

ปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยเครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493¹

พิชญาภา เทียงจิตร²

จากการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยเครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมา หลักกฎหมาย ทฤษฎี และแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับพระราชบัญญัติราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยเครื่องขยายเสียง และศึกษากฎหมายเกี่ยวกับเสียงและการใช้เครื่องขยายเสียง เพื่อให้การใช้เครื่องขยายเสียงสามารถใช้บังคับได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถบังคับได้จริงในสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งทำให้ผู้ศึกษาได้รับความรู้ความเข้าใจว่ากฎหมายเกี่ยวกับเสียงและเครื่องขยายเสียง มีรากฐานการให้สิทธิและเสรีภาพในการใช้เสียงและเครื่องขยายเสียงได้อย่างมีขอบเขตจำกัด โดยอ้างอิงได้จากหลักความเสมอภาคของบุคคลกล่าวคือเป็นหลักที่มองว่ามนุษย์ทุกคนมีความแตกต่างกันแต่มีความเท่าเทียมกันและห้ามไม่ให้รัฐในฐานะที่เป็นองค์กรใช้อำนาจปกครองเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมต่อบุคคลเพราะเหตุที่เกิดจากความแตกต่างเรื่องเชื้อชาติ ถิ่นกำเนิด ภาษา เป็นต้น³ แต่อย่างไรก็ตามหลักความเสมอภาคเป็นหลักพื้นฐานสำคัญประการหนึ่งของศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ นอกจากสิทธิในร่างกายและชีวิตที่แสดงให้เห็นว่ามนุษย์ทุกคนมีสิทธิและเสรีภาพอย่างเท่าเทียมกันตามธรรมชาติ และทุกคนจะต้องเคารพสิทธิและเสรีภาพของกันและกันอันมีลักษณะเป็นความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับปัจเจกบุคคลและกับสังคมประกอบด้วย⁴ นอกจากนี้การศึกษาเกี่ยวกับปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยเครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 ทำให้ผู้ศึกษาได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการตีความถ้อยคำของกฎหมายในระบบกฎหมายลายลักษณ์อักษรเพื่อให้กฎหมายสามารถใช้บังคับกับถ้อยคำในตัวบทกฎหมายและสอดคล้องตามเจตนารมณ์ของการบัญญัติกฎหมายควบคุมการโฆษณาโดยเครื่องขยายเสียง อีกทั้งเป็นไปเพื่อให้ทราบหลักการลงโทษผู้กระทำความผิดและการเยียวยาผู้เสียหายจากความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยเครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 อีกประการหนึ่ง

¹ บทความนี้เรียบเรียงจากการค้นคว้าอิสระ เรื่อง ปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยเครื่องขยายเสียง โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษา คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สลิล สิริพิฑูร และคณะกรรมการสอบ คือ รองศาสตราจารย์ ดร.ฐาตุร ศิริยุทวิวัฒนา และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทรัตน์ เตชะมา

² นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต (วิทยาเขตบางนา) คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

³ อภิวัฒน์ สุดสาว, “ลมความคิด เข้มทิศรัฐธรรมนูญ,” *มูลนิธิ*, 3(ม.ค. - ก.พ. 2554) : หน้า 145.

⁴ หลวงประดิษฐมนูธรรม, *คำอธิบายกฎหมายปกครอง ในประชุมกฎหมายมหาชนและเอกชนของปรีดีพนมยงค์* (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2522), หน้า 154. อ้างถึงใน บรรเจิด สิงคะเนติ, *หลักพื้นฐานเกี่ยวกับสิทธิและเสรีภาพและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์*, พิมพ์ครั้งที่ 5 (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วิญญูชน, 2558), หน้า 156-157.

ดังนั้น จากการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาในพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยเครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 ทำให้ทราบว่าในเรื่องของการบังคับใช้ การตีความถ้อยคำในคำบทกฎหมาย การกำหนดบทลงโทษ ปรับ และการเยียวยาความผิดในพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยเครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 ยังมีความไม่ชัดเจน เคลือบคลุม และเกิดปัญหาช่องว่างในการบังคับใช้กฎหมายหลายประการ ซึ่งสรุปได้ดังต่อไปนี้

จากการศึกษาประเด็นปัญหาประการที่หนึ่ง ปัญหาในเรื่องของการบังคับใช้กฎหมาย ได้มีการแยกออกเป็น 2 ประเด็นย่อยดังนี้

ประเด็นปัญหาที่ 1.1 ปัญหาการบังคับใช้ในกรณีการจำกัดเขตอำนาจในการบังคับใช้

เนื่องจากในมาตรา 2 ของพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยเครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 มีการกำหนดให้พระราชบัญญัติฉบับนี้ใช้บังคับในจังหวัดพระนครและจังหวัดธนบุรี ในส่วนที่จะใช้ที่อื่นเมื่อใด ให้ประกาศโดยพระราชกฤษฎีกา โดยไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขให้ใช้บังคับได้ทั่วราชอาณาจักร ทำให้กฎหมายฉบับนี้ใช้บังคับได้อย่างจำกัดเขตพื้นที่ โดยที่การบัญญัติกฎหมายดังกล่าวจึงเป็นการขัดกับหลักความเสมอภาคซึ่งบุคคลย่อมมีสิทธิและหน้าที่โดยกฎหมายอย่างเสมอภาคการจำกัดสิทธิของประชาชนในการใช้กฎหมายย่อมต้องมีเหตุผลประกอบ⁵ ซึ่งในพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยเครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 ไม่ปรากฏเหตุผล อีกทั้งในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 มาตรา 27 ได้มีการระบุไว้ชัดเจนในเรื่องของความเสมอภาคของบุคคลกล่าวคือบุคคลย่อมเสมอภาคกันในกฎหมายมีสิทธิและเสรีภาพและได้รับความรับความคุ้มครองตามกฎหมายเท่าเทียมกันการเลือกปฏิบัติในเรื่องถิ่นกำเนิด ภาษาของบุคคล จะกระทำมิได้⁶ ดังนั้นการที่มีการจำกัดเขตพื้นที่การบังคับใช้กฎหมายจึงเป็นการขัดหลักความเสมอภาคในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย อีกทั้งหมายเหตุท้ายพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยเครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 ได้บัญญัติมาเพื่อควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงให้เป็นระเบียบเรียบร้อยและเหมาะสมเมื่อศึกษากับหลักการตีความกฎหมาย การตีความกฎหมายนั้นจะต้องคำนึงถึงตัวอักษรและเจตนารมณ์ของกฎหมายที่แท้จริงในกฎหมายนั้นควบคู่กัน⁷ กล่าวคือการตีความนอกจากจะพิจารณาตัวบทกฎหมายแล้วยังต้องพิจารณาถึงวัตถุประสงค์แท้จริงในการบัญญัติกฎหมายฉบับนั้น ๆ ประกอบด้วย⁸ จึงเห็นได้ว่ามาตรา 2 ของพระราชบัญญัติดังกล่าวขัดกับหมายเหตุท้ายพระราชบัญญัติและขัดกับหลักการตีความกฎหมาย เนื่องจากหมายเหตุท้ายพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยเครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 เป็นไปเพื่อควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงให้เป็นระเบียบเรียบร้อยและเหมาะสมดังนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับเจตนารมณ์ของกฎหมายจึงไม่ควรจำกัดเขตพื้นที่ในการบังคับใช้เพราะ

⁵ อภิวัฒน์ สุดสาว, เรื่องเดียวกัน, หน้าเดิม.

⁶ รองพล เจริญพันธ์, กฎหมายแพ่งทั่วไปเล่ม 1 (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2025), หน้า 153-154.

⁷ สมฤดี พานิชอัตรา, “การตีความกฎหมายอาญา: ศึกษาหลักการตีความตามตัวอักษรและตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย,” (วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2551), หน้า 21.

ปัจจุบันการใช้เครื่องขยายเสียงมีการใช้กันเป็นจำนวนมากและทุกพื้นที่ในประเทศการจำกัดพื้นที่การใช้จึงไม่สอดคล้องกับการใช้บังคับได้จริงเกิดช่องว่างทางกฎหมาย ดังนั้นจากปัญหาการจำกัดพื้นที่การบังคับใช้จึงต้องมีการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายให้สอดคล้องกับหลักความเสมอภาค หลักการตีความกฎหมาย และสอดคล้องกับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 และกฎหมายเกี่ยวกับเสียงในประเทศไทย เพื่อให้พระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 สามารถใช้บังคับได้กับปัญหาในเรื่องเครื่องขยายเสียงได้ในทุกพื้นที่

จากการศึกษาค้นคว้าเปรียบเทียบปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 ในเรื่องของการจำกัดเขตพื้นที่การบังคับใช้ ผู้ศึกษาพบว่ามิชอบและคือเห็นควรมีการแก้ไขกฎหมายในพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 ในมาตรา 2 จากเดิม “พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับในจังหวัดพระนครและจังหวัดธนบุรีตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป” แก้เป็นคำว่า “พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับทั่วราชอาณาจักร” เพื่อให้สอดคล้องกับหลักความเสมอภาคและสอดคล้องกับหลักการตีความตามเจตนารมณ์ของกฎหมายควบคุมเสียง อีกทั้งเพื่อให้ใช้บังคับให้สอดคล้องกับกฎหมายเกี่ยวกับเสียงของประเทศไทยที่ผู้ศึกษาค้นคว้าได้ทำการศึกษาต่อไป

ประเด็นปัญหาที่ 1.2 ปัญหาการบังคับใช้ในกรณีเกิดการสับสนในการบังคับใช้กฎหมาย

เนื่องจากปัจจุบันประเทศไทยมีการออกกฎหมายเกี่ยวกับเสียงหลายฉบับเป็นการเฉพาะ มีทั้งในรูปแบบความผิดเกี่ยวกับเสียงเท่านั้นและบางฉบับสามารถใช้บังคับเป็นกฎหมายทั่วไป โดยผู้ศึกษาค้นคว้าได้มีการศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเสียงดังนี้ พระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติจราจรทางบก พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 และประมวลกฎหมายอาญา ปัญหาคือการบังคับใช้กฎหมายสร้างความสับสนให้กับผู้บังคับใช้กฎหมายว่าจะต้องใช้กฎหมายฉบับใดในการกระทำความผิดรูปแบบใด และหากบุคคลผู้ได้รับผลกระทบไม่รู้ถึงการมีกฎหมายเกี่ยวกับเสียงอื่น ๆ ย่อมเสียเปรียบในการดำเนินการตามกฎหมาย อีกทั้งในพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 ได้มีการบังคับใช้มาเป็นระยะเวลานานโดยไม่มีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงให้ทันต่อสถานการณ์และเหตุการณ์ต่าง ๆ ในปัจจุบันจึงเป็นการขัดกับหลักการตีความกฎหมายเนื่องจากหมายเหตุของพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 เป็นไปเพื่อควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงให้เป็นระเบียบเรียบร้อยแต่เนื่องจากปัญหาของบทบัญญัติดังกล่าวได้มีการจำกัดพื้นที่การบังคับใช้ และปัญหาในเรื่องการตีความถ้อยคำในพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 ทำให้เกิดการสับสนและยุ่งยากในการบังคับใช้ตามความเป็นจริงและส่งผลให้ผู้บังคับใช้กฎหมายไม่นำกฎหมายมาใช้บังคับกับประชาชนที่ได้รับความเดือดร้อนโดยมีการใช้กฎหมายความผิดเกี่ยวกับเสียงภาคทั่วไปแทน อีกทั้งข้อจำกัดของกฎหมายทำให้ไม่สามารถใช้กับปัญหาการโฆษณาผ่านเครื่องขยายเสียงได้โดยครอบคลุมเกิดความลำเอียงของกฎหมายทำให้กฎหมายไม่มีการบังคับใช้ โดยเมื่อศึกษาประกอบกับแนวความคิดในการ

ตรวจสอบผลกระทบในการออกกฎหมาย (Regulatory Impact Analysis) ซึ่งพบในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560 มาตรา 77) ซึ่งเป็นแนวคิดที่กำหนดแนวทางให้รัฐต้องดำเนินการตรากฎหมายของประเทศให้เป็นไปตามหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีโดยมุ่งไม่ให้รัฐออกกฎหมายมากเกินไปและไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง⁸ การไม่ปรับปรุงแก้ไขกฎหมายเป็นระยะเวลา 72 ปีจึงส่งผลให้พระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 เกิดการไม่นำมาใช้บังคับเนื่องจากกฎหมายไม่สอดคล้องและไม่สามารถบังคับได้จริงกับเหตุการณ์ในปัจจุบัน ดังนั้นจากปัญหาการสับสนในการบังคับใช้กฎหมายจึงควรมีการแก้ไขปรับปรุงให้กฎหมายสอดคล้องกับแนวความคิดการตรวจสอบผลกระทบในการออกกฎหมาย (Regulatory Impact Analysis) และสามารถบังคับใช้ได้กับปัญหาในเรื่องเครื่องขยายเสียงได้จริงและไม่เป็นการล้ำสมัย

จากการศึกษาค้นคว้าเปรียบเทียบปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 ในเรื่องกรณีเกิดการสับสนในการบังคับใช้กฎหมายผู้ศึกษาพบว่ามีข้อเสนอแนะคือควรมีการยกเลิกพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493และให้มีการออกพระราชบัญญัติเกี่ยวกับเสียงทุกรูปแบบออกมาโดยเฉพาะเพื่อให้ไม่เกิดการทับซ้อนของกฎหมายและไม่เกิดการสับสนหลงผิดและสอดคล้องกับแนวคิดในการตรวจสอบผลกระทบในการออกกฎหมาย (Regulatory Impact Analysis) อีกทั้งให้สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 มาตรา 77

จากการศึกษาประเด็นปัญหาประการที่สอง ปัญหาในเรื่องการตีความถ้อยคำกฎหมาย ได้มีการแยกออกเป็น 3 ประเด็นย่อยดังนี้

ประเด็นปัญหาที่ 2.1 ปัญหาเกี่ยวกับการตีความคำว่า “โฆษณา”

เนื่องจากในมาตรา 3 ของพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 คำว่า “โฆษณา” หมายความว่า การบอกกล่าว แจ้งความ ชี้แจง แนะนำ หรือแสดงความคิดเห็นแก่ประชาชน ซึ่งจะเห็นได้ว่าเป็นการจำกัดความหมายของการกระทำโฆษณาในความหมายอย่างแคบเมื่อเปรียบเทียบกับคำว่า “โฆษณา” ที่ผู้ศึกษาได้ทำการค้นคว้าได้แก่ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554, พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522, US.LEGAL⁹ และความหมายของอาจารย์กฎหมาย 3 ท่าน คือ อาจารย์อรรถกฤต จาตุรงค์กุล อาจารย์เสรี วงศ์มณฑา และอาจารย์วิจิตร อวทะกุล ซึ่งทำให้เห็นว่าคำว่า “โฆษณา” ไม่เพียงแต่การบอกกล่าว แจ้งความ ชี้แจง แนะนำ หรือแสดงความคิดเห็นแก่ประชาชนเท่านั้นเพราะยังมีการกระทำอื่น ๆ หลากหลายรูปแบบที่เข้าลักษณะของการโฆษณาได้ ไม่ว่าจะเป็นการร้องเพลงโฆษณา ภาพยนตร์โฆษณา หรือเสียงดนตรีที่เป็นการรู้กันโดยทั่วไปว่าเสียงดนตรีโฆษณานั้น ดังนั้นจากปัญหา

⁸ ปณนทนต์ เรือนจันทร์, “ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงตามพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงพุทธศักราช 2493,” (วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2564), หน้า 15.

⁹ US.LEGAL. **Advertising Law and Legal Definition** [Online], Available URL: <https://definitions.uslegal.com/a/advertising/>. 2022 (Oct, 18).

เกี่ยวกับการตีความคำว่า “โฆษณา” จึงควรมีการแก้ไขปรับปรุงให้สอดคล้องกับหลักการตีความกฎหมายให้สามารถใช้บังคับกับการโฆษณาได้ทุกประเภทตามหมายเหตุท้ายพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณา และเพื่อให้มีความหมายสอดคล้องกับความหมายคำว่า “โฆษณา” ตามความหมายในการศึกษาค้นคว้า

จากการศึกษาค้นคว้าเปรียบเทียบปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 ในเรื่องปัญหาเกี่ยวกับการตีความคำว่า “โฆษณา” ผู้ศึกษาพบว่า มีข้อเสนอแนะคือจากเดิมมีการบัญญัติ “คำว่า “โฆษณา” หมายความว่า การบอกกล่าว แจ้งความ ชี้แจง แนะนำ หรือแสดงความคิดเห็นแก่ประชาชน” ผู้ศึกษาค้นคว้ามีความเห็นควรมีการแก้ไขเป็น “คำว่า “โฆษณา” หมายความว่า การบอกกล่าว แจ้งความ ชี้แจง แนะนำ หรือแสดงความคิดเห็นแก่ประชาชนและหมายความรวมถึงการกระทำใด ๆ หรือแนวทางปฏิบัติใด ๆ เพื่อวัตถุประสงค์โดยตรงหรือโดยอ้อมในการดึงดูดความสนใจและประกาศให้สาธารณชนทราบ รวมถึงการประกาศสาธารณะทุกรูปแบบที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อช่วยโดยตรงหรือโดยอ้อมในการส่งเสริมหรือเผยแพร่ความคิด หรือเพื่อมุ่งความสนใจ” เพื่อให้สอดคล้องกับความหมายตามมาตรฐานของคำว่าโฆษณาและก่อให้เกิดการครอบคลุมการใช้คำว่าโฆษณาในทุกรูปแบบการกระทำผิด ให้กฎหมายเกิดความชัดเจนและบังคับใช้ได้จริงในปัจจุบันในทุก ๆ การกระทำของลักษณะการโฆษณา

ประเด็นปัญหาที่ 2.2 ปัญหาเกี่ยวกับการตีความคำว่า “เครื่องขยายเสียงด้วยกำลังไฟฟ้า”

เนื่องจากในมาตรา 4 วรรคหนึ่ง ของพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 บัญญัติว่า ผู้ที่จะทำการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงด้วยกำลังไฟฟ้าจะต้องขอรับอนุญาตต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ก่อน เมื่อได้รับอนุญาตแล้วจึงจะทำการโฆษณาได้ โดยคำว่า “เครื่องขยายเสียงด้วยกำลังไฟฟ้า” ไม่ปรากฏการให้ความหมายของถ้อยคำไว้ว่าครอบคลุมถึงเครื่องขยายเสียงประเภทใดบ้าง หากเป็นเครื่องขยายเสียงประเภทอื่นที่ไม่ใช่เครื่องขยายเสียงด้วยกำลังไฟฟ้าจะครอบคลุมหรือไม่ ทำให้เกิดปัญหาช่องว่างของกฎหมายในการตีความกฎหมายอย่างแคบ และไม่สอดคล้องเมื่อนำหลักการตีความกฎหมายมาพิจารณากับหมายเหตุการบัญญัติพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 เพราะการบัญญัติกฎหมายดังกล่าวเป็นไปเพื่อควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงจึงควรใช้ได้กับเครื่องขยายเสียงทุกประเภทที่ทำให้เกิดเสียงไม่จำเป็นต้องเฉพาะเครื่องขยายเสียงด้วยกำลังไฟฟ้าเท่านั้น การตีความกฎหมายในระบบลายลักษณ์อักษรจะต้องตีความถ้อยคำในคัมภีร์กฎหมายควบคู่ไปกับเจตนารมณ์ในการตรากฎหมายอย่างแท้จริง อีกทั้งเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องขยายเสียงในประเทศสหราชอาณาจักร คือ Noise Abatement Act 1960¹⁰ และ Control of pollution Act 1974¹¹ และในประเทศสหรัฐอเมริกา คือ California Penal Code¹², Code of Ordinances City of Houston, Texas¹³,

¹⁰ Noise Abatement Act 1960. Chapter 68.

¹¹ Control of pollution Act 1974. Section 62.

¹² California Penal Code. Section 640.

¹³ Code of Ordinances City of Houston. Chapter 30-5.

The Code of The of City of Tempe, Arizona¹⁴ ไม่ปรากฏว่าผู้กระทำความผิดต้องใช้เครื่องขยายเสียงด้วยกำลังไฟฟ้าเท่านั้นจึงจะเป็นความผิดเช่นเดียวกับพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 เช่นนี้การไม่ปรากฏการให้ความหมายของคำว่า “เครื่องขยายเสียงด้วยกำลังไฟฟ้า” จึงทำให้เกิดความไม่ชัดเจนของกฎหมาย ก่อให้กฎหมายมีช่องว่างในการใช้บังคับ ดังนั้นจากปัญหาเกี่ยวกับการตีความคำว่า “เครื่องขยายเสียงด้วยกำลังไฟฟ้า” จึงควรมีการแก้ไขปรับปรุงให้สอดคล้องกับหลักการตีความกฎหมายให้สามารถใช้บังคับกับเครื่องขยายเสียงได้ทุกประเภทตามหมายเหตุท้ายพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 และเพื่อให้กฎหมายเกิดความชัดเจน ไม่คลุมเครือและใช้บังคับได้อย่างครอบคลุม

จากการศึกษาค้นคว้าเปรียบเทียบปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 ในเรื่องปัญหาเกี่ยวกับการตีความคำว่า “เครื่องขยายเสียงด้วยกำลังไฟฟ้า” ผู้ศึกษาพบว่ามิข้อเสนอแนะคือควรมีการแก้ไขกฎหมายในพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 จากเดิมที่ไม่มีการปรากฏการให้คำนิยามความหมายของคำว่า “เครื่องขยายเสียงด้วยกำลังไฟฟ้า” ผู้ศึกษาค้นคว้ามีความเห็นควรแก้ไขเป็นการเพิ่มเติมความหมายของถ้อยคำดังนี้ “ มาตรา 3 ในพระราชบัญญัตินี้ คำว่า “เครื่องขยายเสียงด้วยกำลังไฟฟ้า” หมายความว่า เครื่องขยายเสียงทุกประเภทรวมถึงอุปกรณ์ทุก ๆ ประเภทที่สามารถขยายเสียงและก่อการแผ่เสียงได้” เพื่อให้มาตรา 3 ของพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 เป็นมาตราในการให้ความหมายของกฎหมายและเพื่อแก้ไขปัญหาการที่พระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 ไม่มีการให้คำนิยามคำว่าเครื่องขยายเสียงด้วยกำลังไฟฟ้าไว้จนก่อให้เกิดปัญหาความไม่ชัดเจนในตัวบทกฎหมายและเพื่อให้สอดคล้องกับหลักการตีความตามหมายเหตุการบัญญัติกฎหมายควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงฉบับนี้ให้กฎหมายได้ใช้กับเครื่องขยายเสียงได้ในทุก ๆ ประเภทอย่างครอบคลุม

ประเด็นปัญหาที่ 2.3 ปัญหาเกี่ยวกับการตีความคำว่า “ภาษาไทยและภาษาพื้นเมืองบางแห่งในประเทศไทย”

เนื่องจากในมาตรา 7 ของพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 ได้มีการกำหนดว่าการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงจะต้องโฆษณาเป็นภาษาไทย คำว่า “ภาษาไทย” นั้น ให้ความหมายรวมถึงภาษาพื้นเมืองบางแห่งในประเทศไทยด้วย โดยไม่ได้มีการให้ความหมายว่า “ภาษาพื้นเมืองบางแห่งในประเทศไทย” หมายถึงภาษาพื้นเมืองใดบ้างถือได้ว่าหากใช้ภาษาอื่นนอกจากภาษาไทยและภาษาพื้นเมืองบางแห่งในประเทศไทยย่อมต้องมีความผิดในกฎหมายฉบับนี้ การตรากฎหมายดังกล่าวจึงเป็นการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของประชาชนซึ่งรัฐผู้ตรากฎหมายจะกระทำมิได้ อีกทั้งในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 มาตรา 27 ได้มีการบัญญัติถึงหลักความเสมอภาคไว้รวมถึงกล่าวในเรื่องของบุคคลย่อมเสมอภาคกันในกฎหมายมีสิทธิและเสรีภาพและได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายเท่าเทียม

¹⁴ The Code of The of City of Tempe, Arizona. Chapter 20.

กันและการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมต่อบุคคลไม่ว่าด้วยเหตุความแตกต่างในเรื่องถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ ภาษา หรือเหตุอื่นใดจะกระทำมิได้ เช่นนี้เมื่อพิจารณาถ้อยคำมาตรา 7 ของพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณา โดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 จึงเป็นการไม่สอดคล้องกับหลักความเสมอภาคซึ่งเป็นหลักใหญ่ในกฎหมายรัฐธรรมนูญ อีกทั้งในปัจจุบันการสื่อสารไม่จำกัดเพียงแต่ภาษาไทยเท่านั้น การโฆษณา การสื่อสารต่าง ๆ มีการใช้ภาษาหลากหลายและเป็นสากลการที่พระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 ไม่มีการแก้ไขมาตราดังกล่าวจึงทำให้เกิดกฎหมายที่ล้าสมัยและไม่สามารถบังคับใช้ได้จริงในปัจจุบัน นอกเหนือจากนี้ปัญหาในเรื่องการไม่ให้คำนิยามทางกฎหมายย่อมเกิดปัญหาการตีความไม่ครอบคลุม เกิดความไม่ชัดเจนว่า “ภาษาพื้นเมืองบางแห่งในประเทศไทย” ภาษาใดที่ได้รับการรับรองว่าเป็นภาษาพื้นเมืองบางแห่งในประเทศไทย อีกทั้งในกฎหมายเกี่ยวกับเสียงในประเทศไทยที่ผู้ศึกษาได้ทำการค้นคว้า คือพระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติจราจรทางบก พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 และประมวลกฎหมายอาญาในกฎหมายทุก ๆ ฉบับ ไม่ปรากฏว่ามีการจำกัดการใช้ภาษาไทยในการโฆษณาผ่านเครื่องขยายเสียงแต่อย่างใด นอกจากนี้ในกฎหมายต่างประเทศเกี่ยวกับเสียงในประเทศสหราชอาณาจักร คือ Noise Abatement Act 1960 และ Control of pollution Act 1974 และในประเทศสหรัฐอเมริกา คือ California Penal Code , Code of Ordinances City of Houston, Texas , The Code of The of City of Tempe, Arizona ไม่ปรากฏว่ามีการจำกัดการใช้ภาษาไทยในการโฆษณาผ่านเครื่องขยายเสียงแต่อย่างใด ดังนั้นจากปัญหาเกี่ยวกับการตีความคำว่า “ภาษาไทยและภาษาพื้นเมืองบางแห่งในประเทศไทย” จึงควรมีการแก้ไขปรับปรุงให้สอดคล้องกับหลักความเสมอภาคตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยฉบับปัจจุบัน ไม่จำกัดสิทธิและเสรีภาพของประชาชน และเพื่อให้เกิดความชัดเจนของกฎหมายไม่เกิดการตีความกฎหมายเคลือบคลุมสอดคล้องกับกฎหมายไทยและต่างประเทศ

จากการศึกษาค้นคว้าเปรียบเทียบปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 ในเรื่องปัญหาเกี่ยวกับการตีความคำว่า “ภาษาไทยและภาษาพื้นเมืองบางแห่งในประเทศไทย” ผู้ศึกษาพบว่ามิชอบและสมควรมีการยกเลิกมาตรา 7 ในพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 จากเดิม “มาตรา 7 บัญญัติว่า การโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงจะต้องโฆษณาเป็นภาษาไทยรวมถึงภาษาพื้นเมืองบางแห่งในประเทศไทย” ให้ยกเลิกเพื่อให้สอดคล้องกับหลักความเสมอภาคของบุคคลในการใช้กฎหมาย ประกอบกับสอดคล้องกับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ในมาตรา 27 บรรทัดสามได้มีการบัญญัติคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชนไว้ อีกทั้งเป็นไปเพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมายเกี่ยวกับเสียงทั้งในกฎหมายไทยและต่างประเทศ

จากการศึกษาประเด็นปัญหาประการที่สาม ปัญหาในเรื่องของบทลงโทษปรับและการเยียวยาความรับผิด ได้มีการแยกออกเป็น 2 ประเด็นย่อยดังนี้

ประเด็นปัญหาที่ 3.1 ปัญหาเกี่ยวกับบทลงโทษปรับ

ในกรณีของบทลงโทษในพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 ได้บัญญัติในมาตรา 9 วรรคหนึ่งหากฝ่าฝืนมาตรา 4 และ มาตรา 5 หรือคำสั่งของเจ้าพนักงานที่สั่งตามความในมาตรา 6 มีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 200 บาท วรรคสองผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 7 มีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 500 บาท เนื่องจากในส่วนของค่าปรับในพระราชบัญญัติฉบับนี้ไม่ปรากฏว่าเคยมีการแก้ไขให้สอดคล้องกับอัตราค่าเงินในปัจจุบัน ปัญหาคือค่าปรับของมาตรา 9 ของพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 มีค่าปรับเป็นจำนวนเงินที่น้อยไม่สอดคล้องกับค่าเงินในปัจจุบันและไม่สอดคล้องกับทฤษฎีการลงโทษเพราะการลงโทษจะต้องเหมาะสมกับการกระทำความผิด การกำหนดโทษจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่จะต้องคำนึงถึง เพื่อพิจารณาว่าลงโทษเป็นไปเพื่อบรรเทาความเสียหายให้เกิดความเป็นธรรมและต้องได้สัดส่วนประกอบกับเพื่อให้อาชญากรรมลดน้อยลงโดยการลงโทษจะต้องเป็นไปเพื่อการข่มขู่ยับยั้งแก้ไขฟื้นฟูไม่ให้ผู้กระทำความผิดต่อต้านกฎหมายและไม่ให้ผู้กระทำความผิดกลับมากระทำความผิดซ้ำอีก¹⁵ จากความไม่สอดคล้องดังกล่าวทำให้เกิดปัญหาในการบังคับใช้กฎหมายกล่าวคือผู้บังคับใช้กฎหมายไม่นำกฎหมายมาใช้บังคับเนื่องจากค่าอัตราค่าปรับจำนวนน้อยไม่ทำให้ประชาชนเกรงกลัวต่อการกระทำความผิด ก่อให้เกิดปัญหากฎหมายไม่สามารถบังคับใช้ได้จริงในปัจจุบัน อีกทั้งเมื่อศึกษาเปรียบเทียบกับค่าปรับในกฎหมายไทยเกี่ยวกับเสียง ได้แก่ พระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติจราจรทางบก พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 และประมวลกฎหมายอาญา เห็นได้ว่าอัตราค่าปรับในพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 มีอัตราค่าปรับจำนวนที่น้อยกว่ากฎหมายฉบับอื่นทุกฉบับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการกระทำความผิดโดยใช้เครื่องขยายเสียงที่สร้างความเดือดร้อนรำคาญและอาจเกิดความเสียหายได้ในระยะกว้าง ดังนั้นจากปัญหาเกี่ยวกับบทลงโทษปรับจึงควรมีการแก้ไขปรับปรุงเกี่ยวกับบทลงโทษปรับให้สอดคล้องกับทฤษฎีการลงโทษเพื่อให้ค่าปรับเหมาะสมกับการกระทำความผิดและทำให้กฎหมายเกิดประสิทธิภาพในการใช้บังคับ

จากการศึกษาค้นคว้าเปรียบเทียบปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 ในเรื่องปัญหาเกี่ยวกับบทลงโทษปรับผู้ศึกษาพบว่ามิข้อเสนอแนะคือควรเพิ่มอัตราโทษปรับจากเดิมมาตรา 9 บัญญัติว่าวรรคหนึ่ง “ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 4 และ มาตรา 5 หรือคำสั่งของเจ้าพนักงานที่สั่งตามความในมาตรา 6 มีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 200 บาท” ให้แก้ไขเป็น “ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 4 และ มาตรา 5 หรือคำสั่งของเจ้าพนักงานที่สั่งตามความในมาตรา 6 มีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท” เพื่อให้มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับทฤษฎีการลงโทษและให้สอดคล้องกับ

¹⁵ ณรงค์ ใจหาญ, กฎหมายอาญาว่าด้วยโทษ และวิธีการเพื่อความปลอดภัย (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์วิญญูชน, 2543), หน้า 21.

การปรับเกี่ยวกับเรื่องเสียงในกฎหมายฉบับอื่นในประเทศไทย และในส่วนของมาตรา 9 วรรคสองให้มีการยกเลิกเพื่อให้สอดคล้องกับหลักความเสมอภาค

ประเด็นปัญหาที่ 3.2 ปัญหาเกี่ยวกับการเยียวยาความรับผิด

เนื่องจากพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 เป็นกฎหมายควบคุมการโฆษณาผ่านทางเครื่องขยายเสียง ซึ่งเครื่องขยายเสียงย่อมสามารถสร้างเสียงดังได้ในระยะไกล และก่อให้เกิดเสียงดังสร้างความเดือดร้อนรำคาญให้กับประชาชนโดยส่วนรวมได้อีกทั้งอาจก่อปัญหาทั้งทางสุขภาพ สิ่งแวดล้อม และทรัพย์สินใกล้เคียงซึ่งถือได้ว่าเป็นปัญหากับผู้คนที่อยู่ใกล้เคียงเป็นจำนวนมาก ปัญหาคือพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 ไม่ปรากฏการบัญญัติในเรื่องของการเยียวยาความรับผิดไว้กล่าวคือไม่มีการบัญญัติให้สิทธิแก่ผู้เสียหายในพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 มีสิทธิเรียกร้องเงินเยียวาค่าเสียหายหรือสามารถเรียกค่าเสียหายในความรับผิดทางแพ่งหรือสามารถเรียกค่าเสียหายทางจิตใจได้หรือให้ดุลพินิจแก่ศาลในการเรียกค่าเสียหายได้ ซึ่งเห็นได้ว่าหากผู้เสียหายต้องการเรียกค่าเสียหายย่อมต้องฟ้องเป็นคดีแพ่งอีกคดีต่างหาก อันเป็นการขัดกับทฤษฎีการเยียวยาเนื่องจากทฤษฎีการเยียวยาเป็นทฤษฎีที่เยียวยาผู้เสียหายจากการกระทำ ความผิดเป็นไปเพื่อการเยียวยาผู้เสียหายให้เหมาะสมและได้สัดส่วนกับการทำความผิด¹⁶ โดยมองว่าผู้ ก่อให้เกิดเสียงซึ่งถือว่าเสียงเป็นมลพิษอย่างหนึ่งย่อมจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเกิดความเสียหายอย่างครอบคลุม อีกทั้งผู้ก่อมลพิษเป็นเหตุให้ผู้อื่นได้รับอันตรายแก่ชีวิต ร่างกาย สุขภาพ อนามัย หรือ เป็นเหตุให้ทรัพย์สินเสียหายต้องรับผิดชอบอย่างเคร่งครัดทั้งค่าเสียหายและค่าสินไหมทดแทน¹⁷ นอกจากนี้ใน กฎหมายเกี่ยวกับเสียงในประเทศไทยคือพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2535 ได้มีการกำหนดความรับผิดทางแพ่งไว้ในหมวด 6 ตามมาตรา 96 ให้ผู้เสียหายเรียกค่าสินไหมทดแทนจากผู้กระทำผิดได้โดยเสียงไม่จำเป็นต้องเกิดจากเครื่องขยายเสียงแต่อย่างใด รวมถึงกฎหมายเกี่ยวกับเสียงใน ประเทศประเทศสหรัฐอเมริกา มลรัฐแอริโซนา เมืองเทมพี ในกฎหมาย The Code of The of City of Tempe, Arizona มาตรา 20-7 ได้มีการระบุให้ศาลสามารถให้ดุลพินิจเรียกเก็บเงินค่าปรับ ค่าธรรมเนียม ค่าสิน เสียหายจากผู้กระทำความผิดทดแทนแก่ผู้เสียหายได้ ซึ่งต่างจากพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้ เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 ซึ่งเป็นกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมเครื่องขยายเสียงแต่ไม่ปรากฏถึงมาตราใด หรือหมวดใดในเรื่องของการเยียวยาความรับผิดไว้ ดังนั้นจากปัญหาเกี่ยวกับการเยียวยาความรับผิดจึงควรมี การเพิ่มเติมให้สอดคล้องกับทฤษฎีการเยียวยาและเพื่อเกิดประสิทธิภาพในการใช้บังคับ

จากการศึกษาค้นคว้าเปรียบเทียบปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้ เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 ในเรื่องปัญหาเกี่ยวกับการเยียวยาความผิดผู้ศึกษาพบว่า มีข้อเสนอแนะคือ

¹⁶ สุรศักดิ์ ลิขสิทธิ์วัฒนกุล, **หลักความได้สัดส่วนในการกำหนดโทษ** (กรุงเทพมหานคร : คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2557) หน้า 15-34.

¹⁷ สุนัย มัลลิกะมาส, **การบังคับใช้กฎหมายสิ่งแวดล้อม** (กรุงเทพมหานคร : นิติธรรม, 2539), หน้า 104.

เพิ่มเติมมาตรา 11 ดังนี้ “มาตรา 11 ให้ผู้เสียหายหรือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการกระทำความผิดหรือการฝ่าฝืนตามมาตรา 4 มาตรา 5 และมาตรา 6 มีสิทธิยื่นเรียกค่าเสียหาย ค่าสินไหมทดแทน ค่าปรับ ค่าธรรมเนียมได้ โดยศาลสามารถใช้ดุลพินิจบังคับใช้การเรียกเก็บเงินค่าปรับ ค่าธรรมเนียม ค่าเสียหาย และค่าสินไหมทดแทนก็ได้” เพื่อให้สอดคล้องกับทฤษฎีการเยียวยา กฎหมายไทย และกฎหมายต่างประเทศและเกิดประสิทธิภาพในการบังคับใช้

เอกสารอ้างอิง

- ณรงค์ ใจหาญ. กฎหมายอาญาว่าด้วยโทษ และวิธีการเพื่อความปลอดภัย. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์วิญญูชน, 2543.
- บรรเจิด สิงคะเนติ. หลักพื้นฐานเกี่ยวกับสิทธิและเสรีภาพและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วิญญูชน, 2558.
- ปนันทนันทน์ เรื่องจันทร์. “ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงตามพระราชบัญญัติควบคุมการโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงพุทธศักราช 2493.” วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2564.
- รองพล เจริญพันธ์. กฎหมายแพ่งทั่วไปเล่ม 1. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2025.
- สมฤดี พานิชอัตรา. “การตีความกฎหมายอาญา: ศึกษาหลักการตีความตามตัวอักษรและตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย.” วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2551.
- สุรศักดิ์ ลิขสิทธิ์วัฒนกุล, หลักความได้สัดส่วนในการกำหนดโทษ. กรุงเทพมหานคร : คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2557.
- สุนีย์ มัลลิกะมาลย์. การบังคับใช้กฎหมายสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพมหานคร : นิติธรรม, 2539.
- หลวงประดิษฐมนูธรรม. คำอธิบายกฎหมายปกครองในประชุมกฎหมายมหาชนและเอกชนของปรีดีพนมยงค์. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2522.
- อภิวัฒน์ สุดสาว, “คมความคิด เข้มทิศรัฐธรรมนูญ,” จุลนิติ, 3(ม.ค. - ก.พ. 2554).
- US.LEGAL. **Advertising Law and Legal Definition** [Online]. Available URL: <https://definitions.uslegal.com/a/advertising/>. 2022 (Oct, 18)
- California Penal Code.
- Code of Ordinances City of Houston.
- Control of pollution Act 1974.
- Noise Abatement Act 1960.
- The Code of The of City of Tempe, Arizona.