

บทที่ 1

บทนำ



ปัญหาวิจัย

การเลือกตั้งเป็นกิจกรรมสำคัญในกระบวนการทางการเมืองที่มีอยู่แทบทุกประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการเลือกตั้งแบบใด จุดร่วมสำคัญของการเลือกตั้งได้แก่ การระดมมติประชาชน เพื่อสร้างความชอบธรรมของการเมืองการปกครอง นอกจากนี้การเลือกตั้งยังเป็นที่มาของการเลือกสรรผู้ปกครอง แนวนโยบายที่ใช้ การเรียนรู้ทางการเมือง การสร้างบูรณาการของชาติ ฯลฯ ด้วยคุณสมบัติดังกล่าวทำให้การเลือกตั้งมีความสำคัญ และมีการแข่งขันกันในระดับที่แตกต่างกันตามสถานการณ์ การเลือกตั้งที่มีการแข่งขันกันสูงมักจะมีการใช้กลวิธีมากมาย เพื่อให้ได้มาซึ่งคะแนนเสียงซึ่งมีผลกระทบต่อความบริสุทธิ์ยุติธรรมต่อกระบวนการเลือกตั้ง

ในประเทศที่มีการปกครองในระบอบประชาธิปไตย การเลือกตั้งนับว่าเป็นกระบวนการทางการเมืองที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่ง ถือว่าเป็นการแสดงออกถึงเจตนารมณ์ของประชาชนในประเทศ โดยประชาชนจะทำหน้าที่เลือกตั้งผู้แทนเข้าไปทำหน้าที่ในสภา ตลอดจนกำหนดผู้ที่จะเข้าหรือออกจากการดำรง ตำแหน่งทางการเมืองที่สำคัญได้ นอกจากนี้การเลือกตั้งสามารถเป็นกลไกเชื่อมโยง (linkage mechanism) สะท้อนความต้องการของสาธารณชนต่อนโยบายของรัฐบาลอีกด้วย

ผู้มีครรับเลือกตั้งทั้งหลายต่างต้องการที่จะได้รับเลือกตั้ง และด้วยเหตุผลบางประการ ผู้สมัครบางคนมีความพยายามอย่างยิ่งยวดที่จะเอาชนะการเลือกตั้ง ที่เรียกว่า "แพ้ไม่ได้" จึงได้นำกลวิธีต่าง ๆ มาใช้ในการเลือกตั้งเพื่อให้ผู้มีครได้รับการสนับสนุนจากประชาชน การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง การจัดองค์กร

ของพรรคการเมือง และการสนับสนุนของผู้มีอิทธิพลในท้องถิ่น เพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุดในการระดมการสนับสนุนผู้สมัคร ผู้สมัครแต่ละคนต่างพยายามที่จะใช้เครื่องมือหรือทรัพยากรทางการเมืองที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะให้ตนเป็นที่รู้จักในหมู่ประชาชนในเขตเลือกตั้งจนเกิดความเลื่อมใสหรือรู้จักตัวผู้สมัครและสุดท้ายตัดสินใจเลือกผู้สมัคร ในหลายกรณี เมื่อผู้สมัครมิได้รับความเลื่อมใสหรือมีคนรู้จักจำนวนน้อย จะมีการเลือกตั้งโดยการร้องขอให้ไปลงคะแนนเสียงโดยการเกณฑ์หรือจ้างวานประชาชนให้ไปลงคะแนนเสียงที่เรียกกันในภาษาชาวบ้านว่า "ซื้อเสียง" ทั้งที่เป็นตัวเงินหรือสิ่งของ ลักษณะดังกล่าวส่งผลกระทบต่อการพัฒนาทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของไทยเป็นอย่างมาก

การใช้เงินซื้อเสียงและการระดมประชาชนให้มาสนับสนุนผู้สมัครคนใดคนหนึ่งเกิดขึ้นทั่วไปในสังคมปัจจุบัน โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบทโดยผ่านระบบหัวคะแนน ซึ่งเป็นการ "ติดสินบนบุคคล" ให้ไปลงคะแนนเสียงให้ผู้สมัครคนใดคนหนึ่งโดยมีอำมิสสินจ้างเป็นผลตอบแทนเพื่อแลกเปลี่ยนกับคะแนนเสียง

ในกรณีของไทยนั้น สภาพการณ์ไม่แตกต่างจากประเทศกำลังพัฒนาอื่น ๆ ที่การลงคะแนนเสียงเลือกตั้งเป็นไปโดยผ่านการระดม มากกว่าความสมัครใจของผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้เงิน หรืออำมิสสินจ้างเป็นผลตอบแทนกับคะแนนเสียงที่ผู้สมัครได้รับ การจ่ายเงินซื้อเสียงหรือการให้อำมิสสินจ้างในการเลือกตั้งของไทยได้ ปรากฏขึ้นอย่างชัดเจนในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมา และมีแนวโน้มแห่งการ "ซื้อเสียง" ในอัตราที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ จนเป็นที่วิตกว่าพฤติกรรมดังกล่าวอาจจะกลายเป็นค่านิยมหรือวัฒนธรรมทางการเมืองซึ่งกำหนดคุณลักษณะของคนไทย อันจะเกิดความเสียหายต่อกระบวนการเลือกสรรบุคลากรทางการเมืองของไทยอย่างใหญ่หลวงและกระทบต่อระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตย แบบแผนทางการเมืองดังกล่าวทำให้ผู้ที่มีเงินมีโอกาสเข้ามาครอบงำทางการเมือง โดยผ่านกระบวนการเลือกตั้ง เช่นเดียวกับผู้สมัครรับเลือกตั้งอื่น ทำให้หลักการของความ

เท่าเทียมกันในโอกาสอันเป็นหลักสำคัญของระบอบประชาธิปไตยเสียไป¹ เนื่องจากผู้ที่มีความสามารถแต่มีทุนทรัพย์น้อยมีโอกาสชนะเลือกตั้งได้น้อยลงดังนั้น การใช้จ่ายเงิน หรือการให้อามิสสินจ้างเพื่อระดมผู้มีสิทธิเลือกตั้งให้ไปลงคะแนนเสียงให้กับตน หรือละเว้นลงคะแนนเสียงให้กับผู้สมัครคนอื่นนั้น จึงส่งผลกระทบต่อความบริสุทธิ์ยุติธรรมในการเลือกตั้งของไทยอย่างมาก

การซื้อเสียงมีหลายระดับและมีหลายรูปแบบ ประมาทกันอย่างคร่าว ๆ ว่า ถ้าผู้สมัครแต่ละพรรคจะซื้อทั้ง "กระบวนการเลือกตั้ง" คือตั้งแต่ผู้ลงคะแนนเสียงรายบุคคลไปจนถึงเจ้าหน้าที่ระดับจังหวัดแล้วก็จะใช้เงินมหาศาล เช่น ซื้อกรรมการหน่วยเลือกตั้งละ 10,000-50,000 บาท ซื้อคะแนนเสียงโดยตรงหัวละ 20-500 บาท เฉพาะการซื้อโดยตรง ในส่วนนี้ก็ใช้จ่ายเงินหลายร้อยล้านบาท และเมื่อรวมถึงการประชาสัมพันธ์และการซื้อโดยทางอ้อมอื่น ๆ อีกด้วยแล้ว ก็จะเป็นจำนวนเงินมหาศาล

แนวโน้มของการใช้จ่ายเงินในการหาซื้อเสียง ทั้งทางตรงและทางอ้อมที่มีจำนวนมากขึ้นเช่นนี้ ย่อมก่อให้เกิดผลที่ไม่สอดคล้องกับพัฒนาการทางการเมือง ของระบอบประชาธิปไตย คือทำให้ผู้ที่มีเงินมีโอกาสเข้ามาครอบงำทางการเมืองมากขึ้น ทำให้หลักการของความเท่าเทียมกันในโอกาส อันเป็นหลักสำคัญของประชาธิปไตย

¹สุจิต บุญบงการ, รายงานการวิจัยเรื่อง "เงินกับการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร : ศึกษาเฉพาะการเลือกตั้งซ่อมที่จังหวัดนครปฐม" (เสนอต่อสมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย, 2527); สุจิต บุญบงการ และ พรศักดิ์ ฝ่องแพ้ว, พฤติกรรมกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของคนไทย (กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527); Alexander Curtis, Financing Politics: Money, Elections, and Political Reforms, 3rd ed. (Washington D.C. : Congressional Quarterly, 1984).

เสียไป ผู้ที่มีความรู้ความสามารถแต่ถ้ามีกำลังเงินน้อยมีโอกาสชนะเลือกตั้งน้อยลง ผู้สมัครรับเลือกตั้งประเภท "เจ้าบุญทุ่ม" มากขึ้น นักการเมืองเหล่านี้ไม่แต่ชนะการเลือกตั้งเข้ามาได้เท่านั้น หากแต่อาจเข้ามามีอิทธิพลภายในพรรคเนื่องจากตนเองมีกำลังทางการเงินมาก จึงมีพลังต่อรองสูง สามารถเรียกร้อยตำแหน่งสูง ๆ ภายในพรรคได้

การที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งสามารถใช้จ่ายเงินซื้อเสียงเข้ามาสู่ตำแหน่งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรได้นั้น ทำให้บรรดานักธุรกิจหรือผู้ที่มีอำนาจทางการเงินอื่น ๆ ทั้งในเขตกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัดดำเนินรอยตาม โดยการสมัครเป็นสมาชิกสภาผู้แทน สมาชิกสภาจังหวัด และสมาชิกสภาเทศบาล ตลอดจนจนสมัครเป็นกำนัน ผู้ใหญ่บ้านโดยใช้จ่ายเงินและการให้อำมิสสินจ้างในรูปสิ่งของต่างๆ แก่ผู้ลงคะแนนเสียงให้ลงคะแนนเสียงแก่ตน ผลเสียที่ตามมาคือ เมื่อผู้สมัครได้ใช้จ่ายเงินจำนวนมากเพื่อการเลือกตั้ง เมื่อได้รับเลือกตั้งแล้วต้องถอนทุนคืน และพยายามแสวงหาประโยชน์ให้กับตนเอง โดยอาศัยตำแหน่งหน้าที่การงานจนเกิดผลเสียต่อการพัฒนาทางการเมืองในด้านต่าง ๆ

อย่างไรก็ตาม สาเหตุหรือปัจจัยที่ทำให้เกิดการซื้อเสียงและรับอำมิสสินจ้างเป็นสิ่งจำเป็นที่ควรแก่การศึกษา นักวิชาการทางด้านรัฐศาสตร์และสังคมวิทยาการเมืองมีความเห็นว่า การซื้อเสียงในกระบวนการเลือกตั้งของไทยไม่ใช่การ "ซื้อขาย" ในเชิงเศรษฐศาสตร์หรือการค้าขายตามปกติ หากแต่เป็นแบบแผนของพฤติกรรมที่มีรากฐานอย่างสำคัญอยู่บนพื้นฐานของแบบแผนวัฒนธรรมไทย แม้ว่า การซื้อเสียงในทางตรงจะจับจ่ายในรูปตัวเงิน แต่ "ความหมาย" ของตัวเงินนั้น ส่วนหนึ่งอยู่ในรูป "ของฝาก" ที่ชนชั้นนำ (elite) ให้แก่ชนชั้นผู้ตาม และพฤติกรรม การให้เงินทองสิ่งของนั้นเป็นไปตามรูปแบบของการอุปถัมภ์กันในสังคมไทยตามปกติ²

²อนัญญา อึ้งภากร, เอกสารประกอบการอภิปรายเรื่องการซื้อเสียงในการเลือกตั้ง ณ ห้องเกษมอุทยานิน คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย วันที่ 7 มีนาคม 2535.

เป็นที่น่าพิจารณาว่า เหตุที่ระบบการซื้อเสียงเติบโตและมีความเข้มข้นในไทยเนื่องมาจากโครงสร้างทางสังคมที่เป็นระบบอุปถัมภ์ (patron-client) ที่มีอยู่คู่กับสังคมไทยมาตลอดนั้น เป็นระบบพึ่งพาอาศัยกันของบุคคลสองชนชั้นซึ่งสืบทอดมาแต่โบราณ กล่าวคือ ในสมัยก่อนลักษณะชนชั้นทางสังคมแบ่งคนออกเป็นหลายชนชั้นตามศักดินา และระหว่างชนชั้นขุนนางกับไพร่ต้องมีการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน โดยขุนนางต้องอาศัยแรงงานจากไพร่ในขณะที่ไพร่ต้องอาศัยบารมีของขุนนางคุ้มครองตนเอง ความสัมพันธ์เช่นนี้ยังคงปรากฏอยู่ในสังคมแม้ว่าเวลาจะผ่านไป ระบบศักดินาอาจดูเหมือนจะหมดไปจากสังคมเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 แต่ที่จริงแล้วระบบศักดินาและระบบอุปถัมภ์ไม่ได้หายหรือหมดไปจากสังคมไทย เพียงแต่เปลี่ยนรูปไปตามพัฒนาการทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองเป็นสำคัญ และยังคงมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลอยู่ แม้ในหลายกรณีจะไม่มั่นคงและถาวรเหมือนในอดีตก็ตาม

ด้วยเหตุนี้จะเห็นได้ว่า การซื้อเสียงในสังคมไทยทั้งที่ผ่านห้วคະແນและให้กับบุคคลซึ่งอยู่ภายใต้ความสัมพันธ์ การช่วยเหลือพึ่งพาอาศัยกันกับผู้สมัครรับเลือกตั้งทำให้การซื้อเสียงแบบธรรมดาไม่แต่ในความหมายของความเข้าใจของบุคคลสองกลุ่มนั้นไม่ใช้การซื้อแต่เป็น การแลกเปลี่ยน การตอบแทน หรือแม้แต่สิ่งที่เราเรียกกันโดยทั่วไปว่า "สินน้ำใจ" ให้ตอบแทนกับความมีบุญคุณ การช่วยเหลือกันและการจำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยกันในภายภาคหน้า ซึ่งเป็นความสัมพันธ์กันในระยะยาว

นอกเหนือจากระบบอุปถัมภ์แล้ว อิทธิพลของปัจจัยอื่น ๆ ยังคงสอดแทรกและช่วยเพิ่มความเข้มข้นของทัศนคติและพฤติกรรมอันจะนำไปสู่การซื้อเสียงเลือกตั้ง ได้แก่ ศาสนาและระบบค่านิยมบางประการ รวมถึงลักษณะเฉพาะที่เป็นของไทย จากศาสนาพุทธซึ่งมีเนื้อหาสาระในการสอนคนให้เป็นคนดี ซื่อสัตย์ และประกอบด้วยความเชื่อและแบบแผนทางสังคมไทยบางประการที่เอื้ออำนวยต่อการซื้อเสียง ทั้งนี้รวมถึงค่านิยมของคนไทยบางประการด้วย การยกย่องผู้มีอำนาจทั้งอำนาจเงินทอง

และบารมี การเล็งเห็นความสำคัญของวัตถุนิยม สิ่งเหล่านี้ดูเหมือนว่าจะเป็น การกระตุ้นให้คนมีความอยากได้ในอามิสสินจ้างมากขึ้น³

ไม่ว่าจะเป็นเพราะเหตุผลใด ๆ ก็ตาม สิ่งทีกล่าวนี้อาจจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ซึ่งรวมไปถึงการซื้อเสียง เป็นอย่างมาก ในเบื้องต้นนี้ จึงเป็นที่น่าพิจารณาในรายละเอียดว่าปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อเสียงเลือกตั้งที่สำคัญมี 3 ประการ คือ โครงสร้างทางสังคมที่เป็นระบบอุปถัมภ์ ศาสนา และความเชื่อค่านิยมบางประการ หรืออาจเรียกรวม ๆ ได้ว่า "วัฒนธรรมทางการเมือง" (political culture) อย่างไรก็ตาม วัฒนธรรมทางการเมืองเป็นแนวคิดใหญ่ ไม่สามารถที่จะอธิบายแบบแผนพฤติกรรม การซื้อเสียงดังที่กล่าวมาได้โดยทันที จึงน่าที่จะได้มีการศึกษาวิจัยในรายละเอียดว่ามีปัจจัยทางวัฒนธรรมและสังคมอะไรบ้างที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดทัศนคติและพฤติกรรมของคนไทยในการรับอามิสสินจ้างในการเลือกตั้ง อีกประการหนึ่งเนื่องจากวัฒนธรรมมีการเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละยุคสมัย และเป็นที่รู้กันว่า กระบวนการส่งผ่านทางวัฒนธรรมที่สำคัญคือ กระบวนการกล่อมเกลாத่างสังคม (socialization) โดยผ่านหน่วยสถาบันทางสังคมที่สำคัญต่าง ๆ เช่น ครอบครัว โรงเรียน กลุ่มเพื่อนฝูง กลุ่มอาชีพและสื่อมวลชน เป็นต้น แบบแผนความนิยมเอียงทางการเมืองและสังคมของบุคคล โดยทั่วไปปรากฏจากแบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมของคนต่างรุ่นวัยกัน (generation) ทั้งนี้เนื่องจากบุคคลแต่ละรุ่นต่างได้รับประสบการณ์หรือได้รับการอบรมกล่อมเกลาท่างสังคมและการเมืองที่แตกต่างกันนั่นเอง จึงเป็นที่น่าสนใจว่า วัช เป็นตัวชี้ (indicator) หรือตัวกำหนด (determinant) ที่บ่งบอกแบบแผนของทัศนคติและพฤติกรรมในการซื้อเสียงเลือกตั้งของคนได้หรือไม่ และอยู่ในเงื่อนไขที่สำคัญอะไรบ้าง

³สุภัทรา สุภาพ, สังคมวิทยา พิมพ์ครั้งที่ 6 (กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2532), บทที่ 3.

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

การวิจัยเรื่องนี้มุ่งศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมทางการเมืองต่อการซื้อเสียงในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในด้านต่าง ๆ ต่อไปนี้

1. ทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสียงในการเลือกตั้งของคนวัยต่าง ๆ ตั้งแต่อายุ 18 ปี ขึ้นไป
2. มุ่งหาปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการเข้าใจเรื่องการซื้อเสียงโดยเปรียบเทียบของคนวัยต่าง ๆ ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสังคม (socio-economic status) ที่แตกต่างกัน
3. ความเชื่อมโยงระหว่างรุ่นวัย (generation) ของคนไทยกับปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมไทย ที่มีต่อแบบแผนของพฤติกรรมการรับอามิสสินจ้างในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของไทย

แนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

แนวคิดหรือทฤษฎีที่ใช้เป็นฐานในการวิจัยเรื่องนี้ ได้แก่ ทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง (voting behavior) โดยเฉพาะในส่วนที่ว่าด้วยอิทธิพลของฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม (socio-economic status) ที่มีต่อการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ซึ่งให้ความสำคัญว่าปัจจัยทางสังคมของบุคคลเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง เช่น รายได้ การศึกษา อาชีพ ที่อยู่อาศัย ฯลฯ ซึ่งเป็นตัวกำหนดชั้นทางสังคม (social class) ของบุคคล นอกจากนี้เพื่อเป็นการเจาะลึกลงไปอีกชั้นหนึ่ง การวิจัยเรื่องนี้ได้นำแบบแผนของทัศนคติและพฤติกรรมทางการเมืองของคนแต่ละรุ่นวัย (generation) ในทฤษฎี

ว่าด้วยการกล่อมเกลாதทางการเมือง (political socialization)⁴ มาเป็นปัจจัยเป้าหมายแห่งการศึกษาริวิจัยว่าบุคคลที่ต่างวัยกัน ได้รับการกล่อมเกลามาแตกต่างกันและฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมที่ต่างต่างกันนั้น มีแบบแผนแห่งการรับเงินหรืออามิสสินจ้างแตกต่างกันอย่างไรหรือไม่

ในทางรัฐศาสตร์ การศึกษาริวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการไปออกเสียงเลือกตั้งได้ให้ความสนใจอย่างมากในเรื่องอายุ (age) และกลุ่มรุ่น (generation) ต่อการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง โดยถือว่าเป็นคุณลักษณะที่สำคัญอย่างหนึ่งของอิทธิพลทางสังคม (social bases) ที่มีต่อพฤติกรรมการออกเสียงเลือกตั้งบางคน⁵ ให้ความสำคัญแก่กลุ่มรุ่น ว่ามีอิทธิพลต่อแบบแผนการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งสูงมาก

⁴ดู Herbert F. Weisberg, Controversies in Voting Behavior (Washington D.C.: Congressional Quarterly Press, 1984); Stanley Allen Renshon, ed., "Political Socialization Research as Generational Analysis", Handbook of Political Socialization (New York : Free Press, 1977).

5R. Inglehart, "The Changing Structures of Political Cleavages in Western Society", Electoral Change in Advanced Industrial Democracies, edited by R. Dalton, S. Flanigan and P. Beck (Princeton : Princeton University Press, 1984); Martin Harrop and William L. Miller, Elections and Voters : A Comparative Introduction (London : Macmillan Education Ltd., 1987); K. Thomson, "A cross-National Analysis of Orientation", Comparative Political Studies 4 (1971): 3-20.

ข้อสรุปทั่วไป (generalizations) สำคัญ ที่ได้จากการศึกษาริวิจัยทาง
ด้านนี้มี 4 ประการ คือ

1. ผู้ออกเสียงเลือกตั้งวัยหนุ่มสาวมักจะอยู่ทางปีกซ้ายทางการเมืองยิ่ง
กว่าผู้สูงอายุ ปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้พบในแทบทุกประเทศที่ปกครองในระบบ
ประชาธิปไตย แต่หากจะกล่าวว่า อายุเป็นตัวกำหนดแต่เพียงอย่างเดียว นั้นอาจยัง
ไม่ชัดเจนนัก การศึกษาการวิจัยในอังกฤษพบว่าผู้ลงคะแนนให้พรรคคอนเซอร์เวทิฟ
ส่วนมากได้แก่ผู้สูงอายุ⁶ การศึกษาในหลายประเทศ พบว่า คนต่างวัยกันมีความ
ฝักใฝ่ทางการเมืองต่างกัน เพราะมีประสบการณ์ต่อเหตุการณ์ทางการเมืองมาแตก-
ต่างกัน (ยิ่งกว่าจะเป็นเพราะคุณลักษณะประจำช่วงวัยชีวิต หรือ life cycle
ของมนุษย์) ตัวอย่างเช่น ในสหรัฐอเมริกา พรรครีพับลิกัน ได้คะแนนเสียงจากพวก
สูงอายุ ซึ่งเคยมีประสบการณ์ต่อเศรษฐกิจตกต่ำหลังสงครามโลกครั้งที่สองมาแล้ว
เป็นที่น่าสังเกตด้วยว่า พรรคที่มีอุดมการณ์ทางซ้ายมักจะเป็นพรรคที่ฝักใฝ่ทางศาสนา
น้อยกว่าพรรคอุดมการณ์ทางขวา ซึ่งอาจเป็นสาเหตุแห่งการฝักใฝ่ของผู้ออกเสียงวัย
หนุ่มสาวด้วยก็ได้ (ดังกรณีพรรคดีโมแครตของฮอลแลนด์ และพรรคประชาธิปไตยใหม่
หรือ NDP ของแคนาดา ในทางตรงกันข้าม พรรคคริสเตียนดีโมแครตเป็นที่ฝักใฝ่
ของพวกสูงอายุและพวกเคร่งในศาสนา*มากกว่าพรรคอื่น ๆ

2. ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งวัยหนุ่มสาว มักจะฝักใฝ่ความสุดโต่งทาง
การเมืองมากกว่าผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งสูงอายุ การศึกษาริวิจัยโดยทั่วไป พบว่า
ผู้มีสิทธิออกเสียงวัยหนุ่มสาว ต่างชอบประเด็นปัญหาสังคมการเมืองในเชิงอุดมการณ์
ด้านเสรีนิยม (liberal on social issues) ยิ่งกว่าผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง

⁶ดู M. Abraham and J. O'Brien, Political Attitudes
and Aging in Britain (Mitcham: Age Concern, 1981).

สูงอายุ กรณีดังกล่าวพบอยู่ทั่วไปทั้งในอังกฤษ สหรัฐอเมริกา และแม้แต่ในประเทศคอมมิวนิสต์ก็พบในลักษณะเดียวกัน เหตุผลสำคัญประการหนึ่ง คือ คนหนุ่มสาวไม่มีประสบการณ์ทางประวัติศาสตร์ร่วมกับพรรค เขาจึงเปิดกว้างรับเอาประเด็นทางการเมืองและสังคมได้กว้างกว่าคนแก่

3. ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งวัยหนุ่มสาวมักฝ่าฝืนพรรคการเมืองใหม่มากกว่าพรรคการเมืองเก่า ข้อสรุปดังกล่าวพบว่าความฝ่าฝืนของผู้มีสิทธิออกเสียงวัยแก่ถูกฝังรากไว้ลึกแล้วจึงยากต่อการเปลี่ยนแปลง ส่วนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งวัยหนุ่มสาวนั้นมีความใหม่ และสะดวกต่อการรับสิ่งใหม่จากข้อเสนอพรรคการเมืองใหม่ (Butler and Stokes, 1974: 58) นักรัฐศาสตร์เชื่อว่า ความฝ่าฝืนของคนวัยสูงอายุต่อพรรคเก่า เป็นเพราะการมีประสบการณ์ร่วมมากกว่าจะเป็นเพราะวัย และหากมีการตัดตอนความสัมพันธ์ดังกล่าวโดยเหตุการณ์ใด ๆ คนวัยสูงอายุเหล่านี้ก็พร้อมที่ฝ่าฝืนพรรคใหม่ เช่นเดียวกับคนวัยหนุ่มสาว แต่โดยทั่วไปแล้ว การศึกษาริวิจัยส่วนมากพบว่า ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งวัยหนุ่มสาวฝ่าฝืนต่อพรรคการเมืองใหม่อ่างเห็นได้ชัด⁷

4. ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งวัยหนุ่มสาวตอบสนองต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ เร็วกว่าผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งสูงอายุ จากการวิจัยพบว่า เมื่อบุคคลได้เข้าไปสัมผัสกับเหตุการณ์ทางการเมืองอย่างใดอย่างหนึ่งเป็นครั้งแรกแล้ว เขาจะเกิดความประทับใจและกลายเป็นตราติดตรึงอยู่กับบุคคล ด้วยลักษณะดังกล่าวนี้เองที่ทำให้คนแต่ละรุ่นวัย (generation) มีความโน้มเอียงทางการเมืองจำเพาะอย่างดังกรณีที่กลุ่มชาวอเมริกันที่เคยสัมผัส New Deal ช่วง ค.ศ.1945 ต่างขึ้นชอบพรรค

⁷David Butler, et al., Democracy at the Polls (Washington DC.: American Enterprise Institution, 1981), p. 58.

ดิโอมแคเรต ประชาชนรุ่นอายุที่มีประสบการณ์ทางการเมืองช่วงทศวรรษ 1960 ใน
อังกฤษก็ชื่นชมพรรคลิเบอรัล กล่าวได้ว่า พฤติกรรมการลงคะแนนเสียงและความ
พึงพอใจทางการเมืองของคนแต่ละกลุ่มรุ่น สะท้อนเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ที่สร้าง
ความประทับใจได้อย่างดี แต่ก็หากเหตุการณ์เกี่ยวข้องกับอุดมการณ์ซ้าย-ขวา ก็มัก
จะทำให้คนแต่ละกลุ่มรุ่นเป็นฝ่ายซ้ายหรือเป็นฝ่ายขวาไปด้วย

ข้อสรุปเหล่านี้เป็นจริงเพียงใดในสังคมไทย ท่าทีและพฤติกรรมทางการเมือง
เมืองของคนวัยหนุ่มสาวเป็นเช่นไร แตกต่างจากคนวัยอื่น ๆ หรือแตกต่างกันออกไป
ในแต่ละกลุ่มสาขาอาชีพหรือไม่ เป็นคำถามที่ต้องการคำตอบให้ชัดเจนก่อนการตัดสินใจ
ใดๆ ในการขยายสิทธิการออกเสียงเลือกตั้งให้คนกลุ่มนี้และการกำหนดนโยบาย
ที่เหมาะสมในด้านต่าง ๆ ต่อไป

สมมติฐานการวิจัย

จากแนวทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น การวิจัยเรื่องนี้กำหนดสมมติฐานไว้ดังนี้
"ทัศนคติและพฤติกรรมต่อการรับอามิสสินจ้าง ในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งสมาชิก
สภาผู้แทนราษฎรของคนแต่ละวัยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยที่คนวัยหนุ่ม
สาวจะมีทัศนคติและพฤติกรรมในเชิงต่อต้านการรับอามิสสินจ้างในการลงคะแนนเสียง
เลือกตั้งแตกต่างจากคนวัยอื่น"

ขอบเขตในการศึกษา

ศึกษาแบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมต่อการรับอามิสสินจ้างในการเลือกตั้ง
ของคนวัยต่าง ๆ ตั้งแต่อายุ 18 ปีขึ้นไป สำหรับบุคคลที่มีอายุ 18-19 ปี ซึ่งยังไม่
มีสิทธิในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรนั้น การศึกษาเรื่องนี้มุ่ง

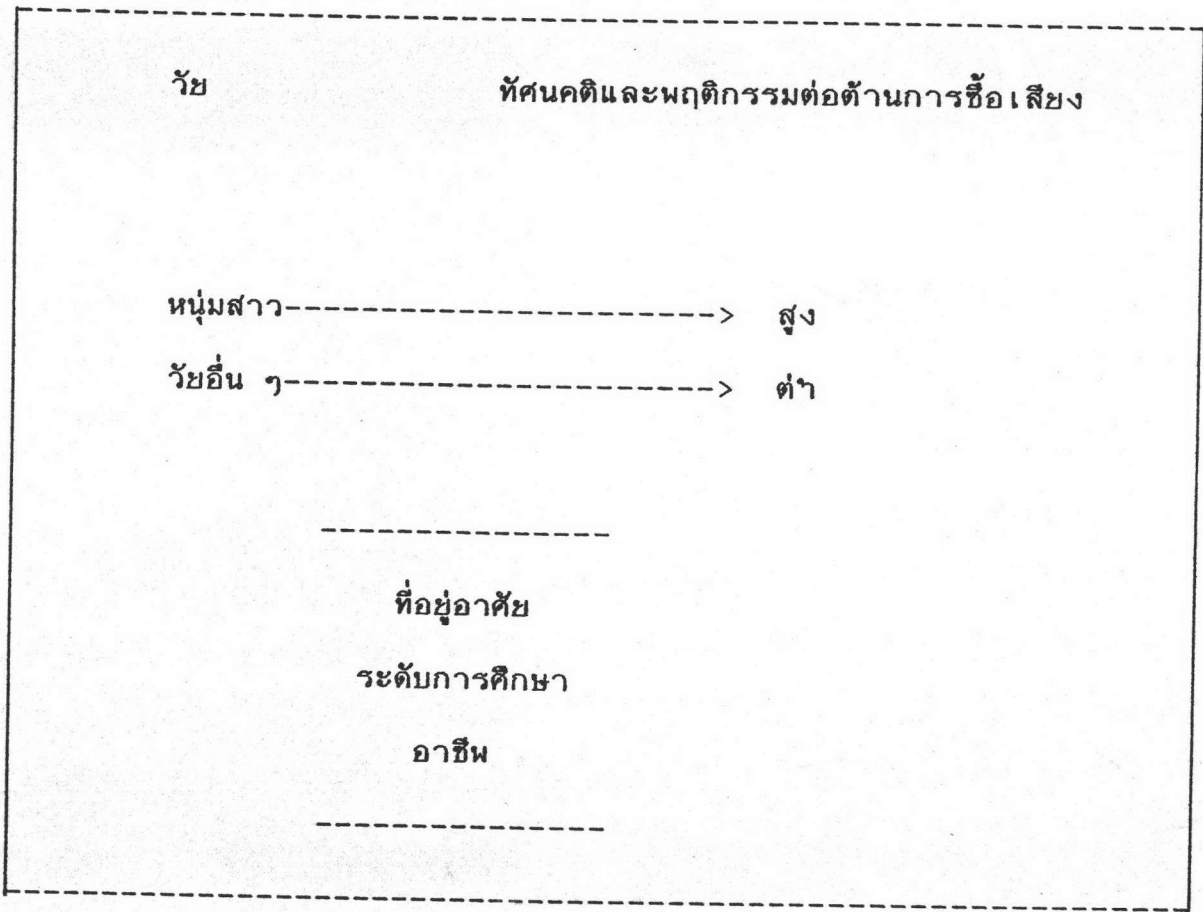
ระบุเพียงแนวโน้ม (trend) ว่า หากพวกเขา มีสิทธิในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งแล้ว เขามีความรู้สึกนึกคิดต่อการรับเงินซื้อเสียงในลักษณะอย่างไร

ส่วนในด้านขอบเขตของพื้นที่ในการวิจัยนั้น กำหนดศึกษาวิจัยในจังหวัด เชียงใหม่ ทั้งที่เป็นเมืองและชนบท ทั้งนี้โดยเจาะจงว่า เชียงใหม่มีแบบแผนทาง วัฒนธรรมที่โดดเด่น ที่เรียกกันว่า วัฒนธรรมชาวเหนือ เนื่องจากกรอบความคิดใน การศึกษาเรื่องนี้มุ่งพิจารณาเชิงวัฒนธรรม (cultural dimensions) เป็น ฐานในการพิจารณา จึงเห็นว่าพื้นที่เชียงใหม่มีความเด่นชัด (explicit)⁸ ใน การวิจัยเรื่องนี้ แต่เนื่องจากเชียงใหม่มีความกว้างขวางจึงได้สุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (cluster sampling) เพียง 2 อำเภอ โดยใช้อำเภอเมืองและอำเภอ จอมทอง เป็นหน่วยในการศึกษา

วิธีการศึกษาวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ใช้วิธีการแบบสำรวจ (survey research) แบบตัด ขวาง (cross-sectional survey) ซึ่งหมายถึง การวิจัยโดยเก็บข้อมูลครั้ง เดียวจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาจำนวน 400 คน ในจังหวัดเชียงใหม่เมื่อ พ.ศ. 2534 โดยมีกรอบความคิดในการวิจัยสรุปได้ดังรูปที่ 1.1 ส่วนรายละเอียดของ กระบวนการวิจัยได้นำเสนอไว้ในบทที่ 3

⁸พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, ศาสตร์แห่งการวิจัย (กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2529), หน้า 76.



รูปที่ 1.1 กรอบความคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์สำคัญ

ศัพท์สำคัญที่ปรากฏใน ปัญหาการวิจัย วัตถุประสงค์ในการวิจัย กรอบความคิด และสมมติฐานในการวิจัย ซึ่งสมควรนิยามไว้เพื่อความเข้าใจร่วมกัน ได้แก่ แบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมทางการเมือง การซื้อเสี่ยงเลือกตั้ง คนต่างวัย และการต่อต้านการซื้อเสี่ยงเลือกตั้ง

แบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมทางการเมือง คือ ความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ ค่านิยมทางการเมืองของบุคคลที่มีต่อแนวความคิด ตัวบุคคล สถาบัน ตลอดจนองค์กรทางการเมือง รวมถึงแนวทางปฏิบัติที่สืบเนื่องมาจากทัศนคติของบุคคลนั้น ๆ ทางการเมือง

การซื้อเสียงเลือกตั้ง คือ การชักนำหรือจูงใจให้ผู้เลือกตั้ง ไปออกเสียงลงคะแนนให้แก่ผู้สมัครรับเลือกตั้ง ทั้งในรูปแบบที่ไม่ใช่ตัวเงิน อันได้แก่การแจกสิ่งของ คำมั่นสัญญาการตอบแทน ฯลฯ และตลอดจนการจ่ายเงินให้แก่ผู้เลือกตั้ง โดยผ่านตัวกลางอันได้แก่ หัวคะแนนต่าง ๆ

คนต่างวัย คือ คนที่มีช่วงอายุในรุ่น (generation) ที่แตกต่างกัน ทั้งนี้กำหนดโดยสภาพของคนในวัยนั้นและแบ่งออกเป็นช่วงละ 10 ปี ทั้งนี้เน้นหนักในช่วงแรกซึ่งกำหนดไว้เป็นพิเศษ คือ 18-19 ปี

การต่อต้านการซื้อเสียง หมายถึงทัศนคติและพฤติกรรมในเชิงปฏิเสธต่อการจ่ายเงินหรืออามิสสินจ้างในการเลือกตั้ง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยเรื่องนี้มี ความสำคัญทั้งในทางทฤษฎีและปฏิบัติ กล่าวคือ การซื้อเสียงเลือกตั้งมีความสำคัญในทางรัฐศาสตร์และการพัฒนาประชาธิปไตยของไทยอย่างมาก การรู้ถึงสมมุติฐานที่สำคัญของทัศนคติและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการซื้อเสียงย่อมมีความสำคัญอย่างยิ่ง กล่าวอย่างเจาะจงแล้ว การวิจัยเรื่องนี้จะอำนวยประโยชน์ต่อไปนี้

1. จะทำให้เห็นความแตกต่างในทัศนคติและพฤติกรรม ในการรับอามิสสินจ้างในการเลือกตั้ง โดยบ่งชี้แน่ชัดว่า คนต่างวัยมีทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งแตกต่างกันจริงหรือไม่ และที่ เชื่อกันว่าคนวัยหนุ่มสาวต่อต้านการซื้อเสียงสูงสุดนั้นเป็นจริงหรือไม่ ข้อสรุปดังกล่าวมีความสำคัญในทฤษฎีทางรัฐศาสตร์ในการสร้างข้อสรุปทั่วไปและกฎต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การซื้อเสียงและพฤติกรรม การลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

2. ผลของการศึกษาจะทำให้ประจักษ์ในปัจจุบันที่ทำให้เกิดความแตกต่างกันนี้ และสามารถนำไปเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาการเลือกตั้งที่ไม่บริสุทธิ์ยุติธรรม ซึ่งเกิดมาจากการรับและให้อามิสสินจ้างทั้งจากตัวผู้สมัครและผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ทั้งนี้ โดยการนำไปเป็นฐานในการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการเลือกตั้งในด้านต่างๆ อาทิ การขยายฐานสิทธิการเลือกตั้งไปยังคนหนุ่มสาววัย 18-19 ปี การรณรงค์ต่อต้านการซื้อเสียงโดยมุ่งไปที่คนหนุ่มสาวเป็นฐานสำคัญ

ลำดับการนำเสนอผลการวิจัย

จากสภาพปัญหา วัตถุประสงค์ สมมติฐาน และกระบวนการวิจัยโดยย่อตั้งที่กล่าวมาแล้วในบทที่ 1 ในบทที่ 2 จะกล่าวถึงทฤษฎีและแนวความคิดที่จะใช้อธิบายทัศนคติและพฤติกรรมต่อการซื้อเสียงเลือกตั้งของคนต่างวัย โดยใช้ทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง (voting behavior) โดยเฉพาะในส่วนที่ว่าด้วย อิทธิพลของฐานะทางเศรษฐกิจ สังคม (socio-economic status) ที่มีต่อการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง พนวกกับแบบแผนของทัศนคติและพฤติกรรมทางการเมืองของคนแต่ละรุ่นวัย (generation) ในกรอบความคิดทางวัฒนธรรมไทยในด้านความเชื่อและค่านิยม (beliefs and values) ของคนไทยโดยทั่วไป กรอบความคิดดังกล่าวจะนำมาเป็นฐานในการออกแบบวิจัย (research design) การสร้างเครื่องมือวิจัย การแปลความหมายของข้อมูลและ

การสรุปผลการวิจัยส่วนรายละเอียดเกี่ยวกับกระบวนการวิจัยนั้นระบุไว้ในบทที่ 3 ซึ่งกล่าวถึงแบบการวิจัยประชากรและสุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือวัด การเก็บข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้การทำความเข้าใจข้อมูลในการวิจัยชัดเจนยิ่งขึ้น ในบทที่ 4 นำเสนอสภาพการณ์โดยทั่วไปของหน่วยในการศึกษา (unit of analysis) คือ สภาพเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของจังหวัดเชียงใหม่โดยทั่วไป การทำความเข้าใจบริบท (context) ของหน่วยวิจัยดังกล่าวมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการศึกษาเรื่องนี้ เนื่องจากการเน้นคุณลักษณะทางวัฒนธรรมเป็นฐานในการวิจัยอยู่ด้วย การทำความเข้าใจความหมาย (meaning) ของปรากฏการณ์ทางการเมืองในแต่ละหน่วยศึกษานั้นจำเป็นต้องเข้าใจบริบททางวัฒนธรรมของคนไทย โดยเฉพาะคนไทยในจังหวัดเชียงใหม่

ในสองบทสุดท้าย เป็นการนำเสนอผลการวิจัยและสรุปผลการวิจัย โดยจะนำเสนอแบบแผนทัศนคติและพฤติกรรมทางการเมืองของคนวัยต่างๆ ตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ที่มีต่อการชื้อเสียงในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ทัศนคติและพฤติกรรมดังกล่าว วิจารณ์ในกรอบความคิดของความเชื่อและค่านิยมของคนไทย ส่วนในตอนสุดท้ายของการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นเป็นการตรวจสอบอิทธิพลของฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม (socio-economic status) ที่มีต่อแบบแผนดังกล่าว จากสภาพการณ์เช่นว่านั้น น่าจะทำให้ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับความเชื่อมโยงระหว่างรุ่นวัย (generation) ของคนไทยกับปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมไทยที่มีต่อแบบแผนของพฤติกรรมการรับอำิสสินจ้างในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของไทย ซึ่งจะนำเสนอในบทสุดท้าย.