



ผลการสำรวจความคิดเห็นของประชาชน

ต่อการดำเนินนโยบายของภาครัฐ (PRD Poll) ประจำเดือนเมษายน 2569

เรื่อง การสื่อสารภาครัฐในสถานการณ์การสู้รบในภูมิภาคตะวันออกกลาง

ส่วนที่ 1 ผลการสำรวจ

กรมประชาสัมพันธ์ ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนต่อการดำเนินนโยบายของภาครัฐ (PRD Poll) ประจำเดือนเมษายน 2569 เรื่องการสื่อสารภาครัฐในสถานการณ์การสู้รบในภูมิภาคตะวันออกกลาง ระหว่างวันที่ 16 - 19 เมษายน 2569 โดยสอบถามความคิดเห็นจากประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป กระจายทุกภูมิภาคทั่วประเทศ จำนวนรวมทั้งสิ้น 983 หน่วยตัวอย่าง การสำรวจอาศัยการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Random Sampling) ตามพื้นที่จังหวัด ซึ่งดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการลงพื้นที่ภาคสนาม ด้วยการทอแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยเจ้าหน้าที่ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด 76 จังหวัด และกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95.0

1. ช่องทางที่ประชาชนติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การสู้รบในภูมิภาคตะวันออกกลาง

จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การสู้รบในภูมิภาคตะวันออกกลาง ผ่านช่องทาง Facebook เช่น เพจสำนักข่าว/Influencer มากที่สุด ร้อยละ 68.57 รองลงมาคือ สถานีโทรทัศน์ เช่น NBT2HD ThaiPBS ช่อง 3 ช่อง 7 ไทยรัฐทีวี ร้อยละ 63.99 TikTok เช่น คลิปสั้น ร้อยละ 42.62 เว็บไซต์หน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมประชาสัมพันธ์ กระทรวงการต่างประเทศ ร้อยละ 34.89 สถานีวิทยุกระจายเสียง เช่น สวท. อสมท. ร้อยละ 25.23 เว็บไซต์ของสำนักข่าวในประเทศไทย เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ มติชน ข่าวสด ร้อยละ 21.97 Line OpenChat หรือกลุ่มไลน์ต่าง ๆ ร้อยละ 13.33 X (Twitter) และการติตแชทแท็ก ร้อยละ 10.07 เว็บไซต์ของสำนักข่าวต่างประเทศ เช่น CNN BBC Al Jazeera ร้อยละ 8.75 และอื่น ๆ เช่น Youtube/ไม่ได้ติดตาม ร้อยละ 1.32 ตามลำดับ

2. ความถี่ในการติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การสู้รบในภูมิภาคตะวันออกกลาง

จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การสู้รบในภูมิภาคตะวันออกกลาง ในความถี่ระดับติดตามวันละหลายครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 31.84 รองลงมาคือ ติดตามวันละครั้ง เช่น ช่วงเช้าหรือก่อนนอน ร้อยละ 24.72 ติดตามเฉพาะเมื่อมีเหตุการณ์รุนแรงเกิดขึ้น ร้อยละ 15.06 ติดตามสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง ร้อยละ 10.58 ติดตามตลอดทั้งวัน ร้อยละ 8.55 ติดตามเมื่อมีคนแชร์มาในสื่อสังคมออนไลน์เท่านั้น ร้อยละ 7.02 แทบไม่ได้ติดตามเลย ร้อยละ 1.42 ไม่เคยติดตามเลย ร้อยละ 0.61 และอื่น ๆ เช่น เวลาว่าง / ติดตามเรื่อย ๆ ร้อยละ 0.20 ตามลำดับ

3. ประเภทเนื้อหาที่ประชาชนให้ความสนใจในการประชาสัมพันธ์สถานการณ์การสู้รบในภูมิภาคตะวันออกกลาง

จากการสำรวจพบว่า ในการประชาสัมพันธ์สถานการณ์การสู้รบในภูมิภาคตะวันออกกลาง กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจกับเนื้อหาประเภทผลกระทบต่อราคาน้ำมันและค่าครองชีพในประเทศไทยมากที่สุด ร้อยละ 87.69 รองลงมาคือ ความปลอดภัยและการช่วยเหลือแรงงานไทยในพื้นที่สู้รบ ร้อยละ 46.29 ผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกและการลงทุน เช่น หุ่นและทองคำ ร้อยละ 44.66 สถานการณ์การสู้รบเชิงยุทธศาสตร์ เช่น การโจมตีและการตอบโต้ทางทหาร ร้อยละ 38.86 ข้อมูลภูมิรัฐศาสตร์ เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างมหาอำนาจและพันธมิตร ร้อยละ 25.53 ความช่วยเหลือทางด้านมนุษยธรรมต่อพลเรือนในพื้นที่ ร้อยละ 22.38 การเตือนภัยและคำแนะนำในการเดินทางไปต่างประเทศ ร้อยละ 22.08 ความเป็นมาและประวัติศาสตร์ของความขัดแย้ง ร้อยละ 17.90 และอื่น ๆ เช่น ความคืบหน้าในการเจรจาตีความขัดแย้ง/ราคาสินค้าอุปโภค – บริโภค/ การเตรียมตัวรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉินต่าง ๆ/ไม่สนใจเนื้อหาเกี่ยวกับสถานการณ์นี้ ร้อยละ 0.71 ตามลำดับ

4. ความเชื่อมั่นของประชาชนต่อแหล่งที่มาของข้อมูล

จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างเชื่อมั่นในแหล่งข้อมูลที่มาจกแถลงการณ์อย่างเป็นทางการจากหน่วยงานภาครัฐมากที่สุด ร้อยละ 77.21 รองลงมาคือรายงานจากนักข่าวภาคสนามของสำนักข่าวในประเทศไทย ร้อยละ 39.67 บทวิเคราะห์จากอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านต่างประเทศและความมั่นคง ร้อยละ 32.76 สำนักข่าวระดับโลกที่มีมาตรฐานสากล ร้อยละ 31.74 ข้อมูลจากสถานเอกอัครราชทูตของประเทศที่เกี่ยวข้องในประเทศไทย ร้อยละ 20.35 Influencer หรือเพจวิเคราะห์ข่าวอิสระที่มีชื่อเสียง ร้อยละ 12.82 การบอกเล่าจากแรงงานไทยหรือคนไทยที่อยู่ในพื้นที่จริง ร้อยละ 9.36 ข้อมูลที่ส่งต่อกันในกลุ่มสังคมออนไลน์ (Social Media) ร้อยละ 8.44 และอื่น ๆ เช่น ไม่เชื่อมั่นแหล่งข้อมูลใดเลย/บทสัมภาษณ์หรือแถลงการณ์ทางโทรทัศน์เท่านั้น ร้อยละ 0.51 ตามลำดับ

5. ความรู้สึกของประชาชนเมื่อได้รับรู้สถานการณ์การสู้รบในภูมิภาคตะวันออกกลางจากการสื่อสารของภาครัฐ

จากการสำรวจพบว่า เมื่อได้รับรู้สถานการณ์การสู้รบในภูมิภาคตะวันออกกลางจากการสื่อสารของภาครัฐ กลุ่มตัวอย่างรู้สึกตื่นตัวและเตรียมพร้อมรับมือสถานการณ์เศรษฐกิจมากที่สุด ร้อยละ 69.38 รองลงมาคือ รู้สึกหวาดกลัวและกังวลใจต่อความปลอดภัยของโลก ร้อยละ 30.62 รู้สึกอยากติดตามข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น ร้อยละ 22.58 รู้สึกเชื่อมั่นในกระบวนการจัดการวิกฤตของรัฐบาลไทย ร้อยละ 21.67 รู้สึกสับสนเนื่องจากมีข้อมูลที่ขัดแย้งกันมากเกินไป ร้อยละ 19.53 รู้สึกหดหู่ต่อสถานการณ์สิทธิมนุษยชน ร้อยละ 13.53 รู้สึกเฉยๆ เพราะมองว่าเป็นเรื่องไกลตัว ร้อยละ 5.49 รู้สึกไม่เชื่อถือข้อมูลจากแหล่งข่าวทางการ ร้อยละ 3.15 และอื่น ๆ เช่น รู้สึกตระหนักถึงความสำคัญของการเลือกตั้ง/รู้สึกเบื่อหน่าย ร้อยละ 0.61 ตามลำดับ

6. ความเชื่อมั่นต่อการสื่อสารของภาครัฐในสถานการณ์การสู้รบในภูมิภาคตะวันออกกลาง

จากการสำรวจพบว่า ความเชื่อมั่นของกลุ่มตัวอย่างต่อการสื่อสารของภาครัฐในสถานการณ์การสู้รบในภูมิภาคตะวันออกกลางอยู่ที่ ระดับเชื่อมั่นปานกลาง มากที่สุด ร้อยละ 38.15 รองลงมาคือ ระดับเชื่อมั่นมาก ร้อยละ 36.21 ระดับเชื่อมั่นมากที่สุด ร้อยละ 11.60 ระดับเชื่อมั่นน้อย ร้อยละ 8.24 ระดับไม่เชื่อมั่นเลย ร้อยละ 3.97 และไม่แน่ใจ ร้อยละ 1.83 ตามลำดับ

7. รูปแบบสื่อที่ประชาชนคิดว่าช่วยทำให้เข้าใจสถานการณ์การสู้รบในภูมิภาคตะวันออกกลางได้ดีขึ้น

จากการสำรวจพบว่า รูปแบบสื่อที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าช่วยทำให้เข้าใจสถานการณ์การสู้รบในภูมิภาคตะวันออกกลางได้ดีขึ้นคือ รายงานข่าวทางโทรทัศน์มากที่สุด ร้อยละ 70.91 รองลงมาคือ วิดีโอสั้นสรุปประเด็น (ความยาวไม่เกิน 3 นาที) ร้อยละ 32.86 การรายงานสดจากสถานที่จริง (Live Reporting) ร้อยละ 28.08 รายงานข่าวทางวิทยุกระจายเสียง ร้อยละ 25.84 รายการสนทนา (Talk Show) ระหว่างผู้เชี่ยวชาญทางโทรทัศน์ ร้อยละ 22.18 แผนที่และอินโฟกราฟิก (Infographic) แสดงจุดเกิดเหตุและผลกระทบ ร้อยละ 19.94 บทความวิเคราะห์เชิงลึกพร้อมภาพประกอบในเว็บไซต์ ร้อยละ 15.36 บทวิเคราะห์ยาว ๆ ที่ฟังผ่านวิทยุกระจายเสียง หรือพอดแคสต์ (Podcast) ขณะเดินทาง ร้อยละ 14.75 สรุปข่าวแบบตัวอักษร (Bullet points) ในแอปพลิเคชันไลน์ ร้อยละ 8.34 รายการสารคดีสั้นเล่าประวัติศาสตร์ย้อนหลัง ร้อยละ 7.43 และอื่น ๆ เช่น วิดีโอยาวที่มีการอธิบายรายละเอียดอย่างครบถ้วน ร้อยละ 0.10 ตามลำดับ

8. ข้อเสนอแนะต่อการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์และหน่วยงานภาครัฐ

จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ข้อเสนอแนะต่อการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์และหน่วยงานภาครัฐว่าภาครัฐควรพูดความจริงอย่างตรงไปตรงมา แม้จะเป็นข่าวร้าย มากที่สุด ร้อยละ 76.81 รองลงมาคือ ควรใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ลดศัพท์ทางเทคนิคและภูมิรัฐศาสตร์ ร้อยละ 57.68 ควรเพิ่มความรวดเร็วในการโต้ตอบข่าวลือที่เกิดขึ้นในอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 41.61 ควรใช้สื่อสมัยใหม่ (TikTok/Reels) เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเยาวชนมากขึ้น ร้อยละ 31.64 ควรรายงานความคืบหน้าอย่างต่อเนื่องแม้ไม่มีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้น ร้อยละ 25.13 ควรเน้นความเชื่อมโยงของสงครามกับ "เงินในกระเป๋า" ของชาวบ้าน ร้อยละ 20.96 ควรเปิดพื้นที่ให้ผู้เชี่ยวชาญอิสระเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสาร ร้อยละ 19.02 ควรเน้นการสื่อสารด้วย "ความเห็นอกเห็นใจ" (Empathy) ต่อผู้สูญเสีย ร้อยละ 15.56 และอื่น ๆ เช่น ควรนำเสนอข่าวสารอย่างเป็นกลาง/โปร่งใส ร้อยละ 0.41 ตามลำดับ

9. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เมื่อพิจารณาลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง มากที่สุด ร้อยละ 56.97 รองลงมาคือ เพศชาย ร้อยละ 41.50 และเพศทางเลือก ร้อยละ 1.53 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 46 - 59 ปี มากที่สุด ร้อยละ 33.37 รองลงมาคือ อายุ 36 - 45 ปี ร้อยละ 27.16 อายุ 26 - 35 ปี ร้อยละ 21.67 อายุ 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 10.07 และอายุ 18 - 25 ปี ร้อยละ 7.73

กลุ่มตัวอย่างนับถือศาสนาพุทธ มากที่สุด ร้อยละ 93.79 รองลงมาคือ ศาสนาอิสลาม ร้อยละ 3.46 ศาสนาคริสต์ ร้อยละ 2.24 และอื่น ๆ เช่น ไม่ขอระบุ/ไม่นับถือศาสนา ร้อยละ 0.51

กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพโสด มากที่สุด ร้อยละ 48.42 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส ร้อยละ 43.03 หม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่ ร้อยละ 8.34 และไม่ขอระบุ ร้อยละ 0.21

กลุ่มตัวอย่างสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า มากที่สุด ร้อยละ 55.65 รองลงมาคือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 19.84 ระดับมัธยมศึกษา/เทียบเท่า ร้อยละ 12.00 ระดับอนุปริญญา/เทียบเท่า ร้อยละ 10.07 ระดับประถมศึกษา ร้อยละ 2.34 และไม่ได้รับการศึกษา ร้อยละ 0.10 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างเป็นข้าราชการ/พนักงานราชการ/ลูกจ้างของรัฐ มากที่สุด ร้อยละ 54.73 รองลงมาคือ เจ้าของธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ ร้อยละ 14.24 พนักงานเอกชน ร้อยละ 7.02 พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/ว่างงาน ร้อยละ 6.61 รับจ้างทั่วไป/ผู้ใช้แรงงาน ร้อยละ 5.29 พนักงานรัฐวิสาหกิจ/องค์กรอิสระที่ไม่แสวงหากำไร ร้อยละ 3.87 นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 3.87 เกษตรกร/ประมง ร้อยละ 3.56 และไม่ระบุ/อื่น ๆ ร้อยละ 0.81 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 27.77 รองลงมาคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 21.77 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท ร้อยละ 12.72 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ร้อยละ 11.60 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท ร้อยละ 7.02 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ร้อยละ 5.19 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 - 60,000 บาท ร้อยละ 4.98 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 3.76 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 - 70,000 บาท ร้อยละ 2.85 ไม่ระบุ ร้อยละ 1.22 และไม่มีรายได้ ร้อยละ 1.12 ตามลำดับ

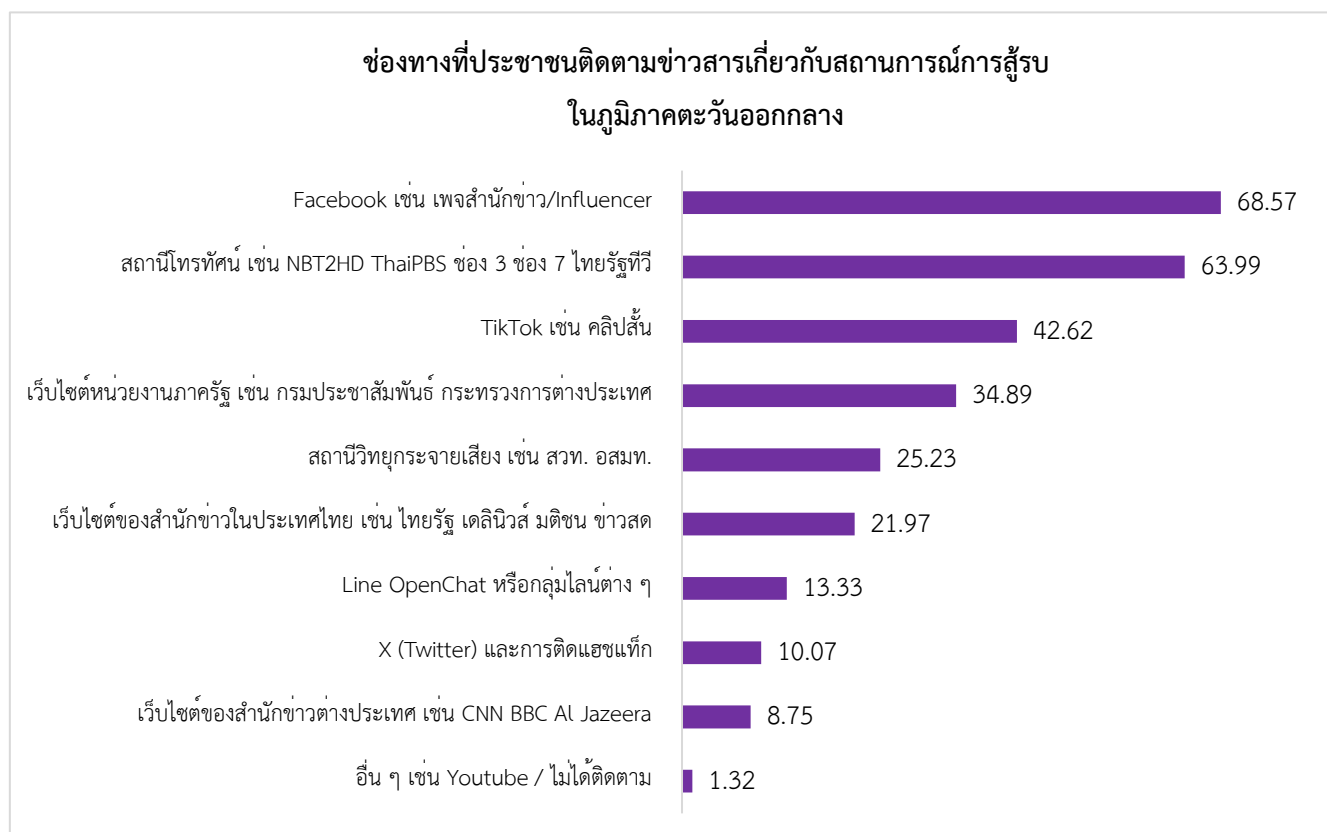
ส่วนที่ 2 ตารางแสดงผลการสำรวจ

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของช่องทางที่ประชาชนติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การสู้รบในภูมิภาคตะวันออกกลาง

(n=983)

ช่องทางที่ประชาชนติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การสู้รบ ในภูมิภาคตะวันออกกลาง	จำนวน	ร้อยละ
Facebook เช่น เพจสำนักข่าว/Influencer	674	68.57
สถานีโทรทัศน์ เช่น NBT2HD ThaiPBS ช่อง 3 ช่อง 7 ไทยรัฐทีวี	629	63.99
TikTok เช่น คลิปสั้น	419	42.62
เว็บไซต์หน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมประชาสัมพันธ์ กระทรวงการต่างประเทศ	343	34.89
สถานีวิทยุกระจายเสียง เช่น สวท. อสมท.	248	25.23
เว็บไซต์ของสำนักข่าวในประเทศไทย เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ มติชน ข่าวสด	216	21.97
Line OpenChat หรือกลุ่มไลน์ต่าง ๆ	131	13.33
X (Twitter) และการติตแฮชแท็ก	99	10.07
เว็บไซต์ของสำนักข่าวต่างประเทศ เช่น CNN BBC Al Jazeera	86	8.75
อื่น ๆ เช่น Youtube / ไม่ได้ติดตาม	13	1.32

หมายเหตุ: สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

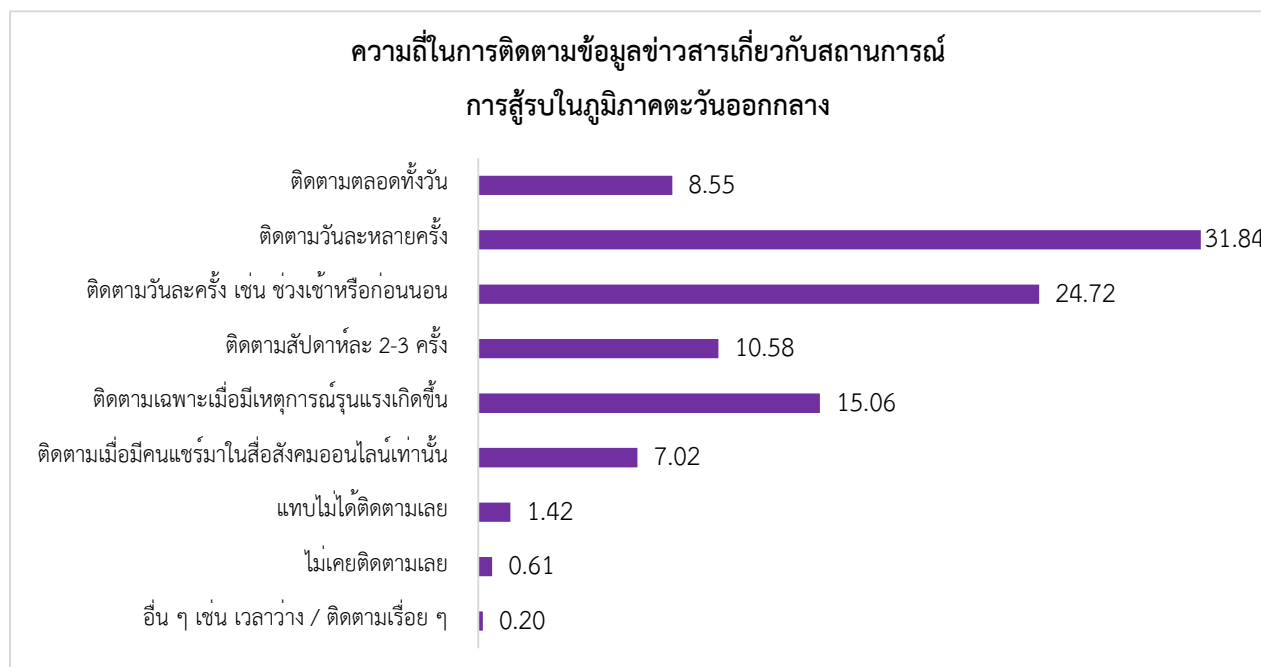


แผนภูมิ 1 ร้อยละของช่องทางที่ประชาชนติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การสู้รบในภูมิภาคตะวันออกกลาง

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์
การสู้รบในภูมิภาคตะวันออกกลาง

(n=983)

พฤติกรรมการติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์ การสู้รบในภูมิภาคตะวันออกกลาง	จำนวน	ร้อยละ
ติดตามตลอดทั้งวัน	84	8.55
ติดตามวันละหลายครั้ง	313	31.84
ติดตามวันละครั้ง เช่น ช่วงเช้าหรือก่อนนอน	243	24.72
ติดตามสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	104	10.58
ติดตามเฉพาะเมื่อมีเหตุการณ์รุนแรงเกิดขึ้น	148	15.06
ติดตามเมื่อมีคนแชร์มาในสื่อสังคมออนไลน์เท่านั้น	69	7.02
แทบไม่ได้ติดตามเลย	14	1.42
ไม่เคยติดตามเลย	6	0.61
อื่น ๆ เช่น เวลาว่าง / ติดตามเรื่อย ๆ	2	0.20
รวม	983	100.00



แผนภูมิ 2 ร้อยละของพฤติกรรมการติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์
การสู้รบในภูมิภาคตะวันออกกลาง

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของประเภทเนื้อหาที่ประชาชนให้ความสนใจในการประชาสัมพันธ์สถานการณ์
การสู้รบในภูมิภาคตะวันออกกลาง

(n=983)

ประเภทเนื้อหาที่ประชาชนให้ความสนใจในการประชาสัมพันธ์สถานการณ์ การสู้รบในภูมิภาคตะวันออกกลาง	จำนวน	ร้อยละ
ผลกระทบต่อราคาน้ำมันและค่าครองชีพในประเทศไทย	862	87.69
ความปลอดภัยและการช่วยเหลือแรงงานไทยในพื้นที่สู้รบ	455	46.29
ผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกและการลงทุน เช่น หุ่นและทองคำ	439	44.66
สถานการณ์การสู้รบเชิงยุทธศาสตร์ เช่น การโจมตีและการตอบโต้ทางทหาร	382	38.86
ข้อมูลภูมิรัฐศาสตร์ เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างมหาอำนาจและพันธมิตร	251	25.53
ความช่วยเหลือทางด้านมนุษยธรรมต่อพลเรือนในพื้นที่	220	22.38
การเตือนภัยและคำแนะนำในการเดินทางไปต่างประเทศ	217	22.08
ความเป็นมาและประวัติศาสตร์ของความขัดแย้ง	176	17.90
อื่น ๆ เช่น ความคืบหน้าในการเจรจายุติความขัดแย้ง/ราคาสินค้าอุปโภค – บริโภค/ การเตรียมตัวรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉินต่าง ๆ /ไม่สนใจเนื้อหาเกี่ยวกับสถานการณ์นี้	7	0.71

หมายเหตุ: สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ



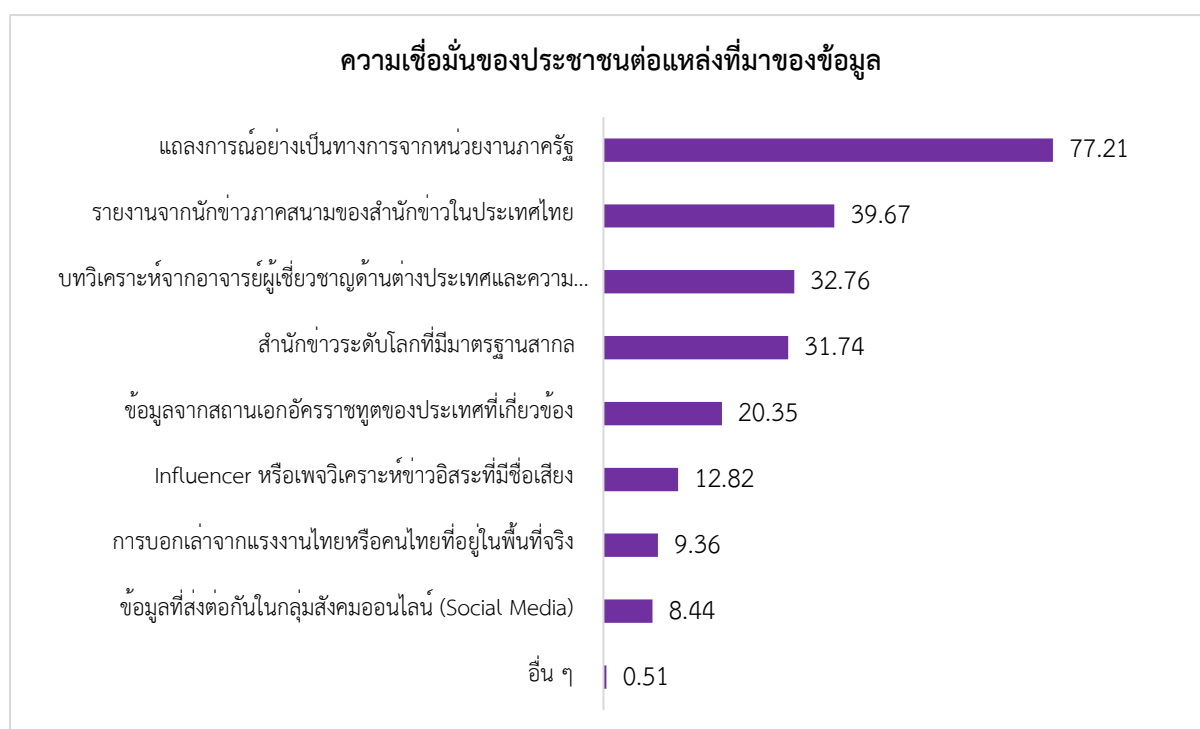
แผนภูมิ 3 ร้อยละของประเภทเนื้อหาที่ประชาชนให้ความสนใจในการประชาสัมพันธ์สถานการณ์
การสู้รบในภูมิภาคตะวันออกกลาง

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละความเชื่อมั่นของประชาชนต่อแหล่งที่มาของข้อมูล

(n=983)

ความเชื่อมั่นของประชาชนต่อแหล่งที่มาของข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
แถลงการณ์อย่างเป็นทางการจากหน่วยงานภาครัฐ	759	77.21
รายงานจากนักข่าวภาคสนามของสำนักข่าวในประเทศไทย	390	39.67
บทวิเคราะห์จากอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านต่างประเทศและความมั่นคง	322	32.76
สำนักข่าวระดับโลกที่มีมาตรฐานสากล	312	31.74
ข้อมูลจากสถานเอกอัครราชทูตของประเทศที่เกี่ยวข้องในประเทศไทย	200	20.35
Influencer หรือเพจวิเคราะห์ข่าวอิสระที่มีชื่อเสียง	126	12.82
การบอกเล่าจากแรงงานไทยหรือคนไทยที่อยู่ในพื้นที่จริง	92	9.36
ข้อมูลที่ส่งต่อกันในกลุ่มสังคมออนไลน์ (Social Media)	83	8.44
อื่น ๆ เช่น ไม่เชื่อมั่นแหล่งข้อมูลใดเลย/บทสัมภาษณ์หรือแถลงการณ์ทางโทรทัศน์เท่านั้น	5	0.51

หมายเหตุ: สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ



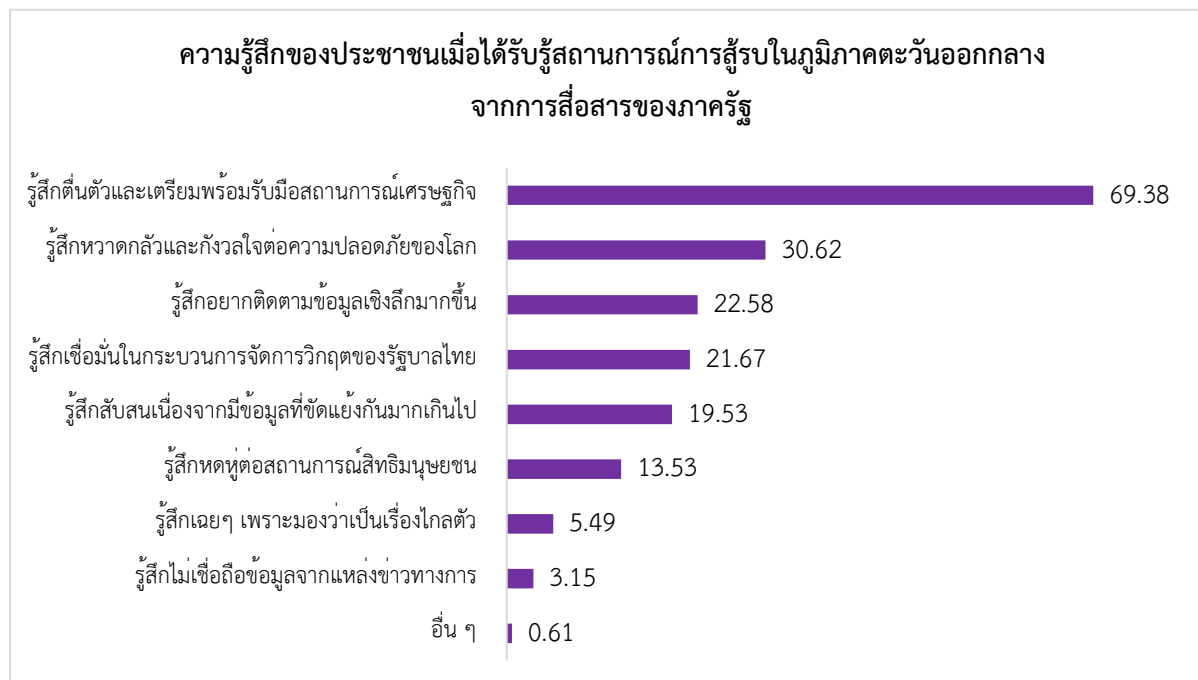
แผนภูมิ 4 ร้อยละของความเชื่อมั่นของประชาชนต่อแหล่งที่มาของข้อมูล

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละความรู้สึกของประชาชนเมื่อได้รับรู้สถานการณ์การสู้รบในภูมิภาคตะวันออกกลางจากการสื่อสารของภาครัฐ

(n=983)

ความรู้สึกของประชาชน เมื่อได้รับรู้สถานการณ์การสู้รบ ในภูมิภาคตะวันออกกลางจากการสื่อสารของภาครัฐ	จำนวน	ร้อยละ
รู้สึกตื่นตัวและเตรียมพร้อมรับมือสถานการณ์เศรษฐกิจ	682	69.38
รู้สึกหวาดกลัวและกังวลใจต่อความปลอดภัยของโลก	301	30.62
รู้สึกอยากติดตามข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น	222	22.58
รู้สึกเชื่อมั่นในกระบวนการจัดการวิกฤตของรัฐบาลไทย	213	21.67
รู้สึกสับสนเนื่องจากมีข้อมูลที่ขัดแย้งกันมากเกินไป	192	19.53
รู้สึกหดหู่ต่อสถานการณ์สิทธิมนุษยชน	133	13.53
รู้สึกเฉย ๆ เพราะมองว่าเป็นเรื่องไกลตัว	54	5.49
รู้สึกไม่เชื่อถือข้อมูลจากแหล่งข่าวทางการ	31	3.15
อื่น ๆ เช่น รู้สึกตระหนักถึงความสำคัญของการเลือกตั้ง/รู้สึกเบื่อหน่าย	6	0.61

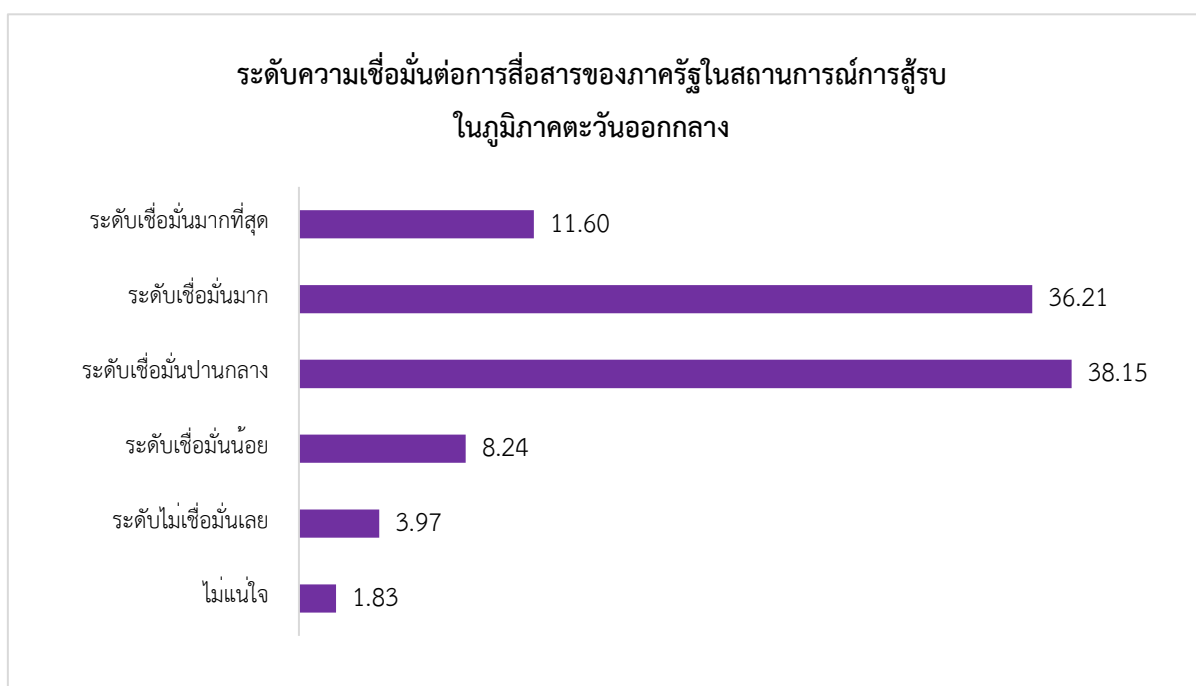
หมายเหตุ: สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ



แผนภูมิ 5 ร้อยละของความรู้สึกของประชาชนเมื่อได้รับรู้สถานการณ์การสู้รบในภูมิภาคตะวันออกกลางจากการสื่อสารของภาครัฐ

ตาราง 6 จำนวนและร้อยละความเชื่อมั่นต่อการสื่อสารของภาครัฐในสถานการณ์การสู้รบในภูมิภาคตะวันออกกลาง (n=983)

ระดับความเชื่อมั่นต่อการสื่อสารของภาครัฐในสถานการณ์การสู้รบ ในภูมิภาคตะวันออกกลาง	จำนวน	ร้อยละ
ระดับเชื่อมั่นมากที่สุด	114	11.60
ระดับเชื่อมั่นมาก	356	36.21
ระดับเชื่อมั่นปานกลาง	375	38.15
ระดับเชื่อมั่นน้อย	81	8.24
ระดับไม่เชื่อมั่นเลย	39	3.97
ไม่แน่ใจ	18	1.83
รวม	983	100.00



แผนภูมิ 6 ร้อยละของระดับความเชื่อมั่นต่อการสื่อสารของภาครัฐ
ในสถานการณ์การสู้รบในภูมิภาคตะวันออกกลาง

ตาราง 7 จำนวนและร้อยละของรูปแบบสื่อที่ประชาชนคิดว่าช่วยทำให้เข้าใจสถานการณ์
การสู้รบในภูมิภาคตะวันออกกลางได้ดีขึ้น

(n=983)

รูปแบบสื่อที่ประชาชนคิดว่าช่วยทำให้เข้าใจสถานการณ์ การสู้รบในภูมิภาคตะวันออกกลางได้ดีขึ้น	จำนวน	ร้อยละ
รายงานข่าวทางโทรทัศน์	697	70.91
วิดีโอสั้นสรุปประเด็น (ความยาวไม่เกิน 3 นาที)	323	32.86
การรายงานสดจากสถานที่จริง (Live Reporting)	276	28.08
รายงานข่าวทางวิทยุกระจายเสียง	254	25.84
รายการสนทนา (Talk Show) ระหว่างผู้เชี่ยวชาญทางโทรทัศน์	218	22.18
แผนที่และอินโฟกราฟิก (Infographic) แสดงจุดเกิดเหตุและผลกระทบ	196	19.94
บทความวิเคราะห์เชิงลึกพร้อมภาพประกอบในเว็บไซต์	151	15.36
บทวิเคราะห์ยาว ๆ ที่ฟังผ่านวิทยุกระจายเสียงหรือพอดแคสต์ (Podcast) ขณะเดินทาง	145	14.75
สรุปข่าวแบบตัวอักษร (Bullet points) ในแอปพลิเคชันไลน์	82	8.34
รายการสารคดีสั้นเล่าประวัติศาสตร์ย้อนหลัง	73	7.43
อื่น ๆ เช่น วิดีโอยาวที่มีการอธิบายรายละเอียดอย่างครบถ้วน	1	0.10

หมายเหตุ: สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ



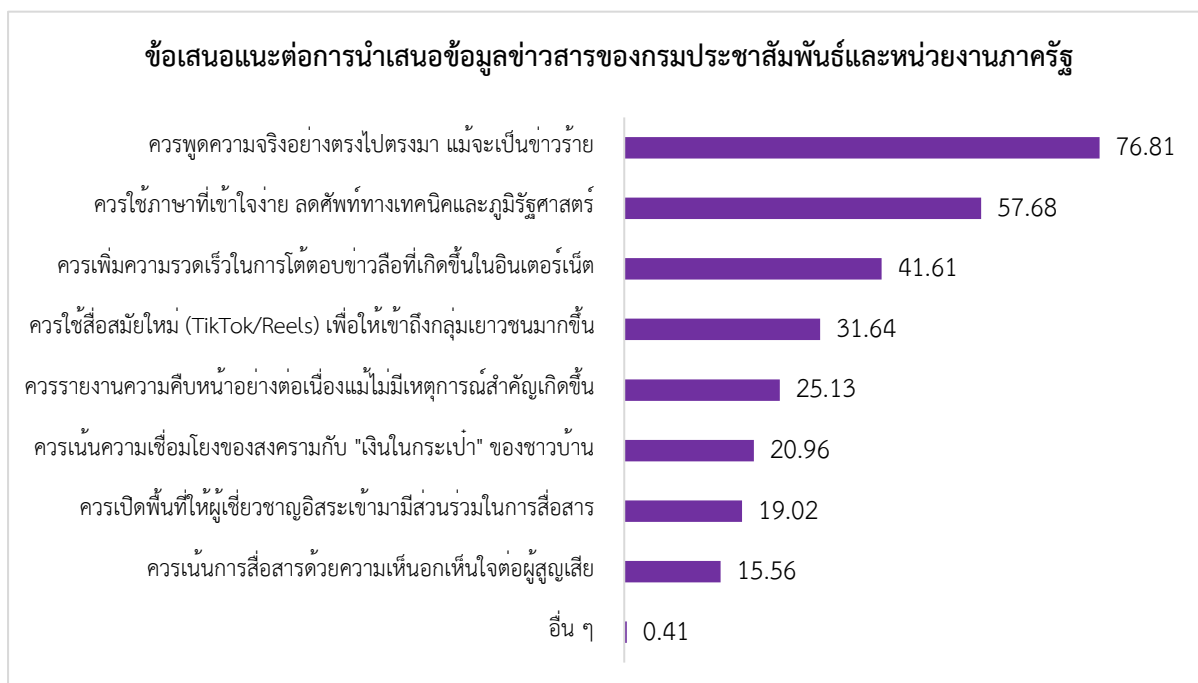
แผนภูมิ 7 ร้อยละของรูปแบบสื่อที่ประชาชนคิดว่าช่วยทำให้เข้าใจสถานการณ์
การสู้รบในภูมิภาคตะวันออกกลางได้ดีขึ้น

ตาราง 8 จำนวนและร้อยละของประชาชนแยกตามข้อเสนอแนะต่อการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร
ของกรมประชาสัมพันธ์และหน่วยงานภาครัฐ

(n=983)

ข้อเสนอแนะต่อการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ของกรมประชาสัมพันธ์และหน่วยงานภาครัฐ	จำนวน	ร้อยละ
ควรพูดความจริงอย่างตรงไปตรงมา แม้จะเป็นข่าวร้าย	755	76.81
ควรใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ลดศัพท์ทางเทคนิคและภูมิรัฐศาสตร์	567	57.68
ควรเพิ่มความรวดเร็วในการโต้ตอบข่าวลือที่เกิดขึ้นในอินเทอร์เน็ต	409	41.61
ควรใช้สื่อสมัยใหม่ (TikTok/Reels) เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเยาวชนมากขึ้น	311	31.64
ควรรายงานความคืบหน้าอย่างต่อเนื่องแม้ไม่มีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้น	247	25.13
ควรเน้นความเชื่อมโยงของสงครามกับ "เงินในกระเป๋า" ของชาวบ้าน	206	20.96
ควรเปิดพื้นที่ให้ผู้เชี่ยวชาญอิสระเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสาร	187	19.02
ควรเน้นการสื่อสารด้วย "ความเห็นอกเห็นใจ" (Empathy) ต่อผู้สูญเสีย	153	15.56
อื่น ๆ เช่น ควรนำเสนอข่าวสารอย่างเป็นกลาง/โปร่งใส	4	0.41

หมายเหตุ: สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ



แผนภูมิ 8 ร้อยละของประชาชนแยกตามข้อเสนอแนะต่อการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร
ของกรมประชาสัมพันธ์และหน่วยงานภาครัฐ

ส่วนที่ 3 ตารางลักษณะข้อมูลทั่วไป

ตาราง 9 จำนวนและร้อยละของลักษณะข้อมูลทั่วไป

(n=983)

ลักษณะข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ภูมิภาค		
ภาคกลางและกรุงเทพมหานคร	287	29.20
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	267	27.16
ภาคใต้	167	16.99
ภาคเหนือ	107	10.88
ภาคตะวันออก	87	8.85
ภาคตะวันตก	68	6.92
รวม	983	100.00
เพศ		
เพศหญิง	560	56.97
เพศชาย	408	41.50
เพศทางเลือก	15	1.53
รวม	983	100.00
อายุ		
18 - 25 ปี	76	7.73
26 - 35 ปี	213	21.67
36 - 45 ปี	267	27.16
46 - 59 ปี	328	33.37
60 ปี ขึ้นไป	99	10.07
รวม	983	100.00
ศาสนา		
พุทธ	922	93.79
อิสลาม	34	3.46
คริสต์	22	2.24
อื่น ๆ เช่น ไม่ขอระบุ / ไม่นับถือศาสนา	5	0.51
รวม	983	100.00
สถานภาพการสมรส		
โสด	476	48.42
สมรส	423	43.03
หม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่	82	8.34
ไม่ระบุ	2	0.21
รวม	983	100.00

ตาราง 9 (ต่อ) จำนวนและร้อยละของลักษณะข้อมูลทั่วไป

(n=983)

ลักษณะข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	23	2.34
มัธยมศึกษา/เทียบเท่า	118	12.00
อนุปริญญา/เทียบเท่า	99	10.07
ปริญญาตรี/เทียบเท่า	547	55.65
สูงกว่าปริญญาตรี	195	19.84
ไม่ได้รับการศึกษา	1	0.10
รวม	983	100.00
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานราชการ/ลูกจ้างของรัฐ	538	54.73
เจ้าของธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	140	14.24
พนักงานเอกชน	69	7.02
พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/ว่างงาน	65	6.61
รับจ้างทั่วไป/ผู้ใช้แรงงาน	52	5.29
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/องค์กรอิสระที่ไม่แสวงหากำไร	38	3.87
นักเรียน/นักศึกษา	38	3.87
เกษตรกร/ประมง	35	3.56
ไม่ระบุ/อื่น ๆ	8	0.81
รวม	983	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่มีรายได้	11	1.12
ไม่เกิน 5,000 บาท	51	5.19
5,001 - 10,000 บาท	125	12.72
10,001 - 20,000 บาท	273	27.77
20,001 - 30,000 บาท	214	21.77
30,001 - 40,000 บาท	114	11.60
40,001 - 50,000 บาท	69	7.02
50,001 - 60,000 บาท	49	4.98
60,001 - 70,000 บาท	28	2.85
70,001 บาทขึ้นไป	37	3.76
ไม่ระบุ	12	1.22
รวม	983	100.00