

บันทึกองค์ความรู้

| | |
|----------------------|--|
| ชื่อเรื่อง | แผนการให้มีกฎหมายว่าด้วยการควบคุมโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ |
| ชื่อผู้บันทึก | นางสาวนิธินันท์ พินิจสุขใจ ตำแหน่ง ผู้ช่วยนักวิชาการปฏิรูปกฎหมาย |
| วันเดือนปี | ๒๐ สิงหาคม พ.ศ.๒๕๕๘ |
| แหล่งที่มาของความรู้ | บันทึกความเห็นและข้อเสนอแนะคณะกรรมการปฏิรูปกฎหมาย เรื่อง แผนการให้มีกฎหมายว่าด้วยการควบคุมโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ |
| เนื้อหา | |

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ตั้งแต่ปีงบประมาณ ๒๕๕๐-๒๕๕๖ หน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐใช้งบประมาณสำหรับการโฆษณาประชาสัมพันธ์สูงถึง ๑,๕๐๐-๒,๒๐๐ ล้านบาทต่อปี โดยการใช้งบประมาณประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาไม่ได้เป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชน หลายกรณีมีการใช้งบประมาณสำหรับการจัดทำป้ายหรือสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาโฆษณาตัวบุคคล อันได้แก่ นักการเมืองและข้าราชการมากกว่าจะนำเสนอเนื้อหาที่เป็นประโยชน์แก่ประชาชน หรือมีสาระที่ประชาชนควรรับรู้ นอกจากนี้ยังพบว่า การใช้งบประมาณในการโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นจำนวนมาก โดยไม่มีการควบคุมส่งผลให้รัฐมีอิทธิพลเหนือสื่อมวลชนในฐานะผู้ซื้อสื่อ ทำให้สื่อมวลชนสูญเสียความเป็นอิสระในการทำหน้าที่เปิดเผย หรือตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินการต่าง ๆ ของรัฐ

ขณะเดียวกันยังมีปัญหาเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างไม่โปร่งใส เนื่องจากปัจจุบัน ประเทศไทยไม่มีกฎหมายเฉพาะสำหรับการจัดซื้อจัดจ้างเพื่อการโฆษณาฯ ซึ่งความไม่โปร่งใสของวิธีดังกล่าวอาจทำให้หน่วยงานของรัฐต้องใช้งบประมาณในส่วนนี้สูงเกินกว่าที่ควรจะเป็น เพราะไม่มีการแข่งขันด้านราคาและในบางกรณีอาจนำไปสู่ปัญหาการทุจริตคอร์รัปชันได้

ด้วยเหตุนี้ คณะกรรมการปฏิรูปกฎหมายจึงเห็นว่าควรมีการตรากฎหมายว่าด้วยการควบคุมโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ โดยจะต้องมีการกำหนดบทนิยาม “การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ” ให้มีความครอบคลุมและชัดเจน ให้มี “คณะกรรมการกำกับดูแลการโฆษณาประชาสัมพันธ์ภาครัฐ” ทำหน้าที่กำกับดูแลการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ โดยมีอธิบดีกรมบัญชีกลาง ผู้อำนวยการสำนักงานงบประมาณ ผู้ว่าการตรวจเงินแผ่นดิน และเลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกากระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เป็นกรรมการโดยตำแหน่ง และมีกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวนไม่ต่ำกว่า ๕ คน โดยอย่างน้อยต้องประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านสื่อมวลชน ด้านกฎหมาย ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ด้านโฆษณา ทั้งนี้ให้มีอำนาจหน้าที่ในการพิจารณาประเมินความเหมาะสมของแผนงบประมาณของหน่วยงานของรัฐ แต่ไม่รวมถึงเนื้อหาของการโฆษณา กำหนดนโยบาย ระเบียบและแนวทางปฏิบัติ ในการ

โฆษณาประชาสัมพันธ์ภาครัฐ กำหนดหลักเกณฑ์ของการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาครัฐที่ต้องมีการตรวจสอบความคุ้มค่า โดยใช้การกำหนดเพดานวงเงินการโฆษณาประชาสัมพันธ์ภาครัฐให้ชัดเจนและความเหมาะสมตามภารกิจของแต่ละหน่วยงาน รวมถึงจะต้องเปิดเผยแผนการใช้งบประมาณต่าง ๆ ที่ผ่านการพิจารณาแล้วต่อสาธารณะโดยทันที

นอกจากนั้น กฎหมายดังกล่าวจะต้องกำหนดหลักการสำคัญของการควบคุมการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์จะต้องตรงกับภารกิจหลักของหน่วยงาน ต้องไม่มีภาพหรือเสียงของเจ้าหน้าที่ของรัฐหรือข้าราชการการเมือง หรือเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ใด ๆ ที่เป็นไปเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของตนเองหรือพรรค เว้นแต่ เป็นกรณีของการโฆษณาประชาสัมพันธ์หรือองค์กรส่งเสริมภาพลักษณ์และค่านิยมที่ดี การเผยแพร่ความรู้ และการสร้างความเชื่อมั่นด้านต่าง ๆ ของประเทศ

ทั้งนี้ กลไกการตรวจสอบที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การกำหนดให้หน่วยงานของรัฐที่จัดให้มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับแผนงบประมาณการประชาสัมพันธ์ และการใช้จ่ายเงินงบประมาณในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อความชัดเจนและเพื่อประโยชน์ของประชาชนที่จะสามารถเข้าถึงข้อมูลโดยสะดวกและเปิดเผยโดยไม่มีข้อจำกัด และการกำหนดให้สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ทำหน้าที่ตรวจสอบการใช้งบประมาณประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของรัฐ (Post - Audit) ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายและคณะกรรมการกำกับดูแลการโฆษณาประชาสัมพันธ์ภาครัฐกำหนด และการเปิดเผย
