



# จาก ส.ส.ปลาทุเคิมถึงเลือกตั้งเยอรมันสไตล์ : ไม่พ้นวังวนชื่อเสียง



## ทางเสื่อผ่าน

๑ แสงไทย เค้ากูไทย

เทคนิคการชื่อเสียงในเมืองไทยมีวิวัฒนาการและพัฒนามาเรื่อยๆ มีตั้งแต่แจกซองเท้าแตะข้างเดียว จนถึงแจกปลาทุเคิม ประกันราคาข้าว รับจำนำข้าว ปฏิรูปการเมืองจะเอาระบบเลือกตั้งแบบเยอรมันมาใช้ เชื่อว่าไม่เหนือความสามารถในอันที่จะพลิกแพลงชื่อเสียงกันจนได้

แต่กระนั้น สิ่งหนึ่งที่ต้องยอมรับก็คือ แม้คะแนนเสียงส่วนหนึ่งได้มาจากการซื้อ ทว่าคะแนนทั้งหมดของแต่ละพรรคล้วนสะท้อนความเป็นจริง

จากการวิจัยและสำรวจความเห็นของประชาชนของสำนักโพลต่างๆ พบว่าคะแนนนิยมของแต่ละพรรคกับคะแนนที่ได้จากการเลือกตั้งค่อนข้างจะใกล้เคียง

อย่างไร้ไทยกับประชาธิปไตยนั้น การสำรวจความเห็นผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งครั้งล่าสุด พบว่า ทั้ง 2 พรรคได้รับคะแนนความนิยมรวมกันไม่ถึง 50% ของจำนวนประชากรสำรวจ

ในจำนวนเสียงที่แสดงตนว่าเลือกพรรคหนึ่งส่วนหนึ่งต้องถือเป็นคะแนนที่เลือกพรรคด้วยความบริสุทธิ์ใจ

อีกส่วนเป็นคะแนนจัดตั้ง

การลงพื้นที่ ไม่ว่าจะนักการเมืองประเทศไทย เป็นการเรียกคะแนนนิยม

แต่ก็มีบางพื้นที่หรือจังหวัดที่นักการเมืองหัวเงินสดๆไปแจกอย่างเดียวก็น่าเป็น ส.ส.

อย่างแม่ฮ่องสอนเป็นต้น ที่เป็นจังหวัดเดียวที่คนท้องถิ่นแทบจะไม่ได้เป็น ส. ส.

นักวิชาการห้องแอร์ล้มผัสแต่ข้อมูลบนกระดาษหรือในจอคอมพิวเตอร์ ย่อมจะไม่รู้ข้อเท็จจริงเท่านักการเมืองเดินเท้าในสนามเลือกตั้ง

ต่อให้แก้กฎหมายแก้รูปแบบการเลือกตั้งเพื่อป้องกันการซื้อเสียงกันอีกร้อยครั้ง ผลสุดท้ายก็จะออกมาในรูปแบบเดิม จะต้องยอมรับว่า คนรุ่นใหม่อายุ 18 ปีขึ้นไปที่มีสิทธิเลือกตั้ง เริ่มเพิ่มสัดส่วนของคะแนนเสียงบริสุทธิ์มากขึ้น

เพราะคนรุ่นนี้ มีการศึกษา มีวิจารณ์ญาณสูง ไม่ถูกครอบงำด้วยขบวนการชื่อเสียงไม่ว่าจะเป็นรูปแบบใด บางบ้าน บางครอบครัว สมาชิกต่างคน ต่างวัย ต่างเลือก ส.ส.ไม่เหมือนกัน

พ่อ แม่ นำ อา ปู่ ย่า ตา ยาย อาจจะยังติดยึดกับพรรคเก่าแก่ ขณะที่ลูกหลาน เลือกพรรคใหม่ๆที่น่าเสนอ นโยบายหรือขายไอเดีย ขายฝันที่แตะต้องได้

หรือบางรายมีผลงานที่ได้รับการชื่นชมมาแล้ว

อย่างอินเดียนั้น นายเรนทรรา โมตี เป็นนักการเมืองบ้านนอกที่สามารถโค่นล้มพรรคการเมืองตระกูลคานธีที่ครองอำนาจมาอย่างถึงคตวรรษจนเปรียบเป็น "ราชวงศ์" การเมือง

ลงได้ด้วยผลงานและขายไอเดีย ขายฝัน

**นโยบายคือสินค้าหลักที่นักการเมืองผลิตออกมาขายแก่ผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียง**

พลเอกชาติชาย ชุณหะวัณ “น้ำชาติ” ขายสินค้าที่ชื่อเปลี่ยนสนามรบเป็นสนามการค้า

พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ขายนโยบายลดความยากจนในชนบท ต่อยอดด้วยบัตรทองรักษาทุกโรค

แม้นโยบายบางด้านจะถูกกล่าวหาว่าเป็นประชานิยมและใช้งบประมาณแผ่นดินซื้อเสียงทางอ้อม

แต่ประชานิยมก็คือสิ่งที่พรรคการเมืองทุกพรรคต้องการ **แม้แต่รัฐบาลชุดปัจจุบันที่มาด้วยวิธีการพิเศษ ก็ยังต้องสร้าง “ประชานิยม” ในรูปแบบต่างๆ**

การ “คืนความสุขให้ประชาชน” มีการใช้หน่วยจิตวิทยาของกองทัพมาทำงานอย่างเป็นระบบ

มีการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆตั้งแต่แต่งเพลง ไปจนถึงการจัดตลาดนัดริมคลองข้างทำเนียบรัฐบาล

จะเรียกว่า **propaganda** ศัพท์ภาษาไทยสมัยก่อนใช้คำว่าโฆษณาชวนเชื่อสมัยนี้เรียกนิมนวลหน่อยว่าการสร้างภาพก็ได้

ทุกกิจกรรมทุกนโยบายล้วนทำเพื่อประโยชน์ของประชาชน ทั้งนี้ก็เพื่อให้ได้มาซึ่งประชานิยม

ผู้มีสิทธิเลือกตั้งรุ่นใหม่ๆ ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปสามารถแยกแยะได้

จะเห็นได้ว่า ผลการสำรวจความนิยมในตัวพรรคและนักการเมืองแกนนำนั้น พรรคใหญ่ 2 พรรคมีสัดส่วนคะแนนนิยมพรรคละแค่ 20% ต้นๆ เท่านั้น โดยพท.สูงกว่า ปชป. ประมาณ 3-4 %

ส่วนผู้ที่ยังไม่ตัดสินใจและไม่เข้าข้างฝ่ายใดมีถึงกว่า 35% มีเลือกพรรคอื่นๆแค่ 17-18%

**เมื่อใดที่เงินเนอเธอร์แลนด์อายุ 18- 35 ปี สามารถเพิ่มสัดส่วนผู้มีสิทธิเลือกตั้งจาก 27% ของจำนวนผู้มีสิทธิเลือกตั้งทั่วประเทศ 43 ล้านคน ในวันนี้ ขึ้นมาเป็น 50%**

เมื่อนั้นประเทศไทยจะพ้นจากวังวนการซื้อสิทธิขายเสียง เป็นวิวัฒนาการทางสังคมที่ส่งผลไปถึงวิวัฒนาการทางการเมือง ที่จะแก้ปัญหาซื้อสิทธิขายเสียงได้โดยไม่จำเป็นต้องปฏิรูป

วิวัฒนาการนี้ นำไปสู่แนวโน้มที่ระบบการเมืองของไทยที่เป็นระบบหลายพรรค(multi-party system)จะเป็นแบบ 2 พรรค( two-party system)อย่างสหรัฐอเมริกา หรือ 2 พรรคครึ่ง (two-and-a-half party system) แบบอังกฤษ ญี่ปุ่น

**การปฏิรูปการเมืองบ้านเรา ยิ่งปฏิรูป ยิ่งถอยหลัง โดยเฉพาะประเด็นที่จะทำให้ผลการเลือกตั้งเป็นแบบ**

เสี้ยวแตก

พรรคเล็กพรรคน้อยเข้ามามากมาย เป็นการเมืองระบบหลากหลายพรรคแตกย่อย( polarized multi-party system)

เมื่อไม่มีพรรคใดชนะเด็ดขาด ก็เกิดรัฐบาลผสม

**พรรคเล็กร่วมรัฐบาลมีอำนาจต่อรองไปสู่ผลประโยชน์และการคอร์รัปชัน**

นานไป พรรคใหญ่จะถือโอกาสดูดพรรคเล็กมาเป็นพรรคบริหารหรือเป็นพรรคคนอหิหรืออาจจะหลอมรวมเป็นพรรคใหญ่แบบพรรคไทยรักไทยเป็นต้น

วิธีการซื้อเสียงนั้น สมัยก่อนซื้อกันตรงๆ ตั้งแต่การแจกของ แจกเงิน

เป็นตำนานเล่าขานกันมานานแล้วว่า อดีต ส.ส. ผู้ล่วงลับไปแล้วรายหนึ่ง เอรอองเท้าแตะหนีไปแจกชาวบ้านโดยก่อนเลือกตั้งแจกหัวละข้าง

**เลือกตั้งเสร็จหากได้รับเลือก ก็จะมาเอาข้างที่เหลืมาแจก** แต่ถ้าไม่ได้รับเลือก จะไม่แจก ปล่อยให้เก็บข้างที่แจกไว้เตือนความจำจนกว่าจะเลือกตั้งใหม่

อีกราย ล่วงลับไปแล้วเช่นกัน หาเสียงเลือกตั้งเมื่อใด ปลาทุเคิมขายดี เพราะเอาไปแจกกันเป็นคันๆรถปิกอัพ

สมัยนี้ไม่มีการแจกกันตรงๆเพราะมีกฎหมายออกมายุ่งยาก

**ทว่า เลือกตั้งแต่ละครั้ง เงินสดๆ กลับสะพัดทั่วประเทศหลายหมื่นล้านบาท**

โทรศัพท์มือถือเป็นอันดับ 1 รองลงมาเป็นแล็ปท็อป แท็บเล็ต มอเตอร์ไซด์ ปิกอัพ รถ SUV ฯลฯ

ในระดับบน การซื้อเสียงรูปแบบเปลี่ยนไปเป็นการแจกงบประมาณ

**ตัวอย่างที่เห็นชัดเจนคือสุพรรณบุรี** มีคำถามว่า หากไม่มีการซื้อเสียง ผู้ลงคะแนนยังจะเลือกพรรคที่เคยเลือกไหม?

**คำตอบจะทำให้ประหลาดใจ ว่ายั่งยืน ความจงรักต่อพรรคยังสูง**

เห็นได้จากโพลของกรุงเทพโพล ศูนย์วิจัยของมหาวิทยาลัยกรุงเทพที่สำรวจเมื่อ 9 มี.ค. ศกนี้ ในหัวข้อ “คะแนนนิยมพรรคการเมืองไทย หลังถอดถอนนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร จากคดีจำนำข้าว”

ในหัวข้อย่อย “หากหัวหน้าพรรคเพื่อไทยไม่ใช่คนในตระกูลชินวัตร จะยังเลือกพรรคเพื่อไทยเหมือนเดิมหรือไม่”

**ปรากฏว่า 84.1% บอกว่าจะเลือกพรรคเพื่อไทยเหมือนเดิม 15.4% ยังไม่แน่ใจว่าจะเลือกพรรคเดิมหรือไม่และ 0.5% ไม่แน่ใจ**

ข้อมูลนี้ อาจจะทำให้สภาพปฏิรูปฯ และสภานิติบัญญัติฯ

ได้คิดในมุมกลับว่า

หากปฏิรูปกันจนผิดเพี้ยนล้นกรอบหรือบิดเบือนความเป็นประชาธิปไตยที่ประชาชนมีส่วนร่วม (citizen participation) แล้ว อาจส่งผลกระทบต่อ

พวกที่ยังไม่แน่ใจ 15.9% อาจกลับมาเลือกเพื่อไทยเหมือนเดิม เพราะไม่มีทางเลือกใหม่ที่ดีกว่า

เช่นเดียวกับพวกที่อยู่กลางๆรอดูนโยบายและผลงานในอดีต

รวมทั้งผลคดีอาญาที่กำลังเล่นงานน.ส.ยิ่งลักษณ์ด้วยอย่าลืมคะแนนสงสาร เพราะคนไทยเชื่อว่า น.ส.ยิ่งลักษณ์คืออนมณีทักษิณ ที่ไม่ยอมยุติการรับจำนำข้าวก็เพราะทักษิณลี้

การจะปฏิรูปการเมืองหรือสังคมและด้านอื่นๆ นั้น ต้องตั้งอยู่บนฐานของความเป็นไทย

การปฏิรูปการเมืองที่ลืมหือพันรากเหง้าแห่งความเป็นคนไทยไม่ถือเป็นการปฏิรูป

หากแต่เป็นการเปลี่ยนรูปแบบและวิธีการเท่านั้น