเห็น & ความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ	2.7210-4.5113	-24.286	154	.000
Pair 2	ความคิดเห็น & ความคาดหวังสื่อภายใต้มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม	2.7763-4.3971	-20.622	154	.000
Pair 3	ความคิดเห็น & ความคาดหวังต่อสื่อภายใต้มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชนและสังคม	2.5758-4.4024	-22.743	154	.000

กรุงเทพฯ และปริมณฑล

- **จากการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยในปัจจุบันและความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติ พบว่า**

- ความคิดเห็น และความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00
- ความคิดเห็น และความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวมมีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00
- ความคิดเห็น และความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชนและสังคม มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00

ภาคกลาง

- **จากการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยในปัจจุบันและความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติ พบว่า**
  - ความคิดเห็น และความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00
  - ความคิดเห็น และความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวมมีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00
  - ความคิดเห็น และความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชนและสังคม มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00

ภาคเหนือ

- **จากการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยในปัจจุบันและความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติ พบว่า**
  - ความคิดเห็น และความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00
  - ความคิดเห็น และความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวมมีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00
  - ความคิดเห็น และความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชนและสังคม มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

- **จากการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยในปัจจุบันและความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติ พบว่า**
    - ความคิดเห็น และความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00
    - ความคิดเห็น และความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวมมีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00
    - ความคิดเห็น และความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชนและสังคม มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00

ภาคตะวันออก

- **จากการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยในปัจจุบันและความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติ พบว่า**
    - ความคิดเห็น และความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00
    - ความคิดเห็น และความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวมมีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00
    - ความคิดเห็น และความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชนและสังคม มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00

ภาคตะวันตก

- **จากการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยในปัจจุบันและความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติ พบว่า**
    - ความคิดเห็น และความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00
    - ความคิดเห็น และความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวมมีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00

- ความคิดเห็น และความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชนและสังคม มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00

ภาคใต้

- **จากการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยในปัจจุบันและความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติ พบว่า**
  - ความคิดเห็น และความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00
  - ความคิดเห็น และความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวมมีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00
  - ความคิดเห็น และความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชนและสังคม มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00

จากสื่อออนไลน์

- **จากการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยในปัจจุบันและความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติ พบว่า**
  - ความคิดเห็น และความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00
  - ความคิดเห็น และความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวมมีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00
  - ความคิดเห็น และความคาดหวังภายใต้มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชนและสังคม มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00

8.3 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติและภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง (ภาพรวม)

ความคาดหวังของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติและภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรงมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญเชิงสถิติในทุกข้อคำถาม โดยความคาดหวังของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรงมีคะแนนสูงกว่า

ตารางที่ 36 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติและภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง (ภาพรวม)

ความคาดหวังของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติและภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง		Mean	t	df	*p*
Pair 1	สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง - สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง	4.2322-4.2832	-3.046	3354	.002
Pair 2	สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม - สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม	4.1580-4.2671	-6.644	3354	.000
Pair 3	สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง - สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง	4.1413-4.2605	-8.278	3354	.000
Pair 4	สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม - สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม	4.1022-4.2131	-7.263	3354	.000
Pair 5	สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี - สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี	4.3193-4.3527	-2.280	3353	.023
Pair 6	สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม - สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้	4.3059-4.3354	-1.975	3353	.048

ครบถ้วนทุกแง่มุม				

- **จากการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติและภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรงในประเด็นต่าง ๆ พบว่า**
  - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.002
  - ประเด็นสื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00
  - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00
  - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00
  - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.023
  - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ0.048

8.4 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติและภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง จำแนกตามภาค

ความคาดหวังของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติและภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรงมีความแตกต่างกันไปในแต่ละภาค อย่างไรก็ดีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีนัยสำคัญเชิงสถิติในทุกข้อคำถาม

ตารางที่ 37 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติและภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง จำแนกตามภาค

ภาค		Mean	t	df	*p*
กรุงเทพฯ และปริมณฑล					
Pair 1	สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง - สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง	4.3100-4.2538	1.474	799	.141
Pair 2	สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม - สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม	4.2625-4.3163	-1.640	799	.101
Pair 3	สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง - สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง	4.2488-4.3138	-2.153	799	.032
Pair 4	สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม - สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม	4.1988-4.2375	-1.153	799	.249
Pair 5	สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี - สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี	4.3988-4.3388	1.825	799	.068
Pair 6	สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม - สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม	4.4113-4.3400	2.219	799	.027
ภาคกลาง					

ภาค		Mean	t	df	*p*
Pair 1	สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง - สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง	4.1150-4.2875	-3.858	399	.000
Pair 2	สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม - สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม	4.1825-4.2025	-.465	399	.643
Pair 3	สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง - สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง	4.0100-4.1625	-3.840	399	.000
Pair 4	สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม - สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม	4.0675-4.1775	-2.524	399	.012
Pair 5	สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี - สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี	4.1925-4.2725	-1.885	399	.060
Pair 6	สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม - สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม	4.1275-4.2600	-2.914	399	.004
ภาคเหนือ					

ภาค		Mean	t	df	*p*
Pair 1	สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง - สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง	4.2425-4.3350	-2.303	399	.022
Pair 2	สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม - สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม	4.2000-4.3150	-2.439	399	.015
Pair 3	สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง - สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง	4.3550-4.3650	-.243	399	.808
Pair 4	สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม - สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม	4.2775-4.3450	-1.620	399	.106
Pair 5	สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี - สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี	4.4350-4.3750	1.592	399	.112
Pair 6	สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม - สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม	4.4600-4.3950	1.749	399	.081
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ					

ภาค		Mean	t	df	*p*
Pair 1	สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง - สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง	4.2875-4.5075	-4.748	399	.000
Pair 2	สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม - สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม	4.1925-4.4975	-5.830	399	.000
Pair 3	สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง - สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง	4.2675-4.5425	-6.897	399	.000
Pair 4	สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม - สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม	4.2200-4.5375	-7.626	399	.000
Pair 5	สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี - สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี	4.3450-4.5300	-4.581	399	.000
Pair 6	สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม - สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม	4.3600-4.5375	-4.429	399	.000
ภาคตะวันออก					

ภาค		Mean	t	df	*p*
Pair 1	สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง - สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง	4.1675-4.2025	-.875	399	.382
Pair 2	สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม - สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม	3.9725-4.1675	-4.377	399	.000
Pair 3	สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง - สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง	3.7400-3.9675	-5.508	399	.000
Pair 4	สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม - สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม	3.7450-3.9350	-4.328	399	.000
Pair 5	สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี - สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี	4.2175-4.2275	-.276	399	.783
Pair 6	สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม - สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม	4.1975-4.2475	-1.232	399	.219
ภาคตะวันตก					

1.1

ภาค		Mean	t	df	*p*
Pair 1	สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง - สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง	4.0750-4.1350	-1.127	399	.261
Pair 2	สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม - สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม	3.9975-4.0900	-1.839	399	.067
Pair 3	สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง - สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง	4.0425-4.0800	-.870	399	.385
Pair 4	สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม - สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม	3.9425-3.9700	-.588	399	.557
Pair 5	สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี - สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี	4.1200-4.1600	-.786	399	.432
Pair 6	สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม - สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม	4.0800-4.0375	.842	399	.400
ภาคใต้					

ภาค		Mean	t	df	*p*
Pair 1	สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง - สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง	4.2475-4.2475	.000	399	1.000
Pair 2	สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม - สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม	4.1375-4.1875	-1.005	399	.315
Pair 3	สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง - สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง	4.1775-4.3025	-2.944	399	.003
Pair 4	สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม - สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม	4.1250-4.2150	-2.262	399	.024
Pair 5	สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี - สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี	4.3409-4.4311	-2.298	398	.022
Pair 6	สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม - สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม	4.2957-4.4010	-2.457	398	.014
จากสื่อออนไลน์					

ภาค		Mean	t	df	*p*
Pair 1	สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง - สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง	4.4968-4.3935	1.716	154	.088
Pair 2	สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม - สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม	4.3032-4.3806	-1.096	154	.275
Pair 3	สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง - สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง	4.2452-4.3548	-1.737	154	.084
Pair 4	สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม - สื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม	4.2129-4.3419	-1.923	154	.056
Pair 5	สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี - สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี	4.5935-4.7355	-2.960	154	.004
Pair 6	สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม - สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม	4.5742-4.6581	-1.733	154	.085

กรุงเทพฯ และปริมณฑล

- **จากการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติและภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรงในประเด็นต่าง ๆ พบว่า**
    - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง ไม่มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติ (นัยสำคัญ 0.141)
    - ประเด็นสื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม ไม่มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติ (นัยสำคัญ 0.101)
    - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.032
    - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม ไม่มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติ (นัยสำคัญ 0.249)
    - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี ไม่มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติ (นัยสำคัญ 0.068)
    - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ0.027

ภาคกลาง

- **จากการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติและภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรงในประเด็นต่าง ๆ พบว่า**
    - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00
    - ประเด็นสื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม ไม่มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติ (นัยสำคัญ 0.643)
    - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00
    - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.012

- ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี ไม่มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติ (นัยสำคัญ 0.060)
- ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ0.004

ภาคเหนือ

- **จากการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติและภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรงในประเด็นต่าง ๆ พบว่า**
  - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.022
  - ประเด็นสื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.015
  - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง ไม่มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติ (นัยสำคัญ 0.808)
  - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม ไม่มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติ (นัยสำคัญ 0.106)
  - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี ไม่มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติ (นัยสำคัญ 0.112)
  - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม ไม่มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติ (นัยสำคัญ0.081)

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

- **จากการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติและภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรงในประเด็นต่าง ๆ พบว่า**
  - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00

- ประเด็นสื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00
- ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00
- ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00
- ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00
- ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00

ภาคตะวันออก

- **จากการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติและภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรงในประเด็นต่าง ๆ พบว่า**
  - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง ไม่มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติ (นัยสำคัญ 0.382)
  - ประเด็นสื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00
  - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00
  - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.00
  - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี ไม่มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติ (นัยสำคัญ 0.783)
  - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม ไม่มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติ (นัยสำคัญ 0.219)

ภาคตะวันตก

- **จากการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติและภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรงในประเด็นต่าง ๆ พบว่า**
    - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง ไม่มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติ (นัยสำคัญ 0.261)
    - ประเด็นสื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม ไม่มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติ (นัยสำคัญ 0.067)
    - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง ไม่มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติ (นัยสำคัญ 0.385)
    - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม ไม่มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติ (นัยสำคัญ 0.557)
    - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี ไม่มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติ (นัยสำคัญ 0.432)
    - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม ไม่มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติ (นัยสำคัญ0.400)

ภาคใต้

- **จากการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติและภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรงในประเด็นต่าง ๆ พบว่า**
    - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง ไม่มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติ (นัยสำคัญ 1.000)
    - ประเด็นสื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม ไม่มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติ (นัยสำคัญ 0.315)
    - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.003

- ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.024
- ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.022
- ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ0.014

จากสื่อออนไลน์

- **จากการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติและภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรงในประเด็นต่าง ๆ พบว่า**
  - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง ไม่มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติ (นัยสำคัญ 0.088)
  - ประเด็นสื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม ไม่มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติ (นัยสำคัญ 0.275)
  - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง ไม่มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติ (นัยสำคัญ 0.084)
  - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม ไม่มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติ (นัยสำคัญ 0.056)
  - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติที่นัยสำคัญ 0.004
  - ประเด็นสื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม ไม่มีระดับความแตกต่างเชิงสถิติ (นัยสำคัญ0.085)

จ. สรุปและอภิปรายผล

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในภาพรวม ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย สถานภาพโสดมากกว่าสมรส มากกว่าครึ่งของกลุ่มตัวอย่าง มีอายุอยู่ในช่วงประมาณ 21-30 ปี และ 31-40 ปี เกือบครึ่งมีรายได้ส่วนตัว ในช่วงต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือนและมีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี มีอาชีพการงานเป็นพนักงานบริษัท เป็นนักเรียนนักศึกษา ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ และประกอบอาชีพส่วนตัว ตามลำดับ

การเปิดรับสื่อและความน่าเชื่อถือของสื่อแต่ละประเภท

สำหรับสื่อที่ผู้บริโภคมีการเปิดรับข่าวสารเป็น 3 อันดับแรก คือ สื่อโทรทัศน์ โดยมีการเปิดรับช่องฟรีทีวีคือ ช่อง 3 และ ช่อง 7 สูงสุดเป็นสองลำดับแรก ตามด้วย สื่อบุคคล (บุคคลในครอบครัว) และสื่อเว็บไซต์สืบค้นข้อมูล นอกจากนี้ สำหรับสื่อที่พบว่ามีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารน้อยที่สุดเป็น 3 อันดับสุดท้าย คือ สื่อท้องถิ่น ได้แก่ วิทยุชุมชน และ เคเบิลทีวีท้องถิ่น และกระดานสนทนา

ในภาพรวม พบว่าสื่อที่ผู้บริโภคมีการเปิดรับข่าวสารมาก ส่วนใหญ่จะเป็นสื่อที่ผู้บริโภคให้ความเชื่อถือด้วย การวิจัยพบว่าสื่อที่น่าเชื่อถือ 3 อันดับแรก เป็นอันดับเดียวกันกับสื่อที่ผู้บริโภคเปิดรับข่าวสารสูงสุด 3 อันดับแรก คือ สื่อโทรทัศน์ สื่อบุคคลในครอบครัว และเว็บไซต์สืบค้นข้อมูล เช่นเดียวกับข้อค้นพบในสื่อที่มีความน่าเชื่อถือ 3 อันดับสุดท้าย ที่ประกอบด้วย สื่อเคเบิลทีวีท้องถิ่น วิทยุชุมชน และกระดานสนทนา ซึ่งจัดเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมน้อยในการใช้เพื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารและได้รับความน่าเชื่อถือน้อยด้วย

ทั้งนี้เป็นที่น่าสังเกตว่า *กลุ่มอบต ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน พระ และครู* นั้น เป็นสื่อที่อยู่ใน 5 อันดับแรกของความน่าเชื่อถือของผู้บริโภคทั้งประเทศ แต่ไม่ได้เป็นสื่อที่อยู่ใน 5 อันดับแรกของการเปิดรับสื่อ หมายความว่า ในแง่ของความเป็นผู้มีความน่าเชื่อถือของสื่อบุคคลประเภทนี้ไม่ได้มีความเกี่ยวข้องกับปริมาณการใช้เป็นช่องทางการเปิดรับข่าวสาร ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า แม้ว่าผู้บริโภคจะมีการเปิดรับข่าวสารน้อย แต่ผู้บริโภคกลับเห็นความน่าเชื่อถือของสื่อบุคคลประเภทนี้

เมื่อพิจารณาตามภาค จะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคภาคกลางและภาคใต้ ให้คะแนนความน่าเชื่อถือของสื่อปฏิสัมพันธ์ออนไลน์ได้แก่ เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่ำเป็นสามอันดับสุดท้าย ทั้งนี้ โทรทัศน์และบุคคลในครอบครัวเป็นสื่อที่ให้ความเชื่อถือมากที่สุดและเปิดรับมากที่สุดของผู้บริโภคภาคนี้เช่นกัน

นอกจากนี้ การวิจัยพบว่าผู้บริโภคสื่อภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อน้อยที่สุด โดยมีสื่อที่มีคะแนนสูงกว่าคะแนนค่าเฉลี่ยมาตรฐานของการเปิดรับสื่อมีเพียง *4 ประเภท* ซึ่งนอกจากโทรทัศน์แล้ว สื่อที่เหลืออีก 3 สื่อต่างก็เป็นสื่อบุคคลแทบทั้งสิ้น โดยผู้บริโภคสื่อภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความเชื่อถือในสื่อบุคคลได้แก่ คนในครอบครัว กลุ่มอบต ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน พระ และครู และเพื่อนบ้าน

สำหรับผู้บริโภคสื่อภาคตะวันตกและภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความเชื่อถือในสื่อบุคคลได้แก่ คนในครอบครัว อบตฯ และเพื่อนบ้านสูง คือสื่อบุคคลทั้งสามประเภทได้คะแนนความน่าเชื่อถือสูงกว่าค่าเฉลี่ยมาตรฐานของความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชน

*กลุ่มผู้บริโภคสื่อที่ตอบแบบสอบถามจากสื่อออนไลน์*มีการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อ การให้ความน่าเชื่อถือต่อสื่อ ความคิดเห็นและความคาดหวังหลายด้านแตกต่างไปจากกลุ่มอื่น ๆ คือ เปิดรับสื่อออนไลน์มากกว่าสื่ออื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด โดยสื่อที่เปิดรับอันดับหนึ่งและสองคือสื่อออนไลน์ ได้แก่ สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์และเว็บสืบค้นข้อมูล และยังเปิดรับสื่อใหม่มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ด้วย เพราะนอกจากวิทยุและโทรทัศน์แล้ว ก็ยังมีสื่อใหม่เช่น True Vision

นอกจากนี้ กลุ่มผู้บริโภคสื่อที่ตอบแบบสอบถามจากสื่อออนไลน์ ยังให้ความเชื่อถือต่อสื่อถึง 12 ประเภทประกอบด้วยสื่อมวลชน (Traditional Mass Media) ทั้งหมดได้แก่ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และนิตยสาร รวมถึงสื่อที่เกิดขึ้นใหม่ เช่นสื่อออนไลน์ โทรศัพท์มือถือ สื่อดาวเทียม เคเบิ้ล เป็นต้น (มีค่าคะแนนสูงกว่าคะแนนค่าเฉลี่ยมาตรฐานของการเปิดรับสื่อ) แต่กลุ่มนี้ไม่เปิดรับและเชื่อถือสื่อบุคคลใกล้ชิดตนเอง คือ จะเปิดรับและเชื่อถือเฉพาะบุคคลในครอบครัว แต่จะไม่เปิดรับข่าวสารและเชื่อถือสื่อบุคคลอื่น ๆ คือสื่อเพื่อนบ้าน หรือ กลุ่มอบต ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน พระ และครู น้อยเมื่อเทียบกับภาคอื่น ๆ ซึ่งส่วนหนึ่งน่าจะมีจากลักษณะทางประชากรที่มีความแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจจริงในพื้นที่ (ดูรายละเอียดข้อมูลคุณลักษณะทางประชากรของกลุ่มนี้ได้ในผลการวิจัย ตอนที่ 1)

ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อ และความน่าเชื่อถือของสื่อ

การเปิดรับสื่อ และความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนไทย มี*ความสัมพันธ์ในเชิงบวก* กับความคิดเห็นต่อสื่อมวลชนไทยในปัจจุบัน คือเมื่อผู้บริโภคสื่อเปิดรับสื่อมากและมีความเชื่อถือในสื่อมาก ก็จะเห็นด้วยกับการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนไทยในปัจจุบันมาก

นอกจากนี้ การวิจัยยังพบว่า การเปิดรับสื่อและความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนของผู้บริโภคสื่อภายในแต่ละภาคมีความสัมพันธ์กัน *อย่างไรก็ตาม* การวิจัยพบว่าสำหรับกลุ่มผู้บริโภคสื่อจากกลุ่มออนไลน์ การเปิดรับสื่อและความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งเป็นข้อค้นพบที่ต่างไปจากการทดสอบความสัมพันธ์ของผู้บริโภคกลุ่มรายภาค

การเปิดรับสื่อ และความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนไทย มี*ความสัมพันธ์ในเชิงลบ*กับความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทย โดยเฉพาะความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง คือเมื่อผู้บริโภคสื่อเปิดรับสื่อมากและมีความเชื่อถือในสื่อมาก ก็จะมีคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยโดยเฉพาะในสถานการณ์ขัดแย้งรุนแรงต่ำ ผู้เปิดรับสื่อและมีความเชื่อถือในสื่อน้อยจะมีคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยโดยเฉพาะในสถานการณ์ขัดแย้งรุนแรงสูง

ภาพรวมของความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับสื่อมวลชนไทยในปัจจุบัน และความคิดเห็นดังกล่าวจำแนกตามมิติของกรอบแนวคิดบรรทัดฐานสื่อ

ในภาพรวมจะเห็นได้ว่า ค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นต่อสื่อมวลชน 5 อันดับแรก ที่ผู้บริโภคได้แสดงความเห็นต่อประเด็นต่างๆ ได้แก่ สื่อมวชนไทยสามารถนำเสนอข่าวสารที่ทันสมัย รวดเร็ว และเกาะติดสถานการณ์, ประชาชนสามารถเลือกเปิดรับสื่อได้อย่างอิสระ, สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวสารและความคิดเห็นที่หลากหลาย, มีองค์กรกำกับดูแลสื่อซึ่งสามารถตรวจสอบสื่อและรับเรื่องร้องเรียนเพื่อติดตาม และ เมื่อเกิดความไม่พอใจการทำงานของสื่อมวลชน ประชาชนสามารถร้องเรียนได้

เมื่อพิจารณา*รายมิติ* จะเห็นได้ว่า มิติที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดจากผู้บริโภคสื่อได้แก่ “มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม” ค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ “มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ”

และมิติที่ได้ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ “มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชน” ซึ่งหมายความว่าถ้าเปรียบเทียบใน 3 มิติ ผู้บริโภคเห็นว่า ในปัจจุบัน สื่อมวลชนไทยปฏิบัติหน้าที่ได้ชัดเจนที่สุดในมิติด้านประโยชน์ส่วนรวม และชัดเจนน้อยที่สุดในด้านความปลอดภัยของประชาชน

เมื่อเปรียบเทียบ*รายภาค*พบว่า ผู้บริโภคจากภาคกลางมีค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นสูงที่สุดในทุกมิติเมื่อเทียบกับภาคอื่นๆ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามจากสื่อออนไลน์ให้คะแนนความคิดเห็นน้อยที่สุดในทุกมิติ

ภาพรวมของความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติ และความคาดหวังดังกล่าว จำแนกตามมิติของกรอบแนวคิดบรรทัดฐานสื่อ

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ปกติ พบค่าคะแนนสูงสุด 5 อันดับแรก ในประเด็นต่อไปนี้ คือ สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี, สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารที่ทันสมัย รวดเร็ว และเกาะติดสถานการณ์, สื่อมวลชนไทยควรมีกระบวนการการหาข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ, สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม และสื่อมวลชนไทยควรมีความรับผิดชอบตามลำดับ โดยจะเห็นได้ว่า นอกจากการนำเสนอข่าวที่ทันสมัยแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อสื่อมวลชนไทยในปัจจุบันแล้ว ผู้บริโภคสื่อคาดหวังให้สื่อมวลชนตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว มีกระบวนการหาข้อมูลที่มีประสิทธิภาพนำเสนอข่าวสารได้ครบทุกแง่มุมและด้วยความรับผิดชอบ ซึ่งความคาดหวังต่อประเด็นต่างๆที่กล่าวมาทั้งหมด จัดอยู่ภายใต้มิติเรื่องโครงสร้างและการทำงานของสื่อ

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาตาม*มิติของกรอบแนวคิดบรรทัดฐานสื่อ*ที่ใช้ในงานวิจัยนี้ ก็พบผลที่สอดคล้องกันว่ามิติที่ได้รับคะแนนความคาดหวังเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ “มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ” ค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ “มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชน” และมิติที่ได้ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ “มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม”

เมื่อพิจา*รณาในแต่ละภาค*ก็พบผลการสำรวจที่ตรงกันและแสดงให้เห็นว่ามิติที่ได้รับคะแนนความคาดหวังเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ “มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ” ค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ “มิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชน” และมิติที่ได้ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ “มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม” โดยสำหรับกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจากสื่อออนไลน์ พบค่าเฉลี่ยคะแนนความคาดหวังสูงที่สุดในทุกมิติเมื่อเทียบกับกลุ่มผู้บริโภคจากภาคอื่นๆ

ความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยความคาดหวังของผู้บริโภคต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง ทั้ง 6 ข้อ *เรียงตามลำดับคะแนนความคาดหวัง*ได้ดังนี้ สื่อมวลชนไทยควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวมาแล้วอย่างดี, สื่อมวลชนไทยควรจะสามารถนำเสนอข่าวสารได้ครบถ้วนทุกแง่มุม, สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอเนื้อหาที่ไม่สนับสนุนความรุนแรง, สื่อมวลชนไทยไม่ควรนำเสนอข่าวที่นำไปสู่ความขัดแย้งของบุคคลกลุ่มต่างๆ ในสังคม, สื่อมวลชนไทยควรช่วยรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง และสื่อมวลชนไทยควรเป็นตัวกลางในการช่วยประสานข้อขัดแย้งในสังคม

ทั้งนี้ สำหรับความคาดหวังต่อสื่อมวลชนภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง ผู้วิจัยได้ตั้งคำถามสำหรับถามจำนวน 6 ข้อ จึงไม่มีการจัดไว้ในมิติต่าง ๆ แต่อย่างไรก็ดี คำถามทั้ง 6 ข้อนี้ถือเป็นส่วนหนึ่งของมิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ (2 ข้อ) และมิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชนและสังคม (4 ข้อ) ดังนั้น ถ้าจะมองในแง่มิติจะพบว่า ค่าเฉลี่ยความคาดหวังที่สูงสุด 2 ข้อแรกของผู้บริโภคสื่อ สามารถจัดอยู่ในมิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ

เปรียบเทียบ ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อสื่อมวลชนไทยในปัจจุบัน ความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้ สถานการณ์ปกติและภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง

ทั้งนี้ เมื่อ*เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย*ความคิดเห็นต่อสื่อมวลชนไทย และความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติ พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญเชิงสถิติในทุกมิติ โดยความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าความคิดเห็นต่อสื่อมวลชนไทยทั้งสิ้น

ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบ*รายกลุ่ม* ผู้บริโภคสื่อจากสื่อออนไลน์มีคะแนนค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อสื่อมวลชนในปัจจุบันต่ำที่สุด แต่ให้คะแนนความคาดหวังต่อสื่อภายใต้สถานการณ์ปกติสูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบจากผู้บริโภคสื่อในแต่ละภาค

ในภาพรวม *เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย*ความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติ และความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งรุนแรง การวิจัยพบว่ามีความ

แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญเชิงสถิติในทุกข้อคำถาม โดยความคาดหวังในสถานการณ์ขัดแย้งรุนแรงมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าความคาดหวังในสถานการณ์ปกติ

ภาพรวมของความคิดเห็นของผู้บริโภคสื่อต่อสื่อมวลชนไทยในปัจจุบัน และความคาดหวังต่อสื่อมวลชนไทยภายใต้สถานการณ์ปกติ ตามกรอบทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อเพื่อนำไปสู่แนวปฏิบัติในการปฏิรูปสื่อ

ดังที่ McQuail (2005) เสนอว่า บรรทัดฐานของสื่อมวลชน ประกอบด้วย 3 มิติ ได้แก่ มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ (Structure and Operations) มิติเรื่องประโยชน์ของส่วนรวม (Public Interests) และมิติเรื่องความปลอดภัยของประชาชนและสังคม (Avoiding Harm)การวิจัยพบว่า เมื่อเปรียบเทียบทั้งสามมิติ ผู้บริโภคสื่อไทยมีความคาดหวังว่าสื่อไทย ควรมีบรรทัดฐานใน มิติเรื่องโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อ (Structure and Operations) มากที่สุด เนื่องจากมีคะแนน*ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงที่สุด* โดยประเด็นสำคัญในมิตินี้ได้แก่ การนำเสนอข้อมูล ความคิดเห็น และวัฒนธรรมที่มีความหลากหลาย (Diversity of Information, Opinion, and Culture) ความมีเสรีภาพของสื่อในการดำเนินงาน (Freedom of Publication) ความมีเสรีภาพของประชาชนในการรับสื่อ (Freedom of Media Consumption) การนำเสนอข้อมูลที่มีความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Accuracy and Credibility of Information) ความสามารถของสื่อ (Competence of the Media) ความรับผิดชอบและจริยธรรมของสื่อ (Media Responsibilities and Morality)

รองลงมาคือมิติความปลอดภัยของประชาชน ประเด็นสำคัญในมิตินี้ได้แก่ การหลีกเลี่ยงความขัดแย้งและความรุนแรงต่อสังคมและบุคคลอื่น (Avoiding Harm and Offence to Society and Individuals) และการร้องเรียนสื่อ (Reports and Compliant)

มิติเรื่องประโยชน์ส่วนรวม เป็นมิติที่ให้คะแนน*ความคาดหวังน้อยที่สุด* ส่วนหนึ่งอาจเนื่องมาจากเป็นมิติที่ได้คะแนนความคิดเห็นต่อสื่อมวลชน(ในปัจจุบัน) สูงที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคคิดว่า สื่อได้ทำหน้าที่ค่อนข้างดีแล้วในมิตินี้ จึงมีความคาดหวังน้อย โดยประเด็นสำคัญในมิตินี้ ได้แก่ การสนับสนุนระบบประชาธิปไตย (Adequate Support for the Democratic Political System (Public Sphere) และคุณภาพของข้อมูลที่ปรากฏในสื่อ (Quality of Information and Culture available to the Public)

****

<u>เอกสารอ้างอิง</u>

กาญจนา แก้วเทพ. (2552). *สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2538). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลย.

McQuail, D. (2005). *McQuail's Mass Communication Theory* (5th ed.). Oxford: The Alden Press.