

نظرسنجی از مردم تهران در دوراول انتخابات مجلس پنجم

## ■ انگیزه انتخاب و نحوه شناخت نامزدها

دفتر سنجش افکار

### ۱- طرح مسأله

نمایش گذاشته شد. این شکوه در «تهران بزرگ» جلوه دیگری داشت. تهران، به عنوان قلب جمهوری اسلامی، این بار شاهد یک رقابت انتخاباتی تمام عیار برای گزینش ۳۰ نماینده از بین بیش از ۴۰۰ نامزد انتخاباتی بود. غیر از صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران که هم خود را صرف ایجاد انگیزه در مردم برای حضور هر چه بیشتر در صحنه انتخابات نمود، از هر امکان تبلیغی برای معرفی نامزدها استفاده شد. گروههای سیاسی و مذهبی و کاندیداهای منفرد، به فراخور توان خود، ضمن دعوت مردم به شرکت در انتخابات، به معرفی کاندیداهای موردنظر خود پرداختند، و می توان ادعا کرد

انتخابات پنجمین دوره مجلس شورای اسلامی در ۱۸ اسفند ماه ۱۳۷۴ در شرایطی برگزار شد که شاید تا کمتر از یک ماه قبل از آن چنین وضعیتی پیش بینی نمی شد. ویژگیهای بارز این دوره، تعدد نامزدهای انتخاباتی حائز شرایط نمایندگی، بازار گرم تبلیغات انتخاباتی و مهمتر از همه حضور چشمگیر مردم پای صندوقهای رأی بود. این ویژگیها با ملاحظه فضای آرام در نظر گرفته شده برای حسن اجرای انتخابات، جلوه خاصی به این رویداد مهم سیاسی داد و یک بار دیگر شکوه حضور مردم در عرصه های سیاسی، در نظام جمهوری اسلامی ایران به طور حیرت انگیز، به

## ۲- روش مطالعه

این مطالعه بر مبنای انتخاب یک نمونه تصادفی و مصاحبه با افراد نمونه و بر اساس تکمیل پرسشنامه در شهر تهران به اجرا درآمده است. انتخاب نمونه به صورت تصادفی شماره‌های دایر با هر پیش شماره بوده است. ضمناً از کل ۱۶۶۹ عدد پرسشنامه ۳۶ عدد آن به خاطر ناقص بودن باطل شده است.

## ۳- مشخصات افراد نمونه

نمونه این بررسی متشکل از ۲۹۰ نفر زن (۴۵/۸ درصد) و ۳۴۳ نفر مرد (۵۴/۲ درصد) است. مشخصات نمونه به تفکیک سن، وضع تأهل، تحصیلات و وضعیت اشتغال در جدول الف ارائه شده است.

## ۴- یافته‌ها

نتایج حاصل از اجرای طرح، به تفکیک سؤالهای مطرح شده ارائه می‌شود. با این توضیح که مقصود از «انتخابات» در همه جا، انتخابات مرحله اول دوره پنجم مجلس شورای اسلامی است که در ۱۸ اسفند ماه سال گذشته برگزار شد.

**الف- نظر پاسخگویان در مورد میزان استقبال مردم از شرکت در انتخابات (مرحله اول)**

نتایج حاصل از طرح سؤال در این زمینه، به تفکیک جنس پاسخگو در جدول شماره (۱) منعکس است.

همان گونه که مشاهده می‌شود درصد بالایی از پاسخگویان، اظهار داشته‌اند که

پیکره شهر تهران تقریباً در پوششی از انواع تبلیغات قرار گرفت.

نکته حائز توجه دیگر، حضور مراکز نظرسنجی در صحنه انتخابات برای پیش‌بینی نتیجه این پیشامد سیاسی بود که برخی نتایج آنها در روزنامه‌ها منعکس شد و بعضی تسلیم مراجع ذی ربط گردید.

بدون شک، این حضور نیز در عرصه مطالعات اجتماعی و سنجش افکار، اگر نگوییم بی نظیر، مطمئناً کم نظیر بود و شایسته است این ایفای نقش را در صحنه انتخابات «مبارک» تلقی کرد.

تحقیقات نظر سنجی با هدف مشترک «برآورد نسبت شرکت کنندگان در انتخابات از بین افراد واجد شرایط» و «برآورد نسبت آرای نامزدهای مختلف انتخاباتی» و اهداف جانبی دیگر صورت گرفت که طبیعتاً نتایج واقعی شمارش آرا، میزان اعتبار نتایج این تحقیقات را نشان می‌دهد.

اکنون پس از برگزاری انتخابات، یک سؤال اصلی مطرح و قابل تأمل است:

معیار گزینش کاندیداهای انتخابی از سوی شرکت کنندگان چه بوده است؟ آیا این انتخاب با شناخت کافی همراه بوده؟ آیا تبلیغات کاندیداها نقش محوری داشته؟ آیا این انتخاب با توصیه دیگران - که مورد اعتماد خود بوده‌اند - صورت گرفته است؟ و...

این مطالعه با هدف پاسخگویی به سؤالات مذکور صورت می‌گیرد و امید است نتایج آن در تفسیر این «مشارکت سیاسی»، مفید افتد. انشاءالله.

پس‌اسخگویان مرد و زن از میزان مشارکت مردم در انتخابات اخیر، یکسان بوده است.

ب - درصد شرکت کنندگان در انتخابات براساس اطلاعات به دست آمده از نمونه مورد بررسی، درصد شرکت کنندگان

میزان مشارکت مردم در انتخابات اخیر مجلس «خیلی خوب» و «خوب» بوده است و درصد ناچیزی از آنان (چهار درصد) اظهار کرده‌اند که مشارکت مردم «چندان خوب نبود». اطلاعات ارائه شده در جدول فوق همچنین نشان می‌دهد که ارزیابی

## جدول الف - توزیع فراوانی نمونه

برحسب سن، وضع تاهل، سطح تحصیلات و وضعیت اشتغال

درصد فراوانی	سطح متغیر	مشخصه
۸/۸	۱۶ تا ۱۹ سال	سن
۱۱/۰	۲۰ تا ۲۴ سال	
۱۵/۶	۲۵ تا ۲۹ سال	
۴۲/۶	۳۰ تا ۴۹ سال	
۲۲/۰	۵۰ سال به بالا	
۲۶/۱	مجرد	وضع تاهل
۷۳/۹	متاهل	
۶/۷	بی سواد	تحصیلات
۱۲/۹	ابتدایی	
۹/۷	راهنمایی	
۱۲/۷	متوسطه	
۳۳/۳	دیپلم	
۲۴/۷	عالی	
۷/۲	محصل	وضعیت اشتغال
۶/۹	دانشجو	
۲۹/۷	خانه دار	
۴۵/۸	شاغل	
۸/۲	بیکار	
۲/۲	بی جواب	

ج - تعداد کاندیداهای نوشته شده در برگهٔ اخذ رأی

نتایج به دست آمده از طرح این پرسش که «یادتان هست به چند نفر رأی دادید؟» در جدول شماره (۳) مندرج است.

همان گونه که مشاهده می‌شود تنها حدود  $\frac{1}{5}$  افراد اسامی ۳۰ نفر از کاندیداها را در برگهٔ اخذ رأی نوشته‌اند و درصد افرادی که تعداد کاندیداهای انتخابی آنان بالای ۱۵ نفر بوده است به ۴۰ درصد نمی‌رسد. علاوه بر این ملاحظه می‌شود که ۲۳ درصد افراد، کمتر از ۵ نفر کاندیدا و ۳۴ درصد آنان کمتر از ۱۰ نفر کاندیدا را در برگه‌های اخذ رأی نوشته‌اند.

شایان ذکر است که مردان و زنان شرکت‌کننده در انتخابات، در این خصوص، تقریباً یکسان عمل کرده‌اند و به طور متوسط هر فرد شرکت‌کننده به ۱۵ نفر از کاندیداها رأی داده است.

در انتخابات در جامعه مورد مطالعه (تهران بزرگ)  $\frac{۸۳}{۵}$  درصد بوده است. این نسبت در بین زنان  $\frac{۸۰}{۷}$  درصد و در بین مردان  $\frac{۸۷}{۳}$  درصد می‌باشد که حاکی از مشارکت نسبتاً بیشتر مردان در انتخابات است.

نسبت شرکت‌کنندگان در انتخابات به تفکیک سن، وضع تأهل، سطح تحصیلات و وضعیت اشتغال (جدول شماره ۲) گویای آن است که:

- درصد افراد شرکت‌کننده در بین افراد ۲۵ سال و بین مجردین تا حدودی کمتر بوده است.

- سطح تحصیلات افراد عامل چندان مؤثری در شرکت در انتخابات نبوده است.

- نسبت شرکت‌کنندگان در انتخابات بین افراد «محصل» و «بیکار» تا حدودی کمتر بوده است.

جدول شماره (۱) - نظر پاسخگویان در مورد میزان مشارکت مردم

در انتخابات به تفکیک جنس واحد: درصد

نظر	جنس	زن	مرد	کل
خیلی خوب بود		$\frac{۳۴}{۷}$	$\frac{۳۷}{۳}$	$\frac{۳۵}{۸}$
خوب بود		$\frac{۴۳}{۳}$	$\frac{۴۳}{۲}$	$\frac{۴۳}{۳}$
بد نبود		$\frac{۱۵}{۴}$	۱۴	$\frac{۱۴}{۹}$
چندان خوب نبود		$\frac{۴}{۳}$	$\frac{۳}{۷}$	$\frac{۴}{۰}$
اظهار نشده		$\frac{۲}{۳}$	$\frac{۱}{۸}$	$\frac{۲}{۰}$
جمع		۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

جدول شماره (۲) - درصد شرکت کنندگان در انتخابات دوره پنجم مجلس به تفکیک سن، وضع تأهل، سطح تحصیلات و وضعیت اشتغال

مشخصه (عامل)	شرکت در انتخابات		خیر
	بلی	سطح متغیر	
سن (سال)	۷۴/۱	۱۶ تا ۱۹	۲۵/۹
	۷۹/۱	۲۰ تا ۲۴	۲۰/۹
	۸۵/۳	۲۵ تا ۲۹	۱۴/۷
	۸۴/۲	۳۰ تا ۴۹	۱۵/۸
	۸۶/۶	۵۰ و بیشتر	۱۳/۴
وضع تأهل	۷۷/۸	مجرد	۲۲/۲
	۸۵/۲	متأهل	۱۴/۸
سطح تحصیلات	۸۲/۵	بی سواد	۱۷/۵
	۸۷/۲	ابتدایی	۱۲/۸
	۸۲/۸	راهنمایی	۱۷/۲
	۸۰/۳	متوسطه	۱۹/۷
	۸۲/۱	دیپلم	۱۷/۹
	۸۵/۴	فوق دیپلم و بالاتر	۱۴/۶
وضعیت اشتغال	۷۷/۳	محصل	۲۲/۷
	۸۵/۷	دانشجو	۱۴/۳
	۸۴/۱	خانه دار	۱۵/۹
	۸۵/۴	شاغل	۱۴/۶
	۷۶	بیکار	۲۴

#### د- میزان شناخت کاندیداها

در پاسخ به این سؤال که «چه تعداد از کاندیداهایی را که انتخاب کردید شخصاً می‌شناختید؟»

نتایج آن در جدول (۴) آمده است:

اطلاعات فوق حاکی از آن است که حدود ۳۰ درصد افراد تمام یا اکثر

کاندیداهایی را که انتخاب کرده‌اند می‌شناخته‌اند. در مقابل ۱۴ درصد آنان هیچکدام از کاندیداها را نمی‌شناخته و ۲۰ درصد افراد، تعداد کمی از آنان را می‌شناختند. ارقام جدول همچنین نشان می‌دهد که مردان بیشتر از زنان نسبت به کاندیداها شناخت داشته‌اند، به طوری که ۳۷

جدول شماره (۳) - درصد فراوانی پاسخگویان بر حسب تعداد کاندیداهای انتخابی به تفکیک جنس

تعداد	جنس	زن	مرد	کل
۳۰ نفر		۱۸/۵	۳۲/۷	۲۰/۳
بالای ۲۰ نفر		۸/۱	۷/۱	۷/۵
۱۵ تا ۲۰ نفر		۹/۷	۸/۷	۹/۳
۱۰ تا ۱۴ نفر		۸/۹	۱۰/۲	۱۰
۵ تا ۹ نفر		۱۱/۲	۱۲/۱	۱۱/۳
۴ نفر و کمتر		۲۱/۲	۲۴/۲	۲۲/۹
یادم نیست		۳/۱	۲/۲	۲/۲
درانتخابات شرکت نکرده‌ام		۱۹/۳	۱۲/۷	۱۶/۵
جمع		۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

جدول شماره (۴) - درصد فراوانی پاسخگویان بر حسب تعداد کاندیداهایی که می‌شناخته‌اند به تفکیک جنس

تعداد	جنس	زن	مرد	کل
همه آنان را		۱۲/۷	۱۸/۶	۱۶
اکثر آنان را		۸/۹	۱۸	۱۳/۶
تقریباً نصفی از آنان را		۱۹/۷	۲۰/۸	۱۹/۸
تعداد کمی از آنان را		۲۲/۴	۱۷/۷	۲۰/۱
هیچکدام را		۱۷	۱۰/۶	۱۳/۶
درانتخابات شرکت نکرده‌ام		۱۹/۳	۱۲/۷	۱۶/۵
اظهار نشده		—	۱/۶	۰/۴
جمع		۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

هـ چگونگی انتخاب کاندیدها  
یافته‌های بررسی در زمینه نحوه انتخاب  
کاندیدها از سوی مردم در جدول شماره (۵)

درصد آنان، همه یا اکثر کاندیدهای انتخابی  
خود را می‌شناخته‌اند؛ در حالی که نسبت  
متناظر در بین زنان ۲۱ درصد است.

منعکس است.

همان طور که مشاهده می شود انتخاب کاندیداها عمدتاً بر مبنای «شناخت فردی»، «تبلیغات گروههای سیاسی و مذهبی» و «معرفی افراد خانواده و بستگان» صورت گرفته است. در عین حال دیده می شود که زنان به مراتب بیشتر از مردان کاندیداها را با «معرفی خانواده و بستگان» انتخاب کرده اند (۴۹ درصد در مقایسه با ۱۴ درصد). اطلاعات ارائه شده همچنین مؤید آن است که زنان بیش از مردان در انتخاب کاندیداها متأثر از «تبلیغات گروههای سیاسی و مذهبی» بوده اند. (۳۸ درصد در مقایسه با ۲۵ درصد).

## و- معیار انتخاب کاندیداها

اطلاعات به دست آمده درباره معیار انتخاب کاندیداها در جدول شماره (۶) ارائه شده است. اطلاعات فوق حاکی از آن است که مهمترین معیار انتخاب کاندیداها از نظر مردم

«شهرت مذهبی» بوده است، به طوری که نزدیک به نیمی از پاسخگویان از آن به عنوان یکی از معیارهای انتخاب نماینده نام برده اند. معیارهایی که در درجه بعدی اهمیت قرار دارند عبارتند از «سابقه اجرایی (۳۳ درصد)، «شهرت سیاسی» (۲۶/۵ درصد) و «سابقه کار نمایندگی» (۲۴/۶ درصد). سایر معیارهای عنوان شده، کمتر مورد نظر پاسخگویان بوده است (تحصیلات ۱۷ درصد، سابقه مبارزاتی ۱۴ درصد) و به ویژه معیارهایی چون «شهرت خانوادگی» از سوی شمار کمی از افراد (کمتر از ۱۰ درصد) عنوان شده است.

نکته شایان ذکر این است که معیارهای مذکور تقریباً با اهمیتی یکسان از جانب زنان و مردان مطرح شده اند و چنانچه تفاوتهای جزئی را در نظر بگیریم، معیارهای «شهرت مذهبی» و «سابقه کار نمایندگی» در بین زنان و معیارهای «سابقه

## جدول شماره (۵) - درصد فراوانی هریک از شیوه های انتخاب کاندیداها

در جامعه مورد بررسی به تفکیک جنس\*

کل	مرد	زن	جنس
۳۰/۱	۳۰/۶	۲۹/۳	شیوه انتخاب شناخت فردی
۲۷/۰	۱۴/۲	۴۹/۳	معرفی افراد خانواده و بستگان
۳۰/۱	۲۵/۲	۳۸/۴	تبلیغات گروههای سیاسی و مذهبی
۲/۷	۳/۱	۱/۸	معرفی امام جماعت و معتمد محل
۷/۵	۷/۶	۷/۳	سایر

\* به دلیل چند جوابی بودن سوال، جمع درصدها بیش از ۱۰۰ درصد است.

جدول شماره (۶) - درصد فراوانی هریک از معیارهای انتخاب کاندیداها در جامعه مورد بررسی به تفکیک جنس\*

معیار انتخاب	جنس	زن	مرد	کل
سابقه مبارزاتی		۱۲/۴	۱۴/۷	۱۳/۷
شهرت سیاسی		۲۴/۴	۲۸/۲	۲۶/۵
شهرت مذهبی		۵۰/۸	۴۵/۲	۴۷/۶
سابقه کار اجرایی		۲۹/۵	۳۵/۵	۳۳/۰
شهرت خانوادگی		۶/۲	۸/۹	۷/۷
سابقه کار نمایندگی		۲۶/۹	۲۲/۸	۲۴/۶
تحصیلات		۱۶/۶	۱۷/۴	۱۷/۰
سایر		۱۷/۶	۱۶/۶	۱۷/۰

\* به دلیل چند جوابی بودن سؤال جمع درصدها بیش از ۱۰۰ درصد است.

اظهار شده، در جدول (۷) منعکس است. همان طور که ملاحظه می شود «ادای تکلیف شرعی» و «انجام وظیفه سیاسی، اجتماعی و مشارکت در تعیین سرنوشت کشور» نسبت به سایر انگیزه ها از فراوانی نسبی بیشتری برخوردارند، همچنین درصد قابل ملاحظه ای از افراد انگیزه خود را برای شرکت در انتخابات «انتخاب نمایندگان لایق برای دفاع از حقوق مردم و استفاده از حق سیاسی- اجتماعی» عنوان کرده اند. نکته قابل توجه این است، که انگیزه شرکت مردم در انتخابات، اگرچه در قالب عبارتهای متفاوتی اظهار شده، عموماً حاکی از «هدفمند» بودن این حضور سیاسی- اجتماعی و گویای بینش عمیق سیاسی آنان است و شمار اندک کسانی که اظهار کرده اند شرکت آنان در انتخابات «بدون انگیزه خاصی» بوده است

کار اجرایی»، «شهرت سیاسی» و «سابقه مبارزاتی» در بین مردان کمی بیشتر مورد توجه بوده است. این نتیجه به روشنی مؤید آن است که مردم ما چون گذشته درانتخاب نماینده مورد نظر خود، بیش از هر چیز «مذهبی بودن» را ملاک قرار می دهند و «متدین بودن» افراد بر هر ویژگی دیگر، برتری دارد. سزاوار است که رفتار سیاسی و اجتماعی و ادای وظیفه نمایندگان محترم چنان با ارزشهای مذهبی آمیخته باشد که «اشتهار مذهبی» همچنان به عنوان معیار برتر، در انتخاب نمایندگان مجلس شورای اسلامی در دوره های بعد مطرح باشد.

ز- انگیزه شرکت در انتخابات

فهرستی از انگیزه گوناگون شرکت در انتخابات که از جانب مصاحبه شوندگان



(۴ درصد) تأیید دیگری بر این مطلب است. نحوه برگزاری انتخابات تا چه حد راضی بودید؟\* در جدول شماره (۸) ارائه شده است. اطلاعات فوق به وضوح نشان می دهد که شرکت کنندگان در انتخابات عموماً از نتایج حاصل از طرح این پرسش که «از

## جدول شماره (۷) - درصد فراوانی انگیزه های گوناگون شرکت در انتخابات در جامعه مورد بررسی

ردیف	انگیزه شرکت	درصد فراوانی*
۱	ادای تکلیف شرعی	۳۱/۲
۲	انجام وظیفه اجتماعی، سیاسی و ملی، مشارکت در تعیین سرنوشت کشور	۲۶/۸
۳	انتخاب نماینده لایق برای دفاع از حقوق مردم، استفاده از حق سیاسی - اجتماعی	۹/۲
۴	مشارکت در سازندگی کشور	۵/۹
۵	حفظ استقلال و سر بلندی کشور و ارزشهای انقلاب، مقابله با دشمنان	۳/۷
۶	نیاز کشور به مجلس و قانونگذاری	۳/۹
۷	انگیزه خاصی نداشتیم	۳/۸
۸	بی ربط، اظهار نشده	۱۵/۵

\* نسبت به افراد شرکت کننده در انتخابات

## جدول شماره (۸) - درصد رضایت افراد از نحوه برگزاری انتخابات

به تفکیک جنس مطالعات فرسنگی

میزان رضایت	جنس	زن	مرد	کل
زیاد		۴۴/۴	۵۰/۹	۴۷/۶
تا حدودی - نسبتاً		۳۰/۹	۳۰/۴	۳۰/۵
چندان راضی نیستم		۲/۷	۴/۷	۳/۷
خیلی کم راضی هستم		۱/۵	۰/۶	۱
در انتخابات شرکت نکرده ام		۱۹/۳	۱۲/۷	۱۶/۵
اظهار نشده		۱/۲	۰/۷	۰/۷
جمع		۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

اطلاعات مذکور حاکی از آن است که بیش از ۵۰ درصد افراد شیوه تبلیغات انجام شده برای معرفی کاندیداها را «خوب و در حد معمول» دانسته‌اند و منهای کسانی که در این باره نظر نداده‌اند، بقیه (۳۳ درصد) به نوعی، شیوه تبلیغات انجام شده را خوب ندانسته و آن را تأیید نکرده‌اند. این عده، بیشتر بر این عقیده بوده‌اند که «تبلیغات همراه با اسراف و زیاده روی بوده» و «از ارزشهای اسلامی دور بوده» است.

این نکته شایان ذکر است که گرچه اکثریت افراد، تبلیغات انجام شده برای معرفی کاندیداها (در مرحله اول انتخابات) را «خوب و در حد معمول» دانسته‌اند، نمی‌توان نسبت به نظر حداقل  $\frac{1}{3}$  افراد - که از شیوه تبلیغات راضی نبوده‌اند - بی تفاوت بود. حقیقت این است که تبلیغات فشرده در مدتی کوتاه، برای معرفی نامزدهای انتخاباتی، الگوبرداری از شیوه‌های تبلیغاتی مرسوم در جهان است که در آن سعی می‌شود در یک دوره کوتاه، چهره‌هایی برای مردم مطرح و آنان را به انتخاب یک یا چند نفر از کاندیداها وادار کنند. پسندیده‌تر آن است که نامزدهای انتخاباتی با اصطلاح، «معروف» مردم باشند تا انتخاب آنان بر اساس «شناخت» صورت گیرد و از روشهای تبلیغی مبتنی بر تحریک احساس و «انتخاب ناخود آگاه»، پرهیز شود.

در زمینه شیوه مطلوب تبلیغات انتخاباتی، جمعی از مصاحبه شونده‌گان، ابراز نظر کرده‌اند که اینک به بیان آنها می‌پردازیم. جدول شماره (۱۰) شیوه‌های مطلوب

نحوه برگزاری انتخابات راضی («زیاد» یا «تا حدودی») بوده‌اند و درصد افرادی که «چندان راضی نبوده» یا «خیلی کم» راضی بوده‌اند، قابل توجه نیست.

### ط - نظر پاسخگویان در مورد کافی بودن مدت تبلیغات کاندیداها

پاسخ افراد نمونه به این سؤال که «به نظر شما آیا مدت تبلیغات کاندیداها (یک هفته) کافی بود؟» حاکی از آن است که  $\frac{2}{3}$  آنان این مدت را کافی دانسته‌اند و از این حیث بین مردان و زنان تفاوت معنی داری نبوده است. افرادی که مدت تبلیغات کاندیداها را کافی ندانسته‌اند (حدود  $\frac{1}{3}$  افراد) در این باره پیشنهادهایی به شرح زیر داشته‌اند:

#### مدت تبلیغات درصد افراد پیشنهاد کننده

بین یک تا دو هفته	۱۷/۱
بیشتر از دو هفته تا یک ماه	۳/۶
بیشتر از یک ماه	۴/۷

قابل ذکر است که با در نظر گرفتن اینکه اکثریت مطلق پاسخگویان مدت معمول در انتخابات مجلس را برای معرفی کاندیداها کافی دانسته‌اند، پیشنهاد ارائه شده محل توجه جدی نیست. ضمن اینکه از این تعداد نیز بیشتر به مدت «یک تا دو هفته» اشاره کرده‌اند.

### ی - نظر مردم درباره شیوه تبلیغات انتخاباتی کاندیداها

اظهارات پاسخگویان درباره شیوه تبلیغات انتخاباتی نامزدهای نمایندگی مجلس در جدول شماره (۹) منعکس است.

انتخابات مجلس شورای اسلامی در تهران، از شرکت کردن پاسخگویان یا عدم شرکت آنها سؤال شد که نتیجه آن در جدول شماره (۱۱) آمده است.

همان طور که جدول شماره (۱۲) نشان می دهد ۷۷/۶ درصد رأی دهندگان اظهار کرده اند که در مرحله دوم انتخابات تهران شرکت می کنند و تنها ۶/۲ درصد گفته اند که در این مرحله رأی نمی دهند که این میزان برای مردان و زنان ثابت است. همچنین ۱۵ درصد افراد گفته اند که «معلوم نیست در انتخابات شرکت کنند».

شایان گفتن است که میزان تحقق یافته شرکت مردم در انتخابات به طور محسوسی کمتر از درصد فوق الذکر است و با توجه به اینکه این نظرسنجی در اواخر اسفند ماه ۷۴

تبلیغات انتخاباتی از دیدگاه پاسخگویان را معرفی می کند. همان گونه که ملاحظه می شود، پاسخگویان بیشتر بر تبلیغ «از طریق رسانه های جمعی به ویژه رادیو و تلویزیون» نظر داشته اند و عده ای هم «حضور در اجتماعات مردم و سخنرانی برای آنان» را عنوان کرده اند. جمعی از پاسخگویان نیز تأکید به «صرفه جویی در هزینه های تبلیغاتی» داشته اند و شماری از آنان گفته اند که «تبلیغات مبتنی بر ارزشهای انقلاب و اسلام باشد». ضمناً بیش از  $\frac{1}{3}$  پاسخگویان درباره شیوه مطلوب تبلیغات انتخاباتی نظر خاصی نداشته اند.

## ک - شرکت در مرحله دوم انتخابات

به منظور آگاهی از میزان مشارکت رأی دهندگان در مرحله دوم پنجمین دوره

جدول شماره (۹) - نظر مردم درباره شیوه تبلیغات انتخاباتی انجام شده

درصد فراوانی	نظر درباره شیوه تبلیغات
۲/۵	خیلی خوب بود
۵۲/۳	خوب بود، در حد معمول بود، بد نبود
۱۸/۸	تبلیغات همراه با اسراف و زیاده روی بود خوب نبود، بد بود، افراد پولدار بیشتر تبلیغ کردند، از ارزشهای اسلام دور بود، کاذب بود
۹/۴	چندان خوب نبود
۲/۵	خیلی بد بود
۱/۳	به تبلیغات توجه نداشتم چون آن را درست نمی دانم
۵/۶	نمی دانم، نظری ندارم
۷/۰	بی ربط، بدون پاسخ

اجرا شده است، می توان ادعا کرد که عوامل انتخابات تأثیرگذار بوده است. خاصی در کمتر شرکت کردن در مرحله دوم

جدول شماره (۱۰) - شیوه های مطلوب تبلیغات انتخاباتی کاندیداها از نظر مردم

درصد فراوانی	شیوه تبلیغ
۱۴/۹	معرفی کاندیداها از طریق رادیو و تلویزیون
۱۳/۶	تبلیغ بیشتر توسط رسانه های جمعی
۸/۸	حضور در اجتماعات و سخنرانی برای مردم
۱/۶	انتشار زندگینامه و شرح سابقه کاری
۲/۳	بیان اهداف و برنامه های خود
۳/۹	تبلیغات مبتنی بر ارزشهای انقلاب و اسلام باشد
۲/۰	واقعیت را بگویند و با مردم رو راست باشند
۷/۵	صرفه جویی در هزینه ها و انتخاب روشهای بهتر
۰/۷	از تمام روشهای تبلیغاتی استفاده کنند
۰/۳	از طریق احزاب معرفی شوند
۲/۶	افراد فداکار و شایسته نیاز به معرفی و تبلیغ ندارند
۴/۶	همین شیوه فعلی خوب است
۱۹/۸	نمی دانم، نظری ندارم
۱۷/۵	بدون پاسخ

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

جدول شماره (۱۱) - چگونگی شرکت افراد در مرحله دوم انتخابات به تفکیک جنس

جنس	زن	مرد	کل
شرکت در انتخابات			
بلی	۷۶/۴	۷۸/۶	۷۷/۶
خیر	۶/۲	۶/۲	۶/۲
معلوم نیست	۱۶/۲	۱۴/۳	۱۵
بی جواب	۱/۲	۰/۹	۱/۲