



## แนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวความคิด และทฤษฎี

การศึกษากรณีผู้สมัครรับเลือกตั้งไม่ได้รับการเลือกตั้ง มีประเด็นสำคัญเกี่ยวข้องหลายประเด็น คือ การเลือกตั้ง ซึ่งหมายถึง ความหมายของการเลือกตั้ง และกระบวนการในการเลือกตั้งโดยทั่วไปและการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้รับเลือกตั้ง ในกรณีของผู้ที่ไม่ได้รับการเลือกตั้ง อาจแสดงให้เห็นถึงการรณรงค์หาเสียง โดยศึกษาวิธีการหาเสียงเลือกตั้งของผู้ที่ไม่ได้รับการเลือกตั้ง เปรียบเทียบกับผู้ที่ได้รับการเลือกตั้ง ความแตกต่างในวิธีการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัคร 2 ประเภทนี้ เพื่อให้การศึกษาเรื่องนี้มีกรอบความคิดครอบคลุม เรื่องทั้งหมดจึงต้องนำแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับเรื่องการเลือกตั้ง และการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งมาพิจารณาร่วมกัน และเพื่อให้สามารถเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงการสื่อสารระหว่างผู้สมัครรับเลือกตั้งและผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ในเขตเลือกตั้งที่ 4 จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งเป็นเขตเลือกตั้งในการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีเกี่ยวกับชนชั้นนำ ทฤษฎีระบบอุปถัมภ์และทฤษฎีการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์มาร่วมอธิบายด้วย เพราะกระบวนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครรับเลือกตั้งมักเกี่ยวข้องกับชนชั้นนำในท้องถิ่น ค่านิยมของคนไทยที่ยึดถือความสัมพันธ์ในทางส่วนตัว เป็นสำคัญ โดยใช้ระบบหัวคะแนนเป็นตัวแทนเจรจาแลกเปลี่ยนผลประโยชน์กับผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ต่อไปนี้จะพิจารณาแนวความคิดและทฤษฎีต่างๆ ตามลำดับ คือ

#### 1) แนวความคิดเกี่ยวกับการเลือกตั้ง

หลักการสำคัญอย่างหนึ่งในการปกครองระบอบประชาธิปไตย ได้แก่ การที่รัฐให้ประชาชนได้ เข้ามามีส่วนร่วมทางการเมือง ทั้งนี้ เนื่องจากผู้ปกครองจำเป็นต้องปกครองประเทศให้เป็นไปตามผลประโยชน์ และความต้องการของประชาชนผู้ให้อำนาจ และให้ความยินยอมในการที่รัฐบาลจะใช้อำนาจอำนาจทางการเมืองกับผู้ใต้ปกครอง วิธีการที่ใช้อาจจะแตกต่างกันไปบ้างในรายละเอียด แต่ที่สำคัญคือ การให้ประชาชนมีสิทธิในการเลือกตั้ง มีสิทธิในการรวมกลุ่มทางการเมือง

เมือง และสมัครแข่งขันรับเลือกตั้ง และตามหลักการของการปกครองระบอบประชาธิปไตย ตามที่ อับราฮัม ลินคอล์น (Abraham Lincoln มีชีวิตอยู่ระหว่าง พ.ศ.2352-2408) อดีต ประธานาธิบดีคนสำคัญของสหรัฐอเมริกาได้กล่าวไว้ คือ "ประชาธิปไตยเป็นการปกครองของ ประชาชน โดยประชาชน และเพื่อประชาชน" นั้น ให้ความหมายอย่างกว้างขวางต่อความสัมพันธ์ ระหว่างประชาชนกับกระบวนการปกครองในระบอบประชาธิปไตย การเลือกตั้งจึงนับว่าเป็น กระบวนการที่สำคัญมากในความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนกับผู้ปกครอง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สามารถทำให้ระดมมติมหาชน และสร้างความชอบธรรมในการปกครองให้เกิดมีขึ้นได้อย่าง ดีเยี่ยม

ดังนั้น การเลือกตั้งจึงเป็นกิจกรรมทางการเมืองที่สำคัญของทุกประเทศ โดยเฉพาะ อย่างยิ่งในประเทศที่มีการปกครองระบอบประชาธิปไตย ทั้งนี้ เพราะการเลือกตั้งเป็นการ เปิด โอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมทางการเมือง (political participation) โดยการ เลือกสรรตัวแทนของตนไปทำหน้าที่ทางการเมืองแทนตน รวมทั้งเป็นการระดมมติมหาชนและสร้าง ความชอบธรรมให้เกิดขึ้น

โดยทั่วไปแล้ว การเลือกตั้งเป็นกิจกรรมทางการเมืองที่มีปัจจัยเกี่ยวข้องกันอย่าง ซับซ้อน ยิ่งเป็นการเลือกตั้งที่มีการแข่งขันทางการเมืองสูงแล้ว ยิ่งมีการใช้เทคนิคและกลยุทธ์แบบ ต่างๆ ในกิจกรรมการเลือกตั้งสูงตามไปด้วย นักรัฐศาสตร์ให้ข้อสังเกตว่า การเลือกตั้งใน ปัจจุบันนี้นับว่าจะมีความซับซ้อน หรือมีปัจจัยเกี่ยวเนื่องมากยิ่งขึ้น เป็นต้นว่า มีคนเข้ามีส่วนร่วม มากขึ้น การใช้จ่ายเงินในการเลือกตั้งจำนวนมาก จนสร้างความสำคัญให้แก่องค์การต่างๆ ทาง การเมืองมากขึ้น และที่สำคัญคือ การเลือกตั้งได้สร้างความชอบธรรมให้กับการปกครองสมัยใหม่ได้

<sup>1</sup> จรูญ สุภาพ และพรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, รายงานการวิจัยประเมินผลพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง และการบริหารการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร : ศึกษาจากกรณีการเลือกตั้งแทนตำแหน่งที่ว่าง ของจังหวัดบุรีรัมย์ 28 สิงหาคม 2526 (กรุงเทพฯ : เจ้าพระยาการพิมพ์, 2527), หน้า 32-52.

อย่างดียิ่ง สามารถกำหนดได้อย่างเฉียบขาด ปราศจากการโต้แย้งว่า จะให้ใคร หรือกลุ่มใดเป็นผู้ปกครองจึงจะมีความเหมาะสม<sup>2</sup>

อย่างไรก็ตาม การเลือกตั้งจะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวแล้วได้หรือไม่ ขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง คือ ประชาชนสนใจไปใช้สิทธิเลือกตั้งอย่างแท้จริง และพร้อมเพรียงกัน ซึ่งประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับจากการไปใช้สิทธิเลือกตั้งนั้น มีมากมายหลายประการด้วยกัน คือ<sup>3</sup>

**ประการแรก** การไปใช้สิทธิเลือกตั้งอย่างพร้อมเพรียงจะได้สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่เป็นตัวแทนของคนส่วนใหญ่อย่างแท้จริง แต่หากประชาชนไปใช้สิทธิเลือกตั้งกันน้อย สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่ได้รับเลือกตั้งก็จะเป็นเพียงตัวแทนของคนส่วนน้อย

**ประการที่สอง** หากประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งแต่ละคนต่างพร้อมใจกันไปใช้สิทธิเลือกตั้งก็จะทำให้การเลือกตั้งเป็นไปอย่างบริสุทธิ์ ยุติธรรม ผู้ที่ไปแอบอ้างใช้สิทธิของผู้อื่นด้วยเจตนาทุจริต ย่อมไม่อาจทำได้ แต่หากทุกคนนอนหลับทับสิทธิ์ ก็จะเปิดโอกาสให้ผู้อื่นไปใช้สิทธิแทนได้ นอกจากนั้นถ้ามีผู้ไปใช้สิทธิเลือกตั้งน้อย และโดยขาดความสำนึกแล้ว ก็จะทำให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่มีอิทธิพลทางการเงินมีโอกาสได้รับเลือกตั้งมากขึ้น

**ประการที่สาม** เป็นการส่งเสริมให้คนมีความรู้ความสามารถ เข้ามาสมัครรับเลือกตั้งมากขึ้น ทั้งนี้เพราะว่าประชาชนไปใช้สิทธิเลือกตั้งกันมาก โอกาสที่คนที่มีความรู้ความสามารถจะได้รับเลือกตั้งก็มีมากขึ้น โดยไม่ต้องพะวงกับเรื่องการใช้อิทธิพลทางการเงิน

**ประการที่สี่** เป็นการส่งเสริมการปกครองระบอบประชาธิปไตย เพราะการเลือกตั้งเป็นหัวใจสำคัญของการปกครองระบอบประชาธิปไตย หากประชาชนส่วนใหญ่นอนหลับทับสิทธิ์ ไม่ยอมออกไปเลือกตั้ง ก็เท่ากับว่า ไม่ต้องการระบอบประชาธิปไตยนั่นเอง ซึ่งจะเป็นข้ออ้างให้ฝ่ายตรงกันข้ามถือโอกาสเข้ามาเปลี่ยนแปลงระบบการปกครองที่เป็นอยู่ได้

<sup>2</sup> เรื่องเดียวกัน, หน้า 11.

<sup>3</sup> กระทรวงมหาดไทย, กรมการปกครอง, รายงานวิจัยการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ.2529 (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ส่วนท้องถิ่น, 2530), หน้า 1-2.

ในประเทศไทย การศึกษาพฤติกรรมการเลือกตั้งให้ความสนใจในด้านหลักกฎหมาย (legal-rational) ยิ่งกว่าด้านลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของประชาชนว่า ใคร เลือกใคร เมื่อไร อย่างไร การศึกษาโดยยึดหลักกฎหมายดังกล่าว เน้นหลักของการที่จะให้ประชาชนไปใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งอย่าง "บริสุทธิ์ ยุติธรรม" และเสนอมาตรการในรูปแบบต่างๆ ที่เห็นว่าจะสร้างความบริสุทธิ์ ยุติธรรม และเหมาะสมสูงสุดของการเป็นตัวแทนยิ่งกว่าประเด็นอื่น<sup>4</sup>

สำหรับในต่างประเทศ โดยเฉพาะในสหรัฐอเมริกา และยุโรปตะวันตก ได้มีการศึกษาพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ของประชาชนกันอย่างกว้างขวางมานานแล้ว กล่าวคือ การศึกษาพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในช่วงสมัยแรก ของเมอร์เรียม และ กอสเนล (Meriam and Gosnell) มุ่งศึกษาถึงอิทธิพลของสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของบุคคล (ที่บ่งชี้โดยระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และเพศ) ที่มีต่อการไปลงคะแนนเสียงการศึกษา พบว่า "ในกลุ่มผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมต่ำ จะมีความรู้สึกนึกคิดทางการเมืองคล้ายคลึงกัน และมักมีพฤติกรรมทางการเมืองคล้ายคลึงกันด้วย"<sup>5</sup>

การศึกษาของลาซาร์สเฟลด์ และคณะ<sup>6</sup> เมื่อ พ.ศ.2487 และการศึกษาโดยวิธีเดียวกันของ เบอ เรลสันและคณะ<sup>7</sup> ได้ข้อสรุปเชิงทฤษฎีของพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งหลาย

<sup>4</sup> จรูญ สุภาพ และพรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, รายงานการวิจัยประเมินผลพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง และการบริการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร : ศึกษาจากกรณีการเลือกตั้งแทนตำแหน่งที่ว่าง ของจังหวัดบุรีรัมย์ 28 สิงหาคม 2526, หน้า 12.

<sup>5</sup> เรื่องเดียวกัน, หน้า 14.

<sup>6</sup> Paul F. Lazarsfeld, Bernard Berelson and Hazel Gaudet, The People's Choice : How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign (New York : Duell, Sloan & Pearce, 1944).

<sup>7</sup> Bernard R. Berelson, Paul F. Lazarsfeld and William M. McPhee, Voting : A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign (Chicago : University of Chicago Press, 1954), p.107.

ประการเป็นต้นว่า การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งทำให้คนตัดสินใจไว้แล้วว่า จะเลือกผู้สมัครคนใด เปลี่ยนใจไปเลือกผู้สมัครคนอื่นมีจำนวนเพียงเล็กน้อยเท่านั้น และในจำนวนที่เปลี่ยนใจไปนั้น เป็นพวกที่ได้รับอิทธิพลจากความกดดันของกลุ่มที่นิยมพรรคการเมืองยิ่งกว่าจะเป็นอิทธิพลของประเด็นนโยบายที่ใช้ในการหาเสียง นอกจากนี้ ยังพบว่า มีคนจำนวนเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ที่มีการสื่อสารติดต่อกับพรรคการเมืองที่ตนไม่สังกัด และที่สำคัญคือ อาชีพ ที่อยู่อาศัย (ชนบท-ในเมือง) ศาสนา และอุปนิสัยการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งบุคคลในอดีต เป็นตัวกำหนดที่สำคัญต่อพฤติกรรมกาไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของบุคคล

ลาซาร์สเฟลด์ กล่าวสรุปผลการศึกษาของเขาในส่วนที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนความนิยมพรรคของประชาชนตอนหนึ่งว่า การศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของการนิยมพรรคการเมืองของประชาชน ทำให้ทราบอัตราจำนวนของความนิยมพรรค และการเปลี่ยนแปลงการนิยมพรรคในแต่ละช่วงสมัยมีเพียงเล็กน้อย

"บุคคลพวกที่เปลี่ยนความนิยมพรรค เป็นพวกที่สนใจการเลือกตั้งน้อยที่สุด สนใจรับฟังข่าวสารการเมืองจากสื่อมวลชนน้อยที่สุด ตัดสินใจเลือกใครสักว่าพวกอื่น และการชักชวนนั้นต้องทำโดยการติดต่อส่วนบุคคลไม่ขัดติดต่อโดยใช่ประเด็นนโยบายที่ใช้ในการหาเสียงเลือกตั้ง... ความเข้าใจที่ว่า บุคคลที่เปลี่ยนใจไปเลือกผู้สมัครอื่นที่ตนไม่นิยมในระหว่างการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง เป็นการตัดสินใจที่ใช้เหตุผล ใช้สติสัมปชัญญะ และถูกขังงูโดยประเด็นปัญหาที่ใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง เป็นความเข้าใจผิดโดยสิ้นเชิง แท้จริงกลับมีลักษณะตรงกันข้ามกับความเชื่อที่กล่าวมาทั้งหมด..."<sup>8</sup>

ผลการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับพฤติกรรมกาการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งดังที่กล่าวมาแล้วทั้งหมดนั้น สรุปได้สั้นๆ ว่า "บุคคลมีความรู้สึกนึกคิดทางการเมืองตามฐานะทางสังคมของตน" กล่าวคือ การตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของบุคคล เป็นไปตามฐานะทางสังคมของเขา ทาใช่

<sup>8</sup> Lazarsfeld, Berelson and Gaudet, The People's Choice : How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign, p.69.

เพราะประเด็นปัญหาทางการเมืองที่เป็นนโยบายที่ใช้ในการหาเสียงแต่ประการใดไม่ คนสูงอายุ มีระดับความรู้พื้นฐานต่ำ อาศัยอยู่ในชนบท และฐานะยากจน จะมีพฤติกรรมในการลงคะแนนเสียง ในลักษณะหนึ่งและมักถูกกระดม (mobilized) จากผู้มีอิทธิพลในท้องถิ่น เช่น กำนัน-ผู้ใหญ่บ้าน เจ้าหน้าที่ราชการ หัวคะแนน นักการเมือง ฯลฯ ให้สนับสนุนบุคคลหนึ่งบุคคลใดได้ง่าย คนหนุ่ม-สาว มีความรู้ดี อาศัยอยู่ในเมือง หรือชนชั้นกลางโดยทั่วไปในสังคม ก็มักจะใช้วิจารณญาณของตนเองในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งมากกว่าบุคคลกลุ่มแรกที่กล่าวมาแล้ว เป็นต้น

ประเด็นของการที่จะเลือกใคร หรือการเปลี่ยนใจไปเลือกคนอื่น หรือพรรคอื่นนั้น มีข้อสังเกตที่น่าสนใจมาก คือ ประเด็นของนโยบายที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งใช้ปราศรัยหาเสียงกับประชาชนนั้น (platform) ไม่ใช่ประเด็นสำคัญที่แท้จริงในการที่จะทำให้คนที่มิได้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งเปลี่ยนใจหรือตัดสินใจเลือกแต่ประการใด แต่การตัดสินใจเลือก หรือเปลี่ยนใจของผู้มีสิทธิเลือกตั้งนั้น ได้รับอิทธิพลจากการกดดันของกลุ่มเลือกตั้งขั้นต้น (primary) โดยการติดต่อชักชวนกันเป็นส่วนตัว หรือความสัมพันธ์กันเป็นส่วนตัวมากกว่า

จากข้อสรุปของการศึกษาดังกล่าวข้างต้น พบว่า สอดคล้องกับพฤติกรรมกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของคนไทย งานวิจัยการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งหลายเล่มยืนยันว่า การศึกษา อาชีพ ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ทำให้เกิดความแตกต่างในระดับความรู้ ความเข้าใจ ความสำนึกและความสนใจในการเลือกตั้ง<sup>9</sup> ยิ่งไปกว่านั้น ยังพบว่า ผู้มีสิทธิเลือกตั้งส่วนใหญ่นิยมผู้สมัครเป็นการส่วนตัวมากกว่าความนิยมในพรรคการเมือง<sup>10</sup> ซึ่งหมายความว่า ความสัมพันธ์กันเป็นการส่วนตัวหรืออิทธิพลจากกลุ่มปฐมภูมิ (primary) ในสังคมจะมีอิทธิพลมากกว่าประเด็น

<sup>9</sup> กนก บิณศิริวานิช, "พฤติกรรมกรรมการเลือกตั้ง : ศึกษาเฉพาะกรณีการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เขต 8 กรุงเทพมหานคร" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต แผนกวิชาการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525).

<sup>10</sup> พิชัย อยู่คง, "พฤติกรรมกรรมการเลือกตั้งทางการเมืองของประชาชน ในเขตเลือกตั้งที่ 2 จังหวัดลพบุรี" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต แผนกวิชาการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2520).

นโยบาย ที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งใช้ในการหาเสียง (platform) ทำให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งทำการรณรงค์หาเสียงมุ่งไปในลักษณะสร้างความนิยมเป็นส่วนตัวมากกว่าจะเป็นการสร้างความนิยมให้กับพรรคที่สังกัดหรือกลุ่มผู้สมัครร่วมคณะ<sup>11</sup> อันนับได้ว่าเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ประชาชนคนไทยบางส่วนมีความรู้สึกขาดความศรัทธา และไม่แน่ใจว่า การปกครองในระบบประชาธิปไตยจะเป็นการปกครองที่แก้ไขปัญหาของประเทศชาติได้ดีที่สุด ทั้งยังขาดความเชื่อถือศรัทธาในบทบาทพฤติกรรมของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร รวมทั้งมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการเลือกตั้ง และไม่แน่ใจว่ารัฐบาลที่มาจากการเลือกตั้งจะมีประสิทธิภาพในการบริหารประเทศด้วย<sup>12</sup>

นอกจากงานวิจัยดังกล่าวแล้ว ยังมีงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีข้อสรุปและการค้นพบที่คล้ายคลึงกัน เป็นต้นว่า จุฑาทิพย์ สุขรังสรรค์ ศึกษาเรื่อง "พฤติกรรมกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร" ในงานวิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต แผนกวิชาการปกครอง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปี พ.ศ.2529 ก็พบว่า ผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมปานกลางขึ้นไป มีการศึกษาสูง อายุอยู่ในช่วงวัยหนุ่มสาว (20-30 ปี) จนถึงวัยกลางคน (30-40 ปี) มีแนวโน้มไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งด้วยความสำนึกของตนเองมากกว่าถูกระดม แต่ในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครคนใดคนหนึ่งในการลงคะแนนกลับตัดสินใจได้ล่าช้า และมีความแน่นอนในการตัดสินใจน้อยกว่าผู้มีวัยสูงอายุ ส่วนผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจ และสังคมต่ำ มีการศึกษาดำเนิน มักจะลง

<sup>11</sup> วรสิทธิ์ วิจารณ์พานิช, "การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร และผลสะท้อนที่มีต่อการปฏิบัติหน้าที่ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต แผนกวิชาการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัย, 2516).

<sup>12</sup> จิรายุทธ วิจนะรัตน์, "การไม่ไปออกเสียงเลือกตั้ง : ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ที่ไม่ไปออกเสียงเลือกตั้งซ่อมสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2524 เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต แผนกวิชาการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525), หน้า จ.

คะแนนเสียงโดยการชักจูงจากผู้อื่นมากกว่าผู้มีฐานะทาง เศรษฐกิจและสังคมสูง ตัดสินใจว่าจะ เลือกผู้สมัครคนใดได้ล่าช้าและมีความ เป็นตัวของตัว เองน้อยกว่าพวกอื่นด้วย<sup>13</sup>

2) แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับชนชั้นนำ ระบบอุปถัมภ์ และการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์

ประเด็นการศึกษาดังกล่าวมาแล้วทั้งหมดนั้น เป็นการพิจารณาในส่วนของพฤติกรรม การเลือกตั้งของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง หรือประชาชนโดยทั่วไป เป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงความคิด ทัศนคติ พฤติกรรม และการตัดสินใจในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ซึ่งมี ส่วนเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับบรรดาผู้สมัครรับเลือกตั้ง เป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั้งหลาย ที่ต้องการ แสวงหาคะแนนจากผู้มีสิทธิเลือกตั้ง เพราะถ้ามุ่งหวังจะให้ได้คะแนนจำนวนมากจนชนะการเลือก ตั้งแล้ว ผู้สมัครรับเลือกตั้งต้องหยั่งรู้ หรือ เข้าใจถึงพฤติกรรมในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของผู้มี สิทธิเลือกตั้ง หรือประชาชนทั่วไปใน เขตเลือกตั้งที่ตนสมัครแล้วจึงหาวิธีการในการรณรงค์หาเสียง เลือกตั้งให้ เหมาะสมสอดคล้องกับพฤติกรรมในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งดังกล่าว โดยนัยนี้ ผู้สมัคร รับเลือกตั้งจะ เลือกใช้ยุทธวิธีหาเสียงแบบใดแบบหนึ่งก็ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมในการลงคะแนนเสียง เลือก ตั้งของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง เป็นสำคัญด้วย

ในประเด็นการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครรับเลือกตั้งนั้น ถ้าจะ เปรียบเทียบว่า เป็นเสมือนการเสนอขายสินค้าให้กับผู้ซื้อก็คงไม่ผิดนัก กล่าวคือ ผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นสมาชิก สภาผู้แทนราษฎร เปรียบเสมือนสินค้า ซึ่งพรรคการเมืองที่สังกัดผลิตขึ้นมาเสนอต่อผู้ซื้อ คือผู้มีสิทธิ

<sup>13</sup> โปรตดูรายละ เอียดใน ศุภชัย เขียมละออ, "พฤติกรรมในการลงคะแนนเสียงเลือก ตั้งในองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น : ศึกษาเฉพาะกรณีการเลือกตั้งสมาชิกสภาเมืองพัทยา เมื่อ วันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2528" (วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต แผนกวิชาการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529). และ พ.ต.ต.อุทัยวรรณ แก้วสะอาด, "พฤติกรรมในการลง คะแนนเสียงเลือกตั้งของตำรวจนครบาล" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต แผนกวิชาการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530).



เลือกตั้งหรือประชาชนโดยทั่วไปให้เลือกซื้อ เลือกชม ตามทัศนนะและความคิดเห็นของผู้ซื้อแต่ละคน เหตุนี้การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครรับเลือกตั้ง นอกจากจะต้องทราบถึงทัศนคติ ความคิด และพฤติกรรมในการเลือกตั้งของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง และประชาชนโดยทั่วไปแล้ว ยังต้องใช้ยุทธวิธี ในการหาเสียงเลือกตั้งให้ถูกใจ ถูกกับความชอบของผู้มีสิทธิเลือกตั้งให้มากที่สุดด้วย ไม่ว่าจะ เป็น หนึ่งวิธีสองวิธี หรือทุกวิธีที่เลือกใช้หาเสียง

สำหรับแนวความคิดเกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครรับเลือกตั้งนั้น มีอยู่หลายแนวด้วยกัน ซึ่งส่วนใหญ่จะพิจารณาในเรื่องความสัมพันธ์ของบุคคลในสังคมที่แสดงถึง พฤติกรรมและแบบแผนที่คนมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน อันนับว่าเป็นพื้นฐานที่จะสามารถเห็นได้ถึงการที่ ผู้สมัครรับเลือกตั้งจงใจให้ประชาชนเลือกตนด้วยวิธีการใดบ้าง มีกรอบทฤษฎีทางสังคมวิทยาการ เมืองที่สามารถอธิบายสภาพสังคมไทยได้ชัดเจนพอสมควร คือ ทฤษฎีเกี่ยวกับชนชั้นนำ (Elite Theory) ทฤษฎีเกี่ยวกับระบบอุปถัมภ์ (Patron-Client Theory) และทฤษฎีการแลกเปลี่ยน ทางสังคม (Exchange Theory) ซึ่งทฤษฎีต่างๆ ดังกล่าวสามารถพิจารณาได้ดังนี้ คือ

#### ทฤษฎีเกี่ยวกับชนชั้นนำ

ทฤษฎีนี้มีรากฐานอยู่บนความคิดเรื่องการจัดช่วงชั้นทางสังคม (social stratification) อันเป็นแนวความคิดทางสังคมวิทยา ซึ่งได้อธิบายลักษณะทางสังคมที่มีความไม่เสมอภาคต่าง ๆ และในความไม่เสมอภาคนั้น จะมีชนกลุ่มน้อยกลุ่มหนึ่งที่ถูกจัดเป็นชนชั้นสูงสุด มีอำนาจ และครอบงำการตัดสินใจที่สำคัญภายในสังคม

ความแตกต่างระหว่างชนชั้นนำกับประชาชนทั่วไปนั้น อยู่ตรงที่ชนชั้นนำมีทรัพย์สิน ชื่อเสียง เกียรติยศ และอำนาจมากกว่า และได้ใช้ความได้เปรียบนี้ เพื่อควบคุมการตัดสินใจ ทางการเมือง

ทฤษฎีชนชั้นนำสามารถนำมาใช้ เป็นกรอบวิเคราะห์ในชุมชนขนาดเล็ก ไม่มีความสลับซับซ้อนเกินไปได้ดี ซึ่งนักวิชาการเรียกวิธีนี้ว่า การศึกษาโครงสร้างอำนาจในชุมชน เพื่อให้

สามารถเข้าใจได้ว่า ในแต่ละชุมชน ใครมีอำนาจ ใครรวมการตัดสินใจ ใครได้เสียจากการตัดสินใจและใคร เหนือกว่าในการตัดสินใจภายในชุมชน<sup>14</sup>

จากประสบการณ์ทางการเมืองในสหรัฐอเมริกา นั้น การศึกษาของตายี่ และ เซคเลอร์ พบว่า บุคคลที่ได้เปรียบทางสังคมและเศรษฐกิจ จะเป็นบุคคลที่ได้เปรียบทางการเมืองด้วย สภาพเช่นนี้ก็สอดคล้องกับทฤษฎีที่ว่าด้วยชนชั้น<sup>15</sup>

การศึกษาการเลือกตั้งในประเทศโลกที่สาม หรือประเทศด้อยพัฒนา และกำลังพัฒนาทั้งหลายในเอเชียและแอฟริกา ของฮาร์รอฟ และมิลเลอร์ ก็ได้ข้อสรุปคล้ายคลึงกันกับคนอื่นว่า ดังกล่าวแล้วคือ การเลือกตั้งในประเทศโลกที่สาม เป็นการแข่งขันโดยตรงสำหรับรางวัลพิเศษที่จะได้รับมากกว่าจะเป็นการเลือกนโยบาย เพราะว่ามาตรฐานการครองชีพของประชาชนในประเทศโลกที่สามจะขาดความอุดมสมบูรณ์อย่างยิ่ง การเลือกตั้งจะถูกนำไปโดยการแบ่งชนชั้นบุคคลตามความสัมพันธ์แบบอุปถัมภ์ (patron-client relationships) ผ่านทางอำนาจทางเศรษฐกิจ หรือความภักดีทางสังคม "ผู้นำท้องถิ่น (patrons) ปกดีจะควบคุมกลุ่มของผู้เลือกตั้ง (clients) ในหน่วยเลือกตั้งของตน แล้วชนชั้นนำที่มีความชำนาญจะดำเนินการทางการเมือง เพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจมาสู่ตนยิ่งขึ้นต่อไป และเพื่อเป็นทุนทรัพย์ในทางการเมืองด้วย วิธีการก็คือการเข้าควบคุมเหมืองงานของรัฐบาล หรือเข้าถึงรัฐมนตรี หรือผู้นำประเทศ และการที่ชนชั้นนำ

<sup>14</sup> ศรีสมภพ จิตรภิมย์ศรี, "ชนชั้นนำ โครงสร้างอำนาจชุมชน และทัศนคติทางการเมือง : ศึกษาเฉพาะกรณีสองหมู่บ้านในโครงการพัฒนาทุ่งกุลาร้องไห้" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท บัณฑิต แผนกวิชาการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528), หน้า 30-35.

<sup>15</sup> Thomas R. Dye and Harmon Zeigler, The Irony of Democracy : An Uncommon Introduction to American Politics (Belmont : Wadsworth Publishing 1970 : and 1977 by Duxbury) ; Thomas R. Dye, Who Running America? Institutional Leadership in The United States (Englewood Cliff, N.J. : Prentice-Hall, 1976) ; Michael Parolenti, Democracy for the Few (New York : Martin's 1974).

ในท้องถิ่นประสบความสำเร็จ ในการดึงเอาโครงการของรัฐบาลมาพัฒนา ในพื้นที่ของพวกเขาได้ ทำให้เข้มแข็งในตำแหน่งสังคมด้วย"<sup>16</sup> กลุ่มผู้เลือกตั้ง (clients) ก็จะลงคะแนนตามชนชั้นนำในท้องถิ่น (patrons) สนับสนุนผู้สมัครที่ชนชั้นนำสนับสนุน และยังยอมรับการให้ความคุ้มครองโดยชนชั้นนำด้วย

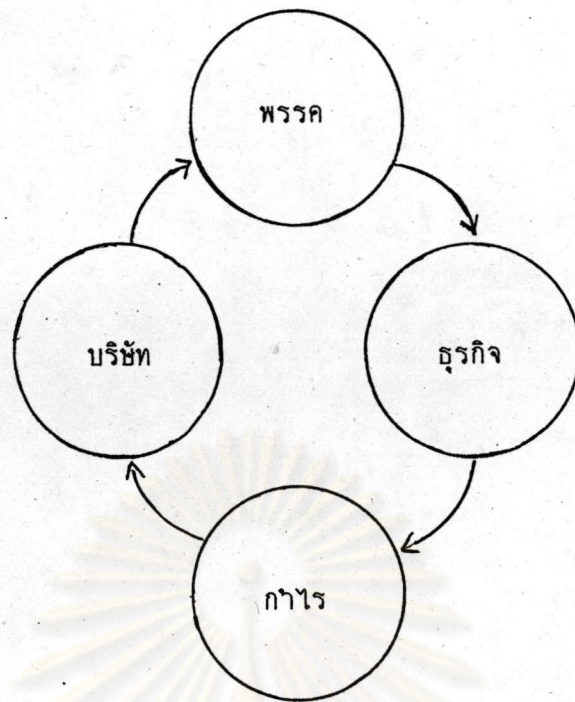
ฟิลิปปินส์ สมัยอดีตประธานาธิบดีมาร์กอสนั้น ผู้มีสิทธิเลือกตั้งร้อยละสิบจะขายสิทธิของตน บริษัทต่างๆ ห้างร้านใหญ่ๆ จะให้เงินแก่ผู้สมัครและพรรค เพื่อให้สินบนแก่ผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ซึ่งสนับสนุนพรรคธุรกิจ ทำให้บริษัทต่างๆ ห้างร้านใหญ่ๆ สร้างผลกำไรได้มากขึ้น<sup>17</sup> วงจรการเลือกตั้งในลักษณะดังกล่าวนี้ สามารถแสดงเป็นรูปภาพได้ คือ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

---

<sup>16</sup> Martin Harrop and William L. Miller, Elections and Voters : A Comparative Introduction (London : Macmillan Education Ltd., 1987). pp.29-38.

<sup>17</sup> Ibid.



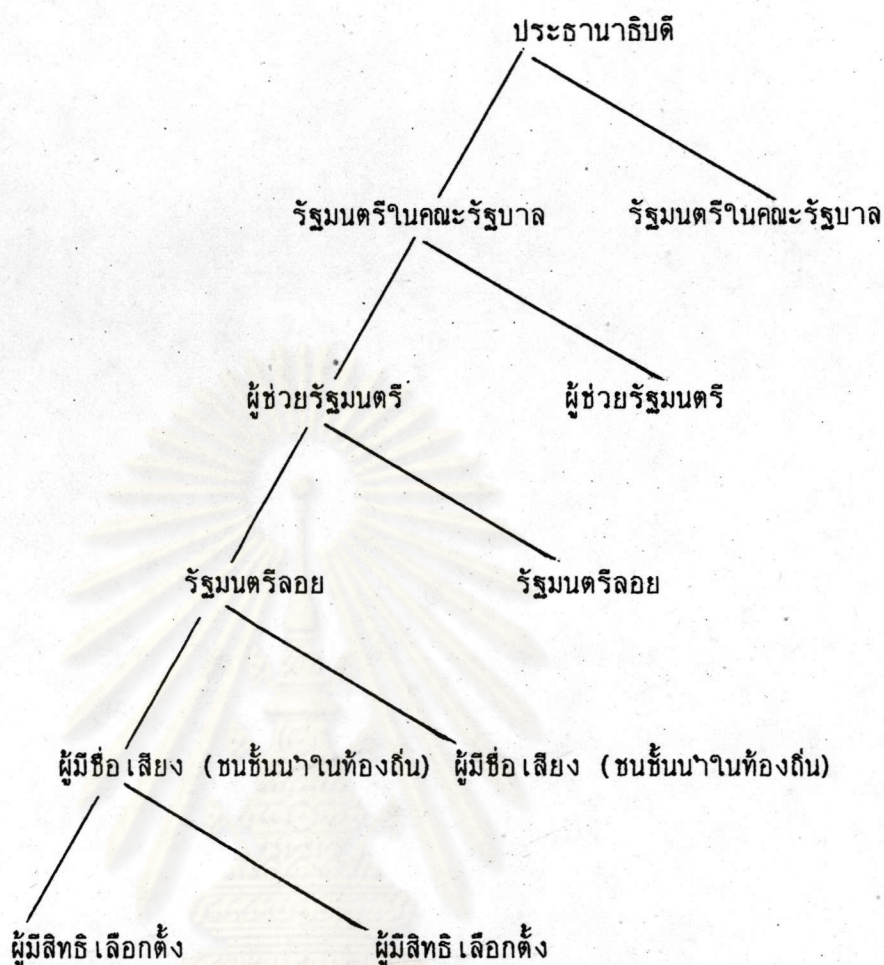
รูปที่ 2 วงจรการใช้เงินหาเสียงเลือกตั้งในประเทศไทยฟิลิปปินส์

วงจรมุมนเวียนที่อยู่ใกรบวนการเลือกตั้งของฟิลิปปินส์ สมัยอดีตประธานาธิบดีมาร์กอสนี้ ทำให้ฟิลิปปินส์สมัยนั้นมีการหาเสียงโดยการทุจริตในการเลือกตั้งอย่างกว้างขวาง<sup>18</sup>

ข่าจงานระบบอุปถัมภ์ดังกล่าวมาข้างต้นจะ เข้มแข็งที่สุดในพื้นที่ชนบท ซึ่งเป็นสังคมแบบดั้งเดิม รูปำครงร่างต่อไปนี้แสดงถึงข่าจงานระบบอุปถัมภ์ในประเทศไทย เคนยา ซึ่งนับเป็นข่าจงานระบบอุปถัมภ์ที่ เข้มแข็งมาก<sup>19</sup>

<sup>18</sup> Ibid., pp.29-38.

<sup>19</sup> ibid., pp.35.



รูปที่ 3 แผนผังข่ายงานระบบอุปถัมภ์ในประเทศไทยฟิลิปปินส์

ผู้มีสิทธิเลือกตั้งในประเทศเคนยา ส่วนใหญ่จะถูกควบคุม และชี้แนะการเลือกตั้ง โดยชนชั้นนำในท้องถิ่น หรือผู้มีชื่อเสียงซึ่งเป็นที่รู้จักในท้องถิ่น และกลุ่มชนชั้นนำในท้องถิ่น เหล่านี้จะขึ้นต่อบรรดารัฐมนตรีลอย ที่ไม่ค่อยมีอำนาจในรัฐบาลมากนัก รัฐมนตรีลอยก็เป็นผู้ได้อุปถัมภ์ผู้ช่วยรัฐมนตรี ขณะที่บรรดาคณะรัฐมนตรีในคณะรัฐบาลทั้งหลาย ซึ่งเป็นผู้อุปถัมภ์บรรดาผู้ช่วยรัฐมนตรีก็ขึ้นต่อประธานาธิบดีของประเทศอีกต่อหนึ่ง ลักษณะเช่นนี้จึงเห็นได้ชัดเจนว่า ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่อยู่ในข่ายงานอุปถัมภ์ดังกล่าวเท่านั้น จึงจะมีโอกาสได้รับเลือกตั้ง และมีโอกาสได้ร่วมคณะรัฐบาล เพื่อแสวงหาประโยชน์เพื่อตอบแทนบรรดาชนชั้นนำในท้องถิ่นที่ช่วยเหลือในการเลือกตั้ง โดยยอมอยู่ใต้อุปถัมภ์ของรัฐมนตรี หรือประธานาธิบดี เป็นลำดับขั้นขึ้นไป

งานการศึกษาของฮาร์รอฟ และมิลเลอร์ดังกล่าวข้างต้น ทำให้เห็นว่า ในฟิลิปปินส์ หรือเคนยา ซึ่งถูกจัดอยู่ในประเทศโลกที่สามทั้งคู่ ก็มีความคล้ายคลึงกันในระบบของชนชั้นนำและระบบการอุปถัมภ์ค้ำชูอย่างมาก กล่าวคือ ชนชั้นนำในท้องถิ่นจะเป็นผู้มอบความช่วยเหลือในการหาเสียงให้กับผู้สมัครรับเลือกตั้งอย่างยิ่ง การให้เงินช่วยเหลือผู้สมัคร และพรรคการเมืองในฟิลิปปินส์โดยบรรดาบริษัท ห้างร้านต่างๆ กิจ หรือความช่วยเหลือจากผู้อุปถัมภ์ที่มีอำนาจ และตำแหน่งในคณะรัฐบาลของเคนยาก็ดี จะถูกส่งต่อเป็นทอดๆ และใช้ชื่อเสียงจากผู้มีสิทธิเลือกตั้งในที่สุด สรุปแล้วก็คือ ชนชั้นนำในประเทศเหล่านี้ ถือว่า เป็นผู้มอบพาทและอิทธิพลมากในกระบวนการของการเลือกตั้ง

การศึกษาการหยั่งเสียงประชามติ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2479-2503 ของฮันติงตัน และเนลสัน ก็พบว่า ในการศึกษาการเลือกตั้งของประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลาย มักมีข้อสรุปออกมาในลักษณะที่ว่าบุคคลที่อยู่ในฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมต่ำนั้น ไปลงคะแนนเสียงด้วยการปลุกกระดม (mobilized) เป็นสำคัญ หากใช้เพราะความสำนึกของตนเองไม่ ปัญหาต่อมาก็คือ ใครเป็นคนที่อิทธิพล สามารถชักจูงบุคคลเหล่านี้ไปใช้สิทธิลงคะแนนในการเลือกตั้ง คำตอบดังกล่าวนี้ ก็พอจะอธิบายได้ด้วย ทฤษฎีที่ว่าด้วยชนชั้นนำในชุมชน สำหรับกรณีของประเทศไทย ข้อมูลบ่งชี้ชัดเจนว่า กำนัน- ผู้ใหญ่บ้านคือผู้มีอิทธิพลอย่างสำคัญในการระดมประชาชนให้ไปใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง<sup>20</sup> และนอกจากกำนัน- ผู้ใหญ่บ้าน ซึ่งถือว่าเป็นชนชั้นนำในท้องถิ่นแล้ว ปัจจุบันนี้ผู้มีอิทธิพลในประเด็นนี้อย่างยิ่งก็คือบรรดา "หัวคะแนน" หรือบุคคลผู้ทำหน้าที่ในลักษณะของหัวคะแนน กล่าวคือ ผู้ที่ทำหน้าที่หาคะแนนเสียงจากประชาชนโดยทั่วไปให้กับผู้สมัครรับเลือกตั้งโดยวิธีการต่างๆ เช่น ชักจูงด้วยความสัมพันธ์ส่วนตัว ด้วยการจ่ายเงินซื้อเสียง ซื้อบัตรประชาชน ฯลฯ บุคคลผู้ทำหน้าที่เป็นหัวคะแนนนี้ ปกติแล้วก็คือ ชนชั้นนำในสังคม หรือชุมชนนั้นๆ กล่าวคือ เป็นบุคคลที่ประชาชนให้

<sup>20</sup> Samuel P. Huntington and Joan M. Nelson, No Easy Choice : Political Participant in Developing Countries (Cambridge : Harvard University Press, 1976). อ้างถึงใน จรรยา สุภาพ และพรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, เอกสารการวิจัยการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จังหวัดบุรีรัมย์ แทนตำแหน่งที่ว่าง 28 สิงหาคม 2526, หน้า 20-21.

ความเคารพนับถือ เกรงอกเกรงใจ ซึ่งนอกจากก้านั้น-ผู้ใหญ่นบ้านแล้ว ยังอาจหมายรวมถึง ข้าราชการส่วนภูมิภาค คือ นายอำเภอ ปลัดอำเภอ ทหาร เป็นต้น ข้าราชการส่วนท้องถิ่น คือ ครู ตำรวจ เจ้าหน้าที่สาธารณสุขอำเภอ ตำบล เป็นต้น และเจ้าหน้าที่เงินกู้ พ่อดำ เจ้ามือหวย- ใต้ดิน คหบดี คนสูงอายุ เหล่านี้เป็นต้น

ทฤษฎีชนชั้นนำ เมื่อนำมาปรับใช้เพื่อศึกษาสังคมไทย ทำให้นักวิชาการส่วนใหญ่ยอมรับว่า โครงสร้างอำนาจชุมชนของไทยมีลักษณะ เป็นปิรามิด คือ มีชนชั้นนำส่วนน้อยกลุ่มหนึ่งผูกขาด การใช้อำนาจตัดสินใจ โดยอาศัยปัจจัยที่มีอยู่อย่างได้ เปรียบคนส่วนใหญ่ในสังคม ซึ่งก็คือความได้เปรียบในด้านความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจนั่นเอง เป็นเครื่องมือครอบงำควบคุมส่วนใหญ่ในสังคม ทำให้คนส่วนใหญ่ในสังคมไม่มีส่วนร่วมใดๆ เลย ความเหลื่อมล้ำระหว่างกลุ่มคนภายในชุมชนนี้ นับว่าเป็นจุดอ่อนสำคัญของระบบประชาธิปไตยในท้องถิ่น รวมทั้งเป็นตัวกำหนดแบบแผนพฤติกรรม การลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในชุมชนด้วย<sup>21</sup> กล่าวคือ คนส่วนใหญ่ในสังคมจะถูกกระดมในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง โดยคนส่วนน้อยที่เป็นชนชั้นนำในชุมชน หรือบรรดาหัวคะแนนทั้งหลาย และชนชั้นนำเหล่านี้มักนิยมทำตัวเป็นหัวคะแนนให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่มีทุนทรัพย์มาก หรือผู้สมัครที่เป็นนักธุรกิจในปัจจุบัน

#### ทฤษฎีเกี่ยวกับระบบอุปถัมภ์

ทฤษฎีนี้ อธิบายว่า ความสัมพันธ์ทางสังคมและการเมืองของไทยเป็นความสัมพันธ์แบบผู้อุปถัมภ์กับผู้อยู่ใต้อุปถัมภ์ (patron-client relation) ระบบอุปถัมภ์ หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคน 2 สถานภาพ โดยฝ่ายที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมสูงกว่า (patrons) จะใช้อำนาจและปัจจัยต่างๆ ให้ความคุ้มครองต่ออีกฝ่ายหนึ่ง ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมต่ำกว่า (clients) ซึ่งฝ่ายหลังจะตอบแทนโดยการช่วยเหลือในเรื่องต่างๆ ไป และอุทิศตัวรับใช้ผู้อุปถัมภ์ ลักษณะดังกล่าวจะเห็นได้ว่า เป็นความสัมพันธ์ที่ไม่เสมอภาคกันในแนวนี้ความสัมพันธ์

<sup>21</sup> เพิ่มพงษ์ เชาวลิต และศรีสมภพ จิตรภิรมย์ศรี, หาคะแนนอย่างไรให้ได้เป็น ส.ส. (กรุงเทพมหานคร : พิมพ์วาด, 2531), หน้า 87.

แบบผู้อุปถัมภ์และผู้อยู่ใต้อุปถัมภ์ จึงเป็นการแลกเปลี่ยนที่ไม่เท่าเทียมกันระหว่างคนสองกลุ่ม ดังกล่าว คือ ความสัมพันธ์จะเป็นการตอบแทนบุญคุณกัน โดยผู้อุปถัมภ์จะไม่มัววัน เป็นหนี้บุญคุณของผู้อยู่ใต้อุปถัมภ์เลย ความสัมพันธ์เช่นนี้ถูกควบคุมด้วยกฎทางจริยธรรม เป็นส่วนใหญ่ เหมือนดัง สุภาษิตไทยที่ว่า "นายว่าขี้ข้าพลอย" "เดินตามหลังผู้ใหญ่หมาไม่กัด" "บุญทำกรรมแต่ง" "ความกตัญญูรู้คุณคน" หรือ "สิบพ่อค้าไม่เท่าหนึ่งพระยาเลี้ยง" ในอดีตเมื่อหลายสิบปีก่อน แต่ปัจจุบันนี้ ทั้งพระยา และพ่อค้ามหาเศรษฐีนับ เป็นชนชั้นผู้อุปถัมภ์ด้วยเหมือนกัน

ผู้อุปถัมภ์มักจะมีอภัยธิพล และทรัพยากรที่มีอยู่ให้บริการ หรือปกป้องคุ้มครองในลักษณะต่างๆ ต่อผู้อยู่ใต้อุปถัมภ์ ขณะที่อีกฝ่ายหนึ่ง คือผู้อยู่ใต้อุปถัมภ์จะต้องทำอะไรต่างๆ ตอบแทนความต้องการของผู้อุปถัมภ์ เป็นต้นว่า การช่วยเหลือในการต่อสู้ และการช่วยเหลือทางด้านการเมือง เช่น การลงคะแนนเสียงตามที่ผู้อุปถัมภ์ชี้แนะ หรือเป็นหัวคะแนนหาคะแนนเสียงให้ หรือให้ความช่วยเหลือในกรณีอื่นๆ อีกมากมาย<sup>22</sup>

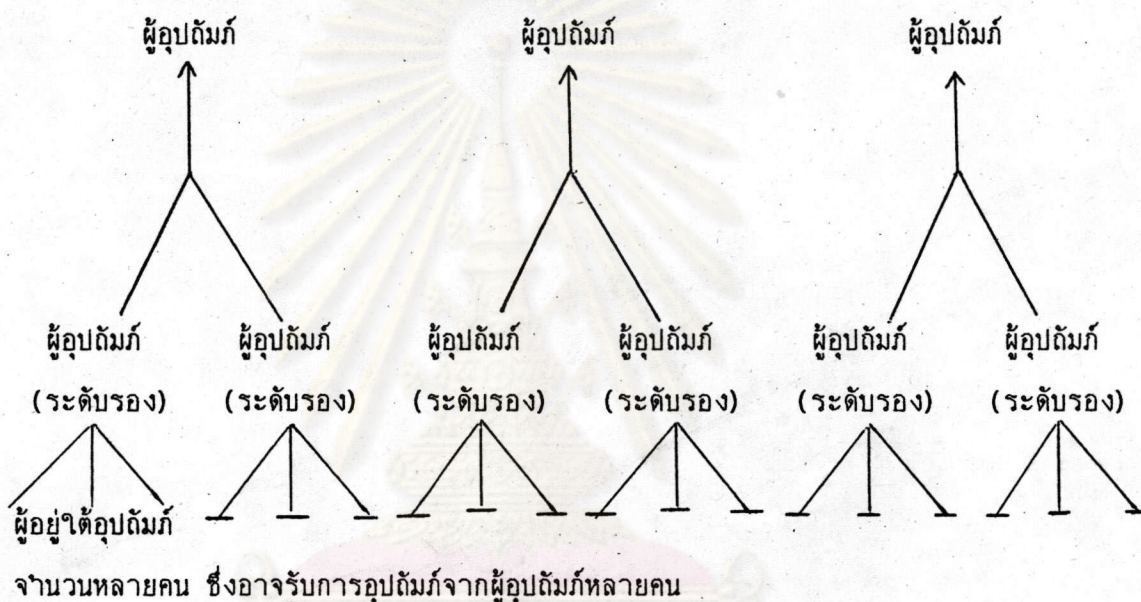
ในประเทศโลกที่สาม หรือประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลาย เช่น กรณีของฟิลิปปินส์ และเคนยาดังกล่าวแล้ว หรือแม้แต่ในประเทศไทย ระบบอุปถัมภ์จะมีอิทธิพลเข้มแข็งมากในสังคมหรือชุมชน เพราะในชุมชนต่างๆ จะมีคนกลุ่มเล็กๆ กลุ่มหนึ่งซึ่งมีจำนวนน้อย เป็นกลุ่มที่ได้เปรียบทางเศรษฐกิจ มีฐานะความเป็นอยู่ดีกว่าคนส่วนใหญ่ เพราะการกระจายรายได้ในประเทศยังไม่ดีพอ และไม่เป็นที่ราบกันอยู่โดยทั่วไป คนกลุ่มนี้จะใช้ความได้เปรียบดังกล่าวให้ความคุ้มครองและช่วยเหลือคนส่วนใหญ่ จนคนส่วนใหญ่ในชุมชนยอมเข้ามาอยู่ใต้อุปถัมภ์ ยอมทำตามที่ผู้อุปถัมภ์แนะนำ หรือชี้แนะอย่างขาดเหตุผล เพราะผู้อยู่ใต้อุปถัมภ์มักจะอยู่ในฐานะเสียเปรียบตลอดเวลา การสร้างระบบอุปถัมภ์ขึ้นในลักษณะนี้ มักสร้างได้ง่ายและใช้เวลาไม่นาน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง

<sup>22</sup> James C. Scott, "Patron-Client Politics and Social Change in Southeast Asia", American Political Science Review, Vol.66, No. 1 (March, 1972), p.97. อ้างถึงใน เพิ่มพงษ์ เชาวลิต และศรีสมภพ จิตรภิมย์ศรี, เรื่องเดียวกัน, หน้า 86.



หากผู้อุปถัมภ์มีฐานะทางการเงินดีมาก ในกระบวนการเลือกตั้ง ผู้มีเงินทุนหาเสียงจำนวนมากจะ  
ใช้เงินหาเสียงอย่างไม่มียึดจำกัดในแทบทุกวิถีทาง จึงอยู่ในฐานะผู้อุปถัมภ์ และมีโอกาสได้รับ  
คะแนนเสียงจำนวนมากด้วย

ระบบอุปถัมภ์ในสังคมไทย พอจะสามารถแสดงเป็นรูปโครงสร้างได้ดังนี้ คือ



รูปที่ 4 ระบบอุปถัมภ์ในสังคมไทย

ผู้อุปถัมภ์คนหนึ่งอาจมีผู้อยู่ใต้อุปถัมภ์จำนวนมากไม่แน่นอน และผู้อยู่ใต้อุปถัมภ์คนหนึ่งอาจยอมรับการอุปถัมภ์จากผู้อุปถัมภ์หลายคนในขณะเดียวกัน หรืออาจเปลี่ยนผู้อุปถัมภ์คนใหม่ได้ หรือสามารถจะยกตัวเองเป็นผู้อุปถัมภ์ระดับรอง คือ เป็นทั้งผู้อุปถัมภ์ และผู้รับอุปถัมภ์อยู่ใต้อุปถัมภ์อีกคนหนึ่งหรือหลายคนก็ได้ แต่ลักษณะความสัมพันธ์ต่อกันจะไม่เปลี่ยนแปลง กล่าวคือ ผู้อุปถัมภ์จะให้ความคุ้มครอง และความช่วยเหลือต่างๆ ขณะที่ผู้อยู่ใต้อุปถัมภ์ก็จะยอมทำตามคำแนะนำ หรือการชี้แนะของผู้อุปถัมภ์ หรือทำการช่วยเหลือผู้อุปถัมภ์ในเรื่องต่างๆ ทั้งในด้านสังคมและการเมือง เช่น การลงคะแนนเสียงเลือกตั้งตามผู้อุปถัมภ์ต้องการ เป็นต้น

### ทฤษฎีการแลกเปลี่ยน

ทฤษฎีนี้มากจากการทดลองของ B.F. Skinner ซึ่งทำให้ได้แนวความคิดที่ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ไม่แตกต่างจากสัตว์โลกชนิดอื่น ๆ กล่าวคือ จะคบหาสมาคมกันสนิทใกล้ชิดหรือไม่ ขึ้นอยู่กับการตอบสนองความต้องการ และทำประโยชน์ช่วยเหลือกันและกันมากน้อยแค่ไหนเพียงใด เช่น การที่นกเอี้ยงเกาะอยู่บนหลังควายได้ ขณะที่สัตว์อื่นบางชนิด เช่น หนู หรืออีแร้ง ทำเช่นนั้นไม่ได้ ก็เพราะนกเอี้ยงจะคอยช่วยจิกกินแมลง ที่มาเกาะรบกวนตามตัวของควาย เป็นการตอบแทนที่ควายให้อาศัยเกาะหลัง และคุ้มครองนกเอี้ยงด้วย หรือการที่เม่นทะเล ซึ่งมีขนแข็ง และมีอันตรายมาก ยอมให้ปลาตัวเล็กา ชนิดหนึ่งว่ายเข้าไปมาระหว่างขนของมันได้ ก็เพราะฝูงปลาดังกล่าวจะว่ายกินแพลงตอน หรือพืชหรือสัตว์เล็กา ที่เกาะอยู่ตามขนของเม่นทะเล เป็นการตอบแทน ขณะที่ฝูงปลาตัวเล็กา เหล่านี้ก็ได้รับการคุ้มครองจากเม่นทะเลด้วย ความใกล้ชิดช่วยเหลือกันและกันของสัตว์ต่างๆ ดังกล่าวนี้ นับเป็นลักษณะหนึ่งในการ แลกเปลี่ยนความช่วยเหลือกันและกันของสัตว์โลกมนุษย์เราก็เช่นกัน ความต้องการและผลประโยชน์นับว่าเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของคนที่อยู่รวมกัน และเมื่อมองกว้างออกไปในระดับสังคม จะเห็นกระบวนการปฏิสัมพันธ์ (interaction process) ของสังคมทั่วไป กระบวนการดังกล่าวนี้ คือ กระบวนการแห่งการแลกเปลี่ยนนั่นเอง

ตามแนวคิดนี้ ปฏิสัมพันธ์จะต้องมีโครงสร้างประกอบ และโครงสร้างทางสังคม ก็คือ โครงข่ายทางสังคม ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มของความสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน และปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันโดยโยงโครงข่าย และจะมีผู้กระทำ (actors) ตามตำแหน่ง บทบาท เพื่อสร้างความสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยนกับผู้กระทำหรือบุคคลอื่น ๆ ในสังคม และผู้กระทำจะเป็นเพียงจุดหนึ่งในโครงข่ายของความสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน (agents) ดังนั้น โครงข่ายของการแลกเปลี่ยน (exchange relation) ซึ่งจะต้องเป็นบุคคล หรือกลุ่มของความสัมพันธ์ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป

แนวความคิดในความสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยนดังกล่าว อาจแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ การแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจ และการแลกเปลี่ยนทางสังคม ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทำให้เรามองปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้กระทำสองฝ่ายว่า มีฝ่ายเริ่ม และฝ่ายตอบแทน มิได้มีเสีย เช่น การเข้าใจความสัมพันธ์ เช่นนี้ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเข้าใจสังคมโดยทั่วไป เพราะไม่ว่า

จะเป็นพฤติกรรมทางสังคมและทางการเมือง การปฏิสัมพันธ์ของการแลกเปลี่ยนจะต้องถูกกำหนด โดยรูปแบบนี้ทั้งสิ้น<sup>23</sup> และลักษณะของการแลกเปลี่ยนดังกล่าวนี้ ไม่ได้เป็นการแลกเปลี่ยนระหว่างปัจเจกบุคคลเท่านั้น หากแต่ขยายความไปถึงการกระทำหน้าที่ที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม ซึ่งถือว่าเป็น การแลกเปลี่ยนที่กว้างไกลออกไปในระดับสังคม (collectivistic orientation of society) และอาจนำมาศึกษาพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งได้ ประกอบทฤษฎีขั้นต้น นำ และทฤษฎีระบบอุปถัมภ์ดังกล่าวแล้ว เพราะการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์มีความสำคัญอย่างมาก ในพฤติกรรมการเลือกตั้ง<sup>24</sup> โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการเลือกตั้งยุคปัจจุบันของไทย ยกตัวอย่าง เช่น ผู้สมัครรับเลือกตั้งบางคนจะจัดตั้งตัวแทน หรือห้วคะแนนออกไปพบปะกับประชาชนในเขตเลือกตั้ง เพื่อหาคะแนนเสียงแทนตน ในลักษณะเช่นนี้ จะเกิดการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ระหว่างกันขึ้นกับความสัมพันธ์ของบุคคล 3 ฝ่ายดังกล่าว คือ ผู้สมัครรับเลือกตั้ง ตัวแทนหรือห้วคะแนนของผู้สมัคร และประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง ผู้สมัครรับเลือกตั้งอาจต้องจ่ายเงินจำนวนหนึ่ง หรือสิ่งของบางประเภท เช่น เครื่องอุปโภค บริโภค ซึ่งอาจเป็นอาหาร รถจักรยาน รถจักรยานยนต์ หรือรถยนต์ เป็นต้น ตอบแทนให้กับตัวแทนหรือห้วคะแนนของตน ขณะที่ตัวแทนหรือห้วคะแนนทั้งหลายต้องทำหน้าที่ตอบแทนผู้สมัครรับเลือกตั้ง โดยการหาคะแนนเสียงให้ นับตั้งแต่การออกไปพบพูดคุยกับผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง การควบคุมคะแนนเสียงในบางหน่วยเลือกตั้ง การโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรู้จักผู้สมัครรับเลือกตั้งอย่างกว้างขวาง ซึ่งนับว่าเป็นการกระทำที่เป็นผลประโยชน์ต่อผู้สมัครรับเลือกตั้งทั้งสิ้น ในขณะที่เดียวกันบรรดาห้วคะแนน ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแทนของผู้สมัคร ก็จะต้องตอบแทนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งซึ่งลงคะแนนเสียงเลือกตั้งให้กับ

<sup>23</sup> สมจิต ปัญาศักดิ์, "ชนชั้นนำ อำนาจและโครงสร้างอำนาจชุมชน - การศึกษาเปรียบเทียบสองหมู่บ้านในชนบทภาคเหนือ" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต แผนกวิชาการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2528), หน้า 181. และ Clark D. Neher, "Political Corruption in a Thai Province", The Journal of Development Areas (July 1977) : 480-481.

<sup>24</sup> เพิ่มพงษ์ เชาวลิต และศรีสมภพ จิตรภิรมย์ศรี, ห้วคะแนนอย่างไรให้ได้เป็น ส.ส., หน้า 88.

ผู้สมัครที่ตนทำงานหาเสียงให้ โดยการมอบเงินให้จำนวนหนึ่งหรืออาจเป็นข้าวของบางอย่าง เช่น น้ำปลา อาหารแห้ง หรืออื่นๆ ตามที่เห็นสมควร หรือตามที่ตกลงกันไว้ก่อนกับผู้สมัครรับเลือกตั้ง ดังนี้ จะเห็นได้ว่า การที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งจะสามารถได้รับการเลือกตั้ง หรือได้รับคะแนนเสียงจำนวนมากนั้น มักจะขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างผู้สมัครรับเลือกตั้งเอง บรรดาตัวแทนหรือหัวหน้าคะแนน และประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งโดยทั่วไป ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่ขึ้นอยู่กับการมีผลประโยชน์แลกเปลี่ยนตอบแทนกันและกัน กล่าวคือ ถ้ามีผลประโยชน์ตอบแทนกันมากจนพอใจ ความสัมพันธ์ก็เป็นไปด้วยดี แต่ถ้าผลประโยชน์แลกเปลี่ยนกันน้อย ความสัมพันธ์ก็อาจไม่ดี หรือห่างเหินไม่ราบรื่น

การแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ระหว่างผู้สมัครรับเลือกตั้ง และประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งซึ่งพอจะยกตัวอย่างให้เห็นชัดเจนในรูปแบบการตอบแทนการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ก็ได้แก่ การที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งแก้ปัญหาต่างๆ ให้กับประชาชน เช่น การติดต่อกับทางราชการแทนประชาชน การสร้างถนน สะพาน สิ่งสาธารณูปโภคต่างๆ ให้กับท้องถิ่น การวิ่งเต้นประกันตัวผู้ต้องหา ในคดีที่ประชาชนตกเป็นจำเลยบางคดี เช่น การพนัน การบุกรุกป่าสงวน เป็นต้น การกระทำต่างๆ ดังกล่าวนี้นี้ของผู้สมัครรับเลือกตั้ง นอกจากจะได้รับการยอมรับ และลงคะแนนเสียงตอบแทนจากประชาชนแล้ว ความสัมพันธ์ของผู้สมัครรับเลือกตั้ง และประชาชนโดยทั่วไป ยังมีลักษณะของความสัมพันธ์ระหว่างผู้อุปถัมภ์กับผู้รับการอุปถัมภ์ หรือระหว่างชนชั้นนำ และชนชั้นผู้ตามอยู่ด้วย กล่าวคือ ผู้สมัครรับเลือกตั้งนับว่าเป็นผู้อุปถัมภ์หรือชนชั้นนำในสังคม ในขณะที่ประชาชนโดยทั่วไป เป็นผู้รับการอุปถัมภ์หรือชนชั้นผู้ตาม

พิจารณาจากทั้ง 3 ทฤษฎีทางสังคมวิทยาการเมือง ที่ใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างคนในสังคมแล้ว จะเห็นว่า สังคมไทยเราในปัจจุบัน แม้จะมีความซับซ้อนมากขึ้น คนไทยสามารถเลื่อนฐานะทางสังคมของตัวเองได้ง่ายในหลายวิถีทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในด้านต่างๆ และจากการขยันขันแข็งทำมาหากินจนร่ำรวย และเลื่อนชั้น ตำแหน่งในทางราชการ เป็นต้น อันเป็นผลจากแรงผลักดันของการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม เมื่อ

ประชาชนเกิดการเรียนรู้ และรับเอาวัฒนธรรมต่างชาติเข้ามา<sup>25</sup> ก็ตามแต่ลักษณะของสังคมไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในชนบท ก็ยังมีการแบ่งชั้นกันอยู่ สามารถสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน กล่าวคือ มีการแบ่งกันเป็นเจ้านาย อันได้แก่ ข้าราชการฝ่ายต่างๆ ผู้หลักผู้ใหญ่ในชุมชน คือ พระสงฆ์ กำนัน-ผู้ใหญ่บ้าน คนสูงอายุที่ชาวบ้านเคารพนับถือ เหล่านี้นับว่าเป็นชนชั้นนำในชุมชน ส่วนประชาชนสามัญโดยทั่วไปก็นับว่าเป็นชนชั้นที่ต่ำกว่า และพวกเขามีความรู้สึกยอมรับ เช่นนี้ด้วย คือ ยอมรับการตัดสินใจของผู้นำในชุมชน ยอมรับปฏิบัติตามและให้ความร่วมมืออย่างดี

ยังมีความไม่เสมอภาคอยู่มากในหลายๆ ประเด็นในสังคมเล็กๆ เช่น ชนบทของไทยที่คนส่วนใหญ่ยังยากจน ต้องการศึกษา และขาดความรู้ความเข้าใจทางการเมืองระบอบประชาธิปไตยอย่างแท้จริง อานาจการตัดสินใจ และการได้รับผลประโยชน์จากการตัดสินใจจึงขึ้นอยู่กับชนชั้นนำต่างๆ ดังกล่าวมาแล้ว นอกจากนี้ ความสัมพันธ์ของคนทั้งสองชั้นก็มักเป็นไปในลักษณะการอุปถัมภ์ค้ำชูกัน หรือระบบอุปถัมภ์ เพราะชนชั้นนำในสังคมจะได้เปรียบในทุกๆ ด้าน โดยเฉพาะทางด้านเศรษฐกิจ ทำให้ชนชั้นนำอยู่ในฐานะผู้อุปถัมภ์ ส่วนชนชั้นที่ต่ำกว่าก็กลายเป็นผู้อยู่ใต้อุปถัมภ์ ยอมรับการตัดสินใจ และปฏิบัติตาม เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนจากการที่ได้รับการอุปถัมภ์ ตัวอย่าง เช่น เจ้าของที่ดินรายใหญ่ในชนบท อาจแบ่งที่ดินให้ชาวบ้านเช่าทำกิน แล้วแบ่งผลผลิตคนละครึ่ง หรือจ่ายค่าเช่าเป็นเงิน ลักษณะเช่นนี้ก็จะเป็นระบบอุปถัมภ์ขึ้น กล่าวคือ เจ้าของที่ดินอยู่ในฐานะผู้อุปถัมภ์ ส่วนผู้เช่าทำกินก็อยู่ในฐานะผู้อยู่ใต้อุปถัมภ์ ซึ่งได้รับผลประโยชน์จากการมีที่ดินทำกิน และต้องตอบแทนผู้ให้เช่า โดยการแบ่งผลผลิต หรือให้ค่าเช่า นอกฤดูทำนา ก็อาจมาช่วยงานอย่างอื่น ตามที่เจ้าของที่ดินไหว้วาน เช่น เลี้ยงไม้ ถางป่า ขุดดิน ปลูกบ้าน เป็นต้น และ

<sup>25</sup> โปรดดูรายละเอียดใน ปุสดี อากมานนท์, "ความสัมพันธ์ในความแตกต่างระหว่างชนชั้นในสังคมไทยของนิสิตคณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย" (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต แผนกวิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2520). และ ภิรพันธ์ อนุวัชศิริวงศ์, "อิทธิพลทางเศรษฐกิจ สังคม ประชากร และสื่อมวลชน ที่มีต่อการเลื่อนตำแหน่งทางสังคม : ศึกษาเฉพาะอำเภอธัญบุรีและอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี" (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต แผนกวิชาสังคมวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524).

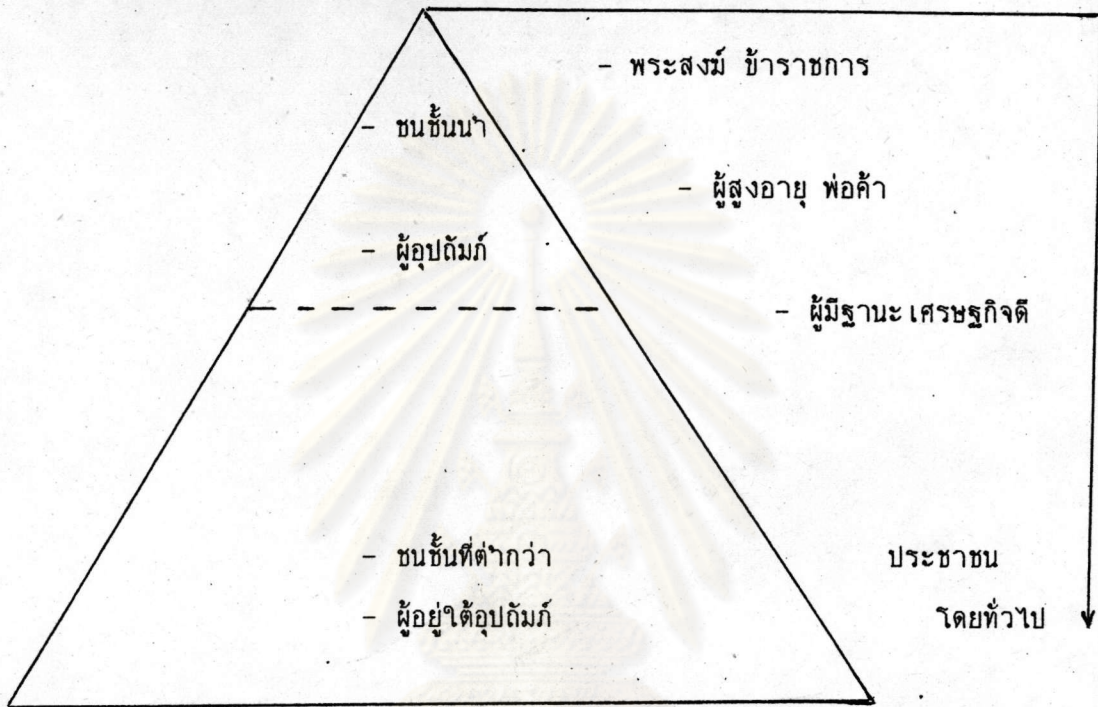
รวมถึงการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งให้กับบุคคลหนึ่งบุคคลใดที่ผู้อุปถัมภ์ หรือชนชั้นนำของร้องหรือชี้แนะด้วย หรือกรณีของเจ้าของโรงสี ซึ่งได้เปรียบชวามาในชนบทมาก ทั้งจากการตั้งราคาข้าวตามใจชอบ การขายปุ๋ยราคาแพง รวมทั้งการซื้อข้าวเปียก หรือซื้อข้าวก่อนฤดูเก็บเกี่ยว แล้วคิดดอกเบี้ยเป็นข้าวในอัตราค่อนข้างสูงเช่นกัน เจ้าของโรงสีได้ทั้งข้าวราคาถูก และได้ทั้งอิทธิพลที่มีเหนือชวามาทั้งหลาย ความสัมพันธ์ของคนไทยในชนบทดังกล่าว จึงนับว่า เป็นความสัมพันธ์สามแบบผสมกลมกลืนเข้าด้วยกันคือ

1. ความสัมพันธ์แบบชนชั้นนำ กับชนชั้นผู้ตาม
2. ความสัมพันธ์แบบผู้อุปถัมภ์ และผู้อยู่ใต้อุปถัมภ์ และ
3. ความสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ระหว่างกัน

สังคมไทย จึงเป็นสังคมของการคบหากันอย่างสนิทชิดเชื้อ ใช้ความสัมพันธ์กันเป็นส่วนตัวจึงสามารถจูงใจได้ง่าย ในกระบวนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครรับเลือกตั้งก็เช่นกัน การแถลงนโยบายหาเสียง (platform) จึงไม่ใช่ประเด็นสำคัญที่จะได้รับคะแนนเสียง หรือทำให้ประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเปลี่ยนใจได้ แต่ผู้สมัครที่มีเงินทุนจำนวนมาก และใช้ระบบหัวคะแนนซึ่งเป็นชนชั้นนำในชุมชน ที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับประชาชนในหน่วยเลือกตั้ง จึงสามารถระดมคนไปลงคะแนนเสียงได้ และสามารถชี้แนะให้ประชาชนเลือกผู้สมัครคนใดคนหนึ่งได้ โดยการให้เงินตอบแทน หรือแจกสิ่งของให้กับผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง เป็นการแลกเปลี่ยนกัน ผู้สมัครที่ได้เปรียบทางการเงิน อิทธิพล ชื่อเสียง จึงมักใช้การซื้อเสียง แจกสิ่งของต่างๆ เพราะสามารถประเมินจำนวนคะแนนที่ได้รับค่อนข้างแน่นอน ซึ่งวิธีการใช้ "เงิน" สร้างอำนาจบารมีให้ตัวเองให้ได้รับการยอมรับจากประชาชน เพื่อหวังผลชัยชนะจากการเลือกตั้งนั้น มีมาตั้งแต่การเลือกตั้งปี พ.ศ.2476 แล้ว และใช้กันมากขึ้นนับตั้งแต่การเลือกตั้งปี พ.ศ.2512 เป็นต้นมา<sup>26</sup>

<sup>26</sup> เพิ่มพงษ์ เชาวลิต และศรีสมภพ จิตรภิมย์ศรี, หาคะแนนอย่างไรให้ได้เป็น ส.ส., หน้า 51.

ทฤษฎีเกี่ยวกับชนชั้นนำ ระบบอุปถัมภ์กับผู้ใต้อุปถัมภ์ และระบบการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์กันดังกล่าวมานี้ นับว่าสอดคล้องกับความคิดของนักวิชาการตะวันตก เช่น ลাজারเฟลด์ และคนอื่น ๆ ดังกล่าวมาแล้ว และความสัมพันธ์ทั้ง 3 แบบนี้ สามารถสร้างเป็นแผนผังได้ดังนี้ คือ



รูปที่ 5 ชนชั้นนำ ระบบอุปถัมภ์ การแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ในสังคม

### 3) แนวความคิดเกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง

ต่อจากการพิจารณาถึงลักษณะความสัมพันธ์ของคนในสังคมดังกล่าวข้างต้นแล้ว ประเด็นที่จะพิจารณาในลำดับต่อไป ก็คือ บทบาทและวิธีการ หรือยุทธวิธีที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง เพื่อที่จะได้ทราบถึงแบบแผนโดยทั่วไป ที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งรณรงค์หาเสียง สร้างความนิยมชมชอบในหมู่ประชาชน โดยหวังจะได้รับคะแนนเสียงสนับสนุนจำนวนมากจนสามารถชนะการเลือกตั้ง

การศึกษาการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (House of Representatives) ของประเทศตะวันตก โดยทั่วไปนั้น ได้จัดแบ่งยุทธวิธีในการณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของบรรดาผู้สมัครรับเลือกตั้ง ซึ่งได้รับการพัฒนามาจากการเลือกตั้งในยุคก่อนๆ ไว้ 3 ลักษณะกว้างๆ คือ

1. การกำหนดกลุ่มผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งเป้าหมาย (targeting the electorate)
2. ประเด็นสำคัญที่ใช้รณรงค์หาเสียง เพื่อให้ได้รับการสนับสนุนจากประชาชน (campaign appeals)
3. การประมวลข่าวสารเพื่อใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง (information gathering in the campaign)

เกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนั้น ทั้งผู้ที่เป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรอยู่แล้ว (incumbents) และผู้สมัครแข่งขัน (challengers) มักจะทำการประเมินคะแนนนิยมของฝ่ายตนอยู่ตลอดเวลา เพื่อที่จะทราบถึงจุดอ่อนจุดแข็งของฝ่ายตนและคู่แข่งแล้วสามารถปรับปรุงยุทธวิธีในการหาเสียงให้เหมาะสมได้

สำหรับประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยหลักการแล้วแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ คือ กลุ่มประชาชนที่สนับสนุนพรรคที่ผู้สมัครสังกัด กลุ่มประชาชนที่ไม่สังกัดพรรค หรือกลุ่มอิสระ และกลุ่มประชาชนที่สนับสนุนพรรคคู่แข่ง จากการศึกษาโดยทั่วไป พบว่าร้อยละ 28 ของผู้จัดการหาเสียงเลือกตั้ง (managers) ที่ควบคุมดำเนินการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งให้กับผู้สมัครรับเลือกตั้งนั้น หวังคะแนนจากประชาชนกลุ่มแรก ร้อยละ 32 ของผู้จัดการหวังคะแนนจากกลุ่มที่สอง และร้อยละ 40 หวังจากการเปลี่ยนใจของประชาชนกลุ่มที่สาม แต่อย่างไรก็ตาม ในเขตเลือกตั้งแต่ละเขตก็มักมีพลังเจียบ หรือกลุ่มที่ไม่แสดงตัวชัดเจนนักรวมอยู่ด้วย ซึ่งผู้สมัครจะต้องค้นหาให้พบ ถ้าหวังเสียงสนับสนุนเพื่อให้ได้รับชัยชนะ<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Edie N. Goldenberg and Michael W. Traugott, Campaigning for Congress (Washington D.C. : Quarterly Inc., 1984), pp.47-54.



ประเด็นที่ใช้พรรคหาเสียงเลือกตั้งนั้น ผู้สมัครรับเลือกตั้งส่วนใหญ่มักใช้ทั้งแบบโจมตีจุดอ่อนของคู่ต่อสู้ และยกประเด็นความคิดสำคัญ หรือนโยบายที่น่าสนใจของฝ่ายตนขึ้นมากล่าวอ้างเพื่อเรียกร้องความสนับสนุน ส่วนการใช้ข้อมูลข่าวสารให้เป็นประโยชน์นั้น ก็มีความสำคัญต่อผู้สมัครรับเลือกตั้ง (candidates) อย่างยิ่ง ผู้สมัครจะอาศัยการสุ่มตัวอย่างเพื่อประมวลผลการออกเสียง (polls) เพื่อให้ทราบความนิยมของประชาชนต่อผู้สมัครในแต่ละช่วงเวลา<sup>28</sup>

กระบวนการหาเสียงเลือกตั้งที่เกี่ยวข้องกับผู้สมัครรับเลือกตั้งนั้น พิจารณาแบ่งออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ๆ คือ ตัวผู้สมัครรับเลือกตั้ง ผู้จัดการ (managers) ซึ่งรวมทั้งกลุ่มผู้ช่วยเหลือ ผู้สมัครในการหาเสียง และเขตเลือกตั้งที่ผู้สมัครจะลงแข่งขัน จากงานการศึกษาการเลือกตั้งหลายครั้งพบว่า เขตเลือกตั้งแต่ละเขตมีความแตกต่างกันมากมายทั้งในด้านพื้นที่ ประชากร และอื่นๆ เช่น เขตเลือกตั้งหนึ่ง มีพื้นที่เพียง 34 ตารางไมล์ แต่อีกเขตหนึ่งกลับมีพื้นที่ถึง 23,000 ตารางไมล์ เป็นต้น แม้จำนวนประชากรในแต่ละเขตเลือกตั้งจะมีอยู่เท่าๆ กัน คือ ประมาณ 5 แสนคน แต่ก็มิปัญหาความเป็นเมือง หรือความเจริญแตกต่างกันมากในแต่ละเขตเลือกตั้ง<sup>29</sup>

มีการจัดแบ่งคณะทำงานช่วยเหลือผู้สมัคร (staffs) ออกเป็น 6 ฝ่าย คือ ผู้จัดการเลือกตั้งฝ่ายกฎหมายหรือฝ่ายแนะนำปรึกษา ฝ่ายบัญชี ฝ่ายข่าว เทรนด์ และฝ่ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ หรือผู้อำนวยการด้านการสื่อสาร ซึ่งผู้ช่วยเหลือทั้ง 6 ฝ่ายนี้ มักจะได้รับเงินค่าจ้าง แม้ว่าเกือบทั้งหมดจะทำงานโดยการอาสาสมัครก็ตาม กลุ่มทำงานเหล่านี้มีแนวโน้มว่าจะเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ในปัจจุบัน เพราะสภาพการณ์ของการเลือกตั้งโดยทั่วไปมีความซับซ้อนขึ้น จึงต้องอาศัยผู้ที่มีความชำนาญแตกต่างกันหลายๆ ด้าน รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีต่างๆ ประกอบด้วย สำหรับผู้ที่ดำรงตำแหน่ง ส.ส. (incumbent) มักจะจ้างผู้จัดการ และฝ่ายทำงานเหล่านี้จากผู้มีความเชี่ยวชาญในการเลือกตั้ง กล่าวคือ ร้อยละ 80 ของอดีต ส.ส. จ้างผู้ที่ผ่านการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งมาแล้วถึง 7 ครั้ง หรือมากกว่านั้น ขณะที่ผู้สมัครแข่งขัน (challengers) มักจะจ่ายในรูปแบบค่าปรึกษาให้กับอาสาสมัครที่มาทำงานบางเวลา และเป็นประเภทที่มาทำงานด้วยใจรัก

<sup>28</sup> Ibid., pp. 54-56.

<sup>29</sup> Ibid., pp. 11-12.

หรือเป็นญาติมิตร เพื่อนฝูงของผู้สมัครเอง ซึ่งส่วนมากจะขาดประสบการณ์ทางการเมืองความแตกต่างในการใช้ยุทธวิธีหาเสียงระหว่างผู้ดำรงตำแหน่ง ส.ส. และผู้สมัครแข่งขัน\* เห็นได้ชัดเจนมากจากการใช้จ่ายเงินในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ หรือด้านการสื่อสารเพื่อหาเสียงทางหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ สองในสามของผู้ดำรงตำแหน่ง ส.ส. จะใช้จ่ายเงินในด้านนี้ ขณะที่ผู้สมัครแข่งขันน้อยกว่า 1/2 ของจำนวนทั้งหมด หรือร้อยละ 41 ทำตามวิธีนี้ ยกเว้นในเขตที่มีการแข่งขันสูง กล่าวคือ ไม่ใช่เขตปลอดภัยของพรรคใด ผู้สมัครรับเลือกตั้งทุกคนอาจมีโอกาสนะการเลือกตั้งได้ ค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆ จะมีความสำคัญกับผู้สมัครทุกคน เช่น ในด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์จะเพิ่มสูงถึงร้อยละ 81 และด้านการข่าวจะมีถึงร้อยละ 65 เช่นกัน<sup>30</sup>

โดยสรุปแล้ว การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ผู้ดำรงตำแหน่ง ส.ส. ซึ่งมีความพร้อมมากกว่า ทั้งในด้านความใกล้ชิด และมีผลงานในเขตเลือกตั้งเดิม มีกลุ่มผู้ร่วมงานและช่วยเหลือรณรงค์หาเสียงอย่างมีประสิทธิภาพ และใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างพร้อมเพรียงไปอย่างไม่จำกัด อีกทั้งยังลงสมัครในเขตเลือกตั้งที่ปลอดภัย คือ มีกลุ่มประชาชนที่สนับสนุนพรรคที่สังกัดอยู่เป็นจำนวนมาก มักจะได้รับการเลือกตั้งอีกครั้งหนึ่งมีจำนวนถึงหนึ่งในแปดของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั้งหมด ผู้ดำรงตำแหน่ง ส.ส. เหล่านี้ นับว่าเป็นนักการเมืองอาชีพ (careerists) เพราะได้รับการเลือกตั้งติดต่อกันหลายสมัยจะมีสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรหน้าใหม่เพียงไม่กี่คน และผู้ที่ฟังลงสมัครรับเลือกตั้ง เป็นครั้งแรกก็มีอยู่เพียงประมาณครึ่งหนึ่งของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรหน้าใหม่เหล่านี้ ผู้สมัครรับเลือกตั้งจะมีโอกาสได้รับชัยชนะเท่าเทียมกัน ก็แต่เฉพาะในเขตที่ไม่มีพรรคการเมืองใดได้รับความนิยมนอย่างเด่นชัดเท่านั้น ซึ่งเขตเลือกตั้งประเภทนี้เรียกว่า เขตเปิด (open) และผู้สมัครทุกคนจะทุ่มเทค่าใช้จ่ายหาเสียงในด้านต่างๆ กันอย่างเต็มที่<sup>31</sup>

\* โดยทั่วไปแล้ว แต่ละเขตเลือกตั้งในประเทศตะวันตก เช่น สหรัฐอเมริกา เป็นต้น จะมีผู้สมัครรับเลือกตั้งเพียงสองคน คือ อดีต ส.ส. ในเขตคนเก่าที่หมดวาระการดำรงตำแหน่งกับผู้สมัครแข่งขันจากพรรคใหญ่อีกพรรคหนึ่ง คือ ไม่พรรคเดโมแครท ก็เป็นพรรคริพับลิกัน ซึ่งต่างจากการเลือกตั้งของไทยที่มีผู้สมัครหลายคนจากหลายพรรคการเมืองในแต่ละเขตเลือกตั้ง

<sup>30</sup> Ibid., pp. 19-23.

<sup>31</sup> Ibid., pp. 19-21.

โดยปกติแล้ว ผู้สมัครที่ดำรงตำแหน่ง ส.ส. มักมีความใกล้ชิดกับเขตเลือกตั้ง มีผลงานในระหว่างดำรงตำแหน่งอยู่มาก และพยายามสนองต่อความต้องการของประชาชน จึงมักได้รับเลือกตั้งอีกครั้ง มีคะแนนเสียงกว่าร้อยละ 55 ของคะแนนเสียงทั้งหมด เพราะฉะนั้น ผู้สมัครคู่แข่ง โดยเฉพาอย่างยิ่งผู้สมัครรับเลือกตั้งหน้าใหม่ จะเผชิญกับการแข่งขันที่เสี่ยงมาก ต้องเผชิญกับปัญหา และความยากลำบากในการหาทุนมาใช้ในการหาเสียง อีกทั้งยังขาดคณะผู้ช่วยเหลือที่มีประสบการณ์และความสามารถในการรณรงค์หาเสียง และขาดผู้ช่วยหาเสียงที่มีประสบการณ์ด้วย<sup>32</sup>

โดยทั่วไปแล้ว พื้นฐานของผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรส่วนใหญ่ในประเทศตะวันตก มักมีลักษณะดังนี้คือ<sup>33</sup>

1. มีช่วงอายุตั้งแต่ 25-95 ปี
2. ส่วนใหญ่จะเป็นนักกฎหมาย เช่น สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร 39 คน ของรัฐนิวเจอร์ซีย์ เป็นผู้เคยผ่านการอบรมทางด้านกฎหมายมาถึง 27 คน เป็นต้น
3. อาชีพอื่น ๆ คือ ธุรกิจ และการธนาคาร จากแวดวงการศึกษาและการสอน การกลีกรรม และหนังสือพิมพ์
4. ในปี พ.ศ.2515 สมาชิกรัฐสภาเป็นคนผิวดำ 15 คน
5. เป็นสุภาพสตรี 85 คน และจากจำนวนนี้ 35 คน เป็นผู้ที่มีสามีเคยเป็นสมาชิกรัฐสภามาแล้ว
6. ส.ส. นอกจากนี้ เคยทำงานเกี่ยวข้องกับการเลือกตั้ง หรือเป็นนักการเมืองท้องถิ่นมาก่อน
7. บางคนก็มาจากตระกูลนักการเมือง เช่น แทพท์, สตีเวนสัน, โกลด์วอเตอร์ส เป็นต้น และ
8. อื่น ๆ จำนวนเล็กน้อย คือ ทหาร นักกีฬา ผู้สมัครหน้าใหม่

<sup>32</sup> โจเอล เอ็ม. พิชเชอร์, การรณรงค์หาเสียง สมาชิกสภาองเกรส คำสัญญาและอำนาจ, นพมาศ อีริเวคิน, ผู้แปล (กรุงเทพมหานคร : กรุงเทพมหานครการพิมพ์, 2523).

<sup>33</sup> เรื่องเดียวกัน, หน้า 3-5.

ในการเลือกตั้งนั้น โอกาสที่ผู้สมัครแข่งขันจะเอาชนะผู้ดำรงตำแหน่ง ส.ส. ได้ก็อาจจะมีเช่นกัน ถ้าหากบุคคลที่ประชาชนนิยมชมชอบมาปรากฏตัวสนับสนุนในการหาเสียงด้วย เช่น การอาศัยบารมีประธานาธิบดี นอกจากนี้จะได้รับคะแนนเสียงเพิ่มขึ้น ยังเพิ่มจำนวนคนที่มาลงคะแนนเสียงโดยทั่วไปด้วย

สำหรับยุทธวิธีที่ใช้ในการหาเสียง สามารถแบ่งออกเป็น 6 ประเภท คือ การรวบรวมข่าวสาร การเงิน บทบาทของผู้สมัครรับเลือกตั้ง สื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ แหล่งสนับสนุนองค์การเลือกตั้ง และการจัดองค์การหาเสียง<sup>34</sup> ซึ่งสามารถแยกพิจารณาในแต่ละประเภทได้ดังนี้ คือ

1. การรวบรวมข่าวสาร เป็นงานชิ้นแรกที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งต้องจัดทำ เพื่อนำมาปรับปรุงยุทธศาสตร์หาเสียงให้มีประสิทธิภาพ เพื่อชัยชนะขั้นต้นในการเลือกตั้ง และได้รับการเสนอชื่อจากพรรค ข่าวสารดังกล่าว ก็คือ แหล่งสนับสนุนผู้สมัครรับเลือกตั้งทั้งในด้านการเงินและผู้ช่วยเหลือข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเขตเลือกตั้งทุกด้าน กล่าวคือ องค์ประกอบทางด้านการเมือง สังคม เศรษฐกิจ สถิติเลือกตั้งในอดีต ข้อมูลในด้านผู้สมัครและพรรคตรงกันข้าม ตลอดจนถึงการหยั่งทัศนคติของสาธารณชนเพื่อทราบความนิยม ความสนใจ ความรู้สึกของประชาชนต่อผู้สมัครรับเลือกตั้ง และเพื่อทราบถึงปัญหาต่างๆ

พอดังประมาณปี พ.ศ. 2508 ร้อยละ 85 ของผู้ชนะการเลือกตั้งระดับวุฒิสภา และครึ่งหนึ่งของผู้ชนะการเลือกตั้งระดับสภาผู้แทนราษฎร ใช้ความช่วยเหลือจากบริการหยั่งความคิดเห็น แต่ค่าใช้จ่ายก็สูงเช่นกัน คือ อยู่ระหว่าง 1,000-50,000 ดอลลาร์สหรัฐ ผลการหยั่งเสียงจะช่วยให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งประเมินได้ว่า จะใช้ยุทธวิธีอย่างไรในการหาเสียง จึงจะทำให้

<sup>34</sup> เรื่องเดียวกัน, หน้า 6-22.

ประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งยอมรับตนเองมากที่สุด\* และหาวิธีให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ซึ่งมีท่าทีสนับสนุนตนเอง มาลงคะแนนเสียงให้มากที่สุดในวันเลือกตั้ง

2. การจัดองค์กรหาเสียง นักวางยุทธศาสตร์การหาเสียงสมัยใหม่ถือว่า การจัดตั้งองค์กรหาเสียงเป็น "แก่น" สำคัญทางการเมือง โครงสร้างของการจัดองค์กรหาเสียงนั้น หมายถึง คณะกรรมการบริหาร และผู้ช่วยในตำแหน่งสำคัญอื่นๆ รวมทั้งการหาเสียงที่ทำหน้าที่กระจายกิจกรรม แลส่งกำลังบำรุงในการหาเสียง การพบปะของคณะกรรมการฝ่ายต่างๆ การมี "สำนักอ่านรายการพรรคหาเสียง" ที่ผู้จัดการ และผู้สมัครรับเลือกตั้งใช้พบปะ ซึ่งตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม สะดวกในการเดินทางไปมา เป็นสถานที่น่าอยู่ น่าทำงาน มีบุคคลากร และอุปกรณ์สำนักงานพร้อม

3. การเงิน มีบางท่านให้ความหมายเชิงเปรียบเทียบว่า เงินเป็น "น้ำมันมารดาของการเมือง" การแข่งขันเลือกตั้งระดับสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ต้องใช้เงินตั้งแต่หนึ่งแสนถึงแสนห้าหมื่นดอลลาร์สหรัฐหรือมากกว่าสองล้านบาทขึ้นไป ส่วนการหาเสียงระดับวุฒิสภาในเขตเลือกตั้งที่มีประชากรอยู่เป็นจำนวนมากนั้น ต้องใช้เงินไม่ต่ำกว่าหนึ่งล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือกว่ายี่สิบล้านบาท ซึ่งนับเป็นจำนวนเงินที่มหาศาลมาก

ผู้จัดการในการรณรงค์หาเสียงอาชีพ (campaigning managers) มักแนะนำให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งใช้เงินครึ่งหนึ่งในด้านการศึกษามวลชน ส่วนอีกครึ่งหนึ่งนั้นใช้ในด้านอื่นๆ ดังนี้คือ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

\* ตัวอย่างเช่น กรณีของรองประธานาธิบดียอร์ช บุช แห่งพรรครีพับลิกัน ซึ่งมีคะแนนนิยมน่าจะไม่มีเคิล ดูคาคิส แห่งพรรคเดโมแครท ในการหยั่งทัศนคติประชาชนในตอนต้นเดือนตุลาคม 2531 จึงโหมโฆษณาทางโทรทัศน์โจมตีนายดูคาคิสในเรื่องต่างๆ ที่เป็นจุดอ่อนของนายดูคาคิสและเสนอแนวความคิดเด่นๆ ของตนขนานใหญ่

- ในทางโฆษณาและส่งเสริม ซึ่งรวมทั้งการส่งเอกสาร การปิดโปสเตอร์ การลงหนังสือพิมพ์ การออกวิทยุ โทรทัศน์ และค่าใช้จ่ายในการพิมพ์ใบปลิว ตลอดจนรูปถ่ายที่เกี่ยวข้อง ประมาณ 25,000 ดอลลาร์

- ใช้ที่สำนักงานใหญ่ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง 4,000 ดอลลาร์
- ใช้จ่ายผู้จัดการ และเจ้าหน้าที่ในศูนย์รณรงค์หาเสียง 11,000 ดอลลาร์
- สำหรับการเดินทาง และการหาเสียงของผู้สมัคร 2,500 ดอลลาร์
- ที่เหลือประมาณ 7,500 ดอลลาร์ ใช้สำหรับเหตุการณ์พิเศษ และกิจกรรมต่างๆ

ของพรรค

แต่ปกติแล้ว เห็นได้ชัดเจนว่า ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่ดำรงตำแหน่ง ส.ส. อยู่แล้ว (incumbents) จะได้เปรียบในหลาย ๆ ด้าน ทั้งการใช้จ่ายประโยชน์โดยไม่ต้องเสียค่าอากร เป็นผู้มีอิทธิพล และเป็นที่รู้จักของประชาชนอย่างกว้างขวาง ผู้สมัครแข่งขัน (challengers) จึงต้องจ่ายเงินมากกว่า

ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่ได้รับการเสนอชื่อจากพรรคแล้ว จะได้รับเงินช่วยเหลือจากพรรค จำนวนไม่แน่นอน ตั้งแต่เล็กน้อยจนถึงกว่าหมื่นดอลลาร์ นอกจากนี้ ผู้สมัครก็ได้รับเงินจากคณะกรรมการเกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงของสภาผู้แทนราษฎร และวุฒิสภาอีกด้วย และจากแหล่งอื่น ๆ เช่นจากคณะกรรมการเกี่ยวกับการศึกษาทางการเมือง และจากคณะกรรมการแห่งชาติ และการหาเงินจากในท้องถิ่นของผู้สมัครเอง ผู้สมัครหลายคนถึงกับต้องตกอยู่ในสภาพที่ต้องจ่ายเงิน ส่วนตัวอีกห้าหมื่น เหรียญสหรัฐหลังจากที่แพ้การเลือกตั้ง ผู้สมัครรับเลือกตั้ง เป็นครั้งแรกบางคน ถึงกับต้องประสบเคราะห์กรรมที่บ้านของเขาต้องถูกบริษัทประชาสัมพันธ์แห่งหนึ่ง และเจ้าหน้าที่ใน คณะทำงานช่วยหาเสียงของเขาหลายคนยึดไป<sup>๓๕</sup>

<sup>๓๕</sup> โจเอล เอ็ม. พิชเชอร์, "การรณรงค์หาเสียง สมาชิกสภาองเกรส คำสัญญา และอำนาจ", นพมาศ อีริเวคิน, ผู้แปล, หน้า 15.

4. บทบาทของผู้สมัครรับเลือกตั้ง สิ่งสำคัญที่สุดของผู้สมัครรับเลือกตั้ง ก็คือ ลักษณะ และวิธีการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้สมัครรับเลือกตั้งกับประชาชนที่มาลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง เป็นจุดสำคัญ ผู้สมัครอยู่ในฐานะผู้เสนอ "ขาย" ความคิด และคุณภาพที่มีอยู่ของตนเอง ต่อประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง หรือ "ผู้ซื้อ" ทั้งหมด

ประชาชนผู้จะลงคะแนนเสียงเลือกตั้งนั้น อยากรู้ได้ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่คล่อง มีความซื่อสัตย์ มีความเป็นผู้นำ และอดทน พร้อมกับต้องเป็นกันเอง และพร้อมที่จะรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น มีความเข้าใจในการแสดงออกในความรู้สึกของประชาชน และนอกจากนี้ ควรจะมีประสบการณ์ทางด้านการเมืองด้วย เพื่อที่จะมีกลเม็ดทางการเมืองได้ เรียบคู่แข่ง ผู้สมัครจะต้องพยายามสร้างภาพพจน์ที่ดีให้ปรากฏแก่สาธารณชนด้วย ตัวอย่างเช่น ผู้สมัครสภาผู้แทนราษฎรบางคน แสดงคำขวัญว่า "เลือกแล้วจะเห็นว่าทำจริง" พร้อมรูปภาพที่ผู้สมัครอยู่ในบรรยากาศที่พูดคุยกับเด็กในโบสถ์ และทางโทรทัศน์ จนชนะการเลือกตั้ง<sup>36</sup>

ผู้สมัครรับเลือกตั้งจะต้องแสดงถึงจุดยืนในนโยบายของตน และโจมตีจุดอ่อนของคู่แข่ง ซึ่งนับว่าเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการหาเสียง การไปพบกับประชาชนในที่ต่างๆ จะต้องมีการวางแผนเป็นอย่างดี และบางครั้ง การใช้ "หน้าม้า" ก็สามารถดึงฝูงชน และคนที่เดินผ่านไปมา ให้เข้ามาฟังได้ด้วย

5. สื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ ยุทธวิธีในการใช้มักถูกกำหนดโดยงบประมาณ การหาเสียง และการหาเสียงที่แพงที่สุดทางโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ก็อาจไม่ใช่การหาเสียงที่ได้ผลดีที่สุด ปัจจุบันนี้ ผู้สมัครรับเลือกตั้งเพื่อที่จะ เป็นสมาชิกรัฐสภานิยมจ้างบริษัทประชาสัมพันธ์ อาชีพมากขึ้น ในการจัดหาเสียงทั้งหมด หรือไม่ก็ใช้ช่วยแนะนำเกี่ยวกับการใช้บริการของสื่อมวลชน หรือไม่ก็ให้สำรวจประชามติ หรือเป็นที่ปรึกษาในยุทธศาสตร์การหาเสียงในเขตเลือกตั้ง

<sup>36</sup> เรื่องเดียวกัน, หน้า 16.

6. แหล่งสนับสนุนขององค์กร เลือกตั้ง ยิ่งผู้สมัครรับ เลือกตั้งมีจุดอ่อน เรื่องทุนทรัพย์ และความสามารถในการโฆษณาเพียงใด เขายังต้องพึ่งพาผู้ทำงานที่เป็นอาสาสมัครในหน่วยหาเสียงของเขามากขึ้นเท่านั้น พวกอาสาสมัครมีความสำคัญมาก เกี่ยวกับการติดต่อ เป็นการส่วนตัว กับผู้มีสิทธิออกเสียง เลือกตั้ง ตั้งแต่การไปหาเสียงตามบ้าน การติดต่อทางโทรศัพท์ การจัดส่งจดหมาย การจัดงานเลี้ยงน้ำชา การหาคนมาทำงานที่ศูนย์รณรงค์หาเสียง เลือกตั้ง การไปช่วยเลี้ยงเด็กชั่วคราว เพื่อให้คนอื่นมาทำงานสำคัญ หรือไปลงคะแนนเสียงได้ การขั้บรพาคคนลงคะแนนเสียงไปยังหน่วยเลือกตั้ง ตลอดจนการเฝ้าตู้ลงคะแนนเสียง เพื่อป้องกันการทุจริตในการลงคะแนนเสียง โดยเฉพาะอย่างยิ่งตอนใกล้วันเลือกตั้ง และตอนหาเสียง พวกนี้นับเป็นหน่วย "กู้ชีพชนะ" ให้กับผู้สมัครรับเลือกตั้งได้ โดยทั่วไปแล้ว พวกอาสาสมัครก็มีทั้งประเภทอุดมการณ์ และรับค่าจ้าง

กลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ ก็เช่นเดียวกัน ผู้สมัครรับเลือกตั้งต้องเอาใจใส่อย่างยิ่ง เพราะการสนับสนุนจากกลุ่มผลประโยชน์นั้นสำคัญมาก และการสนับสนุนจากกลุ่มพวกนี้ก็ยากที่จะได้รับ กลุ่มพวกนี้เป็นกลุ่มที่ให้การรับรอง เป็นกลุ่มที่มาฟังการหาเสียง เป็นพวกอาสาสมัครกลุ่มให้ทุก และให้โอกาสออกรายการสื่อมวลชนพิเศษด้วย

เหตุนี้ ผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นสมาชิกรัฐสภาจึงได้พัฒนาความคิดของตนเกี่ยวกับการเป็นผู้แทนจากประสบการณ์การหาเสียง ในการนี้ ผู้สมัครรับเลือกตั้งจะต้องพยายามทำให้สาธารณชนรู้จักเขามากขึ้น ขณะเดียวกันก็พยายามทำให้เห็นว่า ตนเองมีความเหมาะสมที่จะเป็นปากเป็นเสียงของประชาชน และเป็นผู้วางนโยบายของประเทศ ในการรณรงค์หาเสียงนั้น ผู้สมัครจะต้องพยายามจัดรวมกลุ่มผู้สนับสนุน และจัดตั้งเป็นองค์กรผู้สนับสนุนขึ้น หาทุนแถลงนโยบายที่ชัดเจนของตน และหาวิธีที่น่าดึงดูดใจเพิ่มขึ้นในการจัดการเกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งที่ทันสมัย การที่จะเป็นสมาชิกรัฐสภา ก็คือการหาเสียง และการหาเสียงนั้นก็ไม่ใช่ส่วนพิเศษในอาชีพ แต่เป็นส่วนประกอบจำเป็นในอาชีพของเขา การหาเสียงจะช่วยสอนนักการเมืองในเรื่องต่างๆ จึงไม่เป็นเรื่องแปลกที่สมาชิกรัฐสภาจะหาเสียงเป็นนิจสินในขณะที่ดำรงตำแหน่ง ทั้งนี้ เพราะการหาเสียงคือพื้นฐานของการเป็นผู้แทน และเป็นส่วนประกอบที่แยกไม่ได้ในงานของสมาชิกรัฐสภา



เมื่อพิจารณางานศึกษาการณรงค์หาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในประเทศไทย ตะวันตกมาแล้ว ก็ได้ข้อสังเกตว่า นอกจากตัวผู้สมัครเองที่จะต้องมีความพร้อมในทุกๆ ด้าน และเป็นผู้แสดงบทบาทที่สำคัญ มีการตัดสินใจที่ดีในการหาเสียงเลือกตั้งแล้ว ปัจจัยทางด้านเงินทุน และกลุ่มผู้ช่วยเหลือในด้านต่างๆ รวมไปถึงการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ก็นับว่า เป็นส่วนประกอบสำคัญต่อการหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งอย่างยิ่ง ผู้สมัครรับเลือกตั้งเกือบทั้งหมดจึงมักมีกลุ่มผู้ช่วยเหลือหาเสียง แต่จำนวนไม่น้อยแตกต่างกัน และเป็นกลุ่มที่มีความรู้และประสบการณ์มากน้อยต่างกันด้วย กล่าวคือ ผู้ที่เป็นอดีต ส.ส. ซึ่งได้เปรียบทั้งด้านความนิยม และชื่อเสียง อิทธิพลจะใช้กลุ่มอาชีพมาช่วยหาเสียง ขณะที่ผู้สมัครแข่งขันจำนวนมากจำเป็นต้องใช้กลุ่มอาสาสมัคร ญาติมิตรหรือเพื่อนฝูงมาช่วย เพราะข้อจำกัดทางด้านเงินทุน เป้าหมายสำคัญอย่างหนึ่งที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งทุกคนต้องการจะทำให้สำเร็จจากแรงงาน เงินทุน คน และทรัพยากรที่มีอยู่ ก็คือ ทำให้ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งในเขตเลือกตั้งรู้จักผู้สมัครมากที่สุดเท่าที่จะมากได้ โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ วิทยุโชนโยบาย และความคิดเห็นฯ และประวัติที่ดีงามของผู้สมัครจากการวางแผนงานอย่างเป็นขั้นตอนต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งจะได้ปรากฏตัวแสดงปรากฏภาพปราศรัย หรือให้สัมภาษณ์สื่อสารมวลชนอย่างกว้างขวางครอบคลุมทั้งเขตเลือกตั้ง

ดังนั้น ผู้สมัครที่มีความพร้อมในทุกๆ ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านทุนทรัพย์จึงใช้ยุทธวิธีทุกรูปแบบในการหาเสียง เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นต่อสาธารณชน รวมทั้งการโจมตีจุดอ่อนของคู่แข่ง เพื่อเปลี่ยนความนิยมในกลุ่มคนที่สนับสนุนพรรคตรงกันข้าม อย่างไรก็ตาม เพื่อให้เกิดความเข้าใจในบทบาทของการณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ของผู้สมัครรับเลือกตั้งของไทยได้เด่นชัดยิ่งขึ้น จึงได้นำเอาแนวความคิดของนักวิชาการไทยเรา รวมทั้งการศึกษาของผู้ที่มีประสบการณ์ในการหาเสียงมาพิจารณาไว้อีกส่วนหนึ่ง ซึ่งเป็นที่น่ายินดีที่ เริ่มมีผู้สนใจศึกษากันมากขึ้นในระยะหลังๆ นี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

งานการศึกษาการเลือกตั้งในประเทศไทยส่วนใหญ่พบว่า ผู้สมัครรับเลือกตั้งตัดสินใจ  
เข้าสังกัดพรรคการเมืองด้วยเหตุผลสำคัญๆ ดังนี้ คือ<sup>37</sup>

1. ต้องการเงินช่วยเหลือเพื่อใช้จ่ายในการหาเสียงเลือกตั้ง พรรคใดที่จ่ายเงิน  
ช่วยเหลือจำนวนมาก จะมีผู้สมัครเข้าสังกัดจำนวนมากด้วย
2. มีอุดมการณ์ทางการเมืองในแนวทางเดียวกัน
3. คนรู้จักแนะนำ เป็นลักษณะของการรู้จักกันเป็นการส่วนตัว
4. ตามความนิยมของคนในท้องถิ่นในบางยุคบางสมัย ยกตัวอย่างเช่น ในเขต  
กรุงเทพมหานคร ยุคแรกนิยมพรรคประชาธิปัตย์ ผู้สมัครในเขตกรุงเทพมหานครมักสมัครเข้าสังกัด  
พรรคประชาธิปัตย์ เป็นต้น
5. เข้าพรรคที่ดั่งใหม่ เพราะมักมีนโยบายและแนวทางในการหาเสียงที่เหมาะสมกับ  
สภาวการณ์ทางการเมืองมากกว่าพรรคเก่า ประชาชนก็สนใจพรรคใหม่ด้วยเช่นกัน เช่นกรณีพรรค  
พลังธรรม ซึ่งก่อตั้งมาจากกลุ่มรวมพลังในการเลือกตั้งทั่วไป 24 กรกฎาคม 2531 มีจำนวนผู้  
สมัครในนามพรรคทั่วประเทศมากที่สุดกว่าทุกพรรค คือ 318 คน<sup>38</sup>

ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่มีความพร้อมเพรียงทางด้าน  
ทรัพยากรทางการเมือง มักจัดทำ "ศูนย์ อำนวยการหาเสียงเลือกตั้ง" ขึ้นในเขตเลือกตั้ง อย่าง  
น้อย 1 แห่ง ซึ่งอาจเช่าสถานที่ หรือใช้บ้านญาติพี่น้อง หรือผู้สนับสนุนเป็นศูนย์กลางในการ  
ประสานงาน โดยจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น โทรศัพท์ ตู้เย็น เครื่องพิมพ์ดีด เป็น  
ต้น รวมทั้งเจ้าหน้าที่ประจำด้วย สำหรับขั้นตอนในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ผู้สมัครมักวาง  
แผนหาเสียง ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

<sup>37</sup> คมกริช วัฒนาเสถียร, ผู้แทนที่เด็ด ที่เด็ดผู้แทน (กรุงเทพมหานคร: บริษัทศรี  
สมบัติการพิมพ์จำกัด, 2527). และ ร.ท. จงกล ไกรฤกษ์, ศิลปะการเลือกตั้ง (ธนบุรี: เทพนิมิต  
การพิมพ์, 2511).

<sup>38</sup> ไทยรัฐ (27 กรกฎาคม 2531):5

(1) แผนการหาเสียงแบบประหยัด เหมาะกับผู้มีสิทธิ์ที่มีทรัพยากรทางการเมืองจำกัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้มีสิทธิ์หน้าใหม่ แผนการประเภทนี้ แม้จะใช้จ่ายเงินไม่มากแต่ก็ต้องใช้เงินในการทำใบปลิว และการว่าจ้างห้วคະແນหรือตัวแทนไว้ตามหน่วยเลือกตั้งที่สำคัญ แต่ส่วนใหญ่แล้วผู้มีสิทธิ์จะต้องเป็นผู้ทำหน้าที่ในการหาเสียงเองเกือบทุกอย่าง เช่น การไปพบปะประชาชน การปราศรัย เป็นต้น อย่างไรก็ตามแผนการหาเสียงประเภทนี้ มักไม่สามารถทำให้ผู้มีสิทธิ์ประสบความสำเร็จในการเลือกตั้ง กล่าวคือ ผู้มีสิทธิ์ที่ไม่ได้รับการเลือกตั้งส่วนใหญ่จะใช้แผนการหาเสียงแบบประหยัด เพราะข้อจำกัดในด้านทรัพยากรทางการเมือง

(2) แผนการหาเสียงเพื่อมุ่งหวังให้ได้รับการเลือกตั้ง ตรงกันข้ามกับแผนการหาเสียงประเภทแรก ผู้มีสิทธิ์ที่มีความพร้อมเพรียงทางการเมืองนิยมใช้แผนการหาเสียงประเภทนี้ โดยเริ่มตั้งแต่ตัวผู้มีสิทธิ์เองต้องเข้าไปทำความเข้าใจกับประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งชนชั้นนำในเขตเลือกตั้งไว้ก่อนการสมัครรับเลือกตั้งบริจาคเงินเพื่อการกุศล ตลอดจนการสร้างสาธารณะประโยชน์เพื่อให้ประชาชนรู้จักต่างๆ ทั้งเงิน และวัสดุในการหาเสียงจำนวนมาก ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งผู้มีสิทธิ์ต้องใช้วิธีการหาเสียงทุกวิถี ทั้งยุทธวิธีการจัดตั้งห้วคະແນให้ทั่วถึงทั้งเขตเลือกตั้ง การจ่ายเงินซื้อเสียง แจกสิ่งของต่างๆ ว่าจ้างรถยนต์ให้ขนคนไปยังหน่วยเลือกตั้งในวันเลือกตั้ง การรับฝากและให้สัญญาแก่ประชาชนต่างๆ ตามที่ประชาชนเรียกร้อง และวิธีการอื่นๆ ที่จะทำให้ได้รับคะแนนเสียงจากผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งมากที่สุด

โดยทั่วไปแล้ว ขั้นตอนในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้มีสิทธิ์ที่เลือกใช้แผนการหาเสียงประเภทนี้ จะแบ่งออกเป็น 3 ระยะเวลา คือ

ระยะแรก ผู้มีสิทธิ์ต้องเตรียมทุกอย่างให้พร้อม ทั้งคน วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ยานพาหนะ ตลอดจนเงินทุนในการหาเสียง โดยระดมผู้ช่วยเหลือออกไปติดโปสเตอร์ทั่วทั้งเขตเลือกตั้ง ใช้รถยนต์ตระเวนปราศรัยหาเสียงพบกับประชาชนแจกใบปลิว ทำการหาข่าวสารของผู้มีสิทธิ์คนอื่นในเขตเดียวกันแล้วประเมินคะแนนนิยมของตน

ระยะที่สอง จัดตั้งห้วคະແນให้ครบทุกหมู่บ้าน การติดตั้งแผ่นป้ายโฆษณาขนาดใหญ่และขนาดเล็ก ตลอดจนการติดโปสเตอร์ต้องเสร็จสิ้นแล้วในขณะนี้ ทำการประเมินความนิยมอีกครั้งหนึ่ง แล้วปรับยุทธวิธีในการหาเสียงให้เหมาะสมมากขึ้น โดยมีมุ่งเข้าหาชนชั้นนำในท้องถิ่น เข้าหากลุ่มเป้าหมายที่คาดว่าจะสนับสนุนผู้มีสิทธิ์ เช่น กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มพ่อค้า นักธุรกิจ เป็นต้น ระยะ

นี้ต้องจัดเตรียมยานพาหนะประเภทต่างๆ ทั้งรถยนต์ รถจักรยานยนต์ ได้สำหรับขนคนไปยังหน่วยเลือกตั้งในวันเลือกตั้งด้วย ระยะที่สองจะสิ้นสุดก่อนการเลือกตั้งประมาณ 15 วัน

ระยะสุดท้าย ประมาณ 15 วัน จนถึงวันเลือกตั้ง เป็นระยะตัดสินใจว่าผู้สมัครรับเลือกตั้งจะสามารถชนะการเลือกตั้งหรือไม่ ผู้สมัครจะต้องระดมทุกคน วัสดุอุปกรณ์ทุกอย่าง และโดยเฉพาะอย่างยิ่งเงิน จำนวนหลายแสนหรือหลายล้านบาท<sup>๓๙</sup> เพื่อจ่ายให้กับบรรดาหัวคะแนน และจ่ายให้กับประชาชนที่รับปากจะลงคะแนนเสียงให้ ตลอดจนการจัดตั้งหน่วยเฉพาะกิจไว้สะกดกัน การแจกเงินซื้อเสียงของผู้สมัครคู่แข่งด้วย

การใช้เงินซื้อเสียง เป็นยุทธวิธีสำคัญในการหาเสียงของแผนการเลือกตั้งประเภทนี้ ผู้สมัครรับเลือกตั้ง อาจใช้การซื้อเสียงแบบ "ปูพรม" คือซื้อเสียงทั่วทั้งเขตเลือกตั้ง บางครั้งจะซื้อตัวกรรมการประจำหน่วยเลือกตั้ง ตลอดจนข้าราชการที่เกี่ยวข้องกับการบริหารการเลือกตั้ง เพื่อให้ทุจริตในการเลือกตั้งช่วยเหลือผู้สมัครบางคนนิยมซื้อเสียงเป็นรายบุคคล โดยให้หัวคะแนนไปตกลงกับผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งตามบ้าน เรือน ราคาซื้อขายคะแนนเสียงก็มีอัตราแตกต่างกันตามแต่จะตกลงกันได้ คือมีราคาตั้งแต่ 5 บาท 10 บาท ไปจนถึง 100 บาท 200 บาท และอาจมีราคาสูงถึง 2,000 (สองพันบาท) ในบางพื้นที่<sup>๔๐</sup>

ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่มีทรัพยากรทางการเมืองจำกัด จึงไม่สามารถวางแผนหาเสียงในลักษณะดังกล่าวนี้ได้ ส่วนใหญ่จึงวางแผนหาเสียงด้วยวิธีการประหยัด โดยดำเนินการหาเสียงในวิธีการต่างๆ ด้วยตนเอง นับตั้งแต่การเดินทางออกไปพบประชาชนในเขตเลือกตั้ง การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านเครื่องขยายเสียง ตลอดจนการปราศรัยหาเสียง และแจกใบปลิว ซึ่งเป็นยุทธวิธีในการหาเสียงที่ขาดประสิทธิภาพอย่างยิ่ง เพราะไม่สามารถทำให้ประชาชนส่วนใหญ่สนใจ หรือเกิดความนิยมได้ในระยะเวลาอันสั้น ยิ่งกรณีที่เขตเลือกตั้งกว้างขวาง ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งยากจนต้องทำงานประกอบอาชีพเลี้ยงตัว เช่น ทานา ทำไร่ ไม่มี เวลามาสนใจในการเลือกตั้งเพียงพอ การหาเสียงโดยการปราศรัยก็ตี ติดโปสเตอร์และแจกใบปลิว ก็ยิ่งขาด

<sup>๓๙</sup> คมกริช วัฒนาเสถียร, ผู้แทนที่เด็ด ที่เด็ดผู้แทน, หน้า 192.

<sup>๔๐</sup> สมัคร สุนทรเวช, "มูมน้ำเงิน", เดลินิวส์ (5 สิงหาคม 2531), หน้า 5.

น้ำหนักในการจูงใจให้ประชาชนตัดสินใจเลือกผู้สมัครที่หาเสียงโดยวิธีการเช่นนี้ กล่าวคือ ขาด การสื่อสาร (media) อย่างใกล้ชิดระหว่างประชาชนกับผู้สมัคร ผู้สมัครไม่เป็นที่รู้จักของ ประชาชน ประชาชนจึงไม่ให้ความนิยมผู้สมัคร ทำให้ผู้สมัครได้รับคะแนนเสียงน้อย และไม่ได้รับ การเลือกตั้ง

ข้อที่น่าสังเกต เป็นอย่างยิ่งในยุทธวิธี หรือแผนการหาเสียงเลือกตั้งในงานศึกษาการ เลือกตั้ง ก็คือ "ระบบห้วคะแนน" เพราะแม้จะเป็นงานการศึกษาที่ต่างสมัยกันถึง 20 ปี แต่ หัวคะแนนก็มีบทบาทสำคัญในกระบวนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งตลอดมา และนับวันจะมีบทบาท ชับซ้อนมากยิ่งขึ้นในปัจจุบัน ถ้าเปรียบเทียบกับการศึกษาการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งในประเทศ ตะวันตก ของโกลเดน เบอริก และ เทาท์กอดด์ ดังกล่าวแล้ว กลุ่มหัวคะแนนของผู้สมัครแต่ละคน ก็คือ กลุ่มคณะทำงาน (staffs) ฝ่ายต่างๆ ซึ่งทำงานช่วยเหลือผู้สมัครอย่างเป็นทางการ และ ไม่เป็นทางการนั่นเอง เพราะสาเหตุว่าหัวคะแนนส่วนใหญ่ไม่ได้ประกาศตัวเอง และเป็นผู้วาง แผนแทนผู้สมัคร หรือเดินทางติดตามผู้สมัครตลอดเวลาหาเสียงเหมือนกลุ่มคณะทำงาน หัวคะแนน ในกระบวนการเลือกตั้งของไทยจึงสามารถทำงานอย่างอิสระ จะรับเป็นหัวคะแนนให้กับผู้รับ สมัครก็คนก็ได้ แต่เป้าหมายของคณะผู้ช่วยทำงานและหัวคะแนน ก็คือ การหาคะแนนเสียงให้กับ ผู้สมัครรับเลือกตั้งเหมือนกัน

อย่างไรก็ตาม ทั้งงานที่ศึกษาการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งในประเทศตะวันตก และใน ประเทศไทยดังกล่าวมาทั้งหมดนั้น สามารถประมวลสรุปถึงส่วนประกอบสำคัญในการรณรงค์หา เสียงเลือกตั้งของผู้รับเลือกตั้งแต่ละคนได้ 4 ส่วน คือ

1. ตัวผู้สมัครรับเลือกตั้ง หมายความว่ารวมถึง คุณสมบัติส่วนตัว รูปร่างหน้าตา บุคลิก ลักษณะ อาชีพ ความรู้ความสามารถ ความพร้อมทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ การตัดสินใจ การเลือกใช้คน ผู้สมัครรับเลือกตั้งแต่ละคนจะมีจุดอ่อนจุดแข็งไม่เหมือนกัน บางคนพูดเก่ง บาง คนฐานะดี บางคนมีความรู้ดี ซึ่งคุณสมบัติต่างๆ ที่ผู้สมัครมีอยู่จะต้องนำมาสร้างความนิยมทำให้เกิดขึ้น ในกลุ่มผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง หรือประชาชนโดยทั่วไป ประเด็นของผู้สมัครรับเลือกตั้งนี้ นับว่า มีความสำคัญมากที่สุดกว่าประเด็นอื่นๆ เพราะแม้ผู้สมัครบางคนจะมีเงินมากมายมหาศาลใช้เงินซื้อ เสียงหลายสิบล้านบาทก็อาจไม่ได้รับเลือกตั้งเพราะขาดคุณสมบัติส่วนตัวที่ดี เช่น ตัดสินใจไม่ดี ไม่มีความสามารถเพียงพอ หรือประชาชนไม่นิยมเพราะบุคลิกภาพไม่ดี เป็นต้น

2. ทรัพยากรที่ใช้ในการหาเสียงเลือกตั้ง ส่วนประกอบนั้นนับว่ามีความสำคัญไม่น้อยในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครแต่ละคน เพราะเป็นส่วนที่จะเสริมให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งโดดเด่นขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกระบวนการเลือกตั้งของไทย ซึ่งความสัมพันธ์ของคนในสังคมมีลักษณะชัดเจนในเรื่องของชนชั้นนำ - ชนชั้นผู้ตาม ระบบอุปถัมภ์ค้ำชู และการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ระหว่างคนในสังคมด้วยกันดังกล่าวแล้ว ทรัพยากรที่ใช้ในการหาเสียง หรืออาจเรียกว่า ทรัพยากรทางการเมืองนี้ สามารถแยกพิจารณาได้ ดังนี้คือ

2.1 เงิน ผู้สมัครรับเลือกตั้งจะต้องใช้เงินในการหาเสียงทุกคน จะน้อยจะมากก็แล้วแต่ความพร้อมและยุทธวิธีในการหาเสียงของแต่ละคน แต่มีแนวโน้มว่า ปัจจุบันจะต้องใช้จ่ายเงินในการหาเสียงมากขึ้นทุกครั้ง ถ้าต้องการให้ได้รับชัยชนะในการเลือกตั้ง และโดยปกติแล้วจำนวนเงินที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่มีความพร้อมมาก และหวังจะชนะการเลือกตั้งเหนือกว่าผู้แข่งขันคนอื่น ๆ การใช้จ่ายในการหาเสียงมักจะมีจำนวนเงินมากกว่าตามที่กฎหมายได้กำหนดไว้ คือ 350,000 บาทแทบทั้งสิ้น ซึ่งเป็นที่รู้กันโดยทั่วไป แต่กฎหมายก็ไม่สามารถเอาผิดผู้สมัครที่ใช้จ่ายเกินเหล่านั้น เพราะขาดพยานหลักฐานที่แน่ชัด และความไม่เอาใจใส่ของผู้รักษากฎหมายด้วยส่วนหนึ่ง

เหตุนี้ เงินจึงนับเป็นทรัพยากรสำคัญในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ในปัจจุบันมีเงินจำนวนมากก็มีความหวังที่จะได้รับเลือกตั้งมากด้วย และในทางตรงกันข้าม มีเงินน้อยก็มีความหวังน้อยเช่นกัน เงินนอกจากจะทำให้การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งคล่องตัว และเข้าถึงความต้องการของประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งในช่วงเวลาสั้น ๆ แล้ว ยังสามารถเรียกได้ว่าเป็น "บ้านมมารดาของการเมือง" ดังกล่าวแล้ว

2.2 คณะผู้ทำงานช่วยเหลือในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง นับตั้งแต่คนปิดโปสเตอร์แจกใบปลิว คนขับรถ คนครัวทำอาหาร ผู้ช่วยประกาศโฆษณา ไปจนถึงผู้จัดการวางแผนในการหาเสียง หัวคะแนน เขตเลือกตั้งใดมีพื้นที่กว้างขวาง มีปัญหาซับซ้อน คณะผู้ทำงานช่วยเหลือก็ยิ่งมีความจำเป็นมาก และดูเหมือนว่า คณะผู้ทำงานช่วยเหลือผู้สมัครนี้มีความจำเป็นยิ่งกว่าเงินเสียอีก เพราะถ้ามีผู้อาสาสมัครช่วยเหลือจำนวนมาก แม้จะไม่มีเงินก็อาจชนะการเลือกตั้งได้ ผิดกับการที่มีเงินมาก แต่หาผู้ช่วยเหลือไม่ได้ ก็อาจแพ้ได้เช่นกัน ยกตัวอย่างกรณีของ

พล ต.จำลอง ศรีเมือง ซึ่งได้รับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เมื่อปี พ.ศ.2528 ก็เพราะมีคณะผู้ทำงานช่วยเหลือโดยการอาสาสมัครเป็นจำนวนมากนั่นเอง

2.3 ยานพาหนะ หมายถึง ยานพาหนะทุกชนิดที่นำมาใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ซึ่งจะมีเป็นจำนวนมากน้อยเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับความจำเป็น และความพร้อมของผู้สมัครรับเลือกตั้งแต่ละคน บางคนอาจจะมียานพาหนะเก่าๆ เพียง 1 คัน ขณะที่ผู้สมัครบางคนมีรถทุกชนิดนับสิบๆ คัน ยานพาหนะจึงรวมถึง รถจักรยาน รถจักรยานยนต์ รถยนต์ รถบรรทุก และอื่นๆ ซึ่งอาจเป็นรถแทรกเตอร์ที่ผู้สมัครใช้ทำถนน เพื่อหาคะแนนนิยมด้วย

2.4 เทคโนโลยีสมัยใหม่ เป็นต้นว่า คอมพิวเตอร์ช่วยในการประมวลผล รวบรวมข้อมูล ซึ่งช่วยให้ผู้สมัครทำงานได้รวดเร็ว ตัดสินใจได้ง่าย หรืออย่างน้อยๆ ก็มีเครื่องเสียงดีทันสมัย เสียงดังกังวาน ทำให้สามารถปราศรัยในกลุ่มคนมาก ๆ ได้ การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งในประเทศตะวันตก หรือในอีกหลาย ๆ ประเทศในปัจจุบัน เทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคอมพิวเตอร์นับว่ามีบทบาททั้งต่อกลุ่มผู้สมัครรับเลือกตั้ง และฝ่ายที่รับผิดชอบบริหารการเลือกตั้ง เพราะการเลือกตั้งมีความสลับซับซ้อนมากขึ้น มีคนจำนวนมากที่มีสิทธิในการเลือกตั้ง การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่จะช่วยทำให้การเลือกตั้งเป็นไปด้วยความรวดเร็ว แน่นนอน และสามารถประกาศผลการเลือกตั้งภายในเวลาที่กำหนดไว้ เหตุนี้ เทคโนโลยีใหม่ ๆ จึงนับวันจะมีความสำคัญต่อผู้สมัครรับเลือกตั้งมากขึ้นในอนาคต

2.5 วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง นับตั้งแต่ดินสอ ปากกา กระดาษ พิมพ์ดีด โทรโข่ง วิทยุ โทรทัศน์ แผ่นประกาศโฆษณา คัดเอาท์ ตลอดจนจนถึงบทความหรือข้อเขียนที่ผู้สมัครส่งไปตีพิมพ์ในที่ต่างๆ หรือพิมพ์แจก เพื่อการหาเสียงโดยเฉพาะ วัสดุอุปกรณ์บางอย่าง เช่น ดินสอ ปากกา วิทยุ เป็นต้น ผู้สมัครรับเลือกตั้งเกือบทุกคนจะมีอยู่พร้อมเพื่อการหาเสียง แต่วัสดุอุปกรณ์บางอย่างอาจจะมีเฉพาะผู้สมัครบางคนเท่านั้น เช่น การจัดตั้งศูนย์อำนวยการเลือกตั้ง แล้วมีการเลี้ยงอาหาร และเครื่องดื่มบรรดาหวัคคะแนนและประชาชนทั่วไปในเขตเลือกตั้ง กรณีนี้ผู้สมัครจะต้องมีหม้อ กะทะ ถ้วย จาน ชาม แก้วน้ำ ช้อน

ล้อม ฯลฯ พร้อมอยู่ในศูนย์ฯ แต่สำหรับผู้สมัครรับเลือกตั้งที่ไม่จัดตั้งศูนย์อำนวยความสะดวกเลือกตั้ง แต่ตระเวนหาเสียงแบบคำาไหนอนนั้น ทิวก็กินข้าวแกง หรือขอข้าววัดกิน วัสดุอุปกรณ์พวกหม้อ กะทะ ดังกล่าวก็ไม่มีความเป็น

3. เขตเลือกตั้ง เมื่อผู้สมัครรับเลือกตั้งรู้จักตัวเองดีแล้ว ก็ต้องรู้จักเขตเลือกตั้งที่จะลงสมัครแข่งขันให้ดีด้วย การรู้จักเขตเลือกตั้งดังกล่าว หมายถึง รู้จักในด้านประวัติศาสตร์ ความเป็นมาในอดีต ประชากร การแบ่งประเภทตามวัย อาชีพ เพศ เป็นต้น พฤติกรรมการใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งครั้งก่อนๆ และแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในปัจจุบัน ลักษณะทางด้านภูมิศาสตร์ การแบ่งเขตการปกครอง วัฒนธรรมประเพณี พื้นฐานทางความคิด เศรษฐกิจของประชาชน ปัญหาสำคัญของเขตเลือกตั้ง หรือของทั้งจังหวัด หรือภูมิภาคโดยส่วนรวม โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาสำคัญ 2 - 3 ประเด็น รวมไปถึงชนชั้นนำในเขตเลือกตั้งทุกระดับ และผู้มีอิทธิพล บารมีมากที่สุด ตั้งแต่ระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอขึ้นไป ยิ่งผู้สมัครรับเลือกตั้งรู้จักสภาพแวดล้อมดังกล่าวในเขตเลือกตั้งละเอียดมากเพียงใด ก็ยิ่งเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนหรือจัดวางยุทธวิธีในการหาเสียงเลือกตั้งเพียงนั้น เพราะผู้สมัครสามารถกำหนดยุทธวิธีหาเสียงได้อย่างเหมาะสม ลำดับขั้นตอนอย่างดี และมีประสิทธิภาพ เข้าถึงความรู้สึกที่แท้จริง และตรงกับความต้องการของประชาชนในเขตเลือกตั้ง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ สามารถ "เกาะให้ถูกที่คัน" ได้นั่นเอง

เขตเลือกตั้งแต่ละเขตนับว่ามีความแตกต่างกันอย่างมากในรายละเอียดปลีกย่อย หรือแม้แต่จำนวนประชากร อาชีพ ฐานะความเป็นอยู่ หรือพื้นที่ของเขตเลือกตั้งก็ย่อมไม่เหมือนกัน ยิ่งในระดับจังหวัด หรือในระดับภูมิภาคแล้วก็ย่อมมีความแตกต่างกันมากขึ้น เช่น เขตเลือกตั้งในจังหวัดยโสธร มีอัตราร้อยละการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสูง แต่เขตเลือกตั้งกรุงเทพมหานครกลับมีอัตราร้อยละต่ำ ขณะเดียวกันความมีประสิทธิภาพในการที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งจะใช้เงินซื้อเสียงใน 2 จังหวัดดังกล่าวก็ย่อมมีความแตกต่างกันด้วย เป็นต้น



4. คู่แข่งขันคนสำคัญในเขตเลือกตั้ง การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งสมาชิกรัฐสภา และตำแหน่งประธานาธิบดีในสหรัฐอเมริกา ผู้สมัครรับเลือกตั้งคนใดมีจุดอ่อนมักถูกโจมตีจากคู่แข่งขันจนทำให้พ่ายแพ้การเลือกตั้งมาหลายราย เป็นต้นว่า ในการแข่งขันชิงตำแหน่งประธานาธิบดี อดีตประธานาธิบดีจะถูกคู่แข่งขันโจมตีข้อบกพร่องในเรื่องนโยบาย และการบริหารงานในช่วงเวลาที่ดำรงตำแหน่งเสมอ จนทำให้ประธานาธิบดีหลายคนไม่ได้รับเลือกตั้งเป็นประธานาธิบดีอีกเป็นสมัยที่สอง<sup>41</sup> ตัวอย่างเช่น กรณีระหว่างอดีตประธานาธิบดีจิมมี คาร์เตอร์ กับ นายโรนัลด์ เรแกน เมื่อปี พ.ศ.2523 ซึ่งนายเรแกนผู้ทำชิงโจมตีนโยบายสิทธิมนุษยชนของ คาร์เตอร์มาก เพราะทำให้สหรัฐอเมริกาอ่อนแอในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศและเรแกนก็ประสบความสำเร็จได้รับเลือกตั้งเป็นประธานาธิบดี หรือกรณีของนายแกรี ชาร์ท ผู้สมัครชิงตำแหน่งตัวแทนพรรคเดโมแครทเพื่อสมัครประธานาธิบดีในปี พ.ศ.2531 ก็ถูกโจมตีจากผู้สมัครคนอื่น ๆ และมีข่าวกระจายไปตามสื่อสารมวลชนทุกแขนงว่า นายชาร์ทมีสัมพันธ์สวาทลับๆ กับ นางแบบสาวสวยคนหนึ่ง จนทำให้นายชาร์ทซึ่งเป็นตัวเก็งว่าจะได้เป็นตัวแทนพรรคเดโมแครทต้องถอนตัวไป และครั้นกลับมาเสนอตัวใหม่ก็ไม่ได้ได้รับความนิยมเหมือนเดิม ต้องถอนตัวไปในที่สุด

การหาเสียงเลือกตั้งในประเทศไทย ก็มีการโจมตีผู้สมัครรับเลือกตั้ง หรือพรรคตรงข้ามซึ่งเป็นคู่แข่งขันอยู่เสมอ นับตั้งแต่การเลือกตั้งในอดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งถูกเรียกว่า "การสาตโคลน" เข้าใจกัน กล่าวคือ ไม่ว่าจะ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการหาเสียงหรือไม่ หรือมีมูลความจริงมากน้อยเพียงใด ผู้สมัครที่ใจกล้า ปากเก่งก็จะบุกคู้ย่นามมาโจมตีโดยไม่ละเว้น เป็นต้นว่า ผู้สมัครรับเลือกตั้งบางคนอาจถูกคู่แข่งขันโจมตีว่า มีจุกไม่สวย เป็นรูปขมพูผ่าซีก หรือบางคนถูกกล่าวหาว่าเป็นคอมมิวนิสต์ บางคนอาจถูกคู่แข่งขันโจมตี เรื่องส่วนตัวจนทำให้อับอายขายหน้าได้ เช่น การหาเสียงเลือกตั้งครั้งหนึ่งที่จังหวัดภูเก็ต ผู้สมัครรับเลือกตั้งซึ่งเป็นสุภาพสตรี

<sup>41</sup> John Kessel, Presidential Campaign Politics (Homewood, Illinois : Dorsey Press, 1980).

และมีเสียงตีในระยะแรกๆ ต้องสอบตก เพราะหยุดการหาเสียงกลางคัน เนื่องจากความอับอายที่ถูกคู่แข่งชั้นซึ่งเป็นผู้ชายชื่อ "นายสตาจค์" โจมตีว่า "อีแปะมีรูหรือจะสู้สตาจค์" เป็นต้น<sup>42</sup>

การที่เรารู้จักจุดอ่อนของผู้สมัครอื่นๆ ทำให้เราได้เปรียบในแนวทางการหาเสียง และในขณะที่เดียวกันก็สามารถแก้ไขจุดอ่อนของตัวเองได้ การรู้เขารู้เรา<sup>43</sup> เกี่ยวข้องกับการหาข่าวสารและอื่นๆ ยิ่งผู้สมัครแสวงหาข่าวสารมาก ยิ่งได้รับความรู้ในเรื่องต่างๆ มาก และยิ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้สมัครมาก เมื่อนำข้อมูลข่าวสารที่ได้มาแปรเปลี่ยนใช้อย่างถูกต้องวิธี

จะเห็นได้ว่า ส่วนประกอบทั้ง 4 ดังกล่าวแล้วมาแล้ว ต่างก็มีความสำคัญในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง และมีความจำเป็นที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งแต่ละคนจะต้องมี แต่อาจจะมีจำนวนมากน้อยแตกต่างกันออกไป ตามสภาพและความสามารถของแต่ละคน และเมื่อผู้สมัครมีส่วนประกอบทั้ง 4 ประเภทดังกล่าวครบถ้วนแล้ว ก็สามารถประเมินความพร้อมของตน และตัดสินใจเลือกยุทธวิธีหรือกลยุทธ์ในการหาเสียงได้ถูกต้องและเหมาะสมได้ ทั้งยังสามารถปรับเปลี่ยนยุทธวิธีในการหาเสียงให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆ ทางการเมืองได้อย่างดีอีกด้วย มีความหวังที่จะได้รับเลือกตั้งมากยิ่งขึ้น

เพื่อให้การศึกษานี้มีความสมบูรณ์ในด้านข้อมูล เนื้อหา และการวิเคราะห์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงได้นำแนวความคิด ทฤษฎีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) ซึ่งเป็นวิธีการศึกษาทางด้านสังคมวิทยาแนวใหม่ มาประกอบในการศึกษาด้วย กล่าวคือ ใช้วิธีการศึกษาทางด้านปรากฏการณ์วิทยาเป็นแนวในการศึกษา เรื่องนี้โดยตลอด ตั้งแต่การเก็บข้อมูลจากเอกสารการสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์ทั้งก่อนและหลังการเลือกตั้งแล้ว

<sup>42</sup> เกียรติ (นามแฝง), กลวิธีการเลือกตั้ง (กรุงเทพฯ : บริษัทประชุมช่างแห่งพิมพ์เรือใบ, 2511), หน้า 135.

ทฤษฎีปรากฏการณ์วิทยา มีหลักการสำคัญคือ ทฤษฎีนี้มุ่งมองชีวิตสังคมของมนุษย์ในสังคม โดยมองว่า มนุษย์เป็นผู้สร้างบริบทหรือสถานการณ์ขึ้น เพราะว่ามันมนุษย์เป็นส่วนหนึ่งของสภาพการณ์ หรือระเบียบสังคมนั้น การศึกษาทางปรากฏการณ์นิยมมักอาศัยเทคนิคการให้สมาชิกได้หยุดดำเนินชีวิตตามปกติชั่วคราว แล้วศึกษาพิจารณาให้แนวคิดที่ว่า ความจริงเรื่องนี้ควรเป็นเช่นไร สำคัญสำคัญของปรากฏการณ์นิยมที่เน้นเฉพาะการที่มนุษย์แต่ละคน และกลุ่มคนสร้าง หรือแสดงพฤติกรรมประจำวัน โดยวิธีให้มีการหยุดชะงักการดำเนินชีวิตสังคมไปชั่วคราวนี้ เรียกว่า มนุษยวิธี (ethnomethodology)<sup>43</sup>

นักปรากฏการณ์นิยม เชื่อว่า มนุษย์เป็นนักสร้างสรรค์ หรือเป็นผู้สร้าง คือ เป็นผู้มีความคิด ความอ่าน และกฎเกณฑ์ต่างๆ ทางสังคมก็จะเกิดจากเรื่องเล็กๆ ไปถึงเรื่องใหญ่ๆ รวมกันเข้าเป็นความแท้จริงทางสังคม เหตุนี้ มนุษย์จึงเป็นผู้สร้างสังคมขึ้น โดยการที่มนุษย์มีการกระทำระหว่างกันในชีวิตประจำวัน ดังนั้น ในแง่หนึ่งของปรากฏการณ์นิยม สังคมมนุษย์ก็คือ กลุ่มสถาบันของมนุษย์ที่มีการกระทำระหว่างกัน ให้ความหมายและสร้างสรรค์ขึ้น

ในแง่ของปรากฏการณ์นิยม วัตถุประสงค์ของสังคมวิทยา ก็คือ การศึกษาถึงการที่มนุษย์สร้างสังคมอันเป็นระเบียบ และวิธีการรักษาสังคมนั้นไว้ ปรากฏการณ์นิยมจึงมีต้นตอจากการศึกษาของ Max Weber ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ ศึกษาถึงความหมายภายในคือความรู้สึกนึกคิดของผู้กระทำว่า เขารู้สึกอย่างไรจึงได้ทำ ได้พูดเช่นนั้น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง ก็คือ แรงจูงใจที่ทำให้ เป็นมนุษย์มากกว่าจะเป็นเพียงร่างกายมนุษย์เท่านั้น

วิธีการศึกษาแบบนี้ ตรงกันข้ามกับวิธีการศึกษาแบบ positivism กล่าวคือ ขณะที่นัก positivists ศึกษาหาข้อเท็จจริง (facts) และสาเหตุต่างๆ (causes) โดยการตั้งคำถาม การประดิษฐ์ให้ได้ข้อมูลเชิงปริมาณ และการวิจัยทางประชากรศาสตร์ โดยพิสูจน์ทางสถิติถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ แต่นักปรากฏการณ์นิยม กลับใช้วิธีการศึกษาโดยการ

<sup>43</sup> สัญญา สัญญาวิวัฒน์, ทฤษฎีสังคมวิทยา เนื้อหาและแนวทางการใช้เบื้องต้น (กรุงเทพมหานคร : เจ้าพระยาการพิมพ์, 2531), หน้า 186-192.

สังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (participant observation) คือ เข้าสังเกตการณ์ใกล้ชิดทุกสภาพการณ์ และทุกระยะเวลา ซึ่งต้องสิ้นเปลืองกำลังแรงงานและเวลาอย่างมาก ประกอบกับการศึกษาจากเอกสารส่วนบุคคล และการสัมภาษณ์ที่ไม่มีแบบ (personal documents, unstructured interviewing) เพื่อให้ได้วัตถุดิบของบุคคลต่างๆ หรือสามารถเข้าใจทัศนคติ ความคิด และลักษณะต่างๆ ของแต่ละบุคคล ตลอดจนบันทึกชีวประวัติต่างๆ การตั้งคำถามก็เป็นชนิดปลายเปิด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ไม่สามารถสังเกตการณ์ได้โดยตรง

นักปรากฏการณ์นิยมจะใช้วิธีการศึกษาดังกล่าว เพื่อค้นหาความเข้าใจผ่านวิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ (qualitative) โดยวิธีการรวบรวมข้อมูลแบบพรรณนา ทำให้มองเห็นโลกเหมือนกับผู้กระทำเอง

วิธีการนำเอาทฤษฎีปรากฏการณ์วิทยามาใช้ประกอบการวิจัยเรื่องนี้ ก็คือ การที่ผู้วิจัยได้เข้าร่วมสังเกตการณ์อย่างใกล้ชิด ทั้งก่อน เลือกตั้งและหลังการเลือกตั้ง โดยได้ติดตามผู้สมัครรับเลือกตั้งหมายเลข 9 และคณะในเขตเลือกตั้งที่ 4 จังหวัดอุบลราชธานี ตลอดระยะเวลาเกือบ 50 วัน ได้รู้ได้เห็นพฤติกรรมของผู้สมัคร ได้ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกตั้ง โดยการสัมภาษณ์บุคคลหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้งในเขตเลือกตั้งดังกล่าวจำนวนมาก ซึ่งเป็นลักษณะของการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ หรือการตั้งคำถามโดยไม่มีรูปแบบ (unstructured interviewing) เพื่อให้ได้ข้อมูลโดยไม่จำกัด และเป็นข้อมูลที่ละเอียดลึกซึ้งด้วย

ผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีปรากฏการณ์วิทยา (phenomenology) ดังกล่าวเป็นแนวทางในการศึกษา ประกอบกับทฤษฎีขั้นต้น ทฤษฎีระบบอุปถัมภ์ดังกล่าวแล้ว เพื่อให้การศึกษานี้เป็นการศึกษาที่เจาะลึก ได้รายละเอียดข้อมูลจำนวนมากที่สุดเท่าที่จะมากได้ จึงคาดว่า ด้วยกรอบทฤษฎีและระเบียบวิธีการศึกษาดังกล่าวมาแล้วทั้งหมดนั้น ประกอบกับการวิจัยทางด้านเอกสารต่างๆ จะทำให้การวิจัยนี้ได้ผลสรุปจากการศึกษาที่น่าสนใจ และแปลกใหม่ เกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งได้ไม่มากนักน้อย

### ผลงานการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งในประเด็นของผู้สมัครรับเลือกตั้งในเชิงวิชาการจริงๆ นั้น ยังนับว่ามีจำนวนน้อยอยู่มาก ทั้งๆ ที่ประเทศไทยมีการเลือกตั้งมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2476 แล้ว และนักวิชาการทางด้านรัฐศาสตร์เองก็มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการเลือกตั้งมานานแล้วเช่นกัน การศึกษาเกี่ยวกับการเลือกตั้งส่วนใหญ่ จึงมักจะเน้นศึกษาพฤติกรรมของผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง การบริหารการเลือกตั้ง ศึกษาด้านตัวบทกฎหมายเกี่ยวกับการเลือกตั้ง ตลอดจนเรื่องของการรณรงค์หาเสียง เพื่อมุ่งหวังจะให้การเลือกตั้งบังเกิด "ความบริสุทธิ์ ยุติธรรม" ขึ้น มากกว่าที่จะเป็นการศึกษาในประเด็นที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งแสดงบทบาทในการหาเสียงเลือกตั้งโดยตรงดังกล่าว เหตุนี้ งานเขียนที่เกี่ยวข้องกับผู้สมัครรับเลือกตั้งนั้น มักจะเป็นการศึกษาถึงชีวประวัติ ทศนคติ ความคิดเห็นของนักการเมืองแต่ละท่าน หรือผู้อำนวยการเมืองเป็นคนเขียนเองก็มีเนื้อหาไปในแนวที่ผู้เขียนสนใจ หรือเขียนไปตามความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนโดยเฉพาะ

อย่างไรก็ตาม นับตั้งแต่มีงานเขียนของ ร.ท. จงกล ไกรฤกษ์ เมื่อปี พ.ศ. 2511 เป็นต้นมาแล้ว ก็ปรากฏว่ามีนักวิชาการ และผู้สนใจศึกษารณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครรับเลือกตั้งมากขึ้น เป็นต้นว่า งานเขียนของคมกริช วัฒนเสถียร ดังกล่าวมาแล้ว

ส่วนงานเขียนอื่นๆ ที่เกี่ยวกับกระบวนการหาเสียงเลือกตั้งนั้น จะได้กล่าวถึงตามลำดับ ดังต่อไปนี้ งานแรกเป็นการศึกษากระบวนการที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งดำเนินการหาเสียงหรือความเป็นไปของผู้สมัครรับเลือกตั้งโดยทั่วไป ตั้งแต่ก่อนการรณรงค์หาเสียง จนได้รับเลือกตั้งหรือว่าสอบตก งานเขียนนี้ได้พิมพ์ออกมาหลายครั้งแล้ว และน่าสนใจไม่น้อย ได้แก่งานของ เศรษฐพร คุศรีพิทักษ์<sup>44</sup> ซึ่งได้ข้อสรุปในการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการศึกษาของคมกริช วัฒนเสถียร มา กล่าวคือ ผู้เขียนมองถึงยุทธวิธีในการหาเสียงเลือกตั้งไปในด้านลบมากกว่าจะเป็นไปในเชิงบวก ผู้เขียนชี้ว่า ผู้สมัครรับเลือกตั้งต้องใช้จ่ายเงินจำนวนมากกว่าที่กฎหมายกำหนดไว้ จึงจะได้รับ

<sup>44</sup> เศรษฐพร คุศรีพิทักษ์, ถ้าอยากเป็นผู้แทน (กรุงเทพมหานคร : สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย, 2531).

เลือกตั้ง เศรษฐพรแทนค่าการใช้จ่ายเงินของผู้สมัครรับเลือกตั้ง ตั้งแต่ระดับท้องถิ่นถึงระดับชาติ อย่างคล่องจงใจในคำนำว่า "ส.จ. เงินหมิ่น ส.ท. เงินแสน ผู้แทนเงินล้าน" และได้แยกประเด็น ซึ่งเป็นแรงจูงใจให้ผู้คนลงสมัครรับเลือกตั้ง ดังนี้คือ

1. อุดมการณ์ เช่น อุดมการณ์เปลี่ยนแปลงสังคมตามลัทธิคอมมิวนิสต์
  2. ผู้เสียสละ มีอุดมคติรับใช้สังคม เช่นพวกแรก ซึ่งปรากฏว่า 2 พวกนี้มักจะไม่ได้รับเลือกตั้ง และมีจำนวนลดลงหลังการเลือกตั้ง
  3. อนุรักษ์ผลประโยชน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่มนักธุรกิจการค้า หวังรักษาผลประโยชน์ของตนเอง
  4. พระเจ้าเงินตรา หวังเงินเดือน และผลประโยชน์จากตำแหน่งทางการเมือง
  5. อาตมาเป็นใหญ่ในแผ่นดิน คือลักษณะส่วนใหญ่ของผู้สมัครรับเลือกตั้ง ซึ่งต่างก็คิดว่า ตนเองมีความสามารถมากกว่าคนอื่น
  6. อ่านาจวาสนา ได้ยศศักดิ์ ลาภสักการะ
  7. บุญชาติการ เป็นประเภทผู้ที่เคยมีอำนาจมาก่อน
  8. สิทธิพิเศษ ต้องการเอกสิทธิ์คุ้มครอง และความสะดวกในสังคม เพราะตำแหน่ง
- ส.ส.
9. ประสาท ประเภทที่มีการเลือกตั้งแล้วจะลงสมัครทุกครั้ง แม้รู้ว่าจะสอบตก
  10. ล้างแค้น เช่น ลาออกจากราชการมาสมัคร เพราะถูกผู้บังคับบัญชากดขี่ข่มเหง
  11. มือปืนรับจ้าง หวังเพียงค่าจ้างจากการที่พรรคการเมืองจ้างให้ลงสมัคร
  12. ล้างหนี้ ได้ เป็น ส.ส. แล้วคิดจะเสาะหาช่องทางทำมาหากิน
  13. อาชีพสุจริต ถ้าสอบได้ก็นับว่าสบายไป
  14. ปู่พื้น หวังผลในระยะยาว
  15. เกราะกันภัย ทำให้เกิดบารมี คนเกรงกลัว ไม่กล้ารังแก
  16. ทางออก เป็นวิธีที่ช่วยให้ลาออกจากราชการได้ง่าย
  17. บำเหน็จบำนาญ ลาออกจากราชการแล้ว ขอลับเข้ารับราชการใหม่หลังเลือกตั้ง
- เมื่อสอบตกและ
18. เล่นการเมือง

เศรษฐพร ได้อธิบายอย่างละเอียดถึงขั้นตอนต่างๆ ในการที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งกระทำการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง รวมทั้งการเลือกใช้ยุทธวิธีต่างๆ เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จ คือได้รับชนะในการเลือกตั้ง มีคะแนนมากกว่าผู้สมัครอื่น กล่าวคือ ผู้สมัครรับเลือกตั้งต้องเตรียมตัวเองให้พร้อมทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ เงินทุน วัสดุอุปกรณ์ซึ่งใช้ในการหาเสียง จัดตั้งศูนย์รณรงค์หาเสียงเลือกตั้งทำหน้าที่หาเสียงให้กับผู้สมัคร คล้ายคลึงกับหน้าที่ของผู้จัดการหาเสียง (campaigning managers) ดังที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งในสหรัฐอเมริกานิยมจัดทำดังกล่าวมาแล้ว ศูนย์รณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนี้ จะดำเนินการในการหาเสียงทุกอย่างตลอดระยะเวลาหาเสียง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การวางแผนอย่างละเอียดในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง การหาข่าวสาร ข้อมูลต่างๆ และจัดทำข่าวสารให้เป็นระบบ ประเมินผลความนิยมของประชาชนต่อฝ่ายตนและฝ่ายอื่น

สิ่งหนึ่งที่จะขาดเสียไม่ได้ ก็คือ "หัวคะแนน" ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะเป็นข้าราชการ พระสงฆ์ กำนัน-ผู้ใหญ่บ้าน นักการเมืองท้องถิ่น พ่อค้า คหบดี ตลอดจนนักเลงอันธพาลในท้องถิ่น โดยมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกหัวคะแนน ดังนี้

1. เป็นบุคคลสำคัญในท้องถิ่น
2. เป็นบุคคลที่มีฐานะครอบครัวดีพอสมควร
3. ชาวบ้านเคารพนับถือ เกรงใจ
4. มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง
5. มีตำแหน่งหน้าที่ทางการงานมั่นคง
6. เป็นผู้อาวุโสของหมู่บ้าน ตำบล หรืออำเภอ

นอกจากจะใช้ "หัวคะแนน" หากคะแนนเสียงแล้ว เศรษฐพรยังได้แนะนำว่า ผู้สมัครควรนำวิชาการสมัยใหม่มาใช้ร่วมด้วย คือ การใช้วิธีการทางสถิติ หรือการหยั่งเสียงโดยการสุ่มตัวอย่างหาข้อมูลเป็นระยะๆ เพื่อนำมาประเมินผลถึงความนิยมของประชาชน ผู้สมัครเองต้องออกเยี่ยมเยียนประชาชน ปราศรัยหาเสียง นามหรสพ เช่น ภาพยนตร์ ดนตรี หมอลำ ลิเก เป็นต้น ไปแสดงด้วย ในแผ่นปลิวที่พิมพ์แจกก็ควรเลือกใช้ถ้อยคำที่เก๋ไก๋น่าสนใจ เช่น คำว่า "อยากได้ผู้แทนดี ต้องเลือกเบอร์สี่ ห้า หก" หรือ "อยากได้ผู้แทนใจเด็ด ต้องเลือกเบอร์เจ็ด แปด เก้า"

เป็นต้น และในวันลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ผู้สมัครจะต้องจัดการยนต์เพื่อขนคนไปลงคะแนนเสียง เพราะนอกจากจะได้คะแนนนิยมจากประชาชนแล้ว ยังช่วยเพิ่มสถิติผู้มาใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งให้สูงขึ้น ตามที่ทางราชการต้องการด้วย

ส่วนยุทธวิธีหาเสียงที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย แต่สามารถได้รับคะแนนนิยมมากจนผู้สมัครได้รับเลือกตั้ง และเป็นที่นิยมทำกันมากสำหรับผู้สมัครที่หวังผลชัยชนะไว้สูง รวมทั้งเป็นผู้สมัครที่มีทุนทรัพย์มากนั้น เศรษฐพรก็ได้ให้คำแนะนำไว้หลายวิธี คือ การสร้างถนนให้กับหมู่บ้านต่างๆ ในเขตเลือกตั้ง การซื้อข้าราชการระดับต่างๆ เข้ามาเป็นพวก โดยการตั้งเงินเดือนให้ทุกคนรวมทั้งการซื้อกรรมกรในหน่วยเลือกตั้งด้วย นอกจากนี้ ก็คือ การซื้อบัตรประชาชน ซื้อคะแนนเสียงซึ่งนับว่าเป็นวิธีการที่ทันสมัยวิธีการหนึ่ง และใช้กันอย่างกว้างขวางมากในการหาเสียงเลือกตั้งในยุคปัจจุบันของไทย กล่าวคือ ผู้สมัครประเภท "เจ้าบุญทุ่ม" ต้องทำตัวเป็น "อธิบดีกรมทาง กรมการอุปการะคุณ พ่อเลี้ยง นักสังคมสงเคราะห์ และนักบุญ" ต้องใช้ยุทธวิธีทุกอย่างเพื่อสร้างบุญคุณให้เกิดขึ้นกับผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง ซึ่งก็คือการสร้างความสัมพันธ์ในรูปแบบผู้อุปถัมภ์กับผู้อยู่ใต้อุปถัมภ์นั่นเอง เพราะสภาพแวดล้อมทางสังคมของไทยมีลักษณะส่งเสริมให้เกิดความสัมพันธ์แบบนี้ง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าผู้สมัครรับเลือกตั้งมีเงินมาก สามารถใช้เงินซื้อความนิยมและการยอมรับจากประชาชนได้ในเวลาไม่นานนัก

ยุทธวิธีที่ค่อนข้างรุนแรง และเสียงมาก แต่เคยมีมาแล้วในประวัติศาสตร์การเลือกตั้งของการเมืองไทย เศรษฐพรได้แนะนำไว้สำหรับผู้สมัครที่ทุ่มทุกอย่าง เพื่อให้ได้รับชัยชนะในการเลือกตั้ง ได้เป็น ส.ส. ตามความต้องการ วิธีการต่างๆ ดังกล่าวนี้นี้ คือ การยกพลขึ้นบก หรือการย้ายคนของตนเข้าไปในเขตเลือกตั้ง หรือที่เรียกว่า "คะแนนผี" ซึ่งเป็นคะแนนที่มั่นใจว่าได้แน่นอน อีกวิธีหนึ่งก็คือ การใช้บัตรประชาชนปลอม รวมทั้งการใช้บัตรเหลืองแทนบัตรประชาชน เวียนเทียนกันลงคะแนน โดยความร่วมมือของเจ้าหน้าที่ หรือกรรมการในหน่วยเลือกตั้ง นอกจากนี้ก็ใช้ยุทธวิธีตัดคะแนนของคู่ต่อสู้โดยวิธีการหลายอย่าง เช่น การพนันขันท่อ การจ้างคนไปปาระ เปิดในหน่วยเลือกตั้งที่คู่ต่อสู้มีคะแนนนิยมมากกว่า ตลอดจนการจ้างมือปืนรับจ้างระดับอาชีพ หรือผู้สมัครประเภทหวังเงินค่าจ้างมาลงสมัครร่วมคณะ เพื่อให้ช่วยโจมตีคู่แข่งขันท่อโดยเฉพาะ รวมไปถึงการแจ้งจับหัวคะแนนฝ่ายตรงกันข้าม เพื่อทำให้คู่แข่งขันท่อปั่นป่วน และเพลี่ยงพล้ำในที่สุด เป็นต้น วิธีการอื่นๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมาแล้ว ซึ่งนิยมทำกันอย่างลับๆ ก็คือ การแจกเงินซื้อ



เสียงมากกว่าคู่แข่งอื่น เพื่อตัดไม้ข่มนาม การสร้าง "ไส้ศึก" ในกลุ่มฝ่ายตรงกันข้าม การทำลาย หัวคะแนนฝ่ายตรงกันข้าม การใช้อิทธิพลเวทมนตร์หรือที่เรียกว่า "การวางเพลิง" การยุยงให้ชาวบ้านไปเรียกร้องเงินทองต่อรองกับผู้สมัครประเภทเจ้าบุญทุ่มหน้าใหม่ เพื่อบ่อนทำลายเศรษฐกิจของกลุ่มการออกข่าวว่าผู้สมัครตัวเก็งตาย หรือทำไฟเย็น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงใกล้วันเลือกตั้ง เพราะจะทำให้ผู้ตกเป็นข่าวยากที่จะแก้ข่าว หรือกลับตัวทัน

นอกจากยุทธวิธีที่ค่อนข้างรุนแรง เสียง และสกปรกดังกล่าวแล้ว ผู้สมัครควรใช้สื่อสารมวลชนให้เป็นประโยชน์ด้วย และผู้สมัครเองควรมีปัจจัยเสริมในด้านอื่นๆ ประกอบ คือ สังกัด พรรคใด บารมีของตัวเองก็ต้องมีมากพอ คุณวุฒิสูง บุคลิกลักษณะเด่น เหล่านี้เป็นต้น และสุดท้าย เศรษฐกรมีข้อเสนอแนะเชิงห้ามปรามผู้สมัครว่า ไม่ควรผัดนัด เป็นอันขาด ไม่ควรเกี่ยวข้องกับผู้หญิงเกินสมควร และอาวุธปืนก็ควรระวังอย่างยิ่ง เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นเสมือนดาบสองคม สามารถให้ทั้งคุณและโทษได้ ผู้สมัครที่อยู่ฝ่ายรัฐบาลก็ต้องชมเชยนโยบายและผลงานของรัฐบาล ส่วนผู้สมัครที่อยู่ฝ่ายค้านก็ไม่ควรทำเช่นนั้น แต่จะต้องโจมตีข้อบกพร่องของฝ่ายรัฐบาล อย่างไรก็ตาม การหาเสียงเลือกตั้งก็เปรียบเสมือนทะเลเห่หมื่น ผู้สมัครรับเลือกตั้งทุกคนต้องแปดเปื้อน

งานเขียนเกี่ยวกับยุทธวิธีการหาเสียงเลือกตั้ง ของผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ซึ่งค่อนข้างจะมองในแง่ลบ เหมือนกับงานของ เศรษฐกร คูศรีพิทักษ์ ดังกล่าวแล้ว ก็คืองานของวิฑูรย์ วิริยะพันธ์<sup>45</sup> ศึกษาและรวบรวมยุทธวิธีที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งนับตั้งแต่อดีต ซึ่งเรียกว่า "วิธีการหาเสียงของผู้แทนน้ำเน่า" จนถึง "ผู้แทนยุคคอมพิวเตอร์" ที่ใช้เงินเป็นเครื่องมือนำสำคัญในการหาเสียงศึกษาเทคนิคกลโกงของหัวคะแนน และเทคนิคการหาเสียงเลือกตั้งแบบต่างๆ อย่างละเอียด

<sup>45</sup> โปรดดูรายละเอียดใน วิฑูรย์ วิริยะพันธ์, 108 ยุทธกลโกงในยุทธจักรเลือกตั้ง (กรุงเทพมหานคร : รุ่งแสงการพิมพ์, 2529).

เกี่ยวกับตัวผู้สมัครรับเลือกตั้งนั้น วิฑูรย์ได้แยกประเภทการหาเสียงของผู้แทนน้ำเน่ายุคเก่า เช่น กรณีของมหาแพง หรือพิกแพงกินได้ ซึ่งไม่เคยได้รับเลือกตั้งเลย กรณีของนายจำจรัส เนตร์ หรือน้ำดีแล ส.ส.หลายสมัย เป็นต้น ไว้หลายวิธี นับตั้งแต่ เชื่อดัวหาเสียง หาเสียงแบบอึ่งอ่างหรือประเภทแก๊กัน ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับที่ เศรษฐพรได้แบ่งประเภทไว้ เงินเล็กน้อย หาคะแนนสงสาร หรือผู้แทนคนยาก นักเลงการพนัน ผู้แทนเวทย์มนต์คาถา ผู้แทนประเภท "ก๊กก๊อก" สมัครผู้แทนเพื่อหาลาไป ไปจนถึง ผู้แทนปลาทุเค็ม หาเสียงโดยการแจกปลาทุ ส่วนผู้แทนยุคใหม่ หรือผู้แทนคอมพิวเตอร์ ก็มีวิธีการหาเสียงด้วยวิธีการแยบยลหลายวิธี เป็นต้นว่า ถ้าคู่ต่อสู้มีกำลังเงินมาก ก็ใช้วิธีอื่นตอบโต้ เช่น ใช้ไม้อ่อนอ่อนวอนขอความเห็นใจจากประชาชน เหมือนกรณีของนายสวัสดิ์ คำประกอบ แข่งกับนายบุญชู โรจนเสถียร ที่จังหวัดนครสวรรค์ เมื่อการเลือกตั้งทั่วไปปี พ.ศ.2529 นายสวัสดิ์ใช้คำขวัญในการหาเสียงว่า "รับเงินบุญชู เอ็นดูสวัสดิ์" เป็นต้น นอกจากนี้ บางคนก็หาคะแนนจากคอมพิวเตอร์ หรือการใช้วิธีการทางสถิติ ประเมินความนิยม ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่มีเงินมาจากกรุงเทพมหานคร ก็มองหาอดีต ส.ส.คนต่างจังหวัด เพื่อขอร่วมคณะด้วยแล้วรับเป็นผู้จ่ายเงินในการหาเสียงเอง บางคนสอดตกและหมดเงินไปหลายล้านบาท จนมีคำเรียกว่า "รูตมหาราช" บางคนก็ใช้วิธีการซื้อคะแนนเสียงแบบเหมาจ่าย คือ หัวะแนนอาสาหาคะแนนให้จำนวนเท่านั้น เท่านั้น โดยขอเงินตอบแทน และรับปากกัน เป็นสัญญาสุขภาพบุรุษ แต่ถ้าผลออกมาคะแนนได้น้อย หรือผู้จ่ายเงินสอดตก ก็อาจเกิดกรณียั้งทั้งหิวคะแนน หรือ "ใช้ปั๋ง" ได้ แต่ยุทธวิธีที่นิยมกันไม่น้อยในการหาเสียง คือ การเกาะชายผ้าเหลืองจนพระสงฆ์ต้องกลายเป็นหิวคะแนนที่สุด ที่ขาดไม่ได้ในการเลือกตั้งแต่ละครั้ง ก็คือ ผู้สมัครประเภทมือปิ่นรับจ้าง ซึ่งหวังค่าจ้างเล็กๆ น้อยๆ จากพรรคการเมือง บางคนก็สมัครเพราะหวังรวยจากเงินเดือนและตำแหน่ง และผู้สมัครบางคนก็สมัครในสังกัดพรรคการเมืองหลายพรรค กล่าวคือ ปี พ.ศ.2522 สังกัดพรรคประชาธิปัตย์ พอปี พ.ศ.2526 เข้าสังกัดพรรคกิจสังคม แต่ปี พ.ศ.2529 สังกัดพรรคชาติไทย ซึ่งอาจเรียกได้ว่าเป็นผู้สมัครประเภทเหยียบเรือหลายแคม

สำหรับกลเม็ดที่สำคัญในยุทธศาสตร์การหาเสียงนั้น การศึกษาของวิฑูรย์ ได้ข้อสรุปไปในลักษณะที่ว่า ผู้สมัครมักใช้กลเม็ดที่ค่อนข้างสปรก หรือผิดกฎหมาย เพื่อหวังจะได้ชัยชนะในการเลือกตั้ง เป็นต้นว่า จ้างคนไปโจมตีผู้สมัครคู่แข่ง หรือ "จ้างด่าลูกเดียว" และโจมตีผู้สมัครคนอื่นา ทุกคน วิธีการยับยั้งผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งซึ่งนิยมผู้สมัครคู่แข่ง โดยรับขนคนที่นิยมคู่แข่งไปตั้งในป่าลึกไกลๆ แทนที่จะนำไปที่หน่วยเลือกตั้ง การวางหมากลวงให้หลงเบอร์ก็เป็นกลเม็ดใน

การตัดคะแนนคู่แข่งขั้นที่สำคัญอีกวิธีหนึ่ง เช่น ส่งคนไปทุบประตูบ้านราษฎรกลางดึก ขณะชาวบ้านกำลังนอนพักผ่อน แล้วตะโกนว่า "อย่าลืมเบอร์ ... (ของคู่แข่งขั้น) นะครับ" เป็นต้น บางคนใช้วิธีการจ่ายเงินอย่างเดียว โดยไม่มีการปราศรัย หรือแม้แต่ปรากฏตัว เพราะสาเหตุจากพูดไม่เก่ง พูดไม่ชัด พูดภาษาท้องถิ่นไม่ได้ หรือไม่อยากเหนื่อย ฯลฯ ผู้สมัครบางคนก็อาสาทำถนน ไฟฟ้า น้ำประปา สิ่งสาธารณประโยชน์ให้กับท้องถิ่น บางคนก็ฉลาดแกมโกงหาเสียงร่วมโครงการรัฐบาลหลอกลวงชาวบ้านว่า ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา ตนเป็นคนผลักดันหรือเป็นคนสร้างเอง นอกจากนี้ก็มีการประมูลซื้อบัตรประชาชน การใช้ดารานักร้อง ตลก นักแสดง หรือแม้แต่หมวย ซึ่งเป็นบุคคลมีชื่อเสียงช่วยหาเสียง

การเลือกใช้ยุทธวิธีในการหาเสียงนั้น วิฑูรย์แนะนำว่า จะต้องใช้ทุกรูปแบบเพื่อให้ได้ความเชื่อถือศรัทธาจากประชาชน โดยทั่วไปแล้ว วิธีการเหล่านี้ก็คือ การปราศรัย ใช้กลุ่มผู้สนับสนุนช่วยหาเสียง เคาะประตูบ้าน ตีป้ายโฆษณา สร้างสาธารณประโยชน์ ตลอดจนจนถึงการศึกษาพื้นที่ในเขตเลือกตั้ง ศึกษาจุดอ่อน - จุดแข็งของคู่แข่งขั้นคนสำคัญ เข้าฟังบารมีนักการเมือง หรือผู้มีอิทธิพล วิธีการฝังตัวอยู่ในพื้นที่เพื่อหาเสียงใกล้ชิดและต่อเนื่อง การขัดขวางประชาชนในเขตเลือกตั้ง เข้าร่วมหุ้นทำกิจกรรมบางอย่างเพื่อประโยชน์ในการเลือกตั้ง การรู้จักอดทนอดกลั้นในระหว่างการหาเสียง การเรียงญาติให้ถูกกาลเทศะ และการที่จะต้องหมั่นรับปาก สาบานและให้คำมั่นสัญญากับประชาชน

สมบัติ จันทรวงศ์ ได้ศึกษาประเด็นของนักการเมือง หรือผู้สมัครรับเลือกตั้งโดยตรงในการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2529<sup>46</sup> โดยยึดหลักความจริงพื้นฐานที่ว่า ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่ประสบความสำเร็จ คือ ผู้ที่สามารถวิเคราะห์ความต้องการ ความรู้สึก ความหวัง ฯลฯ ของประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งได้ถูกต้องแล้วส่วนหนึ่งนั่นเอง กระบวนการศึกษานี้ จึงมุ่งเน้น

<sup>46</sup> โปรดดูรายละเอียดใน สมบัติ จันทรวงศ์, การเมืองเรื่องเลือกตั้ง : ศึกษาเฉพาะกรณีการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2529 (กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิการศึกษาประชาธิปไตยและการพัฒนา, 2530).

ในยุทธวิธีการหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งนับว่าเป็นการศึกษาที่น่าสนใจมาก โดยทำการสอบถาม สัมภาษณ์ และร่วมสังเกตการณ์ในหลายจังหวัดครบทั้ง 4 ภาค ซึ่งได้แก่ พิษณุโลก อุตรดิตถ์ ขอนแก่น อุรธานี ฉะเชิงเทรา สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช และปัตตานี

สมบัติกล่าวว่า การเลือกตั้งในระบอบประชาธิปไตยมีความสำคัญมาก ไม่เพียงแต่สร้างความชอบธรรมให้กับผู้ปกครอง หรือรูปแบบการปกครอง หรือไม่ได้เป็นแต่เพียงขบวนการที่เปิดโอกาสให้ประชาชน เข้ามามีส่วนร่วมทางการเมือง หรือเป็นการควบคุมให้ตัวแทนของประชาชน ต้องขึ้นอยู่กับประชาชน หรือเป็นการสืบทอดอำนาจของผู้มีตำแหน่งทางการเมืองโดยสันติวิธีเท่านั้น หากแต่การเลือกตั้งยังเป็นการสื่อสารติดต่อกัน ระหว่างผู้ปกครองและผู้อยู่ใต้ปกครอง เป็นกระบวนการกลมกลืนทางการเมืองที่สำคัญ เป็นโอกาสที่องค์กรต่างๆ ทางการเมืองจะได้เข้าไปสัมผัสปลุกเร้าประชาชนให้ใช้สิทธิที่จะเลือกทางออกให้แก่สังคม หรือไม่ใช่สิทธิดังกล่าวในความหมายที่แท้จริงก็ได้เช่นกัน<sup>47</sup> เหตุนี้ การเลือกตั้งจึงมีความหมายกว้างขวางถึงการที่ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งได้มีโอกาส เลือกโดยความคิดเห็นของพวกเขาอย่างแท้จริงโดยไม่มีอะไรแอบแฝง เพราะฉะนั้นถ้าพิจารณาตามความหมายนี้แล้ว ก็มีเพียงไม่กี่ประเภทที่เป็นการเลือกตั้งที่แท้จริง

สมบัติได้สรุปขั้นตอนยุทธวิธีการหาเสียงสำหรับผู้สมัครรับเลือกตั้งไว้เป็นลำดับว่า

1. การเลือกเขตเลือกตั้งในการลงสมัครรับเลือกตั้ง ซึ่งนับว่ามีความสำคัญมาก เพราะการที่จะได้รับเลือกตั้งหรือไม่ก็มิสาเหตุมาจากสภาพแวดล้อมของเขตเลือกตั้งด้วย นักการเมืองที่ผ่านการเลือกตั้งมานานหลายครั้ง อาจจะตัดสินใจเปลี่ยนเขตเลือกตั้งทันที เมื่อพิจารณาเห็นว่าสภาพแวดล้อมในเขตเลือกตั้งดั้งเดิม เป็นปฏิปักษ์ต่อตน ทั้งนี้ต้องพิจารณาถึงผู้สมัครคนอื่นในเขตเดียวกันประกอบด้วย

2. ต้องวางแผนหาเสียงระยะยาวอย่างรอบคอบรัดกุม ผู้สมัครบางคนวางแผนไว้ตั้งแต่เริ่มสนใจการเมือง บางคนวางแผนและดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง เป็นเวลาติดต่อกันนับสิบปี เช่น ข้าราชการบางคนเมื่อทำงานประจำอยู่ในพื้นที่ใด ก็พยายามสร้างผลงาน สร้างชื่อเสียงไว้พอถึงตอนลาออกจากราชการ ก็ลงสมัครรับเลือกตั้งในพื้นที่ที่ตนมีผลงานเด่นที่สุด กรณีของพล

<sup>47</sup> เรื่องเดียวกัน, หน้า 1.

เอกทนาย ลีลานนท์ อดีตแม่ทัพภาค 4 ซึ่งลาออกจากราชการไปสมัครรับเลือกตั้งในจังหวัดทางภาคใต้ เพราะนอกจากจะเป็นคนใต้แล้ว ยังมีผลงานเด่น คือ "ใต้ร่มเย็น" เมื่อสมัยรับราชการเป็นที่รู้จักและนิยมของประชาชนด้วย พลเอกอาทิตย์ กำลังเอก ลงสมัครรับเลือกตั้งในจังหวัดเลย ทั้งๆ ที่เป็นคนกรุงเทพมหานครโดยกำเนิด แต่เพราะเคยรับราชการ และมีผลงานเด่นที่จังหวัดเลยมาก่อน เหล่านี้เป็นต้น

สมบัติได้กำหนดยุทธศาสตร์การหาเสียง หรือยุทธวิธีที่ใช้กันขึ้นระหว่างการหาเสียงอย่างจริงจังราว 1 - 2 เดือน ไว้ดังนี้ คือ

1. การจัดองค์กรเพื่อการเลือกตั้ง หมายถึง ศูนย์รณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง และกลุ่มผู้ช่วยเหลือฝ่ายต่างๆ นั้นเอง องค์กรดังกล่าวจะทำหน้าที่วางแผน ประชาสัมพันธ์ จัดหาข่าว ตลอดจนการจัดการจัดหาเสบียงอาหาร เป็นต้น

2. การหาเสียง แบ่งกว้างๆ ได้เป็น 2 รูปแบบ คือ

ก. การหาเสียงแบบเปิดเผย คือ วิธีการหาเสียงที่ถูกต้องกฎหมาย ได้แก่ การใช้สิ่งพิมพ์และการประชาสัมพันธ์ การปราศรัยหาเสียง การเข้าถึงตัวผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง การใช้สื่อสารมวลชนในการหาเสียง ฯลฯ

ข. การหาเสียงโดยวิธีที่ไม่เปิดเผย เป็นวิธีการที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่มีทุนทรัพย์มาก และหวังจะได้รับชัยชนะในการเลือกตั้งนิยมใช้กันมากในปัจจุบัน แต่วิธีการนี้เป็นวิธีการที่ผิดกฎหมายเลือกตั้ง ซึ่งได้แก่ การใช้ผู้มีอิทธิพล และหัวคะแนนช่วยในการหาเสียง ด้วยการแจกเงินซื้อเสียง การใช้สิ่งของแลกเปลี่ยนกับการที่ผู้มีสิทธิออกเสียงลงคะแนนเสียงให้ การใช้หัวคะแนนระดับรอง หรือหัวคะแนนระดับล่างระดมประชาชนในหน่วยเลือกตั้งให้ไปใช้สิทธิเลือกตั้ง โดยมีของตอบแทน เป็นต้น

3. หัวคะแนนกับการรณรงค์หาเสียง เป็นกระบวนการในการหาเสียงที่เกี่ยวข้องกับการใช้เงินมหาศาล แต่สามารถควบคุมคะแนนเสียงได้ดีพอสมควร ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่มีเงินจ่ายในการหาเสียงจำนวนมากนิยมใช้ระบบหัวคะแนนนี้

4. พรรคการเมืองช่วยในการหาเสียง แม้พรรคจะมีบทบาทน้อยมากในการช่วยผู้สมัครในต่างจังหวัด แต่สำหรับพรรคการเมืองที่หัวหน้าพรรคมีชื่อเสียง หรือพรรคที่มีทุนทรัพย์ในการหาเสียงมาก อาจสามารถช่วยดึงคะแนนให้กับผู้สมัครได้มากเช่นกัน พรรคการเมืองช่วยผู้สมัครหาเสียงได้หลายวิธี เป็นต้นว่า การที่หัวหน้าพรรค และบุคคลสำคัญในพรรคไปช่วยปราศรัย

หาเสียงหรือไปช่วยแนะนำและฝากฝังผู้สมัครกับผู้มีอิทธิพลในเขตเลือกตั้ง หรือพรรคที่มีเงินมากก็ จะจ่ายเงินจำนวนมากช่วยผู้สมัครในการหาเสียง หรืออาจจะระดมผู้คนและอุปกรณ์ช่วยในการ หาเสียงทุกชนิดเป็น "ขบวนม้าเร็ว" ไปช่วยผู้สมัครในการหาเสียงด้วย

งานเขียนเชิงวิชาการเกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งที่น่าสนใจอีกเล่มหนึ่ง ซึ่ง เป็นการศึกษาของพิชัย เก้าสาราญ และคณะ<sup>48</sup> เกี่ยวกับกระบวนการหาเสียงเลือกตั้งและ ระบบหัวคะแนนของผู้สมัครรับเลือกตั้ง เช่นเดียวกับงานของสมบัติ จันทรวงศ์ ดังกล่าวมาแล้ว แต่ศึกษาเฉพาะในจังหวัดปัตตานี และเน้นศึกษาพรรคสหประชาชาติไทยเท่านั้น งานศึกษานี้ได้นำ ทฤษฎีจัดแบ่งประเภทของผู้สมัครรับเลือกตั้ง หรือนักการเมืองออกตามปัจจัยด้านแบบแผน วิชาชีพ ทางการเมือง และ ประสบการณ์ทางการเมือง มาทำการศึกษา ซึ่งสามารถแบ่งนักการเมือง อย่างกว้างๆ ได้ 4 ประเภทคือ

1. นักการเมืองสมัครเล่น (political amateurs) ผู้สมัครประเภทนี้เป็น นักผจญภัย และยืนอยู่บนหลักการมากกว่าความเป็นจริง
2. นักการเมืองผู้เริ่มต้น เป็นผู้สมัครประเภทที่หวังเลื่อนตำแหน่งทางการเมือง (political promotion) จากระดับองค์กรพรรค จากกลุ่มผลประโยชน์ หรือจากระดับท้องถิ่น สู่ตำแหน่งทางการเมืองระดับชาติ
3. นักรัฐสภา (parliamentarians) ประเภทนี้เป็นนักการเมืองเก่าแก่ และมัก จะต่อสู้ปกป้องรัฐสภา เพื่อความเป็นอิสระจากการแทรกแซงของฝ่ายบริหาร
4. นักการเมืองอาชีพ (professional politicians) เป็นพวกที่มีประสบการณ์ ทั้งในและนอกรัฐสภาเป็นอย่างดี ความชำนาญทางการเมืองเกิดจากสิ่งสมประสบการณ์มานาน<sup>49</sup>

<sup>48</sup> โปรดดูรายละเอียดใน พิชัย เก้าสาราญ และคณะ, การเลือกตั้งปัตตานี ปี 2529 : ศึกษาเฉพาะกรณีการหาเสียงระบบหัวคะแนน (กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิเพื่อการศึกษา ประชาธิปไตยและการพัฒนา, 2530).

<sup>49</sup> Chong Lim Kim and Samuel C. Patterson, "The Integration of Parliamentary Elites in Less Developed Countries", Political Elites and Social Change. อ้างถึงใน พิชัย เก้าสาราญ และคณะ, หน้า 24.

เมื่อนำหลักการทฤษฎีดังกล่าวมาพิจารณาประกอบกับปัจจัยทางด้านเงื่อนไขรัฐธรรมนูญ อิทธิพลอำนาจทางการเมือง ระบบหัวคะแนน ประสิทธิภาพทางการเมือง และแบบแผนการพัฒนาวิชาชีพทางการเมืองของผู้สมัครรับเลือกตั้งแล้ว พิชัยได้แบ่งผู้สมัครในการศึกษาครั้งนี้ออกเป็น 4 ประเภท คือ นักการเมืองอาชีพที่มีอิทธิพล (influential professional politicians) นักการเมืองอาชีพที่ไม่มีอิทธิพล (uninfluential professional politicians) นักการเมืองสมัครเล่น (political amateurs) และผู้ฉวยโอกาสทางการเมือง (political opportunists) จึงนับว่าเข้ากับลักษณะของผู้สมัครรับเลือกตั้งของไทยโดยทั่วไป และเป็นการจัดแบ่งประเภทที่คล้ายคลึงกับที่งานการศึกษาเรื่องอื่นๆ ดังกล่าวแล้วได้จัดแบ่งไว้

สำหรับกระบวนการหาเสียงเลือกตั้งในพื้นที่ที่ทำการศึกษานี้ พิชัยสรุปว่าค่อนข้างจะเจียบเหงานในด้านกาจัดรูปสเตอร์ การทำคัดเอาท์ งบประมาณ รวมทั้งการปราศรัยหาเสียง แต่การต่อสู้ที่ไม่เปิดเผย ที่ผู้ศึกษาเรียกว่า การต่อสู้ระหว่างอำนาจฝ่ายขาว (white power) ซึ่งได้แก่พรรคประชาธิปัตย์ กับอำนาจฝ่ายแดง (red power) คือพรรคสหประชาชาติไ้โดยนั้นแหลมคมมาก เพราะหัวหน้าคณะของผู้สมัครทั้งสองพรรคนี้เป็นนักการเมืองอาชีพที่มีอิทธิพลมานาน สำหรับการหาเสียงของนักการเมืองที่ไม่มีอิทธิพลพรรคอื่นๆ นอกเหนือจาก 2 พรรคดังกล่าวแล้วจะอาศัยแหล่งชุมชน และงานเทศกาลต่างๆ เป็นสถานที่หลักในการหาเสียง โดยการพูดจาปราศรัยกับประชาชน การหาเสียงของกลุ่มนี้มักขาดการวางแผนที่ดี และไม่มึระบบ ไม่มีกาจัดตั้งหัวคะแนน และขาดการสื่อ (media) ที่สำคัญ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ในท้องถิ่น ทำให้การหาเสียงขาดประสิทธิภาพ ผิดกับนักการเมืองที่มีอิทธิพลจะมีการวางแผนอย่างดี และพร้อมอยู่ตลอดเวลาในการหาเสียง มีข้อมูลข่าวสารต่างๆ ครบครัน รวมทั้งมีการจัดองค์กรหัวคะแนน และมีกลุ่มอิทธิพลสนับสนุนอย่างพร้อมเพรียงด้วย และที่สำคัญ นักการเมืองอิทธิพลจะใช้เงินและเทคนิคต่างๆ ำให้เป็นประโยชน์อย่างกว้างขวาง เป็นต้นว่า การเวียนเทียนลงคะแนน การโกงโดยการนับคะแนนในหน่วยเลือกตั้งในพื้นที่ของกลุ่มผู้มีอิทธิพล และการใช้เงินซื้อเสียง เป็นต้น ผลการเลือกตั้งเมื่อ 27 กรกฎาคม 2529 ในเขตพื้นที่ที่ทำการศึกษานี้ จึงปรากฏว่า ผู้สมัครที่ได้รับเลือกตั้งอันดับที่ 1 และ 2 เป็นผู้สมัครพรรคประชาธิปัตย์ และอันดับที่ 3 เป็นผู้สมัครพรรคสหประชาชาติไทย

นอกเหนือจากงานที่ศึกษาประเด็นในด้านผู้สมัครรับเลือกตั้งดังกล่าวแล้ว ก็มีการศึกษาด้านอื่น ๆ ในลักษณะที่ใกล้เคียงกันอีกหลายเล่ม เช่น งานรวบรวมความคิดเห็นของนักการเมืองที่รวบรวมโดย ไหม รัทหนู และธวัชชัย ไพจิตร<sup>50</sup> และผลงานของ พ.ต.ต.อนันต์ เสนาพันธ์<sup>51</sup> เป็นต้น ซึ่งได้ข้อสรุปในประเด็นที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งใช้วิธีการหาเสียงสร้างความนิยมในเขตเลือกตั้ง โดยวิธีการที่ได้ผลมากที่สุด คือ ต้องใช้จ่ายเงินในการหาเสียงที่ผิดกฎหมายจำนวนมาก มากกว่าที่กฎหมายกำหนดไว้

พิจารณาจากแนวความคิดเกี่ยวกับการเลือกตั้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ซึ่งการตัดสินใจเลือกตั้งของบุคคลเป็นไปตามฐานะทางสังคมของแต่ละคน ไม่ใช่เพราะประเด็นปัญหาทางการเมืองที่ใช้ เป็นนโยบายในการหาเสียงเลือกตั้งแต่อย่างใด และผู้มีสิทธิเลือกตั้งมักไปใช้สิทธิเลือกตั้งโดยถูกกระดม (mobilized) จากเจ้าหน้าที่ราชการส่วนหนึ่งด้วย แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับชนชั้นนำ ระบบอุปถัมภ์ ตลอดจนการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมทางการเมืองของคนไทย ที่ยึดถือตัวบุคคลเป็นหลัก และค่านิยมในความสัมพันธ์กันทางส่วนตัว และแนวความคิดเกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งโดยยุทธวิธีในการหาเสียงของผู้สมัครที่มีทรัพยากรทางการเมืองจำกัดนั้น มักมีการหาเสียงที่ไม่เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพการณ์ของเขตเลือกตั้ง เป็นต้นว่าใช้การปราศรัยเสนอนโยบาย การเดินทางไปพบปะประชาชนในเขตเลือกตั้ง ซึ่งไม่สามารถกระทำได้ถึงภายในเวลาอันจำกัด จึงเป็นวิธีการหาเสียงที่ขาดประสิทธิภาพ ไม่สามารถจูงใจให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งเกิดความนิยมผู้สมัครได้

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่ไม่ได้รับการเลือกตั้ง มักมีเงินทุนในการหาเสียงน้อย ขาดอิทธิพล บารมี ในทางการเมืองไม่ได้รับการสนับสนุนจากพรรคการเมืองที่สังกัด

<sup>50</sup> ไหม รัทหนู และธวัชชัย ไพจิตร, บรรณาธิการ, บันทึก 25 นักการเมืองวิเคราะห์การเลือกตั้งไทย (กรุงเทพมหานคร : บพิธการพิมพ์, 2522).

<sup>51</sup> พ.ต.ต.อนันต์ เสนาพันธ์, ทำไม ผมต้องด้านบรรหาร (กรุงเทพฯ : เคล็ดไทย, 2531).



เท่าที่ควร จึงไม่สามารถจัดตั้งองค์กรในการหาเสียงเลือกตั้งได้อย่างมีประสิทธิภาพ วิธีการที่ใช้ในการหาเสียงจึงไม่สอดคล้องกับสภาพการณ์ในเขตเลือกตั้ง หรือพฤติกรรมในการลงคะแนนเสียงของคนไทยในปัจจุบัน ซึ่งแตกต่างกับผู้สมัครที่มีทรัพยากรทางการเมืองพร้อมเพรียง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้มีเงินทุนในการหาเสียงจำนวนมาก มักใช้วิธีการหาเสียงหลายรูปแบบ มีประสิทธิภาพในการสร้างความนิยมทำให้เกิดขึ้นกับผู้มีสิทธิเลือกตั้ง

จากสภาพการณ์และเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงมุ่งศึกษาวิเคราะห์ตามสมมติฐานดังต่อไปนี้

### สมมติฐานการวิจัย

ในการศึกษาเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานในการวิจัยไว้ดังนี้ คือ

1. ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่มีทรัพยากรทางการเมืองจำกัด กล่าวคือ มีทุนทรัพย์ในการหาเสียงน้อย ขาดอิทธิพล บารมี ไม่ได้รับการช่วยเหลือจากพรรคการเมืองที่สังกัด เท่าที่ควรตลอดจนเน้นแถลงนโยบายในการหาเสียง และมีระยะเวลาในการหาเสียงระยะสั้น มักไม่ได้รับความสำเร็จในการเลือกตั้ง ในทางตรงกันข้าม ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่มีทรัพยากรทางการเมืองพร้อมเพรียงจะได้เปรียบในการหาเสียงอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การหาเสียงโดยเข้าถึงชนชั้นนำในท้องถิ่น สร้างความสัมพันธ์กันเป็นส่วนบุคคล และหาเสียงโดยมีผลประโยชน์แลกเปลี่ยนกับผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง เป็นยุทธวิธีสำคัญ อันจะมีผลโดยตรงต่อการได้รับชัยชนะในการเลือกตั้ง
2. ทรัพยากรทางการเมืองสำคัญอีกประการหนึ่งในระบบการเลือกตั้งของไทย คือ กลุ่มคนที่ช่วยเลือกผู้สมัครนั้น ทั้งที่เป็นกลุ่มหัวคะแนนที่ได้รับค่าจ้าง หรือกลุ่มผู้สนับสนุนซึ่งทำงานด้วยความสมัครใจต่างก็นับว่ามีความสำคัญมากต่อความสำเร็จในการรณรงค์หาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้ง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย