

# Gen Z Light & Learn



Gen Z VIBES : “The Most Exciting Loy Krathong Night” and the Risk That Comes with “Being Safe”

“Loy Krathong Night” = “A Night of Romance”



Disagree 42.5%

Agree 57.5%

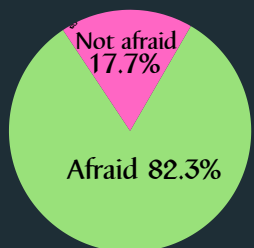


Celebrities Gen Z would like to float krathong with:

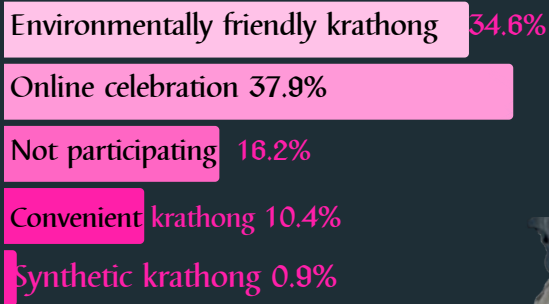
- Actress/Singer : Lisa Black Pink
- sportsperson : Lionel Messi
- Politician : Prayuth Chan-o-cha



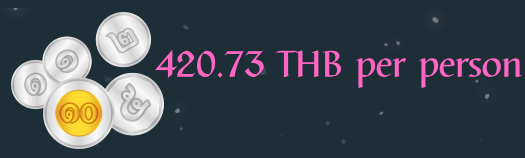
When Gen Z talks about HIV/AIDS:



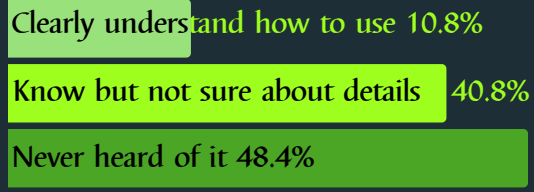
Types of loy kratong Gen Z prefers:



Gen Z average spending on Loy Krathong festival:



Gen Z’s knowledge about PrEP, PEP:



#LightAndLearn  
#LoyKrathong  
#WorldAIDSDay

“Celebrate Loy Krathong with care, stay mindful of your health”

Scan to more Information about HIV, PrEP, PEP



# Gen Z Light & Learn

Gen Z VIBES : **คืนสอยกระทง "ที่สุขเทวียง"** กับความเสียงที่ **"ต้องเซฟ"**

คืนสอยกระทง = คืนเสียง



ไม่เห็นภัย 42.5%

เห็นภัย 57.5%

## Gen Z ชอยากไปสอยกระทงกับ

- นักร้อง : ลิซ่า Black Pink
- นักกีฬา : ลิโอเนล เมสซี
- นักการเมือง : สุนทร



เมื่อ Gen Z พูถึง HIV/AIDS

## Gen Z เลือกสอยกระทงสายไหน

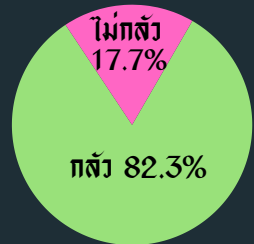
สายอนุรักษ์ 34.6%

สายออนไลน์ 37.9%

สายจน 16.2%

สายสะดวก 10.4%

สายสังเคราะห์ 0.9%



## Gen Z แยกสอยกระทงเข้าโทรศัพท์

เฉลี่ยเสีย 420.73 บาท

## Gen Z รู้จัก PrEP, PEP แค่ไหน

รู้จักดี 10.8%

รู้จัก แต่ไม่รู้รายละเอียด 40.8%

ไม่เคยรู้จักเลย 48.4%

#LightAndLearn

#สอยกระทง

#วันอาสาฬหบูชา

“สอยกระทงอย่างใส่ใจ ทั่วไทยสุขภาพดี”  
ข้อมูลเรื่อง HIV, PrEP, PEP เพิ่มเติม



AU POLL

## ผลการสำรวจโพลสาธารณะ

### หัวข้อ Gen Z Light and Learn

ในเดือนพฤศจิกายนของทุกปี ประเทศไทยมักเต็มไปด้วยสีสันของ “ประเพณีลอยกระทง” อันเป็นสัญลักษณ์แห่งการขอขมาต่อแม่น้ำ ลำธาร ขณะเดียวกัน เดือนเดียวกันนี้ยังเป็นช่วงแห่ง “วันเอดส์โลก (World AIDS Day)” ซึ่งสะท้อนประเด็นสุขภาวะทางเพศและการป้องกันโรคติดต่อที่ยังคงเป็นความท้าทายระดับโลก ความบังเอิญทางเวลาเช่นนี้สร้าง “พื้นที่ร่วม” ระหว่างวัฒนธรรมกับสาธารณสุข ระหว่างการเฉลิมฉลองกับการตระหนักรู้ทางเพศศึกษา ที่เปิดโอกาสให้สังคมได้ตั้งคำถามถึงพฤติกรรมและความเข้าใจของคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะในกลุ่ม Gen Z ที่เติบโตท่ามกลางสื่อดิจิทัลและการเปลี่ยนแปลงเชิงค่านิยมอย่างรวดเร็ว

จากรายงานของสื่อและผลสำรวจสาธารณะในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา พบว่าคืนวันลอยกระทงเป็นหนึ่งในช่วงเวลาที่มึนเมาโน้มการเกิดพฤติกรรมทางเพศในกลุ่มวัยรุ่นเพิ่มขึ้น โดยมีบางการสำรวจระบุว่ากว่า 40% ของเยาวชนอาจมีเพศสัมพันธ์ในคืนดังกล่าว<sup>1</sup> ขณะเดียวกัน ข้อมูลจากกรมควบคุมโรคระบุว่า เยาวชนอายุ 15-24 ปี ยังคงเป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนผู้ติดเชื้อเอชไอวีรายใหม่สูงที่สุด และส่วนใหญ่เกิดจากการมีเพศสัมพันธ์โดยไม่ป้องกัน<sup>2</sup> ปรากฏการณ์นี้สะท้อนถึงจุดเปราะบางทางสังคมที่เกิดขึ้นระหว่างความสุขของประเพณีและความเสี่ยงทางสุขภาพที่มักถูกมองข้ามในค่ำคืนแห่งแสงเทียน

การสำรวจความคิดเห็นสาธารณะในหัวข้อ “Gen Z Light and Learn” จึงมีความสำคัญทั้งในเชิงสังคมและเชิงนโยบาย การเก็บข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ พฤติกรรม และระดับความรู้ของคนรุ่นใหม่ จะช่วยให้เข้าใจพลวัตระหว่าง “วัฒนธรรมการเฉลิมฉลอง” และ “สุขภาวะทางเพศ” ได้อย่างรอบด้าน ผลการสำรวจสามารถนำไปใช้กำหนดแนวทางการสื่อสารเชิงรณรงค์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างตรงจุด เช่น การสร้างความตระหนักรู้ผ่านสื่อออนไลน์ การออกแบบกิจกรรมให้ความรู้ในพื้นที่จัดงาน หรือการส่งเสริมการใช้ถุงยางอนามัยและบริการตรวจ HIV เชิงรุกในช่วงเทศกาล กล่าวได้ว่า การเชื่อมโยงระหว่าง ลอยกระทง และ วันเอดส์โลก มิใช่เพียงการนำสองเหตุการณ์มาวางเคียงกัน แต่คือการมองเห็นเส้นสายที่พาดผ่านระหว่าง “วัฒนธรรม-สุขภาพ-เยาวชน” อย่างบูรณาการ โพลนี้จึงไม่ได้มีเป้าหมายเพียงเพื่อวัดความคิดเห็นเท่านั้น หากยังเป็นการกระตุ้นให้สังคมหันกลับมาทบทวนว่า ในคืนที่ผู้คนต่างขอขมาต่อพระแม่คงคา เรากำลังขอขมาต่อความประมาททางสุขภาพทางเพศของตนเองด้วยหรือไม่.

<sup>1</sup>อมรินทร์ทีวี. (2566, 20 พฤศจิกายน). ตกใจ! ผลโพล ร้อยละ 40.91 จ้องมีเพศสัมพันธ์วันลอยกระทง. สืบค้นจาก Amarin TV : (เข้าถึงเมื่อ 22 ตุลาคม 2568).

<sup>2</sup>กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. (2568). รายงานสถานการณ์เอชไอวี/เอดส์ ประเทศไทย ปี 2568. สืบค้นจาก: <https://ddc.moph.go.th> (เข้าถึงเมื่อ 22 ตุลาคม 2568).

การสำรวจโพลสาธารณะครั้งนี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาระดับปริญญาตรีทั่วประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 1,264 คน ในช่วงเดือนตุลาคม 2568 สามารถสรุปผลสำรวจได้ดังนี้ :-

### ตารางที่ 1 แสดงลำดับรายชื่อ นักแสดง นักร้อง นักกีฬา และนักการเมืองที่ Gen Z อยากไปลอยกระทงด้วย

ลำดับที่	รายชื่อ	
<b>ประเภทดารา นักร้อง</b>		
1	ลิซ่า ลลิษา มโนบาล	(ดารา นักร้องชาวไทย)
2	มาริโอ้ เมาเร่อ	(ดารา นักร้องชาวไทย)
3	แจอย็อน	(ดารา นักร้องชาวเกาหลีใต้)
<b>ประเภทนักกีฬา</b>		
1	ลิโอเนล อันเดรส เมสซิ	(นักกีฬาชาวอาร์เจนตินา)
2	ชนาธิป สรงกระสินธ์	(นักกีฬาชาวไทย)
3	คริสเตียโน โรนัลโด	(นักกีฬาชาวโปรตุเกส)
<b>ประเภทนักการเมือง</b>		
1	พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา	(นักการเมืองชาวไทย)
2	นายพิธา ลิ้มเจริญรัตน์	(นักการเมืองชาวไทย)
3	นายอนุทิน ชาญวีรกูล	(นักการเมืองชาวไทย)

ตารางนี้สะท้อนแนวโน้มความนิยมของคนรุ่นใหม่ต่อบุคคลสาธารณะจากหลากหลายวงการ ไม่ว่าจะเป็นนักร้อง นักแสดง นักกีฬา หรือแม้แต่นักการเมือง โดยผลสำรวจพบว่า “ลิซ่า ลลิษา มโนบาล” ครองอันดับหนึ่งแสดงถึงอิทธิพลของวัฒนธรรมป๊อป (K-pop) และกระแส Soft Power ของศิลปินไทยในเวทีโลก นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่ม Gen Z มีความสนใจในบุคคลที่มีภาพลักษณ์ทันสมัย เป็นแรงบันดาลใจ และมีบทบาทต่อสังคมในระดับนานาชาติ การเลือกบุคคลจากต่างประเทศ เช่น แจอย็อน หรือเมสซิ ยังชี้ให้เห็นถึงการเปิดรับวัฒนธรรมต่างชาติและโลกทัศน์แบบสากลของคนรุ่นใหม่ ขณะเดียวกัน การปรากฏชื่อของนักการเมือง เช่น พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา และนายพิธา ลิ้มเจริญรัตน์ สะท้อนว่าคนรุ่นนี้ไม่ได้ละเลยประเด็นการเมือง แต่ให้ความสนใจต่อผู้นำที่มีอิทธิพลทางสังคมเช่นกัน



ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของกระทงที่เลือกใช้

ประเภทของกระทง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กระทงธรรมชาติ เช่น ใบตอง ดอกไม้	288	22.8
กระทงอาหาร เช่น ขนมปัง โคนไอศกรีม	149	11.8
กระทงโฟม/วัสดุสังเคราะห์	12	0.9
กระทงแบบไหนก็ได้ตามสะดวก	131	10.4
กระทงออนไลน์ (E Kratong)	479	37.9
ไม่ลอยกระทง		
ติดภารกิจส่วนตัว ไม่ว่าง ไม่มีเวลา	90	7.1
ตระหนกต่อสิ่งแวดล้อม (ทำให้เกิดมลภาวะ, ขยะ, น้ำเสีย)	42	3.3
ไม่สนใจงานลอยกระทง	39	3.1
ไม่ชอบบรรยากาศงานลอยกระทง (คนเยอะ วุ่นวาย รถติด)	34	2.7
<b>รวม</b>	<b>1,264</b>	<b>100.0</b>

จากข้อมูลพบว่า “กระทงออนไลน์ (E-Kratong)” มีสัดส่วนสูงสุดถึงร้อยละ 37.9 แสดงถึงการปรับตัวของ Gen Z เข้ากับยุคดิจิทัลและการใช้เทคโนโลยีเพื่อแสดงออกทางวัฒนธรรม โดยไม่จำเป็นต้องอยู่ในพื้นที่จริง รองลงมาคือกระทงธรรมชาติ เช่น ใบตองและดอกไม้ (ร้อยละ 22.8) สะท้อนถึงความตระหนกต่อสิ่งแวดล้อมและการหันกลับมาสู่แนวทางรักษ์โลก ขณะที่การใช้กระทงโฟมมีสัดส่วนต่ำมาก (ร้อยละ 0.9%) แสดงถึงความเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมที่มุ่งลดขยะในแม่น้ำ ทั้งนี้ กลุ่มที่ไม่ลอยกระทง ส่วนใหญ่ให้เหตุผลเรื่องภารกิจส่วนตัวและความกังวลด้านสิ่งแวดล้อม บ่งชี้ว่าเยาวชนยุคใหม่มีมุมมองและเลือกปฏิบัติตามความเชื่อส่วนบุคคลมากขึ้น

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนเงินที่วางแผนใช้จ่ายในวันลอยกระทง

จำนวนเงินที่วางแผนใช้จ่ายในวันลอยกระทง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ใช้จ่าย	362	28.6
น้อยกว่า 100 บาท	122	9.7
100 – 500 บาท	678	53.6
501 – 1,000 บาท	58	4.6
1,000 – 5,000 บาท	38	3.0
5,001 – 10,000 บาท	4	0.3
มากกว่า 10,000 บาท ขึ้นไป	2	0.2
<b>รวม</b>	<b>1,264</b>	<b>100.0</b>
จำนวนเงินที่วางแผนใช้จ่ายน้อยที่สุด	10 บาท	
จำนวนเงินที่วางแผนใช้จ่ายมากที่สุด	15,000 บาท	
จำนวนเงินที่วางแผนใช้จ่ายโดยเฉลี่ย	420.73 บาท	

ผลสำรวจแสดงให้เห็นว่ากว่าครึ่งหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถาม (ร้อยละ 53.6) มีแผนใช้จ่ายในช่วง 100–500 บาท สะท้อนพฤติกรรมการบริโภคแบบพอประมาณของนักศึกษาและคนรุ่นใหม่ ซึ่งส่วนใหญ่ยังไม่มีรายได้ประจำ การใช้จ่ายโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 420.73 บาท แสดงถึงการมองลอยกระทงในฐานะ “กิจกรรมทางสังคม” มากกว่างานเฉลิมฉลองที่ต้องลงทุนสูง ขณะเดียวกัน กลุ่มที่ไม่ใช้จ่าย มีถึงร้อยละ 28.6 อาจสะท้อนค่านิยมการเฉลิมฉลองเชิงสัญลักษณ์มากกว่าการใช้เงินซื้อความสุข หรือการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านช่องทางออนไลน์ที่ไม่มีค่าใช้จ่าย

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับ “คีนลอยกระทง = คีนเสียวตัว”

ความคิดเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เห็นด้วยอย่างมาก	332	26.3
ไม่เห็นด้วย	205	16.2
เห็นด้วย	637	50.4
เห็นด้วยอย่างมาก	90	7.1
<b>รวม</b>	<b>1,264</b>	<b>100.0</b>

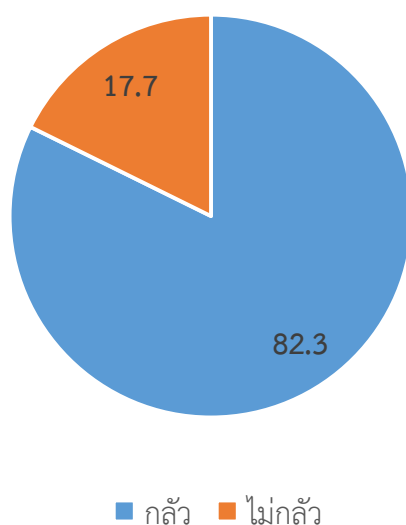
ผลการสำรวจสะท้อนให้เห็นถึงมุมมองของคนรุ่นใหม่ต่อความเชื่อที่เชื่อมโยงประเพณีลอยกระทงกับพฤติกรรมทางเพศ ซึ่งเป็นประเด็นที่อยู่ในความสนใจของสังคมไทยมาอย่างยาวนาน จากผลการสำรวจพบว่า กว่าครึ่งหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถาม (ร้อยละ 57.5) เห็นด้วยกับประโยค “คีนลอยกระทง = คีนเสียวตัว” ขณะที่อีก ร้อยละ 42.5 ไม่เห็นด้วย ซึ่งชี้ให้เห็นถึงการแบ่งออกเป็นสองมุมมองหลักในสังคมไทยยุคใหม่

ผลลัพธ์นี้อาจสะท้อนอิทธิพลของ “บรรยากาศคำคืนแห่งการเฉลิมฉลอง” ที่มีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมของคนหนุ่มสาว ประเพณีลอยกระทงเป็นช่วงเวลาที่คุณคนออกมาร่วมกิจกรรมในพื้นที่สาธารณะ ท่ามกลางบรรยากาศโรแมนติก แสงเทียน เสียงเพลง และสายน้ำ ซึ่งกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกทางอารมณ์ ความสัมพันธ์ และความใกล้ชิดมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นและวัยหนุ่มสาวที่อยู่ในช่วงแสวงหาประสบการณ์ชีวิตทางความรักและความสัมพันธ์ส่วนตัว นอกจากนี้ ปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ ล้วนเป็นตัวเร่งทางสังคม ที่อาจทำให้เกิดพฤติกรรมทางเพศโดยไม่วางแผนล่วงหน้า การเห็นด้วยของผู้ตอบจำนวนมากจึงไม่ได้หมายความถึงการยอมรับหรือเห็นชอบต่อพฤติกรรมดังกล่าวโดยตรง แต่สะท้อนถึงการรับรู้ของสังคมต่อความเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมการเฉลิมฉลองกับพฤติกรรมทางเพศที่เกิดขึ้นจริงในบริบทปัจจุบัน การออกแบบมาตรการหรือสื่อรณรงค์ที่เหมาะสม เช่น การให้ความรู้เรื่องการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ การใช้ถุงยางอนามัย หรือการส่งเสริมแนวคิด “ลอยกระทงอย่างปลอดภัย” ที่ยังคงคุณค่าทางวัฒนธรรม ควบคู่กับการดูแลสุขภาพทางเพศของเยาวชน

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้สึกที่มีต่อโรคเอดส์

ความรู้สึกที่มีต่อโรคเอดส์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กลัว	1,040	82.3
ไม่กลัว	224	17.7
รวม	1,264	100.0

ความรู้สึกที่มีต่อโรคเอดส์



จากผลสำรวจ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 82.3) “กลัว” โรคเอดส์ ซึ่งแสดงถึงภาพจำของโรคร้ายแรงที่ยังฝังแน่นในสังคม แม้ความรู้ทางการแพทย์จะพัฒนาไปมากแล้วก็ตาม การกลัวอาจมาจากการรับรู้ข้อมูลด้านลบในอดีตหรือการขาดความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับวิธีป้องกันและรักษา ในขณะที่ร้อยละ 17.7 “ไม่กลัว” ซึ่งเป็นกลุ่มที่อาจได้รับข้อมูลทันสมัย เข้าใจว่าสามารถควบคุมโรคได้และอยู่ร่วมกับผู้ติดเชื้ออย่างปลอดภัย การเปรียบเทียบระหว่างสองกลุ่มนี้จึงชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นของการให้ความรู้เรื่องเอดส์ในเชิงสร้างสรรค์และลดอคติทางสังคม



## ตารางที่ 6 ตารางเปรียบเทียบมุมมองความรู้สึกที่มีต่อโรคเอดส์

ประเด็นเปรียบเทียบ	กลุ่มกลัวโรคเอดส์	กลุ่มไม่กลัวโรคเอดส์
1. การรับรู้เกี่ยวกับโรค	เห็นว่าเอดส์เป็นโรคร้ายแรง รักษาไม่หาย และนำไปสู่ความตาย (ร้อยละ 54.04)	มองว่าโรคเอดส์ไม่ร้ายแรงเหมือนเดิม เพราะมียารักษาควบคุมได้ (ร้อยละ 1.48)
2. ความเข้าใจเรื่องการติดต่อของโรค	เชื่อว่าเอดส์ติดต่อได้ง่าย โดยเฉพาะเพศสัมพันธ์ (ร้อยละ 9.37)	รู้ว่าเอดส์มีการติดต่อเฉพาะกรณี มีความเข้าใจเรื่องการป้องกัน (ร้อยละ 1.78)
3. ความกลัวต่อการติดเชื้อ	กลัวติดเชื้อ กลัวเสียชีวิต (ร้อยละ 8.09)	มั่นใจว่าสามารถอยู่ร่วมกับเชื้อได้หากรักษาอย่างถูกต้อง (ร้อยละ 0.59)
5. การป้องกันตนเองจากโรค	ยังไม่เข้าใจวิธีการป้องกันที่ถูกต้อง (ร้อยละ 3.94)	มีความรู้และมีวิธีป้องกันที่ถูกต้อง (ร้อยละ 7.40)
7. ความเสี่ยงต่อการติดโรค	-	มองว่าตัวเองไม่อยู่ในกลุ่มเสี่ยง หรือสามารถควบคุมความเสี่ยงได้ (ร้อยละ 1.38)
4. มุมมองต่อการรักษา	เชื่อว่ารักษาไม่ได้ เป็นโรคที่รักษายาก (ร้อยละ 7.50)	เชื่อว่ารักษาได้ และสามารถควบคุมโรคได้ด้วยยา (ร้อยละ 1.48)
6. ผลกระทบทางสังคม	กลัวถูกตีตรา กลัวคนรังเกียจ (ร้อยละ 2.16)	มองว่าสังคมเปิดกว้างและมีความเข้าใจเกี่ยวกับโรคมากขึ้น (ร้อยละ 0.79)

กลุ่มที่มีความกลัวโรคเอดส์ส่วนใหญ่แสดงออกถึง “ความหวาดกลัวต่อความตายและความร้ายแรงของโรค” โดยยึดภาพจำในอดีตว่าเอดส์เป็นโรครักษาไม่หาย ติดง่าย และเป็นตราบาปทางสังคม การกลัวจึงมักมาจากอารมณ์ ความเชื่อ ขณะเดียวกัน กลุ่มนี้ยังสะท้อนถึงความไม่มั่นใจในพฤติกรรมป้องกันของตนเอง

ในทางกลับกัน กลุ่มที่ไม่กลัวเอดส์เป็นคนที่ได้รับข้อมูลข่าวสารและการเรียนรู้เกี่ยวกับโรคเอดส์ ความเชื่อมั่นในวิทยาการทางการแพทย์ เข้าใจว่าผู้ติดเชื้อสามารถใช้ชีวิตได้ตามปกติภายใต้การรักษาอย่างต่อเนื่อง และเห็นว่าเอดส์ไม่ใช่จุดจบของชีวิตอีกต่อไป ความไม่กลัวจึงเกิดจากการรู้และการป้องกัน มากกว่าการละเลยหรือไม่สนใจ

การเปรียบเทียบสองกลุ่มนี้เผยให้เห็นช่องว่างของ “ความรู้-อารมณ์-สังคม” ที่ยังดำรงอยู่ในสังคมไทย ในขณะที่กลุ่มหนึ่งยังยึดติดกับภาพจำของอดีต อีกกลุ่มหนึ่งกลับเคลื่อนเข้าสู่ยุคใหม่ที่มองโรคเอดส์ในฐานะโรคเรื้อรังที่จัดการได้ ความแตกต่างนี้จึงไม่ใช่เพียงเรื่องของข้อมูลทางการแพทย์ แต่คือภาพสะท้อนของพัฒนาการทางวัฒนธรรมสุขภาพที่คนรุ่นใหม่กำลังสร้างขึ้น

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความเคยได้ยินเรื่องยา PrEP และ PEP

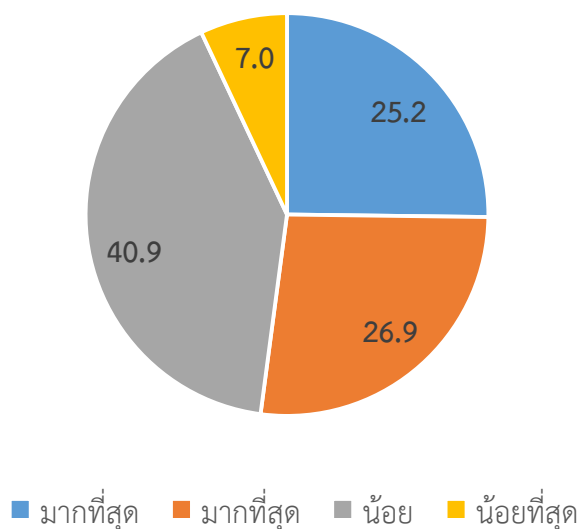
ความเคยได้ยินเรื่องยา PrEP และ PEP	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคยได้ยิน และรู้รายละเอียด	137	10.8
เคยได้ยิน แต่ไม่รู้รายละเอียด	515	40.8
ไม่เคยได้ยินเลย	612	48.4
<b>รวม</b>	<b>1,264</b>	<b>100.0</b>

ผลสำรวจพบว่ามีเพียงร้อยละ 10.8 ที่ “เคยได้ยินและรู้รายละเอียด” ของยา PrEP/PEP ซึ่งเป็นยาป้องกันการติดเชื้อ HIV ก่อนและหลังการสัมผัสเชื้อ ขณะที่เกือบครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 48.4) “ไม่เคยได้ยินเลย” สะท้อนถึงช่องว่างทางความรู้เรื่องการป้องกันในคนรุ่นใหม่ แม้เทคโนโลยีทางการแพทย์จะก้าวหน้า การเผยแพร่ข้อมูลยังไม่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างเพียงพอ ตารางนี้จึงชี้ถึงความจำเป็นในการเพิ่มการสื่อสารสุขภาพทางเพศผ่านสื่อที่เหมาะสมกับ Gen Z เพื่อสร้างความเข้าใจและลดความเสี่ยงต่อการติดเชื้อในอนาคต

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการติตราผู้ติดเชื้อ HIV และ AIDS ของคนในสังคมไทย

การติตราผู้ติดเชื้อ HIV และ AIDS	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มากที่สุด	317	25.2
มาก	340	26.9
น้อย	517	40.9
น้อยที่สุด	89	7.0
<b>รวม</b>	<b>1,264</b>	<b>100.0</b>

การติตราผู้ติดเชื้อ HIV และ AIDS ของคนในสังคมไทย



จากผลสำรวจ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 40.9) มองว่าสังคมมีการติตราผู้ติดเชื้อ “น้อย” แสดงให้เห็นว่าทัศนคติของคนรุ่นใหม่เริ่มเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่เปิดกว้างและเข้าใจมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังมีร้อยละ 52.1 ที่เห็นว่าสังคม “ยังมีการติตรามากถึงมากที่สุด” ซึ่งสะท้อนว่ายังมีอคติและความกลัวในระดับหนึ่ง การลดการติตราจึงจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารและการศึกษาอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างสังคมที่เคารพศักดิ์ศรีของผู้ติดเชื้ออย่างเท่าเทียม

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการปฏิบัติตัวเมื่อเพื่อนหรือคนใกล้ชิดติดเชื้อ HIV

การปฏิบัติตัว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทำตัวปกติ	717	56.7
เพิ่มระยะห่าง	315	24.9
อึดอัดใจ	44	3.5
ไม่แน่ใจ	188	14.9
<b>รวม</b>	<b>1,264</b>	<b>100.0</b>

ตารางนี้สะท้อนพฤติกรรมจริงของผู้ตอบต่อสถานการณ์ใกล้ชิด โดยร้อยละ 56.7 ระบุว่า “ทำตัวปกติ” แสดงถึงความเข้าใจและทัศนคติที่เปิดรับมากขึ้น ส่วนร้อยละ 24.9 “เพิ่มระยะห่าง” และร้อยละ 14.9 “ไม่แน่ใจ” บ่งชี้ว่ายังมีความกลัวและความไม่มั่นใจในข้อมูลเกี่ยวกับการอยู่ร่วมกับผู้ติดเชื้อ ตารางนี้สะท้อนถึงความจำเป็นในการส่งเสริมการเรียนรู้และรณรงค์ให้เข้าใจว่า HIV ไม่ติดต่อผ่านการใช้ชีวิตประจำวัน เช่น การสัมผัส หรือการพูดคุย เพื่อสร้างบรรยากาศทางสังคมที่เกื้อหนุนและลดการเลือกปฏิบัติ



## บทสรุปเชิงนโยบาย: แนวทางสร้างความเข้าใจและลดช่องว่างด้านทัศนคติเรื่องโรคเอดส์ในกลุ่มคนรุ่นใหม่

จากการสำรวจพบว่าคนรุ่น Gen Z มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในระดับ “ความกลัว” และ “ความเข้าใจ” เกี่ยวกับโรคเอดส์ ซึ่งความแตกต่างนี้มีผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการป้องกัน การรับรู้ความเสี่ยง และทัศนคติต่อผู้ติดเชื้อ ดังนั้น การกำหนดนโยบายและมาตรการสื่อสารสาธารณะจึงควรมุ่งสู่แนวทางที่เชื่อมโยงข้อมูลทางการแพทย์กับมิติทางวัฒนธรรมและจิตวิทยาสังคมเพื่อให้เกิดผลอย่างยั่งยืน

### 1. พัฒนาแนวทางสื่อสารสุขภาพแบบเข้าใจง่ายและเข้าถึงคนรุ่นใหม่

ควรปรับรูปแบบการสื่อสารเรื่อง HIV/AIDS จากการ “ขู่ให้กลัว” เป็นการ “สร้างความเข้าใจ” ผ่านสื่อที่คนรุ่นใหม่ใช้บ่อย เช่น TikTok, Instagram, หรือแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ โดยใช้ภาษาที่เป็นมิตร ภาพจำที่ทันสมัย และเนื้อหาที่เชื่อมโยงกับไลฟ์สไตล์ เช่น การมีความรักที่ปลอดภัย (Safe Love) หรือการอยู่ร่วมกับผู้ติดเชื้ออย่างไม่ตีตรา

### 2. บูรณาการเพศศึกษาและสุขภาวะทางเพศในสถานศึกษาอย่างเป็นระบบ

โรงเรียนและมหาวิทยาลัยควรบรรจุเนื้อหาเกี่ยวกับเพศศึกษาเชิงรอบด้าน (Comprehensive Sexuality Education) ที่ไม่เพียงให้ข้อมูลทางชีววิทยา แต่รวมถึงทักษะการคิดวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ที่เท่าเทียม และสิทธิทางเพศ เพื่อให้เยาวชนเข้าใจว่าการไม่กลัวโรคเอดส์หมายถึง “การรู้จักป้องกันและอยู่ร่วมได้อย่างมีสติ”

### 3. สร้างเครือข่ายผู้นำเยาวชนสุขภาวะทางเพศ (Youth Health Ambassadors)

กลุ่มที่มีความรู้และทัศนคติที่ถูกต้องควรถูกพัฒนาให้เป็น “ผู้นำการสื่อสารสุขภาพ” ในชุมชนหรือมหาวิทยาลัย เพื่อเป็นพลังร่วมขับเคลื่อนการณรงค์เชิงบวกในกลุ่มเพื่อนวัยเดียวกัน การสื่อสารโดยเยาวชนเพื่อเยาวชนจะมีอิทธิพลสูงกว่าในเชิงพฤติกรรมและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

### 4. ลดการตีตราทางสังคมผ่านนโยบายสื่อและการรณรงค์เชิงบวก

การสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ ควรผลิตเนื้อหาที่สะท้อนภาพชีวิตผู้ติดเชื้อในแง่ของการใช้ชีวิตอย่างมีคุณค่ามากกว่าการนำเสนอในเชิงน่าสงสารหรืออันตราย เพื่อเปลี่ยนกรอบความคิดของสังคมจากผู้ป่วย ไปสู่ “เพื่อนร่วมสังคมที่มีศักดิ์ศรีเท่าเทียม”

### 5. ส่งเสริมการเข้าถึงบริการ PrEP / PEP และการตรวจ HIV แบบสมัครใจ

นโยบายด้านสาธารณสุขควรเน้นให้เยาวชนเข้าถึงยาป้องกันก่อนและหลังสัมผัสเชื้อ (PrEP และ PEP) ได้ง่ายขึ้น ผ่านสถานพยาบาลใกล้บ้าน หรือบริการตรวจฟรีในมหาวิทยาลัย รวมถึงการให้คำปรึกษาอย่างไม่ตีตรา เพื่อให้การตรวจ HIV กลายเป็นเรื่องปกติของการดูแลสุขภาพตนเอง