# บทที่ 1 – สิทธิและความรับผิดชอบ

**ความหมายของสิทธิและเสรีภาพ - (หน้า 3)**

**1. “สิทธิ” คืออะไร**  
• สิทธิเป็นอำนาจหรือความสามารถที่กฎหมายรับรองให้บุคคลใช้เพื่อเรียกร้องให้ผู้อื่น “เคารพ” หรือ “งดเว้น” การกระทำที่กระทบประโยชน์ของตน  
• เมื่อบุคคลหนึ่งมีสิทธิ ย่อมก่อให้เกิด “หน้าที่” แก่ผู้อื่นในการไม่ละเมิดสิทธินั้น รวมถึงหน้าที่ของรัฐในการคุ้มครอง  
• บุคคลอาจกระทำสิ่งต่างๆ ได้ตราบเท่าที่มีกฎหมายรองรับ แต่หากกฎหมายห้าม ก็ต้องงดเว้น

**2. “เสรีภาพ” คืออะไร**  
• เสรีภาพคืออำนาจชอบธรรมที่กฎหมายรับรองให้บุคคลเลือกกระทำหรือไม่กระทำสิ่งใดได้อย่างอิสระ ปราศจากการขัดขวางที่มิชอบ  
• การใช้เสรีภาพต้องไม่ละเมิดเสรีภาพของผู้อื่น และก่อหน้าที่ให้รัฐและบุคคลอื่นเคารพ ไม่รบกวน หรือขัดขวาง  
• เสรีภาพยังหมายถึง “ขอบเขตของกิจกรรม” ที่กฎหมายปล่อยให้บุคคลตัดสินใจได้ด้วยตนเองภายในกรอบกฎหมาย

**เสรีภาพในการพูดและการแสดงออกตามกฎหมาย - (หน้า 5)**

**1. เสรีภาพในการมีความคิดเห็น**  
• ทุกคนมีสิทธิครอบครองความคิดเห็นของตนโดยปราศจากการแทรกแซง

**2. เสรีภาพในการแสดงออก**  
• ทุกคนมีเสรีภาพที่จะแสวงหา รับ และเผยแพร่ข้อมูล ความคิด และเนื้อหา โดยอาจสื่อสารด้วยวาจา ข้อความ สิ่งพิมพ์ หรือสื่อรูปแบบอื่นตามที่เลือก

**3. ข้อจำกัดที่ทำได้โดยกฎหมาย**  
• การจำกัดเสรีภาพต้องมีกฎหมายรองรับ และจำเป็นต่อ:  
• การคุ้มครองสิทธิหรือชื่อเสียงของผู้อื่น  
• การรักษาความมั่นคงของชาติ ความสงบเรียบร้อย หรือสาธารณสุข

**4. หลักการตามรัฐธรรมนูญ**  
• บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น พูด เขียน พิมพ์ โฆษณา และสื่อสารโดยวิธีอื่น  
• การจำกัดทำได้เฉพาะตามกฎหมายเพื่อคุ้มครองความมั่นคง สิทธิของผู้อื่น ความสงบเรียบร้อย ศีลธรรมอันดี หรือสุขภาพของประชาชน

**5. เสรีภาพทางวิชาการ**  
• การแสดงออกเชิงวิชาการได้รับความคุ้มครอง แต่ต้องไม่ขัดต่อหน้าที่ของปวงชนและศีลธรรมอันดี และต้องเคารพความเห็นต่าง

**6. เสรีภาพดิจิทัลและความรับผิด**  
• ในยุคดิจิทัล บุคคลมีเสรีภาพแสดงตัวตน มุมมอง แนวคิด และแลกเปลี่ยนข้อมูลออนไลน์ได้โดยไม่ถูกแทรกแซง  
• อย่างไรก็ดี ต้องคำนึงถึงสิทธิในการปกป้องชื่อเสียงและความเป็นส่วนตัวของผู้อื่น และผลประโยชน์สาธารณะ เช่น ความมั่นคง ความสงบเรียบร้อย หรือสาธารณสุข

**สิทธิในการเข้าถึงข้อมูล - (หน้า 10)**

**1. เสรีภาพจากการปิดกั้นเนื้อหา**  
• ประชาชนมีเสรีภาพเข้าถึงข้อมูลโดยไม่ถูกบล็อก ยกเว้นเมื่อเนื้อหานั้นผิดกฎหมายและผ่านกระบวนการตามกฎหมายอย่างจำกัดที่สุด เพื่อไม่ให้กระทบเนื้อหาอื่นที่ชอบด้วยกฎหมาย

**2. สิทธิในข้อมูล**  
• ทุกคนมีสิทธิแสวงหา เข้าถึง ส่งต่อข้อมูลและความคิดผ่านอินเทอร์เน็ต  
• สามารถเผยแพร่หรือดัดแปลงงานของผู้อื่นได้ แต่ต้องเคารพสิทธิของผู้สร้างสรรค์ต้นฉบับ

**ความเป็นส่วนตัวและข้อมูลส่วนบุคคล - (หน้า 12)**

**1. ความหมายของความเป็นส่วนตัว**  
• สิทธิของบุคคล/กลุ่ม/องค์กรในการกำหนดว่า “ข้อมูลของตน” จะเปิดเผยเมื่อใด อย่างไร และมากน้อยเพียงใด

**2. มิติของความเป็นส่วนตัว**  
• (1) ความเป็นส่วนตัวเกี่ยวกับข้อมูล (Information Privacy)  
• (2) ความเป็นส่วนตัวในชีวิตร่างกาย (Bodily Privacy)  
• (3) ความเป็นส่วนตัวในการติดต่อสื่อสาร (Communication Privacy)  
• (4) ความเป็นส่วนตัวในเคหสถาน (Territorial Privacy)

**3. ข้อมูลส่วนบุคคลและอัตลักษณ์ - (หน้า 14–15)**  
• ข้อมูลส่วนบุคคลคือข้อมูลที่ทำให้ระบุตัวบุคคลได้โดยตรงหรือโดยอ้อม (ยกเว้นข้อมูลของผู้ถึงแก่กรรมโดยเฉพาะ)  
• ตัวอย่าง: ชื่อ ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ พฤติกรรมการสื่อสาร/การซื้อของออนไลน์ที่ชี้ถึงเจ้าของข้อมูลได้  
• อัตลักษณ์หมายถึงลักษณะเฉพาะที่บ่งชี้ตัวบุคคล ข้อมูลส่วนบุคคลจึงเป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์บุคคล

**หลักการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) - (หน้า 16–18)**

**1. หลักการทั่วไป**  
• เก็บรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นธรรม ต้องได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูล เว้นแต่จะมีกฎหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ชอบด้วยกฎหมายกำหนดไว้ชัดเจน  
• ใช้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่แจ้งไว้เท่านั้น  
• การใช้และเปิดเผยต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด  
• จัดให้มีมาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล ป้องกันการสูญหาย แก้ไข เปลี่ยนแปลง หรือการเข้าถึงโดยมิชอบ

**2. คุณภาพและสัดส่วนของข้อมูล**  
• ใช้ข้อมูลเท่าที่จำเป็นและเหมาะสมกับวัตถุประสงค์  
• รักษาความถูกต้อง ครบถ้วน และเป็นปัจจุบันตามคำร้องของเจ้าของข้อมูล  
• จำกัดระยะเวลาเก็บรักษาเท่าที่จำเป็น

**3. สิทธิในการเข้าถึง**  
• เจ้าของข้อมูลมีสิทธิเข้าถึง ขอสำเนา หรือขอให้แจ้งถึงการมีอยู่/การเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของตน

**สิทธิของเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคล - (หน้า 19–21)**

**1. สิทธิในการรับรู้และตรวจดู**  
• ขอรับทราบว่ามีข้อมูลอะไรบ้างเกี่ยวกับตน และขอสำเนาได้

**2. สิทธิในการแก้ไขและจำกัดการใช้**  
• ขอให้แก้ไขเปลี่ยนแปลงให้ถูกต้อง  
• ขอให้ระงับการใช้/การเปิดเผย เมื่อข้อมูลไม่ถูกต้องหรือเกินจำเป็น

**3. สิทธิในการลบ/ทำลายและรับรู้แหล่งที่มา**  
• ขอให้ลบหรือทำลายเมื่อหมดกำหนดเก็บรักษาหรือเกินวัตถุประสงค์  
• ขอให้เปิดเผยที่มาของข้อมูลเมื่อไม่ได้ให้ความยินยอมเอง

**ความเป็นสาธารณะของสื่อออนไลน์ - (หน้า 27–31)**

**1. พื้นที่ส่วนตัวและพื้นที่สาธารณะในโลกออฟไลน์**  
• พื้นที่ส่วนตัว: เขตที่เจ้าของกำหนดและผู้อื่นเข้าไม่ได้หากไม่อนุญาต (เช่น บ้าน)  
• พื้นที่สาธารณะ: พื้นที่กายภาพที่คนเข้าถึงเพื่อกิจกรรมสาธารณะ โดยระดับความสาธารณะขึ้นกับสิทธิการเข้าถึงและช่วงเวลาใช้งาน (เช่น ห้องสมุดประชาชน)

**2. พื้นที่ออนไลน์และข้อเท็จจริงสำคัญ**  
• บัญชีบริการออนไลน์ “ดูเหมือน” พื้นที่ส่วนตัวของผู้ใช้ แต่ในความจริง โลกออนไลน์แทบไม่มีพื้นที่ส่วนตัวโดยแท้ เพราะการเข้าถึงขึ้นกับการตั้งค่าและนโยบายระบบ

**3. พื้นที่สาธารณะเชิงสังคม**  
• พื้นที่ที่ผู้คนสื่อสาร อภิปราย ประเด็นสาธารณะ สร้างส่วนร่วมและตัดสินใจร่วมกัน อาจเป็นรูปธรรม (ร้านกาแฟ ลานชุมชน) หรือเป็นนามธรรม (กลุ่มออนไลน์ วัฒนธรรมดิจิทัล)

**สิทธิในชุมชนและการสมาคมออนไลน์ - (หน้า 32–34)**

**1. ความหมายของสังคมออนไลน์**  
• การรวมกลุ่มของผู้คนเพื่อสื่อสาร รู้จัก แลกเปลี่ยน แบ่งปันเนื้อหา (ข้อความ/ภาพ/เสียง/วิดีโอ) ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เกิดเป็นชุมชนออนไลน์

**2. สื่อสังคมออนไลน์คือเครื่องมือ**  
• แพลตฟอร์มที่ผู้ใช้เป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับ สามารถผลิตเนื้อหาเองและโต้ตอบกัน (ตัวอย่างเช่น เครือข่ายสังคม/วิดีโอแพลตฟอร์ม)

**3. สิทธิและความระมัดระวัง**  
• ทุกคนมีสิทธิเข้าร่วมและใช้สื่อออนไลน์ตามความเหมาะสมโดยไม่ก่อความเดือดร้อน  
• ระวังการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลเกินจำเป็นหรือการแสดงความเห็นไม่เหมาะสมจนเกิดข้อพิพาททางกฎหมาย

**สิทธิในการเข้าถึงและไม่ถูกเลือกปฏิบัติ - (หน้า 35–37)**

**1. หลักสิทธิมนุษยชนในสิ่งแวดล้อมดิจิทัล**  
• เสรีภาพในการแสดงออก การรวมกลุ่ม การเข้าถึงอุปกรณ์ อินเทอร์เน็ต ข้อมูล แพลตฟอร์ม และพื้นที่ออนไลน์อย่างเท่าเทียม ปราศจากการสอดแนมและการเลือกปฏิบัติ พร้อมทั้งเคารพความเป็นส่วนตัว

**2. การใช้งานอย่างเท่าเทียมและปลอดภัย**  
• ทุกคนมีสิทธิค้นหา จัดการ และใช้ข้อมูลผ่านเครือข่าย/แพลตฟอร์ม/อุปกรณ์ดิจิทัลได้อย่างเท่าเทียมและปลอดภัย (เช่น การค้นหาข้อมูลบนสมาร์ตโฟน)

**3. ตัวอย่างกรณีใช้งานจริง**  
• การสืบค้นเส้นทางหรือข้อมูลสาธารณะเป็นตัวอย่างการเข้าถึงข้อมูลและบริการดิจิทัลเพื่อประโยชน์ส่วนบุคคลและสาธารณะ

**สิทธิผู้บริโภค - (หน้า 38–41)**

**1. หลักสิทธิผู้บริโภค**  
• ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับข้อมูลจริงและครบถ้วน มีช่องทางร้องเรียนและเยียวยาความเสียหาย  
• มีสิทธิรวมตัวกันพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค และให้มีองค์กรอิสระทำหน้าที่เสนอความเห็นต่อรัฐในการตรา/บังคับใช้กฎหมายและมาตรการคุ้มครอง

**2. หน่วยงานกำกับ**  
• สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคทำหน้าที่คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค

**3. สิทธิที่ได้รับความคุ้มครอง**  
• ได้รับข่าวสาร/คำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอ  
• มีอิสระในการเลือกซื้อสินค้า/บริการ  
• ได้รับความปลอดภัยในการใช้สินค้า/บริการ  
• ได้รับความเป็นธรรมในสัญญา  
• ได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย

**หน้าที่ของผู้บริโภค - (หน้า 42–43)**

**1. ก่อนซื้อสินค้า/บริการ**  
• ใช้ความระมัดระวังตามสมควร  
• ตรวจสอบสัญญาที่ลงนามว่าใช้ภาษาชัด รัดกุม และให้สิทธิที่เจรจาไว้ครบถ้วน รวมถึงค้นหาข้อสัญญาที่อาจไม่เป็นธรรม  
• ข้อตกลงที่ต้องการให้มีผลบังคับควรทำเป็นหนังสือและลงลายมือชื่อโดยผู้ประกอบธุรกิจ

**2. หลังซื้อสินค้า/บริการ**  
• เก็บรักษาหลักฐานการละเมิดสิทธิ เช่น เอกสารสัญญา ใบเสร็จ เอกสารโฆษณา  
• เมื่อถูกละเมิดสิทธิ ให้ดำเนินการร้องเรียนตามขั้นตอน

**ลิขสิทธิ์เบื้องต้น - (หน้า 44–47)**

**1. ความหมายของลิขสิทธิ์**  
• สิทธิแต่เพียงผู้เดียวของผู้สร้างสรรค์ในงานอันมีลิขสิทธิ์ (ตาม พ.ร.บ.ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537)

**2. งานที่มีลิขสิทธิ์**  
• วรรณกรรม นาฏกรรม ศิลปกรรม ดนตรีกรรม โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง งานแพร่เสียงแพร่ภาพ และงานอื่นในสาขาวรรณคดี วิทยาศาสตร์ หรือศิลปะ ไม่ว่าจะแสดงออกในรูปแบบใด

**3. สิ่งที่ไม่เป็นงานอันมีลิขสิทธิ์**  
• ข่าวประจำวันและข้อเท็จจริงที่เป็นเพียงข่าวสาร  
• รัฐธรรมนูญและกฎหมาย  
• ระเบียบ/ข้อบังคับ/ประกาศ/คำสั่ง/หนังสือโต้ตอบของหน่วยงานรัฐหรือท้องถิ่น  
• คำพิพากษา คำสั่ง คำวินิจฉัย และรายงานของทางราชการ  
• คำแปล/การรวบรวมสิ่งต่างๆ ตามข้อข้างต้นที่หน่วยงานรัฐจัดทำขึ้น

**การได้มาซึ่งลิขสิทธิ์ - (หน้า 48–49)**

**1. เกิดขึ้นอัตโนมัติ**  
• ลิขสิทธิ์เกิดทันทีเมื่อมีการสร้างสรรค์งาน ไม่ต้องจดทะเบียน

**2. เงื่อนไขสัญชาติ/การโฆษณางาน**  
• หากยังไม่โฆษณางาน ผู้สร้างสรรค์ต้องมีสัญชาติไทยหรือเป็นพลเมืองประเทศภาคีของอนุสัญญาที่ไทยเข้าร่วม  
• หากโฆษณางานแล้ว ต้องเป็นการโฆษณาครั้งแรกในไทยหรือในประเทศภาคี  
• หากผู้สร้างสรรค์เป็นนิติบุคคล ต้องจัดตั้งตามกฎหมายไทย

**สิทธิของเจ้าของลิขสิทธิ์ - (หน้า 50)**

**1. อำนาจโดยเฉพาะของเจ้าของ**  
• ทำซ้ำ ดัดแปลง จำหน่าย ให้เช่า คัดลอก เลียนแบบ ทำสำเนา  
• ทำให้ปรากฏต่อสาธารณชน หรืออนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิ โดยมีหรือไม่มีค่าตอบแทน

**อายุการคุ้มครองลิขสิทธิ์ - (หน้า 51–52)**

**1. งานทั่วไป**  
• ตลอดอายุผู้สร้างสรรค์ และต่ออีก 50 ปีนับแต่ถึงแก่ความตาย  
• กรณีผู้สร้างสรรค์เป็นนิติบุคคล: 50 ปีนับแต่สร้างสรรค์งาน

**2. งานภาพถ่าย/โสตทัศนวัสดุ/ภาพยนตร์/แพร่เสียงแพร่ภาพ**  
• 50 ปีนับแต่สร้างสรรค์

**3. เมื่อมีการโฆษณางาน**  
• อายุคุ้มครองต่อไปอีก 50 ปีนับแต่โฆษณาครั้งแรก (ยกเว้นศิลปะประยุกต์ 25 ปี)  
• เมื่อหมดอายุ งานตกเป็น “สาธารณสมบัติ” ใครๆ ใช้ได้ไม่ถือว่าละเมิด

**การละเมิดลิขสิทธิ์ - (หน้า 53)**

**1. รูปแบบการละเมิด**  
• ทำซ้ำ/ดัดแปลง/เผยแพร่ต่อสาธารณชนโดยไม่ได้รับอนุญาต  
• สำหรับโสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ยังรวมถึง “ให้เช่า” ต้นฉบับ/สำเนาโดยไม่ได้รับอนุญาต

**ข้อยกเว้นการละเมิดลิขสิทธิ์ - (หน้า 54–61)**

**1. หลักเกณฑ์กว้างๆ**  
• การใช้ต้องไม่ขัดต่อการแสวงหาประโยชน์ปกติของเจ้าของ และไม่กระทบสิทธิของเจ้าของเกินสมควร

**2. ลักษณะการใช้ที่ได้รับยกเว้น (ตัวอย่าง)**  
• วิจัยหรือศึกษาโดยไม่แสวงหากำไร  
• ใช้เพื่อประโยชน์ตนเอง/ครอบครัว/ญาติสนิท  
• ติชม วิจารณ์ หรือแนะนำผลงาน โดยระบุความเป็นเจ้าของ  
• เสนอรายงานข่าว โดยระบุเจ้าของ  
• ใช้เพื่อการพิจารณาของศาล/เจ้าพนักงาน หรือรายงานผลดังกล่าว  
• การสอนโดยผู้สอนเพื่อประโยชน์การสอนของตนโดยไม่แสวงหากำไร  
• การทำซ้ำ/ดัดแปลงบางส่วนหรือตัดทอนเป็นบทสรุป แจกจ่ายผู้เรียนในชั้นเรียน/สถาบัน โดยไม่แสวงหากำไร  
• ใช้เป็นส่วนหนึ่งของข้อสอบ  
• ทำซ้ำ/ดัดแปลงเพื่อคนพิการตามความจำเป็น โดยไม่แสวงหากำไร และตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด  
• อ้างอิงบางตอนตามสมควร โดยระบุเจ้าของ  
• การทำซ้ำโดยบรรณารักษ์เพื่อใช้ในห้องสมุดหรือให้ห้องสมุดอื่น และทำซ้ำบางตอนเพื่อวิจัย/ศึกษา โดยไม่แสวงหากำไร

**3. การแก้ไขเพิ่มเติมตามกฎหมายปี 2558**  
• เพิ่มการคุ้มครองงาน/สิทธิของนักแสดง กำหนดข้อยกเว้นเพิ่มเติม บทลงโทษ และให้อำนาจศาลสั่งค่าเสียหายเพิ่ม พร้อมริบ/ทำลายสิ่งที่ใช้กระทำผิด  
• เน้นการคุ้มครองการละเมิดผ่านอินเทอร์เน็ต และแก้ไขปัญหาการบันทึกเสียง/ภาพระหว่างฉายภาพยนตร์เพื่อนำไปทำซ้ำเผยแพร่

**ใช้สิทธิของเราโดยไม่ละเมิดผู้อื่น - (หน้า 62–67)**

**1. หลักการพื้นฐาน**  
• เคารพสิทธิของกันและกัน รับฟังความคิดเห็นผู้อื่น  
• ใช้สิทธิของตนและชวนผู้อื่นใช้สิทธิอย่างรับผิดชอบ  
• เรียนรู้สิทธิเสรีภาพตามรัฐธรรมนูญและปฏิบัติตามหน้าที่พลเมือง (เช่น ใช้สิทธิเลือกตั้ง ชำระภาษี)

**2. ความเป็นส่วนตัวของข้อมูล**  
• สิทธิที่จะอยู่ลำพังและควบคุมข้อมูลของตนในระดับบุคคล กลุ่ม และองค์กร

**3. การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล**  
• การกระทำที่ทำให้ผู้อื่นเสียหาย/เสียชื่อเสียง ไม่ว่าจะโดยเจตนาหรือประมาทเลินเล่อ

**4. ประเด็นน่าจับตาเรื่องความเป็นส่วนตัว**  
• การเข้าดูอีเมล/บันทึกข้อมูลในคอมพิวเตอร์ การติดตามการใช้งานเว็บไซต์/กลุ่มข่าว  
• การใช้เทคโนโลยีติดตามพฤติกรรม  
• การรวบรวม/ซื้อขายฐานข้อมูลลูกค้า (เบอร์ โทร อีเมล บัตรเครดิต ฯลฯ)  
• การบุกรุกสถานที่ส่วนบุคคลโดยไม่ได้รับอนุญาต

**สิทธิมาพร้อมความรับผิดชอบ - (หน้า 68–73)**

**1. บัญญัติ 10 ประการว่าด้วยจริยธรรมคอมพิวเตอร์ (สำนวนใหม่)**  
• ไม่ใช้คอมพิวเตอร์ทำร้ายผู้อื่น ไม่ขโมยข้อมูล ไม่พัฒนา/ใช้เครื่องมือเจาะระบบ และไม่กลั่นแกล้ง  
• ไม่รบกวนหรือแทรกแซงการใช้งานของผู้อื่น ไม่สร้างมัลแวร์  
• ไม่สอดส่องข้อมูลส่วนบุคคล/อีเมล/ไฟล์ของผู้อื่นโดยไม่อนุญาต  
• ไม่ขโมยข้อมูลสำคัญหรือเปิดเผยมิดชอบ  
• ไม่เป็นส่วนหนึ่งของการเผยแพร่ข้อมูลเท็จ ควรตรวจสอบก่อนแชร์  
• หลีกเลี่ยงซอฟต์แวร์เถื่อน เคารพลิขสิทธิ์  
• ไม่ใช้เครื่องของผู้อื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต  
• ไม่สวมสิทธิ์เจ้าของงานของผู้อื่น ต้องอ้างอิงอย่างเหมาะสม  
• คิดถึงผลกระทบทางสังคมก่อนพัฒนาซอฟต์แวร์  
• สื่อสารด้วยความสุภาพ มีมารยาท ไม่ใช้คำหยาบ/เหยียด/กล่าวเท็จ

**มารยาทและความรับผิดชอบในการสื่อสารออนไลน์ - (หน้า 74–79)**

**1. แนวปฏิบัติสำคัญ**  
• อย่าขยายความขัดแย้งหรือใช้ถ้อยคำยั่วยุ  
• หลีกเลี่ยงภาษารุนแรง/ก้าวร้าว  
• หลีกเลี่ยงการประชดประชัน เพราะสื่อข้อความไร้ภาษากาย ทำให้เข้าใจผิดง่าย  
• ซื่อสัตย์ ไม่ปลอมแปลงตัวตน เว้นแต่จำเป็นเพื่อปกป้องความเป็นส่วนตัว  
• คำนึงถึงผลกระทบต่อตนเองและผู้อื่น ไม่แชร์ข้อมูลส่วนตัว/กิจวัตรที่เสี่ยงภัย และหลีกเลี่ยงเว็บไซต์ที่ขาดความปลอดภัย  
• ใช้สื่ออย่างเหมาะสมกับกาลเทศะ (ไม่ส่งข้อความระหว่างสนทนาเผชิญหน้า/ระหว่างมื้ออาหาร ฯลฯ)  
• ศึกษากฎของชุมชนออนไลน์ก่อนเข้าร่วม ไม่โพสต์เรื่องงาน/ความสัมพันธ์ลงพื้นที่สาธารณะ ควรใช้ช่องทางส่วนตัว  
• ตรวจสอบความจริงและแหล่งที่มาก่อนแชร์ หลีกเลี่ยงการทำให้บุคคล/องค์กรเสียหาย

**ใช้และอ้างอิงงานของผู้อื่นอย่างรับผิดชอบ - (หน้า 80–84)**

**1. หลักการเบื้องต้น**  
• อย่าใช้ผลงานของผู้อื่นโดยไม่ขออนุญาต ถือเป็นการละเมิด  
• ตรวจสอบว่างานยังมีลิขสิทธิ์หรือเป็นสาธารณสมบัติ (public domain)

**2. สิ่งที่เป็นสาธารณสมบัติ**  
• ลิขสิทธิ์หมดอายุแล้ว  
• ผลงานรัฐที่ใช้เงินสาธารณะ  
• ผู้สร้างสรรค์สละสิทธิให้อย่างชัดแจ้ง

**3. ตัวอย่างการละเมิด**  
• นำหนังสือ/บทความ/ภาพ/วิดีโอ/เพลง หรืองานอื่นของผู้อื่นไปเผยแพร่บนสื่อสังคมโดยไม่อนุญาต  
• การลอกผลงาน (plagiarism) ในบริบทวิชาการ: ต้องอ้างอิงแนวคิด/ถ้อยคำ/การสังเคราะห์ของผู้อื่นให้เหมาะสม

**4. ขั้นตอนปฏิบัติที่ดี**  
• ตรวจว่าใครเป็นเจ้าของ  
• ขออนุญาตก่อนใช้  
• ให้เครดิตอย่างเหมาะสม  
• ซื้อสิทธิการใช้ถ้ามี  
• ใช้อย่างรับผิดชอบ

**ความรับผิดชอบเกี่ยวกับกฎหมาย - (หน้า 85–86)**

**1. แนวปฏิบัติเพื่อหลีกเลี่ยงการผิดกฎหมาย**  
• ไม่ขโมยอัตลักษณ์ออนไลน์  
• ไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา (ไม่ดาวน์โหลด/เผยแพร่ผลงานที่ละเมิด)  
• ไม่สร้าง/เผยแพร่มัลแวร์ ไวรัส หรือแอปขโมยข้อมูล  
• ไม่โพสต์/แชร์เนื้อหาที่สุ่มเสี่ยงผิดกฎหมาย (เช่น สื่อลามกอนาจารเด็ก ความรุนแรง หมิ่นประมาท)  
• ไม่ละเมิดความเป็นส่วนตัว (เช่น แอบอ่านอีเมล ลักรหัสผ่านเข้าบัญชีผู้อื่น)

**การรักษาความปลอดภัยออนไลน์ - (หน้า 87–89)**

**1. แนวทางลดความเสี่ยง**  
• ติดตั้งและอัปเดตโปรแกรมป้องกันไวรัสสม่ำเสมอ  
• ตรวจไฟล์/ลิงก์แนบในอีเมลก่อนเปิดหรือคลิก  
• เปิดใช้การพิสูจน์ตัวตนหลายระดับ (เช่น 2FA)  
• ใช้แอปติดตาม/ล็อกเครื่องจากระยะไกลกรณีอุปกรณ์สูญหาย  
• สำรองข้อมูลหลายแห่ง (เช่น ระบบคลาวด์)  
• ตั้งล็อกหน้าจอและใช้รหัสผ่าน/พิน/ไบโอเมตริกซ์  
• เข้ารหัสสื่อบันทึกภายนอก (เช่น USB)

**ความรับผิดชอบต่อสุขภาพของตนเอง - (หน้า 90–93)**

**1. ผลกระทบทางกาย**  
• เสี่ยงออฟฟิศซินโดรมจากท่านั่ง/สภาพแวดล้อมไม่เหมาะสม ปวดกล้ามเนื้อ/เมื่อยล้า รวมถึงสายตาล้า

**2. ผลกระทบทางใจ**  
• การเสพข้อมูลต่อเนื่องอาจกระทบอารมณ์ ทัศนคติ เกิดภาวะเสพติด วิตกกังวล หรือซึมเศร้า

**3. แนวทางป้องกันเบื้องต้น**  
• เปลี่ยนอิริยาบถเป็นระยะ  
• พักสายตาจากหน้าจอเพื่อลดผลกระทบจากแสงและการใช้งานต่อเนื่อง  
• ทำความสะอาดหน้าจอสม่ำเสมอ ลดการสะสมเชื้อโรค  
• จำกัดเวลาการใช้งานและหลีกเลี่ยงการเสพข่าวความรุนแรง/ข่าวเศร้าที่กระทบจิตใจ

**ความรับผิดชอบในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ - (หน้า 94–111)**

**1. ความหมายของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์**  
• ธุรกรรมซื้อ-ขาย ชำระเงิน โฆษณา ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

**2. ความเสี่ยงที่พบบ่อย**  
• ของไม่ตรงปก/คุณภาพต่ำ/ชำรุด  
• ผู้ขายเสี่ยงไม่ได้รับเงินจากการโกง/ปฏิเสธรับสินค้า  
• ความปลอดภัยข้อมูลการเงิน/บัตร  
• ข้อมูลส่วนตัวรั่วไหลและถูกนำไปใช้ผิดวัตถุประสงค์  
• การถูกรบกวนจากสแปม

**3. คำแนะนำสำหรับ “ผู้ซื้อ”**  
• ตรวจความน่าเชื่อถือของผู้ขาย: ที่อยู่ เบอร์โทร การจดทะเบียน ประวัติในเสิร์ชเอนจิน รีวิวผู้ใช้  
• ดูว่ามีหน้าร้านจริงหรือขายผ่านแพลตฟอร์มที่น่าเชื่อถือ  
• ตรวจเงื่อนไขประกัน/ส่งคืน/ค่าใช้จ่ายในการคืน  
• ระวังข้อเสนอราคาต่ำผิดปกติ  
• ห้ามโพสต์ข้อมูลบัตรเครดิต บัตรประชาชน อีเมล หรือเบอร์ส่วนตัวในพื้นที่สาธารณะ

**4. คำแนะนำสำหรับ “ผู้ขาย”**  
• ตรวจประวัติผู้ซื้อจากข้อมูลติดต่อเท่าที่จำเป็น  
• ไม่โพสต์ข้อมูลส่วนบุคคลลงพื้นที่สาธารณะ  
• อาจขอมัดจำ/ชำระบางส่วนเพื่อลดความเสี่ยง  
• แสดงรายละเอียดสินค้า/เงื่อนไขครบถ้วน (ราคา รูปแบบ ขนาด ระยะเวลาจัดส่ง ผู้รับผิดชอบค่าส่ง-คืน การรับประกัน ค่าดำเนินการ)  
• คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ขอข้อมูลเท่าที่จำเป็น และมีนโยบายความเป็นส่วนตัว/การขอความยินยอม

**5. เมื่อ “โอนเงินแล้วไม่ได้รับของ”**  
• ถือเป็นการฉ้อโกงตามกฎหมาย ให้ดำเนินการดังนี้:  
**(5.1) รวบรวมหลักฐาน**  
• โปรไฟล์/ประกาศขาย/ที่อยู่เว็บไซต์ (URL) ของผู้ขาย  
• ชื่อ-ที่อยู่-โทรศัพท์ของผู้ขาย  
• เลขที่บัญชีที่โอนเงิน  
• ภาพหน้าจอการสนทนา/ตกลงซื้อขาย/ราคาสินค้า/การรับประกัน/การโอนเงิน  
• หลักฐานการโอนเงิน  
**(5.2) แจ้งความ**  
• นำหลักฐานพร้อมสมุดบัญชีและบัตรประชาชนไปแจ้งความที่สถานีตำรวจ ขอให้ดำเนินคดีจนถึงที่สุด  
**(5.3) ติดต่อธนาคาร**  
• ใช้เลขบัญชีผู้ขายพร้อมใบแจ้งความเพื่อขอรายละเอียดเจ้าของบัญชี ขออายัดเงิน/ขอเงินคืน (ทั้งนี้คนร้ายมักถอนเงินเร็ว และบางกรณีเจ้าของบัญชีอาจถูกสวมรอยเปิดบัญชี)  
• ผู้ซื้อยังสามารถรีวิว/ให้คะแนนร้าน เพื่อเตือนผู้ใช้รายอื่น