# บทที่ 2

## แนวความคิดที่เกี่ยวข้อง

การเลือกตั้งในประเทศไทยเริ่มเกิดขึ้นหลังจากการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ.2475 ได้ไม่นานนัก ทั้งนี้เพื่อให้มีความเป็นประชาธิปไตยทัดเทียมกับอานาอารยประเทศ แต่ดูเหมือนว่าความเป็นประชาธิปไตยที่กล่าวกันนั้น ดูจะเลือนลางไปทุกทีเพราะสภาพการเลือกตั้งเท่าที่ผ่านมานั้น มักจะมีการใช้เงินซื้อเสียงเลือกตั้งมากขึ้นทุกขณะ แม้จะไม่มีตัวเลขสถิติยืนยัน ว่าการใช้เงินซื้อเสียงหรือการใช้อามิสสินจ้างอื่น ๆ ในการเลือกตั้งได้เพิ่มขึ้นเป็นอัตราส่วนเท่าใด แต่จากการสังเกตการณ์ของผู้ที่สนใจในการเลือกตั้ง เช่น บรรดาสื่อมวลชนต่าง ๆ ได้รายงานว่า การใช้เงินซื้อเสียงในการเลือกตั้งมีเป็นจำนวนมากและได้ผลเป็นอย่างยิ่งหรือรายงานการเลือกตั้ง เมื่อวันที่ 27 กรกฎาคม 2529 ของกลุ่มอาสาประชามติได้เปิดเผยให้เห็นถึงกลวิธีต่าง ๆ ในการหาเสียง ที่เป็นการทุจริตหรือประพฤติมิชอบในการสร้างคะแนนเสียงให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งคนใดคนหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นการซื้อบัตรประจำตัวประชาชนลงคะแนนเสียง การแจกเงิน หรือสิ่งของหรือสร้างสาธารณประโยชน์หรือให้คำมั่นสัญญาต่าง ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนกับคะแนนเสียง นอกจากนี้จากการวิจัยการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2531 ก็ปรากฏมีการทุจริตเลือกตั้งในลักษณะดังกล่าวเช่นกัน จากพฤติกรรมการซื้อคะแนนเสียงดังกล่าวข้างต้นไม่ว่าจะกระทำด้วยวิธีการใด ๆ ก็ตาม เป็นการแสดงให้เห็นถึงคุณภาพของการไปใช้สิทธิเลือกตั้งของประชาชนและความเป็นประชาธิปไตยเพียงตัวระบบเท่านั้น แต่การปฏิบัติการณ์ภายในระบบ กลับไม่เกื้อหนุน หรือส่งเสริมให้เกิดความเป็นประชาธิปไตยแต่อย่างใด

ด้วยเหตุของสภาพปัญหาการซื้อเสียงดังกล่าว ดังนั้นในการศึกษาเพื่อแสวงหาความรู้เกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการซื้อเสียงเลือกตั้ง อันจะนำไป

สู่แนวทางการแก้ไขปัญหาการซื้อเสียง สิ่งที่ต้องทำความเข้าใจเบื้องต้น คือ การซื้อเสียง

## แนวความคิดเกี่ยวกับการซื้อเสียงเลือกตั้ง

ประเด็นแรกที่ควรกล่าวถึง คือ ความหมายของการซื้อเสียงเลือกตั้ง กระทรวงมหาดไทย ได้ให้คำจำกัดความความหมายของการซื้อคะแนนเสียงเลือกตั้งไว้ว่า "การซื้อคะแนนเสียงเลือกตั้ง เป็นเรื่องของการที่ผู้สมัครรับเลือกตั้ง หรือตัวแทนของผู้สมัครรับเลือกตั้ง จ่ายเงินให้แก่ผู้เลือกตั้ง เพื่อให้ลงคะแนนให้แก่ตนหรือผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นการตอบแทน และรวมถึงการให้คำมั่นสัญญา ตลอดจนอามิสสินจ้างหรือผลประโยชน์ต่าง ๆ เพื่อให้ตนหรือผู้สมัครรับเลือกตั้งได้รับเลือกตั้ง"[1]

จากคำจำกัดความดังกล่าวจะเห็นได้ว่า การซื้อเสียงมีองค์ประกอบที่เกี่ยวเนื่องกันอยู่ 4 ประการ คือ ผู้สมัครรับเลือกตั้ง ตัวแทนผู้สมัครหรืออีกนัยหนึ่งคือหัวคะแนน ผู้ลงคะแนนเสียง และประการสุดท้ายคือ เงินหรือผลประโยชน์ต่าง ๆ องค์ประกอบดังกล่าวมีความสำคัญเท่า ๆ กันจะขาดอย่างหนึ่งอย่างใดมิได้เพราะจะทำให้กระบวนการซื้อเสียงได้ผลน้อย

ประเด็นต่อมาคือรูปแบบการซื้อเสียงเลือกตั้ง การซื้อเสียงเลือกตั้งที่เกิดขึ้น มีการดำเนินการในหลายรูปแบบด้วยกัน ทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งสามารถประมวลออกมาได้ดังนี้

---

[1]กระทรวงมหาดไทย, สำนักนโยบายและแผน, <u>รายงานการศึกษาเกี่ยวกับการซื้อคะแนนเสียงและการทุจริตในการเลือกตั้ง : ข้อเท็จจริงและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย</u> (กรุงเทพมหานคร : กระทรวงมหาดไทย, 2532), หน้า 3.

ก. <u>การซื้อเสียงโดยตรง</u>

ตามความหมายของกระทรวงมหาดไทยกำหนดว่า การซื้อเสียงโดยตรง คือการจ่ายเงินไปให้แก่ผู้เลือกตั้ง เพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้เลือกตั้งออกเสียงให้แก่ตนหรือผู้อื่นในรูปของตัวเงิน การจ่ายเงิน โดยทั่วไปมักผ่านคนกลางมากกว่าที่จะให้โดยตรง แต่การกระทำเพื่อที่จะให้ได้คะแนนเสียงโดยตรง

1. การซื้อคะแนนเสียงจาก กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน วิธีการคือ ผู้สมัครและคณะหาเสียงของผู้สมัครแต่ละคนจะไปพบกำนัน ผู้ใหญ่บ้านที่บ้าน ซึ่งในเขตเลือกตั้งที่มีอดีต ส.ส. เป็นเจ้าบุญทุ่มอยู่ในพื้นที่กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน มักดำรงตนเป็นหัวคะแนน เพื่อซื้อขายคะแนนเสียงให้แก่อดีต ส.ส. หรือผู้สมัครที่เป็นเจ้าบุญทุ่มเหล่านี้ เพราะในชุมชนขนาดเล็ก เช่น ตำบล หรือ หมู่บ้าน มักจะมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดสนิทสนมเป็นส่วนตัวระหว่างหัวหน้าปกครองตำบลหมู่บ้าน กับประชาชนในตำบลหมู่บ้านเป็นพื้นฐาน ดังนั้น ผู้สมัครรับเลือกตั้งจึงอาศัยช่องทางนี้ให้กำนัน ผู้ใหญ่บ้านในการระดมคะแนนแสียงชักชวนให้ชาวบ้านลงคะแนนให้แก่ตนหรือพรรคพวกของตน

ขั้นตอนในการดำเนินการอาจจะเริ่มตั้งแต่เมื่อผู้สมัครรับเลือกตั้งได้เลขประจำตัวแล้วก็จะให้เงินแก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้านโดยทั่วถึงกันทุกหมู่บ้านทุกตำบลทุกอำเภอในเขตเลือกตั้ง หรืออาจเรียกกำนันผู้ใหญ่บ้านมาประชุมเลี้ยงสุราอาหาร และรับเงินไปเพื่อซื้อเสียงหรือแจกจ่ายแก่ชาวบ้านในหมู่บ้านที่มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งอยู่แล้ว ทั้งนี้จะจ่ายค่าซื้อเสียงในอัตราคนละ 20 บาทบ้าง 50 บาทบ้าง[2]

---

[2]คมกริช วัฒนเสถียร, <u>ผู้แทนทีเด็ด ทีเด็ดผู้แทน</u> (กรุงเทพมหานคร : ศรีสมบัติการพิมพ์ 2527), หน้า 199.

2. การซื้อเสียงโดยผ่านหัวคะแนน การซื้อเสียงนอกจากจะกระทำโดยผ่านกำนัน ผู้ใหญ่บ้านดังกล่าวแล้ว ยังมีการซื้อเสียงโดยผ่านหัวคะแนนอีก

3. การซื้อคะแนนเสียง โดยอามิสสินจ้างและคำมั่นสัญญาต่าง ๆ การซื้อคะแนนเสียง โดยอามิสสินจ้างอาจทำในรูปการเลี้ยงสุรา อาหาร การจัดมหรสพ เช่น ดนตรี ภาพยนตร์ หมอรำ โนรา หนังตะลุง ลิเก ในนามของผู้สมัครคนใดคนหนึ่ง การทำสัญญากู้เงินไว้ล่วงหน้า หรือการจ่ายเช็ค เป็นเงินจำนวนหนึ่งให้ไว้แก่หัวคะแนน หรือชาวบ้านเพื่อให้นำไปรับเงิน เมื่อได้รับเลือกตั้งแล้ว รวมทั้งการให้คำมั่นสัญญาแก่ผู้เลือกตั้งต่าง ๆ ที่ทำอย่างเป็นกิจลักษณะอาจเนื่องมาจากการซื้อในวิธีแรกไม่ได้ผลเพราะกำนัน ผู้ใหญ่บ้านไม่ให้ความร่วมมือ จึงเป็นเรื่องที่ผู้สมัครจะติดต่อกับประชาชนเอง ซึ่งเป็นไปตามความสมัครใจของแต่ละคน แต่โดยทั่วไปนอกจากกรณีที่กล่าวมาแล้ว ผู้สมัครส่วนใหญ่จะซื้อคะแนนเสียงโดยผ่านหัวคะแนนระดับอำเภอซึ่งจะเป็นผู้มีชื่อเสียง และมักมีประสบการณ์ผ่านการเลือกตั้งมาก่อนแล้ว เช่นเคยเป็นกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกสภาจังหวัด หรือหัวคะแนนอาชีพมาก่อน หัวคะแนนเหล่านี้จะมีบัญชีรายชื่อ หน่วยเลือกตั้งแต่ละหน่วย และรายชื่อจำนวนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ว่าหน่วยใดมีจำนวนเท่าใด ซึ่งรวบรวมมาจากหัวคะแนนระดับตำบลและหัวคะแนนระดับหมู่บ้าน

4. การซื้อบัตรประจำตัวประชาชน การซื้อคะแนนเสียงเลือกตั้งบางครั้งจะเกี่ยวข้องกับบัตรประชาชนของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง เพราะผู้สมัครบางรายที่ต้องการหลักประกันว่า ผู้เลือกตั้งจะลงคะแนนเลือกตั้งให้แก่ตน ไม่ลงให้แก่คู่ต่อสู้ ก็จะมีการซื้อบัตรประชาชนของผู้เลือกตั้ง แบ่งเป็น 2 กรณี คือ[3]

---

[3]"การซื้อเสียงเลือกตั้ง", ผู้แทนราษฎร, (2529).

4.1 กรณีแรก ซื้อบัตรประชาชนเพื่อเก็บไว้ไม่ให้คนไปลงคะแนนเสียงโดยผู้สมัครรับเลือกตั้งใช้วิธีนี้ จะดูว่าพื้นที่ใดในเขตเลือกตั้งที่ลงสมัครนั้น เป็นพื้นที่ที่คู่ต่อสู้มีคะแนนเสียงหนาแน่นกว่าตน และคิดว่าประชาชนจะไม่ไปลงคะแนนเสียงให้แก่ตนเองอย่างแน่นอนจึงทำการกว้านซื้อบัตรประชาชนในพื้นที่นั้น เพื่อไม่ให้คนไปลงคะแนนเสียงได้ และจะทำให้คู่ต่อสู้ไม่ได้รับคะแนนเสียงในพื้นที่นั้นด้วย ผู้สมัครที่ใช้วิธีการนี้หวังว่าในพื้นที่อื่น ๆ ที่มีคะแนนเสียงสนับสนุนตน ประชาชนจะไปลงคะแนนเสียงให้ตน แต่ในพื้นที่ที่คะแนนเสียงเป็นของคู่ต่อสู้ ก็ใช้วิธีการซื้อบัตรประชาชนมาเก็บไว้เพื่อตัดคะแนนเสียงคู่ต่อสู้ แล้วในที่สุดตนก็จะมีคะแนนเสียงชนะคู่ต่อสู้ในเขตเลือกตั้งนั้น ๆ

4.2 กรณีที่สอง ซื้อบัตรประชาชนเพื่อให้บุคคลอื่น ซึ่งมิใช่เจ้าของบัตรประชาชนไปลงคะแนนเสียง ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่ใช้วิธีการนี้จะทุ่มเงินมหาศาลกว้านซื้อบัตรประชาชนจากบุคคลที่คิดว่าจะไม่ไปลงคะแนนเสียง หรือจะไปลงคะแนนเสียงให้คู่ต่อสู้เมื่อได้บัตรประชาชนมาแล้ว ก็จะให้พรรคพวกของตนนำบัตรของผู้อื่นที่ซื้อมาไปลงคะแนนเสียงในวันเลือกตั้งด้วย ซึ่งวิธีการนี้จะสำเร็จด้วยดีต้องอาศัยความร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ประจำหน่วยเลือกตั้งด้วย วิธีการนี้ถ้าสำเร็จผู้สมัครได้รับคะแนนเสียงที่สร้างขึ้นมาด้วยการทุจริตมากพอ ก็จะทำให้ผู้สมัครได้เป็นสมาชิกผู้แทนราษฎรได้เช่นกัน

หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข. <u>การซื้อคะแนนเสียงโดยทางอ้อม</u>

อาจกล่าวได้ว่า การซื้อเสียงโดยทางอ้อมเป็นวิธีการที่ซับซ้อน และแตกต่างจากการซื้อเสียงโดยตรง บางทีเราไม่สามารถกำหนดได้ชัดเป็นรูปธรรม อาจนิยามความหมายของการซื้อเสียงโดยทางอ้อมว่าเป็น การชักนำหรือจูงใจให้ผู้เลือกตั้งไปออกเสียงให้แก่ตนหรือผู้สมัครรับเลือกตั้ง ไม่ใช่ในรูปแบบของตัวเงิน อาจเป็นการจัดอำนวยความสะดวกในการไปใช้สิทธิของผู้เลือกตั้ง โดยมิชอบด้วยกฎหมาย หรือเป็นการแจกสิ่งของ และการสร้างสาธารณประโยชน์ต่าง ๆ รวมทั้งการบริจาคเงินผ่านองค์การหรือบุคคล

1. การจัดหาหรือนำพาคนไปลงคะแนนเสียงในวันเลือกตั้ง วิธีนี้มิใช่ลักษณะของการซื้อคะแนนเสียงในรูปแบบของตัวเงินโดยตรง แต่เกี่ยวเนื่องกับการใช้จ่ายเงินในทางอ้อมซึ่งเป็นหลักประกันแก่ผู้สมัครรับเลือกตั้งในอันที่จะให้ได้คะแนนเสียงเสียก่อน เรื่องอื่น ๆ เอาไว้คิดทีหลัง ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่หวังจะสร้างคะแนนเสียงด้วยวิธีนี้ มักจะใช้ให้บรรดาหัวคะแนนของตนนัดหมายกับคนในเขตเลือกตั้งของตน โดยจัดหาพาหนะให้เพื่อใช้รับส่งคนไปยังคูหาเลือกตั้ง แล้วบรรดาหัว-คะแนนก็จะบอกให้คนช่วยลงคะแนนเสียงเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งผู้นั้น

2. <u>การแจกสิ่งของและสร้างสาธารณประโยชน์</u>

2.1 การแจกสิ่งของ วิธีการนี้ผู้สมัครรับเลือกตั้งมักกระทำกันเพื่อหลีกเลี่ยงการแจกเงินโดยแจกเป็นสิ่งของแทน แต่ก็หวังว่าจะได้คะแนนเสียงจากประชาชนเหมือนกันในการเลือกตั้ง เช่น จังหวัดยโสธร และจังหวัดสุรินทร์ มีผู้สมัครรับเลือกตั้งบางคนนำน้ำปลา ข้าวสาร มาแจกให้กับประชาชน โดยบอกให้คนไปเลือกตนเป็นข้อแลกเปลี่ยน ที่เขต 1 จังหวัดนครสวรรค์และที่เขต 12 กรุงเทพมหานครก็มีการแจกเสื้อผ้าเพื่อแลกเปลี่ยนกับคะแนนเสียง

จากการศึกษาพบว่า ในการเลือกตั้งที่จังหวัดหนึ่งของชายแดนภาคใต้ได้ชี้ให้เห็นถึงการแจกเงินหรือสิ่งของโดยทั่วไปนั้น ไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะจากการเสนอของผู้สมัครรับเลือกตั้งเท่านั้น แต่ปรากฏว่ามีบางท้องที่ประชาชนในหมู่บ้านเป็นผู้เรียกร้องจากผู้สมัครเสียเอง เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนกับคะแนนเสียงสนับสนุน อนึ่ง และการเรียกร้องเงินสิ่งของในปัจจุบันก็ไม่ได้จำกัดเฉพาะส่วนรวมเข้าหมู่บ้าน โรงเรียน และสถานที่ประกอบกิจกรรมทางศาสนาเท่านั้นเพราะประชาชนเริ่มที่จะเรียกร้องขอเงิน เป็นค่าตอบแทนแลกเปลี่ยนกับการไปลงคะแนนเสียงมากขึ้นกว่าแต่ก่อน ทั้งนี้เขตที่มีการแจกเงินและสิ่งของที่เป็นรายบุคคลเพื่อแลกเปลี่ยนกับคะแนนเสียงสนับสนุนส่วนใหญ่จะอยู่ในเขตท้องที่ที่ยากจน

2.2 การสร้างสาธารณะประโยชน์ เพื่อแลกเปลี่ยนกับคะแนนเสียง ผู้สมัครรับเลือกตั้งบางคนได้สร้างสาธารณประโยชน์ให้กับท้องถิ่นในเขตเลือกตั้งของตน เพื่อให้ประชาชนเห็นว่าตนได้ทำประโยชน์ให้แก่สังคม โดยหวังคะแนนเสียงจากประชาชน เช่นในเขตที่ 2 กรุงเทพมหานคร ผู้สมัครรับเลือกตั้งบางคนได้ไปสร้างสะพานไม้เพื่อให้คนเดินในพื้นที่เขตปทุมวัน ที่เขต 2 อุดรธานี มีผู้สมัครรับเลือกตั้งคนหนึ่งนำดินลูกรังไปถมทำเป็นถนนทางเดินเข้าวัด เพื่อให้ประชาชนเห็นว่าทำประโยชน์เพื่อส่วนรวม และจะหาคะแนนเสียงให้

## 3. การบริจาคเงินผ่านองค์กรหรือบุคคล

### 3.1 การบริจาคเงินให้องค์กรชุมชน

ผู้สมัครประเภทเจ้าบุญทุ่ม มักสร้างคะแนนนิยมจากชาวบ้านโดยการบริจาคเงินให้แก่องค์กรของประชาชน เช่นสภาตำบล เพื่อให้จัดซื้ออุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อให้ใช้ในตำบล หมู่บ้าน โดยตีตราว่าผู้สมัครชื่อนั้น ๆ เป็นผู้บริจาคให้ ซึ่งวิธีการนี้ทำให้ชื่อของผู้สมัครติดปากของชาวบ้านได้มาก

### 3.2 การใช้ผู้นำชุมชนเป็นเครื่องมือ

วิธีนี้ผู้สมัครจะเลือกผู้นำท้องถิ่นเป็นเครื่องมือ ซึ่งโดยทั่วไปมักจะได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน จะโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม ผู้สมัครอาจใช้ให้เป็นหัวคะแนนให้หรือไม่ก็เป็นผู้รับมอบสิ่งของบริจาคให้แก่ชุมชนหมู่บ้านของตน

ประเด็นสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การซื้อคะแนนเสียงเลือกตั้งนั้นเกิดขึ้นที่ไหน เมื่อไร ในการเลือกตั้งทั่วไปไม่ว่าจะเกิดขึ้นในประเทศที่พัฒนาแล้วหรือกำลังพัฒนามักมีปัญหาการซื้อขายเสียงเสมอ แต่การซื้อขายเสียงมักทำในประเทศ

ด้อยพัฒนามากกว่าประเทศที่พัฒนาแล้ว[4] ทั้งนี้เพราะในประเทศด้อยพัฒนาจะมีสภาพการณ์และปัจจัยที่เอื้อต่อการซื้อคะแนนเสียงเลือกตั้ง อันได้แก่ โครงสร้างทางสังคมที่ตั้งอยู่บนความสัมพันธ์แบบส่วนตัว และ หรือแบบอุปถัมภ์ ความเชื่อทางศาสนาตลอดจนค่านิยมบางประการ เช่นความเกรงใจ ความเคารพต่อผู้มีอาวุโส การยกย่องผู้มีอำนาจ ความกตัญญู ความสำนึกในบุญคุณ[5] ตลอดจนการขาดความสำนึกถึงสิทธิและหน้าที่ ไม่เห็นความสำคัญของการเลือกตั้งของประชาชน[6] เป็นต้น

พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว ได้ตั้งข้อสังเกตไว้ว่า การซื้อเสียงเลือกตั้งมักเกิดขึ้นพร้อมกับปรากฏการณ์ต่อไปนี้

1. มีผู้สมัครจากนอกเขตเลือกตั้งไปลงรับสมัครเลือกตั้ง
2. ผู้สมัครรับเลือกตั้งสั่งสมบารมีไว้น้อยในเขตเลือกตั้ง หรือไม่มีบารมี
3. พรรคหรือหัวหน้าพรรคไม่เป็นที่รู้จักของประชาชนในเขตเลือกตั้ง
4. มีนักธุรกิจผู้มั่งคั่งลงสมัคร
5. ผู้สมัครรับเลือกตั้งคาดการณ์ว่าจะได้รับตำแหน่งสำคัญภายหลังการเลือกตั้ง

---

[4]สุวิทย์ รุ่งวิสัย, <u>พฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของประชาชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 2526</u> (กรุงเทพมหานคร : เจ้าพระยาการพิมพ์, 2528), หน้า 31.

[5]พงศธร จันทร์แก้ว, "ผลกระทบของการใช้เงินซื้อเสียงต่อพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง : ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดพระนครศรีอยุธยา", (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535), หน้า 120-134.

[6]สุวิทย์ รุ่งวิสัย, <u>พฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของประชาชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่</u>, หน้า 36.

6. มีระบบโควต้าในการแต่งตั้งรัฐมนตรี

7. มีการใช้เงิน "งบประมาณ ส.ส."

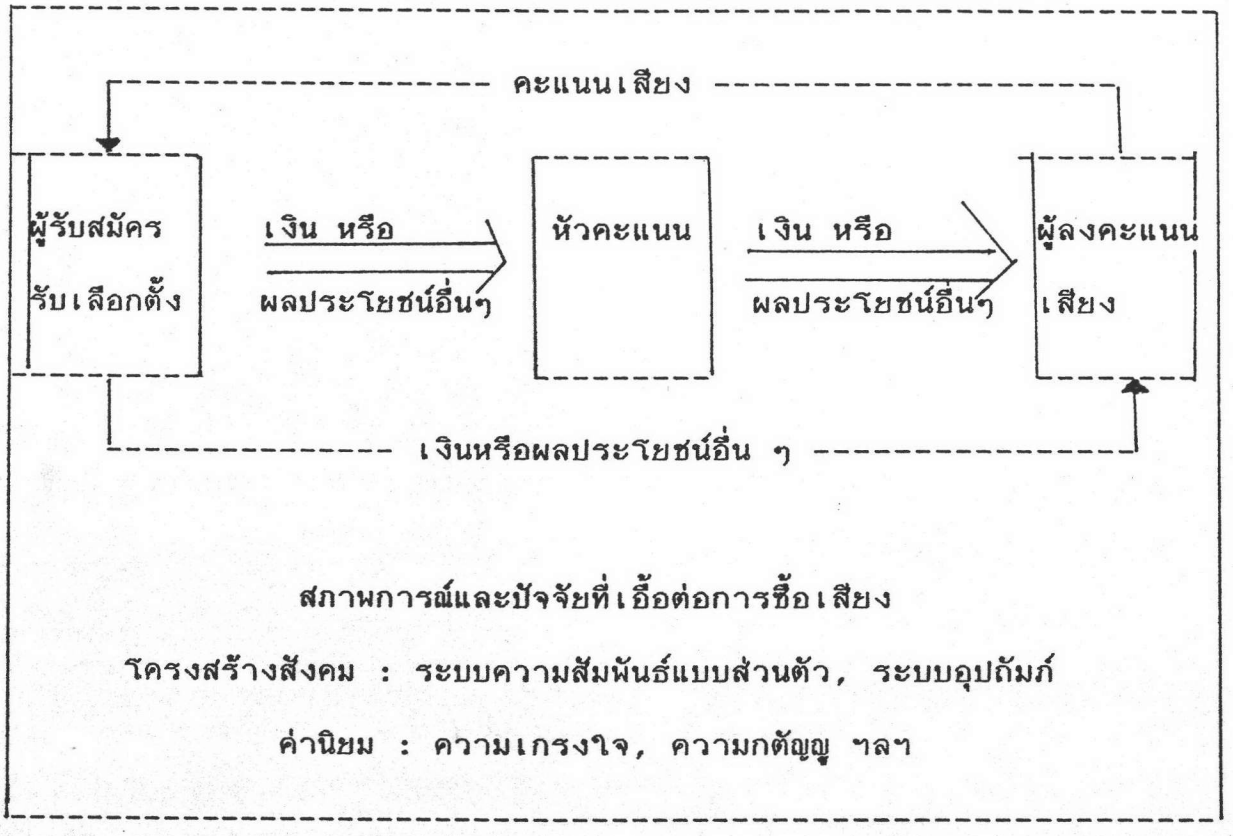
8. มีการแข่งขันกันสูงในเขตเลือกตั้ง

9. มีการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองไปสู่ความเจริญทางวัตถุยิ่งกว่าจิตใจ[7]

กล่าวโดยสรุป การซื้อคะแนนเสียงเลือกตั้งเป็นกลวิธีอย่างหนึ่งที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งใช้ในการระดมเสียงมาสนับสนุน เพื่อให้ตนได้รับชัยชนะในการเลือกตั้ง จุดประสงค์หลักของการซื้อเสียง คือการใช้จ่ายเงินในรูปแบบต่าง ๆ ผ่านระบบหัว-คะแนนเพื่อให้ได้มาซึ่งคะแนนเสียง การซื้อคะแนนเสียงมักเกิดขึ้นในพื้นที่ที่โครงสร้างทางสังคมเป็นระบบความสัมพันธ์ส่วนตัวและ หรือความสัมพันธ์แบบอุปถัมภ์ อีกทั้งประชาชนยึดมั่นในค่านิยมที่เอื้อต่อการซื้อเสียง อาทิเช่น ความเกรงใจ ความเคารพในผู้มีอาวุโสและผู้มีอำนาจ ยึดถือวัตถุมากกว่าจิตใจ เป็นต้น ประกอบกับประชาชนขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการเลือกตั้ง กระบวนการซื้อคะแนนเสียงเลือกตั้งมีองค์ประกอบหลักที่สำคัญ 4 ประการด้วยกัน คือ ผู้สมัครรับเลือกตั้ง หัวคะแนน และผู้ลงคะแนนเสียง โดยมีเงินหรือผลประโยชน์อื่น ๆ เป็นตัวที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนกับคะแนนเสียง ซึ่งสามารถเขียนเป็นแผนภาพได้ดังรูปที่ 2.1

---

[7]พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, "เงินกับการเลือกตั้ง : ทัศนภาพต่อการซื้อเสียง", ใน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, <u>จะแก้ปัญหาการซื้อเสียงเลือกตั้งได้อย่างไร</u> (กรุงเทพมหานคร : ฝ่ายการพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2534), หน้า 77.




**รูปที่ 2.1** กระบวนการซื้อคะแนนเสียงเลือกตั้ง

จากรูปอธิบายให้เห็นความสัมพันธ์ของตัวแปร 3 ตัวที่เกี่ยวข้องในกระบวนการซื้อเสียงเลือกตั้ง อันประกอบไปด้วย ผู้สมัครรับเลือกตั้ง หัวคะแนน และผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง จะเห็นได้ว่าการซื้อเสียงอาจกระทำได้สองวิธี กล่าวคือ วิธีแรกโดยการจ่ายเงินให้กับหัวคะแนน นำไปจ่ายต่ออีกต่อหนึ่ง กับการที่ผู้สมัครจ่ายให้กับผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งโดยตรง ทั้งนี้ความเข้มข้นของการซื้อเสียงขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการซื้อเสียงว่ามีอิทธิพลในการกำหนดทัศนคติและพฤติกรรมในการซื้อเสียงเลือกตั้งเพียงใด ดังนั้นเพื่อความเข้าใจกระบวนการซื้อเสียงได้ชัดเจนมากขึ้น จะได้กล่าวถึงระบบความสัมพนธ์แบบอุปถัมภ์และค่านิยมที่กำหนดเป็นคุณลักษณะของคนไทยที่เอื้อต่อการซื้อเสียงเลือกตั้ง

## ระบบอุปถัมภ์

James Scott[8] ได้ให้คำจำกัดความของระบบอุปถัมภ์ว่า เป็นความสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน ระหว่างคนในสังคมที่มีฐานะบทบาทต่างกันและอาจพิจารณาเป็นแบบหนึ่งของความสัมพันธ์เชิง dyadics (ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลสองคน) เป็นความสัมพันธ์แบบมิตรภาพเชิงใช้สอย ซึ่งคนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสูงกว่า (ผู้อุปถัมภ์) จะใช้อิทธิพลและสิ่งที่ตนมีอยู่คุ้มครองให้ผลประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือทั้งสองอย่างแก่ผู้มีฐานะต่ำกว่า (ผู้รับอุปถัมภ์) ต้องตอบแทนด้วยการให้ความจงรักภักดี แบบช่วยเหลือตอบแทนทั้งนี้รวมถึงการอุทิศตนรับใช้แก่ผู้อุปถัมภ์

Carl Lande[9] ได้กล่าวถึงแนวคิดแบบอุปถัมภ์และผู้รับอุปถัมภ์ (patron-client) นั้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลสองฝ่ายที่เรียกว่า dyad ซึ่งต่างช่วยเหลือซึ่งกันและกันภายใต้ความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียมกัน ซึ่งหมายความว่าผู้อุปถัมภ์จะอยู่ในฐานะที่สูงกว่าและผู้รับอุปถัมภ์จะอยู่ในฐานะที่ต่ำกว่าความสัมพันธ์ทั้งสองฝ่ายอาจเป็นไปได้ตั้งแต่เชิงเศรษฐกิจ การช่วยเหลือต่าง ๆ ตลอดจนให้ความคุ้มครองและที่สำคัญคือ ตั้งอยู่บนความสัมพันธ์ส่วนตัวเป็นหลัก

---

[8]James C. Scott, Comparative Political Corruption (Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall, 1965), pp. 59-61.

[9]Carl H. Lande, Leaders Function and Parties : The Structure of Philipines Politics (New Haven, Connecticut : Southeast Asia monograph Series, 1966), p.144

อคิน ระพีพัฒน์[10] มองการรวมกลุ่มทางการเมืองและลักษณะโครงสร้างแบบอุปถัมภ์โดยแยกประเด็นดังนี้

1. โครงสร้างทางสังคมไทยเป็นรูปแบบของการอุปถัมภ์เน้นความสัมพันธ์ส่วนตัวเป็นจุดสำคัญ นั่นคือความใกล้ชิดและเป็นความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียมกัน ผู้อุปถัมภ์จะอยู่ในฐานะที่สูงกว่าผู้รับอุปถัมภ์ในเชิงสัมพันธ์ คุณสมบัติของผู้อุปถัมภ์ตั้งอยู่บนคุณสมบัติส่วนตัวของบุคคล ดังนั้นจึงมีการให้ความสัมพันธ์ส่วนตัว

2. คุณค่าทางสังคมของคนไทย ตั้งอยู่บนคุณค่าของความสัมพันธ์ส่วนตัวเป็นหลัก ดังนั้นผู้อุปถัมภ์จึงมีคุณสมบัติเป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับอุปถัมภ์ เช่น การให้ความช่วยเหลือ ความเป็นลูกพี่ เพื่อนที่ดี นักเลง ความเกรงใจ บุญคุณ ความเคารพอาวุโสและความใกล้ชิด

จากแนวความคิดเรื่องระบบอุปถัมภ์ของนักวิชาการทั้ง 3 ท่าน จะเห็นได้ว่าหลักการ คือ

1. เป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งต่างอยู่ในฐานะที่สูงกว่าและต่ำกว่า (ในด้านต่าง ๆ เช่น การเงิน การงาน เป็นต้น)

2. เป็นความสัมพันธ์ทั้งนี้อาจจะเป็นช่วงระยะสั้นหรือยาวก็ได้

สำหรับระบบอุปถัมภ์ในสังคมไทยนั้นมีรูปแบบความสัมพันธ์ดังที่กล่าวไปข้างต้น แต่มีความเข้มข้นมากเนื่องจากลักษณะค่านิยมโดยเฉพาะในด้านศาสนามีอิทธิพลต่อการกำกับจิตใจของบุคคลที่จะทำให้ระบบอุปถัมภ์ค่อนข้างเหนียวแน่นและถาวร

---

[10]อ้างจาก กนก วงศ์ตระหง่าน, มิติทางการเมืองในปรากฏการณ์ของสังคมไทย (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2530), หน้า 6-20.

หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ค่านิยมของไทย**

เป็นที่ยอมรับกันในหมู่นักสังคมศาสตร์ว่า ค่านิยมมีบทบาทสำคัญมากต่อพฤติกรรมของมนุษย์ในฐานะเป็นตัวตัดสิน กำหนด ผลักดันให้พฤติกรรมของบุคคลโน้มเอียงไปในทางใดทางหนึ่ง ค่านิยมจึงเป็นพลังที่ซ่อนเร้นอยู่ภายใต้พฤติกรรมทางสังคมส่วนใหญ่ของมนุษย์

ค่านิยมโดยทั่วไป หมายถึง แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งที่คนส่วนใหญ่ชอบ ปรารถนาต้องการ หรือความรู้สึกอื่น ซึ่งมนุษย์เชื่อถือเป็นแนวทางสำหรับประพฤติปฏิบัติ

ในระบบการเมืองหรือสังคมนั้น ค่านิยมมีหน้าที่สำคัญหลายประการ คือ

ประการที่หนึ่ง เป็นเครื่องมือหรือวิธีการสำหรับการพิจารณาตัดสินใจให้กับบุคคลทำให้บุคคลแต่ละคนรู้จุดยืนของตนเอง

ประการที่สอง ค่านิยมช่วยชักจูงให้บุคคลสนใจเฉพาะในสิ่งที่พึงปรารถนามีประโยชน์และมีความสำคัญ

ประการที่สาม ค่านิยมมีความสำคัญในฐานะเป็นบรรทัดฐานที่ช่วยเหลือบุคคลในการเลือกประพฤติปฏิบัติตนให้มีความเหมาะสม

ประการที่สี่ ค่านิยมมีหน้าที่เป็นตัวคอยควบคุมความประพฤติของบุคคลในสังคม กล่าวคือ เป็นตัวที่คอยบังคับให้บุคคลปฏิบัติตามบรรทัดฐาน เป็นต้น

ในกรณีของสังคมไทย ในการวิจัยครั้งนี้ได้สรุปลักษณะเด่นของคุณลักษณะของคนไทยที่มีอิทธิพลมาจากค่านิยมได้ดังนี้

1. การนับถือพุทธศาสนา

คนไทยโดยทั่วไป ดำเนินชีวิตตามหลักธรรมของพุทธศาสนาและตัวแทนของศาสดา อันได้แก่ พระสงฆ์ ศาสนาเป็นสิ่งที่บุคคลยึดเหนี่ยวเป็นแบบแผนในการปฏิบัติตนให้ดีงาม ดังนั้นในประเด็นทางการเมืองปรากฏมีการใช้ศาสนาเป็นเครื่องมือ เช่น ในการซื้อ-ขายเสียงเลือกตั้ง อาจมีการใช้พระสงฆ์ ซึ่งถือได้ว่ามีอิทธิพลต่อการประพฤติปฏิบัติของบุคคล เป็นหัวคะแนนให้กับตน ไม่โดยทางตรงก็เป็นทางอ้อม หรือแม้แต่คำสอนทางศาสนาก็มีผลส่งเสริมให้เกิดการซื้อเสียงเพิ่มมากขึ้น อันได้แก่ คำสอนเรื่องการพูดปด ความกตัญญู ฯลฯ

2. การให้ความสำคัญในเรื่องของเงิน

จากโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไป เงินตราเป็นสิ่งที่จำเป็นในการดำรงชีพ เงินกลายเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด มีผลให้บุคคลพยายามดิ้นรนต่อสู้เพื่อส่งเสริมฐานะตนให้มั่นคงโดยอาศัยวัตถุเป็นเครื่องมือ ในการซื้อเสียงเลือกตั้ง การใช้เงินและบริจาคเงิน ทำให้เกิด "ความดีและคุณธรรม" ในสายตาของชาวบ้านโดยทั่วไป โดยคุณสมบัติของผู้มั่งคั่งและมีทรัพย์สินมากซึ่งมีแนวโน้มที่จะใช้เงินให้กลายเป็นความสัมพันธ์ระหว่างตนกับหัวคะแนน และหัวคะแนนใช้รูปแบบเดียวกับชาวบ้านแลกกับคะแนนเสียง ซึ่งถือว่าเป็นการช่วยเหลือกัน

3. การยกย่องอำนาจ

ในเรื่องอำนาจ คนไทยมีความผูกพันมาจากระบบศักดินา ถือว่าคนที่รับตำแหน่งหน้าที่สำคัญทางราชการเป็นผลมาจากบุญวาสนา ดังนั้นคนไทยจึงยอมรับอำนาจที่มาจากเบื้องบน และเห็นว่าเขาเป็นคนดี ในเรื่องการซื้อเสียงเลือกตั้งจะเป็นได้ว่านอกจากเขา ซึ่งเป็นผู้สมัครรับเลือกตั้งจะต้องเป็นบุคคลที่มีเงินตรา ถ้ามี

อำนาจมากด้วย เช่นเคยเป็นข้าราชการ เป็นผู้ได้รับการยกย่องในสังคม ก็จะทำให้ประชาชนยอมคล้อยตามที่จะไปลงคะแนนเสียงตามที่เขาขอร้อง โดยอาจรับเงินเป็นค่าตอบแทนการเสียเวลา

4. <u>การนิยมในตัวบุคคลมากกว่าอุดมการณ์</u>

ค่านิยมในส่วนนี้ สืบเนื่องมาจากความพร้อมในตัวบุคคลที่ได้รับความนิยมที่ว่าเป็นผู้พร้อมทั้งการเงินและอำนาจ และบุคคลเหล่านี้มีความสัมพันธ์แบบช่วยเหลือกันเป็นส่วนตัว มีความสำคัญในการประกอบกิจกรรมเกือบทุกประเภท และโดยลักษณะของคนไทยที่เห็นความสำคัญในแง่มุมนี้ เนื่องจากคนไทยเป็นผู้เล็งเห็นผลเลิศในทางปฏิบัติมากกว่าที่จะยึดมั่นในอุดมการณ์ กล่าวคือ จะสนใจกับสิ่งที่เป็นไปได้ในทางปฏิบัติ โดยปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมหรือสภาพความเป็นจริงได้ไม่ยาก โดยเฉพาะในเรื่องที่ตนได้ผลประโยชน์ เช่น การนิยมเข้าข้างผู้ชนะ ใครยึดอำนาจได้จะถือว่าเป็นฝ่ายถูก ในแง่ของการซื้อขายเสียงก็เช่นเดียวกัน

5. <u>การเคารพอาวุโส</u>

ถือว่าเป็นเรื่องสำคัญที่คนโบราณสอนให้ยึดมั่น โดยให้เคารพผู้ใหญ่เชื่อผู้ใหญ่ เพราะถือว่า อาบน้ำร้อน หรือมีประสบการณ์มามากกว่า ส่วนมากผู้อาวุโสจะเป็นผู้ที่มีตำแหน่งสูงและอายุมาก ผู้น้อยโดยทั่วไปจะเกรงใจผู้ใหญ่และไม่กล้าแสดงความคิดเห็น มักจะมีพฤติกรรมคล้อยตาม ในการซื้อเสียงส่วนมากจะเป็นการรับเงินโดยเป็นอิทธิพลของผู้อาวุโสที่ให้ทำตาม ผ่านกระบวนการทางการเมืองที่สำคัญ นั่นคือ การอบรมกล่อมเกลาทางการเมือง โดยผ่านตัวการที่สำคัญคือครอบครัว

6. การรักพวกพ้อง

การรักพวกพ้องออกมาในรูปรักเพื่อนฝูงรักกลุ่มที่ตนเป็นสมาชิกหรือพื้นเพเดียวกัน การรวมกลุ่มนี้ก่อให้เกิดการปกป้องคุ้มครองประโยชน์ของกลุ่มโดยบุคคลในกลุ่มที่มีฐานะดีกว่า โดยลูกน้องหรือผู้มีฐานะด้อยกว่าจะตอบแทนด้วยการเผยแพร่ชื่อเสียงเกียรติคุณ ในการซื้อเสียงเป็นการช่วยเหลือพรรคพวกมากกว่าจะเป็นการรับเงินโดยตรง ผู้ที่เป็นหัวหน้ากลุ่มหรือเป็นผู้มีอิทธิพลของกลุ่มอาจใช้ประเด็นนี้ปลุกจิตสำนึกให้คนรู้สึกว่าต้องช่วยเหลือเพราะเป็นพวกเดียวกัน

7. กตัญญูรู้บุญคุณ

เป็นค่านิยมที่มีความสำคัญในทุกสมัยโดยสถาบันต่างๆ ในการกล่อมเกลา จะถ่ายทอดคุณธรรมนี้ว่าเป็นสิ่งที่ควรจะมีในทุกคนทำให้บุคคลมีความคิดว่าต้องตอบแทนหรือช่วยเหลือผู้มีพระคุณไม่ว่าจะเป็นครู อาจารย์ หรือผู้มีพระคุณในทุก ๆ ด้าน ในเรื่องการซื้อเสียง ถ้ามีผู้มีบุญคุณมาขอร้องและให้เงินตอบแทนก็จะทำให้ผู้ที่เคยเป็นผู้ถูกช่วยเหลือ จะใช้เป็นโอกาสตอบแทนบุญคุณได้ทางหนึ่ง

8. ขาดความกระตือรือร้น

คนไทยโดยทั่วไปจะพอใจในสถานภาพที่ตนเป็นอยู่ ยอมรับโชคชะตาและบุญกรรม มีส่วนร่วมในเรื่องต่างๆ น้อย โดยเฉพาะในทางการเมือง เนื่องจากได้รับการสั่งสอนว่า ให้ถือว่าเป็นเรื่องของทางราชการ เป็นเรื่องของชนชั้นนำ ด้วยเหตุนี้มีผลทำให้คนไทยไม่ยินดียินร้ายกับเหตุการณ์ทางการเมืองที่เกิดขึ้น และการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง จะกระทำเรื่องจากถูกระดมจากผู้มีอิทธิพลหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับค่านิยมอื่น ๆ ที่กล่าวมาแล้ว ถ้าสามารถให้ผลดีกับผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งโดยมีเงินเป็นค่าตอบแทนแก่ชาวบ้านเช่นกัน

กล่าวได้ว่า คุณลักษณะของคนไทยทั้ง 8 ประการมีอิทธิพลส่งเสริมให้เกิดการเจริญเติบโตของการซื้อเสียงได้ในแง่มุมต่างๆ กล่าวโดยสรุป การกล่าวถึงระบบความสัมพันธ์แบบอุปถัมภ์และค่านิยมของไทยก็เพื่อชี้ให้เห็นถึงบทบาทของสังคมที่เอื้อต่อการซื้อคะแนนเสียงเลือกตั้ง ในขั้นตอนต่อไปจะได้กล่าวถึงแนวทางศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสียงของคนต่างวัย

## แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสียงของคนต่างวัย

ปัจจุบันนี้ ยังไม่มีแนวความคิดและทฤษฎีที่แน่นอนที่สามารถใช้เป็นกรอบในการศึกษาหรืออธิบายทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสียงของคนต่างวัย ดังนั้นในการศึกษาที่ได้นำแนวความคิดและทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติและพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งโดยทั่วไปมาใช้เป็นฐานในการพิจารณาศึกษา

### ทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสียง

นักวิชาการทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศหลายท่านได้กำหนดขอบเขตและนิยามความหมายของทัศนคติไว้ ซึ่งพอจะยกเป็นสังเขปได้ดังนี้

John Hahn[11] ได้ให้ความหมายว่า ทัศนคติเป็นแรงจูงใจที่บุคคลจะกระทำตามความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง และมีพื้นฐานมาจากความเชื่อบางอย่าง

---

[11]John F. Hahn, An Introduction to Psychology (New York : Doubleday and Company Inc.,1962), p. 161.

Norman Munn[12] ให้ความหมายว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกและความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอใด ๆ ในทางที่ยอมรับหรือปฏิเสธซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกันตลอดไป

Laurence Ross[13] กล่าวว่า ทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล เป็นผลจากการที่คนเราได้รับมาโดยกระบวนการกล่อมเกลา (socialization) ซึ่งหมายถึงการที่บุคคลมีโอกาสเรียนรู้จากสภาพสังคมและสิ่งแวดล้อม แล้วรับผลจากการเรียนรู้ดังกล่าวมาเป็นเครื่องกำหนดแนวทางในการพิจารณาสิ่งต่าง ๆ ซึ่งก็คือการมีทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ นั่นเอง นอกจากนั้นบุคคลแม้ว่าจะอยู่ในสังคมเดียวกันก็มีทัศนคติต่างกันได้เพราะโอกาสการเรียนรู้ต่างกันทำให้พฤติกรรมต่างกันไปด้วย

Theodor Newcomb[14] กล่าวว่า ทัศนคติที่มีอยู่ในปัจจุบันบุคคลนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะของสิ่งแวดล้อมที่เขาได้รับ ทัศนคติของบุคคลนั้นอาจจะแสดงออกมาในทางพฤติกรรมได้ใน 2 ลักษณะ คือ ลักษณะพึงพอใจ ยอมรับในสิ่งนั้น (positive attitude) กับลักษณะไม่พอใจ ไม่ยอมรับต่อสิ่งนั้น ๆ (negative attitude)

---

[12]Norman L. Munn, Introduction to Psychology (Boston: Houghton Mifflin, 1962), p. 77.

[13]Laurence H. Ross, "Perspective on the Social Order," A Reading in Sociology (New York : McGraw-Hill Book, 1968), p.176. อ้างใน อำมร เขมะอุดม, หน้า 20.

[14]Theodor M. Newcomb, Social Psychology (New York : Dryden Press, 1954), p. 128.

นักวิชาการไทย ชื่อ ชัตติยา กรรณสูต ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึกที่คนเรามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่งก็ตาม ในลักษณะที่เป็นอัตวิสัย (subjective) อันมีผลให้เกิดการกระทำหรือการแสดงออกที่เรียกว่าพฤติกรรม[15]

ไพบูลย์ ช่างเรียน[16] ให้ความหมายของทัศนคติว่าคือความรู้สึกนึกคิดและแนวทางปฏิบัติ หรือท่าทีที่มีต่อสิ่งแวดล้อมอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อสิ่งแวดล้อมแต่ละอย่างอาจจะมีความเข้มข้น (degree) ในปริมาณที่ไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะตัวแต่ละบุคคล

จากที่กล่าวมา แม้นักวิชาการจะให้ความหมายของทัศนคติไว้แตกต่างกัน แต่ก็มีความคิดที่สอดคล้องกันว่าทัศนคติมีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ องค์ประกอบด้านความคิด ความเข้าใจ (cognitive component) คือ ความเชื่อ หรือความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งของ ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งในทางดีหรือไม่ดีก็ได้ องค์ประกอบด้านความรู้สึก (affective component) คือ ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ และ องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (behavior component) คือ การยอมรับ หรือไม่ยอมรับปฏิบัติหรือไม่ปฏิบัติ[17]

---

[15]ชัตติยา กรรณสูต, "ทัศนคติในการปฏิบัติงานของข้าราชการ", รายงานการวิจัยเสนอต่อคณะกรรมการส่งเสริมการวิจัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2516, หน้า 2.

[16]ไพบูลย์ ช่างเรียน, สารานุกรมศัพท์ทางสังคมวิทยา (กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2516), หน้า 7.

[17]Jonathan L. Freedman, J. Merrill Carlsmith, and David O. Sear, Social Psychology (Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall, 1970), p. 304.

Charles Foster[18] กล่าวว่า ทัศนคติเกิดจากมูลเหตุ 2 ประการคือ

1. ประสบการณ์ที่บุคคลมีต่อสภาพการณ์ บุคคล หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยการได้พบเห็น คุ้นเคย ได้ทดลอง เรียกว่าเป็นประสบการณ์โดยตรง (direct experiences) และโดยการได้ยินได้ฟัง ได้เห็นรูปภาพหรือได้อ่านเกี่ยวกับสิ่งนั้นๆ แต่ไม่ได้พบเห็น ไม่ได้ทดลองกับของจริงด้วยตัวเอง เรียกว่าประสบการณ์ทางอ้อม (indirect experiences) เนื่องจากทัศนคติเป็นเรื่องที่เกิดจากการเรียนรู้และการเข้าใจ (cognition) ดังนั้น บุคคลจะไม่มีทัศนคติต่อสิ่งที่เราไม่เคยได้มีประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม

2. ค่านิยมและการตัดสินค่านิยม เนื่องจากกลุ่มชนแต่ละกลุ่มชนมีค่านิยมและตัดสินค่านิยมไม่เหมือนกัน แต่ละกลุ่มอาจมีทัศนคติต่อสิ่งเดียวกันแตกต่างกันก็ได้ การที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งจะมีทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ย่อมขึ้นอยู่กับค่านิยมหรือมาตราฐานของกลุ่มที่บุคคลนั้นดำเนินชีวิตอยู่

จากความหมายและลักษณะต่าง ๆ ของทัศนคติที่นักวิชาการได้ให้นิยามและอธิบายไว้อาจสรุปได้ว่า ทัศนคติเป็นปฏิกิริยาทางอารมณ์และจิตใจ เพื่อแสดงออกทางพฤติกรรมต่อสภาพแวดล้อมเกี่ยวกับตัวบุคคล ซึ่งจะเป็นไปในทางบวกหรือทางลบ ตามประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้น ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อมที่เคยมีมาก่อน คนเรามีทัศนคติแตกต่างกันเนื่องจากมีค่านิยมที่เป็นฐานของทัศนคติแตกต่างกัน ซึ่งเป็นผลมาจากการเรียนรู้และการได้รับประสบการณ์มิใช่ติดตัวมาแต่กำเนิด

---

[18]Charles R. Foster, Psychology for Life Adjustment (Chicago : Ameriean Technical Society, 1952), p.119.

เมื่อพิจารณาทัศนคติทางการเมืองก็คือการศึกษาถึงทัศนคติของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีผลต่อแนวความคิด ตัวบุคคล สถาบันตลอดจนองค์การต่างๆ ในทางการเมือง หรืออาจเรียกรวมๆ กันไปว่า วัตถุทางการเมือง (political objects)

ดังนั้น สำหรับทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งก็คือ ปฏิกิริยาทางอารมณ์และจิตใจเพื่อแสดงออกทางพฤติกรรมต่อกระบวนการซื้อเสียงเลือกตั้งซึ่งอาจแสดงออกในลักษณะพึงพอใจยอมรับหรือไม่พอใจและต่อต้าน

<u>ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความแตกต่างของทัศนคติและพฤติกรรม</u>

ในการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกตั้งของบุคคล ประเด็นหนึ่งที่นักรัฐศาสตร์ให้ความสนใจศึกษาคือ ปัจจัยที่ทำให้เกิดพฤติกรรมในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งแนวความคิดสำคัญที่นักรัฐศาสตร์นำมาใช้ในการศึกษาประเด็นดังกล่าว คือ อิทธิพลของฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม (socio-economic status) แนวความคิดนี้เสนอว่า ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของบุคคล อันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ที่อยู่อาศัย รายได้ เป็นต้น มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

การศึกษาของ Charles Merriam และ Harold Gosnell[19] พบว่าในกลุ่มผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมต่ำมีความรู้สึกนึกคิด ทางการเมืองคล้ายคลึงกัน

---

[19]ดูรายละเอียดใน Charles E. Merriam and Harold F. Gosnell, <u>Non-Voting : Causes and Methods of Control</u> (New York: University of Chicago Press, 1924).

การศึกษาของ Paul Larzarsfeld และคณะ และการศึกษาของ Berelson และคณะ พบว่า อาชีพ ที่อยู่อาศัย ศาสนา และอุปนิสัยการลงคะแนนเสียงของบุคคลในอดีตเป็นตัวกำหนดสำคัญต่อพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง[20] Leonard Broom และ Phillip Selznick[21] พบว่า มีความแตกต่างกันในการเข้ามีส่วนร่วมในการเลือกตั้ง ระหว่างผู้ที่มีอายุ เพศ ถิ่นที่อยู่อาศัย ระบบการศึกษา อาชีพ รายได้ และลักษณะทางสังคมที่แตกต่างกัน และตัวแปรที่ก่อให้เกิดความแตกต่างกันที่เห็นได้ อย่างชัดเจน คือ การศึกษา รายได้ ที่อยู่อาศัยและอายุ

จากผลการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงที่กล่าวมา สามารถสรุปได้ว่า "บุคคลมีความนึกคิดทางการเมืองตามสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของตน"[22]

Angus Campbell และคณะ[23] เห็นว่า การที่ความแตกต่างของสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของตน ทำให้เกิดความแตกต่างในพฤติกรรมลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง รวมทั้งพฤติกรรมทางการเมืองทั่วไปด้วยเป็นเพราะ

---

[20]Icek Ajzen and Martin Fishbein, Understanding Attitude and Predicting Social Behavior (Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice Hall, Inc., 1980), p.174.

[21]Leonard Broom and Phillip Selznick, Sociology : A Text with Adapted Reading (New York : Hatper and Row, 1973), p. 526.

[22]สุจิต บุญบงการ และ พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, พฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527) หน้า 19.

[23]Campbell, et al., The American Voter (New York: Wiley, 1960), pp. 250-251.

1. การที่บุคคลมีลักษณะทางสังคมต่างกันทำให้เขามีประสบการณ์ต่างกัน อันนำไปสู่ความแตกต่างในพฤติกรรมด้วย การที่คนเรามีประสบการณ์เหมือนกันหรือคล้ายกันย่อมทำให้บุคคลมีปฏิกริยาตอบโต้ที่คล้ายคลึงกัน ดังนั้นบุคคลที่มีลักษณะทางสังคมอย่างเดียวกันอาจมีพฤติกรรมแบบเดียวกันโดยไม่ตั้งใจเลียนแบบกันเลย ตัวอย่างเช่น ปัจจัยด้านอายุ บุคคลจะไม่ตระหนักถึงปัญหาด้านบำนาญ จนกว่าเขาจะมีอายุครบเกษียณ

2. ในบางกรณี ค่านิยมทางวัฒนธรรมในสังคมเป็นตัวกำหนดบรรทัดฐานเฉพาะอย่าง กล่าวถึงบุคคลที่มีลักษณะทางสังคมอย่างหนึ่งจะต้องมีความสนใจหรือมีพฤติกรรมอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ ซึ่งแตกต่างจากบุคคลที่มีลักษณะทางสังคมอย่างอื่น เช่น ความเป็นผู้ชายและผู้หญิง บรรทัดฐานในสังคม กำหนดให้ผู้ชายต้องรู้เรื่องการเมือง แต่การเมืองไม่ใช่เรื่องของผู้หญิง เป็นต้น

**<u>แบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมของคนแต่ละรุ่นวัย</u>**

จากแนวความคิดอิทธิพลของฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีต่อพฤติกรรมการลงคะแนนเสียง ได้ชี้ให้เราเห็นว่า อายุหรือวัยเป็นตัวแปรสำคัญตัวหนึ่งที่มีผลก่อให้เกิดความแตกต่างในทัศนคติและพฤติกรรม อายุเป็นลักษณะขั้นพื้นฐานที่จะช่วยในการวิเคราะห์หรือพยากรณ์ได้หลายอย่าง ในประเด็นแรกเกี่ยวกับวุฒิภาวะ (maturity) กล่าวคือ ความแตกต่างของอายุเป็นความแตกต่างทางชีวภาพที่สำคัญอย่างหนึ่ง ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา ควบคู่ไปกับการเปลี่ยนแปลงของอายุ บุคคลจะมีพัฒนาการทางร่างกาย จิตใจ ความสามารถ นักจิตวิทยาได้มีการแบ่งวัยและพัฒนาการของแต่ละวัยได้หลายแบบ ซึ่งมีเหตุผลในการแบ่งต่างกันที่น่าสนใจ ได้แก่[24]

---

[24]สุฒิย์ ธีรดากร, <u>จิตวิทยาพัฒนาการ</u> (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์สถานส่งเคราะห์หญิงปากเกร็ด, 2523), หน้า 32-33.

Arnold Gesell ได้กำหนดพัฒนาการของบุคคลไว้ดังนี้

| | |
|---|---|
| ระยะตัวอ่อน (Embryo) | 0 - 8 สัปดาห์ |
| ระยะทารกในครรภ์ (Fetus) | 8 - 40 สัปดาห์ |
| วัยทารก (Infancy) | คลอด - 2 ปี |
| วัยก่อนเข้าโรงเรียน (Pre-school age) | 2 - 5 ปี |
| วัยเด็ก (Childhood) | 5 - 12 ปี |
| วัยรุ่น (Adolescence) | 12 - 20 ปี |
| วัยผู้ใหญ่ (Adult Maturity) | 20 - 24 ปี |

Luella Cole นักจิตวิทยาชาวอเมริกัน แบ่งวัยของคนออกได้ดังนี้

| | |
|---|---|
| วัยทารก (Infancy) | แรกเกิด - 2 ปี |
| วัยเด็กตอนต้น (Early childhood) | 2-6 ปี |
| วัยเด็กตอนกลาง (Middle childhood) | หญิง 6-11 ปี |
| | ชาย 6-13 ปี |
| วัยเด็กตอนปลายหรือวัยเตรียมเข้าสู่วัยรุ่น (Late childhood) | |
| | หญิง 11-13 ปี |
| | ชาย 13-15 ปี |
| วัยรุ่นตอนต้น (Early adolescence) | หญิง 13-15 ปี |
| | ชาย 15-17 ปี |
| วัยรุ่นตอนกลาง (Middle adulthood) | หญิง 15-18 ปี |
| | ชาย 17-19 ปี |
| วัยรุ่นตอนปลาย (Late adulthood) | หญิง 18-21 ปี |
| | ชาย 19-21 ปี |
| วัยผู้ใหญ่ตอนต้น (Early Adulthood) | 21-35 ปี |

| | |
|---|---|
| วัยผู้ใหญ่ตอนกลาง (Middle Adulthood) | 35-50 ปี |
| วัยผู้ใหญ่ตอนปลาย (Late Adulthood) | 50-65 ปี |
| วัยชราตอนต้น (Early Senescence) | 65-75 ปี |
| วัยชรา (Senescence) | 75 ปีขึ้นไป |

<u>การแบ่งวัยแบบไทย</u>

ที่กล่าวมาแล้วเป็นการแบ่งวัยในทัศนะของนักจิตวิทยาต่างประเทศสำหรับกาแบ่งวัยของคนไทยเราก็มีมาแต่โบราณดังคำกล่าวที่ว่า

วัยแรกเกิดถึง 20 ปี เป็นวัย "อาบน้ำบ่หนาว"
เป็นระยะที่คนไม่ทุกข์ร้อนใด ๆ อยากได้อะไรก็มีผู้คอยทำให้

วัย 20-30 ปี เป็นวัย "เกี้ยวสาวบ่เบื่อ"
เป็นวัยที่คนเริ่มสนุกสนานเต็มที่เริ่มมีความจริงจังกับชีวิตคู่ คิดที่จะมีเหย้ามีเรือนเหมือนผู้ใหญ่ทั้งหลาย

วัย 30-40 ปี เป็นวัย "สู้เสือทุกท่า"
เป็นระยะที่ที่คนเริ่มทำงานอย่างจริงจัง เพื่อก่อร่างสร้างตัว

วัย 40-50 ปี เป็นวัย "ลามือก่อนไก่"
เป็นระยะปฏิบัติกิจได้กระฉับกระเฉงไม่เหมือนแต่ก่อน เป็นวัยสุดท้ายที่จะสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ เพื่อความเจริญของตนได้

วัย 50-60 ปี เป็นวัย "ไปนากลับมาทอดหุ่ย
เป็นระยะที่กำลังวังชาของคนเรากำลัง จะหมดลงแล้วทำอะไรสักหน่อย
รู้สึกระโหยโรยแรง

วัย 60-70 ปี เป็นวัย "เป่าขลุ่ยบ่ดัง"
เป็นระยะที่คนเข้าสู่วัยชราสมรรถภาพในการทำงานหมดลงแล้ว สิ่งที่ทำ
ได้ในวัยนี้คือเล่าเรื่องอดีตให้ลูกหลานฟัง
วัย 70-80 ปี เป็นวัย "เดินหลังบ่ตรง"

วัย 80-90 ปี เป็นวัย "ลงดินบ่ได้"
เป็นวัยที่ชราภาพและเริ่มหมดศักยภาพ ในการปฏิบัติงานทั้งปวง

วัย 90-100 ปี เป็นวัย "ขี้ไหลบ่ฮู้"
เป็นวัยที่ไม่สามารถคุมสติตนเองได้กลับมีสภาพเป็นทารกอีกครั้ง

วัย 100 ปีขึ้นไป เป็นวัย "ไข้ก็ตายบ่ไข้ก็ตาย[25]

จากการแบ่งวัยของนักจิตวิทยาชาวต่างประเทศ ดังที่กล่าวไปแล้วนั้นจะเห็นได้ว่ามีแนวทางหลากหลาย แต่ในการวิจัยครั้งนี้จะอาศัยการอ้างอิง บนพื้นฐานของงานพัฒนาการของวัยโดย Havighurst และการแบ่งของไทย[26] ผสมกัน

---

[25]อานันท์ จิตพิทักษ์, "การแบ่งวัย" ฟ้าเมืองไทย, หน้า 750. อ้างใน สุณีย์ ธีรดากร, จิตวิทยาพัฒนาการ (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์สถานสงเคราะห์หญิงปากเกร็ด, 2523), หน้า 34.

[26]สุณีย์ ธีรดากร, จิตวิทยาพัฒนาการ, หน้า 33-37.

กล่าวคือ แบ่งเป็นช่วงชั้นๆ ละ 10 ปี ทั้งนี้โดยอาศัยโครงสร้างใหญ่จากนักจิตวิทยาชาวต่างประเทศเนื่องจากลักษณะพัฒนาการของมนุษย์ จะเป็นไปตามช่วงเวลาที่นานกว่า 10 ปี แต่เหตุที่แบ่งช่วงชั้นเป็น 10 ปี เพื่อต้องการทราบว่าเพื่อแบ่งซอยช่วงอายุให้ละเอียดลงไปอีกจะมีข้อแตกต่างเกิดขึ้นหรือไม่เพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาต่อไป ดังในตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 พัฒนาการของบุคคล

| ช่วงอายุ | พัฒนาการ | สถาบันที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม |
|---|---|---|
| 18-20ปี วัยรุ่น | ขั้นของการพัฒนาการ คือ การมีเอกลักษณ์ของตนและความสับสนไม่เข้าใจตนเอง เป็นระยะที่เด็กจะแสดงหาเอกลักษณ์ประจำตนจากพ่อแม่และบุคคลเด่น ๆ ที่เขาพอใจ ในระยะนี้เด็กจะค้นหาบทบาทที่เหมาะสมกับชีวิตของตนมากขึ้น ทั้งนี้เพราะความจำเป็นของสังคม บทบาทต่าง ๆ ได้แก่บทบาททางเพศ ความรับผิดชอบ การใช้เหตุผล การมีทัศนคติและการวางค่านิยมสำหรับตนเอง | กลุ่มเพื่อนเรียน |

(มีต่อ)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

| ช่วงอายุ | พัฒนาการ | สถาบันที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม |
|---|---|---|
| 21-30 ปี และ 31-40 ปี วัยผู้ใหญ่ตอนต้น | ขั้นตอนพัฒนาการคือความรู้สึกใกล้ชิดสนิทสนม และความรู้สึกว่าอ้างว้างโดดเดี่ยว ลักษณะความสัมพันธ์ที่สำคัญที่สุดของบุคคล วัยนี้คือความสัมพันธ์ในฐานะคู่สามีภรรยา ความรู้สึกเป็นเพื่อนที่จะต้องมีการร่วมกันในการทำงานหรือมีการแข่งขันชิงดีชิงเด่นกัน<br>เป็นระยะที่การเจริญเติบโตทางร่างกายพัฒนาเต็มที่และสมบูรณ์ ประสิทธิภาพและความสามารถของร่างกายมีมากที่สุด<br>มีการปรับตัวเข้ากับแบบแผนใหม่ ๆ ในชีวิต พัฒนาทัศนคติ เริ่มสร้างหลักฐานในชีวิต ซึ่งถือได้ว่าเป็น <u>วัยแห่งปัญญา</u> | เพื่อนร่วมงาน ครอบครัว |

(มีต่อ)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

| ช่วงอายุ | พัฒนาการ | สถาบันที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม |
|---|---|---|
| 41-50 ปี และ 51-60 ปี วัยกลางคน | ขั้นตอนพัฒนาการคือความรู้สึกมั่นคงและความสนใจในตนเอง ความเฉื่อยชาไม่ก้าวหน้า ลักษณะพัฒนาการที่สำคัญที่สุดของคนวัยนี้คือการมีบุตรตำแหน่งที่การวางและความสำเร็จในการดำเนินชีวิตทั้งในด้านครอบครัว ตำแหน่งหน้าที่การงาน ตำแหน่งทางสังคม เป็นช่วงวัยแห่งความสำเร็จในชีวิต และย้อนดูผลงานในอดีต และประเมินความสำเร็จหรือล้มเหลวของชีวิต ช่วงหลังของวัยเริ่มกังวลใจในสุขภาพที่เปลี่ยนแปลงไป อารมณ์เริ่มแปรเปลี่ยนและที่สำคัญเป็นช่วงวัยที่น่าประหวั่นพรั่นพรึง เพราะเป็นวัยที่คนส่วนมากไม่ค่อยยอมรับว่าตนเองเข้าสู่วัยนี้แล้ว เป็นวัยที่อยู่ตัวและไม่ค่อยคิดถึงการเปลี่ยนแปลง และขาดความกระตือรือร้น | ครอบครัว |

ที่มา 1. Floy L. Ruch, "The Developmental of Behavior" in Politics and Life (Scott : Foresman and Company, 1967), pp. 102-103.

2. Erik H. Erikson, Identity,Youth and Crisis (Canada: George J. Mcleod Limited, 1968), pp. 91-141.

นอกจากนี้อายุของบุคคลก็เป็นเครื่องชี้ว่า บุคคลนั้นได้ผ่านสภาพแวดล้อมทางสังคมและเรียนรู้ทางสังคมมานานเท่าใด ประสบการณ์ของบุคคลที่ผ่านมาในระยะเวลาที่แตกต่างกัน ย่อมมีผลให้เขาได้รับอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมและเรียนรู้ทางสังคมในแนวทางที่แตกต่างกัน เมื่อกระบวนการเรียนรู้ของบุคคลต่างกันย่อมจะส่งผลทำให้ค่านิยม และทัศนคติของบุคคลแตกต่างกันด้วย

ในช่วงชีวิตหนึ่ง บุคคลจะผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 4 ขั้นตอนดังนี้คือ[27]

ขั้นตอนที่หนึ่ง เป็นขั้นตอนเริ่มแรกสุดที่เป็นคนเริ่มเกิดมาได้รับการถ่ายทอดอบรมให้เข้าสู่ความมีสภาพเป็นสมาชิกในสังคม ในขั้นตอนนี้เป็นการอบรมที่ทำให้คนเรียนรู้วิธีดำรงชีวิตอยู่ในสังคมร่วมกับผู้อื่น หรืออีกนัยหนึ่ง เป็นขั้นตอนอบรมบุคคลให้มีโครงสร้างบุคลิกภาพมูลฐาน (basic personality structure) หรือมีวัฒนธรรมมูลฐาน องค์กรสำคัญที่มีอิทธิพลมากที่สุดที่มีส่วนในการถ่ายทอดวัฒนธรรมในขั้นตอนนี้ ได้แก่ ครอบครัว และสถาบันการศึกษาในลำดับต่อมา

ขั้นตอนที่สอง เป็นขั้นตอนอบรมที่ก่อให้บุคคลเริ่มมีพื้นฐานความรู้ ความเชื่อ หรืออีกนัยหนึ่ง ทำให้คนเริ่มมีเอกภาพส่วนบุคคล เป็นขั้นตอนที่ประสบการณ์เริ่มมีอิทธิพลหล่อหลอมจิตใจให้มีความสำนึก ซึ่งจะไปมีส่วนกำหนดโครงสร้างบุคลิกภาพขั้นมูลฐานของบุคคล คือ บุคคลจะมีความสำนึกว่าตัวเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

---

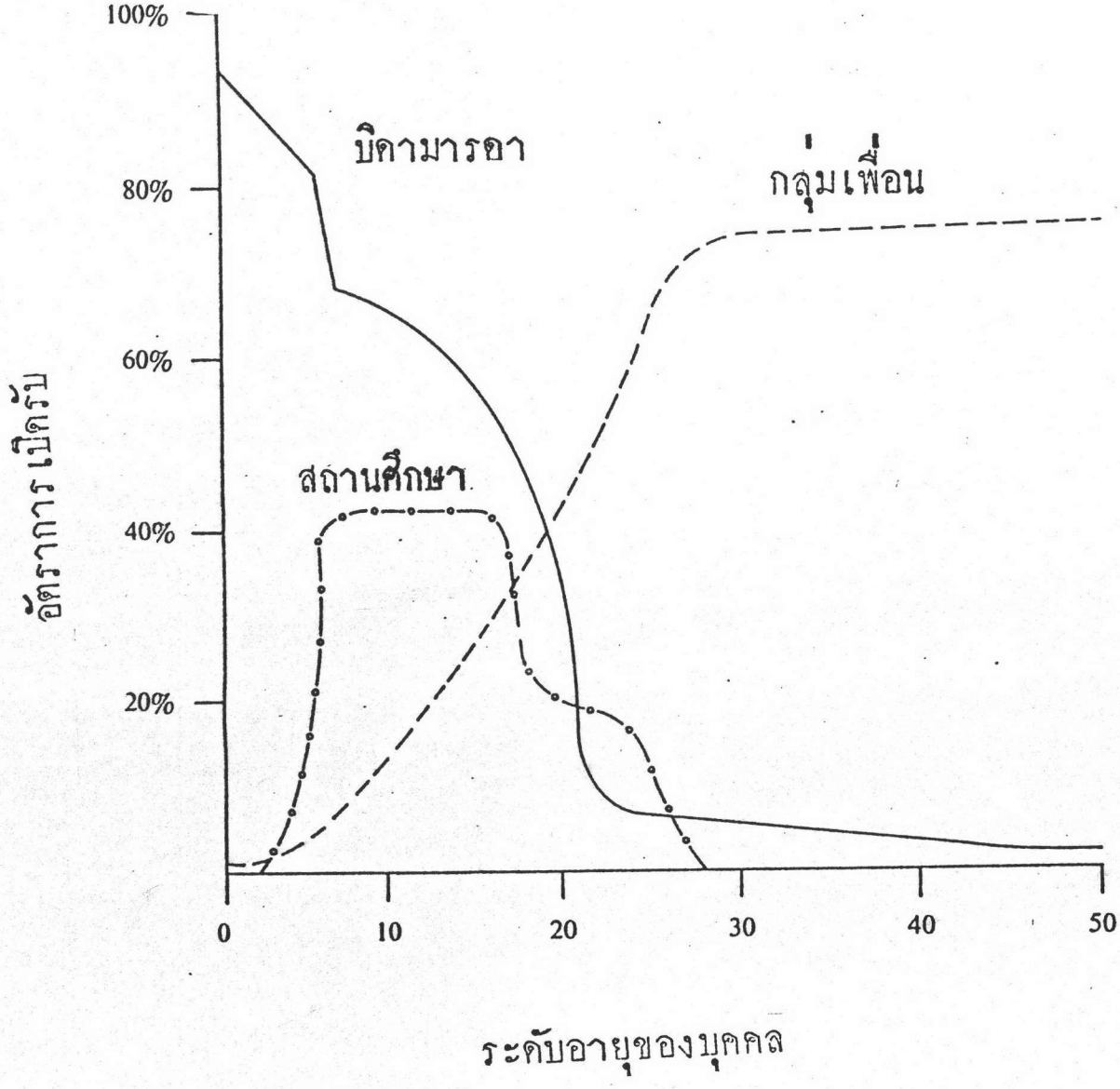
[27]Lucian W. Pye, Politics, Personality, and Nation Building : Burma's Search for Identity (New Haven : Yale University Press, 1962), pp. 44-46.

ขั้นตอนที่สาม ขั้นตอนนี้ เป็นการอบรมถ่ายทอดทางการเมือง ในขั้นตอนนี้บุคคลเริ่มมีความรอบรู้ในสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวกับการเมือง เป็นขั้นตอนหล่อหลอมทำให้เกิดบุคคลิกภาพทางการเมืองขึ้นในตัวบุคคล ทำให้บุคคลเริ่มมีความคิด พินิจพิเคราะห์ในทางการเมืองลึกซึ้งขึ้น และมีความรู้สึกนึกคิดในทางการเมืองอย่างมาก จนถึงขั้นทำให้เกิดมีความกระตือรือร้นที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมและมีบทบาททางการเมือง คน ๆ นั้นอาจจะเป็นนักการเมืองหรือผู้บริหารพรรคเป็นรัฐมนตรี หรือผู้พิพากษาก็ได้

สิ่งที่จะทำหน้าที่เป็นตัวกลางของกระบวนการเรียนรู้นั้น ได้แก่ สถาบันและสิ่งสำคัญต่าง ๆ ในสังคม ซึ่งได้แก่ ครอบครัว สถาบันการศึกษา กลุ่มเพื่อน กลุ่มอาชีพสื่อสารมวลชนและสภาพโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งประวัติศาสตร์ของสังคมนั้น ๆ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า การมีค่านิยมทัศนคติและพฤติกรรมทางการเมืองของบุคคลนั้นจะเป็นแบบใด ขึ้นอยู่กับสถาบันและสิ่งสำคัญในสังคมดังกล่าวถ่ายทอด ค่านิยมและทัศนคติแบบนั้น ๆ ให้

ขั้นตอนต่าง ๆ ของกระบวนการเรียนรู้ จะมีอิทธิพลต่อบุคคลมากน้อยไม่เท่ากันแตกต่างกันไปตามพัฒนาการของวัยของบุคคล บางครั้งการอบรมในระดับครอบครัวอาจจะมีอิทธิพลมากกว่ากลุ่มเพื่อน กลุ่มอาชีพ และองค์กรที่เป็นทางการ แต่บางช่วงอายุการอบรมของกลุ่มเพื่อนกลุ่มอาชีพจะมีอิทธิพลมากกว่า

อาจกล่าวได้ว่า ในพัฒนาการแต่ละช่วงวัยของบุคคลจะมีขั้นตอนการเรียน-รู้ที่แตกต่างกัน ตลอดจนตัวการที่มีอิทธิพลในการถ่ายทอดแตกต่างกัน ดังนั้นกล่าวได้ว่า บุคคลที่มีอายุแตกต่างกันย่อมมี ค่านิยม ทัศนคติ ตลอดจนพฤติกรรมแตกต่างกัน นั่นคือ คนแต่ละรุ่นวัยจะมีแบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน




**รูปที่ 2.2 ระดับอิทธิพลของตัวการต่าง ๆ ที่มีบุคคลในแต่ละช่วงวัย**

Robert Lane[27] ได้กล่าวถึง แบบแผนการเข้ามีส่วนรวมทางการเมืองของคนแต่ละรุ่นวัยไว้ว่า ภายใต้พัฒนาการของคนแต่และวัยบุคคลจะผ่านกระบวนการเรียนรู้ในขั้นตอนที่แตกต่างกัน ด้วยตัวการที่แตกต่างกันและประสบกับเหตุการณ์ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ที่แตกต่างกัน ดังนั้นคนแต่ละรุ่นวัยจะมีทัศนคติและพฤติกรรมทางการเมืองที่แตกต่างกัน

Lane ให้ข้อสังเกตว่า ในช่วงแรกของชีวิตเด็กจะได้รับการรอบรมกล่อมเกลาทางการเมือง สร้างให้เกิดความสนใจ ทัศนคติ บุคลิกภาพ และความรู้สึกผูกพันต่อหน้าที่พลเมืองช่วงต่อมาช่วงวัยรุ่น ช่วงนี้จะเป็นช่วงสำคัญที่จะมีอิทธิพลต่อแบบแผนพฤติกรรมทางการเมืองเพราะเป็นช่วงที่การตัดสินใจสำคัญ ๆ มีขึ้น เป็นช่วงที่เริ่มมีความสามารถในการคิดลักษณะนามธรรมได้ ดังนั้นคนในวัยนี้จะมีภาพความคิดเชิงอุดมคติ อีกทั้งคนวัยนี้จะเป็นวัยที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองมากกว่าวัยอื่น ๆ คนในวัยนี้จะมีลักษณะเป็นเสรีนิยมสูง ช่วงปลายวัยรุ่นเริ่มต้นวัยผู้ใหญ่ จะเป็นช่วงสำคัญต่อการก่อตัวของทัศนคติทางการเมือง เป็นระยะที่เกิดความตึงเครียดทางจิตใจ เนื่องจากยังไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับสังคมได้ คนกลุ่มนี้จะเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองต่ำ แม้จะตระหนักในหน้าที่ของพลเมืองและเชื่อมั่นในความมีประสิทธิภาพทางการเมืองของตนเอง ทั้งนี้เพราะยังไม่ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน คนวัยนี้มักจะยอมรับความคิดทางการเมืองของพ่อแม่ ในวัยผู้ใหญ่สู่วัยกลางคน บุคคลจะมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ มีความรับผิดชอบต่อครอบครัว มีสถาพภาพในกลุ่มสังคม ทำให้เกิดแรงกระตุ้นมีแนวโน้มที่จะสนใจการเมือง และเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองมากขึ้น และเป็นวัยที่เข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองสูงกว่าวัยอื่น สุดท้าย

---

[28]Robert E. Lane, Political Life Why and How People Get Involved In Politics (New York : Collier-Macmillan Limited, 1969), p. 219.

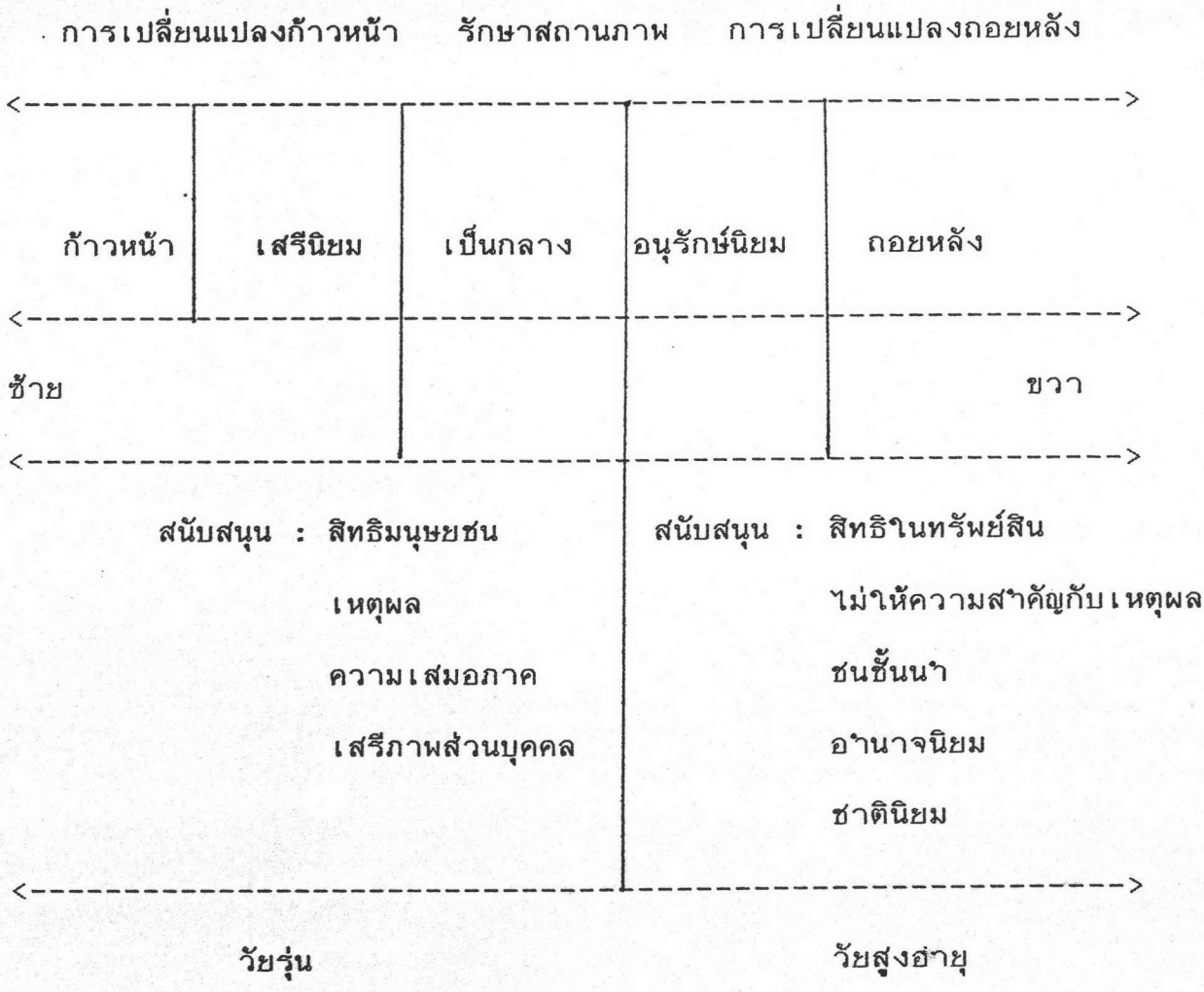
วัยสูงอายุ เป็นวัยสุดท้ายของชีวิต บุคคลที่อายุเกิน 55 ปี จะสูญเสียความรู้สึกมีประสิทธิภาพทางการเมือง ซึ่งอาจเป็นเพราะพ้นจากหน้าที่การงาน เป็นวัยเกษียณอายุ วัยนี้จะมีความเปลี่ยนแปลงให้ความสำคัญต่อหน้าที่พลเมืองในระดับสูง

Leon Baradat[29] ได้กล่าวถึงแบบแผนของอุดมการณ์ของคนต่างวัยไว้ว่า อายุเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดความแตกต่างในการยึดถืออุดมการณ์ โดยที่คนวัยหนุ่มจะให้ความสำคัญเพียงเล็กน้อยกับการรักษาสถานภาพ (status quo) ดังนั้น จะมีแนวโน้มเป็นเสรีนิยม ในทางตรงกันข้าม คนวัยสูงอายุมีแนวโน้มที่จะสนับสนุนการรักษาสถานะ การดำรงอยู่ของสังคม ทั้งนี้เพราะ คนวัยสูงอายุมีผลประโยชน์ที่จะได้จากการรักษาสถานภาพ ในขณะที่คนหนุ่มไม่มี คนหนุ่มไม่ให้ความสำคัญกับความมั่งคั่ง (wealth) และไม่ให้ความสำคัญกับความรู้สึกเป็นเจ้าของด้วย คนสูงอายุจะมีความรู้สึกว่าเขามีส่วนได้ส่วนเสียในสังคมไม่เพียงเพราะเขาเคยชินกับสังคมเท่านั้น แต่ยังเพราะเขารู้สึกว่าเขาสร้างสังคมขึ้นมาด้วย ส่วนวัยรุ่นจะไม่มีความรู้สึกดังกล่าว ทำให้ไม่ยอมจำนน (conform) ต่อระบบต่อสังคม

จากที่กล่าวมาสามารถเขียนเป็นแผนภาพอธิบายแบบแผนอุดมการณ์ของคนต่างวัยได้ดังรูปที่ 2.2

---

[29]Leon. P. Baradat, Political Ideologies Their Origin and Impact (Englewood Cliffs,: Prentice Hall, 1988), pp. 18-45.




ที่มา : Leon P. Baradat, "Spectrum of Political Attitudes", Political Ideologies : Thier Origins and Impact (Englewood Cliffs : Prentice Hall, 1988), p. 44.

**รูปที่ 2.3** แบบแผนอุดมการณ์กับอายุ

โดยสรุป กล่าวได้ว่าวัยรุ่นมีแนวโน้มที่จะยึดมั่นอุดมการณ์เสรีนิยม ในขณะที่วัยสูงอายุมีแนวโน้มที่จะยึดถืออุดมการณ์อนุรักษ์นิยม

ชัยอนันต์ สมุทวนิช ได้ชี้ให้เห็นผลต่างของการยึดถืออุดมการณ์ที่แตกต่างกันซึ่งมีผลต่อการยึดถือค่านิยมแตกต่างกัน[30] บุคคลที่ยึดถืออุดมการณ์อนุรักษ์นิยมมักจะยึดมั่นในประเพณีและวิธีชีวิตเดิม มีการเปลี่ยนแปลงยาว มีความเคร่งครัดในระบบอาวุโส ยึดมั่นในบุคคลมากกว่าเหตุผล เชื่อในความคิดของตนอย่างไม่ยอมผ่อนปรนแก้ไข ในทางตรงกันข้ามบุคคลที่ยึดมั่นในอุดมการณ์เสรีนิยม จะเน้นความเป็นอิสระเสรีของปัจเจกชน ไม่เชื่อหรือวางใจอำนาจเด็ดขาด ไม่ชอบอยู่ใต้อำนาจหรือยอมตามคำบงการของผู้อื่น โดยไม่คิดไตร่ตรองหาเหตุผลด้วยตนเอง มีใจกว้างพร้อมที่จะรับความแตกต่างในทางความคิดเห็น เต็มใจที่จะยอมประนีประนอมผ่อนปรน และรับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นใหม่

กล่าวโดยสรุป แบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมของคนต่างวัยคือ คนต่างมีแนวโน้มที่จะมีแบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกัน ทั้งนี้ภายใต้บริบทของสังคม บุคคลจะเรียนและมีประสบการณ์ ทำให้ได้มาซึ่งความรู้ ความเชื่อและค่านิยมของสังคมที่บุคคลนั้นอาศัยอยู่ ซึ่งเรียกรวม ๆ ว่า วัฒนธรรม

คนที่อยู่ในวัยเดียวกันย่อมผ่านกระบวนการเรียนรู้ ผ่านเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์เหมือนกัน ทำให้มีวัฒนธรรมเหมือนกัน ในทางตรงกันข้ามคนที่วัยต่างกันย่อมผ่านกระบวนการเรียนรู้ ผ่านเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์แตกต่างกัน มีผลให้เกิดวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ลักษณะที่เห็นได้ชัดประการหนึ่งคือ อุดมการณ์ซึ่งเป็น

---

[30]ชัยอนันต์ สมุทวณิช, ประชาธิปไตย สังคมนิยม คอมมิวนิสต์กับการเมืองไทย (กรุงเทพมหานคร : บรรณกิจ, 2529), หน้า 23.

ความเชื่ออย่างหนึ่ง คนวัยหนุ่มมีแนวโน้มที่เป็นเสรีนิยม ส่วนคนที่สูงอายุมีแนวโน้มเป็นอนุรักษ์นิยม ความแตกต่างทางอุดมการณ์ดังกล่าวทำให้ระดับความยึดถือต่อค่านิยมของสังคมแตกต่างกัน กล่าวคือ คนหนุ่มที่เป็นเสรีนิยมมีแนวโน้มจะไม่ยึดมั่นต่อวัฒนธรรมมากนัก ในขณะที่คนสูงอายุที่เป็นอนุรักษ์นิยมมีแนวโน้มจะยึดมั่นต่อวัฒนธรรมของสังคม

เนื่องจากวัฒนธรรมเป็นรากฐานของทัศนคติและค่านิยม ดังนั้นเมื่อบุคคลมีวัยต่างกัน มีวัฒนธรรมต่างกันย่อมมีทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกันด้วยนั่นคือคนที่อยู่ในวัยเดียวกันมีแนวโน้มที่จะมีแบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมเหมือนกัน ส่วนคนที่อยู่ในวัยต่างกันจะมีแบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมต่างกัน

**ผลการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

การศึกษาวิจัยพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งเท่าที่ผ่านมา โดยมากนักวิชาการจะให้ความสนใจกับอิทธิพลของสถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของบุคคลเป็นเบื้องแรก สถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมดังกล่าว บ่งชี้จาก เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ฯลฯ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้จะได้ค้นคว้าผลงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะเนื้อหาที่เกิดจากอิทธิพลของอายุและเรื่องเกี่ยวกับการซื้อเสียง

การศึกษาเรื่อง "พฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของประชาชนในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่" โดย สุวิทย์ รุ่งวิสัย[31] พบว่าในการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 18 เมษายน 2526 มีผู้สมัครหรือหัวคะแนนบางคนซื้อคะแนนเสียงจากผู้มีสิทธิออกเสียง ซึ่งเป็นรูปแบบการซื้อเสียงมีทั้งแบบทางตรง คือซื้อด้วยเงินสด และโดยอ้อม คือการเลี้ยง ให้บริการ หรือผลประโยชน์อื่น ๆ สุวิทย์ประเมินว่าในการเลือกตั้งดังกล่าวจะต้องมีการซื้อขายเสียงของประชาชนมากกว่า ร้อยละ 3.4 แต่ไม่เกิน

62.2 และชุมชนในชนบทมีการซื้อขายเสียงมากกว่าชุมชนในเมือง สุวิทย์ อธิบายสาเหตุของการซื้อขายเสียงว่าเป็นเพราะประชาชนขาดความสำนึกถึงสิทธิและหน้าที่ของตน ความยากจนและความสำนึกในบุญคุณ สำหรับทัศนคติของคนเชียงใหม่ต่อการซื้อเสียงพบว่าคนเชียงใหม่ส่วนมากคือร้อยละ 95.2 เห็นว่าการซื้อเสียงเป็นสิ่งที่ไม่ดีและไม่เหมาะสม ส่วนที่เห็นว่าการเสียงเป็นสิ่งที่ดีและเหมาะสมมีเพียงเล็กน้อยคือร้อยละ 3.4

การศึกษาของ พงศธร จันทร์แก้ว[32] เรื่องผลกระทบของการใช้เงินซื้อเสียงต่อพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง : ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า การระบวนการซื้อเสียงเลือกตั้งวางอยู่บน ระบบความสัมพันธ์ของคนไทยผสมกับระบบอุปถัมภ์ การซื้อเสียงจะมีประสิทธิภาพมากเพียงใด ขึ้นอยู่กับความเกรงใจของผู้ลงคะแนนเสียงที่มีต่อหัวคะแนน นั่นหมายความว่า การที่การซื้อเสียงมีขึ้นเพราะความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อคือหัวคะแนนกับผู้ขายคือผู้ลงคะแนนเป็นแบบอุปถัมภ์ โดยมีหัวคะแนนเป็นผู้อุปถัมภ์ (patron) และผู้ลงคะแนน เป็นผู้ใต้อุปถัมภ์ (client) ภายใต้ความสัมพันธ์ดังกล่าวทำให้ผู้ลงคะแนนเกิดความเกรงใจหัวคะแนน นั่นคือ ผู้ลงคะแนนจะต้องมีค่านิยมหรือความเชื่อในเรื่องระบบอาวุโส อำนาจ กตัญญู ฯลฯ

สำหรับการวิจัยเรื่องอิทธิพลของอายุต่อพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงหรือการมีส่วนร่วมทางการเมืองมีดังนี้

ผลการวิจัยของนักวิชาการหลายๆท่านพบว่า ระดับอายุที่มีความสนใจและมีส่วนร่วมทางการเมืองสูงที่สุดคือ กลุ่มอายุวัยกลางคนและหลังจากนั้นจะค่อย ๆ ลดลงทีละน้อยในวัยสูงอายุ ชัยอนันต์ สมุทวณิช ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการเมืองไทยและสรุปไว้ว่า ผู้ที่มีอายุในวัยกลางคนคืออายุ 40-50 ปีจะเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองสูงสุด[33] และเป็นที่น่าสังเกตว่า ผู้ที่มีอายุน้อยจะมีเพียงจำนวนน้อยนิเท่า

นั้นที่มีส่วนร่วมทางการเมือง ในบางประเทศจะมีเพียงร้อยละ 4 หรือ 5ของจำนวนประชากรทั้งหมดเท่านั้น ทั้งนี้เพราะบุคคลในวัยดังกล่าวเป็นวัยที่กำลังทำงานไปศึกษาเล่าเรียน เมื่อมีการเลือกตั้งจึงไม่ได้ให้ความสนใจกับการไปออกเสียง ดังนั้นผู้ที่ไปออกเสียงเลือกตั้งมากที่สุด คือ ผู้ที่มีอายุอยู่ในวัยกลางคน[34]

จิรายุทธ รัจนะรัตน์ วิจัยเกี่ยวกับการไม่ไปออกเสียงเลือกตั้งของประชาชนพบว่า ประชาชนที่มีอายุระหว่าง 50-59 ปี มีแนวโน้มที่จะมีความรู้ความเข้าใจในระบอบการเมืองการปกครองสูงกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ[35]

กนก บิฌศิรวานิช ได้สรุปการวิจัยไว้ว่า อายุจะทำให้เกิดความแตกต่างในความรู้ความเข้าใจต่อการเลือกตั้งและการนิยมพรรคใดพรรคหนึ่ง โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ที่มีอายุสูงขึ้นจะเห็นได้อย่างชัดเจน[36]

จุฑาทิพย์ สุขรังสรรค์ พบว่า ผู้ที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไปจึงไปใช้สิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งมากกว่าผู้ที่อยู่ในวัยหนุ่มสาวและวัยกลางคน แต่มีแนวโน้มที่จะถูกชักจูงให้ไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งได้ง่ายกว่า ในการตัดสินใจเลือกตัวผู้สมัครนั้นจะคำนึงถึงตัวบุคคลมากกว่าพรรค สามารถตัดสินใจได้รวดเร็วและแน่นอนกว่าผู้ที่มีอายุน้อย[37]

จากการศึกษาของ พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว พบว่า เงินและสิ่งของที่แจกในการเลือกตั้งมีอิทธิพลต่อการลงคะแนนเสียงค่อนข้างสูง โดยเฉพาะผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมต่ำหรือคนรุ่นเก่า ส่วนคนรุ่นใหม่และพวกที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมสูง นอกจากจะไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของการแจกเงินแล้วยังมีพฤติกรรมเชิงต่อต้านอีกด้วย[38]

จากการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของคนไทย ของพรศักดิ์และสุจิต[39] พบว่า ในประเด็นสถานภาพของบุคคลกับเหตุผลในการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งนั้น ปัจจัยด้านอายุ ผู้ลงคะแนนเสียงแต่ละรุ่นอายุไปลงคะแนนเสียงโดยเหตุผลที่ไม่แตกต่างกันโดยผู้ที่มีอายุสูงกว่า 51 ปีขึ้นไปสนใจเลือกตัวบุคคลมากกว่าผู้ที่มีอายุต่ำลงมา อายุจะมีความสัมพันธ์กับการไปใช้สิทธิเลือกตั้ง กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุในระดับปานกลางมีแนวโน้มที่จะไปใช้สิทธิเลือกตั้งมากกว่าผู้ที่มีอายุในระดับต่ำและระดับสูง

โดยสรุปแล้ว การศึกษาวิจัยในอดีตพบว่า การซื้อเสียงเลือกตั้งเท่าที่มีการศึกษาวิจัยที่ผ่านมานั้น ปรากฏว่า พื้นฐานของสังคมไทยที่มีลักษณะโครงสร้างทางวัฒนธรรมที่มีความคิด ความเชื่อหรือค่านิยมที่เอื้อต่อการซื้อเสียง และที่สำคัญคือระบบความสัมพันธ์แบบอุปถัมภ์ที่ทำให้การซื้อเสียงมีความเข้มข้นมากและปรากฏการณ์ดังกล่าวมักจะพบในพื้นที่แถบชนบท ที่ประชาชนมีสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมต่ำและง่ายต่อการระดมให้ไปออกเสียงเลือกตั้ง

ความแตกต่างทางด้านอายุมีผลอย่างสำคัญต่อการเกิดทัศนคติและพฤติกรรมในการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยเฉพาะในเรื่องการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ผลสรุปจากการวิจัยของนักวิชาการต่างๆอาจกล่าวได้ว่า คนโดยทั่วไปจะสนใจข่าวสารการเมือง ตลอดจนมีส่วนร่วมทางการเมืองตามวัยโดยคนที่มีความสนใจหรือมีระดับการมีส่วนร่วมที่เข้มข้นที่สุดในวัยกลางคน ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมมั่นคงแล้ว แต่อย่างไรก็ตามระดับอายุกับความเข้มข้นในการมีส่วนร่วมทางการเมืองจะเป็นไปในลักษณะอายุเพิ่มมากขึ้นการมีส่วนร่วมทางการเมืองจะน้อยลงตามไปด้วย

**สรุป**

กล่าวโดยสรุปเกี่ยวกับแบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมของคนต่างวัยคือ คนต่างมีแนวโน้มที่จะมีแบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกัน ทั้งนี้ภายใต้บริบทของสังคม บุคคลจะเรียนและมีประสบการณ์ ทำให้ได้มาซึ่งความรู้ ความเชื่อและค่านิยมของสังคมที่บุคคลนั้นอาศัยอยู่ ซึ่งเรียกรวมๆว่า วัฒนธรรม

คนที่อยู่ในวัยเดียวกันย่อมผ่านกระบวนการเรียนรู้ ผ่านเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์เหมือนกัน ทำให้มีวัฒนธรรมเหมือนกัน ในทางตรงกันข้ามคนที่วัยต่างกันย่อมผ่านกระบวนการเรียนรู้ ผ่านเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์แตกต่างกัน มีผลให้เกิดวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ลักษณะที่เห็นได้ชัดประการหนึ่งคือ อุดมการณ์ซึ่งเป็นความเชื่ออย่างหนึ่ง คนวัยหนุ่มมีแนวโน้มที่เป็นเสรีนิยม ส่วนคนที่สูงอายุมีแนวโน้มเป็นอนุรักษ์นิยม ความแตกต่างทางอุดมการณ์ดังกล่าวทำให้ระดับความยึดถือต่อค่านิยมของสังคมแตกต่างกัน กล่าวคือ คนหนุ่มที่เป็นเสรีนิยมมีแนวโน้มจะไม่ยึดมั่นต่อวัฒนธรรมมากนัก ในขณะที่คนสูงอายุที่เป็นอนุรักษ์นิยมมีแนวโน้มจะยึดมั่นต่อวัฒนธรรมของสังคม

เนื่องจากวัฒนธรรมเป็นรากฐานของทัศนคติและค่านิยม ดังนั้นเมื่อบุคคลมีวัยต่างกัน มีวัฒนธรรมต่างกันย่อมมีทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกันด้วยนั่นคือ คนที่อยู่ในวัยเดียวกันมีแนวโน้มที่จะมีแบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมเหมือนกัน ส่วนคนที่อยู่ในวัยต่างกันจะมีแบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมต่างกัน.