

สารนิพนธ์เรื่อง	ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงตามพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พุทธศักราช 2493
คำสำคัญ	การควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง, การโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง, การควบคุมการโฆษณา
นักศึกษา	ป นนทนนท์ เรื่องจันทร์
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ดร.ศิวพร เสาวคนธ์
หลักสูตร	นิติศาสตรมหาบัณฑิต กลุ่มวิชากฎหมายมหาชน
คณะ	นิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
พ.ศ.	2564

### บทคัดย่อ

สารนิพนธ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาของพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พุทธศักราช 2493 โดยทำการศึกษาปัญหามาตรการควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงสามกรณีด้วยกัน คือ ปัญหาเกี่ยวกับการขออนุญาตเพื่อการโฆษณา ปัญหาเกี่ยวกับการกำหนดประเภทของการโฆษณา และปัญหาเกี่ยวกับการกำหนดภาษาที่ใช้เพื่อการโฆษณาตามพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พุทธศักราช 2493 โดยได้ทำการศึกษาประกอบกับหลักกฎหมายมหาชนรวมถึงกฎหมายของต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำผลการศึกษาและวิเคราะห์มาใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

จากการศึกษาพบว่า พระราชบัญญัตินี้ได้ควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง โดยกำหนดให้ประชาชนต้องทำการขออนุญาตต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ก่อนทำการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงโดยไม่มีขอบเขตหรือข้อจำกัดเป็นหลักการนั้น เสมือนเป็นการตัดสิทธิเด็ดขาดในเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น การพูด การโฆษณา และการสื่อความหมายโดยวิธีอื่นของประชาชนตามรัฐธรรมนูญ ซึ่งรัฐสามารถออกข้อกำหนดในลักษณะอื่นที่ไม่มีความจำเป็นถึงขนาดต้องทำการขออนุญาต และรัฐควรควบคุมการดำเนินการเท่าที่จำเป็นเท่านั้น เมื่อพิจารณานิยามของการโฆษณา จะเห็นว่า กฎหมายฉบับนี้ได้กำหนดการควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงไว้เพียงเฉพาะการพูดหรือการปราศรัยเท่านั้น ซึ่งจากการศึกษากฎหมายที่ใช้ควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงในต่างประเทศจะมีขอบเขตของการควบคุมประเภทของเสียงเพื่อการโฆษณา โดยไม่มีการกำหนดประเภทของเสียงมากกว่าการพูดหรือการปราศรัย นอกจากนี้ กฎหมาย

การโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงในประเทศไทยได้กำหนดให้ใช้ภาษาไทยหรือภาษาพื้นเมืองในการโฆษณาเท่านั้น ซึ่งมีความไม่สอดคล้องและไม่เหมาะสมกับสภาพสังคมในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากปัจจุบันประชาชนมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น การพูด การโฆษณา และการสื่อความหมายโดยวิธีอื่น ได้โดยไม่ควรจำกัดเพียงภาษาที่ใช้ อีกทั้งกรณีนี้ยังเป็นการจำกัดเสรีภาพแก่ประชาชนโดยไม่เป็นการสมควรซึ่งการควบคุมให้ใช้ภาษาไทยหรือภาษาพื้นเมืองในการโฆษณาไม่ได้ทำให้กฎหมายบรรลุนิติภาวะโดยตรง และไม่มีเหตุผลใดที่จะต้องจำกัดการใช้ภาษาเพื่อการโฆษณาเพียงภาษาไทยหรือภาษาพื้นเมืองเท่านั้น

ดังนั้น ผู้เขียนจึงขอเสนอให้มีการแก้ไขเพิ่มเติมเกี่ยวกับการขออนุญาต โดยแก้ไขเพิ่มกฎหมายให้เสรีภาพในการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงเป็นหลัก เว้นแต่การขออนุญาตโฆษณาในกิจการบางประเภทให้เป็นข้อยกเว้น และให้มีการขยายความหมายของเครื่องขยายเสียงด้วยกำลังไฟฟ้าเพื่อใช้ในการควบคุมปัญหาการใช้เสียงและมุ่งควบคุมการใช้เสียงทุกประเภทที่ก่อให้เกิดความรำคาญ ความเสียหาย และส่งผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของประชาชนเป็นการทั่วไป รวมถึงแก้ไขเพิ่มเติมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงโดยให้สามารถโฆษณาเป็นภาษาอื่นๆ ได้เพื่อที่จะได้สอดคล้องกับหลักการทางกฎหมาย โดยประชาชนยังคงมีสิทธิเสรีภาพในการสื่อสารหรือการพูดของตนได้โดยเสรี และรัฐยังคงบรรลุวัตถุประสงค์ในการควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงที่จะควบคุมโดยเฉพาะเพื่อประโยชน์ในการรักษาความสงบเรียบร้อย ซึ่งจะทำให้การดำเนินการเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงของประเทศไทยมีความชัดเจนและเป็นไปโดยมีประสิทธิภาพ

<b>THEMATIC TITLE</b>	LEGAL PROBLEMS RELATING TO THE CONTROL OF ADVERTISEMENT BY USING SOUND AMPLIFIERS UNDER THE ACT ON CONTROL OF ADVERTISEMENT BY USING SOUND AMPLIFIERS B.E. 2493
<b>KEYWORDS</b>	CONTROLLING ADVERTISEMENTS BY AMPLIFIERS, ADVERTISEMENTS BY AMPLIFIERS, ADVERTISEMENT CONTROL
<b>STUDENT</b>	POR NONTHANAN RUANGJAN
<b>THEMATIC ADVISOR</b>	DR. SIWAPORN SAOWAKON
<b>PROGRAM</b>	MASTER OF LAWS PUBLIC LAW
<b>FACULTY</b>	SCHOOL OF LAW SRIPATUM UNIVERSITY
<b>YEAR</b>	2021

#### **ABSTRACT**

This independent study aims to explore and analyze the problems on the control of the public advertisement by using sound amplifiers under the Act on Control of Advertisement by Using Sound Amplifiers B.E. 2493. The study was conducted by identifying three problems concerning control measures on advertisement by sound amplifiers which includes the problem of requesting permission for advertisement, the problem of determining types of advertisement and the problem of determining the language used for advertisement according to the Control of Advertisement by Using Sound Amplifiers B.E. 2493. The research was implemented in conjunction with the principles of public law as well as relevant foreign laws in order to apply the findings and analysis results as a guideline to appropriately and effectively amend and improve the law.

The study found that the Act in principle provides the control of advertisement by means of using sound amplifiers by requiring the public to apply for permission from competent officials prior to making an advertisement by sound amplifiers without any clear scope or limitation. This is considered as a deprivation of the right to freedoms of expression, speech, advertising and other communication by other means of the public under the constitution. In fact, the state can issue other aspects of regulations without requiring the request for permission.

Moreover, the state should control operations as necessary only. When considering the definition of advertisements, it could be seen that the law restrictedly stipulates the control of advertisement by using sound amplifiers for making speech only. From the study of laws that control advertisement by sound amplifiers in foreign countries, it was found that a scope of the control over types of sounds for advertisement without defining types of sounds other than speech. In addition, the law on the control of advertisement by sound amplifiers in Thailand requires only the use of Thai language in advertisement, which is inconsistent and inappropriate with the changing condition of the current society. Since the people currently have their rights to express opinions, speak, advertise and communicate by any other languages without being limited to Thai language. Furthermore, in this case, it is an unreasonable limitation of liberty to restrict the people to use only Thai language in advertisement that does not achieve the objective of the law and there is no reason to limit such use of language for advertisement to be only in Thai language.

Therefore, the researcher would like to propose an amendment to the provision regarding application for permission by in principle providing in the law general freedom of advertisement by using sound amplifier which should have limitation only for the request for permission to advertise in certain types of action as an exception. Furthermore, there should be an expansion of the definition of sound amplifiers with electric power to include all kinds of sounds that may cause nuisance, damage and effects to public health in general as well as adding provision regarding the advertisement by sound amplifiers to permit advertising in other languages to comply with legal principles, which could make the people still have the right to freely communicate or making speech. Simultaneously, the state can continue to achieve the objectives of controlling advertisement by using sound amplifiers for the benefit of peace keeping, which will help make the control on advertisement by using sound amplifiers in Thailand become more transparent and effective onwards.