

ก้าวหนึ่งของการเมืองไทยที่ต้องทบทวน ก่อนที่จะก้าวไปสู่รัฐธรรมนูญปี 2550¹

จรัส สุวรรณมาลา

คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รัฐธรรมนูญฉบับปี 2540 ได้ส่งผลให้การเมืองไทยพัฒนาไปก้าวหนึ่ง โดยที่พรรคไทยรักไทย ซึ่งเป็นพรรครัฐบาลที่มีเสียงข้างมากแบบเด็ดขาดและเข้มแข็งมาตลอดระยะเวลา 4 ปีเศษ (2544-49) ได้สร้างปรากฏการณ์ทางการเมืองแบบใหม่ให้ประชาชนไปเลือกตั้งโดยคำนึงถึง “นโยบายพรรค” อย่างชัดเจนเป็นประวัติการณื จากแต่เดิมคนไทยเคยนิยมคนเลือกตัวบุคคลเป็นหลักมาช้านาน²

พรรคการเมืองต่างๆ ได้สังเกตเห็นปรากฏการณ์การเลือกตั้งของประชาชนที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างชัดเจน จึงได้โหมใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงนโยบายกันอย่างเข้มข้นในการเลือกตั้งแต่ละครั้งในช่วงปี 2544-48 หากการเลือกตั้งทั่วไปครั้งหลังสุดในปี 2548 ที่ผ่านมาไม่เป็นหมันเสียก่อน ก็คงจะได้เห็นการใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงนโยบายที่เข้มข้นสุดขีดกันไปแล้ว จึงสามารถทำนายได้อย่างค่อนข้างมั่นใจว่าการใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงนโยบายของพรรคการเมืองต่างๆ จะยิ่งเข้มข้นและรุนแรงมากยิ่งขึ้นในการเลือกตั้งครั้งต่อไป

อย่างไรก็ตาม การใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงนโยบายในการแข่งขันทางการเมืองดังกล่าวนี้ได้เผยให้เห็นถึงจุดอ่อนใหม่ที่เปราะบางของการเมืองไทย นั่นคือ ในขณะที่พรรคการเมืองสามารถพัฒนากลยุทธ์หรือที่เรียกกันว่า “กลยุทธ์การตลาด” แบบก้าวกระโดด เพื่อจูงใจชวนเชื่อประชาชนให้หลงใหล คล้อยตาม เห็นดีเห็นงามไปกับนโยบายของพรรคการเมืองต่างๆ นั้น กลับพบว่าประชาชนพลเมืองไทยกลับไม่รู้เท่าทันกลยุทธ์ของพรรคการเมือง และต้องกลายเป็น “เหยื่อ” กลยุทธ์การตลาดของพรรคการเมืองไปโดยไม่รู้ตัว

พรรคการเมืองส่วนใหญ่ใช้อุบายหลอกล่อประชาชนให้เข้าไปติดกับ หลงใหลได้ปลื้มกับนโยบายของพรรคอย่างไรบ้าง? ต้องยอมรับว่ามีการใช้กลยุทธ์หลายแสนเล่มเกวียนทีเดียว นับแต่เชิญชวนเป็นสมาชิกพรรค (บางพรรคถึงกับบังคับเป็นสมาชิกโดยการทำบัตรสมาชิกพรรคส่งให้ถึงบ้านโดยประชาชนไม่ต้องสมัครก็มี) จัดแพคเกจนำเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ

¹ บทความนี้ได้รับการตีพิมพ์ลงในหนังสือพิมพ์มติชนรายวัน ฉบับวันที่ 12 มีนาคม 2550 หน้า 6

² ยกเว้นประชาชนชาวบักซ์ไต้ที่นิยมเลือกพรรคประชาธิปไตยเพราะเชื่อมั่นในพรรคโดยไม่ค่อยได้คำนึงถึงตัวบุคคลหรือแม้กระทั่งนโยบายพรรคมาช้านาน

เพื่อเอาใจ ไปจนถึงเสนอนโยบายพรรคแบบลดแลกแจกแถม ทำนองว่า “ถ้าพรรคนี้ได้เป็นรัฐบาล ก็จะจัดหาทุกอย่างให้ทุกคนได้ทุกอย่าง โดยไม่มีค่าใช้จ่าย หรือ “ฟรี” ตั้งแต่ก่อนจะเกิด จนหลังจากตายไปแล้ว” ที่เคยจนก็จะหายจน ที่เคยเป็นหนี้ก็จะปลดหนี้ให้ ที่เคยไม่มีจะกินก็จะอ้อมหน้าสำราญ ที่เคยโง่ก็จะฉลาด เหมือนรัฐบาลยุคพระศรีอริย์ ฯลฯ อะไรแบบนี้ ประชาชนพลเมืองฟังแล้วก็ชื่นชอบ ให้การสนับสนุน ทศะแนให้เป็นธรรมดา โดยมีได้ถูกคิด สักนิดว่านโยบายทำนองนี้ทำได้จริงหรือเปล่า หรือถ้าหากทำตามนโยบายแบบนี้เข้าจริง ๆ จะต้องใช้เงินงบประมาณจำนวนเท่าใด จะเอาเงินเหล่านั้นมาจากไหน เงินของใคร ประชาชนพลเมืองคิดเอาง่าย ๆ ว่ารัฐบาลมีเงิน คิดว่ารัฐบาลพิมพ์เงินใช้เองได้ จะเอาสักเท่าไรก็ได้ อะไร ทำนองนั้น ก็เลยเชื่อกันง่าย ๆ ว่าสิ่งพรรคการเมืองโฆษณาหาเสียงแบบลดแลกแจกแถม จัดบริการแบบให้ฟรีต่าง ๆ นานานั้นสามารถทำได้จริง และไม่ได้เป็นภาระของใครคนใดคนหนึ่ง

ประชาชนพลเมืองส่วนใหญ่ไม่ได้ตระหนักว่าเงินทุกบาทที่รัฐบาลจะนำไปใช้จ่าย หรือนำมา แจกให้แต่ละคนนั้น แท้ที่จริงล้วนมาจากกระเป๋าของประชาชนเราทุกคน จากเงินภาษีที่เรา ช่วยกันจ่ายเฉลี่ยคนละประมาณ 5,000 บาท/ปี (รวมทั้งหมดประมาณ 1,500,000 ล้านบาท ต่อปี) และจากค่าบริการสาธารณะ ค่าธรรมเนียม ค่าปรับ ฯลฯ ที่พวกเราช่วยกันจ่ายอีก ประมาณปีละ 2,000,000 ล้านบาทกว่า ๆ ต่อปี

ประชาชนพลเมืองส่วนใหญ่ไม่ทราบที่รัฐบาลไม่ได้พิมพ์เงินใช้เอง (การพิมพ์เงินเป็นหน้าที่ของธนาคารแห่งประเทศไทย) พรรคการเมืองต่าง ๆ และนักการเมืองทุกคนไม่ว่าจะรวยหรือจนก็ไม่ได้จ่ายเงินส่วนตัวมาจัดบริการให้เรา จึงไม่ได้ตระหนักว่าประชาชนพลเมืองไทยเราไม่เคยได้รับบริการอะไรฟรีจากรัฐบาล ดังคำที่ว่า “โลกนี้ไม่มีอะไรฟรี”

นี่คือ “ภาพลวงตาทางการเมือง” (Political Illusion) ที่เกิดจากการใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงนโยบายของบรรดาพรรคการเมืองและนักการเมืองในช่วง 5 ปีเศษที่ผ่านมา

ที่ยิ่งซ้ำร้ายไปกว่านั้นก็คือ ในขณะที่พรรคการเมืองเข้าแข่งขันใช้อุบายการตลาดหลอกให้ประชาชนหลงใหลไปกับนโยบายที่ดูสวยหรู โดยที่ประชาชนพลเมืองไม่รู้เท่าทัน มองเห็นภาพลวงตา และตัดสินใจเลือกนโยบายพรรคแบบเด็กเลือกขนมหวานที่คนแปลกหน้าซื้อแจกให้ นั้น รัฐเองก็ไม่ได้มีมาตรการป้องกันคุ้มครองพลเมืองที่อ่อนแอ ไม่มีภูมิคุ้มกัน พร้อมทั้งจะถูกพรรคการเมืองและนักการเมืองหลอกล่อโดยกลยุทธ์การตลาดเพื่อขายขนมหวานที่ซ่อนยาพิษเอาไว้ข้างใน นี่คือนจุดอ่อนที่เปราะบางที่สุดของการเมืองไทยวันนี้

ดังนั้น รัฐธรรมนูญฉบับปี 2550 จึงจำเป็นต้องมีมาตรการคุ้มครองป้องกันพลเมืองจากพรรคการเมืองที่ต้องการใช้อุบายการตลาดเพื่อหลอกขายขมหวานที่ซ่อนยาพิษเอาไว้ข้างใน ในทำนองเดียวกับการคุ้มครองผู้บริโภคจากผู้ผลิตสินค้าบริการที่ใช้อุบายการตลาดหลอกขายสินค้าด้วยคุณภาพราคาแพงให้แก่ผู้บริโภคที่ไม่รู้เท่าทัน

จะบัญญัติเป็นกฎหมายรัฐธรรมนูญอย่างไร จึงจะได้ผลสมตามเจตนารมณ์ข้างต้น? การควบคุมเลือกตั้งเป็นหน้าที่ของ กกต. ดังนั้น จึงควรมีบทบัญญัติให้ กกต. มีหน้าที่กำกับดูแลพรรคการเมือง มิให้พรรคการเมืองและนักการเมืองหาเสียงโดยเสนอนโยบายที่ไม่สามารถทำได้จริง หรือไม่สอดคล้องกับหลักเศรษฐกิจพอเพียง หรือนโยบายหาเสียงที่เกินขีดความสามารถทางการเงินการคลังของรัฐบาล หรือนโยบายหาเสียงที่กระตุ้นให้พลเมืองหมกมุ่นหลงใหลไปกับการบริโภคโดยไม่ต้องรับผิดชอบภาระที่เกิดตามมา ฯลฯ เป็นต้น

หากพบว่ามีพรรคการเมืองหรือนักการเมืองคนใดได้ใช้กลยุทธ์หาเสียงในทำนองดังกล่าว ให้ กกต. มีอำนาจหน้าที่ตักเตือนโดยเปิดเผย และประกาศชี้แจงให้สาธารณชนทราบถึงข้อเท็จจริงดังกล่าว หากพรรคการเมืองใดหรือนักการเมืองคนใดฝ่าฝืนคำตักเตือน ก็ให้ กกต. เสนอฟ้องศาลคดีการเมืองซึ่งมีอำนาจพิจารณาคดีการเลือกตั้งนั้นๆ โดยทันที

โดยนัยดังกล่าวนี้ กกต. จึงไม่เพียงแต่ดูแลจัดการเลือกตั้งให้บริสุทธิ์ยุติธรรม ป้องกันการซื้อเสียง/โกงการเลือกตั้งแบบเดิมๆ เท่านั้น แต่ยังจำเป็นต้องทำหน้าที่ “กำกับดูแลตลาดการเมือง” ให้โปร่งใส และคุ้มครองประชาชนพลเมืองจากพรรคการเมืองที่ใช้อุบายการตลาดเพื่อหลอกให้ประชาชนหลงเชื่อในนโยบายหาเสียงที่มีลักษณะหลอกลวงประชาชนอีกด้วย