

سنجش مهم‌ترین موضوعات انتخاباتی و
ویژگی‌های مطلوب برای کاندیداها در دهمین
دوره انتخابات ریاست جمهوری از دید
شهروندان تهرانی

کد موضوعی: ۲۶۰

شماره مسلسل: ۹۶۶۰

اردیبهشت ماه ۱۳۸۸

دفتر: مطالعات سیاسی

به نام خدا

فهرست مطالب

| | |
|----|--|
| ۱ | چکیده |
| ۱ | مسئله تحقیق |
| ۳ | پرسش‌های تحقیق |
| ۳ | پیشینه این‌گونه پژوهش‌ها و برخی مباحث نظری |
| ۵ | روش گردآوری اطلاعات |
| ۶ | جمعیت و نمونه آماری |
| ۷ | سیمای پاسخ‌دهندگان |
| ۹ | یافته‌های توصیفی |
| ۱۳ | تحلیل‌های آماری برای همبستگی میان متغیرها |
| ۱۳ | عوامل زمینه‌ای مؤثر بر شرکت در انتخابات |
| ۱۴ | عوامل زمینه‌ای مؤثر بر اهمیت نسبی موضوعات و ویژگی‌های «توسعه‌گرا» و «ارزش‌گرا» |
| ۱۵ | نتیجه‌گیری |
| ۱۶ | پیوست‌ها |
| ۳۷ | منابع و مآخذ |



سنجش مهم‌ترین موضوعات انتخاباتی و ویژگی‌های مطلوب برای کاندیدها در دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری از دید شهروندان تهرانی

چکیده

رأی‌دهندگان در هر انتخاباتی، فارغ از تعلقات یا گرایش‌های حزبی، برپایه برخی موضوعات اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی که عمدتاً به مقطع زمانی همان انتخابات مربوط می‌شوند، به داوری میان نامزدهای انتخاباتی یا احزاب سیاسی می‌پردازند. علاوه بر آن، ویژگی‌های خود کاندیداها - اعم از صفات فردی او، توانایی‌های رهبری و مدیریتی او، یا ارزش‌ها و آرمان‌هایی که به وی نسبت داده می‌شود - بر داوری رأی‌دهندگان درباره مزیت‌ها یا معایب او در مقایسه با نامزدهای رقیب اثرگذار است. در تحقیقی که گزارش آن ارائه می‌شود، با اتکا به نمونه‌ای معرف از شهروندان تهرانی واجد شرایط رأی دادن، مهم‌ترین موضوعات اقتصادی - مدیریتی، سیاسی و اجتماعی - فرهنگی از دید شهروندان تهرانی و ویژگی‌های مطلوب نامزدی که حاضرند در دهمین انتخابات ریاست جمهوری در خرداد ماه امسال به او رأی دهند احصا شده‌اند. یافته‌های پیمایش حاکی از آن است که موضوعات اقتصادی برای رأی‌دهندگان تهرانی در صدر اولویت‌ها قرار دارد، به‌ویژه حل مشکل بیکاری و گرانی. همچنین، از میان صفاتی که برای نامزد مطلوب خود برای ریاست جمهوری مهم تلقی کرده‌اند، بیشترین اولویت به راستگویی و صداقت و نیز استفاده از مشاوران و وزیران با صلاحیت داده شده است.

مسئله تحقیق

با نزدیک شدن انتخابات ریاست جمهوری، این پرسش در ذهن جامعه‌شناسان، تحلیلگران رفتارهای سیاسی، و سیاستمداران شکل می‌گیرد که رأی‌دهندگان در این انتخابات به چه «موضوعاتی» بیش از بقیه هنگام تصمیم‌گیری برای رأی دادن به این یا آن کاندیدا اهمیت می‌دهند، و در چهره کاندیدای مطلوب خود چه صفاتی را جست‌وجو می‌کنند. پاره‌ای از موضوعات در همه انتخاباتی که از نخستین سال پیروزی انقلاب اسلامی برگزار شده‌اند همواره از دید رأی‌دهندگان مهم تلقی شده و مبنای تصمیم‌گیری انتخاباتی آنان قرار داشته است. اما موضوعات دیگری نیز با توجه به شرایط



تغییر یابنده اهمیت پیدا کرده‌اند و در هر انتخاباتی در قیاس با موضوعات دیگر برجستگی ویژه یافته‌اند. برای مثال در آخرین انتخابات ریاست جمهوری در سال ۱۳۸۴، توجه به مشکلات مالی و رفاهی اقشار پایین جامعه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بود و متناسب با آن، رأی‌دهندگان به کاندیدایی که می‌پنداشتند به موضوعات رفاهی مردم توجه بیشتر دارد و خود مردمی و ساده زیست است اقبال بیشتری نشان دادند.

پژوهش‌هایی که در حوزه رفتار رأی‌دهی در شماری از کشورها صورت گرفته مؤید آن است که فارغ از تمایلات حزبی و ایدئولوژیکی رأی‌دهندگان، اصولاً در هر انتخاباتی دو دسته عوامل در تصمیم‌گیری نهایی آنان و ترجیح یک کاندیدا بر کاندیداهای دیگر دخالت دارند و مدیران کارزارهای انتخاباتی نیز بر پایه عوامل مذکور تبلیغات انتخاباتی کاندیدای خود را سازمان‌دهی می‌کنند. عوامل مذکور عبارت‌اند از:

۱. موضوعاتی که در یک انتخابات برای رأی‌دهندگان برجستگی خاص یافته‌اند و بر پایه این ادراک که کدام کاندیدا یا حزب بهتر از عهده موضوعات مذکور برمی‌آید، رأی‌دهندگان دست به تصمیم‌گیری می‌زنند.

۲. صفاتی که مردم یا رأی‌دهندگان در هر کاندیدا می‌بینند یا به او نسبت می‌دهند و مقایسه آن صفات با ویژگی‌هایی که از دید آنها کاندیدای مطلوب در انتخاباتی که برگزار می‌شود باید داشته باشد. در پژوهشی که گزارش آن معروض می‌شود، با هدف روشن ساختن موضوعات مهم برای مردم در انتخابات ریاست جمهوری خردادماه و صفاتی که در کاندیدای مطلوب خود سراغ می‌گیرند، پیمایشی را در سطح شهر تهران انجام دادیم و اهمیتی را که نمونه معرفی از شهروندان تهرانی برای طیفی از موضوعات اقتصادی، سیاسی و اجتماعی - فرهنگی و برای انواع ویژگی‌ها در کاندیدای مطلوب خود قائل بودند مشخص کردیم.

در سال‌های اخیر در ایران نظرسنجی‌های انتخاباتی متداول شده‌اند و در این دوره از انتخابات نیز انواع پیمایش‌ها، به‌ویژه در زمینه ترجیحات مردم در مورد کاندیداهای احتمالی، در حال انجام است. اما آنچه پژوهش حاضر را متمایز می‌سازد توجه مردم به این یا آن کاندیدای خاص نیست، بلکه اهمیتی است که در این برهه زمانی برای موضوعات مختلف قائلند و برپایه مهم‌ترین اولویت‌های خود، صفات مطلوبی است که مایلند در کاندیدایی که قرار است به او رأی دهند مشاهده کنند. کسب شناخت از برجسته‌ترین موضوعات در ذهن مردم در این دوره از انتخابات و نیز از ویژگی‌های کاندیدای مطلوب علاوه‌بر ارتقای فهم علمی پژوهشگران حوزه رفتار سیاسی، به برنامه‌ریزان تبلیغات انتخاباتی این فرصت را خواهد داد تا مطابق با فضای موجود در میان مردم تبلیغات انتخاباتی خود را تنظیم کنند و کارایی تبلیغات خود را به حداکثر رسانند.



پرسش‌های تحقیق

براساس آنچه در طرح مسئله گفته شد، پرسش‌های پژوهش حاضر عبارت‌اند از:

۱. شهروندان تهرانی در اندیشیدن به انتخابات ریاست‌جمهوری پیش رو چه موضوعاتی را مهم می‌دانند و انتظار دارند رئیس‌جمهور منتخب آنان به موضوعات مذکور بپردازند؟
۲. شهروندان تهرانی برای رأی به یک نامزد انتخابات به چه صفاتی در او بیشتر اهمیت می‌دهند؟

پیشینه این‌گونه پژوهش‌ها و برخی مباحث نظری

در کشورهای صنعتی پیشرفته از چندین دهه پیش و در سایر دموکراسی‌های انتخاباتی در دهه‌های اخیر انواع پژوهش‌ها درباره موضوعات برجسته در هر انتخابات و صفاتی که مردم به نامزدهای نمایندگی برای پارلمان یا برای ریاست‌جمهوری نسبت می‌دهند صورت گرفته است. در این پژوهش‌ها، با فرض اینکه در هر دوره از انتخابات (به‌ویژه در انتخابات ریاست‌جمهوری) موضوعات خاصی برجستگی ویژه می‌یابند و مبنای داوری مردم برای گزینش یک نامزد در برابر نامزدهای دیگر قرار می‌گیرند، تلاش می‌شود تا مهم‌ترین موضوعات انتخاباتی از دید مردم مشخص می‌شوند. شرایط تغییر یابنده سیاسی و اجتماعی و نیز نوع برجسته‌سازی‌هایی که رسانه‌های جمعی به عمل می‌آورند تعیین‌کننده موضوعات مهم در هر دوره انتخاباتی محسوب می‌شوند. در پیوند با برجسته‌ترین موضوعات از دید مردم، صفات متناسب به کاندیداها قرار دارند. مردم در هر نامزد صفاتی را می‌یابند که برحسب آنها کاندیدهای مذکور را برای احراز مقام ریاست‌جمهوری شایسته یا نامناسب ارزیابی می‌کنند.

رأی‌دهندگان در هر انتخاباتی برخی موضوعات را به‌ویژه مهم ارزیابی می‌کنند. اینها موضوعاتی هستند که برای رأی‌دهندگان برجستگی ویژه‌ای پیدا کرده‌اند. برجستگی موضوعات خاص در ذهن رأی‌دهنده می‌تواند ناشی از تجربه‌های خود او در سال‌های اخیر باشد یا در جریان کنش‌های متقابل که او با دیگران در جامعه دارد، یعنی از طریق ارتباطات میان فردی حاصل شده باشد. مردم به‌طور جمعی واقعیت اجتماعی خود را خلق می‌کنند. آنها در گفت‌وگو‌هایی که با دیگران دارند، به‌ویژه در جریان گفت‌وگو و تبادل‌نظر با «دیگران مهم»، یعنی کسانی که عقاید و دیدگاه‌هایشان برای آنان مهم است، شرایط اجتماعی و سیاسی پیرامون خود را به بحث می‌گذارند و در نهایت به تعریفی از شرایط مذکور می‌رسند. البته پژوهش‌هایی که درباره رسانه‌های جمعی صورت گرفته نشانگر آن است که در دنیای امروز و در عصر غلبه رسانه‌های جمعی، بیشتر موضوعاتی که برای مردم برجسته می‌شوند و در ذهن



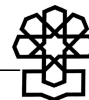
آنان اهمیت می‌یابند توسط رسانه‌ها مطرح و برجسته‌سازی می‌شوند. در واقع پژوهش‌های مک کومب و شاو، از بنیان‌گذاران نظریه برجسته‌سازی تأثیر رسانه‌ها، نشان داد آنچه در نظر رأی‌دهندگان مهم‌ترین موضوعات تلقی می‌شوند کم‌وبیش همان موضوعاتی‌اند که رسانه‌ها برجسته‌سازی کرده‌اند (مک کومب و شاو، ۱۹۷۲). علاوه بر آن، پوشش‌های خبری تلویزیونی برخی شیوه‌های تحلیل و ارزیابی عملکرد سیاست‌مداران را در دسترس بینندگان قرار می‌دهند، و همین تحلیل‌ها و ارزیابی‌ها هنگام تصمیم‌گیری درباره کاندیداها تا حدود زیادی مبنای داوری رأی‌دهندگان قرار می‌گیرد (اینگار و کیندر، ۱۰۵:۱۹۸۷). رسانه‌ها با برجسته‌سازی برخی موضوعات، کاندیداها و خصوصیت‌های کاندیداها، نوعی واقعیت دست دوم می‌سازند که برای رأی‌دهندگان هنگام تصمیم‌گیری درباره اینکه رأی بدهند یا ندهند و رأی خود را به سود چه کسی به صندوق بیاورند بسیار اهمیت خواهد داشت (ویور، ۱۹۹۶).

نکته دیگر که در شماری از پژوهش‌ها معلوم شده این است که افرادی که از تحصیلات کمتری برخوردارند و توانایی آنها در تشخیص مسائل سیاسی کمتر از افراد تحصیل‌کرده و مطلع‌تر است در انتخابات به‌سوی اشکال ساده‌تر و قابل هضم‌تری از اطلاعات که به‌وسیله تلویزیون در اختیارشان قرار می‌گیرند سوق می‌کنند و از آن طریق برای تصمیم‌گیری درباره چگونگی رأی دادن آمادگی می‌یابند (نیومن و دیگران، ۱۹۹۲).

مبارزه‌های انتخاباتی در همه دموکراسی‌های انتخاباتی تا حدود زیادی بر این محور می‌چرخد که رأی‌دهندگان و سیاست‌مداران چه موضوعاتی را مهم تلقی می‌کنند. در واقع برخی پژوهشگران مدعی‌اند که در کشورهای غربی موضوعات انتخاباتی از پیشینه اجتماعی - اقتصادی افراد رأی‌دهنده مهم‌تر شده است و اگر می‌خواهیم رفتار رأی‌دهی آنان را پیش‌بینی کنیم باید توجه خود را معطوف به موضوعات انتخاباتی کنیم تا سایر پیش‌بینی‌کننده‌های متعارف رفتار مذکور که عمدتاً بر منزلت اجتماعی - اقتصادی افراد و عناصر سازنده آن یعنی درآمد، تحصیلات و شغل متمرکز بودند (از جمله نک: آردل و فان وینن، ۲۰۰۵).

علاوه بر موضوعاتی که در هر انتخابات از سوی رأی‌دهندگان مهم تلقی می‌شوند، شخصیت کاندیداها نیز مورد توجه جدی آنان قرار می‌گیرد. شخصیت کاندیدا را در سه محور می‌توان خلاصه کرد:

۱. کیفیت‌های شخصی او، مثل شجاعت، مهربانی یا صداقت.
۲. توانایی‌های او در رهبری، مثل تجربه قبلی در مشاغل دولتی و توانایی او در حل انواع مسائل و بحران‌ها.
۳. آرمان‌ها یا اصولی که کاندیدا برای خود تعیین کرده است و سعی دارد مردم او را بر آن پایه بشناسند. در پاره‌ای مطالعات که در آمریکای شمالی و اروپا به شیوه استقرایی صورت



گرفته‌اند چهار بعد از کیفیت‌های شخصی یک کاندیدا در جریان مبارزه‌های انتخاباتی مهم تشخیص داده شده‌اند: صداقت، معنویت، همدلی و کشش.^۱ صداقت با ویژگی‌هایی همچون قابل اعتماد بودن، باز بودن و راستگویی شناخته می‌شود. معنویت با خصوصیت‌هایی نظیر احساس مسئولیت، منصف بودن، درستکاری،^۲ و معقول بودن^۳ همراه است. همدلی از مؤلفه‌هایی چون درک کردن مسائل مردم، مبارزه برای مردم و مهربانی تشکیل شده است. در بعد توانایی صفاتی چون قدرت، قاطعیت، پر تلاش بودن و شهامت قرار می‌گیرند (بنوا، مک‌هال، ۲۰۰۳).

در پیکارهای انتخاباتی احزاب و کاندیداها تلاش می‌کنند تا خود را «مالک» برخی موضوعاتی نشان دهند که از نظر مردم مهم تلقی می‌شوند. تلاش کاندیداها برای به انحصار درآوردن مالکیت برخی موضوعات مهم در پیکارهای انتخاباتی زمینه‌ساز نظریه‌ای به نام مالکیت موضوعی^۴ در مباحث مربوط به تبلیغات انتخاباتی شده است (برای مثال نک: پتروسیک، ۱۹۹۶؛ پتروسیک و بنوا، ۲۰۰۳). براساس این نظریه، یک کاندیدا در جریان پیکارهای انتخاباتی تنها موضوعاتی را به بحث می‌گذارد که از دید مردم او یا حزمش در مقام بهتری برای حل آنها قرار دارد تا کاندیدا یا حزب رقیب. علت امر این است که یک کاندیدا نمی‌خواهد برجستگی موضوعی را که به سود رقیب انتخاباتی‌اش است افزایش دهد (کاپلان و دیگران، ۲۰۰۶). ستادهای انتخاباتی احزاب و کاندیداها همچنین می‌کوشند تا چهره مطلوبی از کاندیداها را خود به نمایش بگذارند. در آمریکا ۴۰ درصد محتوای تبلیغات تلویزیونی کاندیداها ریاست جمهوری به نمایش ویژگی‌های مطلوب او اختصاص دارد. هدف از تبلیغات مذکور این است که بر ادراک رأی‌دهندگان از چهره^۵ کاندیدای خود تأثیر گذارند.

روش گردآوری اطلاعات

در این پژوهش از روش پیمایشی استفاده شده است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه‌ای بوده است که برای تهیه آن نخست محورهای پرسش‌ها برپایه مبانی نظری تعیین شدند و سپس، طی چند جلسه بحث و گفت‌وگو با دانشجویان و برخی مصاحبه‌ها با شهروندان، مهم‌ترین گویه‌ها که با محورهای مذکور همخوانی داشتند انتخاب شدند. پس از آن، پرسشنامه در یک مطالعه امتحانی (پایلوت) در مقیاس محدود توزیع شد و معایب آن به لحاظ جمله‌بندی و نیز پایایی گویه‌هایی که مفاهیم مشترکی را اندازه‌گیری می‌کردند رفع شد.

1. Drive
2. Integrity
3. Decency
4. Issue Ownership
5. Image



در این پژوهش از پاسخ‌دهندگان خواسته شد تا خود پرسشنامه‌ها را پر کنند و تا جای ممکن از پرسشگری استفاده نشد. پرسشگری در موارد محدودی با توجه به سواد اندک برخی پاسخ‌دهندگان و ناتوانی آنان در پر کردن پرسشنامه‌ها صورت گرفت. علت تأکید بر روش خود تکمیلی پرسشنامه‌ها کاستن از واکنش‌دهی تحقیق بود (یعنی کاهش این گرایش در پاسخ‌دهندگان که با علم به اینکه تحقیقی درباره آنان صورت می‌گیرد گفتار و رفتار واقعی خود را پرده‌پوشی یا تعدیل کنند).

جمعیت و نمونه آماری

جمعیت آماری پژوهش حاضر کلیه شهروندان تهران در سن رأی دادن در نظر گرفته شد. با توجه به ملاحظات که در زمینه واکنش‌دهی تحقیق داشتیم، از یک روش تلفیقی برای نمونه‌گیری استفاده کردیم و از هر دو روش خوشه‌ای و سهمیه‌ای بهره بردیم. به توزیع‌کنندگان پرسشنامه‌ها مناطق گوناگون شهر تهران محول شد و هر یک از آنان در منطقه محول شده خود در مکان‌های عمومی مثل پارک‌ها، ایستگاه‌های مترو، بیمارستان‌ها و هر نقطه‌ای که افراد در انتظار بودند و در حالت رفت و آمد نبودند پرسشنامه‌ها را توزیع کردند و پرسشنامه‌های تکمیل شده را پس گرفتند. در مواردی که پاسخ‌دهنده توانایی کافی برای پر کردن پرسشنامه را نداشت (به علت سواد کم یا کهولت سن)، پرسشگری صورت می‌گرفت و توزیع‌کننده خود پاسخ‌های پاسخ‌دهنده را وارد پرسشنامه می‌کرد.

همان‌طور که پیش‌تر گفته شد، هدف از این شیوه اجرای پیمایش و نمونه‌گیری کاهش از واکنش‌دهی و بروز خطاهای نظام‌مند در نتایج پژوهش بود. پیمایش‌های سیاسی در ایران اصولاً با حساسیت پاسخ‌دهندگان روبه‌رو می‌شوند و احتمال واکنش‌دهی بسیار زیاد است. لذا کلیه اقدامات لازم برای کاستن از واکنش‌دهی در این پژوهش به عمل آمد. اهم اقدامات مزبور عبارت بود از:

۱. دعوت‌نامه یا نامه همراه پرسشنامه این وظیفه را برعهده داشت تا درباره تحقیق توضیحاتی دهد که از حساسیت آن بکاهد. از جمله عنوان کردن این موضوع که تحقیق حاضر از سوی دانشجویان درس روش تحقیق صورت می‌گیرد و به نهاد یا سازمان رسمی خاصی ارتباط ندارد (که البته در زمان توزیع پرسشنامه‌ها عملاً چنین بود). در توضیح مذکور همچنین از پاسخ‌دهندگان خواسته می‌شد تا نام خود را ننویسند یا به پرسشگر اظهار نکنند، یعنی تلویحاً به آنان گفته می‌شد که هویت آنان محفوظ خواهد ماند.

۲. تجربه نشان داده است که در روش خود تکمیلی معمولاً واکنش‌دهی کمتر از روش پرسشگری رخ می‌دهد، زیرا در شرایطی که پرسشگر سؤال‌ها را می‌پرسد فرد پاسخ‌دهنده، به‌رغم ناشناس بودن و ناشناس ماندن، چون به‌طور رودررو با پرسشگر در حال کنش متقابل است تمایل



به ابراز پاسخ‌های هنجاری (پاسخ‌هایی که او را به‌هنجار و عادی نشان دهد) پیدا می‌کند و از بیان کامل حقیقت سر باز می‌زند. در نتیجه، در این تحقیق با تکیه زدن بر روش خودتکمیلی، کوشیدیم تا حدودی از واکنش‌دهی بکاهیم.

۳. از آنجا که به در منازل یا مکان کسب‌وکار افراد رجوع نمی‌شد (که در روش‌های متعارف نمونه‌گیری در سطح شهرها مرسوم است)، هویت پاسخ‌دهندگان کاملاً محفوظ می‌ماند و از نگرانی او نسبت به پیامدهای پاسخ‌هایش کاسته می‌شد و در نتیجه کمتر تمایل پیدا می‌کرد که پاسخ‌های هنجاری ارائه دهد.

با این همه، با توجه به احتیاط‌کاری‌های مرسوم در فرهنگ سیاسی اکثر مردم و ترس و نگرانی پاسخ‌دهندگان از هر نوع پاسخ به پرسش‌های سیاسی و ابراز عقیده کردن در برابر افراد ناشناس یا برای محققان ناشناس، میزانی از واکنش‌دهی را باید در این تحقیق انتظار می‌داشتیم، به‌ویژه در پاسخ‌هایی که به برخی پرسش‌های «حساس‌تر» ارائه می‌شد.

در نوبت اول در اسفند ماه، ۴۰۰ پرسشنامه توزیع شد که از میان آنها ۳۸۷ پرسشنامه پر شده استفاده شد. با دریافت مشخصات پاسخ‌دهندگان مشخص شد که نمونه به‌دست آمده تا حدودی به سمت افراد دارای تحصیلات دانشگاهی سوگیری دارد. به‌عبارت دیگر، افرادی که تحصیلاتشان در حد دیپلم یا کمتر است به نسبت کمتر از تعدادی که عملاً در جمعیت مورد نظر وجود دارند، در نمونه حضور یافته‌اند. این مشکل از آنجا بروز کرد که افراد کمتر تحصیل‌کرده در میان کسانی که حاضر به پر کردن پرسشنامه نشدند بیشتر از افراد دارای تحصیلات دانشگاهی بود. برای رفع این نقیصه، ۱۲۰ پرسشنامه دیگر در میان افراد دیپلمه یا پایین‌تر توزیع شد که از میان آنها ۵۰۴ پرسشنامه تکمیل شد. نمونه‌ای که در حال حاضر مبنای تحلیل‌های آماری قرار گرفته است متشکل از ۵۰۴ پاسخ‌دهنده است.

سیمای پاسخ‌دهندگان

نمونه‌ای که در تحقیق حاضر مبنای اطلاعات پیمایشی قرار داشت ۵۰۴ نفر را شامل می‌شود.

سن پاسخ‌دهندگان: در جدول ۱ دسته‌بندی سنی پاسخ‌دهندگان همراه با فراوانی و درصد هر دسته مشخص شده است. گروه سنی زیر ۲۰ سال (۱۸ و ۱۹ ساله) ۱۱/۷ درصد، گروه سنی ۲۰ تا ۳۰ سال ۵۰/۶ درصد، گروه سنی ۳۰ تا ۴۰ سال ۱۶/۹ درصد، گروه سنی ۴۰ تا ۵۰ سال ۱۲/۳ درصد و گروه سنی ۵۰ سال به بالا ۸/۵ درصد پاسخ‌دهندگان را تشکیل می‌دهند.



جدول ۱. توزیع فراوانی و درصد گروه‌های سنی

| گروه سنی | فراوانی | درصد | درصد تجمیع شده |
|----------------|---------|------|----------------|
| زیر ۲۰ سال | ۵۹ | ۱۱/۷ | ۱۱/۷ |
| ۲۰-۳۰ سال | ۲۵۵ | ۵۰/۶ | ۶۲/۳ |
| ۳۰-۴۰ سال | ۸۵ | ۱۶/۹ | ۷۹/۲ |
| ۴۰-۵۰ سال | ۶۲ | ۱۲/۳ | ۹۱/۵ |
| ۵۰ سال به بالا | ۴۳ | ۸/۵ | ۱۰۰ |
| جمع | ۵۰۴ | ۱۰۰ | |

جنسیت پاسخ‌دهندگان: همان‌طور که در جدول ۲ نشان داده شده است، ۵۴ درصد پاسخ‌دهندگان مرد و ۴۶ درصد آنان زن هستند.

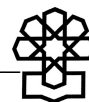
جدول ۲. جنسیت پاسخ‌دهندگان

| جنسیت | فراوانی | درصد | درصد تجمیع شده |
|-------|---------|------|----------------|
| زن | ۲۲۲ | ۴۶/۰ | ۴۶ |
| مرد | ۲۷۲ | ۵۴/۰ | ۱۰۰ |
| جمع | ۵۰۴ | ۱۰۰ | |

تحصیلات پاسخ‌دهندگان: در جدول ۳ تحصیلات پاسخ‌دهندگان به نمایش درآمده است. پاسخ‌دهندگان زیر دیپلم ۱۲/۷ درصد، دارای دیپلم یا فوق دیپلم ۴۰/۷ درصد، دارای مدرک کارشناسی یا در حال گرفتن مدرک مذکور ۳۴/۱ درصد، دارای مدرک کارشناسی ارشد یا در حال گرفتن مدرک مذکور ۹/۵ درصد، و دارای مدرک دکتری ۲ درصد کل نمونه را تشکیل می‌دهند.

جدول ۳. تحصیلات پاسخ‌دهندگان

| سطح تحصیلات | فراوانی | درصد | درصد تجمیع شده |
|--|---------|------|----------------|
| کمتر از دیپلم | ۶۴ | ۱۲/۷ | ۱۲/۷ |
| دیپلم یا فوق دیپلم | ۲۰۵ | ۴۰/۷ | ۵۳/۴ |
| کارشناسی یا دانشجوی کارشناسی | ۱۷۲ | ۳۴/۱ | ۸۷/۵ |
| کارشناسی ارشد یا دانشجوی کارشناسی ارشد | ۴۸ | ۹/۵ | ۹۷/۰ |
| دکتری | ۱۰ | ۲/۰ | ۹۹/۰ |
| بی‌پاسخ | ۵ | ۱/۰ | ۱۰۰ |
| جمع | ۵۰۴ | ۱۰۰ | |



درآمد پاسخ‌دهندگان: از پاسخ‌دهندگان خواسته شده بود از میان گزینه‌های درآمدی، درآمد خود (یا در صورت درآمد نداشتن) درآمد خانواده خود را مشخص کنند. نتایج در جدول ۴ نشان داده شده است. ۲۱/۴ درصد پاسخ‌دهندگان زیر ۲۰۰ هزار تومان، ۵۴/۴ درصد بین ۲۰۰ و ۶۰۰ هزار تومان، ۱۶/۹ درصد بین ۶۰۰ تا یک میلیون تومان، ۴/۶ درصد بین یک تا ۲ میلیون تومان و ۲/۸ درصد بالاتر از ۲ میلیون تومان درآمد دارند.

جدول ۴. درآمد پاسخ‌دهندگان

| درآمد | فراوانی | درصد | درصد تجمیع شده |
|--------------------|---------|------|----------------|
| زیر ۲۰۰ هزار | ۱۰۸ | ۲۱/۴ | ۲۱/۴ |
| ۲۰۰ تا ۶۰۰ هزار | ۲۷۴ | ۵۴/۴ | ۷۵/۸ |
| ۶۰۰ تا ۱ میلیون | ۸۵ | ۱۶/۹ | ۹۲/۷ |
| ۱ تا ۲ میلیون | ۲۳ | ۴/۶ | ۹۷/۲ |
| بالاتر از ۲ میلیون | ۱۴ | ۲/۸ | ۱۰۰ |
| جمع | ۵۰۴ | ۱۰۰ | |

یافته‌های توصیفی

شرکت در انتخابات و میزان تمایل به دو جناح

در پاسخ به این سؤال که آیا در دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری شرکت خواهید کرد یا خیر، ۶۴/۵ درصد پاسخ‌دهندگان پاسخ مثبت و ۱۱/۵ درصد آنان پاسخ منفی دادند. ۲۴ درصد پاسخ‌دهندگان هنوز تصمیم نگرفته‌اند (جدول ۵).

جدول ۵. فراوانی و درصد مشارکت در انتخابات ریاست جمهوری خرداد ۱۳۸۸

| شرکت در انتخابات | فراوانی | درصد | درصد تجمیع شده |
|-----------------------|---------|------|----------------|
| آری | ۳۲۵ | ۶۴/۵ | ۶۴/۵ |
| خیر | ۵۸ | ۱۱/۵ | ۷۶/۰ |
| هنوز تصمیم نگرفته‌اند | ۱۲۱ | ۲۴/۰ | ۱۰۰ |
| جمع | ۵۰۴ | ۱۰۰ | |

در پاسخ سؤال «احتمال رأی دادن خود را به کاندیدای هر یک از دو طیف سیاسی زیر مشخص کنید»، نتایج زیر به دست آمد (جدول ۶)، ۳۱/۹ درصد پاسخ‌دهندگان اظهار داشتند که احتمال زیاد دارد که به کاندیدای اصولگرایان رأی دهند. در مقابل، ۲۱/۶ درصد آنان تمایل زیاد



خود را برای رأی به اصلاح‌طلبان نشان دادند. اما مهم‌ترین یافته پژوهشی در این زمینه این است که به ترتیب ۵۰/۴ درصد و ۵۴ درصد رأی‌دهندگان نمی‌دانند که به کاندیدای اصولگرایان رأی خواهند داد یا به کاندیدای اصلاح‌طلبان. ضمناً باید توجه داشت که برای تعداد قابل توجهی از پاسخ‌دهندگان مفاهیم اصولگرا و اصلاح‌طلب چندان روشن نبود و از توزیع‌کنندگان پرسشنامه‌ها می‌پرسیدند منظور چه کسانی‌اند؟

جدول ۶. احتمال رأی دادن به نامزدهای هر یک از جناح سیاسی اصلی

| جمع | | نمی‌دانم | | کم | | زیاد | | احتمال رأی جناح سیاسی |
|------|---------|----------|---------|------|---------|------|---------|--------------------------|
| | | درصد | فراوانی | درصد | فراوانی | درصد | فراوانی | |
| درصد | فراوانی | درصد | فراوانی | درصد | فراوانی | درصد | فراوانی | اصولگرایان |
| ۱۰۰ | ۵۰۴ | ۵۰/۴ | ۲۵۴ | ۱۷/۷ | ۸۹ | ۳۱/۹ | ۱۶۱ | اصلاح‌طلبان |
| ۱۰۰ | ۵۰۴ | ۵۴/۰ | ۲۷۲ | ۲۴/۴ | ۱۲۳ | ۲۱/۶ | ۱۰۹ | |

میزان اهمیت انواع موضوعات اقتصادی، سیاسی و اجتماعی - فرهنگی برای پاسخ‌دهندگان در تصمیم‌گیری آنان درباره نامزدهای انتخابات

در پرسشنامه موضوعات مهم در انتخابات آتی را به سه دسته اقتصادی - مدیریتی، سیاسی و اجتماعی - فرهنگی تقسیم کرده و در هر دسته شماری از گویه‌های مربوط به آن دسته را قرار داده بودیم. پاسخ‌دهندگان می‌توانستند در برابر هر گویه یکی از گزینه‌های «خیلی مهم»، «مهم»، «تا حدودی مهم»، «کم‌اهمیت» و «بی‌اهمیت» را علامت بزنند. در جدول ۷ کلیه موضوعات برحسب اهمیتی که پاسخ‌دهندگان به آنها داده‌اند رده‌بندی شده‌اند. گزینه‌های «خیلی مهم» و «مهم» در یک دسته تلفیق و با اهمیت «زیاد» در جدول درج شده‌اند. گزینه «تا حدودی مهم» را با اهمیت «متوسط» نمایش داده‌ایم. از تلفیق گزینه‌های «کم‌اهمیت» و «بی‌اهمیت» عنوان «کم» را ساخته‌ایم. ترتیب گویه‌های زیر را به نوعی می‌توان ترتیب اولویت‌های پاسخ‌دهندگان دانست، اگرچه همه گویه‌های مذکور به نوعی برای رأی‌دهندگان مهم تلقی می‌شوند. به عبارت دیگر، گویه‌ها از ابتدا به گونه‌ای گزیده شده بودند که نشانگر موضوعات مهم انتخاباتی بودند. جدول‌های توصیفی کامل مربوط به هر گویه را می‌توانید در پیوست ۲ مشاهده کنید.



جدول ۷. اهمیتی که رأی‌دهندگان برای موضوعات اقتصادی، سیاسی و فرهنگی گوناگون قائل‌اند

| ردیف | موضوع | اهمیت (به درصد) | | |
|------|--|-----------------|-------|------|
| | | زیاد | متوسط | کم |
| ۱ | مشکل بیکاری | ۹۶/۶ | ۱/۸ | ۱/۶ |
| ۲ | مشکل گرانی | ۹۵/۶ | ۳/۰ | ۱/۴ |
| ۳ | جلوگیری از فساد اداری مثل رشوه‌خواری | ۹۴/۴ | ۳/۸ | ۱/۸ |
| ۴ | عمل به قانون و ترویج قانون‌گرایی | ۹۳/۳ | ۴/۲ | ۲/۶ |
| ۵ | توزیع عادلانه‌تر امکانات اقتصادی | ۹۰/۳ | ۵/۸ | ۴/۰ |
| ۶ | تقویت تخصص‌گرایی در تمام سطوح مدیریتی | ۹۰/۱ | ۶/۹ | ۳/۰ |
| ۷ | دفاع از حریم خصوصی افراد | ۸۷/۹ | ۶/۰ | ۶/۲ |
| ۸ | حاکم کردن شایسته‌سالاری در ادارات دولتی | ۸۶/۱ | ۹/۷ | ۴/۲ |
| ۹ | مقابله با انحرافات و فسادهای فرهنگی | ۸۳/۳ | ۱۰/۳ | ۶/۳ |
| ۱۰ | احترام به آزادی‌های فردی | ۸۱/۲ | ۱۱/۷ | ۷/۱ |
| ۱۱ | پیگیری برنامه هسته‌ای ایران | ۷۸/۶ | ۱۰/۹ | ۱۰/۵ |
| ۱۲ | تقویت فضای آزادی اندیشه در دانشگاه‌ها | ۷۸/۰ | ۱۳/۷ | ۸/۳ |
| ۱۳ | تضمین آزادی بیان و مطبوعات | ۷۶/۴ | ۱۸/۱ | ۵/۶ |
| ۱۴ | حاکم کردن ارزش‌های اسلامی در جامعه | ۷۶/۰ | ۱۵/۱ | ۸/۹ |
| ۱۵ | ایستادگی در برابر نظام سلطه به‌خصوص آمریکا | ۶۸/۸ | ۱۴/۳ | ۱۶/۹ |
| ۱۶ | مقابله با بی‌بندوباری در مکان‌های عمومی مثل بی‌حجابی | ۶۷/۷ | ۱۹/۲ | ۱۳/۱ |
| ۱۷ | استفاده از مدیران مؤمن در همه ادارات | ۶۶/۹ | ۱۶/۷ | ۱۶/۵ |
| ۱۸ | بهبود رابطه اقتصادی با اروپا | ۶۶/۱ | ۲۱/۸ | ۱۲/۱ |
| ۱۹ | مبارزه با غرب‌زدگی | ۶۳/۹ | ۲۰/۴ | ۱۵/۷ |
| ۲۰ | حل مشکلات میان ایران و آمریکا از طریق گفت‌وگو | ۵۶/۰ | ۲۲/۲ | ۲۱/۸ |
| ۲۱ | حمایت از جنبش‌های رهایی‌بخش | ۵۱/۰ | ۲۰/۴ | ۲۸/۶ |

جدول ۷ امکان انواع مقایسه‌ها را میان درجه اهمیت موضوعات گوناگون با یکدیگر امکان‌پذیر می‌سازد. برای مثال ۶ موضوعی که در صدر جدول به لحاظ اهمیت قرار دارند (به استثنای یک موضوع) اقتصادی یا اقتصادی- مدیریتی محسوب می‌شوند. تنها موضوع غیراقتصادی در این میان «عمل به قانون و ترویج قانون‌گرایی» است. یا برای مثال می‌توان مشاهده کرد که موضوعات خارجی مثل «بهبود رابطه اقتصادی با اروپا»، «حل مشکلات میان ایران و آمریکا» و «حمایت از جنبش‌های رهایی‌بخش»، کمترین اولویت را برای رأی‌دهندگان دارند. این را نیز باید افزود که، برخلاف دیدگاهی که برخی متخصصان خارجی مسائل ایران ابراز می‌کنند، مذاکره با آمریکا برای بهبود مناسبات میان دو کشور ایران، آمریکا احتمالاً تأثیر زیادی بر داوری رأی‌دهندگان درباره دولت کنونی و نوع رایی که به صندوق خواهند انداخت نخواهد داشت.



میزان اهمیت انواع ویژگی‌های شخصیتی، توانایی‌های مدیریتی و خصوصیت‌های ارزشی و فکری نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری برای پاسخ‌دهندگان

در پرسشنامه‌ای که ابزار گردآوری اطلاعات برای پژوهش حاضر بود طیفی از گویه‌ها درباره ویژگی‌های شخصیتی، توانایی‌های مدیریتی و خصوصیت‌های ارزشی و فکری نامزدها به پاسخ‌دهندگان ارائه و از آنان خواسته شده بود اهمیت هر یک از ویژگی‌های مذکور را برای رأی دادن به این یا آن نامزد ریاست جمهوری تعیین کنند. در جدول ۸ پاسخ‌ها به ترتیب اهمیتی که برای پاسخ‌دهندگان داشته رده‌بندی شده‌اند. مجدداً تکرار می‌کنیم فرض بر این بوده است که همه این گویه‌ها برای رأی‌دهندگان مهم‌اند. برای سهولت تفسیر در جدول، گزینه‌های «خیلی مهم» و «مهم» را با اهمیت «زیاد»، گزینه «تا حدودی مهم» را با اهمیت «متوسط» و گزینه‌های «کم‌اهمیت» و «بی‌اهمیت» را با اهمیت «کم» نشان داده‌ایم. جدول‌های کامل و تلفیق نشده هر یک از گویه‌ها را می‌توانید در پیوست ۲ مشاهده کنید.

جدول ۸. درجه اهمیتی که رأی‌دهندگان برای گزیده‌ای از ویژگی‌های شخصیتی، توانایی‌های مدیریتی و خصوصیت‌های ارزشی و فکری نامزدی که حاضرند به او رأی دهند قائلند

| ردیف | موضوع | اهمیت (به درصد) | | |
|------|--|-----------------|-------|------|
| | | زیاد | متوسط | کم |
| ۱ | راستگویی و صداقت | ۹۶/۶ | ۱/۴ | ۲/۰ |
| ۲ | استفاده از وزیران و مشاوران با صلاحیت | ۹۶/۰ | ۱/۸ | ۲/۲ |
| ۳ | اولویت به پیشرفت اقتصادی کشور | ۹۵/۲ | ۲/۸ | ۲/۰ |
| ۴ | قاطعیت در تصمیم‌گیری | ۹۳/۸ | ۳/۸ | ۲/۴ |
| ۵ | احساس مسئولیت در هزینه کردن از بیت‌المال | ۹۳/۷ | ۲/۸ | ۳/۶ |
| ۶ | سوابق اجرایی و تجربه کاری | ۹۲/۱ | ۴/۸ | ۳/۲ |
| ۷ | توانایی کارگروهی | ۹۰/۳ | ۶/۲ | ۳/۶ |
| ۸ | توانایی جلب مشارکت نخبگان کشور | ۹۰/۱ | ۶/۹ | ۳/۰ |
| ۹ | تحصیلات عالی | ۸۹/۷ | ۷/۵ | ۲/۸ |
| ۱۰ | توانایی همکاری با سایر نهادها و قوای کشور | ۸۸/۱ | ۷/۹ | ۳/۸ |
| ۱۱ | دفاع از مردم‌سالاری | ۸۴/۱ | ۱۱/۷ | ۴/۲ |
| ۱۲ | مردمی بودن | ۸۱/۵ | ۱۰/۳ | ۸/۱ |
| ۱۳ | اولویت به ارزش‌های انقلاب در همه تصمیم‌گیری‌ها | ۶۹/۰ | ۱۴/۵ | ۱۶/۵ |
| ۱۴ | اهل مدارا و گفت‌وگو با مخالفان | ۶۶/۷ | ۲۲/۸ | ۱۰/۵ |
| ۱۵ | تبعیت از رهنمودهای مقام رهبری | ۶۵/۳ | ۱۷/۵ | ۱۷/۳ |
| ۱۶ | ساده زیستی | ۶۴/۱ | ۱۷/۷ | ۱۸/۳ |
| ۱۷ | جوان بودن | ۳۲/۳ | ۳۰/۸ | ۳۶/۹ |
| ۱۸ | روحانی بودن | ۱۵/۱ | ۲۲/۰ | ۶۲/۹ |



با مراجعه به جدول ۸ به روشنی می‌توان دید که در این دوره از انتخابات ریاست‌جمهوری رأی‌دهندگان تهرانی بیش از هر صفتی، به راستگویی و صداقت یک کاندیدا نظر خواهند داشت و آن را مهم‌ترین ملاک خود برای داوری میان نامزدهای انتخابات خواهند دانست. پس از آن، ویژگی دیگری که برای ۹۶ درصد پاسخ‌دهندگان «خیلی مهم» یا «مهم» تلقی می‌شود «استفاده از وزیران و مشاوران با صلاحیت» است. گزینه‌های بعدی عبارت‌اند از: «اولویت دادن به پیشرفت اقتصادی کشور» (۹۵/۲ درصد)، «قاطعیت در تصمیم‌گیری» (۹۳/۸ درصد) و «سوابق اجرایی و تجربه کاری» (۹۲/۱ درصد). پاسخ‌دهندگان همچنین «توانایی کارگروھی»، «جلب مشارکت نخبگان کشور» و «توانایی همکاری با سایر نهادها و قوای کشور» را در اولویت‌های بالای خود قرار داده‌اند. ویژگی‌هایی چون «ساده‌زیستی»، «جوان بودن» و «روحانی بودن» یک کاندیدا کمترین اهمیت را در میان پاسخ‌دهندگان به خود اختصاص داده‌اند. در واقع، ۳۶/۹ درصد پاسخ‌دهندگان، در مقایسه با ۳۲/۳ درصد آنان که جوان بودن را مهم می‌دانستند، صفت مذکور را «کم‌اهمیت» یا «بی‌اهمیت» تلقی می‌کنند و ۶۲/۹ درصد پاسخ‌دهندگان، در مقایسه با ۱۵/۱ درصد آنان، «روحانی بودن» را عامل مهمی در یک نامزد برای اینکه به او رأی دهند به حساب نمی‌آورند.

تحلیل‌های آماری برای همبستگی میان متغیرها

عوامل زمینه‌ای مؤثر بر شرکت در انتخابات

می‌خواهیم ببینیم که آیا سن، درآمد و سطح تحصیلات تأثیری بر احتمال شرکت پاسخ‌دهندگان در انتخابات آتی ریاست‌جمهوری دارند یا خیر.

سن: رابطه میان سن و ابراز تمایل به شرکت در انتخابات به لحاظ آماری معنادار است.^۱ با افزایش سن از ۲۰ سال به بالا تمایل به مشارکت در انتخابات بیشتر می‌شود. آن دسته از پاسخ‌دهندگان که سن آنها زیر ۲۰ سال گزارش شده استثنائاً تمایل بالایی برای مشارکت نشان می‌دهند.

درآمد: رابطه میان درآمد و تمایل به شرکت در انتخابات بر پایه آزمون‌های آماری انجام شده معنادار نبود. بنابراین نمی‌توان رابطه‌ای را میان درآمد و تمایل به شرکت در انتخابات متصور دانست.

سطح تحصیلات: میان میزان تحصیلات پاسخ‌دهندگان و تمایل آنان به شرکت در انتخابات رابطه آماری معنادار مشاهده نشد، لذا تحصیلات تأثیری بر میزان مشارکت افراد در انتخابات

۱. تمامی آزمون‌های آماری برای تعیین رابطه میان متغیرها در پیوست ۲ ذکر شده‌اند.



ندارد. این یافته با یافته‌های کشورهای اروپایی و آمریکای شمالی متناقض است. در آن کشورها با افزایش میزان تحصیلات بر مشارکت رأی‌دهی افراد افزوده می‌شود.

عوامل زمینه‌ای مؤثر بر اهمیت نسبی موضوعات و ویژگی‌های «توسعه‌گرا» و «ارزش‌گرا»

یکی از آزمون‌های دیگری که در این تحقیق انجام شد بررسی این مطلب بود که چه گروه از رأی‌دهندگان برای موضوعات و ویژگی‌هایی که به نوعی بیانگر توسعه‌مدیریتی و سیاسی هستند در انتخابات اهمیت بیشتری قائلند و چه گروه از رأی‌دهندگان برای موضوعات و ویژگی‌هایی که می‌توان آنها را ارزشی دانست. منظور از موضوعات و ویژگی‌های «توسعه‌گرا» آن دسته از گویه‌ها در همه پرسش‌های مربوط به موضوعات انتخاباتی و ویژگی‌های کاندیداها بود که به توسعه سیاسی و مدیریتی مربوط می‌شوند؛ در مقابل، گویه‌هایی که به‌طور آشکار جنبه ارزشی داشتند در زمره موضوعات و ویژگی‌های «ارزش‌مدار» قرار گرفتند. بنابراین، شاخص موضوعات و ویژگی‌های «توسعه‌گرا» از تجمیع امتیازهای پاسخ‌های ارائه شده به گویه‌های «تخصص‌گرایی»، «شایسته‌سالاری»، «قانون‌گرایی»، «آزادی‌های فردی»، «آزادی بیان»، «حریم خصوصی افراد»، «آزادی اندیشه در دانشگاه‌ها»، «دفاع از مردم‌سالاری» و «مدارا و گفت‌وگو با مخالفان»، به‌دست آمد. به همین ترتیب، شاخص موضوعات و ویژگی‌های «ارزش‌مدار» از تجمیع امتیازهای پاسخ‌های ارائه شده به گویه‌های یعنی «مدیران مؤمن»، «حمایت از جنبش‌ها»، «ایستادگی در برابر نظام سلطه»، «حاکمیت ارزش‌های اسلامی»، «مقابله با بی‌بندوباری در مکان‌های عمومی»، «مبارزه با غریب‌زدگی»، «مقابله با انحرافات و فسادهای فرهنگی»، «تبعیت از مقام رهبری» و «اولویت به ارزش‌های انقلاب» به‌دست آمد.

سن: میان سن و اهمیت به موضوعات و ویژگی‌های «توسعه‌گرا» رابطه آماری معنادار مشاهده نمی‌شود. به‌عبارت دیگر، سن افراد تأثیری در نوع اهمیتی که آنان برای موضوعات انتخاباتی مرتبط با توسعه‌مدیریتی و سیاسی یا صفات مرتبط با توسعه‌مدیریتی و سیاسی قائلند ندارد. اما میان سن و اهمیت به موضوعات و ویژگی‌های «ارزش‌مدار» رابطه معنادار دیده شد. به استثنای گروه سنی زیر ۲۰ سال، با افزایش سن پاسخ‌دهندگان از ۲۰ سال به بالاتر، بر میزان اهمیتی که آنان برای موضوعات و ویژگی‌های «ارزش‌مدار» و انتخابات قائلند افزوده می‌شود.

درآمد: رابطه میان درآمد و اهمیت به موضوعات و ویژگی‌های «توسعه‌گرا» به لحاظ آماری معنادار نیست و بنابراین باید نتیجه گرفت درآمد افراد تأثیری بر نگرش توسعه‌گرای آنها هنگام داوری میان کاندیداها ندارد. اما میان درآمد و اهمیت به موضوعات و ویژگی‌های «ارزش‌مدار»

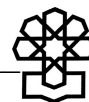


رابطه آماری قوی دیده می‌شود. با افزایش درآمد، از میزان اهمیتی که پاسخ‌دهندگان برای موضوعات و ویژگی‌های «ارزشی» قائلند کاسته می‌شود.

نتیجه‌گیری

مهم‌ترین یافته‌های تحقیق به شرح زیر است:

۱. در زمینه احتمال شرکت در انتخابات دهمین دوره ریاست جمهوری ۶۴/۵ درصد پاسخ‌دهندگان اظهار داشته‌اند که شرکت خواهند داشت، ۱۱/۵ درصد شرکت نخواهند داشت و ۲۴ درصد هنوز تصمیمی در این زمینه نگرفته‌اند.
۲. از میان کل پاسخ‌دهندگان، ۳۱/۹ درصد و ۲۱/۶ درصد اظهار داشته‌اند که احتمال زیاد دارد که به ترتیب به کاندیداهای اصولگرایان و کاندیداهای اصلاح‌طلبان رأی دهند. ۵۰/۴ درصد و ۵۴ درصد پاسخ‌دهندگان به ترتیب اظهار داشته‌اند که هنوز نمی‌دانند که به یک کاندیدای اصولگرا یا اصلاح‌طلب رأی خواهند داد یا خیر. بنابراین نیمی از پاسخ‌دهندگان هیچ‌گونه گرایش جناحی اظهار نداشته‌اند.
۳. از میان موضوعاتی که برای پاسخ‌دهندگان هنگام رأی دادن مهم خواهند بود، بیشترین اولویت به موضوعات اقتصادی داده شده است. مهم‌ترین موضوعات به ترتیب عبارت‌اند از: حل مشکل بیکاری، حل مشکل گرانی، جلوگیری از فساد اداری، عمل به قانون و ترویج قانون‌گرایی، توزیع عادلانه‌تر امکانات اقتصادی و تقویت تخصص‌گرایی در تمام سطوح مدیریتی.
۴. در پاسخ به اینکه چه صفات یا ویژگی‌هایی را در یک نامزد انتخابات برای رأی دادن به او مهم می‌دانند، صفات زیر به ترتیب مهم‌تر از بقیه تلقی شدند: راستگویی و صداقت، استفاده از وزیران و مشاوران با صلاحیت، اولویت به پیشرفت اقتصادی کشور، قاطعیت در تصمیم‌گیری و احساس مسئولیت در هزینه کردن از بیت‌المال.
۵. از میان متغیرهای زمینه‌ای تنها سن افراد با ابراز تمایل به شرکت در انتخابات همبستگی آماری معنادار داشت. با افزایش سن افراد، تمایل به مشارکت آنان در انتخابات بیشتر می‌شود. البته گروه زیر ۲۰ سال استثنا بودند و درصد بالایی از آنها تمایل به مشارکت در انتخابات داشتند. درآمد و سطح تحصیلات پاسخ‌دهندگان رابطه آماری معنادار با تمایل به شرکت در انتخابات نداشت.
۶. از میان متغیرهای زمینه‌ای و رأی دادن احتمالی به کاندیداهای اصولگرا یا اصلاح‌طلب، سن با رأی دادن به کاندیدای اصولگرا و اصلاح‌طلب هر دو رابطه آماری معنادار داشت. به استثنای افراد زیر ۲۰ سال، با افزایش سن، تمایل آنان به رأی دادن به کاندیدای اصولگرا بیشتر می‌شود. نظیر همین رابطه با تمایل به رأی دادن به اصلاح‌طلبان دیده می‌شود، اما در حد ضعیف‌تر.



۸. اهمیت هر یک از موضوعات فرهنگی و اجتماعی زیر برای اینکه رئیس‌جمهور آینده به آن بپردازد به نظر شما در چه حد است؟

| خیلی زیاد | زیاد | متوسط | کم | بی‌اهمیت |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

۸-۱. حاکم کردن ارزش‌های اسلامی در جامعه

۸-۲. مقابله با بی‌بندوباری در مکان‌های عمومی مثل بی‌حجابی

۸-۳. تضمین آزادی بیان و مطبوعات

۸-۴. مبارزه با غرب‌زدگی

۸-۵. دفاع از حریم خصوصی افراد

۸-۶. تقویت فضای آزادی اندیشه در دانشگاه‌ها

۸-۷. مقابله با انحرافات و فسادهای فرهنگی

۹. هر فردی هنگام رأی دادن براساس برخی ویژگی‌های یک کاندیدای ریاست‌جمهوری به او رأی می‌دهد. وجود هر یک از ویژگی‌های شخصی زیر در یک کاندیدای ریاست‌جمهوری چقدر در تصمیم شما برای رأی دادن به او مهم خواهد بود (حتی اگر هنوز تصمیمی برای شرکت در انتخابات نگرفته‌اید)؟

| خیلی مهم | مهم | تا حدودی مهم | کم‌اهمیت | بی‌اهمیت |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

۹-۱. تحصیلات عالی

۹-۲. روحانی بودن

۹-۳. جوان بودن

۹-۴. مردمی بودن

۹-۵. ساده زیستی

۹-۶. راستگویی و صداقت

۱۰. وجود هر یک از توانایی‌های مدیریتی زیر در یک کاندیدای ریاست‌جمهوری در تصمیم شما برای رأی دادن به او چقدر اهمیت خواهد داشت؟

| خیلی زیاد | زیاد | متوسط | کم | بی‌اهمیت |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

۱۰-۱. سوابق اجرایی و تجربه کاری

۱۰-۲. قاطعیت در تصمیم‌گیری

۱۰-۳. توانایی کار گروهی

۱۰-۴. استفاده از وزیران و مشاوران با صلاحیت

۱۰-۵. توانایی جلب مشارکت نخبگان کشور

۱۰-۶. احساس مسئولیت در هزینه کردن از بیت‌المال

۱۰-۷. توانایی همکاری با سایر نهادها و قوای کشور



۱۱. وجود هر یک از خصوصیت‌های ارزشی و فکری زیر در یک کاندیدای ریاست جمهوری در تصمیم شما برای رأی دادن به او چقدر اهمیت خواهد داشت؟

| خیلی زیاد | زیاد | متوسط | کم | بی‌اهمیت |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

۱۱-۱. تبعیت از رهنمودهای مقام رهبری

۱۱-۲. اولویت به پیشرفت اقتصادی کشور

۱۱-۳. دفاع از مردم‌سالاری

۱۱-۴. اهل مدارا و گفت‌وگو با مخالفان

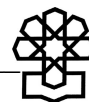
۱۱-۵. اولویت به ارزش‌های انقلاب در همه تصمیم‌گیری‌ها

۱۲. احتمال رأی دادن خود را به کاندیدای هر یک از دو طیف سیاسی زیر مشخص کنید.

| زیاد | کم | نمی‌دانم |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

اصولگرایان

اصلاح‌طلبان



پیوست ۲. جدول‌های توصیفی (متن کامل)

جدول ۱. تحصیلات

| درصد تجمیع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--|
| ۱/۰ | ۱/۰ | ۱/۰ | ۵ | بی‌پاسخ |
| ۱۳/۷ | ۱۲/۷ | ۱۲/۷ | ۶۴ | کمتر از دیپلم |
| ۵۴/۴ | ۴۰/۷ | ۴۰/۷ | ۲۰۵ | دیپلم یا فوق‌دیپلم |
| ۸۸/۵ | ۳۴/۱ | ۳۴/۱ | ۱۷۲ | کارشناسی یا دانشجوی کارشناسی |
| ۹۸/۰ | ۹/۵ | ۹/۵ | ۴۸ | کارشناسی ارشد یا دانشجوی کارشناسی ارشد |
| ۱۰۰/۰ | ۲/۰ | ۲/۰ | ۱۰ | دکتری |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |

به نظر شما چقدر مهم است که رئیس‌جمهور آینده در زمینه هر یک از موضوعات اقتصادی و مدیریتی زیر اقدام جدی کند؟

جدول ۲. مشکل گرانی

| درصد تجمیع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۰/۶ | ۰/۶ | ۰/۶ | ۳ | بی‌پاسخ |
| ۸۴/۵ | ۸۳/۹ | ۸۳/۹ | ۴۲۳ | خیلی مهم |
| ۹۶/۲ | ۱۱/۷ | ۱۱/۷ | ۵۹ | مهم |
| ۹۹/۲ | ۳/۰ | ۳/۰ | ۱۵ | تا حدودی مهم |
| ۹۹/۶ | ۰/۴ | ۰/۴ | ۲ | کم‌اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۰/۴ | ۰/۴ | ۲ | بی‌اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |

جدول ۳. مشکل بیکاری

| درصد تجمیع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۰/۴ | ۰/۴ | ۰/۴ | ۲ | بی‌پاسخ |
| ۸۲/۳ | ۸۱/۹ | ۸۱/۹ | ۴۱۳ | خیلی مهم |
| ۹۷/۰ | ۱۴/۷ | ۱۴/۷ | ۷۴ | مهم |
| ۹۸/۸ | ۱/۸ | ۱/۸ | ۹ | تا حدودی مهم |
| ۹۹/۶ | ۰/۸ | ۰/۸ | ۴ | کم‌اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۰/۴ | ۰/۴ | ۲ | بی‌اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |



جدول ۴. توزیع عادلانه تر امکانات اقتصادی

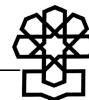
| درصد تجمیع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۲/۰ | ۲/۰ | ۲/۰ | ۱۰ | بی پاسخ |
| ۶۴/۷ | ۶۲/۷ | ۶۲/۷ | ۳۱۶ | خیلی مهم |
| ۹۲/۳ | ۲۷/۶ | ۲۷/۶ | ۱۳۹ | مهم |
| ۹۸/۰ | ۵/۸ | ۵/۸ | ۲۹ | تا حدودی مهم |
| ۹۹/۰ | ۱/۰ | ۱/۰ | ۵ | کم اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۱/۰ | ۱/۰ | ۵ | بی اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |

جدول ۵. استفاده از مدیران مؤمن در همه ادارات

| درصد تجمیع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۲/۴ | ۲/۴ | ۲/۴ | ۱۲ | بی پاسخ |
| ۴۶/۸ | ۴۴/۴ | ۴۴/۴ | ۲۲۴ | خیلی مهم |
| ۶۹/۲ | ۲۲/۴ | ۲۲/۴ | ۱۱۳ | مهم |
| ۸۵/۹ | ۱۶/۷ | ۱۶/۷ | ۸۴ | تا حدودی مهم |
| ۹۴/۲ | ۸/۳ | ۸/۳ | ۴۲ | کم اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۵/۸ | ۵/۸ | ۲۹ | بی اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |

جدول ۶. بهبود رابطه اقتصادی با اروپا

| درصد تجمیع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۳/۶ | ۳/۶ | ۳/۶ | ۱۸ | بی پاسخ |
| ۳۶/۷ | ۳۳/۱ | ۳۳/۱ | ۱۶۷ | خیلی مهم |
| ۶۹/۶ | ۳۲/۹ | ۳۲/۹ | ۱۶۶ | مهم |
| ۹۱/۵ | ۲۱/۸ | ۲۱/۸ | ۱۱۰ | تا حدودی مهم |
| ۹۶/۸ | ۵/۴ | ۵/۴ | ۲۷ | کم اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۳/۲ | ۳/۲ | ۱۶ | بی اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |



جدول ۷. جلوگیری از فساد اداری مثل رشوه‌خواری

| درصد تجمیع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۰/۶ | ۰/۶ | ۰/۶ | ۳ | بی پاسخ |
| ۷۶/۰ | ۷۵/۴ | ۷۵/۴ | ۳۸۰ | خیلی مهم |
| ۹۵/۰ | ۱۹/۰ | ۱۹/۰ | ۹۶ | مهم |
| ۹۸/۸ | ۳/۸ | ۳/۸ | ۱۹ | تا حدودی مهم |
| ۹۹/۲ | ۰/۴ | ۰/۴ | ۲ | کم اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۰/۸ | ۰/۸ | ۴ | بی اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |

جدول ۸. تقویت تخصص‌گرایی در تمام سطوح مدیریتی

| درصد تجمیع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۲/۰ | ۲/۰ | ۲/۰ | ۱۰ | بی پاسخ |
| ۶۴/۹ | ۶۲/۹ | ۶۲/۹ | ۳۱۷ | خیلی مهم |
| ۹۲/۱ | ۲۷/۲ | ۲۷/۲ | ۱۳۷ | مهم |
| ۹۹/۰ | ۶/۹ | ۶/۹ | ۳۵ | تا حدودی مهم |
| ۹۹/۶ | ۰/۶ | ۰/۶ | ۳ | کم اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۰/۴ | ۰/۴ | ۲ | بی اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |

جدول ۹. حاکم کردن شایسته‌سالاری در ادارات دولتی

| درصد تجمیع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۲/۰ | ۲/۰ | ۲/۰ | ۱۰ | بی پاسخ |
| ۶۰/۷ | ۵۸/۷ | ۵۸/۷ | ۲۹۶ | خیلی مهم |
| ۸۸/۱ | ۲۷/۴ | ۲۷/۴ | ۱۳۸ | مهم |
| ۹۷/۸ | ۹/۷ | ۹/۷ | ۴۹ | تا حدودی مهم |
| ۹۸/۸ | ۱/۰ | ۱/۰ | ۵ | کم اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۱/۲ | ۱/۲ | ۶ | بی اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |



چقدر به نظر شما مهم است که رئیس‌جمهور آینده به هر یک از موضوعات سیاسی زیر بپردازد؟

جدول ۱۰. عمل به قانون و ترویج قانون‌گرایی

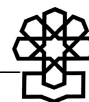
| درصد تجمیع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۱/۴ | ۱/۴ | ۱/۴ | ۷ | بی‌پاسخ |
| ۶۳/۱ | ۶۱/۷ | ۶۱/۷ | ۳۱۱ | خیلی مهم |
| ۹۴/۶ | ۳۱/۵ | ۳۱/۵ | ۱۵۹ | مهم |
| ۹۸/۸ | ۴/۲ | ۴/۲ | ۲۱ | تا حدودی مهم |
| ۹۹/۰ | /۲ | /۲ | ۱ | کم‌اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۱/۰ | ۱/۰ | ۵ | بی‌اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |

جدول ۱۱. پیگیری برنامه هسته‌ای ایران

| درصد تجمیع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۱/۶ | ۱/۶ | ۱/۶ | ۸ | بی‌پاسخ |
| ۵۵/۴ | ۵۳/۸ | ۵۳/۸ | ۲۷۱ | خیلی مهم |
| ۸۰/۲ | ۲۴/۸ | ۲۴/۸ | ۱۲۵ | مهم |
| ۹۱/۱ | ۱۰/۹ | ۱۰/۹ | ۵۵ | تا حدودی مهم |
| ۹۵/۶ | ۴/۶ | ۴/۶ | ۲۳ | کم‌اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۴/۴ | ۴/۴ | ۲۲ | بی‌اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |

جدول ۱۲. حمایت از جنبش‌های رهایی‌بخش مثل جنبش فلسطین

| درصد تجمیع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۲/۸ | ۲/۸ | ۲/۸ | ۱۴ | بی‌پاسخ |
| ۲۹/۲ | ۲۶/۴ | ۲۶/۴ | ۱۳۳ | خیلی مهم |
| ۵۳/۸ | ۲۴/۶ | ۲۴/۶ | ۱۲۴ | مهم |
| ۷۴/۲ | ۲۰/۴ | ۲۰/۴ | ۱۰۳ | تا حدودی مهم |
| ۸۵/۷ | ۱۱/۵ | ۱۱/۵ | ۵۸ | کم‌اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۱۴/۳ | ۱۴/۳ | ۷۲ | بی‌اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |



جدول ۱۳. احترام به آزادی‌های فردی

| درصد تجمیع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۲/۸ | ۲/۸ | ۲/۸ | ۱۴ | بی‌پاسخ |
| ۵۰/۰ | ۴۷/۲ | ۴۷/۲ | ۲۳۸ | خیلی مهم |
| ۸۳/۹ | ۳۳/۹ | ۳۳/۹ | ۱۷۱ | مهم |
| ۹۵/۶ | ۱۱/۷ | ۱۱/۷ | ۵۹ | تا حدودی مهم |
| ۹۸/۸ | ۳/۲ | ۳/۲ | ۱۶ | کم‌اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۱/۲ | ۱/۲ | ۶ | بی‌اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |

جدول ۱۴. ایستادگی در برابر نظام سلطه به خصوص آمریکا

| درصد تجمیع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۱/۶ | ۱/۶ | ۱/۶ | ۸ | بی‌پاسخ |
| ۴۵/۶ | ۴۴/۰ | ۴۴/۰ | ۲۲۲ | خیلی مهم |
| ۷۰/۴ | ۲۴/۸ | ۲۴/۸ | ۱۲۵ | مهم |
| ۸۴/۷ | ۱۴/۳ | ۱۴/۳ | ۷۲ | تا حدودی مهم |
| ۹۱/۳ | ۶/۵ | ۶/۵ | ۳۳ | کم‌اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۸/۷ | ۸/۷ | ۴۴ | بی‌اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |

اهمیت هر یک از موضوعات فرهنگی و اجتماعی زیر برای اینکه رئیس‌جمهور آینده به آن پردازد به نظر شما در چه حد است؟

جدول ۱۵. حاکم کردن ارزش‌های اسلامی در جامعه

| درصد تجمیع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۲/۴ | ۲/۴ | ۲/۴ | ۱۲ | بی‌پاسخ |
| ۵۰/۸ | ۴۸/۴ | ۴۸/۴ | ۲۴۴ | خیلی مهم |
| ۷۸/۴ | ۲۷/۶ | ۲۷/۶ | ۱۳۹ | مهم |
| ۹۳/۵ | ۱۵/۱ | ۱۵/۱ | ۷۶ | تا حدودی مهم |
| ۹۶/۰ | ۲/۶ | ۲/۶ | ۱۳ | کم‌اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۴/۰ | ۴/۰ | ۲۰ | بی‌اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |



جدول ۱۶. مقابله با بی‌بندوباری در مکان‌های عمومی مثل بی‌حجابی

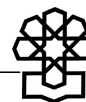
| درصد تجمیع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۱/۶ | ۱/۶ | ۱/۶ | ۸ | بی‌پاسخ |
| ۴۱/۹ | ۴۰/۳ | ۴۰/۳ | ۲۰۳ | خیلی مهم |
| ۶۹/۲ | ۲۷/۴ | ۲۷/۴ | ۱۳۸ | مهم |
| ۸۸/۵ | ۱۹/۲ | ۱۹/۲ | ۹۷ | تا حدودی مهم |
| ۹۳/۱ | ۴/۶ | ۴/۶ | ۲۳ | کم‌اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۶/۹ | ۶/۹ | ۳۵ | بی‌اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |

جدول ۱۷. تضمین آزادی بیان و مطبوعات

| درصد تجمیع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۲/۶ | ۲/۶ | ۲/۶ | ۱۳ | بی‌پاسخ |
| ۴۵/۶ | ۴۳/۱ | ۴۳/۱ | ۲۱۷ | خیلی مهم |
| ۷۹/۰ | ۳۳/۳ | ۳۳/۳ | ۱۶۸ | مهم |
| ۹۷/۰ | ۱۸/۱ | ۱۸/۱ | ۹۱ | تا حدودی مهم |
| ۹۹/۲ | ۲/۲ | ۲/۲ | ۱۱ | کم‌اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۰/۸ | ۰/۸ | ۴ | بی‌اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |

جدول ۱۸. مبارزه با غربزدگی

| درصد تجمیع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۳/۲ | ۳/۲ | ۳/۲ | ۱۶ | بی‌پاسخ |
| ۳۷/۳ | ۳۴/۱ | ۳۴/۱ | ۱۷۲ | خیلی مهم |
| ۶۷/۱ | ۲۹/۸ | ۲۹/۸ | ۱۵۰ | مهم |
| ۸۷/۵ | ۲۰/۴ | ۲۰/۴ | ۱۰۳ | تا حدودی مهم |
| ۹۳/۵ | ۶/۰ | ۶/۰ | ۳۰ | کم‌اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۶/۵ | ۶/۵ | ۳۳ | بی‌اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |



جدول ۱۹. دفاع از حریم خصوصی افراد

| درصد تجمیع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۴/۶ | ۴/۶ | ۴/۶ | ۲۳ | بی پاسخ |
| ۶۳/۵ | ۵۸/۹ | ۵۸/۹ | ۲۹۷ | خیلی مهم |
| ۹۲/۵ | ۲۹/۰ | ۲۹/۰ | ۱۴۶ | مهم |
| ۹۸/۴ | ۶/۰ | ۶/۰ | ۳۰ | تا حدودی مهم |
| ۹۹/۶ | ۱/۲ | ۱/۲ | ۶ | کم اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۰/۴ | ۰/۴ | ۲ | بی اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |

جدول ۲۰. تقویت فضای آزادی اندیشه در دانشگاهها

| درصد تجمیع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۳/۸ | ۳/۸ | ۳/۸ | ۱۹ | بی پاسخ |
| ۵۰/۲ | ۴۶/۴ | ۴۶/۴ | ۲۳۴ | خیلی مهم |
| ۸۱/۷ | ۳۱/۵ | ۳۱/۵ | ۱۵۹ | مهم |
| ۹۵/۴ | ۱۳/۷ | ۱۳/۷ | ۶۹ | تا حدودی مهم |
| ۹۸/۶ | ۳/۲ | ۳/۲ | ۱۶ | کم اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۱/۴ | ۱/۴ | ۷ | بی اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |

جدول ۲۱. مقابله با انحرافات و فسادهای فرهنگی

| درصد تجمیع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۲/۴ | ۲/۴ | ۲/۴ | ۱۲ | بی پاسخ |
| ۶۱/۳ | ۵۸/۹ | ۵۸/۹ | ۲۹۷ | خیلی مهم |
| ۸۵/۷ | ۲۴/۴ | ۲۴/۴ | ۱۲۳ | مهم |
| ۹۶/۰ | ۱۰/۳ | ۱۰/۳ | ۵۲ | تا حدودی مهم |
| ۹۸/۸ | ۲/۸ | ۲/۸ | ۱۴ | کم اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۱/۲ | ۱/۲ | ۶ | بی اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |

هر فردی هنگام رأی دادن براساس برخی ویژگی‌های یک کاندیدای ریاست جمهوری به او رأی می‌دهد. وجود هر یک از ویژگی‌های شخصی زیر در یک کاندیدای ریاست جمهوری چقدر در تصمیم شما برای رأی دادن به او مهم خواهد بود (حتی اگر هنوز تصمیمی برای شرکت در انتخابات نگرفته‌اید)؟



جدول ۲۲. تحصیلات عالی

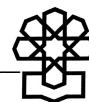
| درصد تجميع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۲/۰ | ۲/۰ | ۲/۰ | ۱۰ | بی پاسخ |
| ۶۵/۱ | ۶۳/۱ | ۶۳/۱ | ۳۱۸ | خیلی مهم |
| ۹۱/۷ | ۲۶/۶ | ۲۶/۶ | ۱۳۴ | مهم |
| ۹۹/۲ | ۷/۵ | ۷/۵ | ۳۸ | تا حدودی مهم |
| ۹۹/۴ | ۰/۲ | ۰/۲ | ۱ | کم اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۰/۶ | ۰/۶ | ۳ | بی اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |

جدول ۲۳. روحانی بودن

| درصد تجميع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۵/۰ | ۵/۰ | ۵/۰ | ۲۵ | بی پاسخ |
| ۱۰/۳ | ۵/۴ | ۵/۴ | ۲۷ | خیلی مهم |
| ۲۰/۰ | ۹/۷ | ۹/۷ | ۴۹ | مهم |
| ۴۲/۱ | ۲۲/۰ | ۲۲/۰ | ۱۱۱ | تا حدودی مهم |
| ۶۶/۹ | ۲۴/۸ | ۲۴/۸ | ۱۲۵ | کم اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۳۳/۱ | ۳۳/۱ | ۱۶۷ | بی اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |

جدول ۲۴. جوان بودن

| درصد تجميع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۳/۲ | ۳/۲ | ۳/۲ | ۱۶ | بی پاسخ |
| ۱۶/۷ | ۱۳/۵ | ۱۳/۵ | ۶۸ | خیلی مهم |
| ۳۵/۵ | ۱۸/۸ | ۱۸/۸ | ۹۵ | مهم |
| ۶۶/۳ | ۳۰/۸ | ۳۰/۸ | ۱۵۵ | تا حدودی مهم |
| ۸۵/۷ | ۱۹/۴ | ۱۹/۴ | ۹۸ | کم اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۱۴/۳ | ۱۴/۳ | ۷۲ | بی اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |



جدول ۲۵. مردمی بودن

| درصد تجميع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۲/۴ | ۲/۴ | ۲/۴ | ۱۲ | بی پاسخ |
| ۵۷/۳ | ۵۵/۰ | ۵۵/۰ | ۲۷۷ | خیلی مهم |
| ۸۳/۹ | ۲۶/۶ | ۲۶/۶ | ۱۳۴ | مهم |
| ۹۴/۲ | ۱۰/۳ | ۱۰/۳ | ۵۲ | تا حدودی مهم |
| ۹۷/۶ | ۳/۴ | ۳/۴ | ۱۷ | کم اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۲/۴ | ۲/۴ | ۱۲ | بی اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |

جدول ۲۶. ساده زیستی

| درصد تجميع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۲/۴ | ۲/۴ | ۲/۴ | ۱۲ | بی پاسخ |
| ۴۱/۵ | ۳۹/۱ | ۳۹/۱ | ۱۹۷ | خیلی مهم |
| ۶۶/۵ | ۲۵/۰ | ۲۵/۰ | ۱۲۶ | مهم |
| ۸۴/۱ | ۱۷/۷ | ۱۷/۷ | ۸۹ | تا حدودی مهم |
| ۹۱/۹ | ۷/۷ | ۷/۷ | ۳۹ | کم اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۸/۱ | ۸/۱ | ۴۱ | بی اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |

جدول ۲۷. راستگویی و صداقت

| درصد تجميع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۱/۰ | ۱/۰ | ۱/۰ | ۵ | بی پاسخ |
| ۹۰/۳ | ۸۹/۳ | ۸۹/۳ | ۴۵۰ | خیلی مهم |
| ۹۷/۶ | ۷/۳ | ۷/۳ | ۳۷ | مهم |
| ۹۹/۰ | ۱/۴ | ۱/۴ | ۷ | تا حدودی مهم |
| ۹۹/۸ | ۰/۸ | ۰/۸ | ۴ | کم اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۰/۲ | ۰/۲ | ۱ | بی اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |

وجود هر یک از توانایی‌های مدیریتی زیر در یک کاندیدای ریاست جمهوری در تصمیم شما

برای رأی دادن به او چقدر اهمیت خواهد داشت؟



جدول ۲۸. سوابق اجرایی و تجربه کاری

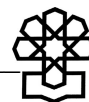
| درصد تجمیع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۱/۸ | ۱/۸ | ۱/۸ | ۹ | بی پاسخ |
| ۶۸/۷ | ۶۶/۹ | ۶۶/۹ | ۳۳۷ | خیلی مهم |
| ۹۳/۸ | ۲۵/۲ | ۲۵/۲ | ۱۲۷ | مهم |
| ۹۸/۶ | ۴/۸ | ۴/۸ | ۲۴ | تا حدودی مهم |
| ۹۸/۸ | ۰/۲ | ۰/۲ | ۱ | کم اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۱/۲ | ۱/۲ | ۶ | بی اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |

جدول ۲۹. قاطعیت در تصمیم گیری

| درصد تجمیع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۲/۰ | ۲/۰ | ۲/۰ | ۱۰ | بی پاسخ |
| ۶۹/۲ | ۶۷/۳ | ۶۷/۳ | ۳۳۹ | خیلی مهم |
| ۹۵/۸ | ۲۶/۶ | ۲۶/۶ | ۱۳۴ | مهم |
| ۹۹/۶ | ۳/۸ | ۳/۸ | ۱۹ | تا حدودی مهم |
| ۱۰۰/۰ | ۰/۴ | ۰/۴ | ۲ | کم اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |
| ۲/۰ | ۲/۰ | ۲/۰ | ۱۰ | بی پاسخ |

جدول ۳۰. توانایی کارگروھی

| درصد تجمیع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۳/۰ | ۳/۰ | ۳/۰ | ۱۵ | بی پاسخ |
| ۶۲/۵ | ۵۹/۵ | ۵۹/۵ | ۳۰۰ | خیلی مهم |
| ۹۳/۳ | ۳۰/۸ | ۳۰/۸ | ۱۵۵ | مهم |
| ۹۹/۴ | ۶/۲ | ۶/۲ | ۳۱ | تا حدودی مهم |
| ۹۹/۸ | ۰/۴ | ۰/۴ | ۲ | کم اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۰/۲ | ۰/۲ | ۱ | بی اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |



جدول ۳۱. استفاده از وزیران و مشاوران با صلاحیت

| درصد تجميع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۱/۸ | ۱/۸ | ۱/۸ | ۹ | بی پاسخ |
| ۷۷/۶ | ۷۵/۸ | ۷۵/۸ | ۳۸۲ | خیلی مهم |
| ۹۷/۸ | ۲۰/۲ | ۲۰/۲ | ۱۰۲ | مهم |
| ۹۹/۶ | ۱/۸ | ۱/۸ | ۹ | تا حدودی مهم |
| ۹۹/۸ | ۰/۲ | ۰/۲ | ۱ | کم اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۰/۲ | ۰/۲ | ۱ | بی اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |

جدول ۳۲. توانایی جلب مشارکت نخبگان کشور

| درصد تجميع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۲/۶ | ۲/۶ | ۲/۶ | ۱۳ | بی پاسخ |
| ۶۵/۱ | ۶۲/۵ | ۶۲/۵ | ۳۱۵ | خیلی مهم |
| ۹۲/۷ | ۲۷/۶ | ۲۷/۶ | ۱۳۹ | مهم |
| ۹۹/۶ | ۶/۹ | ۶/۹ | ۳۵ | تا حدودی مهم |
| ۹۹/۸ | ۰/۲ | ۰/۲ | ۱ | کم اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۰/۲ | ۰/۲ | ۱ | بی اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |

جدول ۳۳. احساس مسئولیت در هزینه کردن از بیت المال

| درصد تجميع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۱/۸ | ۱/۸ | ۱/۸ | ۹ | بی پاسخ |
| ۷۵/۲ | ۷۳/۴ | ۷۳/۴ | ۳۷۰ | خیلی مهم |
| ۹۵/۴ | ۲۰/۲ | ۲۰/۲ | ۱۰۲ | مهم |
| ۹۸/۲ | ۲/۸ | ۲/۸ | ۱۴ | تا حدودی مهم |
| ۹۸/۸ | ۰/۶ | ۰/۶ | ۳ | کم اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۱/۲ | ۱/۲ | ۶ | بی اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |



جدول ۳۴. توانایی همکاری با سایر نهادها و قوای کشور

| درصد تجمیع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۲/۲ | ۲/۲ | ۲/۲ | ۱۱ | بی پاسخ |
| ۵۶/۹ | ۵۴/۷ | ۵۴/۶ | ۲۷۵ | خیلی مهم |
| ۹۰/۵ | ۳۳/۶ | ۳۳/۵ | ۱۶۹ | مهم |
| ۹۸/۴ | ۸/۰ | ۷/۹ | ۴۰ | تا حدودی مهم |
| ۹۹/۴ | ۱/۰ | ۱/۰ | ۵ | کم اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۰/۶ | ۰/۶ | ۳ | بی اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۹۹/۸ | ۵۰۳ | جمع |
| | | ۰/۲ | ۱ | خطا |
| | | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |

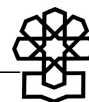
وجود هر یک از خصوصیت‌های ارزشی و فکری زیر در یک کاندیدای ریاست جمهوری در تصمیم شما برای رأی دادن به او چقدر اهمیت خواهد داشت؟

جدول ۳۵. تبعیت از رهنمودهای مقام رهبری

| درصد تجمیع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۱/۸ | ۱/۸ | ۱/۸ | ۹ | بی پاسخ |
| ۴۸/۲ | ۴۶/۴ | ۴۶/۴ | ۲۳۴ | خیلی مهم |
| ۶۷/۱ | ۱۸/۸ | ۱۸/۸ | ۹۵ | مهم |
| ۸۴/۵ | ۱۷/۵ | ۱۷/۵ | ۸۸ | تا حدودی مهم |
| ۹۰/۱ | ۵/۶ | ۵/۶ | ۲۸ | کم اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۹/۹ | ۹/۹ | ۵۰ | بی اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |

جدول ۳۶. اولویت به پیشرفت اقتصادی کشور

| درصد تجمیع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۱/۶ | ۱/۶ | ۱/۶ | ۸ | بی پاسخ |
| ۷۶/۰ | ۷۴/۴ | ۷۴/۴ | ۳۷۵ | خیلی مهم |
| ۹۶/۸ | ۲۰/۸ | ۲۰/۸ | ۱۰۵ | مهم |
| ۹۹/۶ | ۲/۸ | ۲/۸ | ۱۴ | تا حدودی مهم |
| ۹۹/۸ | ۰/۲ | ۰/۲ | ۱ | کم اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۰/۲ | ۰/۲ | ۱ | بی اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |



جدول ۳۷. دفاع از مردم سالاری

| درصد تجمیع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۲/۸ | ۲/۸ | ۲/۸ | ۱۴ | بی پاسخ |
| ۵۱/۸ | ۴۹/۰ | ۴۹/۰ | ۲۴۷ | خیلی مهم |
| ۸۶/۹ | ۳۵/۱ | ۳۵/۱ | ۱۷۷ | مهم |
| ۹۸/۶ | ۱۱/۷ | ۱۱/۷ | ۵۹ | تا حدودی مهم |
| ۹۹/۰ | ۰/۴ | ۰/۴ | ۲ | کم اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۱/۰ | ۱/۰ | ۵ | بی اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |

جدول ۳۸. اهل مدارا و گفت و گو با مخالفان

| درصد تجمیع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۳/۲ | ۳/۲ | ۳/۲ | ۱۶ | بی پاسخ |
| ۳۷/۷ | ۳۴/۵ | ۳۴/۵ | ۱۷۴ | خیلی مهم |
| ۶۹/۸ | ۳۲/۱ | ۳۲/۱ | ۱۶۲ | مهم |
| ۹۲/۷ | ۲۲/۸ | ۲۲/۸ | ۱۱۵ | تا حدودی مهم |
| ۹۵/۸ | ۳/۲ | ۳/۲ | ۱۶ | کم اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۴/۲ | ۴/۲ | ۲۱ | بی اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |

جدول ۳۹. اولویت به ارزش‌های انقلاب در همه تصمیم‌گیری‌ها

| درصد تجمیع شده | درصد معتبر | درصد | فراوانی | |
|----------------|------------|-------|---------|--------------|
| ۱/۴ | ۱/۴ | ۱/۴ | ۷ | بی پاسخ |
| ۴۴/۸ | ۴۳/۵ | ۴۳/۵ | ۲۱۹ | خیلی مهم |
| ۷۰/۴ | ۲۵/۶ | ۲۵/۶ | ۱۲۹ | مهم |
| ۸۴/۹ | ۱۴/۵ | ۱۴/۵ | ۷۳ | تا حدودی مهم |
| ۹۲/۷ | ۷/۷ | ۷/۷ | ۳۹ | کم اهمیت |
| ۱۰۰/۰ | ۷/۳ | ۷/۳ | ۳۷ | بی اهمیت |
| | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۵۰۴ | جمع |



پیوست ۳. جزئیات تحلیل‌های آماری

جدول ۱. رابطه سن و شرکت در انتخابات

| جمع | سن دسته‌بندی شده | | | | | | | |
|-------|------------------|-------|-------|-------|-------|-------|--------------------|------|
| | ۵۰ > | ۵۰-۴۰ | ۴۰-۳۰ | ۳۰-۲۰ | ۲۰ < | | | |
| ۳۲۵ | ۳۷ | ۴۲ | ۴۸ | ۱۵۸ | ۴۰ | تعداد | آری | شرکت |
| ۶۴/۵ | ۸۶/۰ | ۶۷/۷ | ۵۶/۵ | ۶۲/۰ | ۶۷/۸ | درصد | | |
| ۵۸ | ۴ | ۳ | ۱۰ | ۳۶ | ۵ | تعداد | خیر | |
| ۱۱/۵ | ۹/۳ | ۴/۸ | ۱۱/۸ | ۱۴/۱ | ۸/۵ | درصد | | |
| ۱۲۱ | ۲ | ۱۷ | ۲۷ | ۶۱ | ۱۴ | تعداد | تصمیم نگرفته‌ام | |
| ۲۴/۰ | ۴/۷ | ۲۷/۴ | ۳۱/۸ | ۲۳/۹ | ۲۳/۷ | درصد | | |
| ۵۰۴ | ۴۳ | ۶۲ | ۸۵ | ۲۵۵ | ۵۹ | تعداد | جمع | |
| ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | درصد | | |

جدول ۲. تحصیلات و شرکت در انتخابات رابطه

| جمع | تحصیلات دسته‌بندی | | | | | |
|-------|-------------------|----------------------|------------------|-------|--------------------|------|
| | لیسانس و بالتر | دیپلم و فوق دیپلم | کمتر از دیپلم | | | |
| ۳۲۵ | ۱۵۳ | ۱۲۲ | ۵۰ | تعداد | آری | شرکت |
| ۶۴/۵ | ۶۶/۵ | ۵۹/۵ | ۷۲/۵ | درصد | | |
| ۵۸ | ۲۳ | ۳۱ | ۴ | تعداد | خیر | |
| ۱۱/۵ | ۱۰/۰ | ۱۵/۱ | ۵/۸ | درصد | | |
| ۱۲۱ | ۵۴ | ۵۲ | ۱۵ | تعداد | تصمیم نگرفته‌ام | |
| ۲۴/۰ | ۲۳/۵ | ۲۵/۴ | ۲۱/۷ | درصد | | |
| ۵۰۴ | ۲۳۰ | ۲۰۵ | ۶۹ | تعداد | جمع | |
| ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | ۱۰۰/۰ | درصد | | |



منابع و مأخذ

1. Iyengar, Shanto and Donald Kinder. *News That Matters: Television and American Opinion*. Chicago, University of Chicago Press, 1987.
2. Aardal, Bernt and Pieter van Wijnen. *The European Voter*. Oxford Scholarship Online Monographs, July 2005.
3. Benoit, William L. and John P. McHale. «Presidential Candidates' Television Spots and Personal Qualities,» *The Southern Communication Journal* 68, 4 (Summer 2003).
4. Kaplan, Noah, David K. Park, and Travis N. Ridout. «Dialogue in American Political Campaigns? An Examination of Issue Convergence in Candidate Television Advertising,» *American Journal of Political Science* 50, 3 (July 2006).
5. McCombs, Maxwell E. and Donald I. Shaw. «The Agenda Setting Function of Mass Media,» *Public Opinion Quarterly* 36, 2 (Summer 1972).
6. Weaver, David. «What Voters Learn from Media,» *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 546 (July 1996).
7. Newman, W. Russell, Marion R. Just, and Ann N. Crigler, *Common Knowledge: News and the Construction of Political Meaning*. Chicago: University of Chicago Press, 1992.
8. Petrocik, John R. «Issue Ownership in Presidential Elections, with a 1980 Case Study,» *American Journal of Political Science* 40 (1996).
9. Petrocik, John R., William L. Benoit, and Glenn J. Hansen, «Issue Ownership and Presidential Campaigns, 1952-2000,» *Political Science Quarterly* 118, 4 (2002).



شماره مسلسل: ۹۶۶۰

شناسنامه گزارش

عنوان گزارش: سنجش مهم‌ترین موضوعات انتخاباتی و ویژگی‌های مطلوب برای کاندیداها در دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری از دید شهروندان تهرانی

نام دفتر: مطالعات سیاسی (گروه سیاست داخلی)

تهیه و تدوین: سیدکاوس سیدامامی

همکار (در تحلیل آماری): ناصر بحرانی

همکار (در مدیریت گردآوری اطلاعات): عبدالمطلب عبدالله

ناظر علمی: ناصر جمالزاده

متقاضی: معاونت پژوهشی

ویراستار تخصصی: —

ویراستار ادبی: —

واژه‌های کلیدی و معادل انگلیسی آنها:

۱. جمهوری اسلامی ایران

۲. انتخابات

۳. موضوعات انتخاباتی

۴. ویژگی‌های نامزدهای انتخابات

تاریخ انتشار: ۱۳۸۸/۲/۲۲