

ภาค 4 กฎหมายด้านการโฆษณา

บทที่ 13

กฎหมายและจรรยาบรรณด้านการโฆษณา

ในการที่จะสร้างงานโฆษณาชิ้นหนึ่งนั้น จะต้องคำนึงถึง กฎหมาย ระเบียบ คำสั่ง ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา เพื่อที่งานโฆษณาที่ได้นั้นจะไม่ขัดต่อกฎหมาย เพราะถ้าหากงานโฆษณานั้นขัดต่อกฎหมาย ก็จะเป็นผลเสียต่อการดำเนินงานของกิจการโฆษณา นอกจากนี้ผู้สร้างงานโฆษณาก็ต้องมีจรรยาบรรณในการสร้างงานโฆษณาที่เหมาะสมและให้เป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป ดังนั้นทั้งกฎหมาย ระเบียบ คำสั่ง ตลอดจนจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา จึงเป็นสิ่งที่ควบคุมการสร้างงานโฆษณา ซึ่งการควบคุมการโฆษณานี้ อาจแยกได้เป็น 2 ฝ่ายที่สำคัญ คือ

1. การควบคุมของรัฐบาล (Government Regulation)
2. การควบคุมตนเอง (Self - Regulation)

การควบคุมของรัฐบาล

รัฐบาลเข้ามาควบคุมการโฆษณาได้ 2 แนวทาง คือ

1. การควบคุมป้องกันด้านธุรกิจ เป็นการออกกฎหมายเพื่อป้องกันการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมและการกระทำที่จะนำไปสู่การผูกขาด
2. การควบคุมป้องกันด้านผู้โฆษณา จากการกระทำที่ไม่เหมาะสมหรือการหลอกลวงของธุรกิจที่รวมถึงการโฆษณาที่เป็นเท็จ หรือที่ทำให้เข้าใจผิด โดยการออกกฎหมายควบคุม

กฎหมายกับการโฆษณา

รัฐบาลไทยก็ได้ดำเนินงานเพื่อควบคุมทั้งสองด้าน โดยมีการออกกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง แต่บทนี้จะกล่าวถึงเฉพาะการควบคุมป้องกันด้านผู้บริโภคเท่านั้น ทั้งนี้รัฐบาลได้สังเกตเห็นแล้วว่า การเสนอขายสินค้าและบริการต่าง ๆ ในปัจจุบันนี้มีเป็นจำนวนมาก และอาจเป็นผลเสียแก่ผู้บริโภคได้ รัฐบาลจึงได้ออกกฎหมาย ระเบียบ คำสั่ง ฯ เพื่อเป็นแนวทางให้ธุรกิจปฏิบัติตามอันจะเป็นการรักษาไว้ซึ่งสิทธิของผู้บริโภค ซึ่งรัฐบาลได้กำหนดสิทธิที่ผู้บริโภคจะได้รับความคุ้มครองไว้ใน มาตรา 4 ของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ดังนี้

"มาตรา 4 ผู้บริโภคมีสิทธิได้รับความคุ้มครอง ดังต่อไปนี้

- (1) สิทธิที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ
- (2) สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ
- (3) สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ
- (4) สิทธิที่จะได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหาย

ทั้งนี้ ตามที่กฎหมายว่าด้วยกรณีนั้น ๆ หรือพระราชบัญญัตินี้บัญญัติไว้"

สำหรับกฎหมายที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับกิจการโฆษณา ที่สำคัญ คือ

1. พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค
2. พระราชบัญญัติอาหารและพระราชบัญญัติยา
3. ระเบียบว่าด้วยการตรวจพิจารณาภาพยนตร์ทางวิทยุโทรทัศน์
4. พระราชบัญญัติการพิมพ์

นอกจากนี้ยังมี กฎหมายอาญา กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ตลอดจน พระราชบัญญัติ ระเบียบ คำสั่ง และประกาศที่ออกโดยรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย เป็นคนว่า พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ประกาศเรื่อง การโฆษณาสินค้าหรือบริการโดยการจกให้มีการเสี่ยงโชค ด้วยการแถมพหหรือรางวัล และ การโฆษณาขายสินค้าหรือบริการโดยการให้ของแถมสิทธิหรือประโยชน์โดยการให้เปล่า (ซึ่งมิใช่ เป็นการเสี่ยงโชค) ของกรมตำรวจ ฯลฯ

กฎหมายกับการสร้างงานโฆษณา

การที่มีกฎหมายเข้ามาเกี่ยวข้องกับกิจการโฆษณามากมาย ดังนั้น ผู้บริหารกิจการโฆษณา ตลอดจนผู้สร้างสร้งงานโฆษณา จึงต้องทราบหลักเกณฑ์และปฏิบัติตามแนวทางที่กฎหมายกำหนดไว้ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน โดยไม่ขัดต่อกฎหมายนั้น ๆ

เมื่อเริ่มจะสร้างงานโฆษณา ควรจะทราบถึง พรบ. คุ้มครองผู้บริโภค โดยเฉพาะ ในส่วนที่ 1 ที่ว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคในการโฆษณา ที่กล่าวถึงลักษณะของข้อความโฆษณา

"มาตรา 22 การโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็น ข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าและบริการ ตลอดจนการ ส่งมอบ การจัดหาหรือการใช้สินค้าหรือบริการ

ข้อความดังต่อไปนี้ ถือว่าเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

(1) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง

(2) ข้อความที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ว่าจะกระทำโดยการให้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริง หรือไม่ก็ตาม

(3) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ

(4) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน

(5) ข้อความอย่างอื่น ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาที่บุคคลทั่วไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นความจริงได้ โดยแน่แท้ ไม่เป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโฆษณาตาม (1)"

และส่วนที่ 2 ที่ว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภคในค่านฉลาก

"มาตรา 30 ให้คณะกรรมการว่าด้วยฉลาก มีอำนาจกำหนดให้สินค้าดังต่อไปนี้ เป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากได้

(1) สินค้าที่อาจก่อให้เกิดอันตรายแก่สุขภาพ ร่างกายหรือจิตใจ เนื่องในการใช้สินค้านั้น หรือโดยสภาพของสินค้า

(2) สินค้าที่ประชาชนทั่วไปใช้เป็นประจำ ซึ่งการกำหนดฉลากของสินค้านั้นจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคในการที่จะได้ทราบข้อเท็จจริงในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้านั้น"

"มาตรา 31 ฉลากของสินค้าที่ควบคุมฉลาก จะต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

(1) ใช้ข้อความที่ตรงต่อความเป็นจริง และไม่มีข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้า

(2) ต้องระบุข้อความอันจำเป็น ซึ่งหากมิได้กล่าวเช่นนั้น จะทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้า

ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ เงื่อนไขและรายละเอียดที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากกำหนด

การกำหนดตามวรรคหนึ่ง ให้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาและประกาศดังกล่าว จะกำหนดกรณีหรือเงื่อนไขที่เป็นการยกเว้นไม่อยู่ภายใต้บังคับตามความในวรรคหนึ่งด้วยก็ได้"

เมื่อทราบแนวทางในการเขียนข้อความโฆษณาและฉลากสินค้าแล้ว ก็จะต้องพิจารณาว่าสินค้านั้นเป็นสินค้าประเภทใด เป็นสินค้าประเภทอาหาร ยา เครื่องสำอาง และวัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาทหรือไม่ ซึ่งสินค้าใด จะจัดเป็นสินค้าประเภทใดนั้น ศึกษาได้จากกฎหมายนั้นใน ส่วนที่ให้ความหมาย นอกจากนี้กฎหมายยังกำหนดข้อห้ามและข้อกำหนดในการโฆษณาสินค้านั้น ตลอดจน บทลงโทษ ดังนี้

1. พระราชบัญญัติว่าด้วยอาหารและอาหารควบคุมพิเศษ

"มาตรา 4 ในพระราชบัญญัตินี้ "อาหาร" หมายความว่า ของกินหรือ เครื่องสำอางชีวิต ใดก็ได้

(1) วัตถุทุกชนิดที่คนกิน ดื่ม อม หรือนำเข้าสู่ร่างกายไม่ว่าด้วยวิธีใด ๆ หรือในรูปลักษณะใด ๆ แต่ไม่รวมถึงยา วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท หรือยาเสพติดให้โทษตามกฎหมายว่าด้วยกาะนั้น แล้วแต่กรณี

(2) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ หรือใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตอาหาร รวมถึงวัตถุในการเจือปนอาหาร สี และเครื่องปรุงแต่งกลิ่นรส"

สำหรับ "อาหารที่ควบคุมเฉพาะ" หมายถึง อาหารที่รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษา ให้เป็นอาหารที่อยู่ในความควบคุมคุณภาพหรือมาตรฐาน ได้แก่

- | | |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| 1. อาหารอบรังสี | 2. หอมหัวใหญ่อบรังสี |
| 3. วัตถุที่ใช้ปรุงแต่งรสอาหาร | 4. นมคัดแปลงสำหรับทารก |
| 5. น้ำบริโภคน้ำและ เครื่องดื่ม | 6. ผลิตภัณฑ์ของนม |
| 7. น้ำมันและไขมันที่ใช้ในอาหาร | 8. อาหารที่บรรจุในภาชนะที่ปิดสนิท |
| 9. อาหารกึ่งสำเร็จรูป | 10. อาหารทารก |
| 11. อาหารเด็กอ่อน | 12. น้ำมันถั่วลิสง |
| 13. น้ำส้มสายชู | 14. สีส้มอาหาร |
| 15. ครีม | 16. นมโถ |
| 17. ชา | 18. กี้ |
| 19. ไอศกรีม | 20. เนย |
| 21. น้ำแร่ | 22. กาแฟ |
| 23. เนยแข็ง | 24. เนยเทียม |
| 25. น้ำมันเนย | 26. น้ำแข็ง |
| 27. นมเปรี้ยว | 28. นมปรุงแต่ง |
| 29. ซอสบางชนิด | |

"อาหารที่กำหนดมาตรฐาน" ได้แก่ น้ำปลาและน้ำที่เหลือสำหรับผลิตโมโนโซเดียม-กลูตาเมต

สำหรับ "ฉลากอาหารที่ควบคุมเฉพาะ" กระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดให้ต้องมีฉลาก ข้อความในฉลากต้องเป็นภาษาไทย อ่านได้ชัดเจน และต้องมีข้อความดังนี้

- (1) ชื่ออาหาร
- (2) เลขทะเบียนอาหาร
- (3) ชื่อและสถานที่ตั้งของผู้ผลิต

(4) น้ำหนักสุทธิหรือปริมาตรสุทธิ

(5) รายละเอียดอื่น ๆ ซึ่งต้องแสดงเพิ่มเติมแต่ละชนิดของอาหารที่ควบคุม ตัวอย่าง เช่น สีสผสมอาหาร

ถ้าหากสินค้าหนึ่งจัดเป็นสินค้าประเภทอาหาร หรืออาหารควบคุมพิเศษ กฎหมายฉบับนี้ยังกำหนดข้อห้ามมิให้โฆษณา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

"มาตรา 40 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพหรือสรรพคุณของอาหารอันเป็นเท็จ หรือเป็นการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร

มาตรา 41 ผู้ใดประสงค์จะโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพหรือสรรพคุณของอาหารทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพยนตร์ หรือทางหนังสือพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์อื่น หรือด้วยวิธีอื่นใด เพื่อประโยชน์ในทางการค้า ต้องนำเสียง ภาพ ภาพยนตร์หรือข้อความที่จะโฆษณาดังกล่าวนั้นให้ผู้ดูแลตรวจพิจารณามาก่อน เมื่อได้รับอนุญาตแล้วจึงจะโฆษณาได้"

นอกจากนี้ยังได้กำหนดบทลงโทษหากโฆษณาผิดข้อห้ามและเมื่อทำการโฆษณาโดยไม่ได้รับอนุญาต

"มาตรา 70 ผู้ใดโฆษณาอาหารโดยฝ่าฝืนมาตรา 40 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินสามหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 71 ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 41 ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าพันบาท"

2. พระราชบัญญัติว่าด้วย ยา

"มาตรา 4 ในพระราชบัญญัตินี้ "ยา" หมายความว่า

(1) วัตถุที่รับรองไว้ในตำรายาที่รัฐมนตรีประกาศ

(2) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ในการวินิจฉัย บำบัด บรรเทา รักษา

หรือป้องกันโรค หรือความเจ็บป่วยของมนุษย์หรือสัตว์

(3) วัตถุที่เป็นเกสซ์เคมีภัณฑ์หรือเกสซ์เคมีภัณฑ์สำเร็จรูป หรือ

(4) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับให้เกิดผลแก่สุขภาพ โครงสร้างหรือ

การกระทำหน้าที่ใด ๆ ของร่างกายของมนุษย์หรือสัตว์

วัตถุตาม (1) (2) หรือ (4) ไม่หมายความรวมถึง

(ก) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ในการเกษตรหรืออุตสาหกรรม ตามที่รัฐมนตรีประกาศ

(ข) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้เป็นอาหารสำหรับมนุษย์ เครื่องกีฬา เครื่องมือ เครื่องใช้ ในการส่งเสริมสุขภาพ เครื่องสำอาง หรือเครื่องมือและส่วนประกอบของเครื่องมือที่ใช้ในการประกอบโรคศิลป์ หรือวิชาชีพเวชกรรม

(ค) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ในห้องวิทยาศาสตร์สำหรับการวิจัย การวิเคราะห์ หรือชันสูตรโรค ซึ่งมีได้กระทำโดยตรงต่อร่างกายของมนุษย์"

ในการโฆษณาสินค้าที่จัดเป็น ยา มีข้อห้ามดังต่อไปนี้

"มาตรา 88 การโฆษณาขายยา จะต้อง

(1) ไม่เป็นการโอ้อวดสรรพคุณยาหรือวัตถุดิบเป็นส่วนประกอบของยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษาหรือป้องกันโรค หรือความเจ็บป่วยได้อย่างศักดิ์สิทธิ์หรือหายขาด หรือใช้ถ้อยคำอื่นใดที่มีความหมายทำนองเดียวกัน

(2) ไม่แสดงสรรพคุณยาอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง

(3) ไม่ทำให้เข้าใจว่า มีวัตถุใดเป็นตัวยาหรือเป็นส่วนประกอบของยา ซึ่งความจริงไม่มีวัตถุหรือส่วนประกอบนั้นในยา หรือมีแต่ไม่เท่าที่เข้าใจ

(4) ไม่ทำให้เข้าใจว่า เป็นยาทำให้แข็งแรง หรือยาขับระดูอย่างแรง

(5) ไม่ทำให้เข้าใจว่าเป็นยารักษาโรค หรือยาคุมกำเนิด

(6) ไม่แสดงสรรพคุณยาอันตราย หรือยาควบคุมพิเศษ

(7) ไม่มีการรับรอง หรือยกย่องสรรพคุณยาโดยบุคคลอื่น

(8) ไม่แสดงสรรพคุณยาว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษาหรือป้องกันโรค หรืออาการของโรค ที่รัฐมนตรีประกาศตามมาตรา 77"

ความใน (5) และ (6) ไม่ใช่บังคับ แก่ข้อความในฉลากหรือเอกสารกำกับยา และความใน (1) (4) (5) (6) (7) และ (8) ไม่ใช่บังคับแก่การโฆษณา ซึ่งกระทำโดยตรง ต่อผู้ประกอบการโรคศิลป์ หรือผู้ประกอบการบำบัดโรคสัตว์"

กระทรวงสาธารณสุข ใ้ประกาศโรค หรืออาการของโรค ที่ห้ามโฆษณาว่า สามารถบำบัด บรรเทา รักษาหรือป้องกัน ไ้แก่ เบาหวาน มะเร็ง อัมพาต วัณโรค โรคเรื้อน โรคหรืออาการของโรคสมอง หัวใจ ปอด คับ ม้าม ไต ลงวันที่ 6 มกราคม 2520

"มาตรา 88 ทวิ การโฆษณาขายยาทางวิทยุกระจายเสียง เครื่องขยายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพหรือภาพยนตร์ หรือทางสิ่งพิมพ์จะต้อง

(1) ใ้รับอนุมัติข้อความ เสียง หรือภาพที่ใช้ในการโฆษณาจากผู้อนุญาต

(2) ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ผู้อนุญาตกำหนด

มาตรา 89 ห้ามมิให้โฆษณาขายยาโดยไม่สุภาพ หรือโดยการร้องรำทำเพลง หรือแสดงความหุกษ์ทรมาณของผู้ป่วย

มาตรา 90 ห้ามมิให้โฆษณาขายยาโดยวิธีแถมพก หรือออกสลากรางวัล"

สำหรับบทลงโทษผู้ฝ่าฝืน มีดังนี้

"มาตรา 124 ผู้ใดโฆษณาขายยาโดยฝ่าฝืนมาตรา 88 มาตรา 88 ทวิ มาตรา 89 และมาตรา 90 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือ ทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา 124 ทวิ ผู้ใดฝ่าฝืนคำสั่งให้ระงับการโฆษณาขายยาของเลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งสั่งตามมาตรา 90 ทวิ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับไม่เกินห้าพันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และให้ปรับเป็นรายวันอีกวันละห้าร้อยบาท จนกว่าจะปฏิบัติตามคำสั่งดังกล่าว"

3. พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2517

"มาตรา 3 "เครื่องสำอาง" หมายความว่า

(1) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ทา ถู นวด โรย พ่น หยอด ใส่ อบ หรือกระทำด้วยวิธีอื่นใด ต่อส่วนหนึ่งส่วนใดของร่างกายเพื่อความสะอาด ความสวยงาม หรือส่งเสริมให้เกิดความสวยงามและรวมตลอดทั้งเครื่องประทีนผิวต่าง ๆ ด้วย

(2) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง โดยเฉพาะ หรือ

(3) วัตถุอื่นที่กำหนดโดยกฎกระทรวงให้เป็นเครื่องสำอาง"

การโฆษณาสินค้าประเภทนี้ กฎหมายกำหนดไว้ดังนี้

"มาตรา 32 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาคุณภาพของเครื่องสำอางอันเป็นเท็จ หรือเกินความจริง อันอาจทำให้ผู้อื่นหลงเชื่อหรือสำคัญผิดในคุณภาพของเครื่องสำอางนั้น" และ

"มาตรา 53 ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 32 ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าพันบาท"

4. พระราชบัญญัติว่าด้วยวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท พ.ศ. 2518

"มาตรา 4 ในพระราชบัญญัตินี้ "วัตถุออกฤทธิ์" หมายความว่า วัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาทที่เป็นสิ่งธรรมชาติ หรือที่ไต่จากสิ่งธรรมชาติ หรือวัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาทที่เป็นวัตถุสังเคราะห์ ทั้งนี้ตามที่รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษา"

สำหรับการโฆษณาวัตถุประเภทนี้ มีกำหนดใน

"มาตรา 48 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเพื่อการค้าซึ่งวัตถุออกฤทธิ์ เว้นแต่

(1) การโฆษณาซึ่งกระทำโดยตรงต่อผู้ประกอบการวิชาชีพเวชกรรม ผู้ประกอบโรคศิลปะ แผนปัจจุบันชั้นหนึ่งในสาขาทันตกรรม เกสัชกร หรือผู้ประกอบการบำบัดโรคสัตว์ชั้นหนึ่ง หรือ

(2) เป็นฉลากหรือเอกสารกำกับวัตถุออกฤทธิ์ที่ภาษาชนหรือพี่น้องบรรจวัตถุออกฤทธิ์"

และกฎหมายได้กำหนดบทลงโทษ ไว้ดังนี้

"มาตรา 104 ผู้ใดฝ่าฝืนมาตรา 48 มาตรา 72 มาตรา 76 มาตรา 78 หรือมาตรา 85 วรรคหนึ่ง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ"

ดังนั้นในทางปฏิบัติ เมื่อสร้างสรรค์งานโฆษณาในขั้นต้นเสร็จแล้ว ก็เมื่อเขียนข้อความโฆษณา เสียงและภาพ หรือเมื่อจัดทำผังโฆษณาหรือ Storyboard สำหรับสินค้าประเภทอาหารและยา เสร็จเรียบร้อยแล้ว ควรจะนำเสนอต่อคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ในการพิจารณาเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายอาหารและยา ตั้งแต่ ฉลากสินค้าไปจนถึงการควบคุมการโฆษณาตาม พรบ.อาหาร และ พรบ.ยาอีกด้วย เพื่อให้ตรวจพิจารณาว่า งานโฆษณานั้นขัดต่อกฎหมายหรือไม่ ถ้าหากขัดต่อกฎหมายก็จะก่อให้เกิดการแก้ไขเปลี่ยนแปลงให้ถูกต้องเหมาะสม ซึ่งจะเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลาได้มากกว่า การที่ได้สร้างสรรค์งานโฆษณาไปจนเสร็จสมบูรณ์พร้อมที่จะเผยแพร่แล้ว จึงนำไปให้ตรวจพิจารณา

นอกจากนี้ กระทรวงสาธารณสุขยังคอยควบคุมดูแลเกี่ยวกับการโฆษณาเครื่องสำอาง วัตถุมีพิษ และวัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาทอีกด้วย

ถ้าหากเป็นสินค้าอื่นนอกเหนือจากที่กล่าวแล้ว การสร้างงานโฆษณาที่สามารถทำได้โดยไม่ต้องผ่านการตรวจพิจารณาของคณะกรรมการอาหารและยา อย่างไรก็ตามในการสร้างงานโฆษณาสินค้าบางประเภท หรือบางลักษณะ ก็จะต้องศึกษากฎหมาย ระเบียบ คำสั่ง ตลอดจนข้อแนะนำที่เกี่ยวข้องด้วย อาทิ

ประกาศเรื่องการโฆษณาสินค้าหรือบริการโดยจัดให้มีการเสี่ยงโชคด้วยการแถมพหหรือรางวัล ที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา ให้ข้อแนะนำไว้ ดังนี้

1. ข้อความโฆษณาการจัดให้มีการแถมพหหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค โดยการนำคูปอง บัตรสมนาคุณ ชิ้นส่วน หรือสิ่งอื่นใดที่ถูกกำหนดไว้ ให้ผู้บังเอิญได้รับมาแลกของแถมพหหรือรางวัลตามร้านค้าทั่วไป หรือสถานที่ซึ่งกำหนดไว้ อย่างน้อยที่สุดให้มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 รายละเอียดเกี่ยวกับประเภทและลักษณะของรางวัล จำนวนรางวัล และมูลค่าของรางวัลต่อชิ้นส่วนหรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภท

ถ้าเป็นการโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ ผู้ประกอบธุรกิจจะไม่ระบุมูลค่าของรางวัลต่อชิ้นหรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภทก็ได้ แต่ในกรณีนั้นต้องระบุมูลค่ารวมของรางวัลทุกประเภท ประกอบกับมูลค่ารวมของรางวัลในประเภทที่มีมูลค่าแตกต่างกันไปจากความเข้าใจโดยทั่วไปของผู้บริโภค และมูลค่ารวมของรางวัลในประเภทที่มีมูลค่าที่ไม่อาจทราบได้โดยทั่วไป

1.2 รายละเอียดเกี่ยวกับวิธีแจกรางวัลที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ว่ามีวิธีนำคูปอง บัตรสมนาคุณ ชิ้นส่วน หรือสิ่งอื่นใดที่ถูกกำหนดไว้ให้ผู้บังเอิญได้รับมาแลกรางวัลได้ อย่างไร และแจก ณ ร้านค้าประเภทใดหรือสถานที่ใด

1.3 กำหนดระยะเวลาเริ่มต้นและระยะเวลาสิ้นสุดของการจัดให้มีการแถมพห หรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชคครั้งที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมาย

ถ้าเป็นการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ ข้อความโฆษณาที่กำหนดระยะเวลาสิ้นสุดของการจัดให้มีการแถมพหหรือรางวัลให้ปรากฏในส่วนที่เป็นภาพและส่วนที่เป็นเสียง

แต่ข้อความโฆษณาที่กำหนดระยะเวลาเริ่มต้นนั้น จะให้ปรากฏในส่วนที่เป็นภาพหรือส่วนที่เป็นเสียง อย่างหนึ่งอย่างใดก็ได้

1.4 กำหนดเขตหรือถิ่นที่มีการจัดให้มีการแถมพหุหรือรางวัลด้วยการเสี่ยงโชค (ถ้ามี)

2. ข้อความโฆษณาการแจกรางวัลทางสถานีวิทยุกระจายเสียง สถานีวิทยุโทรทัศน์ หรือสถานีอื่นใดโดยการจับคู่ของ ชิ้นส่วน หรือสิ่งอื่นใดที่ผู้บริโภคนำมาชิงโชคอย่างน้อยที่สุดให้มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

2.1 รายละเอียดเกี่ยวกับประเภทและลักษณะของรางวัล จำนวนรางวัล และมูลค่าของรางวัลต่อชิ้นหรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภท

ถ้าเป็นการโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ ผู้ประกอบการธุรกิจ จะไม่ระบุมูลค่าของรางวัลต่อชิ้น หรือมูลค่ารวมในแต่ละประเภทก็ได้ แต่ในกรณีนั้นต้องระบุมูลค่ารวมของรางวัลทุกประเภท ประกอบกับมูลค่ารวมของรางวัลในประเภทที่มีมูลค่าแตกต่างกันไปจากความเข้าใจโดยทั่วไปของผู้บริโภค และมูลค่ารวมของรางวัลในประเภทที่ไม่อาจทราบได้โดยทั่วไป

2.2 รายละเอียดเกี่ยวกับชิ้นส่วนหรือคู่ของที่จะส่งไปชิงโชค สถานที่สำหรับรับคู่ของหรือชิ้นส่วน พร้อมทั้งกำหนดเวลาเริ่มต้นรับคู่ของหรือชิ้นส่วน และระยะเวลาสิ้นสุดของการรับคู่ของหรือชิ้นส่วน

ถ้าเป็นการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ ข้อความโฆษณาที่กำหนดระยะเวลาสิ้นสุดของการรับคู่ของหรือชิ้นส่วนให้ปรากฏในส่วนที่เป็นภาพและส่วนที่เป็นเสียง แต่ข้อความโฆษณาที่กำหนดระยะเวลาเริ่มต้นนั้น จะปรากฏในส่วนที่เป็นภาพหรือส่วนที่เป็นเสียง อย่างหนึ่งอย่างใดก็ได้

2.3 วัน เวลา และสถานีวิทยุกระจายเสียงหรือสถานีวิद्यุโทรทัศน์ หรือสถานีดอนโคซึ่งกำหนดไว้สำหรับการทำการจับชิ้นส่วนหรือคู่มือในการชิงโชค

2.4 หนังสือพิมพ์ที่จะประกาศรายชื่อผู้ได้รับรางวัล และวันประกาศรายชื่อดังกล่าว หรือสถานที่ที่ประกาศรายชื่อผู้ได้รับรางวัลโดยเปิดเผยและระยะเวลาประกาศ ทั้งนี้ เว้นแต่การจับชิ้นส่วนหรือคู่มือที่ได้แพร่ภาพออกอากาศทางสถานีวิद्यุโทรทัศน์

2.5 วิธีชิงโชคโดยสังเขป"

ประกาศเรื่องการโฆษณาขายสินค้าหรือบริการโดยการให้ของแถม สิทธิ หรือประโยชน์โดยการให้เปล่า (มิใช่การชิงโชค) ที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาให้ข้อแนะนำในการเขียนข้อความโฆษณา ดังนี้

"1. ข้อความโฆษณาการให้ของแถม สิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่า อย่างน้อยที่สุดให้มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 ข้อความที่ระบุไว้อย่างชัดเจนว่า สินค้าหรือบริการใดที่ผู้บริโภคจะต้องซื้อในราคาปกติ และเมื่อซื้อแล้วผู้ประกอบการก็จะให้ของแถม สิทธิหรือประโยชน์อย่างไรโดยให้เปล่าแก่ผู้บริโภค

ในข้อความโฆษณานั้นให้มีรายละเอียดเกี่ยวกับประเภทและลักษณะของของแถมสิทธิ หรือประโยชน์และมูลค่าของสิ่งดังกล่าวแต่ละสิ่ง

ถ้าเป็นการโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ ผู้ประกอบการก็จะไม่ระบุมูลค่าของของแถม สิทธิหรือประโยชน์ทุกสิ่ง โดยจะระบุมูลค่าของสิ่งเป็นของแถม ฯลฯ เฉพาะสิ่งที่มีมูลค่าแตกต่างไปจากความเข้าใจโดยทั่วไปของผู้บริโภค และมีมูลค่าที่ไม่อาจทราบได้โดยทั่วไป เท่านั้นก็ได้

1.2 รายละเอียดเกี่ยวกับเงื่อนไขและข้อกำหนดต่าง ๆ ในการให้ของแถม สิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่า ซึ่งต้องแสดงให้เห็นปรากฏชัดเจนและเด่นชัดในข้อความโฆษณา

รายละเอียดเกี่ยวกับเงื่อนไขและข้อกำหนดต่าง ๆ ดังกล่าวที่ทำให้ปรากฏบนข้อความโฆษณาในส่วนที่เป็นเชิงอรรถ หรือหมายเหตุท้ายหรือคำอธิบายที่แยกไว้ต่างหากนั้น ไม่ถือว่าทำให้ปรากฏชัดเจนและเด่นชัดตามความในวรรคหนึ่ง

1.3 ประเภทของร้านค้าหรือตัวแทนจำหน่ายที่ผู้ประกอบการจัดให้มีการให้ของแถม สิทธิ หรือประโยชน์โดยให้เปล่า

1.4 กำหนดระยะเวลาเริ่มต้นและระยะเวลาสิ้นสุดของการให้ของแถม สิทธิ หรือประโยชน์โดยให้เปล่า

ถ้าเป็นการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ ข้อความโฆษณาที่กำหนดระยะเวลาสิ้นสุดของการให้ของแถม สิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่า ให้ปรากฏในส่วนที่เป็นภาพและส่วนที่เป็นเสียง แต่ข้อความโฆษณาที่กำหนดระยะเวลาเริ่มต้นนั้นจะให้ปรากฏในส่วนที่เป็นภาพหรือส่วนที่เป็นเสียงอย่างหนึ่งอย่างใดก็ได้

1.5 เขตหรือถิ่นที่กำหนดให้มีการจัดให้มีการให้ของแถม สิทธิหรือประโยชน์โดยให้เปล่า (ในกรณีที่มีได้จัดมีการให้ของแถม ฯลฯ ที่วราชอาณาจักร) "

นอกจากนี้ยังมีประกาศคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ที่ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการโฆษณาอย่างป้องกันแมลงในบ้าน เรือนชนิดฉีดยาหรือพ่นและแอโรซอล การโฆษณาอย่างป้องกันกำจัดศัตรูพืช ฯ

หน่วยงานอื่น ๆ เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย ก็ได้ออกประกาศกำหนดหลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขในการโฆษณากิจการของบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์และบริษัทเกรดิฟองซิเออร์ ดังนี้

"ข้อ 2. การโฆษณากิจการของบริษัทต้องกระทำให้อุปกรณ์ตรงต่อความเป็นจริง

การโฆษณาที่อ้างถึงตัวเลข ข้อมูลหรือรายงานสถิติ จะต้องระบุแหล่งที่มาของตัวเลข ข้อมูลหรือรายงานสถิตินั้นด้วย

ข้อ 3. บริษัทต้องไม่ทำการโฆษณาข้อความใด หรือละเว้นการโฆษณาข้อความที่อาจทำให้ประชาชนเข้าใจผิดในฐานะ การดำเนินงานหรือการให้บริการของบริษัท

ข้อ 4. บริษัทต้องไม่ทำการโฆษณาโดยใช้ข้อความในเชิงโอ้อวดกิจการของบริษัท

ข้อ 5. การโฆษณาถึงผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับและการติดค่าบริการที่ลูกค้าจะต้องชำระนั้น บริษัทต้องแสดงรายละเอียดและเงื่อนไขเกี่ยวกับการตั้งกล่าวให้ชัดเจนด้วย"

นอกจากการโฆษณาในเรื่องเหล่านี้แล้ว ยังมีกฎหมายอีกหลายฉบับที่กล่าวถึงการโฆษณา เช่น พระราชบัญญัติประกันวินาศภัย พ.ศ. 2510 มาตรา 23(14) พระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. 2510 มาตรา 27(13) พระราชบัญญัติปุ๋ย พ.ศ. 2518 มาตรา 43 และบทลงโทษในมาตรา 69 ฯลฯ และยังมีกฎกระทรวงที่เกี่ยวกับการโฆษณา ที่ออกตามความในพระราชบัญญัติอีกมากมาย เช่น มรรยาทผู้สอบบัญชีรับอนุญาต (ข้อ 6.) มรรยาทผู้ประกอบการโรคศิลปะ (ข้อ 25 (1)) มรรยาทนายความ (ข้อ 14) ฯลฯ

การเผยแพร่โฆษณาในสื่อประเภทกระจายเสียง จะต้องผ่านการตรวจพิจารณาของคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งนิยมเรียกกันว่า กบว. สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี กบว. ได้กำหนดหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวกับการโฆษณาไว้ มีทั้งข้อกำหนดและข้อห้ามหลายประการที่บรรจุอยู่ใน ระเบียบว่าด้วยการตรวจพิจารณาภาพยนตร์ทางวิทยุและโทรทัศน์ พ.ศ. 2521 และในหมวด 4 ได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการตรวจพิจารณาภาพยนตร์ ไว้ดังนี้

"ข้อ 14. ภาพยนตร์ที่จะส่งออกอากาศทางสถานี ต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

(1) ไม่ชักค่อความ าบเรียบร้อยของประชาชน ไม่ก่อให้เกิดการแตกความสามัคคีระหว่างคนในชาติหรือไม่กระทบกระเทือนต่อสัมพันธ์ไมตรีระหว่างประเทศ

(2) ไม่ขัดต่อศีลธรรม วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามของชาติ

(3) ไม่เป็นการลบลู่เหยียดหยามหรือนำความเสื่อมเสียมาสู่ศาสนาใด ๆ หรือเป็นการไม่เคารพต่อปูชนียบุคคล ปูชนียสถานหรือปูชนียวัตถุ

(4) ไม่เป็นการแสดงซึ่งอาจกระทบกระเทือนหรือหมิ่นต่อสถาบันกษัตริย์ รวมถึงประมุขของประเทศอื่น ๆ ด้วย

(5) ไม่เป็นการแสดงออกทางการเมือง ซึ่งอาจเป็นการบ่อนทำลายหรือกระทบกระเทือนต่อความมั่นคงปลอดภัยของประเทศ

(6) ไม่เป็นการแสดงออกโดยจงใจก่อให้เกิดการดูหมิ่นเหยียดหยามประเทศชาติ รัฐบาลหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ

(7) ไม่เป็นการแสดงออกทางขี้ขลาดมารมภ์หรือลามกอนาจาร

(8) ไม่เป็นการแสดงออกถึงความทารุณโหดร้าย ซากมนุษย์ธรรมป่าเถื่อนหรือออกจากแก่ผู้ชม

(9) ไม่เป็นการแสดงออกถึงเรื่องเพื่อเจ้อ หลอกหลวงไร้สาระ ซึ่งอาจชักจูงให้เด็กและเยาวชนหลงเชื่ออย่างงมงาย

(10) ไม่เป็นการแสดงถึงพฤติกรรมของผู้ร้ายซึ่งผิดธรรมดาอันอาจเป็นเหตุจูงใจหรือส่งเสริมให้เกิดอาชญากรรมมากยิ่งขึ้น"

โดยทั่วไป ในทางปฏิบัติ โฆษณาทุกชิ้นที่จะนำออกเผยแพร่ทางวิทยุโทรทัศน์ จะต้องได้รับการพิจารณาอนุมัติจาก กบว. ก่อน แต่การโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงนั้น นอกจากยาแล้วสินค้าอย่างอื่นที่จะโฆษณาทางวิทยุ นับว่ายังไม่มีการเซ็นเซอร์¹ เพราะมีสถานีวิทยุเป็นจำนวนมาก การควบคุมจึงทำได้ลำบาก ดังนั้น การโฆษณาด้วยเสียงตะโกนหรือด้อยค่าส่วนแปลก ๆ จึงได้ขึ้น

โต้แย้งกันอยู่เสมอ

อย่างไรก็ตาม คณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ได้ให้ความร่วมมือช่วยเหลือแก่กิจการโฆษณาและผู้ที่ต้องการโฆษณาทางโทรทัศน์โดยยินดีที่จะพิจารณาข้อความโฆษณา ภาพ หรือ storyboard ก่อนที่จะจัดสร้างเป็นโฆษณาที่พร้อมที่จะเผยแพร่ เพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลา เนื่องจากการสร้างภาพยนตร์โฆษณาแต่ละเรื่องต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงและต้องใช้เวลา เพราะถ้าหากสร้างเป็นภาพยนตร์เรียบร้อยแล้วนำมาให้ตรวจพิจารณา และคณะกรรมการไม่อนุมัติให้เผยแพร่ ก็จะต้องแก้ไขหรือสร้างใหม่ และเมื่อจะนำออกเผยแพร่ จะต้องให้คณะกรรมการตรวจพิจารณาอีกครั้ง

ในการตรวจพิจารณานั้นให้คณะกรรมการมีอำนาจ ดังนี้

"ข้อ 16 การตรวจพิจารณาภาพยนตร์ให้คณะกรรมการหรือคณะอนุกรรมการพิจารณาตามหลักเกณฑ์ในข้อ 14 และข้อ 15 และให้ใช้ดุลพินิจตรวจว่าเนื้อเรื่อง ภาพการแสดง และถ้อยคำเหมาะสมแก่สถานการณ์หรือสภาพสังคมเพียงใด และให้มีคำสั่งอนุญาตให้ตัดทอนภาพหรือข้อความบางตอนออก หรือห้ามฉายทั้งเรื่อง"

ถ้าหาก ภาพยนตร์โฆษณานั้นไม่ผ่านความเห็นชอบจาก กบว. ซึ่งอาจโดยการให้ตัดทอนภาพ หรือข้อความบางตอน หรือห้ามฉายทั้งเรื่อง ผู้อำนวยการสถานีมีสิทธิยื่นอุทธรณ์คัดค้านความเห็นของคณะอนุกรรมการต่อคณะกรรมการได้ภายในกำหนด 15 วันนับแต่วันที่สถานีได้รับแจ้งผลการตรวจพิจารณา ซึ่งคณะกรรมการก็จะพิจารณาอุทธรณ์ หรือคำขอให้พิจารณาใหม่ให้แล้วเสร็จภายใน 7 วันนับแต่วันที่ได้รับอุทธรณ์ และคณะกรรมการจะแจ้งให้ผู้อำนวยการสถานีภายใน 3 วันกว่าวินิจฉัยของคณะกรรมการให้ถือเป็นที่สุด

ส่วนงานโฆษณา ที่จะเผยแพร่ในสื่อประเภทสิ่งพิมพ์นั้น ก็มีพระราชบัญญัติการพิมพ์ พ.ศ. 2484 ซึ่งให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย รักษาการให้เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้ และมีอำนาจแต่งตั้งเจ้าพนักงานการพิมพ์กับเจ้าหน้าที่อื่น และออกกฎกระทรวงระเบียบเพื่อปฏิบัติการให้เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้

อย่างไรก็ดี ปัจจุบันยังไม่มีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการตรวจสอบงานโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ก่อนที่จะเผยแพร่ ดังนั้น ถ้ามีการเผยแพร่โฆษณานั้นแล้ว และเจ้าพนักงานการพิมพ์เห็นว่าอาจจะขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน เจ้าพนักงานการพิมพ์อาจดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ให้คำตักเตือนเป็นหนังสือแก่ผู้พิมพ์ ผู้โฆษณา บรรณาธิการ และหรือเจ้าของหนังสือพิมพ์ และในการให้คำตักเตือนนี้จะเรียกบุคคลที่กล่าวแล้วไปรับคำอธิบายด้วยวาจา และให้ลงลายมือชื่อรับทราบด้วยก็ได้

2. สั่งเป็นหนังสือให้งดการเป็นผู้พิมพ์ และหรือผู้โฆษณา และหรือสั่งให้งดใช้เครื่องพิมพ์ ซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบของผู้พิมพ์นั้น มีกำหนดเวลาไม่เกินสามสิบวัน (สำหรับสิ่งพิมพ์นอกจากหนังสือพิมพ์) และให้ผู้โฆษณา บรรณาธิการและหรือเจ้าของหนังสือพิมพ์เสนอเรื่องหรือข้อความที่จะโฆษณาในหนังสือพิมพ์ต่อไปให้เจ้าหน้าที่ตรวจข่าวตรวจก่อน มีกำหนดเวลาไม่เกินสิบห้าวัน (สำหรับหนังสือพิมพ์) แต่ในการสั่งเช่นนี้ จะทำได้ก็ต่อเมื่อได้ให้คำตักเตือนตามข้อ 1 แล้ว และผู้ถูกตักเตือนไม่สั่งวรในคำตักเตือนนั้น

3. ในคราวที่มีเหตุถูกเงินภายในราชอาณาจักร หรือมีเหตุกบฏขึ้นระหว่างประเทศ หรือมีการสงครามจะสั่งเป็นหนังสือให้งดการเป็นผู้พิมพ์ งดใช้เครื่องพิมพ์ (สำหรับสิ่งพิมพ์) และสั่งให้บุคคลใดให้เสนอเรื่องหรือข้อความที่จะโฆษณาต่อไปให้เจ้าหน้าที่ตรวจข่าวตรวจก่อน หรือสั่งให้หักใช้ หรือถอนใบอนุญาตหรือสั่งงดการเป็นผู้โฆษณา บรรณาธิการ และหรือเจ้าของหนังสือพิมพ์ (สำหรับหนังสือพิมพ์) โดยมีกำหนดเวลาหรือไม่ก็ได้ และเปลี่ยนแปลงคำสั่งนั้นภายหลังก็ได้

เมื่อโฆษณาไปแล้ว โฆษณานั้นก็ยังอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งมีคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเป็นผู้ติดตามสอดส่อง หากพบว่า โฆษณาใดฝ่าฝืนกฎหมาย ก็มีอำนาจดังนี้

"มาตรา 27 ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าการโฆษณาโคผู้ฝ่าฝืน มาตรา 22 มาตรา 23 มาตรา 24(1) หรือมาตรา 25 ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา มีอำนาจออกคำสั่งอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่าง ดังต่อไปนี้

- (1) ให้แก้ไขข้อความหรือวิธีการในการโฆษณา
- (2) ห้ามใช้ข้อความบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา
- (3) ห้ามการโฆษณาหรือห้ามใช้วิธีการนั้นในการโฆษณา
- (4) ให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภคที่อาจเกิดขึ้นแล้วตาม

หลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนด

ในการออกคำสั่งตาม (4) ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนดหลักเกณฑ์ และวิธีการโดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้บริโภค ประกอบกับความสุจริตใจในการกระทำของผู้กระทำการโฆษณา "

อย่างไรก็ตาม เมื่อเผยแพร่โฆษณาไปแล้ว โฆษณานั้นก็ยังคงอยู่ภายใต้การควบคุมของ กฎหมายอาญา กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ตลอดจนกฎหมายและข้อบังคับอื่น ๆ อีก ถ้าโฆษณานั้นไป เกี่ยวข้องกับบุคคลหรือองค์การอื่นที่ทำให้ผู้โฆษณาต้องรับผิดชอบต่อการกระทำนั้น

ด้วยเหตุที่คำส่วนใหญ่ที่กล่าวถึงในกฎหมาย เป็นคำนามธรรม เช่น โฆษณานั้นหลอกลวง ลามกอนาจาร หรือเท็จ หรือไม่ ฯลฯ ซึ่งการให้นิยามของคำเหล่านี้ยังไม่แน่ชัดและยังไม่เป็นที่ ยอมรับของทุกฝ่ายว่า แบบใดจึงจะถือว่าหลอกลวง ลามกอนาจารหรืออื่น ๆ ทั้งนี้เพราะเป็นเรื่อง ของการพิจารณาของแต่ละบุคคล บุคคลแต่ละคนอาจให้ความหมายคำเหล่านั้นแตกต่างกัน และมอง โฆษณานั้นในแง่มุมที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงเป็นปัญหาสำหรับผู้สร้างสรรคงานโฆษณาเป็นอย่างมาก ในการที่จะปฏิบัติตามกฎหมาย

การควบคุมตนเอง _____

แม้ว่ารัฐบาลและหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐจะเข้ามาควบคุมการโฆษณาโดยการออก กฎหมาย ข้อบังคับ ตลอดจนคำแนะนำในการปฏิบัติ แล้ว อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา

ก็ให้พยายามที่จะปรับปรุงที่จะควบคุมการโฆษณาในระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานค่านี้อย่างเป็นเวลานานแล้ว เพื่อส่งเสริมให้เกิดงานโฆษณาที่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น

การควบคุมด้วยตนเองและการควบคุมของรัฐบาล จะต้องสนับสนุนซึ่งกันและกัน อย่างไรก็ตาม การที่อุตสาหกรรมค่านี้นี้พยายามควบคุมกันเองนี้ มีลักษณะที่แตกต่างจากการควบคุมของรัฐบาล ดังต่อไปนี้²

1. เป็นความสมัครใจของธุรกิจที่จะควบคุมงานโฆษณาให้มีคุณภาพ
2. ก่อให้เกิดการพัฒนามาตรฐานในการประกอบอาชีพค่านี้นี้มากขึ้น
3. การสร้างงานโฆษณาเป็นเรื่องของรสนิยมและความสนใจที่มีต่อประชาชน ซึ่งเป็นการยากที่กฎหมายจะบังคับได้โดยตรง
4. จะเป็นการส่งเสริมให้มีการปฏิบัติตามกฎหมาย

ไม่มีธุรกิจแขนงใดที่มีประวัติในการควบคุมตนเองได้ยาวนานและมากเท่ากับการโฆษณา³ การควบคุมกันเองนี้ ฝ่ายบริษัทผู้ผลิตสินค้าแต่ละบริษัท หรือสมาคมหรืออุตสาหกรรมนั้น หรือสมาคมค่านการโฆษณา สื่อโฆษณา เป็นผู้กำหนดเกณฑ์ในการควบคุมได้

การควบคุมของบริษัทผู้ผลิตสินค้า _____

บริษัทผู้ผลิตสินค้า อาจควบคุมค่านการโฆษณาได้ ไม่ว่าจะบริษัทผู้ผลิตนั้นจะมีแผนกโฆษณาภายในเอง หรือใช้บริการของกิจการโฆษณา โดย

1. ส่งเสริมให้มีการปฏิบัติตามกฎหมาย ในการสร้างและตรวจสอบงานโฆษณา
2. ศึกษา รสนิยม ความสนใจ สวัสดิการสังคมของสังคม แล้วกำหนดปรัชญานโยบายของบริษัทให้ปฏิบัติ

การควบคุมของอุตสาหกรรมผู้ผลิตสินค้า _____

การควบคุมวิธีนี้ เป็นข้อตกลงกันในระหว่างบริษัทต่าง ๆ ที่ดำเนินงานอยู่ในธุรกิจประเภทเดียวกัน ที่จะปฏิบัติตามมาตรฐานหรือแนวทางในการโฆษณาที่กำหนดไว้ การควบคุมวิธีนี้มีข้อจำกัดที่สำคัญ คือ ไม่สามารถบังคับสมาชิกที่ไม่ปฏิบัติตามแนวทางนั้นให้หันมาปฏิบัติตามได้

การควบคุมโดยสมาคมที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา _____

ในสหรัฐอเมริกา มีสมาคมที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาที่สำคัญ 3 สมาคม คือ

1. The American Advertising Federation (AAF) เป็นองค์การที่ประกอบไปด้วยบริษัทผู้ต้องการโฆษณา กิจการโฆษณา สื่อโฆษณา และสมาคมด้านการโฆษณาต่าง ๆ วัตถุประสงค์ขององค์การนี้ คือ เพื่อขยายขอบเขตการศึกษาและการให้บริการแก่สังคมควบคู่ไปกับการออกกฎหมาย

2. The American Association of Advertising Agencies (AAAA) เป็นสมาคมกิจการโฆษณาของประเทศ โดยมี กิจการโฆษณาเป็นสมาชิกประมาณ 360 แห่ง วัตถุประสงค์ขององค์การนี้คือ เพื่อขยาย ก่อให้เกิดความมั่นคงและปรับปรุงธุรกิจการโฆษณา พัฒนาการโฆษณาในด้านต่าง ๆ และให้บริการแก่สมาชิก และได้กำหนดมาตรฐานในการปฏิบัติสำหรับสมาชิก ที่รวมถึงการกำหนด A Creative Code เพื่อชักชวนให้สมาชิกปฏิบัติตามกฎหมาย ที่ว่า⁴

"เพื่อสนับสนุน ส่งเสริมและการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับต่าง ๆ ด้านการโฆษณา เพื่อขยายและเพิ่มการปรับใช้มาตรฐานในคำจรรยาบรรณให้มากขึ้น จึงไม่ควรสร้างงานโฆษณาที่มีลักษณะดังต่อไปนี้

1. ใช้ข้อความที่เป็นเท็จ หรือทำให้เกิดการเข้าใจผิด หรือโฆษณาเกินความจริง ไม่ว่าจะใช้ภาพหรือคำพูดข้อเขียน
2. ใช้การทดลองที่ไม่ได้สะท้อนให้เห็นถึง การตัดสินใจเลือกที่เหมาะสม

ของพยาน (ผู้แสดงโฆษณา) ที่มีความรู้ความสามารถ

3. กล่าวอ้างถึง ราคาที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดได้
4. การเปรียบเทียบกับสินค้าและบริการของกลุ่มแข่งขันโดยไม่ยุติธรรม
5. กล่าวอ้างโดยไม่มีข้อสนับสนุนที่ชัดเจนเพียงพอ หรือการกล่าวอ้างที่บิดเบือนความหมายที่แท้จริง หรือปรับใช้ข้อความของเจ้าหน้าที่หรือผู้ประกอบวิชาชีพเฉพาะนั้น
6. ใช้ข้อความ คำแนะนำ หรือรูปที่ขัดแย้งกับมาตรฐานการปฏิบัติของสังคมนั้น"

ข้อกำหนดนี้ สมาคมที่เกี่ยวข้องกับด้านการโฆษณา ให้การสนับสนุนอย่างมาก

3. The Association of National Advertisers (ANA) เป็นสมาคมของผู้ที่จะโฆษณาระดับชาติ ประกอบไปด้วยบริษัทผู้โฆษณาจำนวนมาก ซึ่งเป็นคณะกรรมการทำงานร่วมกับ AAAA เพื่อปรับปรุงเนื้อหาของโฆษณา ไม่ให้เกิดการโฆษณาที่เป็นเท็จ หรือก่อให้เกิดความเข้าใจผิด โดยคำนึงถึงรสนิยมและความคิดเห็นเป็นหลัก

สำหรับในประเทศไทย ก็มีสมาคมโฆษณารัฐกิจแห่งประเทศไทย ก็ได้กำหนดแนวทางปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบอาชีพด้านการโฆษณาไว้ดังนี้

จรรยาบรรณแห่งวิชาชีพของผู้ประกอบการโฆษณา สำนักงานโฆษณา และผู้โฆษณา ให้เป็นไปดังต่อไปนี้

1. ประกอบวิชาชีพด้วยความซื่อสัตย์สุจริตตามหลักปฏิบัติวิชาการและอยู่ภายใต้บทบัญญัติแห่งกฎหมาย

2. ไม่กระทำการใด ๆ อันอาจนำมาซึ่งความเสื่อมเสียเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพ

3. ไม่กระทำการโฆษณาอันเป็นการดูหมิ่นศาสนาหรือความเชื่อหรือสิ่งอันเป็นที่เคารพสักการะของบุคคลทั่วไป

4. ไม่กระทำการโฆษณาโดยใช้ความเชื่อเกี่ยวกับไสยศาสตร์ หรือเรื่องไสยกลางมาเป็นข้อจูงใจ

5. ไม่กระทำการโฆษณาอันก่อให้เกิดความเหยียดหยามอันเกี่ยวกับเชื้อชาติ

6. ไม่กระทำการโฆษณาอันทำให้เกิดความสำคัญผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้า บริการ การแสดงหรืออื่น ๆ หรือโอ้อวดสรรพคุณจนเกินความจริง จนทำให้ผู้เห็น หรือผู้ฟังเกิดความสำคัญผิด

7. ไม่กระทำการโฆษณาโดยการโจมตีหรือเปรียบเทียบสินค้า บริการการแสดง หรืออื่น ๆ ของผู้อื่นอย่างไม่ยุติธรรม (โดยวิธีเปรียบเทียบใด ๆ อันทำให้ผู้เห็น ผู้ฟังเกิดความสำคัญผิด)

8. ไม่กระทำการโฆษณาโดยใช้เสียงที่เป็นการรบกวนความรู้สึกให้กับผู้ฟัง

9. ไม่กระทำการโฆษณาโดยทำให้เกิดความกลัว โดยไม่มีเหตุอันสมควร (ใช้ความกลัวเป็นเหตุจูงใจ)

10. ไม่กระทำการโฆษณาโดยอ้างอิงตัวบุคคลหรือสถาบันโดยที่ตัวบุคคลหรือสถาบันนั้นไม่มีตัวตนอยู่จริง และไม่ได้ใช้สินค้าบริการหรือชมการแสดงนั้นจริง

11. มีความรับผิดชอบต่อสังคม ยึดถือในจริยธรรมและวัฒนธรรมอันดีงาม

12. ไม่กระทำการโฆษณาโดยการเลียนแบบเครื่องหมายการค้า คำขวัญ หรือข้อความสำคัญจากการโฆษณาของผู้อื่น อันทำให้ผู้เห็นหรือผู้ได้ยินเกิดความเข้าใจผิดหรือไขว้เขวเกี่ยวกับสินค้า บริการ หรือการแสดงของผู้อื่น

13. ไม่กระทำการโฆษณาโดยใช้ศัพท์ สถิติ ผลการวิจัยหรืออ้างอิงรายงานทางวิทยาศาสตร์ในทางที่ไม่ควร หรือทำให้เกิดความเข้าใจผิดโดยที่สินค้านั้นไม่มีคุณสมบัติตามที่อ้าง

14. ไม่กระทำการโฆษณาอันอาจมีผลเป็นอันตรายต่อเด็กหรือผู้เยาว์ทั้งทางร่างกาย จิตใจหรือทำให้ขาดความรู้สึกลึกซึ้ง หรือโดยอาศัยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของบุคคลดังกล่าวมาให้เป็นเครื่องมือจูงใจโดยไม่สมควร

15. ไม่กระทำการโฆษณาอันเป็นการสนับสนุนหรือก่อให้เกิดการกระทำอันผิดกฎหมายหรือผิดศีลธรรม

16. การโฆษณาโดยการอ้างอิงบุคคลในวิชาชีพที่มีความควบคุมพระราชบัญญัติต่าง ๆ ต้องเป็นไปตามมรรยาทแห่งวิชาชีพนั้น

การควบคุมโดยสื่อโฆษณา _____

ในต่างประเทศ สื่อโฆษณามีส่วนช่วยในการควบคุมโฆษณาด้วยเหมือนกัน เช่น สื่อบางประเภท ปฏิเสธที่จะเผยแพร่โฆษณาประเภทบุหรี่ สุรา ฯลฯ สำหรับประเทศไทยนั้น สื่อโฆษณายังมีบทบาทในการควบคุมโฆษณาน้อยอยู่มาก

คำถามท้ายบท

1. ในการสร้างงานโฆษณา มีกฎหมายอะไรบ้างที่เข้ามาเกี่ยวข้องในการจัดเตรียมผลิตและเผยแพร่งานโฆษณาที่ผู้บริหารงานโฆษณาจะต้องคำนึงถึง และบอกรายละเอียดโดยสังเขปของกฎหมายนั้น ๆ ด้วย
2. คณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (กบว.) มีหลักเกณฑ์ในการตรวจพิจารณาภาพยนตร์โฆษณาอย่างไร และถ้าท่านเป็นผู้โฆษณาหรือตัวแทนของกิจการโฆษณา หาก กบว. ตัดสินว่า ภาพยนตร์โฆษณาของท่านไม่เหมาะสม ท่านจะมีวิธีการยื่นอุทธรณ์อย่างไร
3. จงอธิบายถึงการควบคุมตนเองในค่านการโฆษณาขององค์การธุรกิจ