



Cyber Law, AI Overuse & Digital Media Infractions

กฎหมายไซเบอร์กับการควบคุมการเผยแพร่เนื้อหา
และการใช้ AI บิดเบือนข้อมูลบนแพลตฟอร์มดิจิทัล



เบญสิริยา ปานปัญญเดช

สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี



[HTTPS://ARIT.RMUTT.AC.TH](https://arit.rmUTT.ac.th)

Download File

<https://arit.rmutt.ac.th/cyber-law-ai/>



วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม



1

1. จำแนกองค์ประกอบ
ความผิดตาม
พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ฯ
2550/2560 ได้

2

2. วิเคราะห์ความเสี่ยง
ทางกฎหมายจากสื่อ
AI-generated /
Deepfake ได้

3

3. ประยุกต์ใช้เป็น
แนวปฏิบัติที่ปลอดภัย
ในวิชาชีพสื่อสาร
มวลชน



เกราะป้องกัน 4 ชั้น สำหรับนักสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล

An illustration featuring a glowing blue brain with a microchip inside, connected by circuit lines to various digital icons like a bar chart, a network diagram, and a star. The background is dark blue with glowing circuit patterns.

AI & Copyright
ลิขสิทธิ์ผลงานที่สร้างร่วมกับ AI ใครคือเจ้าของตัวจริง?

An illustration showing a golden gavel resting on a glowing blue base with binary code. In the background, there are icons for a dollar sign, a scale of justice, and a document, all set against a dark blue background with circuit patterns.

Cyber Laws
เจาะลึก พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ฯ (ม.14 & ม.16) ขอบเขตการแฮกและดัดแปลง

An illustration of a woman's face with a digital, pixelated overlay on the right side. The face is framed by a glowing blue border with circuit patterns. There are also icons for a person and a shield in the background.

PDPA for Creators
การถ่ายภาพและจัดการข้อมูลส่วนบุคคลในพื้นที่สาธารณะ

An illustration featuring a large, glowing blue shield with a checkmark inside. To the left and right of the shield are lists of items with checkmarks and icons. The background is dark blue with circuit patterns.

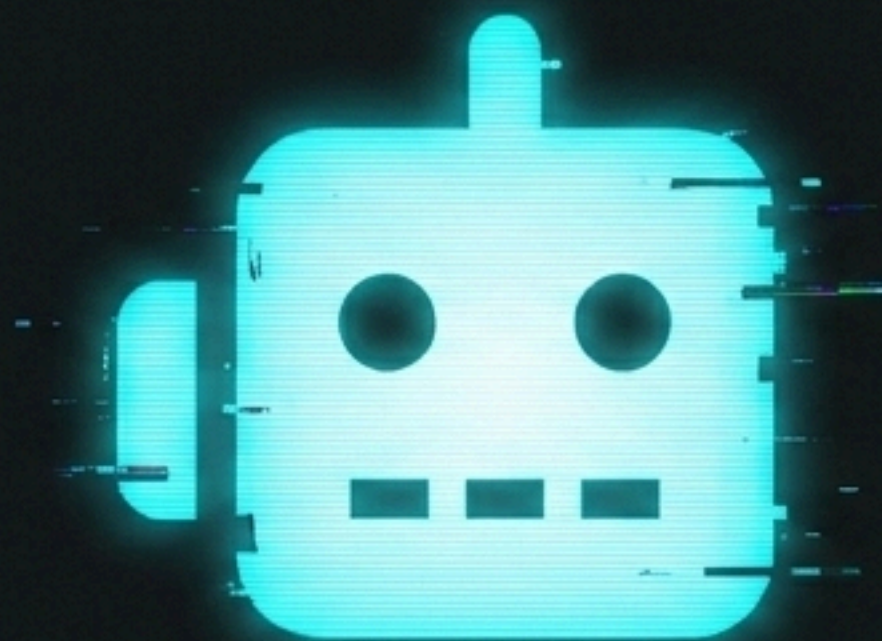
Media Ethics
แนวปฏิบัติจริยธรรมสื่อ 2567 และเช็คลิสต์ก่อนกดเผยแพร่



● REC

35mm

85% 



ภูมิทัศน์เทคโนโลยีสื่อสังเคราะห์ **AI, Deepfake & Voice Cloning**

ความท้าทายใหม่ที่กำลังเปลี่ยนโฉมวงการสื่อมวลชน

 85%

ISO 800
1080p
60fps



WWW.ARIT.RMUTT.AC.TH

เบญสิริยา ปานบุญญเดช

BY
ARIT Website

เทคโนโลยีสื่อสังเคราะห์ที่สื่อมวลชนต้องรู้จัก

เครื่องมือบิดเบือนอัตลักษณ์ในยุคดิจิทัล



สวมรอยใบหน้า (Visual Hijacking)

Deepfake

เทคนิค Deep Learning, สร้างหรือดัดแปลงภาพนิ่งและวิดีโอ สามารถสลับใบหน้า (Face Swap) หรือสร้างการเคลื่อนไหวให้ "พูด" ตามผู้สร้างกำหนด แม้บุคคลนั้นไม่เคยกระทำจริง



โคลนน้ำเสียง (Audio Hijacking)

Voice Cloning

เทคโนโลยีสังเคราะห์เสียงเลียนแบบน้ำเสียงและสำเนียงบุคคลได้ใกล้เคียงต้นฉบับ ด้วยตัวอย่างเสียงเพียงเล็กน้อย นิยมใช้สร้างข่าวปลอมและหลอกลวง (Voice Phishing)



ผลกระทบลูกโซ่: ความเสี่ยงของ AI-Generated Content ต่อวงการศึกษา

สื่อมวลชน

เผยแพร่โดยไม่ทันตรวจสอบ
สื่อมวลชนตกเป็นเหยื่อ
นำภาพ/คลิปปลอม ไปรายงานต่อโดยไม่รู้ตัว
ทำลายความน่าเชื่อถือของสำนักข่าว

สังคมส่วนรวม

บั่นทอนความน่าเชื่อถือ (Erosion of Trust)
ผู้ชมไม่สามารถแยกแยะเนื้อหาจริง
กับสื่อสังเคราะห์ได้ ทำให้เกิดความหวาด
ระแวงต่อข่าวสารทั้งหมด

คลิปวิดีโอสังเคราะห์ (The Deepfake)

บุคคลสาธารณะ

โจมตีทำลายชื่อเสียง
ใช้เป็นเครื่องมือทางการเมืองหรือทำลายชื่อเสียงบุคคล
ที่มีชื่อเสียงด้วยข้อกล่าวหาที่เป็นเท็จแต่อย่างสมจริง

เศรษฐกิจ

หลอกลวงทางการเงิน
Deepfake Scam แอบอ้างบุคคลมีชื่อเสียง
ชวนลงทุนหรือหลอกลวงโอนเงิน



3 ทักษะแห่งอนาคต (Learning Objectives)



Understand (อธิบายได้)

เข้าใจข้อจำกัดทางกฎหมายลิขสิทธิ์, พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ฯ และ PDPA



Analyze (วิเคราะห์เป็น)

ประเมินความเสี่ยงทางกฎหมายและจริยธรรมจาก Case Studies ในวงการสื่อได้



Apply (ประยุกต์ใช้จริง)

ใช้งานเช็คลิสต์จริยธรรมก่อนเผยแพร่ผลงาน (Publish) ได้อย่างมั่นใจ



ทำไมใคร่เจที่ฟยุคนี้ ถึงก้าวพลาดไม่ได้?

3 วินาที

เวลาที่เทคโนโลยี AI
(Voice Cloning/Deepfake)

ใช้ในการขโมยและเลียนแบบอัตลักษณ์ของคนดัง



IDENTITY THEFT

SYNTHETIC MEDIA

DEEPFAKE

Synthetic
Injection

ตลอดกาล

ความน่าเชื่อถือที่พังทลายลง
หากเราแชร์สื่อสังเคราะห์ (Synthetic Media)
โดยขาดการตรวจสอบ

Reputation & Trust



ความเร็ว (Speed) แข่งหน้า
ความถูกต้อง (Accuracy) เสมอ

**ความน่าเชื่อถือคือ
ทรัพย์สินเดียว**

ที่ทำให้เราแตกต่างจากมือสมัครเล่น



WWW.ARIT.RMUTT.AC.TH

เบญสิริยา ปานบุญญเดช

BY
ARIT Website

เส้นแบ่งสิทธิ์: AI เป็น เครื่องมือ หรือ ผู้สร้าง

AI as a Tool

- มีลิขสิทธิ์ (มนุษย์เป็นเจ้าของ)
- มนุษย์ริเริ่มคิดคอนเซปต์ โครงสร้าง และวาดร่าง
- ใช้ AI เป็นพู่กันหรือกล้องถ่ายรูปช่วยทำงาน
- มีการแก้ไข ปรับแต่งรายละเอียดอย่างมีนัยสำคัญ

AI as Creator

- ไม่มีลิขสิทธิ์ (Public Domain)
- มนุษย์พิมพ์ Prompt สั้นๆ
- ให้ AI สุ่มผลลัพธ์ออกมาทั้งหมด
- ไม่มีการจัดระเบียบความคิดหรือปรับแต่งเพิ่มเติม

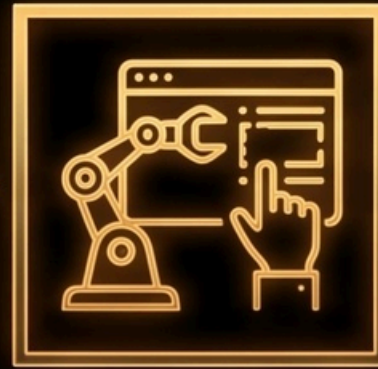


เส้นแบ่งสิทธิ์: วัดระดับ AI ระหว่าง ‘เครื่องมือ’ กับ ‘ผู้สร้าง’

AI เป็น
‘เครื่องมือ’



มนุษย์คิดคอนเซปต์



ใช้ AI วางโครง



มนุษย์แก้ไข/แต่งเติม
อย่างมีนัยสำคัญ



มนุษย์มีสิทธิ์

ควบคุมสูง | ปรับแต่งมาก | เป็นผู้ริเริ่ม

AI เป็น
‘ผู้สร้าง’



มนุษย์สั่ง
Prompt สั้นๆ



AI สุ่มผลลัพธ์ 100%

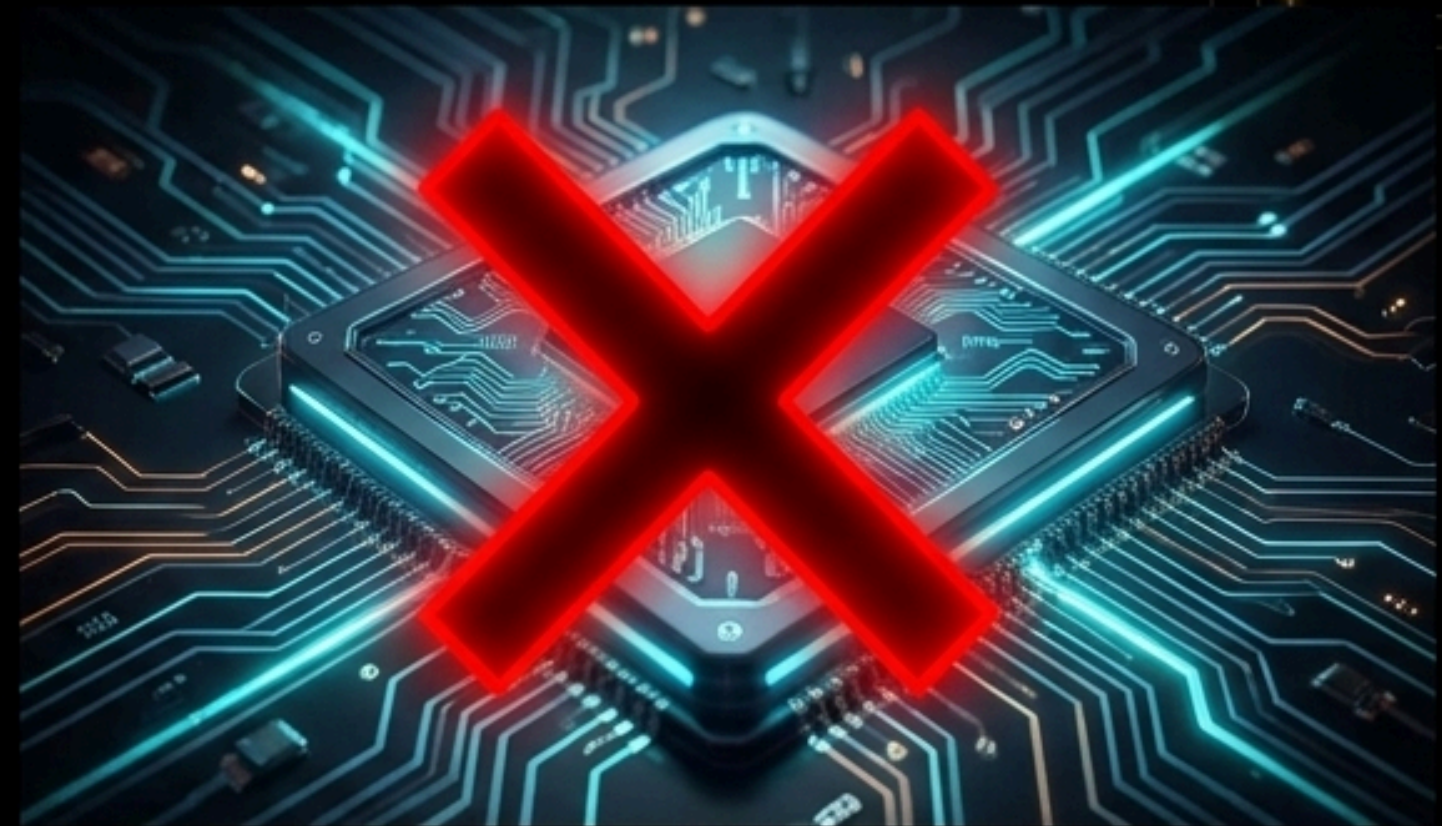


เป็นงานสาธารณะ
ไม่มีลิขสิทธิ์

ควบคุมกระบวนการต่ำ | สุ่มผลลัพธ์ | ไร้การแก้ไขเพิ่ม



กฎหมายให้ความคุ้มครอง มนุษย์ เท่านั้น



นิตยตามมาตรา 4 พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ 2537: **ผู้สร้างสรรค์** หมายถึงผู้ทำหรือผู้ก่อให้เกิดงานสร้างสรรค์ ซึ่งคำว่า **ผู้** ในทางกฎหมายหมายถึง **บุคคล (มนุษย์)**

บรรทัดฐานสากล (กรมทรัพย์สินทางปัญญาไทย, สหรัฐฯ, EU):

ศาลสหรัฐฯ (ส.ค. 2566): งานศิลปะที่สร้างโดย AI ล้วนๆ ปราศจากส่วนที่มนุษย์ร่วมสร้างสรรค์ ไม่สามารถจดลิขสิทธิ์ได้
ผลงานจาก **Prompt** ล้วน = **สมบัติสาธารณะ (Public Domain)**



เช็คลิสต์รับงานลูกค้า การใช้ AI ในเชิงพาณิชย์



สิ่งที่ควรทำ (Do's)

ใช้หาไอเดีย แรงบันดาลใจ
หรือวางร่างดนตรีต้นฉบับ

เช็ค License เครื่องมือ AI
ทุกครั้งที่ใช้เชิงพาณิชย์ได้จริง

ให้เครดิตแหล่งอ้างอิงชัดเจน



สิ่งที่ควรระวัง (Don'ts)

ห้ามสั่ง Prompt เพื่อลอกเลียนแบบ
Unique Style ของศิลปินท่านอื่น

ห้ามทำ Voice Cloning
โคลนเสียงศิลปินดังเด็ดขาด

ห้ามโยน ฟุตเทจ/โค้ด ที่มีลิขสิทธิ์เข้า AI
(Data Training) โดยไม่ขออนุญาต



ภูมิทัศน์ พ.ร.บ.ว่าด้วยการกระทำความผิด เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

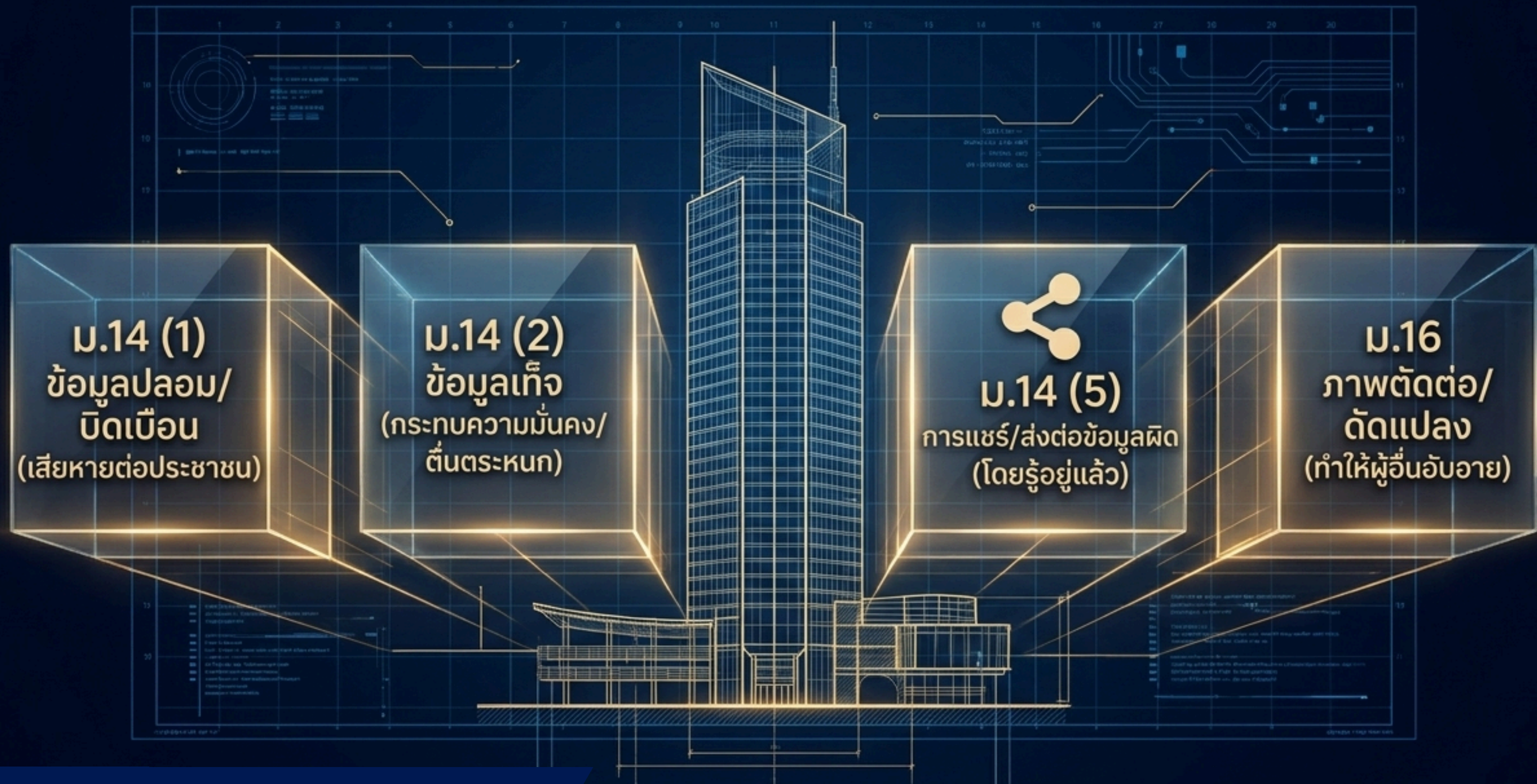
2550: กฎหมายฉบับแรก
(กำหนดฐานความผิดเกี่ยว
กับระบบคอมพิวเตอร์)

2560: ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม
ปรับปรุงรับยุคโซเชียลมีเดีย
ข่าวปลอม, ภาพตัดต่อ

ปัจจุบัน: ยุค Generative AI
(ความท้าทายใหม่ : Deepface
Voice Cloning)



โครงสร้างกฎหมายฉบับย่อ สำหรับคนทำสื่อ



พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ฯ 2560 กฎหมายคุมเข้มการกระจายเนื้อหา

อัปเดตสำคัญที่คนทำสื่อต้องรู้ ความผิดฐาน
หมิ่นประมาท ถูกนำออกจาก พ.ร.บ. คอมฯ แล้ว
(ใช้ประมวลกฎหมายอาญาแทน เพื่อให้ยอมความได้)

แต่ยังคงความเด็ดขาดใน 2 มาตราอันตราย

- มาตรา 14 — การโพสต์ข้อมูลเท็จที่เป็นภัยต่อสาธารณะ
- มาตรา 16 — การบิดเบือน ตัดต่อภาพ และสื่อสังเคราะห์
สื่อสังเคราะห์ทำลายชื่อเสียงบุคคล



วิเคราะห์ความต่าง: ภัยต่อสาธารณะ vs ภัยต่อตัวบุคคล

ม.14 เป้าหมาย **ม.16**

ม.14: ข้อมูลเท็จ / ข้อมูลปลอม / ภัยความมั่นคง

ม.16: ภาพตัดต่อ / ภาพดัดแปลง / Deepfake

ผู้รับผลกระทบ

สาธารณชน (Public) เกิดความตื่นตระหนก

บุคคลใดบุคคลหนึ่ง (Individual) อับอาย/เสียชื่อเสียง

ตัวอย่างเคส

โพสต์ข่าวลือ ตึกดีไซน์เอียง ว่าตึกทรุด

ทำคลิป Deepfake แกล้งบุคคลสาธารณะ

อัตราโทษสูงสุด

จำคุก 5 ปี / ปรับ 1 แสนบาท

จำคุก 3 ปี / ปรับ 2 แสนบาท



กับดักการ Share และ เกาะคุ้มครอง ของสื่อมวลชน

ความเสี่ยงของคนกดแชร์ & แอดมิน การแชร์ข้อมูล Fake News โดยรู้ว่าเป็นปลอม ผิด ม.14 พ่วงด้วย / แอดมินเพจที่เพิกเฉยไม่ลบข้อมูลเท็จ มีสิทธิ์รับผิดชอบ

ข้อยกเว้นทางกฎหมาย ศาลคุ้มครองการ กระทำโดย สุจริต หรือติชมด้วยความเป็นธรรมผ่าน 3 เสาหลัก

1. Impartiality (ความเป็นกลาง)
ไม่เอนเอียงจงใจทำลายฝ่ายใด
2. Balance (ความสมดุล)
ให้โอกาสทุกฝ่ายได้ชี้แจงอย่างเสมอภาค
3. Verification (การตรวจสอบ)
มีกระบวนการตรวจสอบข้อมูลที่รัดกุมก่อนนำเสนอ





มาตรา 14 (1) และ (2)

การนำเข้าข้อมูลอันเป็นเท็จหรือบิดเบือนสู่ระบบคอมพิวเตอร์



องค์ประกอบความผิด มาตรา 14(1)



กรณีศึกษา: ม.14(1) สร้างยอดวิวด้วยความเท็จ



[สถานการณ์]
เพจข่าวออนไลน์สร้างข่าวปลอม
ธนาคารจะล้มละลาย เพื่อเรียก
Engagement ทำให้คนแห่ถอนเงิน

[การวิเคราะห์]
เจตนาหลอกลวง (รู้ว่าไม่จริง) +
ก่อความเสียหายแก่ประชาชนวงกว้าง



[บทลงโทษ]
จำคุกสูงสุด 5 ปี /
ปรับสูงสุด 100,000 บาท

ความผิดฐานกระทบความมั่นคง มาตรา 14(2)

นำเข้าข้อมูลเท็จ
ที่น่าจะเกิดความเสียหายต่อ...

- ความมั่นคงปลอดภัยของประเทศ

- ความปลอดภัยสาธารณะ /
ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ

- ก่อให้เกิด
ความตื่นตระหนกแก่ประชาชน



***จุดสังเกต:** ไม่จำเป็นต้องพิสูจน์ เจตนาทุจริต
แค่นำเข้าข้อมูลเท็จที่กระทบต่อกลุ่มนี้ ก็เข้าข่ายทันที!



กรณีศึกษา: ม.14(2) ข้อมูลเท็จช่วงวิกฤต



[สถานการณ์]

เผยแพร่ข้อความเท็จช่วงภัยพิบัติ รัฐปกปิดตัวเลขคนตาย หรือ ประกาศปิดเมืองคั่นนี้ ทำให้คนแห่กักตุนสินค้า



[การวิเคราะห์]

แม้ผู้โพสต์จะไม่มีเจตนาหาผลประโยชน์ส่วนตัว แต่ก่อให้เกิดความโกลาหล (Public Panic) ในวงกว้าง

[หลักคิดสำหรับสื่อ] ในภาวะวิกฤต สื่อต้องตรวจสอบข้อมูล 2 ชั้นเสมอ





โปรดระวัง !! เว็บไซต์ปลอม

และมีอาจีพริบจ้างลงทะเบียน หลอกนำข้อมูลไปใช้ในทางทุจริต



เตือนภัย!

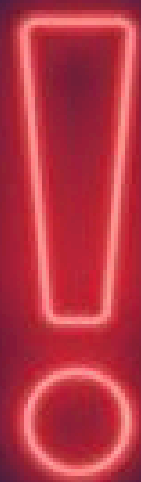
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พบเว็บไซต์ปลอม
แอบอ้างชื่อมหาวิทยาลัย อย่าเข้าใช้งาน อย่าให้ข้อมูลส่วนตัว
เพื่อป้องกันการถูกหลอกลวง เว็บไซต์จริงเพียงแห่งเดียว

trmutt.com



www.rmutt.ac.th





! ระวังมิจฉาชีพ!

- แอบอ้างชื่อ มทร.ธัญบุรี และ สำนักสหกิจศึกษา
- หลอกลวงว่าจัดหาที่พักงาน และสหกิจศึกษาต่างประเทศ โดยการโฆษณาชวนเชื่อและให้โอนเงิน

มหาวิทยาลัยไม่มีนโยบาย ให้นักศึกษา / ผู้ปกครองโอนเงิน

หรือเรียกเก็บเงินเพื่อไปฝึกประสบการณ์วิชาชีพระหว่างประเทศแต่อย่างใด
การฝึกประสบการณ์วิชาชีพระหว่างประเทศทุกกรณีจะต้องติดต่อผ่าน อาจารย์
และเจ้าหน้าที่ของคณะ หรือของมหาวิทยาลัยเท่านั้น

ขอให้นักศึกษาและผู้ปกครองอย่าหลงเชื่อ ห้ามโอนเงินเด็ดขาด



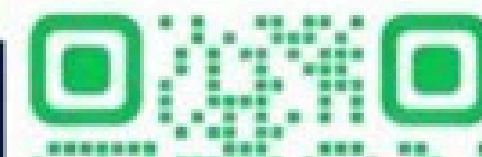
หากสงสัย โปรดติดต่อโดยตรง

ที่สำนักสหกิจศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ทันที
เพื่อตรวจสอบข้อมูลหรือแจ้งเบาะแส  coop@mail.rmutt.ac.th

สำนักสหกิจศึกษา
มทร.ธัญบุรี



LINE OA



Mom ❤️

15:51 วันนี้โดนคนอื่นแกล้งอีกแล้ว ที่ รร

15:52 ลูกขออ้าย รร ไปไกลๆกับแม่ได้ม๊อ

15:55 อ้ายทำไมก็อยู่ที่นั่นแหละก็ปล่อย
ให้เขาแกล้งไปสิ อย่าทำตัวมีปัญหา

16:05 อะไรก็ช่วยอะไรไม่ได้ ถ้าท
และให้ช่วยอะไรให้หมดทั้งบ้านเออ

ถ้าล้าก็ทำสิ ไม่อยู่ก็ในบ้าน เอง สิ

ก็ไม่วุ่นละ คิดๆมาทำอะไรตามใจ

ปลอม! อย่าแชร์ต่อ แชทปลอม

Pe...
เพราะแม่...
ตอบกลับ

สิ่งแรกที่เราควรระวังคือ...
ตอบกลับ

ทำไมแม่ไม่...
ตอบกลับ

เพราะถ้าแม่...
ตอบกลับ

< 99+ Mom ❤️

15:51 วันนี้โดนคนอื่นแกล้งอีกแล้วที่ รร

15:52 ลูกขออ้าย รร ไปไกลๆกับแม่ได้ม๊อ

15:55 จะอ้ายทำไมก็อยู่ที่นั่นแหละก็ปล่อย
ให้เขาแกล้งไปสิ อย่าทำตัวมีปัญหา

16:05 อะไรก็ช่วยอะไรไม่ได้ ถ้าอ
นะเดี๋ยวจะชิงให้หมดทั้งบ้านเลย

16:08 ถ้าช่วยอะไร ไม่ได้จะแก้ปัญหาลอง ชิง
ทิ้งแม่ให้หมด โรงเรียนไปเลยที่บ้าน
กูก็ไม่เว้นละ เกิดมาทำอะไรตามใจ

16:10 ถ้าล้าก็ทำสิบินปุมมีในบ้านเออสิ

< 99+ Mom ❤️

16:34 บินปุมกับไรตรงไหนคริบบรมา

16:38 อยู่ในตู้เสื้อผ้าในห้องปุนั้นแหละ

16:39 ทำไมปุมจะเอาไปไหนหออ

16:39 ลูกเครียดมากๆ โดนคนอื่นแกล้งทุก
วัน เงินมันก็เอาไปหมดเลย วันนี้ออก
ครูก็ไม่ช่วย นอกปุมกับอ้ายเขาก็ด่าอีก

16:39 บอกใครก็ช่วยไม่ได้ จะชิงทิ้งให้หมด
ใครที่เคยแกล้ง ทั้งครู ทั้งปุมฯ ก็ชิง

16:39 ในเมื่อใครช่วยไม่ได้เดี๋ยวจะจัดการ
อย่าอยู่ใกล้คน หมดความอดทน





ข่าวปลอม

www.antifakenewscenter.com/tag/ข่าวปลอม 🔍



ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเคอรา (Kerra)
รักษาโรคโควิด-19

ข่าวปลอม อย่าแชร์! ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเคอรา
(Kerra) รักษาโรคโควิด-19

❗ ข่าวปลอม

15 กรกฎาคม 2564 | 15:30 น.



ปรับเงินดิจิทัลวอลเล็ตเป็นเงินสด 10,000 บาท
เริ่มโอนวันที่ 20 ก.ย. 68

ปรับเงินดิจิทัลวอลเล็ตเป็นเงินสด 10,000 บาท
เริ่มโอนวันที่ 20 ก.ย. 68

❗ ข่าวปลอม

21 กันยายน 2568 | 16:30 น.



ประกาศจัดตั้งจังหวัดใหม่เพิ่มอีก 7 จังหวัด
ทำให้ประเทศไทยมี 84 จังหวัด

ข่าวปลอม อย่าแชร์! ประกาศจัดตั้งจังหวัดใหม่
เพิ่มอีก 7 จังหวัด ทำให้ประเทศไทยมี 84...

❗ ข่าวปลอม

9 กันยายน 2567 | 16:00 น.

Matrix เปรียบเทียบ มาตรา 14(1) vs 14(2)

มาตรา 14(1)



ต้องมีเจตนาทุจริต/หลอกลวง



ความเสียหายแก่ประชาชนทั่วไป



ข่าวดปลอมเพื่อยอดวิว/จ้อโกง



จำคุก 5 ปี / ปรับ 1 แสน

มาตรา 14(2)



ไม่จำเป็นต้องมีเจตนาทุจริต



ความมั่นคง/เศรษฐกิจ/ต้นตระกูล



ข่าวลือช่วงวิกฤตชาติ



จำคุก 5 ปี / ปรับ 1 แสน





SECTION 3

Like & Share

เส้นแบ่งความรับผิดชอบของปลายนิ้ว



WWW.ARIT.RMUTT.AC.TH

เบญสิริยา ปานบุญญเดช

BY
ARIT Website

ทุกคลิก คือ การเผยแพร่... และทุกการเผยแพร่ มีผลทางกฎหมาย



ผู้ผลิตเนื้อหา
= ผู้เผยแพร่
ตามกฎหมาย
(ไม่ใช่แค่สำนักข่าว)



การแชร์ข้อมูลเท็จ
(ที่รู้อยู่แล้ว)
= รับผิดชอบโพสต์ต้นทาง



ยุค AI & Deepfake
= เส้นแบ่งความจริง
กับภาพลวงตาหายไป



สถานะทางกฎหมายตาม ม.14 (5)



[Left - Like]

ความเสี่ยงต่ำ: ไม่ถือเป็นการ
นำเข้า หรือ เผยแพร่ ข้อมูลโดยตรง

(เว้นแต่โลกซ้ำๆ เหมือนมีส่วนร่วมในการกระทำผิด)



[Right - Share]

ความเสี่ยงสูง: เข้าข่าย เผยแพร่หรือส่งต่อ
หากรู้อยู่แล้วว่าเป็นข้อมูลเท็จ
มีความรับผิดชอบเท่าคนโพสต์ต้นทาง!



Checklist ก่อนแชร์: ปองกันตัวเองและวิชาชีพสื่อ



[1] แหล่งที่มา (Source): นำเชื่อถือ
สำนักข่าวหลัก หรือหน่วยงานรัฐหรือไม่?



[2] ตรวจสอบไขว้ (Cross-Verify):
มีสื่ออิสระอื่นรายงานตรงกันหรือไม่?



[3] อารมณ์เนื้อหา (Tone):
กระตุ้นอารมณ์โกรธ เกลียด แตกตี้น ผิดปกติไหม?



[4] ผลกระทบ (Impact):
ถ้าเรื่องนี้ไม่จริง จะสร้างความเสียหายวงกว้างแค่ไหน?



กฎทอง: Verify Before Amplify (ตรวจสอบก่อนขยายผล)



มาตรา 16: ขอบเขตทางกฎหมาย

ภาพตัดต่อ ดัดแปลง และสื่อสังเคราะห์ที่สร้างความเสียหาย



ข้อยกเว้นทางกฎหมาย: การกระทำโดยสุจริต (Safe Harbor)

หากเป็นการกระทำโดยสุจริต ผู้กระทำไม่ต้องรับโทษ (มาตรา 16 วรรคสอง)



ติชมโดยธรรม (Fair Comment)

การวิพากษ์วิจารณ์ด้วยความเป็นธรรม
อันเป็นวิสัยที่ประชาชนย่อมกระทำ



ภาพข่าว/ราชการ

ภาพเกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่ราชการ
หรือกิจกรรมที่เป็นข่าวสาธารณะ



งานศิลปะ

ภาพการแสดงออกทางศิลปะ
โดยไม่มีเจตนาให้เสียชื่อเสียง



คำเตือน (Warning Tag): ข้อยกเว้นมีขอบเขตจำกัด ศาลพิจารณาเป็นรายกรณี
การอ้าง “เสรีภาพสื่อ” เพียงอย่างเดียวไม่ใช่หลักประกันว่าจะพ้นผิด



มาตรา 16 การตัดต่อภาพ และการใช้ Deepfake ทำลายชื่อเสียง



องค์ประกอบความผิด:



- นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่ง
ภาพที่เกิดจากการสร้างขึ้น ตัดต่อ
หรือดัดแปลง
- เทคโนโลยี AI, Deepfake, Voice Cloning

เจตนาและผลลัพธ์:

ทำให้ผู้อื่น เสียชื่อเสียง
ถูกดูหมิ่น ถูกเกลียดชัง
หรือได้รับความอับอาย



คีย์เวิร์ดสำคัญที่ต้องจำ:

ความอับอาย

การเสียชื่อเสียง



บทลงโทษ:



- จำคุกไม่เกิน 3 ปี
- ปรับไม่เกิน 200,000 บาท
- หรือทั้งจำทั้งปรับ



บทลงโทษโดยสรุป: เปรียบเทียบความผิดทางไซเบอร์

นิติการพิจารณา	มาตรา 14 (1)-(2) (ข้อมูลเท็จ/บิดเบือน)	มาตรา 16 (ภาพตัดต่อ/ดัดแปลง)
ลักษณะสื่อ	ข้อมูล, ข่าวปลอม, Text	ภาพ, วิดีโอ, สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (AI)
เป้าหมาย/ผลกระทบ	ประชาชนทั่วไป, ความมั่นคงของรัฐ	บุคคลใดบุคคลหนึ่ง (ถูกทำให้เสียชื่อเสียง)
เจตนาผู้กระทำ	ทุจริต, หลอกลวง, ก่อความตื่นตระหนก	ทำให้ผู้อื่นอับอาย, ดูหมิ่น, เกลียดชัง
โทษจำคุกสูงสุด	5 ปี	3 ปี
โทษปรับสูงสุด	100,000 บาท	200,000 บาท



คู่มือเอาตัวรอดของครีเอเตอร์ยุคดิจิทัล (The Creator's Survival Guide)

00:04:23:18

00:05:12:09

หมวดที่ 4: เฝ้าระวังหน้าโลกความจริง (PDPA สำหรับงานคอนเทนต์ดิจิทัล)

การจัดการข้อมูลส่วนบุคคล,
ขอบเขตการถ่ายทำในที่สาธารณะ,
และสิทธิ์ของผู้ชม



หมวดที่ 5: ควบคุมโลกเสมือน (จริยธรรมสื่อมวลชนยุค AI)

จริยธรรม AI ปี 2567, ความโปร่งใส,
และระบบตรวจสอบก่อนเผยแพร่
(Pre-Publication Checklist)



อะไรคือ “ข้อมูลส่วนบุคคล” เมื่อมองผ่านเลนส์กล้อง?

[FACE/VIDEO] ภาพถ่ายใบหน้า (Portrait)
และ ภาพเคลื่อนไหวในวิดีโอ

[VOICE] คลิปเสียง (Voice recordings)

[BIOMETRICS] ข้อมูลชีวมิติ
และพฤติกรรมบนโลกออนไลน์

[METADATA] ชื่อ-นามสกุล, ที่อยู่, หมายเลขโทรศัพท์

PDPA (Personal Data Protection Act) คือกฎหมายที่ควบคุมการเก็บ
ใช้ และเปิดเผยข้อมูลทั้งหมดนี้ที่สามารถระบุตัวตนบุคคลได้



PDPA กับงานสื่อ: ข้อยกเว้น vs กับดักทางกฎหมาย

กิจการสื่อมวลชน / ศิลปกรรม / วรรณกรรม

- ได้รับการยกเว้น ม.4(3)
ไม่บังคับใช้ PDPA ทุกข้อ
- เงื่อนไข: ต้องทำภายใต้
จริยธรรมวิชาชีพ และ
ประโยชน์สาธารณะ

การค้า (Commercial) / การตลาด / โฆษณา

- ไม่ได้รับข้อยกเว้นใดๆ!
- ต้องทำตาม PDPA เต็มรูปแบบ
- ต้องขอความยินยอม (Consent)
ในการใช้ภาพ/เสียง/ข้อมูลชีวมิติ
ทุกครั้ง!



ข้อยกเว้นของวิชาชีพสื่อมวลชน และเส้นแบ่งเขตแดนทางกฎหมาย



ขอบเขตการเก็บภาพและวิดีโอในที่สาธารณะอย่างไรไม่ให้ผิด?



ถ่ายภาพวิวทิวทัศน์

กิจกรรมในที่สาธารณะที่เห็นผู้คนเป็นกลุ่มใหญ่โดย
ไม่ได้เน้นจงใจระบุอัตลักษณ์ไปที่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง
-> สามารถทำได้โดยไม่ต้องขออนุมัติรายบุคคล



การซูมถ่ายใบหน้า

เจาะลึกข้อมูล สัมภาษณ์ หรือบันทึกภาพผู้ใดเด่นชัด
-> จำเป็นต้องแจ้งวัตถุประสงค์และขอความยินยอม
(Consent) อย่างโปร่งใสก่อนนำไปใช้



Data Subject Rights: สิทธิที่ต้องเคารพหลังกล้อง



ครีเอเตอร์มีอาชีพต้องวางระบบให้ผู้ชมติดต่อขอ “ลบ – แก้ว – ถอนความยินยอม”
ได้ง่ายและชัดเจนบนแพลตฟอร์ม

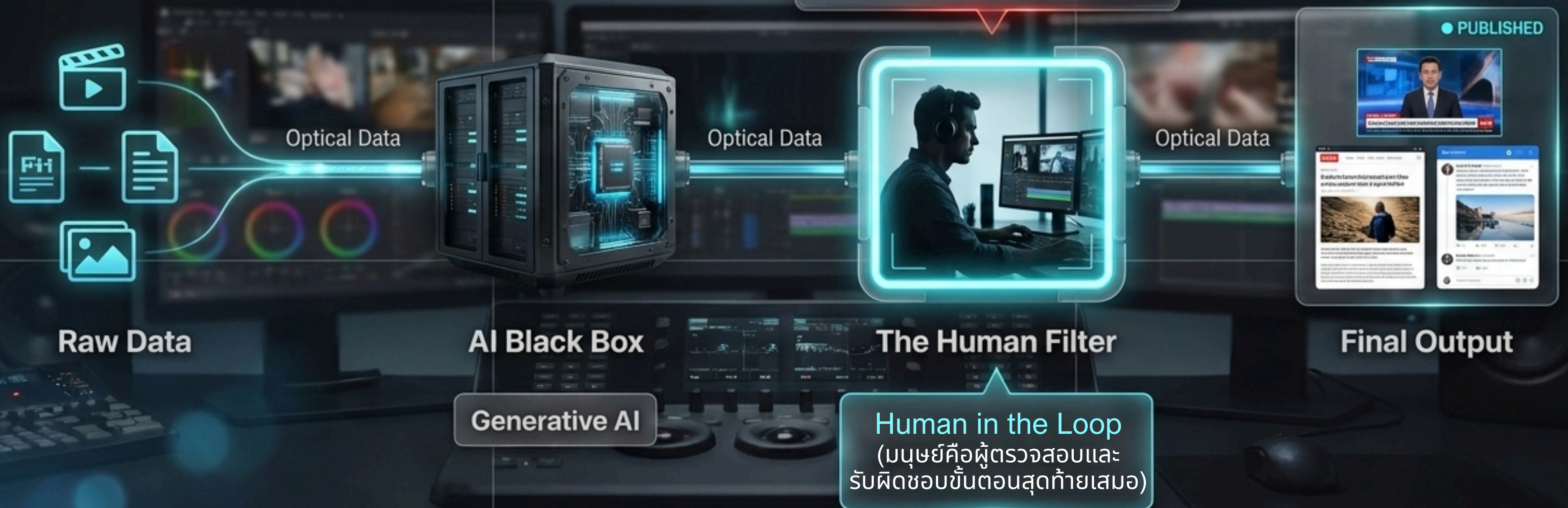


จริยธรรมสื่อมวลชนยุค AI (Guidelines 2567)

Security Protocols

No Bias ห้ามสร้างอคติ/ความรุนแรง

Strict Verification ห้ามป้อนข้อมูล
ส่วนบุคคลโดยไม่ยินยอม



กฎเหล็กข้อ Transparency (ความโปร่งใส) ใช้ AI ต้องบอกคนดูตรงๆ!

Labeling Requirement

ภาพข่าวหรือภาพประกอบที่ผลิตด้วย Generative AI ต้องติดป้ายกำกับ (ลายน้ำ/สัญลักษณ์) ว่า **“ผลิตโดย AI”** เพื่อแสดงความรับผิดชอบเสมอ

ON

Virtual Hosts & Audio

การโคลนเสียง หรือใช้ผู้ดำเนินรายการเสมือน (Virtual Host) ต้องมีข้อความแจ้งเตือนผู้ชมก่อนเริ่มรายการ

ON

Breaking News Ban

ห้ามใช้ภาพที่สร้างจาก AI แทนภาพถ่ายจริงในเหตุการณ์ฉุกเฉิน (Breaking News) โดยเด็ดขาด

ON

No Bias Generation

ห้ามใช้ AI ผลิตเนื้อหาที่สร้างอคติ ตอกย้ำความรุนแรง หรือละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

ON



Newsroom Dashboard: Pre-Publication Checklist

ตรวจสอบก่อนกดเผยแพร่ (Publish) - ขั้นตอนที่ 1



[CHECK 1] Cross-Verification:

ตรวจสอบแหล่งที่มาอย่างน้อย 2 แหล่งที่เป็นอิสระต่อกัน



[CHECK 2] AI Detection:

ตรวจสอบภาพ/วิดีโอ/เสียงที่น่าสงสัยด้วยเครื่องมือตรวจจับ AI



[CHECK 3] Labeling:

ติดป้ายกำกับ (Label) ให้ชัดเจน หากเนื้อหาถูกปรับแต่งด้วย AI

STATUS: READY FOR PUBLICATION

TIME: 14:35:22 UTC
TIME: 14:35:22 UTC
SYSTEM: SECURE



WWW.ARIT.RMUTT.AC.TH

เบญสิริยา ปานบุญญเดช

BY
ARIT Website

Newsroom Dashboard: Pre-Publication Checklist

ตรวจสอบก่อนกดเผยแพร่ (Publish) - ขั้นตอนที่ 2



[CHECK 4] Impact & Consent: ประเมินผลกระทบต่อบุคคลในเนื้อหา (แม้เป็นบุคคลสาธารณะ) หลีกเลี่ยงข้อมูลที่ยืนยันไม่ได้



[CHECK 5] Audit Trail: บันทึกหลักฐานการตรวจสอบข้อมูล (Verification Log) ไว้เสมอ

Note: ปรัชชาบรรณาธิการ/ฝ่ายกฎหมาย
ทันทีเมื่อพบเนื้อหาอ่อนไหวสูง.

[PUBLISH]

STATUS: READY FOR PUBLICATION

TIME: 14:35:22 UTC
TIME: 14:35:22 UTC
SYSTEM: SECURE



WWW.ARIT.RMUTT.AC.TH

เบญสิริยา ปานปัญญเดช

BY
ARIT Website

3 เสาหลักของนักสื่อสารยุคใหม่ (The Modern Communicator's Core)

Verify Rigorously
(ตรวจสอบอย่างเข้มข้น)

ไม่หลงเชื่อสิ่งแรก
ที่ตาเห็น หรือสิ่งที่ AI
ประมวลผลมาให้

Maintain Transparency
(รักษาความโปร่งใส)

ชี้แจงที่มาของข้อมูล
ภาพและเสียง
อย่างเปิดเผย ตรงไปตรงมา



Prioritize the Public Truth
(ยึดความจริงส่วนรวม)

นำเสนอเพื่อประโยชน์สาธารณะ
ไม่บิดเบือนเพื่อยอดวิว
หรือประโยชน์ส่วนตัว





Human-in-the-Loop

- เทคโนโลยี AI ไม่ใช้การแยกตัวออกจากบริบทของมนุษย์ แต่มันคือ "ทักษะเสริม"
- ทุกเนื้อหาที่ใช้ AI ช่วยสร้าง ต้องผ่านการตรวจสอบและรับผิดชอบโดย "มนุษย์" ก่อนเผยแพร่เสมอ

“มธ. และวงการวิชาชีพไม่ได้ต้องการแค่คนเก่งเทคโนโลยี แต่ต้องการคนเก่งที่มีความรับผิดชอบเป็นเข็มทิศนำทาง”



สรุปประเด็นสำคัญ: ฤุณแจสู่การเอาตัวรอด (Key Takeaways)



The Physical

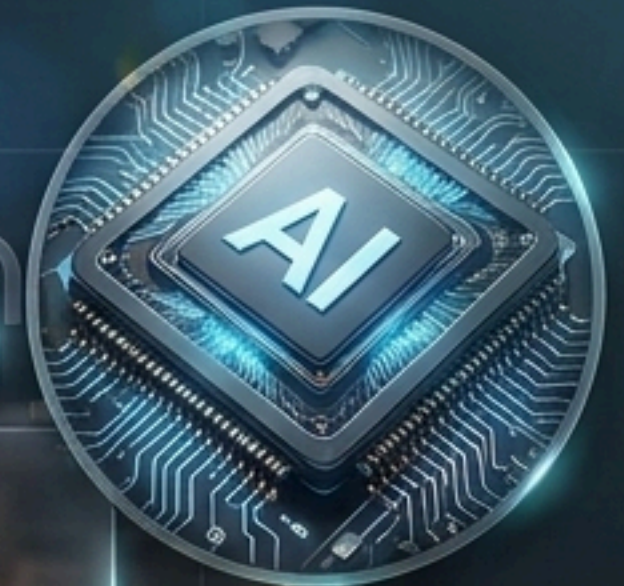
โลกความจริง - PDPA

- ✓ ถ่ายทำเพื่อสาธารณะ
= ได้รับข้อยกเว้นคุ้มครอง
- ⚠ ถ่ายทำเพื่อการค้า/การตลาด
= ต้องขอ Consent เสมอ

The Synthetic

โลกเสมือน - AI/พ.ร.บ.คอมฯ

- 🎯 มนุษย์คือผู้ถือพวงมาลัย
ควบคุมเนื้อหาไม่ให้เกิดอคติ
- ⚠ การบิดเบือนข้อมูลเพื่อทำลายชื่อเสียง
= อาชญากรรม (ม. 16)



The Ultimate Equation
Transparency (ความโปร่งใส)
+ Verification (การตรวจสอบ)
= Survival (ความน่าเชื่อถือในวิชาชีพ)



<https://url.in.th/YkVtm>



1

THE CREATOR'S COURTROOM

คดีจำลอง: รอด หรือ ร่วง? — เกมทบทวนกฎหมายและจริยธรรมสื่อยุค AI

 Artifacts are user-generated and may contain unverified or potentially unsafe content.

[Learn how to customize](#)

2 เลื่อน “เข้าร่วมเป็นผู้เล่น”

เข้าร่วมเป็นผู้เล่น

สำหรับนักศึกษา — สแกน QR จากจอผู้บรรยาย แล้วตอบคำถามผ่านมือถือของตนเอง

? วิธีเล่นและเมื่อไหร่จะรู้ผล

1. ผู้บรรยายเปิด "หน้าจอผู้บรรยาย" → วางลิงก์ที่แชร์แล้ว → สร้าง QR ให้นักศึกษาสแกน
2. นักศึกษาทุกคน ต้องเปิดจากลิงก์เดียวกัน (สแกน OR หรือ

 Artifacts are user-generated and may contain unverified or potentially unsafe content.

[Learn how to customize](#)

3 พิมพ์ “ชื่อผู้เล่น”

ชื่อเล่นของคุณ

เช่น เนย, บอย, พีช

ชื่อทีม / สำนักข่าวจำลอง (ไม่บังคับ)

เช่น ทีมข่าวด่วน

 **เข้าสู่ห้องพิจารณาคดี**

 Artifacts are user-generated and may contain unverified or potentially unsafe content.

[Learn how to customize](#)

SOURCE FOOTAGE: HISTORICAL ARCHIVE

AI GENERATION: SYNTHETIC RECREATION

PROMPT: GENERATE HYPER-REALISTIC HISTORICAL RECREATION.
YEAR 1928, CROWDED MARKET
> srtmendo /Algeneration/synthetic recreation
> Adding commands...
2CD06 DEANORU1
Z8ods .8HSS5OSW8NR
rE0st1on:s0ncote.verizadeas1
rcode:r000TWE
YCOssondicsof.20.T001F80MS
rCONBND::D80I86S101.SUEKATQR_Y60I_2
rCERNNO:n0e0N453E
re00eend205t2SD
?A1_6800020sr5''E0FJ0C8I
2A0.8600:E0SEDD0PDD53
1AG.2000:T0ADS6S.SBENOE

หากคุณกำลังตัดต่อสารคดีสั้น และจำเป็นต้องใช้ AI สร้างภาพจำลองเหตุการณ์ในอดีตที่ไม่มีฟุตเทจจริง...

Challenge Box

ในฐานะผู้ผลิตสื่อ คุณจะสื่อสารกับคนดูอย่างไรไม่ให้เกิดความเข้าใจผิด?
และจะจัดการสิทธิ์อย่างไรให้ถูกต้องตามกฎหมาย?

Synthesis & Application: ประกอบร่างเกราะป้องกันสื่อ



โจทย์สถานการณ์จำลอง (Discussion): หากคุณต้องสร้าง สารคดีประวัติศาสตร์สั้น และจำเป็นต้องใช้ AI จำลองภาพเหตุการณ์ในอดีต รวมถึงสัมภาษณ์แหล่งข่าวบนพื้นที่สาธารณะ...

ในฐานะผู้ผลิตสื่อ คุณจะบริหารจัดการ 4 แก่นนี้อย่างไร?

1. ลิขสิทธิ์ภาพ AI 2. การหลีกเลียง ม.14/ม.16 3. การขอ Consent 4. การสื่อสารกับคนดู

The Pre-Flight Checklist: 3 คำถามก่อนกดปุ่ม [PUBLISH]

Pre-Flight Checklist

LOADING ██████████

☐ OFF	[PURPOSE] คอนเทนต์นี้มีเพื่อการค้า หรือ การโฆษณา ใช่หรือไม่? (ถ้าใช่ = ต้องมี Consent เสมอ ไม่ได้รับช้อยกเว้นสื่อ)
☐ OFF	[FOCUS] มีบุคคลใดในเฟรมภาพที่ถูกระบุตัวตนและชุมเจาะจงชัดเจน หรือไม่? (ถ้ามี = ต้องแจ้งวัตถุประสงค์และขอความยินยอม)
☐ OFF	[SYSTEM] หากแหล่งข่าวต้องการถอนความยินยอม (Right to be Forgotten) เรามีช่องทางติดต่อที่หาง่าย หรือไม่? (ต้องมีระบบจัดการสิทธิ์เสมอ)

SYSTEM READY: COMPLIANT WITH PDPA



ถอดรหัสสถานการณ์จำลอง (Scenario Breakdown)



Short Documentary: The Past Reimagined (AI Enhanced)

หากเราทำคอนเทนต์ประเภทสารคดีสั้น
และจำเป็นต้องใช้ภาพ AI จำลองเหตุการณ์
ในอดีตขึ้นมาเพื่อความครีเอทีฟ
ผสมกับ footage ผู้คนในที่สาธารณะ...



[Q1] ในฐานะผู้ผลิตสื่อ เราจะจัดการกับ
 footage คนเดินถนนอย่างไรไม่ให้ผิด PDPA?



[Q2] เราควรมีวิธีสื่อสารกับคนดูอย่างไร
ไม่ให้เกิดความเข้าใจผิดเรื่องภาพ AI
เพื่อให้ถูกต้องตามกรอบจริยธรรม?



สรุปประเด็นสำคัญ (Digital Media Survival Map)

รอดพ้นความเสี่ยง เป็นกระบอกเสียงที่น่าเชื่อถือ



Q1: The Fake (ม.14)

ข้อมูลปลอม/เท็จ
หากทำโดยทุจริตหรือกระทบความมั่นคง
โทษจำคุกสูงสุด 5 ปี
(การกด Share โดยรู้ว่าเท็จ ถือเป็นความผิด)



Q2: The Altered (ม.16)

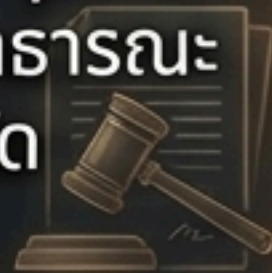


ภาพ/วิดีโอตัดต่อ (Deepfake)
ที่ทำให้ผู้อื่นอับอาย เสียชื่อเสียง
โทษจำคุกสูงสุด 3 ปี
(ล้อเลียนไม่ใช่ข้ออ้างให้พ้นผิดเสมอไป)

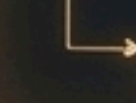


Q3: The Exception

กฎหมายคุ้มครอง "การกระทำโดยสุจริต"
เช่น ตีชมโดยธรรม หรือภาพข่าวสาธารณะ
แต่ศาลตีความอย่างเคร่งครัด



Q4: The Standard



เทคโนโลยี AI เปลี่ยนแปลงเร็ว

แต่จริยธรรมสื่อไม่เปลี่ยน:

Verify, Label และคำนึงถึง Consent
ก่อนเผยแพร่เสมอ



ห้องบรรณาธิการจำลอง (Newsroom Scenarios)

คำถามเพื่อการอภิปราย



URGENT SCENARIO 1: !

VIDEO LEAK ALERT

พบคลิปวิดีโอที่น่าตกใจเกี่ยวกับ
บุคคลสาธารณะแต่ยังยืนยันไม่ได้
ในฐานะสื่อ นักศึกษาจะอย่างไร?



URGENT SCENARIO 2: !

AI IMAGE CRISIS

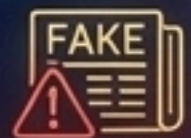
ใช้ AI สร้างภาพประกอบข่าวที่ไม่มีอยู่จริง
แม้ติดป้าย "ภาพจาก AI"
เพียงพอที่จะไม่ผิดกฎหมายหรือไม่?



URGENT SCENARIO 3: !

EDITORIAL TEAM FAKE NEWS

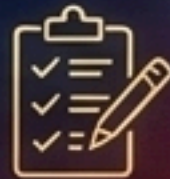
หากเพื่อนร่วมงานแชร์ข่าวเท็จ
ในกลุ่มกองบรรณาธิการ
นักศึกษาควรมีบทบาทอย่างไร?



URGENT SCENARIO 4: !

FAIR COMMENT LEGAL CHALLENGE

ยกตัวอย่างสถานการณ์ที่เข้าข่าย
"ติชมโดยธรรม" และที่ไม่เข้าข่าย
พร้อมอธิบายความแตกต่างอย่างเป็นรูปธรรม





"ทุกคลิก คือ การเผยแพร่ ทุกการเผยแพร่ ต้องรับผิดชอบ"

