

**Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου**

**Σχολή Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών  
Τμήμα Πολιτικής Επιστήμης και Διεθνών Σχέσεων**

**Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών  
« Διεθνείς Σχέσεις και Πολιτικές »**

**Ποιοί παράγοντες επηρεάζουν τη πολιτική ψήφο στην Ελλάδα του  
σήμερα;  
Συγκριτική μελέτη μεταξύ των ηλικιακών ομάδων 18-24  
και 35-44.**



**Επιμέλεια: Τσούτση Ελένη**

**Επιβλέπων καθηγητής: Νικήτας - Σπύρος Κουτσούκης**

Κόρινθος, Σεπτέμβριος 2015

**University of Peloponnese  
Faculty of Social and Political Relations  
Department of Political Studies and International Relations**

**Master Program in  
« International Relations and Political »**

**What factors influence the political vote in Greece today?**

Comparative study between the age groups 18-24 and 35-44.

**Tsoutsi Helen**

Corinth, September 2015

# **Ποιοί παράγοντες επηρεάζουν τη πολιτική ψήφο στην Ελλάδα του σήμερα; Συγκριτική μελέτη μεταξύ των ηλικιακών ομάδων 18-24 και 35-44.**

**Σημαντικοί Όροι:** πολιτική συμπεριφορά, ψήφος, εκλογικό προφίλ, ηλικία

## **Περίληψη**

Τις διαχρονικές σταθερές της εκλογικής συμπεριφοράς στην Ελλάδα διαδέχθηκαν νέες τάσεις οι οποίες συνδέονται με τη γενικότερη οικονομική και κοινωνική συγκυρία της χώρας. Αυτή η εναλλαγή στάθηκε ως αφορμή για τη δημιουργία μιας έρευνας η οποία θα αναδείξει τους παράγοντες εκείνους που επιδρούν σημαντικά στην πολιτική ψήφο. Ειδικότερα, στη παρούσα μελέτη κεντρικός άξονας είναι η επιρροή της ηλικίας. Πιο αναλυτικά, οι παράγοντες που καθορίζουν την πολιτική ψήφο μελετήθηκαν μεταξύ των ηλικιακών ομάδων 18-24 και 35-44. Η επιλογή των συγκεκριμένων ηλικιακών ομάδων έγινε με στόχο να αντιπαρατεθούν οι εμπειρίες της πρώιμης πολιτικής κοινωνικοποίησης των νέων 18-24 ετών με τις ήδη κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες των ενηλίκων 35-44, οι οποίοι εν αντιθέσει με τους νέους 18-24 βρίσκονται ήδη σε περιβάλλον εργασίας και έχουν πιο άμεση επαφή με τη πολιτική. Μεταξύ των παραγόντων που διερευνήθηκαν είναι η ιδεολογία, η έννοια της κομματικής ταύτισης, η οικογένεια, τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (Μ.Μ.Ε.), η θεματική ψήφος, το ενδιαφέρον για τη πολιτική. Τα αποτελέσματα της μελέτης ανέδειξαν σημαντικές διαφορές μεταξύ των δυο ηλικιακών ομάδων. Συγκεκριμένα, άτομα της ηλικιακής ομάδας 18-24 αυτό-τοποθετήθηκαν ως επί το πλείστον αριστερά στην ιδεολογική κλίμακα σε σύγκριση με τα άτομα της ηλικιακής ομάδας 35-44 όπου αυτό-τοποθετήθηκαν δεξιά στην κλίμακα. Η οικογένεια φάνηκε να διαδραματίζει το σημαντικότερο ρόλο όσον αφορά στην πολιτική ψήφο στα άτομα ηλικίας 35-44. Η ίδια τάση παρατηρήθηκε στην θεματική ψήφο όπου τα άτομα 35-44 δήλωσαν να επηρεάζονται περισσότερο από παράγοντες όπως η ανεργία και η οικονομία σε σχέση πάντα με τα άτομα ηλικίας 18-24. Το εκλογικό προφίλ των νέων 18-24 σκιαγραφείται σε διαφορετική δομή από το εκλογικό προφίλ των ενηλίκων 35-44 στη παρούσα κατάσταση στην Ελλάδα. Περαιτέρω μελέτες απαιτούνται προκειμένου να διερευνηθεί εάν οι διαφορές αυτές μεταξύ των νέων 18-24 και των μεγαλύτερων σε ηλικία πολιτών 35-44 αποτελούν σχετικά σταθερές διαφορές που οφείλονται στην ηλικία ή είναι απόρροια της παρούσας ασταθής κατάστασης στην Ελλάδα.

# **What factors influence the political vote in Greece today?**

## **Comparative study between the age groups 18-24 and 35-44.**

**Keywords:** political behavior, vote, electoral profile, age

### **Abstract**

The stability of the political behavior in Greece is now under «crisis» due to the general economic and social situation in the country. This switch in the political scenery has been the «trigger» for the current research, aiming to uncover the factors that have a significant impact on the political vote. Specifically, the influence of age on the political vote is the center line of the current research. In detail, the factors that determine the political vote were studied in individuals aged 18-24 and 35-44. These age groups were selected in order to assess potential differences between them, due to the early political socialization of the young individuals aged 18-24 compared to the settled socialization experiences of adults 35-44, who in contrast with the young individuals aged 18-24 are already in the work environment and have more direct contact with politics. Among the factors that were investigated belong the ideology, the concept of party identification, the family, the media, the issue vote and the interest in politics. The results of the study revealed significant differences between the two age groups. In specific, the majority of individuals who belonged in the age group of 18-24 self-placed themselves left on the ideology scale in comparison with the individuals who belonged in the age group of 35-44 who self-placed themselves right on the scale. The family seemed to play a more significant role concerning the political vote among those aged 35-44. The same trend was observed regarding the thematic vote, with the individuals aged 35-44 reporting to be influenced more from factors like unemployment and economy in comparison with those aged 18-24. The election profile of young individuals aged 18-24 is outlined on a different structure from the election profile of adults aged 35-44 in the current situation in Greece. Further studies are needed in order to investigate whether the observed differences between the young individuals aged 18-24 and the older citizens aged 35-44 comprise relatively stable differences due to the age difference between the groups or are the result of the current unstable situation in Greece.

## **Ευχαριστίες**

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα της διπλωματικής μου εργασίας, Καθηγητή κ. Νικήτα - Σπύρο Κουτσούκη, για τη πολύτιμη καθοδήγησή του κατά τη διάρκεια της δουλειάς μου.

Αφιερώνω την εργασία αυτή μαζί με ένα μεγάλο ευχαριστώ στους γονείς μου για την εμπιστοσύνη που μου δείχνουν όλα αυτά τα χρόνια.

## Περιεχόμενα

Ευχαριστίες

Περίληψη

Abstract

---

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1.

Εισαγωγή .....	1
1.1 Σκοπός της έρευνας .....	2
1.2 Αναγκαιότητα της έρευνας .....	3
1.3 Δομή της εργασίας .....	4

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.

Η μελέτη της πολιτικής συμπεριφοράς .....	4
2.1 Η πολιτική συμπεριφορά ως τομέας έρευνας στην Πολιτική Επιστήμη ...	4
2.2 Το πλαίσιο ορισμού της πολιτικής συμπεριφοράς .....	6
2.3 Πολιτική συμπεριφορά και Πολιτική στάση .....	7
2.4 Μοντέλα ανάλυσης εκλογικής συμπεριφοράς .....	8
2.4.1 Τα οικολογικά μοντέλα .....	8
2.4.2 Τα ψυχοκοινωνιολογικά μοντέλα .....	10

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3.**

Παράγοντες διαμόρφωσης της πολιτικής ψήφου .. 12

3.1 Ηλικία.....	12
3.2 Κομματική ταύτιση.....	14
3.3 Ιδεολογική τοποθέτηση στη κλίμακα Αριστερά – Δεξιά .....	16
3.4 Ενδιαφέρον για τη πολιτική .....	18
3.5 Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης .....	19
3.6 Οικογένεια.....	21
3.7 Θεματική ψήφος .....	22

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.**

Η μεθοδολογία της έρευνας .....

4.1 Σχεδιασμός .....	23
4.2 Περιγραφή του ερωτηματολογίου.....	24
4.3 Δειγματοληψία .....	25

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5.**

Ανάλυση των ευρημάτων .....

5.1 Στατιστικά συμμετοχής .....	26
---------------------------------	----

5.2 Δημογραφικά στοιχεία.....27

5.3 Ανάλυση παραγόντων επηρεασμού της ψήφου .....28

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6.**

Σύνοψη και Συμπεράσματα.....54

6.1 Περιορισμοί της έρευνας .....58

6.2 Προτάσεις για μελλοντική έρευνα .....60

**Βιβλιογραφία.....61**

Παράρτημα.....71

Ερωτηματολόγιο της έρευνας .....71



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. Εισαγωγή

Σημαντική εστία συζήτησης στο χώρο της Πολιτικής Επιστήμης αποτελεί η εκλογική συμπεριφορά και οι διάφοροι παράγοντες που καθορίζουν την ατομική ψήφο. Η πολιτική ψήφος είναι συνυφασμένη με τη «διαμόρφωση μιας γνώμης» και εκφράζει τόσο τις πολιτικές προτιμήσεις όσο και το ενδιαφέρον του κάθε πολίτη για το δημόσιο βίο. Μέσω της εκλογικής διαδικασίας οι πολίτες δηλώνουν το «πώς» και το «ποιος» επιθυμούν να διακυβερνήσει τη κοινότητα που ανήκουν( Lagroye *et al.*, 2008) Ένας πολιτικός αναλυτής σημείωσε το προφίλ του ιδανικού ψηφοφόρου :

*«ο ψηφοφόρος πρέπει να διαθέτει μια δομή προσωπικότητας σύμφωνη με τις επιταγές της Δημοκρατίας, πρέπει να ενδιαφέρεται για τα δημόσια τεκτενώμενα και να συμμετέχει σε αυτά, πρέπει να είναι ενημερωμένος, πρέπει να διέπτετε από αρχές, πρέπει να αντιλαμβάνεται σωστά τις πολιτικές πραγματικότητες, πρέπει να τις συζητάει, πρέπει να κρίνει με ορθολογικό τρόπο και πρέπει να λαμβάνει υπόψη του τα συμφέροντα της κοινότητας»* (Berelson *et al.*, 1954 :329).

Το πρότυπο του ψηφοφόρου αποτελεί σημαντικό συντελεστή τόσο για τη λειτουργία μιας κοινωνίας, όσο και για την εξέλιξη της. «Η πράξη της ψηφοφορίας είναι ίσως η πιο σημαντική ατομική πολιτική πράξη που έχει τη δυνατότητα ένας πολίτης να ασκήσει, εφόσον είναι ένας από τους κύριους εξαρτημένους μεταβλητές στο χώρο της πολιτικής επικοινωνίας» (Coleman, 2013). Η πράξη της ψήφου επιτρέπει στο άτομο «να ικανοποιεί πολύ ισχυρές επιθυμίες, παρορμήσεις και ανάγκες και εξομοιώνεται με τη πολιτική έκφραση των ψυχικών τάσεων» (Lane,1965:118). Η ψήφος θεωρείται ότι κατέχει το κλειδί για την εξιχνίαση όλων των μυστηρίων του πολιτικού συστήματος, επιτρέποντας ίσως ακόμη και τη διατύπωση *νόμων μαζικής πολιτικής ψυχολογίας* (Heywood, 2000:337). Η διερεύνηση της εκλογικής συμπεριφοράς ενισχύει την εξαγωγή πορισμάτων ικανών να καταλάβουμε την ανάγκη για κοινωνική και πολιτική αλλαγή.

Πιο συγκεκριμένα, στη παρούσα εργασία προσπαθούμε να εξάγουμε συμπεράσματα για τους παράγοντες που επηρεάζουν τη ψήφο των Ελλήνων στις ηλικιακές ομάδες 18-24 και 35-44. Η επιλογή των συγκεκριμένων ηλικιακών ομάδων έγινε με στόχο να αντιπαρατεθούν οι εμπειρίες της πρώιμης πολιτικής κοινωνικοποίησης των νέων 18-24 με τις ήδη κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες των ενηλίκων 35-44, οι οποίοι εν αντιθέσει με τους νέους 18-24 βρίσκονται ήδη σε περιβάλλον εργασίας και έχουν πιο άμεση επαφή με τη πολιτική. Για την επίτευξη αυτού του σκοπού, οργανώθηκε ένα διαδικτυακό ερωτηματολόγιο ώστε να αναδειχθούν οι παράγοντες που επιδρούν σε κάθε ηλικιακή ομάδα.

Είναι σαφές ότι η μελέτη της εκλογικής συμπεριφοράς θα δώσει απαντήσεις όπως στα ερωτήματα: γιατί οι πολίτες αποφασίζουν να ψηφίζουν όπως ψηφίζουν; πως εξηγούνται οι εκλογικές επιλογές τους; πως

διαμορφώνονται οι τάσεις στη κοινή γνώμη και ειδικότερα στις ηλικιακές ομάδες που εξετάζουμε. Οι εκλογικές αποφάσεις των ψηφοφόρων ενδέχεται να παρουσιάζουν οικονομικές ή κοινωνικές μεταβλητές. Ακόμη να εξηγούνται με την ιδεολογική τοποθέτηση, είτε με τη κομματική ταύτιση. Μπορεί να παίζουν ενεργό ρόλο οι οικογενειακές πολιτικές αντιλήψεις ή να επηρεάζονται από τα μέσα ενημέρωσης. Ορισμένοι ψηφοφόροι ενδεχομένως να επηρεαστούν από κρίσιμα θέματα για την εποχή μας όπως η ανεργία και τέλος ένας συνδυασμός των παραπάνω παραγόντων μπορεί να διαμορφώσει τη ψήφο. Είναι προφανές ότι θα επιδιώξουμε να απαντήσουμε στη συνέχεια της εργασίας μας.

## 1.1 Σκοπός της έρευνας

Στην παρούσα μελέτη προσδιορίζονται οι παράγοντες που επηρεάζουν τη πολιτική ψήφο στην Ελλάδα και ειδικότερα στις ηλικιακές ομάδες 18-24 και 34-45. Το χάσμα γενεών, οι διαφορετικές ανάγκες και οι διαφορετικές αντιλήψεις οδήγησαν στην επιλογή και τη σύγκριση των παραπάνω ομάδων. Οι παράγοντες επηρεασμού της πολιτικής ψήφου είναι αρκετοί και στόχος είναι να επισημάνουμε αυτούς που κυριαρχούν περισσότερο στις ηλικίες 18-24 αλλά και 35-44. Οι επιμέρους ερευνητικοί στόχοι που καλείται να καλύψει η έρευνα προέκυψαν από το κεντρικό ερώτημα (εάν τα κριτήρια που επηρεάζουν τη πολιτική ψήφο των Ελλήνων διαφέρουν μεταξύ των ηλικιακών ομάδων 18-24 και 35-44) είναι:

- Να καταγράψει με τη βοήθεια της διεθνής και της ελληνικής βιβλιογραφίας το θεωρητικό πλαίσιο που αφορά την πολιτική συμπεριφορά και ειδικότερα την εκλογική συμπεριφορά των πολιτών.
- Να διερευνήσει ενδελεχώς τους παράγοντες που επηρεάζουν την εκλογική ψήφο των Ελλήνων πολιτών του σήμερα και να προσπαθήσει να συνθέσει το εκλογικό τους προφίλ.
- Να συγκρίνει το εκλογικό προφίλ της μίας ηλικιακής ομάδας με την άλλη, που προκύπτει μέσω της διαδικτυακής έρευνας και να επισημάνει τα σημεία σύγκλισης και τα σημεία απόκλισης.
- Να εξετάσει το τρόπο που διαφοροποιείται ο βαθμός επιρροής των παραγόντων με βάση το παράγοντα «ηλικία».
- Να αναδείξει την αναγκαιότητα που έχει η Ελλάδα για περαιτέρω μελέτες στο τομέα της Πολιτικής Επικοινωνίας.
- Να ερευνήσει την εκλογική συμπεριφορά των Ελλήνων σήμερα και τις τάσεις εξέλιξης της με τη πάροδο των χρόνων και τις συνθήκες της κάθε περιόδου.

## 1.2 Αναγκαιότητα και Σπουδαιότητα της έρευνας

Η εκλογική συμπεριφορά αποτελούσε πάντα ένα κεφάλαιο μείζονος σημασίας για τον ερευνητικό τομέα της Πολιτικής Επιστήμης και ειδικότερα της Πολιτικής Επικοινωνίας. Βέβαια τις τελευταίες δεκαετίες καταγράφονται όλο και περισσότερες έρευνες που σχετίζονται με τα πολιτικά κίνητρα των ψηφοφόρων. Πλήθος μελετών παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον όσον αφορά την κυρίαρχη μεταβλητή των Μ.Μ.Ε. και την εκλογική συμπεριφορά λόγω κυρίως της ραγδαίας ανάπτυξης του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (social media) διότι «το διαδίκτυο έχει επίδραση στη πολιτική ψήφο» (Ryan, Barry 2010:44 ). Βέβαια πολλές έρευνες επικεντρώνονται σε έναν παράγοντα όπως το φύλο, ο τόπος κατοικίας, η επαγγελματική κατάσταση προσπαθώντας μ' αυτό το τρόπο να βρουν τις αλληλεπιδράσεις που δημιουργούνται ώστε να συγκροτηθεί μια ατομική πολιτική συμπεριφορά.

Ωστόσο κατά τη διάρκεια της αναζήτησής πηγών δεν εντοπίσαμε πολλές έρευνες όσον αφορά αποκλειστικά τον παράγοντα «ηλικία» και τη σχέση του με τη ψήφο. Επιπλέον, οι έρευνες που μελετήσαμε συμπεριλαμβάνουν όλες τις ηλικιακές ομάδες και δεν εντοπίσαμε έρευνα η οποία να επικεντρώνεται μόνο σε δυο ηλικιακές ομάδες. Μελλοντικά πιθανόν να ενισχυθεί το κομμάτι της έρευνας που να εστιάζει σε δύο μόνο ηλικιακές ομάδες.

Ορίσαμε και επιλέξαμε αυτές τις ηλικίες με βασικό γνώμονα ότι αφενός και οι δυο ανήκουν στις λεγόμενες «παραγωγικές ομάδες» και αφετέρου διότι η μεν ηλικιακή ομάδα 18-24 κατευθύνεται προς την αγορά εργασίας η δε ηλικία των 35-44 βρίσκεται εντός αγοράς και έχει μία σταδιοδρομία ήδη σε εξέλιξη. Επιπλέον, τα υψηλότερα ποσοστά ανεργίας σημειώθηκαν στους νέους κάτω των 25 στην Ελλάδα, με ποσοστό 50,1% τον Ιανουάριο του 2015 σύμφωνα με το δείκτη ανεργίας που δημοσίευσε η Eurostat ([ec.europa.eu/eurostat](http://ec.europa.eu/eurostat), 2015) και στην ηλικιακή ομάδα 35-44 έφτασε το 23,3%. Η έντονη επίδραση της οικονομικής ύφεσης στις δυο ομάδες, προσέδωσε μεγαλύτερο ενδιαφέρον ανάλυσης τους. Οι άλλες ηλικιακές ομάδες (25-34, 45-59, 55-64 και 65-74) κατέγραψαν χαμηλότερα ποσοστά ανεργίας σε σύγκριση πάντα με τις δύο ομάδες που μελετάμε.

Επομένως, η αναγκαιότητα της έρευνας είναι μεγάλη και εκπονείται με σκοπό να ενισχύσει την υπάρχουσα ερευνητική προσπάθεια στο χώρο της Πολιτικής Επικοινωνίας. Η προσέγγιση του κεντρικού θέματος γίνεται από το γενικό στο ειδικό. Τέλος, η εκτεταμένη βιβλιογραφική κάλυψη, η διαδικτυακή έρευνα που διεξάγουμε σε συνδυασμό με τη πολύπλευρη προσέγγιση του θέματος συγκροτούν μια σημαντική προσπάθεια.

### **1.3 Δομή της εργασίας**

Το υπόλοιπο της εργασίας είναι οργανωμένο ως εξής: στο δεύτερο κεφάλαιο βολιδοσκοπούμε τις βασικές έννοιες της πολιτικής συμπεριφοράς, στο τρίτο κεφάλαιο αναλύουμε τους παράγοντες που μελετάμε και τους συσχετίζουμε με τις δυο ηλικιακές ομάδες (18-24 και 35-44). Ακολούθως, στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζουμε τη μεθοδολογία που ακολουθήσαμε για την εκπόνηση της διπλωματικής εργασίας. Ειδικότερα, στο τέταρτο κεφάλαιο περιγράφουμε την έρευνα, το σχεδιασμό του ερωτηματολογίου και το τρόπο της διαδικτυακής δειγματοληψίας. Στο πέμπτο κεφάλαιο περιγράφουμε τα ευρήματα που συλλέξαμε. Στο έκτο κεφάλαιο συνοψίζουμε με βάση τα ευρήματα και καταγράφουμε τις προτάσεις μας για μελλοντική έρευνα αλλά και τους περιορισμούς που είχαμε ως προς την ολοκλήρωσή της. Τέλος, παραθέτουμε στα παραρτήματα το ερωτηματολόγιο το οποίο αποτέλεσε το κύριο εργαλείο της εργασίας μας.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. Η μελέτη της πολιτικής συμπεριφοράς**

### **2.1 Η πολιτική συμπεριφορά ως τομέας έρευνας στην Πολιτική Επιστήμη**

Η Πολιτική συμπεριφορά ως τομέας έρευνας της Πολιτικής Επιστήμης συνδέεται άμεσα τόσο με τη μελέτη της πολιτικής κουλτούρας όσο και με τη μελέτη της πολιτικής κοινωνικοποίησης. Η πολιτική κοινωνικοποίηση εξετάζει τη διαδικασία μέσω της οποίας διαμορφώνεται μια πολιτική συμπεριφορά ενώ η μελέτη της πολιτικής συμπεριφοράς διερευνά τις μεταβλητές που συνθέτουν τους παράγοντες επηρεασμού (Παντελίδου Μαλούτα, 1993). Η πολιτική συμπεριφορά ή συμπεριφοριστική προσέγγιση στη μελέτη της πολιτικής «προσδιορίζει τη συμπεριφορά των ατόμων ή μιας ομάδας ατόμων ως κύρια μονάδα ανάλυσης» (Eldersveld, Katz 1961). Παραδοσιακά, η μελέτη της πολιτικής συμπεριφοράς επικεντρωνόταν να κατανοήσει πλήρως τη συμπεριφορά των ανθρώπων εντός του πολιτικού περιβάλλοντος, δημιουργώντας έτσι μια μονοδιάστατη προσέγγιση. Αυτό ήταν το εφιαλτήριο με το οποίο οι κοινωνιολόγοι και οι ερευνητές συγκεντρώθηκαν τη δεκαετία του 1950 ο Robert Dahl (1961) και ο David Easton (1961). Ο κύριος στόχος της πολιτικής συμπεριφοράς είναι να εξηγήσει τη συμπεριφορά από μια ουδέτερη οπτική

γωνία χρησιμοποιώντας μεθόδους όπως η δειγματοληψία, η κλιμάκωση στατιστική ανάλυση και οι συνεντεύξεις μεταξύ άλλων.

Ανέκαθεν οι ερευνητές της πολιτικής συμπεριφοράς επιθυμούσαν την ενσωμάτωση της πολιτικής επιστήμης με άλλες κοινωνικές επιστήμες όπως η ψυχολογία, η κοινωνιολογία και η οικονομία. Ένας πολιτικός επιστήμονας ο Αμερικανός Bentley στο βιβλίο του με τίτλο η «Διαδικασία της κυβέρνησης», μια μελέτη των κοινωνικών πιέσεων (1908) συζητά τις πολιτικές της κυβέρνησης και το φαινόμενο της συμπεριφοράς με κοινωνιολογικές μεθόδους.

Τα θεωρητικά μοντέλα που αναπτύχθηκαν για να μελετήσουν τις αλληλεπιδράσεις των κοινωνιολογικών και ψυχολογικών παραγόντων της διαμόρφωσης της πολιτικής συμπεριφοράς αποτέλεσαν τη βάση των σημερινών μελετών. Βέβαια τα δυο αυτά θεωρητικά μοντέλα ήρθαν και σε σύγκρουση (Frenkel, 1952) καθώς μια ομάδα ψυχιάτρων και ανθρωπολόγων θεωρούσαν ότι οι υποκειμενικές εμπειρίες που απορρέουν από τα κοινωνικά φαινόμενα καθορίζουν τη πολιτική συμπεριφορά, και από την άλλη πλευρά βρίσκονται οι υποστηρικτές της άποψης ότι «η κοινωνική δομή είναι ανεξάρτητη από το μεμονωμένο άτομο και η ατομική συμπεριφορά μπορεί να εξηγηθεί ιστορικά, κυρίως βάσει του τρόπου διαβίωσης» (Frenkel, 1952:44). Ο Lasswell (1930) δημοσίευσε τη «Ψυχοπαθολογία και Πολιτική», ένα πρωτοποριακό βιβλίο που αναλύει την ψυχολογική διάσταση της πολιτικής συμπεριφοράς. Άλλες πολύτιμες προσπάθειες για να συνθέσουν ψυχολογικές και κοινωνιολογικές πτυχές έχουν γίνει από τους Abraam Kardiner (1939), Ralph Linton (1945) Clyde Kluckhohn (1949), και Margaret Mead (1942). Αυτά τα έργα είναι φανερό ότι αποτέλεσαν το πρόδρομο για τη μελέτη της πολιτικής συμπεριφοράς.

Το ενδιαφέρον για τη διερεύνηση των πολιτικών τάσεων θεωρείται απαραίτητο στοιχείο για τη πρόοδο της κοινωνίας αλλά ταυτόχρονα «είναι αναγκαία προϋπόθεση για τον έλεγχο των επικίνδυνων τάξεων» (Τσάτσος, 2003:193). Όπως μάλιστα τόνισε ο Quetelet από το 1829 όταν για πρώτη φορά αντιμετώπισε το ζήτημα της ποσοτικής προσέγγισης των κοινωνικών φαινομένων, μόνο η μέτρηση επιτρέπει «να ελέγξει κανείς σε ικανοποιητικό βαθμό τα κοινωνικά γεγονότα ώστε να αποφευχθούν οι ανώφελες επαναστάσεις». Η έρευνα της πολιτικής συμπεριφοράς επιτάσσεται να γίνει πιο δυναμική. Δεν είναι ελάχιστος σημασίας ότι ακόμη και οι διεθνείς συγκρούσεις μπορούν να αναλυθούν πιο μεθοδικά με την αρωγή της πολιτικής συμπεριφοράς. Η νέα επιστήμη της πολιτικής συμπεριφοράς είναι ανάγκη να προσεγγίζει ακόμη και τα ζητήματα της διεθνούς κοινότητας δημιουργώντας έναν οδηγό βασισμένο σε εμπειρικές επαληθεύσεις. (Truman, 1951)

Αφού αποτυπώσαμε συνοπτικά τη πορεία της πολιτικής συμπεριφοράς είναι δέον να επισημάνουμε τα οικολογικά και τα ψυχοκοινωνιολογικά μοντέλα, τα οποία καταγράφονται ως «συμπληρωματικά μεταξύ τους» (Mayer, 2005:15).

## 2.2 Το πλαίσιο ορισμού της πολιτικής συμπεριφοράς

Η ατομική πολιτική συμπεριφορά διαμορφώνεται και εκδηλώνεται στο πλαίσιο του δεδομένου κοινωνικού και πολιτικού συστήματος και των ιστορικών συνθηκών που επικρατούν, και σαφώς από «τα ερεθίσματα που δέχονται τα άτομα τα οποία διαφοροποιούνται ανάλογα με την ατομική ιστορία του καθενός από αυτά» (Παντελίδου Μαλούτα, 1993:22). Επομένως, οι παραπάνω τρεις παράγοντες προκαλούν τη διαφοροποιημένη συμπεριφορά των πολιτών γεγονός μάλιστα που δε λαμβάνεται υπόψη στις παραδοσιακές προσεγγίσεις της πολιτικής συμπεριφοράς. Αυτό οδήγησε στη δημιουργία μιας αντίληψης για το άτομο περί α-ιστορικής πολιτικής συμπεριφοράς.

Η ατομική πολιτική συμπεριφορά διαμορφώνεται και εκδηλώνεται σε ένα συγκεκριμένο κοινωνικό πολιτικό πλαίσιο και συνεπώς συναρτάται από ένα σύνολο εξωτερικών παραγόντων. Εξωτερικοί παράγοντες θεωρούνται η δομή και η λειτουργία του πολιτικού συστήματος, οι δυνατότητες παρέμβασης αλλά και η ιδιαίτερη φυσιογνωμία της πολιτικής και της ευρύτερης κοινωνικής κουλτούρας στην οποία ο πολίτης εντάσσεται. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η πολιτική συμπεριφορά των νέων η οποία παρουσιάζει ορισμένες ιδιαιτερότητες καθώς η σχετική κοινωνική κατηγορία ανάλογα με τις εκάστοτε συνθήκες «αξιολογείται κοινωνικά και παράλληλα βιώνει συγκεκριμένες συνθήκες που τις επιβάλλονται από τη κοινωνική τους θέση όπως ορίζεται σήμερα» (Παντελίδου Μαλούτα, 1993:22). Η κοινωνική διάρθρωση προσδιορίζει τη συμπεριφορά του ατόμου και συγκροτεί και την ιστορικότητα των αντιδράσεων οι οποίες μπορεί να θεωρηθούν ως «ψυχολογικές».

Η σχέση ατόμου και κοινωνίας προσδιορίζεται με βάση τις εξωτερικές συνθήκες. Τα άτομα είναι δέκτες διαφορετικών ιστορικών ερεθισμάτων με συνέπεια να έχουν διαφορετικές πολιτικές συμπεριφορές. Το «κοινωνικό φύλο» του κάθε πολίτη δηλαδή η κοινωνική του θέση, η ηλικία του και το φύλο του αποτελούν παράγοντες προσανατολισμού της ατομικής συμπεριφοράς δίχως η επίδραση τους όμως να είναι προφανής.

*«Η επίδραση των εξωτερικών παραγόντων και των ιδιαίτερων κοινωνικών συνθηκών της ζωής του ατόμου εκδηλώνεται διαμέσου της συνολικής ατομικής ιστορίας του, χωρίς κανένα αυτοματισμό, δεν μπορούμε να αναφερόμαστε παρά μόνο πιθανολογικά, στη βάση στατιστικών συσχετισμών που παραπέμπουν στο φύλο ,την ηλικία και τη κοινωνική θέση σε σχέση με τη πολιτική συμπεριφορά»( Παντελίδου Μαλούτα,1993:24).*

Οι εξωτερικοί παράγοντες αποτελούν μια πρώτη καθοδήγηση στην έρευνα της πολιτικής συμπεριφοράς

του ατόμου και μπορεί να εξεταστεί ξεχωριστά ο κάθε παράγοντας, όπως επιδιώκουμε μέσω της συσχέτισης της ηλικίας με την εκλογική συμπεριφορά.

### 2.3 Πολιτική συμπεριφορά και Πολιτική στάση

Σε αυτή την ενότητα θα διευκρινίσουμε συνοπτικά τη διαφορά μεταξύ πολιτικής συμπεριφοράς και πολιτικής στάσης. Η πολιτική συμπεριφορά αποτελεί τη δραστηριότητα του ατόμου η οποία μπορεί να παρατηρηθεί σε αντίθεση με τη πολιτική στάση η οποία δείχνει τη προδιάθεση του ατόμου. Η διαφοροποίηση έγκειται στο γεγονός ότι από ότι μία η πολιτική συμπεριφορά είναι προσεγγίσιμη με ποσοτικές μεθόδους ενώ η πολιτική στάση προσεγγίζεται δυσκολότερα με τέτοιου είδους μεθόδους. Η πολιτική συμπεριφορά είναι μια έκδηλη δραστηριότητα του ατόμου σε αντίθεση με τη πολιτική στάση η οποία είναι δυσδιάκριτη ως στοιχείο της προσωπικότητας.

Χαρακτηριστική είναι η τοποθέτηση της Παντελίδου Μαλούτα (1987) ότι η στάση αποτελεί προδιάθεση για μια συμπεριφορά που συνθέτει πιθανολογικές μεταβλητές. Μια πολιτική στάση δημιουργεί πιθανότητες για την ύπαρξη μιας συγκεκριμένης πολιτικής συμπεριφοράς. «Η στάση είναι παραγωγός συμπεριφορών που είναι μικρότερες και ίσως πιο επιφανειακές όπως εξάλλου οι αντιλήψεις και οι απόψεις οι οποίες εκφράζουν μέρος από το περιεχόμενο μιας στάσης» ( Παντελίδου Μαλούτα,1993:26). Πολιτική στάση για παράδειγμα αποτελεί η αδιαφορία προς τη πολιτική (μη συμμετοχή σε συζήτηση για πολιτικά θέματα, μη ψήφιση στις εκλογές). Μια άλλη άποψη της πολιτικής στάσης είναι ότι «συνθέτει μια διανοητική, συναισθηματική και αξιολογική τάση που διαμορφώνεται με την εμπειρία και προσανατολίζει τη συμπεριφορά των ατόμων προς μια ορισμένη μορφή έκφρασης, ενόψει συγκεκριμένων καταστάσεων, αντικειμένων, προσώπων ,αξιών κλπ»( Ιντζεσιλόγλου, 1983:139) .

Ο ρόλος της κοινωνικοποίησης επηρεάζει τη διαδικασία των στάσεων και τη διαμόρφωση συμπεριφορών. Οι πολιτικές στάσεις είναι κοινωνικά διαμορφωμένες προδιαθέσεις για συμπεριφορά, που έχουν πολιτική σημασία, προδιαθέσεις που καθορίζουν πιθανολογικά αλλά όχι μονοσήμαντα διάφορες πολιτικές συμπεριφορές, αντιλήψεις και απόψεις.( Παντελίδου Μαλούτα, 1993)

## 2.4 Μοντέλα ανάλυσης εκλογικής συμπεριφοράς

Τα δυο βασικά ερμηνευτικά μοντέλα της ψήφου περιγράφονται από την εκλογική γεωγραφία του Andre Siegfried και του Paul Bois έως τις μελέτες που αναπτύχθηκαν από το Πανεπιστήμιο Κολούμπια και ύστερα το Πανεπιστήμιο του Μίσιγκαν (Mayer, 2005). Όλα τα επιμέρους μοντέλα κατατάσσονται σε δυο κυρίαρχα μοντέλα: τα οικολογικά και ψυχοκοινωνιολογικά. Τα δυο αυτά κυρίαρχα μοντέλα χαρακτηρίζονται από τη συμπληρωματικότητα μεταξύ τους (Rui, 2010).

### 2.4.1 Τα οικολογικά μοντέλα

Η παράδοση της εκλογικής οικολογίας οικοδομήθηκε μέσα από το έργο του Andre Siegfried το 1913 με το έργο «Tableau Politique de la France de l' Ouest sous la IIIe Republique». Με τον όρο οικολογία «δεν νοείται πλέον μόνο η ανάλυση της επίδρασης του χωρικού περιβάλλοντος στις κοινωνικές συμπεριφορές, αλλά ευρύτερα η μελέτη αυτών των συμπεριφορών με βάση τις δεδομένες πληροφορίες που αντλούνται στο πλαίσιο χωρικών γεωγραφικών ενοτήτων που αποκαλούνται συνήθως συλλογικές» (Mayer, 2005:23). Στα οικολογικά μοντέλα περιλαμβάνεται το μοντέλο της Ανθρωπογεωγραφίας το οποίο οφείλει την ίδρυση του στον Andre Siegfried. Το μοντέλο διερευνά την εκλογική συμπεριφορά με γνώμονα «τον τοπικό προσδιορισμό των ψηφοφόρων και την ανάλυση της κοινωνικής δομής της συγκεκριμένης χωρικής ενότητας στην οποία ανήκουν» (Mayer,2005:27). Βασική διαπίστωση του μοντέλου της Ανθρωπογεωγραφίας αποτελεί το γεγονός ότι η εκλογική ψήφος είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τη γεωγραφική περιοχή του ψηφοφόρου. Η γεωγραφική περιοχή ερμηνεύεται από τρία στοιχεία : το τύπο του εδάφους, το τρόπο κατοίκησης και το καθεστώς ιδιοκτησίας. Το ερμηνευτικό μοντέλο του Siegfried επηρέασε ιδιαίτερα τη γαλλική εκλογική κοινωνιολογία και η ψήφος σημαδεύτηκε από τον έλεγχο που ασκούσαν οι γαιοκτήμονες και ο κλήρος.

Το μοντέλο της Ανθρωπογεωγραφίας διαδέχεται εκείνο του Ιστορικού σχίσματος με εκπρόσωπο τον Paul Bois, ο οποίος ασκεί κριτική στις θέσεις που συνέθεσε ο Andre Siegfried. Πιο συγκεκριμένα, ο ίδιος προβάλλει την έλλειψη ιστορικού χαρακτήρα του ανθρωπογεωγραφικού μοντέλου (Bois, 1971) γεγονός που εμπόδισε στην εστίαση στα βαθιά αίτια των επιλογών των πολιτών. Είναι φανερό, «στο μοντέλο του ιστορικού σχίσματος και σε αυτό της ανθρωπογεωγραφίας οφείλεται η ανακάλυψη της σπουδαιότητας του



ιστορικού και κοινωνικού πλαισίου για τη διαμόρφωση των πολιτικών συμπεριφορών» (Mayer, 2005:37). Η γεωγραφική ανάλυση των πολιτικών συμπεριφορών συνεχίστηκε στη Γαλλία και μέσα από μελέτες διαπιστώθηκε η ύπαρξη πολιτικών και πολιτισμικών διαφορών μεταξύ περιοχών.

Η σχολή της γαλλικής εκλογικής γεωγραφίας περιστράφηκε γύρω από την ανάλυση της συμπεριφοράς του ψηφοφόρου με βάση το κοινωνικό του και το ιστορικό του προφίλ. Το προφίλ του ψηφοφόρου όμως αλλάζει σε «περισσότερο ευαίσθητο στα συγκυριακά ζητήματα παρά στα δομικά χαρακτηριστικά» (Mayer, 2005:40). Ως αποτέλεσμα αυτής της μεταστροφής διακρίνεται η μικρή χρησιμότητα της στο να προσμετράει όλους τους «νέους» παράγοντες για τη μελέτη της ψήφου. Η εξέλιξη της γεωγραφικής προσέγγισης της εκλογικής συμπεριφοράς συγχρονίζεται με την ανάδυση της ποσοτικής οικολογίας τη δεκαετία του 1950.

Το μοντέλο της ποσοτικής οικολογίας ερμηνεύει τη ψήφο με βάση τεχνικές στατιστικές ανάλυσης δεδομένων κατά γεωγραφική περιοχή. Η χρήση ποσοτικών μεθόδων χαρακτηρίστηκε επαναστατική και στόχευε στη καλύτερη δυνατή προσέγγιση του ψηφοφόρου. Το οικολογικό μοντέλο παρουσιάζει ορισμένα μεθοδολογικά προβλήματα που αφορούν την *οικολογική συσχέτιση* (Mayer, 2005:46) έτσι χρησιμοποιεί εκ παραλλήλου οικολογικά και δειγματοληπτικά ερευνητικά δεδομένα στο πλαίσιο της αποκαλούμενης *ανάλυσης συνθηκών* (analyze contextuelle).

Μια άλλη σημαντική μέθοδος προσέγγισης της εκλογικής συμπεριφοράς είναι η ανάλυση των συνθηκών «οι σχέσεις που προκύπτουν μεταξύ ατομικών μεταβλητών εξελίσσονται με βάση τις συνθήκες ένταξης των ατόμων» (Mayer, 2005:50). Αντιπροσωπευτικό παράδειγμα του παρόντος μοντέλου ήταν η μελέτη του Herbet Tingsten ο οποίος διερεύνησε τις πολιτικές συμπεριφορές των εργατών στη Βασιλεία, στη Ζυρίχη και στη Βιέννη συμπεραίνοντας ότι το ποσοστό αποχής και η ψήφος στους σοσιαλιστές είναι άρρηκτα συνδεδεμένες με τη κοινωνική θέση των ψηφοφόρων. Μια επιπλέον περίπτωση μελέτης συνθηκών είναι εκείνη των Elizabeth Dupoirier και Annick Percheron οι οποίες μελετώντας τις ιδεολογικές στάσεις της προεφηβικής ηλικίας κατέληξαν ότι το πολιτικό περιβάλλον σε συνδυασμό με άλλους γνωστούς παράγοντες όπως η οικογένεια, οι φίλοι και το σχολείο σχηματίζουν τη μελλοντική τους ψήφο. «Η ανάλυση των συνθηκών δείχνει τη χρησιμότητα που έχει η διαδικασία να χρησιμοποιεί κανείς, ταυτόχρονα οικολογικά και δειγματοληπτικά δεδομένα» (Mayer, 2005:51).

## **2.4.2 Τα ψυχοκοινωνιολογικά μοντέλα**

Η γνώση της πολιτικής συμπεριφοράς αναπτύχθηκε με γοργούς ρυθμούς και αιτία αποτέλεσαν οι δειγματοληπτικές έρευνες γνώμης. Οι ψηφοφόροι πλέον ερωτούνταν: ποιο κόμμα ψηφίζουν και γιατί; «Στις ΗΠΑ, την επαύριον του Β΄ Παγκοσμίου πολέμου, η συστηματική χρήση της τεχνικής αυτής άνοιξε νέους

δρόμους» (Mayer, 2005:53). Τα ψυχοκοινωνιολογικά μοντέλα επιδιώκουν να αναλύσουν τις επιλογές του εκλογικού σώματος.

Η σχολή Κολούμπια εξελίσσει τις έρευνες της στην Αμερική τη δεκαετία του 40'. Ο κοινωνιολόγος Paul Lazarsfeld, είχε την ιδέα να παρακολουθήσει την επίδραση μιας προεκλογικής εκστρατείας στη διαμόρφωση των εκλογικών προτιμήσεων «χρησιμοποιώντας τη τεχνική του πάνελ με επαναλαμβανόμενες συνεντεύξεις σε ένα καθορισμένο δείγμα ψηφοφόρων» (Mayer, 2005:53) Η έρευνα διατελέστηκε στις προεδρικές εκλογές του 1940 με αντιμέτωπους τον ρεμπουπλικανό Γουέντελ Γουίλκι και τον δημοκρατικό Φράκλιν Ρούζβελτ. Η έρευνα είχε ως βασικό σκοπό «να γνωρίσουμε πώς οι ψηφοφόροι κατέληξαν στις αποφάσεις τους και ποιος ήταν ο ρόλος των μέσων μαζικής ενημέρωσης σε αυτή τη διαδικασία» (Rossi, 1964)

Τα ευρήματα δημοσιεύτηκαν στο έργο *The People's Choice* (Lazarsfeld, *et al.*,1944) και τα συμπεράσματα ήταν κομβικά. Σε πρώτο επίπεδο διαπιστώθηκε ότι «ένα άτομο σκέφτεται πολιτικά με τον ίδιο τρόπο που ζει κοινωνικά και τα κοινωνικά χαρακτηριστικά είναι εκείνα που προσδιορίζουν τις πολιτικές προτιμήσεις» (Lazarsfeld, *et al.*,1944:27). Οι κοινές αξίες και οι ιδέες που αναπτύσσονται στις διάφορες ομάδες στις οποίες ανήκει το άτομο διαμορφώνουν την ατομική πολιτική συμπεριφορά του. «Ψηφίζει κανείς όπως η οικογένεια του, οι γείτονες του, οι συνάδελφοι του. Η τάση βρίσκεται στην *πολιτική ομογενοποίηση* των κοινωνικών ομάδων (Mayer, 2005:54). Αξίζει να σημειωθεί ότι παρατηρήθηκε ο έντονος ρόλος των διαπροσωπικών σχέσεων. Η επαφή μεταξύ των μελών μιας ομάδας δηλαδή οι συζητήσεις που γίνονται μεταξύ τους έχουν μεγαλύτερη επίδραση σε σύγκριση με την προεκλογική προπαγάνδα των M.M.E., «κυρίως στους λιγότερο πολιτικοποιημένους ψηφοφόρους» (Mayer,2005:58) Ειδικότερα, ο Mayer (2005) επισημαίνει τα κύρια αποτελέσματα της έρευνας:

- τρία κοινωνικά κριτήρια είναι σημαντικά για την εκλογική συμπεριφορά ενός ατόμου: η κοινωνικό-οικονομική ένταξη (κοινωνική τάξη), το θρήσκευμα και ο τόπος κατοικίας.
- οι προεκλογικές εκστρατείες δεν αλλάζουν τη γνώμη των ψηφοφόρων.
- Η πολιτική γνώμη συντηρείται και αναπαράγεται από τους λεγόμενους γνωμηγήτορες (opinion leaders) οι οποίοι επηρεάζουν τους ψηφοφόρους.

Στη συνέχεια, το Πανεπιστήμιο του Μίσιγκαν και συγκεκριμένα το τμήμα Survey Research Center (SRC) διετέλεσε μια έρευνα προσεγγίζοντας την εκλογική συμπεριφορά σχεδόν από σύμπτωση. Το ερευνητικό κέντρο χρησιμοποίησε διαφορετική τεχνική ως προς την έρευνα. Πιο συγκεκριμένα, «οι έρευνες του SRC διεξάγονται σε κάθε προεδρική εκλογή σε δείγμα 2.000 ατόμων, αντιπροσωπευτικό του πληθυσμού που έχει δικαίωμα ψήφου και οι συνεντεύξεις διεξάγονται μια φορά πριν και μια φορά μετά τις

εκλογές» (Mayer, 2005:60). Η διαδικασία αυτή ενισχύει τη καλύτερη δυνατή παρακολούθηση της εξέλιξης της ψήφου δίνοντας πιο έγκυρα αποτελέσματα.

Το μοντέλο του Μίσιγκαν (Mayer, 2015) εισήγαγε:

- την έννοια της κομματικής ταύτισης, ως το βασικό στοιχείο συγκρότησης της σχέσης της κοινωνικής ένταξης και της πολιτικής προτίμησης.
- την ένταση της ταύτισης που μοιράζει τους ψηφοφόρους σε «απολύτως ταυτισμένους» και «λιγότερο ταυτισμένους».
- την αύξηση της κομματικής ταύτισης ανάλογα με το βαθμό ενδιαφέροντος για την πολιτική. Από τη μία οι λιγότερο ενημερωμένοι και στον αντίποδα οι ενημερωμένοι πολίτες.

Είναι εμφανές ότι η διαφοροποίηση της σχολής Μίσιγκαν από τη σχολή Κολούμπια έγκειται στο γεγονός ότι η μία δίνει ιδιαίτερη σημασία «στην ατομική ψυχολογία και στις πολιτικές αντιλήψεις παρά στην κοινωνική ένταξη και στα κοινωνικό - πολιτιστικά χαρακτηριστικά των ψηφοφόρων» (Mayer, 2005:60) Το διαφορετικό μοντέλο ερμηνείας του Μίσιγκαν εκτίθεται στη πιο ολοκληρωμένη μορφή του στον τόμο *The American Voter* (Campbell *et al.*, 1960) και περιέχει έρευνες από το 1952 έως το 1956.

Ένα επιπλέον μοντέλο που συμπεριλαμβάνεται στα ψυχοκοινωνιολογικά μοντέλα είναι το καταναλωτικό, δηλαδή του «ψηφοφόρου-καταναλωτή» όπως ονομάστηκε από την ομάδα μελετητών του (Himmelweit, *et al.*, 1981). Διατυπώθηκε η άποψη ότι τα πολιτικά κόμματα συμπεριφέρονται σαν τα στελέχη επιχειρήσεων με αυτοσκοπό την αύξηση του κέρδους τους (των ψηφοφόρων τους) (Downs, 1957). Το καταναλωτικό μοντέλο:

*«προσομοιάζει την απόφαση ψήφου με την απόφαση αγοράς, την αγορά ενός πολιτικού κόμματος. Όπως ένας συνηθισμένος καταναλωτής έτσι και ο ψηφοφόρος αντιδρά στη προσφορά των αγαθών που του προτείνονται (υποψήφιοι ,προγράμματα), από την ενδεχόμενη προτίμηση σε ορισμένες φίρμες (κομματική ταύτιση) και από τη πίεση ορισμένων ομάδων αναφοράς (περιοχή κατοικίας, επαγγελματικός χώρος ,οικογενειακός χώρος)» (Mayer, 2005:75).*

Αναλύοντας τα παραπάνω μοντέλα παρατηρούμε ότι κανένα μοντέλο ανάλυσης από μόνο του δεν επαρκεί για να δώσει ολοκληρωμένες απαντήσεις στο κυρίαρχο ερώτημα: γιατί οι ψηφοφόροι καταλήγουν σε συγκεκριμένες επιλογές; Το πολιτικοκοινωνικό περιβάλλον δέχεται διαρκώς επιρροές με αποτέλεσμα η υιοθέτηση ενός μοντέλου ως μοναδική προσέγγιση να μην συμβάλει στην εξαγωγή χρήσιμων

συμπερασμάτων.

Όπως σε άλλες περιπτώσεις χωρών, έτσι και στη περίπτωση της Ελλάδας, ιδιαίτερα τα τελευταία έτη που το κομματικό σύστημα αλλάζει διαρκώς λόγω οικονομικής ύφεσης, θα χαρακτηριζόταν ως μονοδιάστατη μια ερμηνεία που θα στηριζόταν μόνο σε ένα μοντέλο εκλογικής ανάλυσης. Η ιστορική αναδρομή των μοντέλων αναδεικνύει την ανάγκη για ένα μοντέλο που να λαμβάνει όσο το δυνατόν περισσότερες μεταβλητές υπόψη ώστε να εξηγήσει τη συμπεριφορά των ψηφοφόρων.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 . Παράγοντες διαμόρφωσης της πολιτικής ψήφου**

### **3.1 Ηλικία**

Η επίδραση της ηλικίας ως παράγοντας της πολιτικής συμπεριφοράς αποτελεί ένα σημαντικό κεφάλαιο στο τομέα της έρευνας των εκλογών. Σύμφωνα με μελέτες (Campbell *et al.*, 1960, Butler *et al.*, 1975, Curtis, Lambert 1976) η συμμετοχή στις εκλογές αυξάνει όσο αυξάνει και η ηλικία του πολίτη και φτάνει στο πιο υψηλό σημείο στη μέση ηλικία 40-45 και ύστερα αρχίζει να μειώνεται. Η ανάλυση του παράγοντα - ηλικία πρέπει να αποσαφηνιστεί εννοιολογικά για να κατανοήσουμε τη σύνδεση του με τη πολιτική συμπεριφορά. Πως ορίζεται η ηλικία σε ένα κοινωνιολογικό πλαίσιο;

Εξαιτίας των ραγδαίων αλλαγών που συντελούνται στη σύγχρονη κοινωνία οι ηλικίες καθαυτές αξιολογούνται διαφορετικά καθώς για παράδειγμα σήμερα λόγω της «παράτασης της νεότητας» ( Παντελίδου Μαλούτα, 1998:50) ένα άτομο τριάντα χρονών θεωρείται νέο γεγονός που δε συνέβαινε παλαιότερα. Όπως επισήμανε ο Pierre Bourdieu η ηλικία αποτελεί ένα βιολογικό δεδομένο κοινωνικά χειραγωγημένο και χειραγωγήσιμο. Η παιδική ηλικία, η εφηβεία, οι νέοι ενήλικες, οι μεσήλικες και οι ηλικιωμένοι παραπέμπουν σε κοινωνικά δομημένες ομάδες με διαφορετικές εμπειρίες και διαφορετικές συνθήκες ζωής.

Δύο αξιοσημείωτες παρατηρήσεις που αναφέρει η Παντελίδου Μαλούτα (1993) είναι ότι η κάθε γενιά ταυτίζεται με μια διαφορετική ιστορική εμπειρία αλλά ακόμη και εάν έχουν βιώσει την ίδια εμπειρία, αντιλαμβάνεται διαφορετικά από κάθε ηλικιακή ομάδα και επιπρόσθετα στη κάθε ηλικία αναλογούν διαφορετικοί ρόλοι. Μερικά παραδείγματα ρόλων είναι ο φοιτητής που ζει ακόμη με την οικογένεια του, ο εργαζόμενος, ο άνεργος, μεσήλικας με οικογενειακές υποχρεώσεις. Το κάθε άτομο με βάση το ρόλο ή τους ρόλους που υπηρετεί στη ζωή του δημιουργεί τη δική του αντίληψη επομένως τη δική του πολιτική

συμπεριφορά. Το ίδιο συμβαίνει και ανάλογα με τη κοινωνικοπολιτική γενιά που ανήκει το άτομο, όπως λόγου χάρη στην ελληνική κοινωνία η γενιά του Πολυτεχνείου απεικονίζεται στην μέση ηλικία και η γενιά του Εμφυλίου απεικονίζεται με τη μέση ηλικία. « Οι σχετικές αναφορές σε συγκεκριμένες γενιές έχουν την έννοια ότι υπάρχουν σημαντικές ομοιότητες σε πολιτικές συμπεριφορές» (Παντελίδου Μαλούτα, 1993:51) Βέβαια, «δεν αρκεί για να μετατρέψει μια ηλικιακή κατηγορία σε κοινωνική γενεά, δεν βιώνεται από όλα τα μέλη της ηλικιακής κατηγορίας ούτε βιώνεται με τον ίδιο τρόπο από εκείνα τα μέλη της κατηγορίας αυτής που έχουν, πράγματι, εμπειρία του γεγονότος» (Μουσούρου, 2005:174)

Σε αυτό το σημείο παρατηρούμε ότι οι προηγούμενες γενιές διαμορφώθηκαν με στενούς συνδέσμους με μεγάλα ιστορικά γεγονότα που αποτέλεσαν σημαντική στιγμή στην βιογραφική εμπειρία των μελών τους. Η ταύτισή τους με έντονη πολιτική οργάνωση, τα κοινωνικά κινήματα και τους συλλογικούς στόχους σε πλήρη αντιπαράθεση με τη νέα γενιά η οποία δεν έχει βιώσει παρεμφερή γεγονότα καθώς γνωρίζει τη πολιτική σκηνοθεσία αυτών (Μουσούρου, 2005).

Η πολιτική κοινωνικοποίηση ξεκινά πριν από την ενηλικίωση καθώς έρευνες έχουν δείξει πως «η εφηβική ηλικία δημιουργεί ορισμένες βασικές προδιαθέσεις που συμβάλλουν στη διαμόρφωση των πολιτικών συμπεριφορών των πολιτών» (Παντελίδου Μαλούτα, 1987:57) Όπως αναφέρουν οι Dawson και Prewitt (1969) η διαδικασία διαμόρφωσης του *πολιτικού εγώ* καθορίζεται από την εφηβεία, και ότι οι αρχικοί προσανατολισμοί επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό τη μετέπειτα πολιτική συμπεριφορά. Την ίδια περίοδο (1969) οι Easton και Dennis διαπίστωσαν μέσω των ερευνών που έκαναν ότι κατά τη διάρκεια της παιδικής και της εφηβικής ηλικίας δημιουργούνται τα πρώτα συναισθήματα με το πολιτικό σύστημα.

Πρωταρχικό κριτήριο στις εκλογικές έρευνες είναι η ηλικία των συμμετεχόντων και η ομαδοποίηση τους, στη παρούσα εργασία οι ηλικίες ομαδοποιήθηκαν ως εξής: 18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64, 65+ και επιλέξαμε να επικεντρωθούμε στην ανάλυση δυο εξ' αυτών 18-24 και 35-44. Η επιλογή των δυο ηλικιακών ομάδων έγινε με βάση ότι η μεν πρώτη ομάδα (18-24) διαθέτει εμπειρίες της πρώιμης πολιτικής κοινωνικοποίησης και της κοινωνικοποίησης στην εφηβεία σε σύγκριση τις κοινωνικοπολιτικές εμπειρίες των ενηλίκων (34-45) οι οποίοι έχουν ήδη ενταχθεί σε ένα εργασιακό περιβάλλον και έχουν μια πιο άμεση επαφή με το πολιτικό σύστημα. (Παντελίδου Μαλούτα, 1993) Ένας επιπλέον λόγος εστίασης στην ηλικιακή ομάδα 18-24 είναι το γεγονός ότι η διεθνής βιβλιογραφία έχει επισημάνει ότι «οι νεαροί ενήλικες συνήθως δεν πηγαίνουν στις κάλπες σε μεγάλο ποσοστό και είναι συχνά ένας παραμελημένος πληθυσμός όσον αφορά την πολιτική εκστρατεία» (Lopez, *et al.*, 2005). Δημιουργούνται έτσι ερωτήματα ποια είναι η πολιτική συμπεριφορά των νέων σήμερα, η ερευνά μας περιορίζεται στην Ελλάδα του σήμερα.

Επίσης αιτία επιλογής αποτελούν τα ιδιαίτερα υψηλά ποσοστά ανεργίας που καταγράφονται στις δυο ηλικιακές ομάδες στη χώρα μας «Η ανεργία μεταβάλλει, όπως είναι κατανοητό, σχεδόν κάθε έκφανση της

ατομικής και κοινωνικής συμπεριφοράς , φυσικά και την εκλογική συμπεριφορά» (Wildenmann,1998:62). Ποιά ομάδα επηρεάζεται περισσότερο από την ανεργία και πώς διαμορφώνεται ως κριτήριο επιλογής ψήφου; Σ' ότι αφορά την εκλογική συμπεριφορά των ανέργων, έρευνες που έχουν διεξαχθή επισημαίνουν τρία σημεία: πρώτον ότι συνέπεια της περιθωριοποίησης τους από την αγορά εργασίας ήταν να ατονήσει η διάθεση τους για πολιτική συμμετοχή ( Jahoda *et al.*, 2002 ), δεύτερον παρατηρείται σε πολλές περιπτώσεις το αντίθετο δηλαδή μια αύξηση της εκλογικής συμμετοχής με μια τάση προτίμησης στα κόμματα των άκρων και τρίτον σημειώνεται η *υπόθεση κομματικής αρμοδιότητας* σύμφωνα με την οποία οι άνεργοι ψηφίζουν κόμματα που θεωρούν ως πολιτικά αρμόδια να επιλύσουν τα προβλήματα που τους απασχολούν ( Wildenmann, 1998 ) , τα θέματα ισχύος (valence issues).

Αρκετοί πολιτικοί επιστήμονες συμφωνούν στο παράγοντα ηλικία ως δείκτη διαφορετικών καταστάσεων της ζωής ή διαφορετικών εμπειριών που προκαλούν και διαφορές στις πολιτικές προτιμήσεις ( Huddy *et al.*, 2001, RhodeBeck *et al.*, 1993, Watts, 1999). Τέλος σύμφωνα με τους Ball και Petters (2001) η ηλικία είναι ένας σημαντικός παράγοντας αλλά παράλληλα και σύνθετος. Οι παράγοντες διαμόρφωσης πολιτικής ψήφου που θα συσχετιστούν με τις δυο ηλικιακές ομάδες θα αναπτυχθούν σύμφωνα με την υπάρχουσα ελληνική και διεθνή βιβλιογραφία.

### 3.2 Κομματική Ταύτιση

Σε επίπεδο περιεχομένου η κομματική ταύτιση λειτουργεί ως θεμελιακός προσανατολισμός όχι αποκλειστικά για την έκφραση της ψήφου αλλά και για τη πολιτική συμπεριφορά γενικότερα (Wildenmann,1998). Η κομματική ταύτιση βασίζεται στο συναίσθημα ψυχολογικής προσκόλλησης σ' ένα κόμμα. (Campell *et al.*,1960, Heywood, 2000) Οι ψηφοφόροι ταυτίζονται με μια κομματική επιλογή και την υποστηρίζουν έμπρακτα σε κάθε εκλογική διαδικασία.

*«Η ψήφος είναι έκδηλη κομματικής αφοσίωσης, κι όχι προϊόν υπολογισμού που επηρεάζεται από παράγοντες όπως οι πολιτικές που προωθεί το κόμμα, οι προσωπικότητες που το απαρτίζουν, η εκστρατεία του και η κάλυψη τους από τα Μ.Μ.Ε. Το μοντέλο αυτό εστιάζει στη πρώιμη πολιτική κοινωνικοποίηση, θεωρώντας την οικογένεια το πρωταρχικό μέσο παραγωγής πολιτικών δεσμεύσεων»* (Heywood, 2000:339).

Όπως αναφέρει ο Lazarsfeld (1944) οι εκλογείς που επηρεάζονται από το παράγοντα «κομματική ταύτιση» εμφανίζουν μακροχρόνιες εκλογικές ταύτισεις και η απόφαση τους είναι ελεημένη ήδη πριν την έναρξη του προεκλογικού αγώνα. Η κομματική ταύτιση αναπτύσσεται νωρίς στη ζωή του ατόμου και επηρεάζεται ιδίως από το οικογενειακό περιβάλλον, έχει σταθερή συναισθηματική βάση που χαρακτηρίζεται ιδιαίτερα ανθεκτική στις αλλαγές και θέτεται υπό αμφισβήτηση μόνο κάτω από γεγονότα μεγάλης πολιτικής έντασης, όπως διατύπωσε η Fiorina (1981) η οποία εισήγαγε την έννοια: *ψήφος του απολογισμού* (retrospective vote) όπου ο ψηφοφόρος δεν ταυτίζεται με το κόμμα αλλά ψηφίζει με βάση τις επιδόσεις του.

Όπως επισημαίνουν επίσης και οι Franklin και Jackson (1983) η ταύτιση προέρχεται από τις εμπειρίες της πρώιμης κοινωνικοποίησης και ενισχύεται από τις μεταγενέστερες κοινωνικής και πολιτικής φύσης δραστηριότητες. Επιπλέον, τα άτομα συνηθίζουν να αλλάζουν την πολιτική τους ταύτιση όταν δεν παίρνουν τα αποτελέσματα που επιθυμούν. Συνεπώς, η επιλογή κόμματος χαρακτηρίζεται ως ενδογενές μέρος της εκλογικής διαδικασίας, αντί εξωγενούς (Campbell *et al.*, 1960). Ο Kaese (1979) συμπληρώνει ότι οι αποκλίσεις των κομματικά ταυτιζόμενων ψηφοφόρων αντανακλούν κάθε φορά τον πολιτικό χαρακτήρα της εκάστοτε εκλογικής αναμέτρησης. Η κομματική ταύτιση γίνεται το κατεξοχόν στοιχείο που συνδέει παρελθόντα εξωτερικά γεγονότα που αφορούν τη προσωπική ιστορία των εκλογέων με την εξαρτημένη εκλογική συμπεριφορά (Gluchwski, 1978).

Η μακροχρόνια ταύτιση με ένα συγκεκριμένο πολιτικό κόμμα είναι μία κεντρική έννοια στις εκλογικές μελέτες και υπάρχει ευρεία συμφωνία ότι η κομματική ταύτιση θεωρείται επιθυμητή, ίσως και μια απαραίτητη προϋπόθεση για μια σταθερή δημοκρατία και η απουσία της θα ερμηνευόταν ως απόδειξη κρίσης της δημοκρατίας (Campbell *et al.*, 1960). Η ταύτιση ακόμη σε ένα κόμμα αντικατοπτρίζει διαιρέσεις μέσα στην κοινωνία. Μολονότι εγκρίνει το «ανοιχτό και μέτριο κομματισμό» ως βασικό στοιχείο μιας σταθερή δημοκρατίας, προειδοποιεί παράλληλα ότι ένας πολύ εχθρικός κομματισμός θα μπορούσε να διακυβεύσει τη προθυμία αποδοχής της αντιπολίτευσης, καθώς επίσης θα μπορούσε να προκαλέσει την αποχή.

Η επιρροή της κομματικής ταύτισης στους ψηφοφόρους αποτελεί ένα ισχυρό κίνητρο για την άσκηση του εκλογικού δικαιώματος (Βασιλόπουλος, Βερναρδάκης 2011). Παρατηρείται μία πτώση στη κομματική ταύτιση και μια άνοδος της σημασίας της θεματικής ψήφου διότι οι ψηφοφόροι «προσαρμόζουν» την κομματική τους ταύτιση στις θεματικές τους προτιμήσεις (Abramowitz, Sounders 1998) και τείνουν να αλλάζουν τις στάσεις τους ανάλογα με τα κοινωνικοοικονομικά θέματα, συνεπώς χαρακτηρίζονται περισσότερο πιστοί στη θεματική ψήφο (Layman, Carsey 2002). Οι Giddens (1998) και Gamble (2005) επισημαίνουν: «Η εκλογική επιλογή κυριαρχείται με βάση θέματα *σθένους*, οι ψηφοφόροι τείνουν να

αξιολογούν τις επιδόσεις τους σ' αυτά τα θέματα, μη μένοντας πιστοί στη κομματική ταύτιση».

Οι πιο μεγάλοι σε ηλικία ψηφοφόροι, στη περίπτωση της μελέτης μας 35-44 θεωρούνται περισσότερο πιστοί σε ένα κόμμα σε σύγκριση με τους νεότερους ψηφοφόρους (18-24) οι οποίοι βρίσκονται σε στάδιο αναζήτησης «σταθερής επιλογής» με αποτέλεσμα να μην είναι το ίδιο κομματικά ταυτισμένοι (Mayer, 2005). Συνεπώς, περιμένουμε στα αποτελέσματα της έρευνας να καταγράψει μια αρνητική τάση των νέων για τη κομματική ταύτιση και μια θετική τάση για τους ενήλικες 35-44.

### **3.3 Ιδεολογική τοποθέτηση στη κλίμακα Αριστερά - Δεξιά**

Σε πρώτο επίπεδο η έννοια της ιδεολογίας είναι από τις πιο αμφιλεγόμενες έννοιες στην πολιτική ανάλυση και ο όρος τείνει πλέον να χρησιμοποιείται με ουδέτερο τρόπο σημαίνοντας «μια ολοκληρωμένη κοινωνική φιλοσοφία ή κοσμοθεωρία» (Heywood, 2000). Βέβαια, ο Μαρξ και αρκετοί πολιτικοί οικονομολόγοι έχουν υποστηρίξει ότι σε μεγάλο βαθμό η ιδεολογία καθοδηγείται από τον πλούτο ή το εισόδημα παρά το γεγονός ότι αυτή η θέση εξηγεί ένα μικρό μέρος του περιεχομένου της ιδεολογίας. (Frank 2004, Acemoglu, Robinson 2006, Gelman 2009)

Με στόχο να εκφραστεί ο ιδεολογικός προσανατολισμός των ψηφοφόρων δημιουργήθηκε η κλίμακα Αριστερής και Δεξιάς τοποθέτησης (left-right cleavage). Στις πολιτικές έρευνες η επταβάθμια κλίμακα αυτοτοποθέτησης στην Αριστερά / Δεξιά ( 1: το πιο αριστερό άκρο της κλίμακας, 7: το πιο δεξιό), (Βερναρδάκης, 2008). Η κλίμακα κατηγοριοποιεί τις ιδεολογίες, το πολιτικό προσανατολισμό, ακόμη και τις εκάστοτε προτάσεις των κομμάτων. Αποτελεί έναν κώδικα επικοινωνίας μεταξύ του εκλογικού σώματος, των Μ.Μ.Ε. και των πολιτικών κομμάτων (Fuchs, Klingemann 1990). Όπως αναφέρει ο Sartori (2005) το δίπολο αυτό νοηματοδοτεί τόσο διαφορές κοινωνικοοικονομικές όσο και πολιτικής φύσεως. Η κατανομή και η αποδοχή της διάκρισης αριστεράς / δεξιάς «αποτελεί κεντρικό σημείο αναφοράς στις ιδεολογικές αναπαραστάσεις των πολιτών σε πολλές δυτικοευρωπαϊκές πολιτικές κουλτούρες» (Παντελίδου Μαλούτα, 1987:430) Η σημασία της κλίμακας σύμφωνα με το δυτικό - ευρωπαϊκό πρότυπο συνδέεται με οικονομικές πολιτικές αλλά και από μη οικονομικές όπως θέσεις απέναντι στη κοινωνία.

Η κλίμακα Αριστερά / Δεξιά εκφράζει τόσο τη κομματική ταύτιση των ψηφοφόρων όσο και τις αξιακές και πολιτικές πεποιθήσεις τους. Βέβαια, οι αξιακές και πολιτικές πεποιθήσεις δεν χαρακτηρίζονται από μονιμότητα αλλά υπόκεινται σε αλλαγές καθώς αλληλεπιδρούν με το παράγοντα - κομματική ταύτιση (Βερναρδάκης 2004, Mayer 2011). Η κλίμακα ιδεολογικής τοποθέτησης όπως τονίζει επίσης και ο



Βασιλόπουλος (2011) αποτελεί έναν σημαντικό δείκτη πολιτικής ενσωμάτωσης συγκεντρώνοντας όπως αναφέρθηκε «πληροφορίες για τις αξιακές προτεραιότητες για την κομματική ένταξη σε επίπεδο θέσεων αλλά και σε επίπεδο συμβολικού συναισθηματικού δεσμού» Είναι εύλογο επομένως να συσχετίσουμε ότι όποια ηλικιακή ομάδα (18-24 ή 35-44) θα καταγράψει μεγαλύτερο ποσοστό κομματικής ταύτισης θα κατέχει και εξίσου υψηλότερα ποσοστά στον ιδεολογικό άξονα.

Εν συνεχεία, ο Mayer (2005) διατύπωσε την άποψη ότι συνήθως εκείνοι που αρνούνται να τοποθετηθούν στη κλίμακα ή τοποθετούνται στο κέντρο ενδιαφέρονται λιγότερο για τη πολιτική σε σύγκριση με αυτούς που επιλέγουν τις πιο ακραίες θέσεις στη κλίμακα. Εν αντιθέσει, ο Knutsen (2004) υποστηρίζει ότι όσοι τοποθετούνται στο κέντρο δεν είναι λιγότερο ενημερωμένοι για τη πολιτική καθώς το ενδιαφέρον τους (όπως η εμπλοκή σε πολιτικές συζητήσεις) δεν καταγράφεται μικρότερο από όσους τοποθετούν τον εαυτό τους σε άλλο σημείο στη κλίμακα. Ακόμη, η τοποθέτηση στη κλίμακα ταυτίζεται με αξίες παρά με κομματικούς δεσμούς διότι οι ψηφοφόροι έχουν συνδυάσει το κάθε βαθμό της κλίμακας με αντίστοιχες αξίες (Jou, 2010)

Όσον αφορά την επίδραση της κλίμακας Αριστερά – Δεξιά ως παράγοντας διαμόρφωσης της πολιτικής ψήφου των ηλικιακών ομάδων 18-24 και 35-44 καταγράφεται αφενός ότι οι νέοι κάτω των 25 ετών αυτοχαρακτηρίζονται περισσότερο αριστεροί από τους μεγαλύτερους τους οι οποίοι τείνουν προς την δεξιά (Duhamel *et al.*, 2003). Ιστορική εάν και όχι οικουμενική χαρακτηρίζει εν συνεχεία, και η Παντελίδου Μαλούτα (1987) τη τάση των νέων να τοποθετούνται αριστερότερα από τις παλαιότερες γενιές. Είναι ενδιαφέρον ότι η ίδια ( Παντελίδου Μαλούτα, 1993) υποστηρίζει ότι στο πλαίσιο της ελληνικής κουλτούρας παρατηρείται μια αυξημένη έλξη να ασκεί η Αριστερά στους νέους.

Αναμένουμε επομένως στη κλίμακα που δημιουργήσαμε οι περισσότεροι νέοι να έχουν τάση τοποθέτησης στην αριστερά και να επηρεάζονται από τις αξίες που εκπροσωπεί αντίστοιχα. Στο αντίποδα, οι ενήλικες αναμένουμε να δείξουν μια δεξιότερη τάση καθότι οι αξιακές τους προτεραιότητες εκδηλώνονται περισσότερο από την ιδεολογία της δεξιάς. Η ιδεολογική τοποθέτηση είναι ένας σταθερός παράγοντας επίδρασης της ψήφου των ηλικιακών ομάδων διότι όπως διαπιστώσουμε εμπεριέχει από μόνος του πολλές μεταβλητές επιρροής.

### **3.4 Ενδιαφέρον για τη πολιτική**

Αναφορικά με το ενδιαφέρον για τη πολιτική μπορούμε να θεωρήσουμε ότι η μέτρηση του ενδιαφέροντος «βασίζεται σε διαφορετικούς δείκτες» και αποφέρει αποτελέσματα τα οποία εξαρτώνται από άλλο παράγοντα με τον οποίο θα τα συσχετίσουμε. (Lagroye *et al.*, 2008:436)

Στη παρούσα έρευνα, το ενδιαφέρον για τη πολιτική αποτελεί ένα σημαντικό παράγοντα που σχετίζεται με την ηλικία του ψηφοφόρου καθώς διαφορετικό ενδιαφέρον δείχνει ένας νέος 18-24 από έναν ενήλικα 35-44. Το πολιτικό ενδιαφέρον συνδέεται με τη σημασία που δείχνει ο πολίτης στην εκλογική διαδικασία. Δηλώνεται με τη συχνότητα της παρακολούθησης των πολιτικών νέων, με τη συμμετοχή σε πολιτικές συζητήσεις, την ενεργό δράση σε ένα κόμμα (ως μέλος ή φίλος) και τη παρακολούθηση προεκλογικών συγκεντρώσεων. Οι παραπάνω «πράξεις» εκδηλώνουν το ποσοστό ενδιαφέροντος για τη πολιτική των δυο ηλικιακών ομάδων αλλά και σε ένα ευρύτερο πλαίσιο τη προδιάθεση που έχουν για τη πολιτική. Αντίθετη άποψη κατέγραψαν ο Chiche και συνεργάτες του (2002) οι οποίοι τόνισαν ότι το πολιτικό ενδιαφέρον δεν μπορεί να μετρηθεί με ακρίβεια καθώς το ενδιαφέρον προέρχεται από τα συνειδητά κίνητρα των ατόμων (όπως για παράδειγμα η απόκτηση προσωπικών πλεονεκτημάτων με τη προσχώρηση σε ένα κόμμα).

Ο παράγοντας «πολιτικό ενδιαφέρον μεταβάλλεται διότι το εκλογικό σώμα παρουσιάζει έντονες αλλαγές στο τρόπο εκδήλωσης του ιδιαίτερα σε προεκλογική περίοδο. Σε προεκλογικό περιβάλλον το εκλογικό σώμα επηρεάζεται από τα διακυβεύματα που τίθενται, συνεπώς το ενδιαφέρον τους είναι ανάλογα με τη σημαντικότητα των διακυβευμάτων είτε λοιπόν μεγιστοποιείται το ενδιαφέρον τους είτε μειώνεται. Σύμφωνα με τον Mayer (2005) τα ποσοστά ενδιαφέροντος κατά τη προεκλογική περίοδο αυξάνουν περισσότερο για τους πολίτες που ήδη ενδιαφέρονται αρκετά για τη πολιτική.

Στην Ελλάδα διάφορες έρευνες καταγράφουν το ενδιαφέρον των νέων για την πολιτική ως υψηλό (Παντελίδου Μαλούτα 1987, Κουλαϊδής και Δημόπουλος 2006, ICCS 2010). Επιβεβαιώνει, πρόσφατο ερευνητικό πρόγραμμα το «Myplace» της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (2011-2014) το οποίο κατέγραψε αντίστοιχα τη τάση των νέων να ενδιαφέρονται για τη πολιτική με την ευρεία έννοια. Χαρακτηριστικό σημείο είναι βέβαια ότι ο δείκτης «συμμετοχή σε κόμματα ως οπαδός ή φίλος» που εκδηλώνει το ενδιαφέρον για τη πολιτική έχει μειωθεί σημαντικά όπως σημειώνει η έρευνα της Γενικής Γραμματείας Νέας Γενιάς (ΓΓΝΓ, 2005). Αναμένουμε επομένως ενδείξεις στην έρευνα μας ότι νέοι 18-24 ενδιαφέρονται για τη πολιτική ζωή και οι δείκτες που αντιπροσωπεύουν το παρόν παράγοντα θα είναι υψηλοί. Όσον αφορά τους ενήλικες 35-44 έχει καταγραφεί ότι λόγω της ένταξης τους σε μια σταθερή επαγγελματική δραστηριότητα το πολιτικό ενδιαφέρον αρχίζει να αυξάνει (Παντελίδου Μαλούτα, 1993). Εν κατακλείδι, υποθέτουμε ότι και οι ενήλικες θα σημειώσουν αρκετά υψηλά ποσοστά.

### 3.5 Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης

Οι περισσότεροι ψηφοφόροι ενημερώνονται για τη πολιτική από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (Schulz, 1994) με αποτέλεσμα να αποτελούν ένα εξίσου σημαντικό παράγοντα διαμόρφωσης της ψήφου. Ο παράγοντας «Μ.Μ.Ε.» χαρακτηρίζεται ιδιαίτερης σημασίας διότι οι ψηφοφόροι κατά συντριπτική πλειοψηφία μπορούν να δουν τους υποψηφίους και τις πολιτικές που διακηρύσσουν μόνο μέσω αυτών και όχι κατά πρόσωπο. (Hormann *et al.*, 2010) Ως εκ τούτου, υπάρχουν προφανείς λόγοι που οδηγούν στην άποψη ότι τα Μ.Μ.Ε. έχουν επιπτώσεις στην αντίληψη των ψηφοφόρων (Beck *et al.*, 2002) και ιδιαίτερα τα ηλεκτρονικά μέσα «συνιστούν παράγοντα που στις μέρες μας αναμφίβολα επηρεάζει το εκλογικό αποτέλεσμα» (Ball, Petters, 2001:237).

Πιο αναλυτικά, τα Μ.Μ.Ε. έχουν τη δυνατότητα να επηρεάσουν τους ψηφοφόρους με διαφορετικούς τρόπους καθώς οι καμπάνιες και τα μηνύματα μπορούν είτε από τη μια να τους παρακινούν είτε από την άλλη να τους «αποστρατεύουν» (Hillygus 2005, Schuck, Vreese 2009), να ενισχύουν τις προθέσεις ψήφου, ή να ενταχθούν αναποφάσιστοι ή ανεξάρτητοι σχετικά με το πώς θα ψηφίσουν (Hillygus, Jackman 2003). Επιπλέον, είτε οι ψηφοφόροι αποφάσισαν ή όχι σχετικά με το πώς θα ψηφίσουν έχει ιδιαίτερη σημασία κατά την ανάλυση της επιρροής των μέσων ενημέρωσης σχετικά με την επιλογή ψήφου. Οι αναποφάσιστοι ψηφοφόροι αναμένεται να είναι πιο ευαίσθητοι στις επιδράσεις των μέσων ενημέρωσης από τους αποφασισμένους (Ball, Petters 2001, Chaffee, Rimal 1996). Μάλιστα, το ποσοστό επιρροής των μέσων ενημέρωσης θα αυξάνεται σε χώρες με λιγότερη σταθερότητα στην εκλογική συμπεριφορά (Hormann *et al.*, 2010:401), όπως κρίνεται αυτή τη περίοδο η Ελλάδα.

Η εφημερίδα, το ραδιόφωνο, η τηλεόραση και το διαδίκτυο, το οποίο τα τελευταία χρόνια να σημειώνει αυξημένα ποσοστά παρακολούθησης είναι τα μέσα που έχουν το ρόλο να ενημερώνουν τους πολίτες για τα πολιτικά θέματα. Το διαδίκτυο, ως ένα νέο εργαλείο πολιτικής ενημέρωσης, αποτελεί ένα σημαντικό αντικείμενο μελέτης για την επιρροή που αποκτά στους σύγχρονους ψηφοφόρους καθώς συγκαταλέγεται «στα ηλεκτρονικά μέσα που δεν μεταμόρφωσαν μόνο την εμβέλεια αλλά και το ύφος της πολιτικής επικοινωνίας» (Hague, Harrop 2011:259). Από τη μια πλευρά, ένα σύνολο μελετητών, συμπεριλαμβανομένων Putnam (1995, 2000) θεωρούν ότι το διαδίκτυο θα έχει καταστροφικές συνέπειες, επειδή η τεχνολογία αυτή χρησιμοποιείται κυρίως για την ψυχαγωγία. Ως αποτέλεσμα αυτού του περιορισμού, οι πολίτες μπορούν να έχουν λιγότερο χρόνο να αφιερώσουν στην παροχή κοινωνικών και πολιτικών δραστηριοτήτων. Από την άλλη πλευρά, ένα άλλο σύνολο μελετητών υποστηρίζει ότι το διαδίκτυο θα έχει θετικές επιπτώσεις στην κοινωνική και πολιτική διαδικασία αφενός θα χρησιμεύει για να

ενεργοποιήσει τους πολίτες που έχουν ήδη προδιάθεση ή ενδιαφέρονται για την πολιτική (Boulianne , 2009) και αφετέρου θα μειώνει το κόστος (χρόνος και πόροι) πρόσβασης στη πολιτική ενημέρωση και θα προσφέρει πιο εύκολους τρόπους συμμετοχής στην πολιτική ζωή.

Η επίδραση των Μ.Μ.Ε. ως παράγοντας διαμόρφωσης της ψήφου είναι αναντίρρητα ένα πραγματικό γεγονός. Όπως αναφέραμε μελέτες ανέδειξαν τη δυναμική των ΜΜΕ στους πολίτες, ποιά είναι η συσχέτιση λοιπόν των Μ.Μ.Ε. με τις δυο ηλικιακές ομάδες που μελετάμε (18-24 και 35-44);

Όσο πιο συχνή είναι η παρακολούθηση των πολιτικών νέων από τα Μ.Μ.Ε. τόσο πιο επιρρεπής θα είναι και η ψήφος τους, ιδιαίτερα των αμφιταλαντευόμενων ψηφοφόρων. Η συχνότητα παρακολούθησης των πολιτικών εξελίξεων εκδηλώνει και το ενδιαφέρον για τη πολιτική της κάθε ηλικιακής ομάδας. Περιμένουμε λοιπόν στα ευρήματά μας εφόσον και οι δυο οι ηλικίες όπως σημειώσαμε από την υπάρχουσα βιβλιογραφία δηλώνουν ενδιαφέρον για τη πολιτική, ότι θα δηλώσουν από κοινού ότι ενημερώνονται συχνά από τα Μ.Μ.Ε. Όσον αφορά το μέσο που προτιμούν περισσότερο τόσο η ηλικιακή ομάδα των νέων 18-24 όσο και η ηλικιακή ομάδα 35-44 θα στηριχθεί σε μια πρόσφατη σχετικά έρευνα του «Παρατηρητηρίου για την Κοινωνία της Πληροφορίας (2010). Η συγκεκριμένη έρευνα ανέδειξε ως δυναμικότερους χρήστες τους νέους σε ηλικία 16-24 με ποσοστό 86%, ενώ την ηλικία των 35-44 με ποσοστό 54%. Ανάμεσα στους λόγους που επιλέγουν το διαδίκτυο ανέφεραν την ενημέρωση για τα πολιτικά θέματα. Η ηλικία συνεπώς παραμένει σημαντικός προσδιοριστικός παράγοντας της διείσδυσης του διαδικτύου. Με βάση τη παραπάνω έρευνα περιμένουμε υψηλά ποσοστά προτίμησης στο διαδίκτυο και από τις δυο ηλικιακές ομάδες αλλά με ένα αρκετά σημαντικό προβάδισμα των νέων 18-24.

### **3.6 Οικογένεια**

Ένας άλλος σημαντικός παράγοντας ενδέχεται να είναι το οικογενειακό περιβάλλον των ψηφοφόρων, ειδικότερα οι γονείς τους. Ένα κίνητρο για την εξέταση της επιρροής των γονιών είναι καθότι καταγράφεται η διάχυτη αντίληψη με βάση ψυχολογικές έρευνες που υποστηρίζουν ότι στη διαδικασία ανάπτυξης του ο έφηβος ταυτίζεται με κάποιον από τους «σημαντικούς άλλους» του περιβάλλοντος του και ιδιαίτερα μ' έναν από τους γονείς του. Ακόμη άλλοι ψυχολόγοι υπογράμμισαν τη σημασία του «κύρους» των γονιών (Langton, 1969). Η οικογένεια αποτελεί επίσης το πρώτο «δυνατό» παράγοντα πολιτικής κοινωνικοποίησης λόγω του συναισθηματικού δεσμού μεταξύ των μελών (Παντελίδου Μαλούτα, 1987) Ο Heywood (2000) χαρακτηρίζει την οικογένεια ως πρωταρχικό μέσο παραγωγής πολιτικών δεσμεύσεων και δημιουργό των μετέπειτα κοινωνικών εμπειριών των ψηφοφόρων.

Εν συνεχεία, όπως προκύπτει μάλιστα από τα δεδομένα των ερευνών της Γενικής Γραμματείας Νέας Γενιάς (ΓΓΝΓ, 2000, 2005): «Όσον αφορά την πίστη στην οικογένεια, είναι χαρακτηριστικό ότι η οικογένεια καταλαμβάνει σταθερά την υψηλότερη θέση μεταξύ των κοινωνικών αξιών των νέων και αξιολογήθηκε με μέσο όρο 9.4/10». Αυτή η τάση των Ελλήνων νέων σύμφωνα με τις έρευνες καταδεικνύει την προδιάθεση επιρροής που έχουν από την οικογένεια τους. Αναλυτικότερα, η ελληνική οικογένεια διατηρεί στενούς δεσμούς και είναι εύλογο να ειπωθεί ότι οι στενοί δεσμοί οδηγούν όπως επισημάναμε σε μια δυναμική προδιάθεση επιρροής ως προς τη διαμόρφωση ψήφου.

Ο τρόπος που αντιλαμβάνονται την έννοια της οικογένειας δεν διαφέρει πολύ στις δυο ηλικιακές ομάδες που εξετάζουμε καθώς η γενικότερη στάση των Ελλήνων είναι η στενή επαφή με την οικογένεια. Βέβαια, είναι σημαντικό το γεγονός ότι ένα άτομο που ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 35-44 έχει ήδη δημιουργήσει τη δική του οικογένεια γεγονός που πιθανόν να μειώσει το επίπεδο επιρροής. Αναμένουμε, στις ερωτήσεις σχετικά με το εάν ψηφίζουν το ίδιο κόμμα με τους γονείς τους και εάν οι γονείς μεταξύ τους επιλέγουν το ίδιο κόμμα, η απάντηση «ναι» να κυμαίνεται στα ίδια ποσοστά και για τις δυο ομάδες με ένα μικρό προβάδισμα πιθανότητα των νέων 18-24.

### **3.7 Θεματική ψήφος**

Η άνοδος του εκπαιδευτικού επιπέδου ευνόησε την εμφάνιση ενός νέου τύπου εκλογέων. Ο νέος αυτός τύπος σύμφωνα με τον Franklin και τους συνεργάτες του (1992) χαρακτηρίζεται καλύτερα πληροφορημένος, με υψηλότερο πολιτισμικό επίπεδο και παράλληλα σε μικρότερο βαθμό εξαρτημένο από τα κόμματα και τέλος έτοιμο να ψηφίσει με βάση τις συγκεκριμένες θέσεις που παίρνει ένα κόμμα σε προβλήματα της στιγμής. Δημιουργείται η κατηγορία των θεμάτων «ισχύος» και συνεπώς το εκλογικό σώμα καλείται να ψηφίσει το καταλληλότερο κόμμα που θα δώσει λύσεις εφαρμόζοντας τις ορθές πολιτικές.

Μια σημαντική παρατήρηση είναι οι συνθήκες πραγματοποίησης της ερευνάς μας καθώς διεξήχθη εν μέσω μιας βαθιάς οικονομικής και κοινωνικής κρίσης και τα θέματα «ισχύος» φαίνεται να έχουν επίκαιρο χαρακτήρα. Οι τρέχουσες οικονομικές και πολιτικές εξελίξεις διαμορφώνουν ένα περιβάλλον μη σταθερό για τους πολίτες με συνέπεια να ιεραρχούν διαφορετικά την επιρροή των προβλημάτων στη ζωή τους. Η ανεργία, η διαφθορά, η κρίση αξιών είναι ορισμένα από τα επίκαιρα θέματα «ισχύος» που οι πολίτες αναμένουν λύσεις και είναι υψηλής προτεραιότητας. διαμορφώνοντας έτσι τη ψήφο τους προσμετρώντας

τις λύσεις που προτείνουν τα κόμματα. Ο Goodhart (1970) και οι συνεργάτες του υποστήριξαν ότι όσο η ανεργία αυξάνεται τόσο μειώνεται και η υποστήριξη προς στη κυβέρνηση, η οικονομία συσχετίζεται πλήρως με τη πολιτική. Ισχυρή είναι η επίδραση της κατάστασης της οικονομίας όπως αναφέρει επίσης ο Heywood (2000) με τη σύνδεση της δημοτικότητας μιας κυβέρνησης με οικονομικές μεταβλητές όπως η ανεργία, ο πληθωρισμός και το καθαρό εισόδημα. Είναι συχνό φαινόμενο μάλιστα οι εκάστοτε κυβερνήσεις προσπαθούν «να δημιουργούν τεχνηέντως συνθήκες οικονομικής άνθισης κατά τη προεκλογική περίοδο ευελπιστώντας να αυξηθούν οι πιθανότητες εκλογής τους»( Heywood, 2000:337).

Τόσο οι νέοι 18-24 όσο και οι ενήλικες 35-44 επηρεασμένοι από την οικονομική ύφεση και τις διαστάσεις της, είναι αναμενόμενο να λαμβάνουν υπόψη τους στη διαδικασία διαμόρφωσης ψήφου θέματα όπως η οικονομία και η ανεργία. Η ανεργία σε δυο παραγωγικές ηλικιακές ομάδες που μελετάμε σημειώνει ποσοστά σημαντικά υψηλά 50,1% και 23,3% σύμφωνα με τη τελευταία μέτρηση του δείκτη ανεργίας της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής (2015). Με βάση τα καταγεγραμμένα ποσοστά ανεργίας των δυο ηλικιακών ομάδων στην Ελλάδα υποθέτουμε ότι στα ευρήματα μας θα αντικατοπτρίζεται πλήρως το παρόν κρίσιμο θέμα. Η εικόνα που αναμένουμε είναι ότι οι νέοι 18-24 θα δώσουν υψηλότερα ποσοστά στην οικονομία και την ανεργία στις ερωτήσεις μας «ποιοί τομείς παίζουν ρόλο στη ψήφο σας και εκφράστε την άποψή σας για τη σημαντικότητα των προβλημάτων στη χώρα σας» σε σύγκριση με τους ενήλικες 35-44.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. Η Μεθοδολογία της Έρευνας**

«Η μεθοδολογία της έρευνας αναπτύσσεται ακολούθως ως εξής: (Fishbein, Ajzen 1975:370) και προϋποθέτει τέσσερα σημεία:

1. την επιλογή του καλύτερου τύπου έρευνας (σχεδιασμός της έρευνας)
2. τις ορθές ερωτήσεις (σχεδιασμός ερωτηματολογίου)
3. τον προσδιορισμό του ποιος πρέπει να απαντήσει (δειγματοληψία) και
4. την ανάλυση των αποτελεσμάτων».

Τα τέσσερα αυτά σημεία αναλύονται ακολούθως έτσι ώστε να καταστεί σαφής η μεθοδολογική προσέγγιση που ακολουθήθηκε στη παρούσα μελέτη.

## 4.1 Σχεδιασμός της έρευνας

Στη παρούσα μελέτη, τα δεδομένα αποτελούν πρωτογενές υλικό δειγματοληπτικής έρευνας, η οποία πραγματοποιείται μέσω της χρήσης διαδικτυακού ερωτηματολογίου.

Η χρήση του διαδικτυακού ερωτηματολογίου στη συγκεκριμένη μελέτη επιλέχθηκε έναντι της κατά πρόσωπο ή τηλεφωνικής συνέντευξης για τους ακόλουθους λόγους:

- η ανωνυμία δίνει τη δυνατότητα στους συμμετέχοντες να δώσουν ειλικρινείς απαντήσεις στα ερωτήματα που θέτονται
- όλοι οι συμμετέχοντες έχουν το ίδιο πλαίσιο αναφοράς
- αποτελεί τον οικονομικότερο τρόπο συλλογής δεδομένων (Καραγεώργος, 2002)
- επιπλέον είναι δυνατή η συλλογή δείγματος από όλες τις περιοχές της Ελλάδας

Η έρευνα έτρεξε με το διαδικτυακό πρόγραμμα Qualtrics (<http://www.qualtrics.com/>). Το πρόγραμμα «Qualtrics» είναι ένα εύκολο ως προς τη διαχείριση πρόγραμμα και διατίθεται δωρεάν.

## 4.2 Περιγραφή του ερωτηματολογίου της έρευνας

Το ερωτηματολόγιο ως κυρίαρχο εργαλείο έρευνας έχει σταθερή «δημοτικότητα» στους τομείς της εκπαιδευτικής και κοινωνικής έρευνας. Αποτελείται από ένα σύνολο ερωτήσεων οι οποίες απευθύνονται στο δείγμα που συμμετέχει στην έρευνα και οι ερωτήσεις αυτές αποσκοπούν να απαντήσουν το ερευνητικό πρόβλημα που θέτει ο ίδιος ο ερευνητής. Οι ερωτήσεις αντιπροσωπεύουν πλήρως το ερευνητικό πρόβλημα. Επιπλέον, το ερωτηματολόγιο είναι σύντομο ώστε πρώτον να εξασφαλίζεται η μεγαλύτερη δυνατή συμμετοχή και δεύτερον οι ερωτώμενοι να απαντούν σε όλες τις ερωτήσεις με την ίδια «θέληση».

Στηριζόμενοι λοιπόν στις βασικές αρχές σχεδιασμού ερωτηματολογίου και στη βιβλιογραφική ανασκόπηση με τους πιο σημαντικούς παράγοντες που επηρεάζουν τη πολιτική ψήφο, αναπτύχθηκε το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε στη παρούσα μελέτη (παράρτημα) με στόχο την ανάδειξη των σημείων ταύτισης αλλά και απόκλισης των ηλικιακών ομάδων 18-24 και 35-44.

Η δομή του τελικού ερωτηματολογίου περιγράφεται ως εξής: στην αρχή παρατίθενται οι ερωτήσεις με στόχο τη συλλογή των δημογραφικών στοιχείων των συμμετεχόντων όπως το φύλο, η ηλικία και η επαγγελματική κατάσταση, έπειτα επιδιώξαμε να ερευνήσουμε τη συμμετοχή των δυο ηλικιακών ομάδων

στην εκλογική διαδικασία θέτοντας τους ερωτήσεις που αφορούν τη συχνότητα συμμετοχής τους. Ακολούθησαν ερωτήσεις οι οποίες αντιπροσώπευαν το κάθε παράγοντα που μελετάμε. Ειδικότερα, οι ερωτήσεις είναι στοιχισμένες με τους εξής παράγοντες: ιδεολογική τοποθέτηση, κομματική ταύτιση, ενδιαφέρον για τη πολιτική, Μ.Μ.Ε., οικογένεια, και θέματα ισχύος. Η σειρά των ερωτημάτων προσπαθήσαμε να διακρίνονται από αλληλουχία προς ευκολία των συμμετεχόντων αλλά και της μετέπειτα ανάλυσης των ευρημάτων μας. Ο συνολικός αριθμός των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου μας είναι 28 για τους νέους 18-24 και 29 για τους ενήλικες 35-44.

Οι ερωτήσεις 6, 7, 8, 14, 17, 20, 22 και 23 (όπως διακρίνεται στο παράρτημα) ανήκουν στη κατηγορία κλειστού τύπου καθώς συνοδεύονται από μια σειρά προτεινόμενων απαντήσεων: «ποτέ – σπάνια – συχνά – πολύ συχνά – πάντα» και οι ερωτήσεις 11, 13, 16, 24, 29 «ναι – όχι» και ο συμμετέχων καλείται να επιλέξει μία απάντηση. Ακόμη χρησιμοποιήθηκε κλίμακα στις ερωτήσεις 21 και 28, όπου η επιλογή 0 ισούται με «καθόλου» σημαντικό και η επιλογή 100 ισούται με «πολύ σημαντικό». Όπως διαφαίνεται, οι προτεινόμενες επιλογές κάθε απάντησης αλλάζουν αναλόγως με τη φύση των ερωτήσεων. Επιπλέον, η χρήση διαφορετικών μορφών απαντήσεων επιλέχθηκε προκειμένου να συλλεχθούν όσο το δυνατόν ακριβέστερες απαντήσεις μιας και οι συμμετέχοντες καλούνταν να απαντήσουν σε διαφορετικό πλαίσιο κάθε φορά, γεγονός που απαιτεί μεγαλύτερη συγκέντρωση.

Το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε αρχικά σε τυχαίο δείγμα 15 ατόμων έτσι ώστε να καταγραφούν από τους συμμετέχοντες τυχόν προβλήματα που προέκυψαν κατά τη συμπλήρωσή του (όπως ασάφεια ερωτήσεων) και παράλληλα να ελεγχθεί ο συνολικός χρόνος συμπλήρωσής του. Στο στάδιο αυτό ήταν σημαντικό οι συμμετέχοντες να μην αισθάνονται κουρασμένοι από τη διάρκεια συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου. Μία αλλαγή που έγινε ήταν στη σειρά των ερωτήσεων ώστε να είναι όσο το δυνατόν πιο συνεκτικό και με νοηματική αλληλουχία.

### **4.3 Δειγματοληψία**

Στη παρούσα μελέτη, το δείγμα αποτέλεσαν Έλληνες πολίτες ηλικίας 18-24 και 35-44. Πέραν της ηλικίας κανένα άλλο κριτήριο αποκλεισμού δεν υπήρχε στην έρευνα. Όσον αφορά τη συλλογή του δείγματος έγινε μέσω της χρήσης του διαδικτύου και κυρίως των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (facebook, twitter) όπου άτομα ηλικίας 18-24 και 35-44 κλήθηκαν να λάβουν μέρος σε μια διαδικτυακή έρευνα για την ανάδειξη των παραγόντων εκείνων που επηρεάζουν τη πολιτική ψήφο στην Ελλάδα.



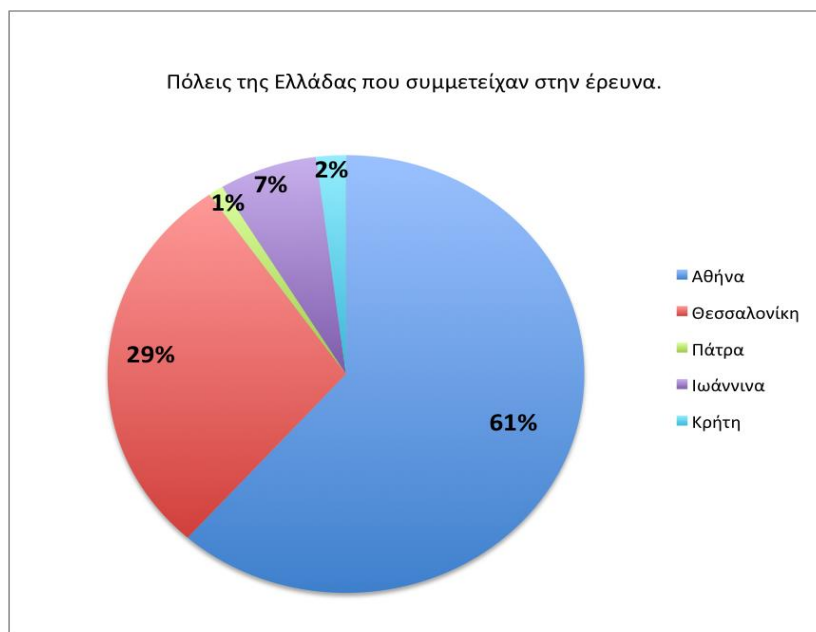
Συνολικά, έλαβαν μέρος 196 άτομα εκ των οποίων τα 102 ανήκουν στη πρώτη ηλικιακή ομάδα 18-24 ετών και τα 94 στη δεύτερη ηλικιακή ομάδα 35-44 ετών. Οι συμμετέχοντες προέρχονταν από πολλές περιοχές της Ελλάδας, ενδεικτικά: Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Ιωάννινα κτλ. Ο χρόνος που διήρκησε η έρευνα ήταν από τις 25.5.2015 έως τις 5.7.2015.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. Ανάλυση των ευρημάτων

Εφόσον ολοκληρώθηκε το αρχικό στάδιο της συλλογής των ευρημάτων με τη χρήση του διαδικτυακού ερωτηματολογίου, ακολουθεί το στάδιο της ανάλυσής τους. Στην έρευνα μας τα ευρήματά εισήχθησαν στα φύλλα εργασίας του στατιστικού προγράμματος EXCEL και αναλύθηκαν μέσω των κλασικών στατιστικών μεθόδων που παρέχει. Με τη βοήθεια επίσης των λογιστικών φύλλων EXCEL δημιουργήθηκαν όλοι οι πίνακες και τα διαγράμματα. Τα παραπάνω εργαλεία συντέλεσαν στην προσέγγιση του ερευνητικού ερωτήματος εάν «έγκειται διαφορά στους παράγοντες επηρεασμού της ψήφου μεταξύ των ηλικιακών ομάδων 18-24 και 35-44;»

### 5.1 Ποσοστά συμμετοχής στην έρευνα ανά πόλη

Η μεγαλύτερη συμμετοχή στη παρούσα έρευνα καταγράφηκε από την Αθήνα με ποσοστό που ανήλθε στο 61% , ακολούθησε η Θεσσαλονίκη με ποσοστό 29% και με μικρότερα ποσοστά τα Ιωάννινα , η Κρήτη και η Πάτρα ( 7%, 2% και 1%) αντίστοιχα.



## Διάγραμμα 1. Ποσοστά συμμετοχής στην έρευνα.

### 5.2 Περιγραφική ανάλυση των δημογραφικών στατιστικών

Τα δημογραφικά στοιχεία μελετώνται με σκοπό τη σκιαγράφηση των συμμετεχόντων - πολιτών που έλαβαν μέρος στην παρούσα μελέτη. Στοιχεία παρουσιάζονται αναφορικά με την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκαν οι συμμετέχοντες, το φύλο, το επίπεδο εκπαίδευσης και την εργασιακή κατάσταση των συμμετεχόντων (πίνακας 1). Συνολικά, έλαβαν μέρος 196 άτομα εκ των οποίων τα 102 ανήκουν στη πρώτη ηλικιακή ομάδα 18-24 ετών και τα 94 στη δεύτερη ηλικιακή ομάδα 35-44 ετών.

Πίνακας 1. Δημογραφικά χαρακτηριστικά συμμετεχόντων στην έρευνα.

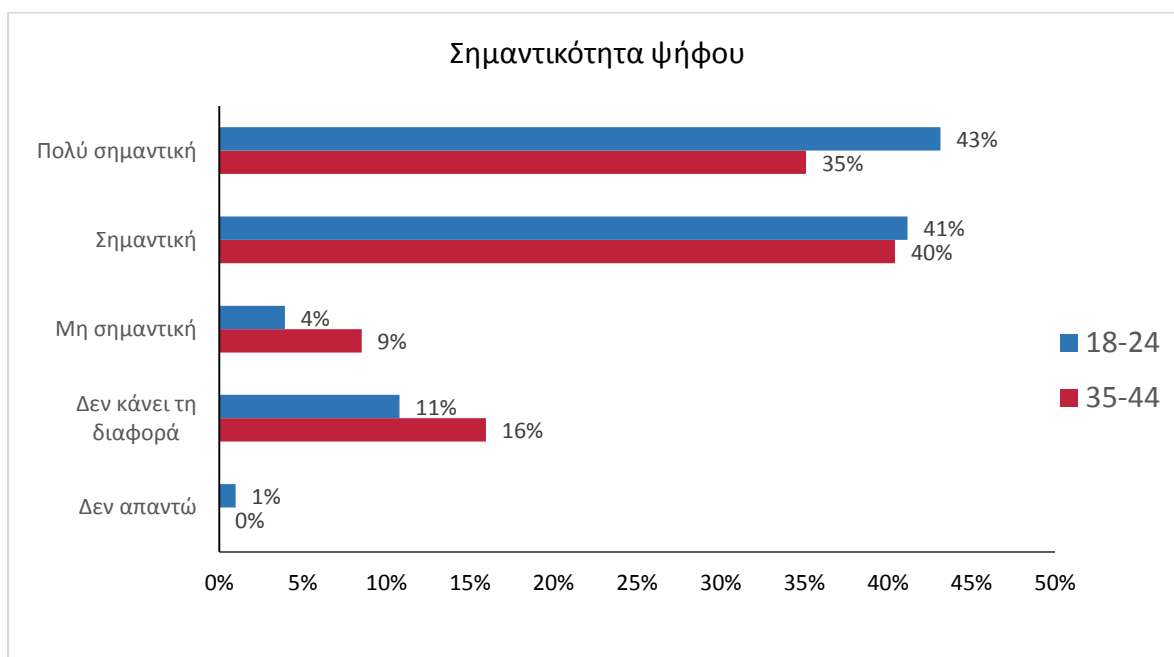
Χαρακτηριστικά		Ηλικιακή ομάδα	
		18-24	35-44
Φύλο	Άνδρες	35%	61%
	Γυναίκες	65%	39%
Εκπαίδευση	Δημοτικό	0%	11%
	Γυμνάσιο	1%	19%
	Λύκειο	15%	27%
	ΑΕΙ-ΤΕΙ	77%	31%
	Μεταπτυχιακό (MSc)	7%	7%
	Διδακτορικό(PhD)	0%	5%
	Εργασιακή κατάσταση	Εργαζόμενος(πλήρης απασχόλησης)	14%
Εργαζόμενος(μερικής απασχόλησης)		6%	15%
Άνεργος		8%	29%
Μαθητής-Φοιτητής		70%	0%
Εισοδηματίας		0%	1%
Οικιακά		0%	10%
Άλλο		2%	6%

Στις σημαντικότερες διαφορές μεταξύ των ηλικιακών ομάδων ανήκει η ποσοστιαία συμμετοχή ανδρών και γυναικών. Συγκεκριμένα, στην ηλικιακή ομάδα 18-24 το δείγμα αποτέλεσαν ως επί των πλείστον

γυναίκες (65%), με τους άνδρες να αποτελούν μόλις το 35% του δείγματος. Εν αντιθέσει, στην ηλικιακή ομάδα 35-44 το ποσοστό συμμετοχής των ανδρών ήταν σημαντικά υψηλότερο από αυτό των γυναικών (61% έναντι 39%). Όσον αφορά το επίπεδο εκπαίδευσης των δυο ηλικιακών ομάδων αξίζει να σημειωθεί ότι το 77% των νέων 18-24 διαθέτουν ανώτατη εκπαίδευση (Α.Ε.Ι.-Τ.Ε.Ι.) ενώ μόλις το 31% των ενηλίκων 35-44 διαθέτει ανώτατη εκπαίδευση. Ωστόσο όπως είναι αναμενόμενο, όσοι από τους συμμετέχοντες κατείχαν διδακτορικό δίπλωμα ανήκαν στην δεύτερη ηλικιακή ομάδα: ποσοστό μόλις 5% επί του συνόλου. Στην εργασιακή κατάσταση παρατηρούμε ότι οι περισσότεροι νέοι έχουν την ιδιότητα του φοιτητή (71%) με μόλις 20% των νέων να είναι εργαζόμενοι είτε πλήρους είτε μερικής απασχόλησης. Στην ηλικιακή ομάδα 35-44 ποσοστό μεγαλύτερο του 50% είναι εργαζόμενοι (πλήρους και μερικής απασχόλησης) κατά τη φάση διεξαγωγής της μελέτης εντούτοις, ένα σημαντικό ποσοστό ίσο με 29% δηλώνουν άνεργοι.

### 5.3 Περιγραφική ανάλυση των παραγόντων επηρεασμού της ψήφου

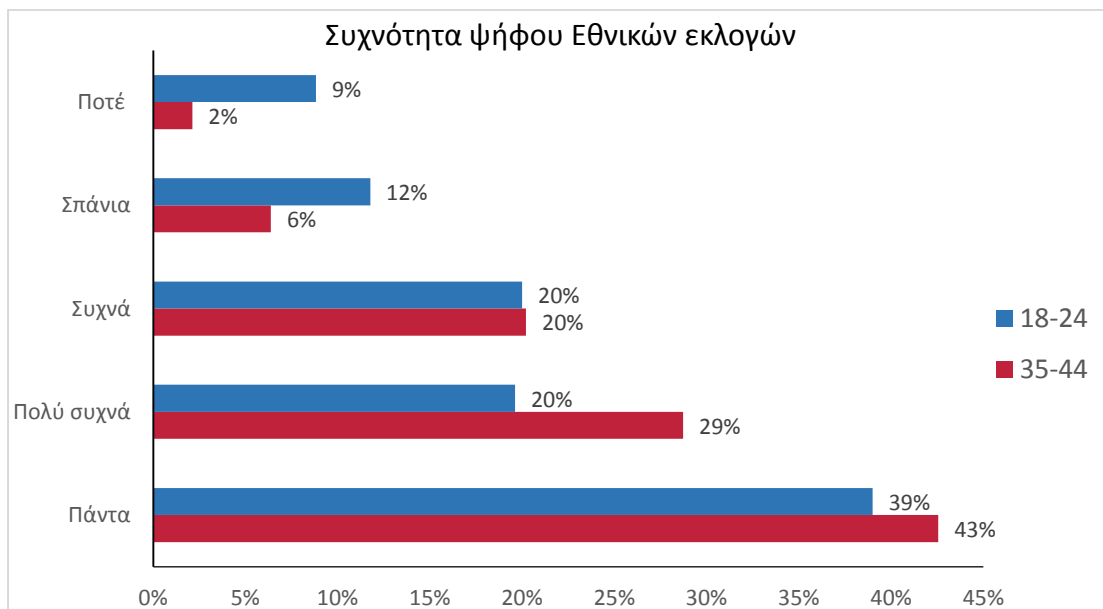
Η απάντηση «πολύ σημαντική – σημαντική» περί άποψης της σημαντικότητας της ψήφου όπως βλέπουμε στο διάγραμμα 2 σημειώνει αρκετά υψηλά ποσοστά και στις δυο ηλικιακές ομάδες. Η ηλικιακή ομάδα 18-24 απάντησε με ποσοστό 43% ότι η ψήφος είναι πολύ σημαντική σε σχέση με την ηλικιακή ομάδα 35-44 που απάντησε το ίδιο σε ποσοστό 35% γεγονός που δείχνει αφενός τη μεγαλύτερη προδιάθεση για συμμετοχή στις εκλογές και αφετέρου τη θετικότερη στάση στην εκλογική διαδικασία της πρώτης ομάδας.



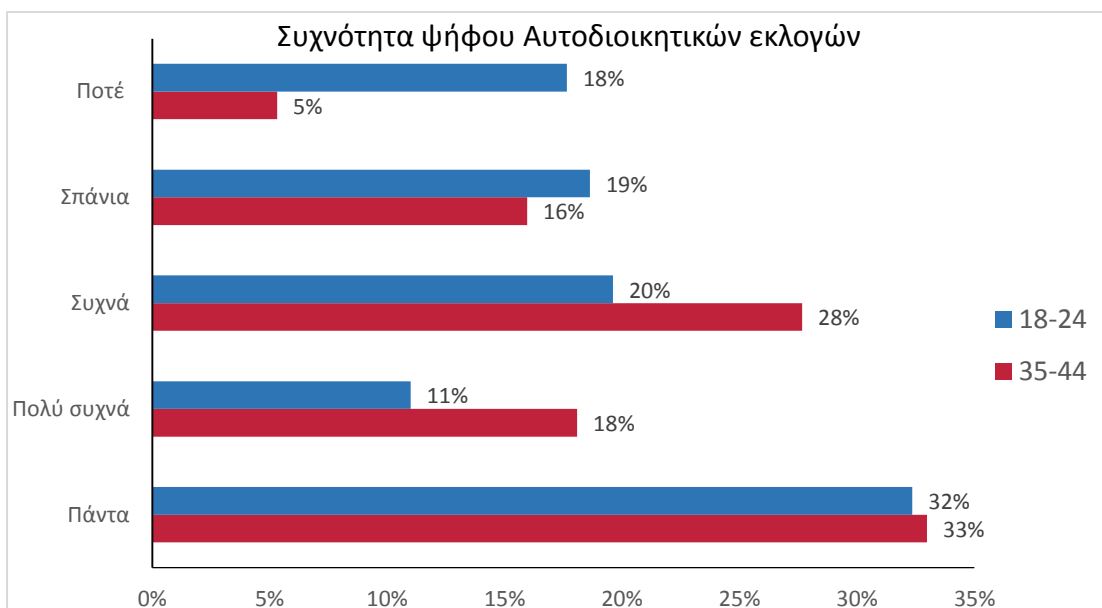
**Διάγραμμα 2.** Ποσοστιαίες απαντήσεις αναφορικά με τη σημαντικότητα της ψήφου για τις ηλικιακές ομάδες 18-24 και 34-44.

Στις απαντήσεις με αρνητικό πρόσημο «μη σημαντική», «δε κάνει τη διαφορά» η ομάδα 35-44 διαθέτει υψηλότερα ποσοστά σε σύγκριση με τους νέους. Συνολικά, 15% των νέων δήλωσε πως θεωρεί τη ψήφο «μη σημαντική, δε κάνει τη διαφορά» ενώ το αντίστοιχο αθροιστικό ποσοστό στην ηλικιακή ομάδα 35-44 είναι 25%. Τα αποτελέσματα αυτά καταδεικνύουν σημαντικές διαφορές μεταξύ των δυο ηλικιακών ομάδων, με την ομάδα των νέων να φαίνεται ότι υιοθετεί μια πιο θετική στάση όσον αφορά την εκλογική διαδικασία και τη σημαντικότητα της ψήφου, ενώ την ομάδα των 35-44 να ενστερνίζεται μια πιο θετική στάση όσον αφορά μόνο στη σημαντικότητα της ψήφου. Τα παραπάνω ποσοστά ταυτίζονται με το μέτρο εμπιστοσύνης των ψηφοφόρων απέναντι στις εκλογές συνεπώς δείχνουν ότι οι νέοι διατηρούν μια πιο θετική στάση έναντι των ενηλίκων 35-44.

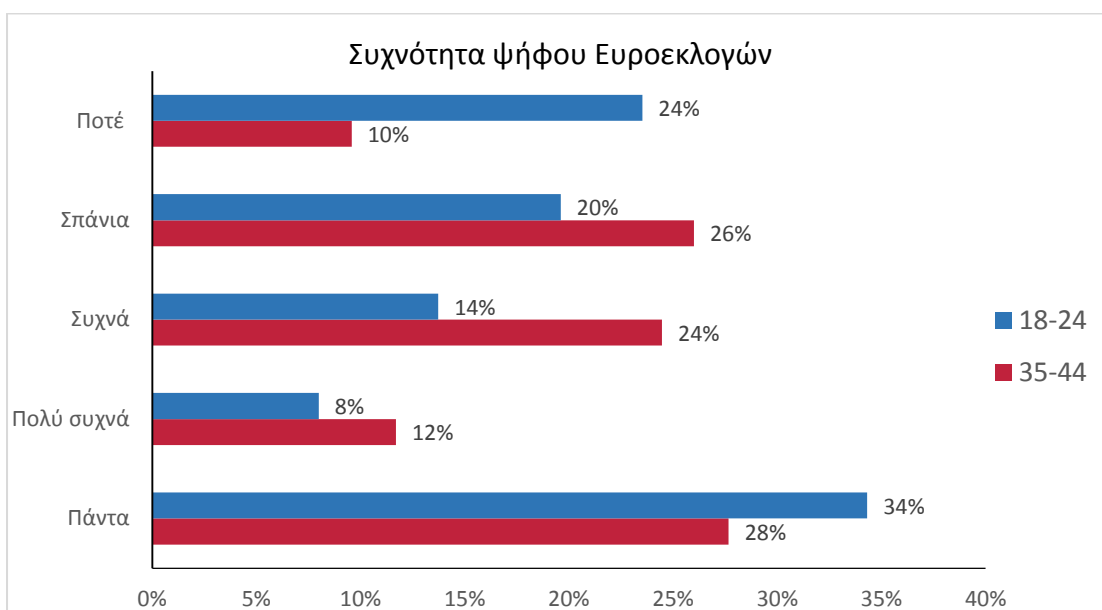
Όπως φαίνεται τα διαγράμματα (3α, 3β, 3γ) καταγράφουν τις απαντήσεις των ερωτηθέντων ως προς την συχνότητα της συμμετοχής τους στις εκλογές (εθνικές - αυτοδιοικητικές – ευρωεκλογές). Μέσω των απαντήσεών τους κατανοούμε σε πρώτο επίπεδο τη διαφορετική προσέγγιση των δυο ηλικιακών ομάδων σε καθεμία από τις εκλογικές διαδικασίες και σε δεύτερο επίπεδο παρατηρούμε ποια από τις τρεις αποσπά τα μεγαλύτερα ποσοστά συμμετοχής.



**Διάγραμμα 3α.** Συμμετοχή στις εθνικές εκλογές των ηλικιακών ομάδων 18-24 και 35-44.



**Διάγραμμα 3β.** Συμμετοχή στις αυτοδιοικητικές εκλογές των ηλικιακών ομάδων 18-24 και 35-44.



**Διάγραμμα 3γ.** Συμμετοχή στις ευρωεκλογές των ηλικιακών ομάδων 18-24 και 35-44

Στις εθνικές εκλογές ( διάγραμμα 3α) η απάντηση «πάντα» έχει υψηλά ποσοστά τόσο στη μία ηλικιακή ομάδα (18-24: 39%) όσο και στην άλλη (35-44: 43%), η διαφορά μεταξύ τους σημειώνεται στο 4%. Στις απαντήσεις «ποτέ, σπάνια» η ηλικιακή ομάδα 18-24 έχει υψηλότερα ποσοστά (9% και 12% αντίστοιχα) σε σχέση με την ηλικιακή ομάδα 35-44 (2% και 6% αντίστοιχα) γεγονός που υποδηλώνει ότι οι νέοι ψηφοφόροι έχουν χαμηλότερη συμμετοχική διάθεση στις εθνικές εκλογές πάντα σε σύγκριση με τους ψηφοφόρους 35-44.

Στο διάγραμμα 3β περιγράφεται η συμμετοχικότητα στις αυτοδιοικητικές εκλογές και μέσω των απαντήσεων των δυο ομάδων αποτυπώνονται τα εξής: η απάντηση «πάντα» έχει μικρή διαφορά της τάξεως του 1% ( 18-24: 32% και 35-44: 33%) δηλαδή κυμαίνεται στα ίδια επίπεδα, οι απαντήσεις «συχνά, πολύ συχνά» έχουν μεγαλύτερα ποσοστά στην ηλικιακή ομάδα 35-44, πιο συγκεκριμένα «συχνά» απάντησε το 28% και «πολύ συχνά» το 18% σε αντίθεση με την ηλικιακή ομάδα 18-24 η οποία απάντησε «συχνά» το 20% και «πολύ συχνά» το 12%. Επομένως διαφαίνεται το προβάδισμα στη συμμετοχικότητα στις ηλικίες 35-44. Βέβαια αυτό ενισχύεται και από την απάντηση «ποτέ» η οποία συγκεντρώνει το 18% στις ηλικίες 35-44, στον αντίποδα βρίσκεται το 5% των ηλικιών 18-24.

Στη συνέχεια το διάγραμμα 3γ περιγράφει τη συμμετοχικότητα στις ευρωεκλογές και παρατηρούμε τα εξής στοιχεία: η απάντηση «πάντα» συγκέντρωσε το 34% από την ηλικιακή ομάδα 18-24 και το 28% από την ηλικιακή ομάδα 35-44. Οι απαντήσεις «συχνά» και «πολύ συχνά» συγκέντρωσαν 24% και 12% αντίστοιχα από τις ηλικίες 35-44 ενώ από τις ηλικίες 18-24 συγκέντρωσαν 14% και 9%. Ιδιαίτερο σημείο του γραφήματος είναι ότι όσον αφορά στις αρνητικές απαντήσεις η μεν ηλικιακή ομάδα 18-24 απάντησε «σπάνια» με διαφορά ποσοστού της τάξεως του 7% από την ηλικιακή ομάδα 35-44 ενώ στην απάντηση «ποτέ» η ηλικιακή ομάδα 18-24 σημείωσε ποσοστό με διαφορά 14% από την άλλη ομάδα (18-24: 24%, 35-44:10%). Για ακόμη μια φορά φαίνεται πως η ηλικιακή ομάδα 35-44 έχει προβάδισμα όσον αφορά στη συμμετοχικότητα στις εκλογές, στη συγκεκριμένη περίπτωση στις ευρωεκλογές, σε σχέση με τους νέους 18-24. Εντούτοις τα ποσοστά συμμετοχικότητας είναι χαμηλότερα σε σχέση με τις εθνικές και τις αυτοδιοικητικές εκλογές και για τις δυο ηλικιακές ομάδες, γεγονός που ενδέχεται να δείχνει τη σύγχυση των πολιτών αναφορικά με το ρόλο των ευρωεκλογών.

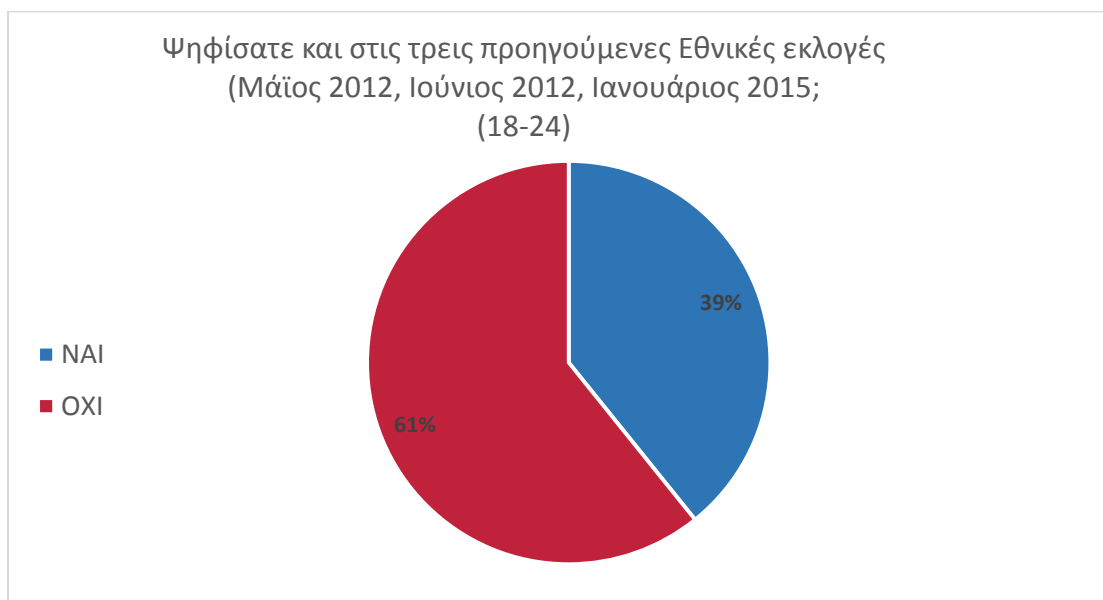
Μέσω της σύγκρισης των διαγραμμάτων 3α, 3β, 3γ διαπιστώνουμε ότι:

- Οι εθνικές εκλογές συγκεντρώνουν τη μεγαλύτερη συμμετοχή και από τις δυο ηλικιακές ομάδες. Εν συνεχεία ακολουθούν οι αυτοδιοικητικές εκλογές ενώ οι ευρωεκλογές σημειώνουν την χαμηλότερη συμμετοχικότητα και στις δυο ηλικιακές ομάδες.

- Η ηλικιακή ομάδα των 35-44 φαίνεται να έχει προβάδισμα όσον αφορά στη συμμετοχή στις εθνικές και αυτοδιοικητικές εκλογές σε σχέση με την ηλικιακή ομάδα των νέων 18-24 (άθροισμα απαντήσεων με θετικό πρόσημο: «συχνά, πολύ συχνά, πάντα» : 80% έναντι 92% και 64% με 79% αντίστοιχα. Ωστόσο, η διαφορά που σημειώνεται όσον αφορά στη συμμετοχή στις ευρωεκλογές είναι σχετικά μικρή (αντίστοιχα ποσοστά 57% και 64%)
- Οι Ευρωεκλογές παρουσιάζουν τα υψηλότερα ποσοστά στις αρνητικές απαντήσεις «σπάνια-ποτέ» και από τις δυο ηλικιακές ομάδες.

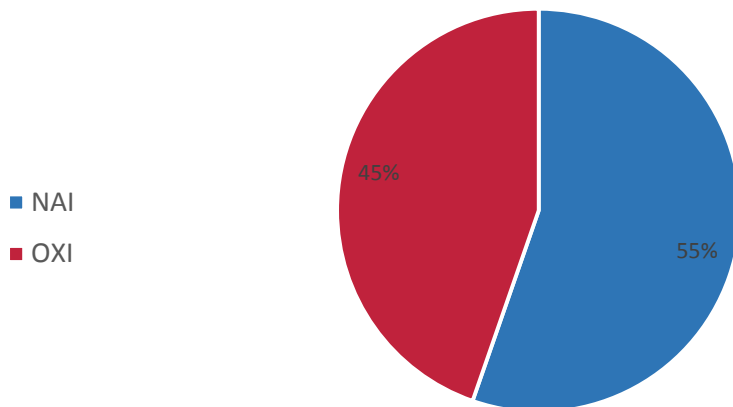
Τα ευρήματα αυτά καταδεικνύουν το ρόλο του κοινωνικού συνόλου στο οποίο εντάσσεται το άτομο και ο βαθμός στον οποίο ενστερνίζεται τη σημαντικότητα της ψήφου του όσον αφορά στην εύρυθμη λειτουργία της κοινωνίας. Τα άτομα της ηλικίας 35-44 έχουν προβάδισμα όσον αφορά στην αυτοτοποθέτηση τους στη κοινωνία ενώ η επαναστατική φύση των νέων συνδέεται με απόρριψη ιδεών και κατάργηση των «όποιων» συνόρων.

Τα διαγράμματα 3δ και 3ε επιδιώκουν να δείξουν το ποσοστό συμμετοχής των δυο ομάδων στις τρεις τελευταίες εθνικές εκλογές.



**Διάγραμμα 3δ.** Συμμετοχή στις τρεις προηγούμενες εθνικές εκλογές της ηλικιακής ομάδας 18-24 (Μάϊος 2012, Ιούνιος 2012, Ιανουάριος 2015).

Ψηφίσατε και στις τρεις προηγούμενες Εθνικές εκλογές  
(Μάιος 2012, Ιούνιος 2012, Ιανουάριος 2015);  
(35-44)

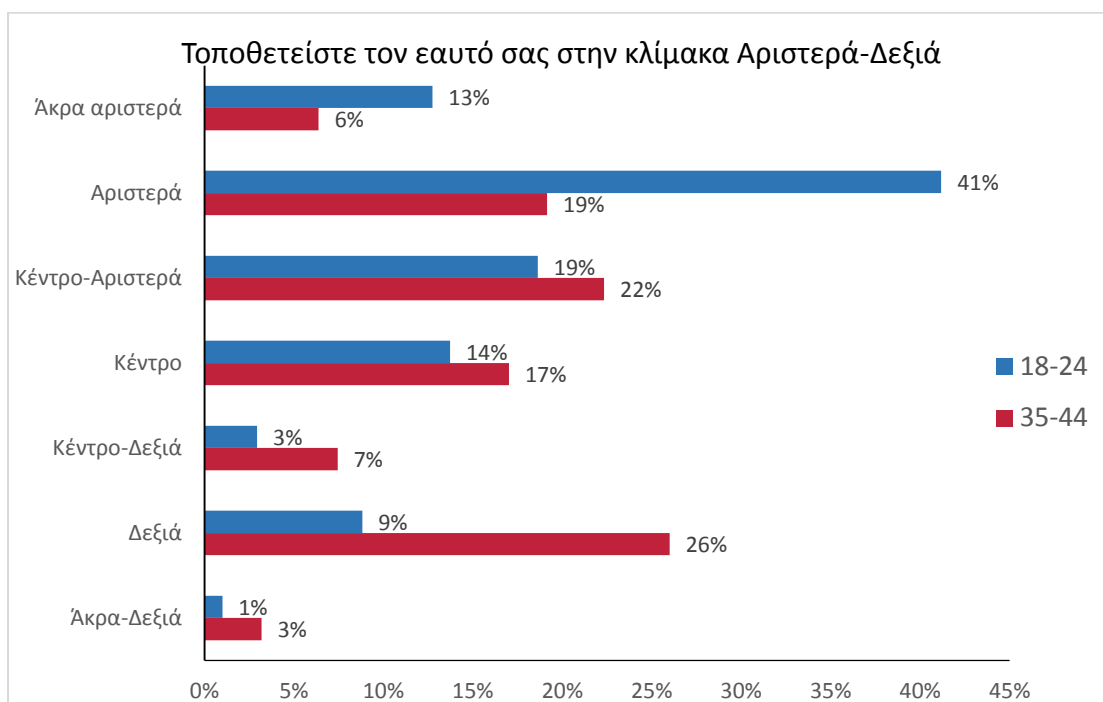


**Διάγραμμα 3ε.** Συμμετοχή στις τρεις προηγούμενες εθνικές εκλογές της ηλικιακής ομάδας 35-44 (Μάιος 2012, Ιούνιος 2012, Ιανουάριος 2015).

Οι ψηφοφόροι ηλικίας 18-24 συμμετείχαν με ποσοστό 39% στις τρεις τελευταίες εθνικές εκλογές ενώ οι ψηφοφόροι 35-44 συμμετείχαν με ποσοστό 55%. Η διαφορά συμμετοχής που σημειώνεται είναι αρκετά σημαντική (16%) και επισημαίνει τη χαμηλή προδιάθεση των νέων για συμμετοχή στις εθνικές εκλογές σε άμεση σύγκριση πάντα με τους ψηφοφόρους ηλικίας 35-44, γεγονός που επιβεβαιώνεται και από τα ευρήματα όσον αφορά στην συχνότητα ψήφου στις εθνικές εκλογές (γράφημα 2α).



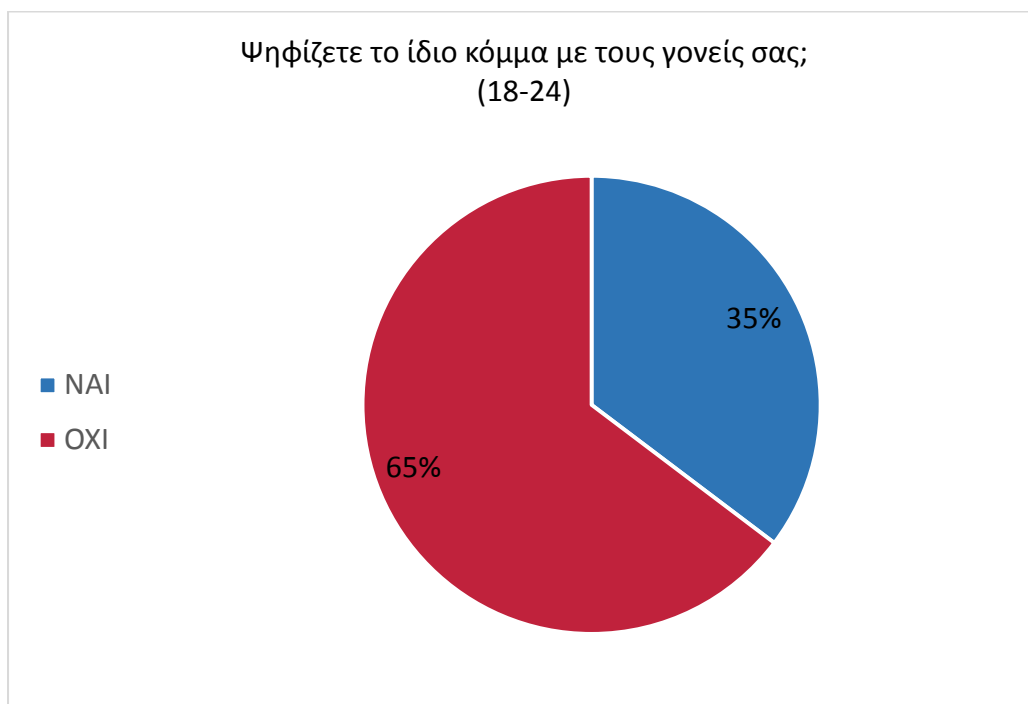
Στο διάγραμμα 4 παρουσιάζεται η ιδεολογική ταυτότητα των ψηφοφόρων με στόχο να ερευνησουμε τις ιδεολογικές θέσεις των δυο ομάδων.



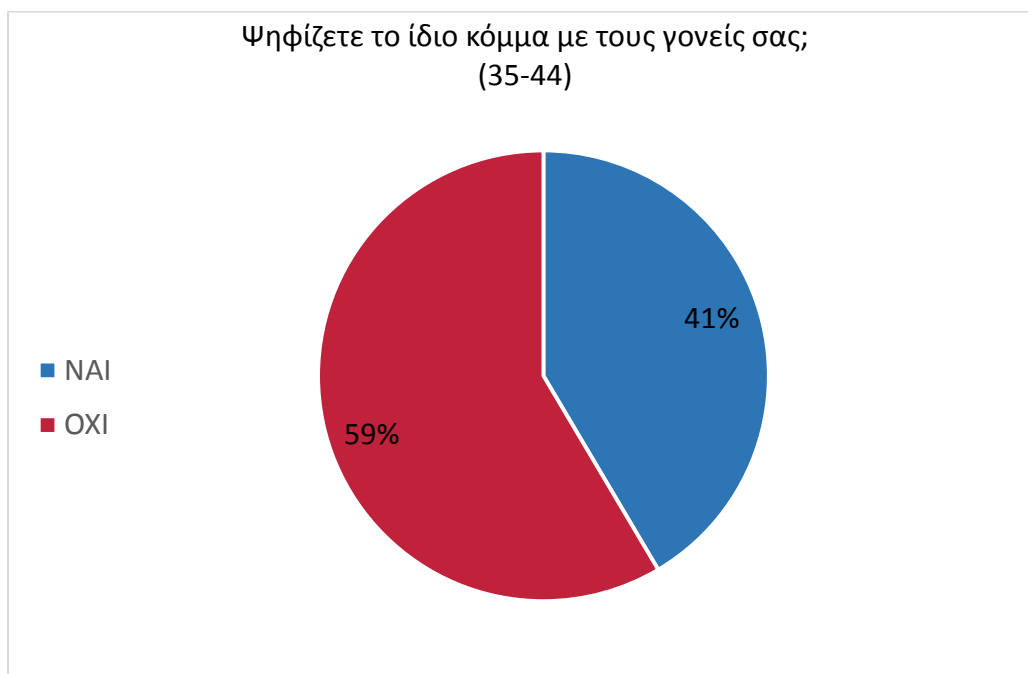
**Διάγραμμα 4.** Ιδεολογική τοποθέτηση (Αριστερά – Δεξιά) των ηλικιακών ομάδων 18-24 και 35-44.

Ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι σημαντικές διαφορές που παρατηρούνται μεταξύ των δυο ηλικιακών ομάδων όσον αφορά στην αυτό - τοποθέτηση των συμμετεχόντων στις θέσεις αριστερά – δεξιά. Έτσι, το 41% των νέων 18-24 δηλώνουν πως εντάσσουν τον εαυτό τους στην αριστερά ενώ το αντίστοιχο ποσοστό στην ηλικιακή ομάδα 35-44 ανέρχεται στο 19%. Εν αντιθέσει, ποσοστό ίσο με 26% των 35-44 τοποθετούνται στη δεξιά, με μόλις 9% των νέων να ανήκει στην ίδια τοποθέτηση.

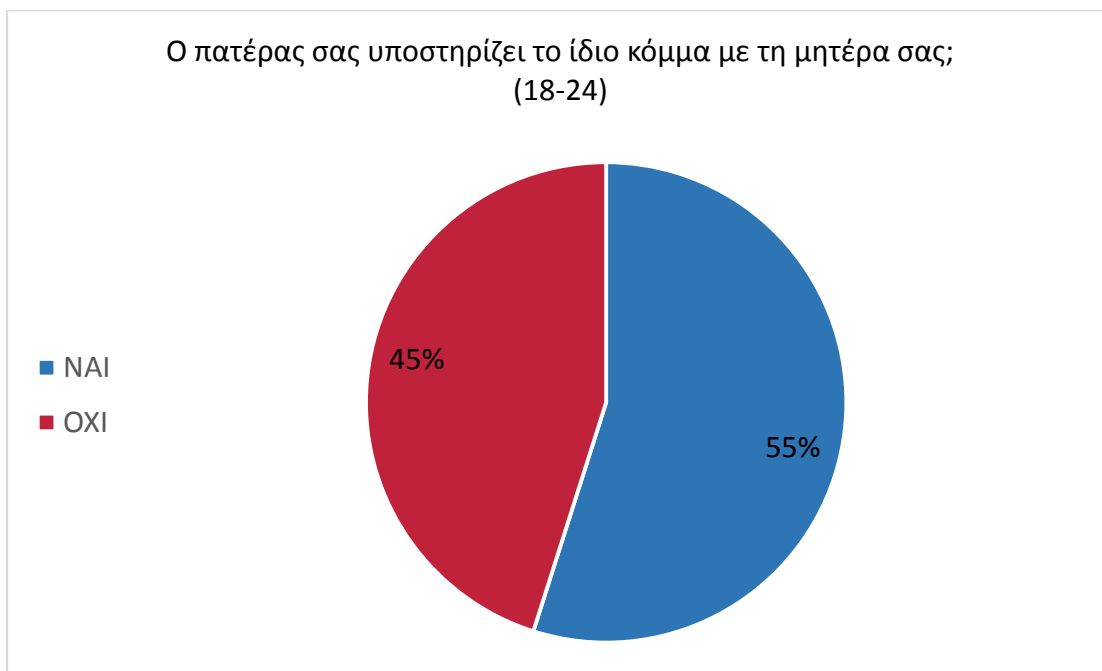
Θα παρατηρήσουμε στα διαγράμματα 5α, 5β, 5δ το παράγοντα «οικογένεια» ως προς τον επηρεασμό της ψήφου των δύο ομάδων.



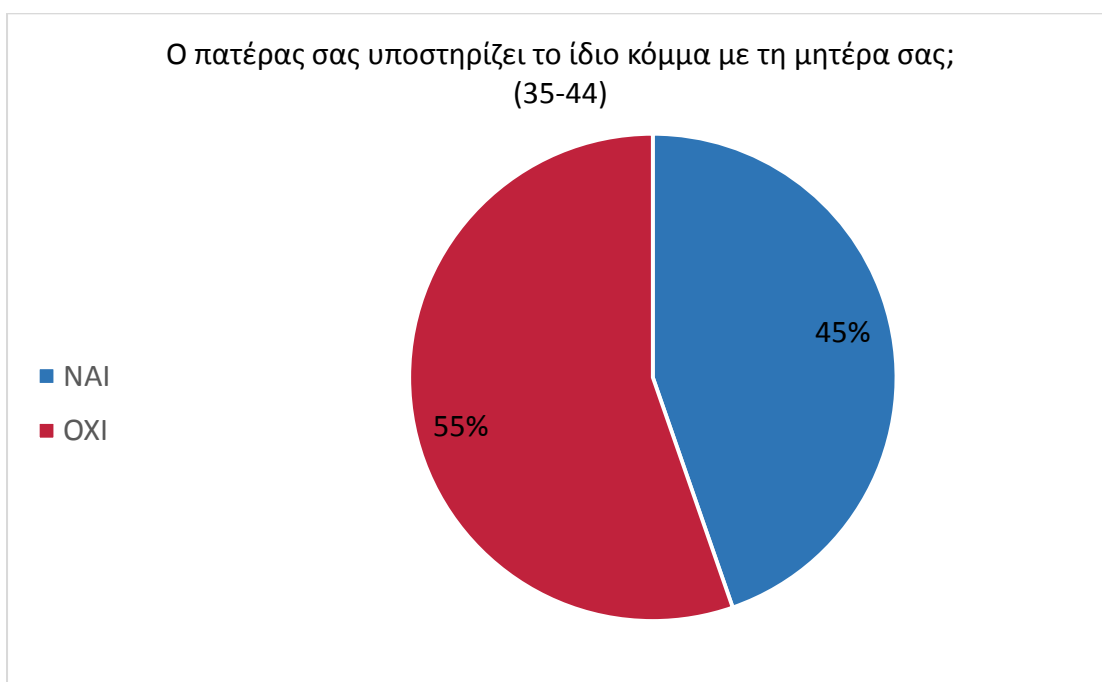
**Διάγραμμα 5α.** Ποσοστιαίες απαντήσεις αναφορικά με την επιρροή της οικογένειας στην ηλικιακή ομάδα 18-24.



**Διάγραμμα 5β.** Ποσοστιαίες απαντήσεις αναφορικά με την επιρροή της οικογένειας στην ηλικιακή ομάδα 35-44.



**Διάγραμμα 5γ.** Συσχέτιση ψήφου των γονιών της ηλικιακής ομάδας 18-24.



**Διάγραμμα 5δ.** Συσχέτιση ψήφου των γονιών της ηλικιακής ομάδας 35-44.

Η ηλικιακή ομάδα 35-44 δήλωσε ότι ψηφίζει το ίδιο κόμμα με τους γονείς της με ποσοστό 41% ενώ μικρότερο ποσοστό των νέων 18-24, ίσο με 35% δήλωσε το ίδιο. Καταγράφεται η τάση των νέων ψηφοφόρων να επηρεάζονται λιγότερο από τη ψήφο των γονιών τους. Ακόμη, η συσχέτιση ψήφου των γονιών ( 4γ, 4δ) των δυο ομάδων δείχνει ότι μεν ψήφος των γονιών των νέων 18-24 είναι ίδια σε ποσοστό 55% ενώ των ψηφοφόρων 35-44 ανέρχεται σε ποσοστό 45%.

Πίνακας 2. Κομματική ταύτιση των ηλικιακών ομάδων 18-24 και 35-44.

Στις προηγούμενες Εθνικές εκλογές (Ιανουάριος 2015) ψηφίσατε:			Αν γίνονταν αύριο Εθνικές εκλογές θα ψηφίζατε:		
Κόμμα	Ηλικιακή ομάδα		Κόμμα	Ηλικιακή ομάδα	
	18-24	35-44		18-24	35-44
ΣΥΡΙΖΑ	36%	26%	ΣΥΡΙΖΑ	33%	20%
ΝΔ	8%	18%	ΝΔ	4%	14%
ΧΡΥΣΗ ΑΥΓΗ	3%	6%	ΧΡΥΣΗ ΑΥΓΗ	2%	5%
ΤΟ ΠΟΤΑΜΙ	3%	9%	ΤΟ ΠΟΤΑΜΙ	2%	7%
ΚΚΕ	11%	6%	ΚΚΕ	12%	7%
ΑΝ.ΕΛ.	0%	5%	ΑΝ.ΕΛ.	0%	5%
ΠΑΣΟΚ	0%	3%	ΠΑΣΟΚ	0%	1%
ΑΛΛΟ	9%	12%	ΑΛΛΟ	13%	16%
ΛΕΥΚΟ	0%	2%	ΛΕΥΚΟ	2%	3%
ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ	8%	6%	ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ	19%	10%
ΔΕΝ ΨΗΦΙΣΑ	22%	7%	ΔΕΝ ΨΗΦΙΣΑ ΘΑ	13%	12%

Ο πίνακας 2 εξυπηρετεί τη σύγκριση των ποσοστών όσον αφορά στη τάση κομματικής ταύτισης των δυο ηλικιακών ομάδων. Φαίνεται αισθητή η ταύτιση και των δυο ηλικιακών ομάδων στο κόμμα του ΣΥΡΙΖΑ καθώς 36% των νέων 18-24 δήλωσαν ότι ψήφισαν το κόμμα αυτό στις προηγούμενες εθνικές εκλογές και ότι εάν γίνονταν αύριο εκλογές ποσοστό ίσο με 33% θα ψήφιζαν ξανά το ίδιο κόμμα, γεγονός που σημειώνει μόνο το 3% απώλεια ψηφοφόρων για το ΣΥΡΙΖΑ. Όσον αφορά τους ενήλικες 35-44, 26% δήλωσαν ότι ψήφισαν ΣΥΡΙΖΑ στις προηγούμενες εκλογές, ενώ σε υποθετικές μελλοντικές εκλογές το 20% θα συνέχιζε να στηρίζει το κόμμα με απώλεια της τάξης του 6%. Η πρόθεση ψήφου προς το κόμμα της ΝΔ μειώθηκε αρκετά κυρίως από τους ψηφοφόρους 18-24, αφού σε υποθετικές μελλοντικές μελέτες φαίνεται να παραμένουν σταθεροί στην στήριξη της ΝΔ μόνο το 50% των ψηφοφόρων (μείωση από 8% στο 4%)

Σταθερό ποσοστό κομματικής ταύτισης διαθέτει το ΚΚΕ, και από τις δυο ομάδες ψηφοφόρων αφού το ποσοστό που στήριξαν ΚΚΕ φαίνεται να παραμένει σταθερό και να στηρίζει το κόμμα σε πιθανές ερχόμενες εκλογές. Πιο αναλυτικά το 11% των νέων 18-24 στις προηγούμενες εκλογές ψήφισε ΚΚΕ και το 12% απάντησε ότι θα συνεχίζει να ψηφίζει ΚΚΕ. Το ίδιο φαινόμενο παρατηρήθηκε και στην ηλικιακή ομάδα 35-44 όπου το 6% ψήφισε ΚΚΕ και ποσοστό ίσο με 7% απάντησε ότι θα συνεχίζει ψηφίζει ΚΚΕ. Επιπροσθέτως, σημειώνεται μια ποσοτική μεταστροφή στην επιλογή «άλλο» που υποδηλώνει τη μη ικανοποίηση των ψηφοφόρων με την επιλογή τους στις προηγούμενες εθνικές εκλογές. Η ηλικιακή ομάδα των νέων 18-24 απάντησε με ποσοστό 9% ότι ψήφισε ένα μικρότερο κόμμα και μελλοντικά το ποσοστό αυξήθηκε. Συγκεκριμένα, 13% των νέων δήλωσε ότι θα ψήφιζε ένα άλλο κόμμα σε πιθανές μελλοντικές εκλογές. Η ίδια τάση παρατηρείται και στην ηλικιακή ομάδα 35-44, με αύξηση της επιλογής «άλλο» κατά 4%. Η αποχή στους νέους βέβαια είναι αρκετά υψηλά καθώς το 22% δεν ψήφισε στις προηγούμενες εθνικές εκλογές και το 13% δήλωσε ότι θα συνεχίσει να απέχει από την εκλογική διαδικασία, παρ' ότι το ποσοστό μειώθηκε εκφράζει τη δυσαρέσκεια που επικρατεί στους νέους. Η αποχή στους ψηφοφόρους 35-44 ήταν μικρότερη στις προηγούμενες εκλογές, το 7% δήλωσε ότι απείχε, εντούτοις, το ποσοστό αποχής φαίνεται να αυξάνει σε πιθανές μελλοντικές εκλογές(12%), υποδηλώνοντας τη δυσαρέσκεια και την έλλειψη πολιτικής ταύτισης και στις ηλικίες 35-44.

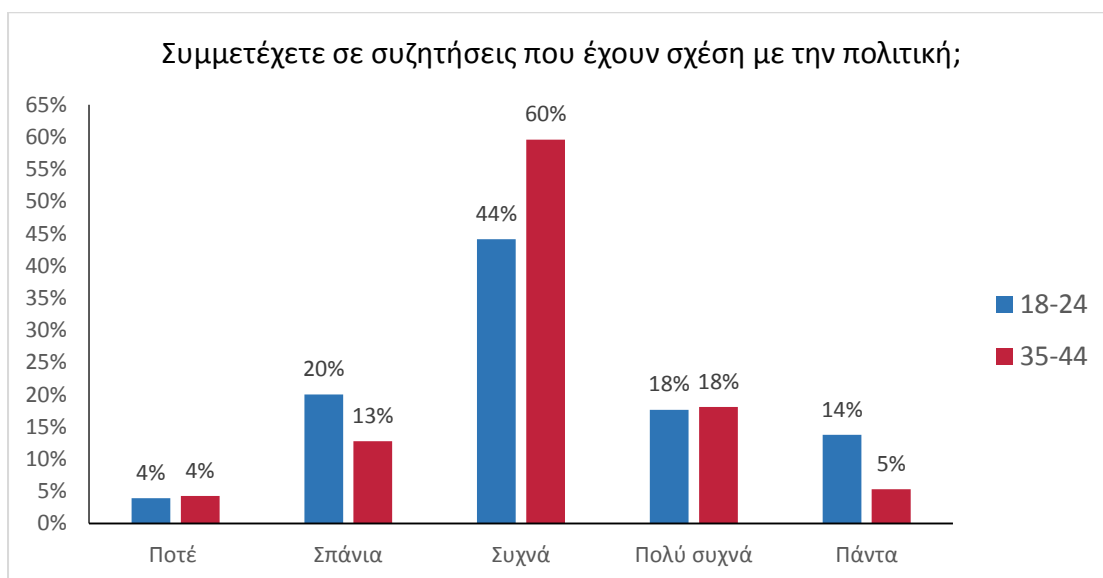
Το διάγραμμα 6α καταγράφει τις γνώμες των ψηφοφόρων 18-24 και 35-44 σχετικά με τη διάθεσή τους απέναντι στη πολιτική. Η προδιάθεση των ψηφοφόρων για τη πολιτική αναδεικνύει τις σκέψεις τους με θετικό ή αρνητικό πρόσημο.



**Διάγραμμα 6α.** Προδιάθεση για την έννοια της πολιτικής από τις ηλικιακές ομάδες 18-24 και 35-44.

Η προδιάθεση «δυσπιστία» έχει το υψηλότερο ποσοστό 45% από τους ψηφοφόρους 35-44, ποσοστό αντιπροσωπευτικό για τα συναισθήματα τους προς το πολιτικό βίο της χώρας και ότι διαμορφώνει αυτόν. Η «δυσπιστία» στους νέους 18-24 ετών δηλώθηκε με ποσοστό 20% γεγονός που αναδεικνύει τη διαφορά αντίληψης της πολιτικής έννοιας (25%) με τους ενήλικες 35-44. Ένα αξιοσημείωτο ακόμη ποσοστό είναι το 35% που δίδεται στην απάντηση «ενδιαφέρον» από τους νέους 18-24, εν αντιθέσει με τους ενήλικες 35-44 που μόλις το 26% δηλώνει το ίδιο. Η γενικότερη θετική διάθεση των νέων απέναντι στην έννοια της πολιτικής φαίνεται και από το συνολικό ποσοστό των συμμετεχόντων που δήλωσαν πως η πολιτική τους προξενεί είτε ενδιαφέρον είτε διάθεση συμμετοχής είτε ενθουσιασμό συγκριτικά με το συνολικό ποσοστό εκείνων που δήλωσαν συσχέτιση με μια αρνητική έννοια στη πολιτική (56% έναντι 45%). Εν αντιθέσει, τα άτομα ηλικίας 35-44 ως επί των πλείστων δηλώνουν συσχέτιση της πολιτικής με αρνητικές διαθέσεις (τα αντίστοιχα ποσοστά είναι 39% έναντι 62%), στοιχείο που ενδέχεται να αντικατοπτρίζει το γενικότερο αρνητικό κλίμα για τη πολιτική στην Ελλάδα καθώς και την αγανάκτηση των ψηφοφόρων έπειτα από επανειλημμένες εκλογικές διαδικασίες.

Μέσω του διαγράμματος 6β αναλύουμε τη συμμετοχή των ψηφοφόρων σε πολιτικές συζητήσεις. Αντιπροσωπευτικό δείκτη του πολιτικού ενδιαφέροντος αποτελούν οι πολιτικές συζητήσεις οι οποίες είναι ανταλλαγή πολιτικών απόψεων.

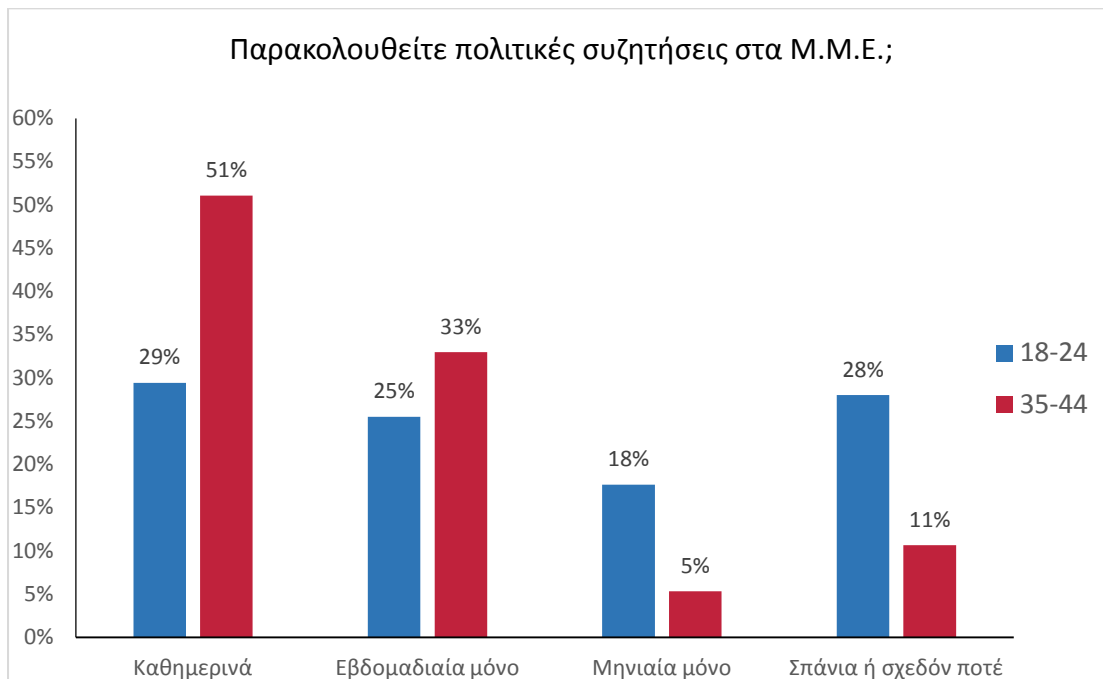


**Διάγραμμα 6β.** Συχνότητα συμμετοχής σε πολιτικές συζητήσεις των ηλικιακών ομάδων 18-24 και 35-44.

Η απάντηση «συχνά» αποσπά τα υψηλότερα ποσοστά και από τις δυο ομάδες: οι νέοι 18-24 δήλωσαν με ποσοστό 44% και οι ενήλικες 35-44 με ποσοστό που φτάνει το 60%. Στην απάντηση «πολύ συχνά» οι δυο ομάδες ψηφοφόρων ταυτίζονται απόλυτα καθώς απέσπασαν το 18%. Την αρνητική απάντηση «σπάνια»

προτίμησε το 20% των νέων και μόλις το 13% των ενηλίκων 35-44. Συνολικά διαπιστώνεται, μια μεγαλύτερη τάση των ηλικιών 35-44 για συμμετοχή σε πολιτικές συζητήσεις.

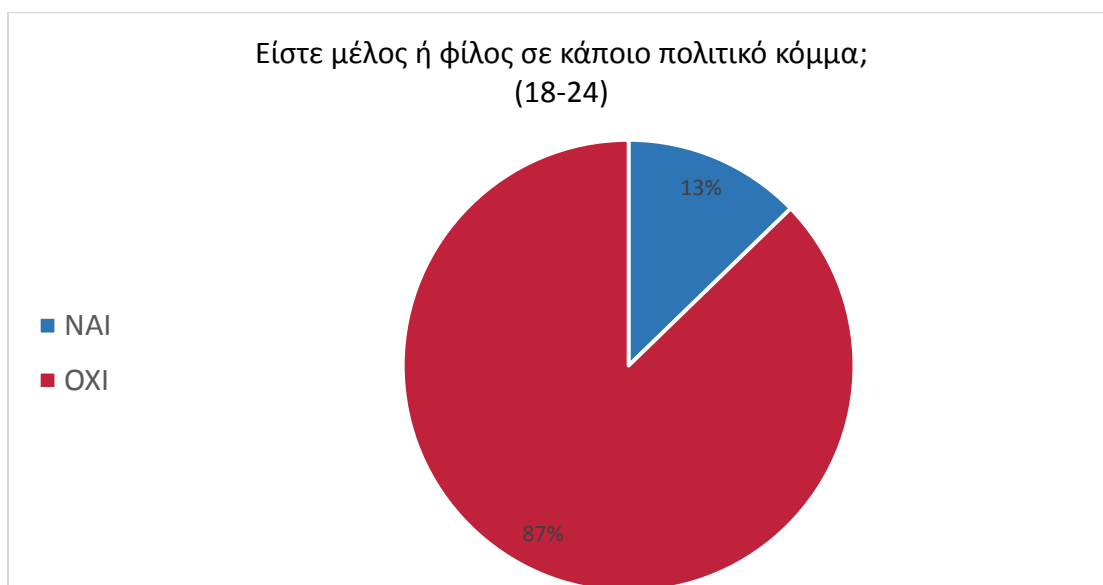
Το διάγραμμα 6β καταγράφει τη χρήση των Μ.Μ.Ε. από τις δυο ηλικιακές ομάδες όσον αφορά τη συχνότητα παρακολούθησης πολιτικών συζητήσεων.



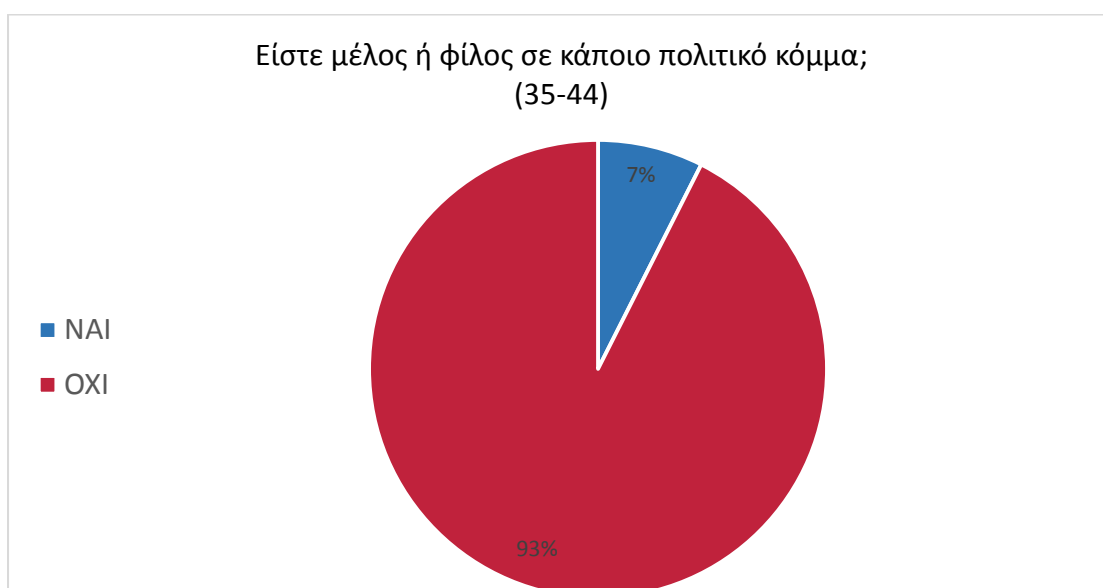
**Διάγραμμα 6γ.** Συχνότητα παρακολούθησης πολιτικών συζητήσεων των ηλικιακών ομάδων 18-24 και 35-44.

Η χρήση των Μ.Μ.Ε. από τις δυο ηλικιακές ομάδες για να ενημερωθούν για τα πολιτικά τεκταινόμενα στη χώρα καταγράφεται ως εξής: το 51% της ηλικίας 35-44 αναφέρει ότι ενημερώνεται σε καθημερινή βάση, ενώ μόλις το 29% των της ηλικίας 18-24 το ίδιο. Η ένδειξη αυτή παραπέμπει στο γεγονός ότι τα άτομα στις ηλικίες 35-44 ανησυχούν περισσότερο για τις εξελίξεις σε σύγκριση με τους νέους, οι περισσότεροι των οποίων δεν έχουν άμεση επίδραση από τις πολιτικές εξελίξεις. Η απάντηση «εβδομαδιαία μόνο» συγκέντρωσε πάλι μεγαλύτερο ποσοστό από την ομάδα 35-44 με ποσοστό 33% ενώ το 25% των νέων δήλωσε ότι παρακολουθεί σε εβδομαδιαία βάση το τι συμβαίνει στο κόσμο της πολιτικής. Στον αντίποδα βρίσκονται οι απαντήσεις «μηνιαία μόνο, σπάνια ή σχεδόν ποτέ» οι οποίες αποσπών υψηλά ποσοστά από τις ηλικίες 18-24 σε σύγκριση με τα ποσοστά των ηλικιών 35-44. Ειδικότερα, η απάντηση «σπάνια ή σχεδόν ποτέ» αποσπά το 28% των νέων έναντι του μόλις 11% της ηλικιακής ομάδας 35-44.

Η ερώτηση περί ενεργού συμμετοχής σε κάποιο κόμμα (διαγράμματα 6δ και 6ε) διαφαίνεται ότι καταγράφει παρόμοιες τάσεις στις απαντήσεις των δύο ηλικιακών ομάδων.



**Διάγραμμα 6δ.** Ποσοστά συμμετοχής σε πολιτικό κόμμα της ηλικιακής ομάδας 18-24.



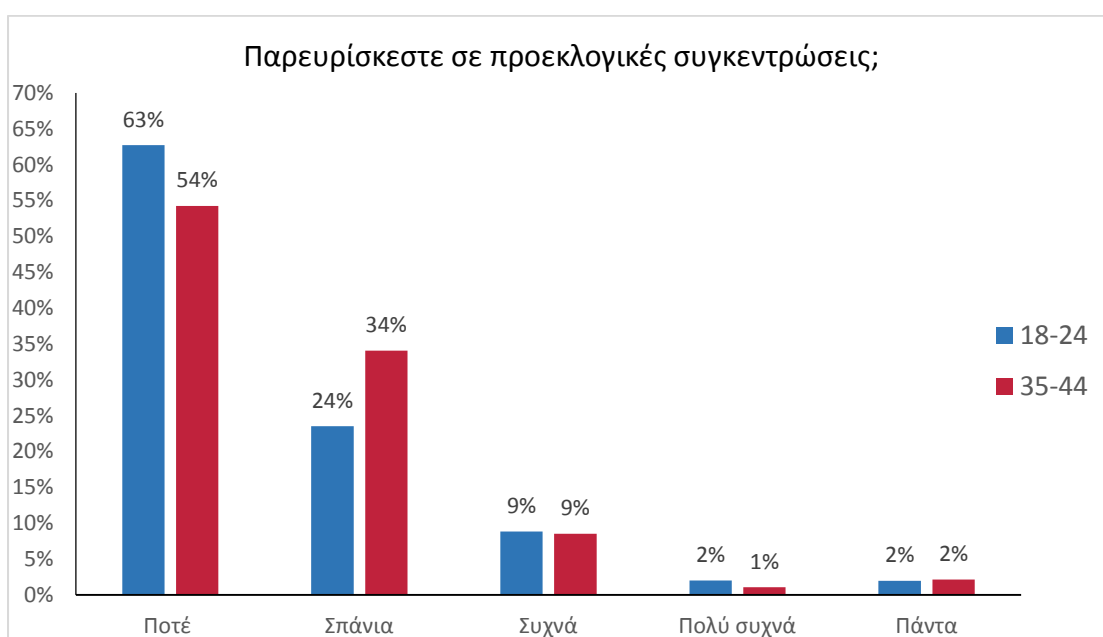
**Διάγραμμα 6ε.** Ποσοστά συμμετοχής σε πολιτικό κόμμα της ηλικιακής ομάδας 35-44.

Οι νέοι δήλωσαν ότι δεν είναι μέλη ή φίλοι σε κάποιο πολιτικό κόμμα κατά ποσοστό 87% και οι ενήλικες 35-44 κατά ποσοστό 93%. Είναι εμφανές ότι τα υψηλά ποσοστά που συγκεντρώνει το «όχι» και στις δυο



ομάδες δεν αφήνει περιθώρια αμφισβήτησης, βέβαια πρέπει να επισημανθεί ότι η απάντηση «ναι» συγκεντρώνει με μικρή διαφορά υψηλότερο ποσοστό από τους νέους με 13% των νέων να αποτελούν ενεργό μέλος σε κάποιο κόμμα και το αντίστοιχο ποσοστό στους ενήλικες 35-44 να ανέρχεται στο 7%. Συγκριτικά, φαίνεται ότι σχεδόν διπλάσιο ποσοστό των νέων εντάσσονται ενεργά σε κάποιο κόμμα σε σχέση με τους ενήλικες ηλικίας 35-44.

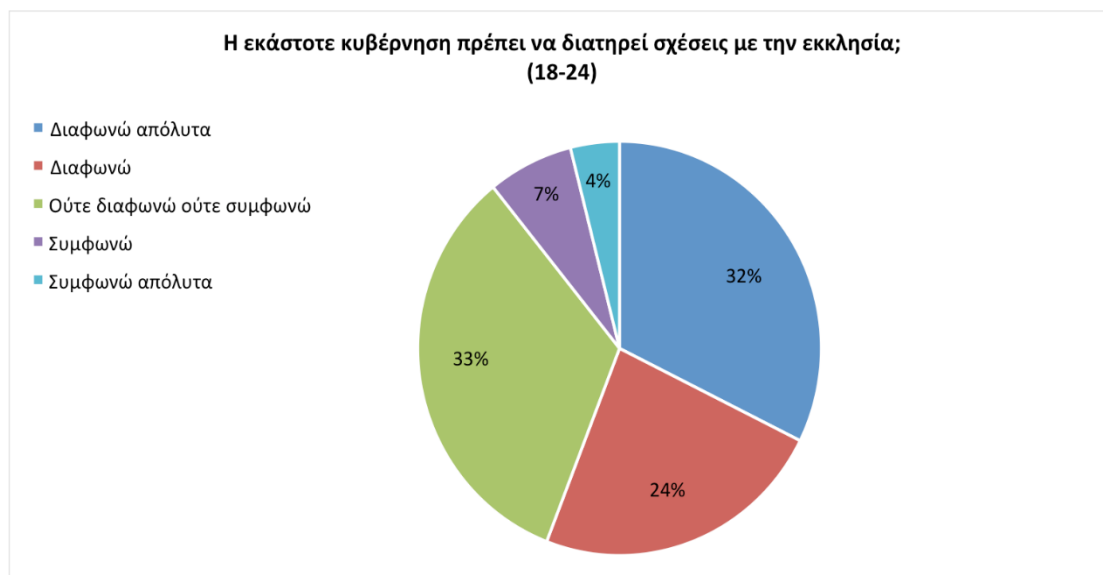
Το διάγραμμα 6ζ παρουσιάζει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος και των δυο ηλικιακών ομάδων απαντούν ότι δεν παρευρίσκονται ποτέ σε προεκλογικές συγκεντρώσεις.



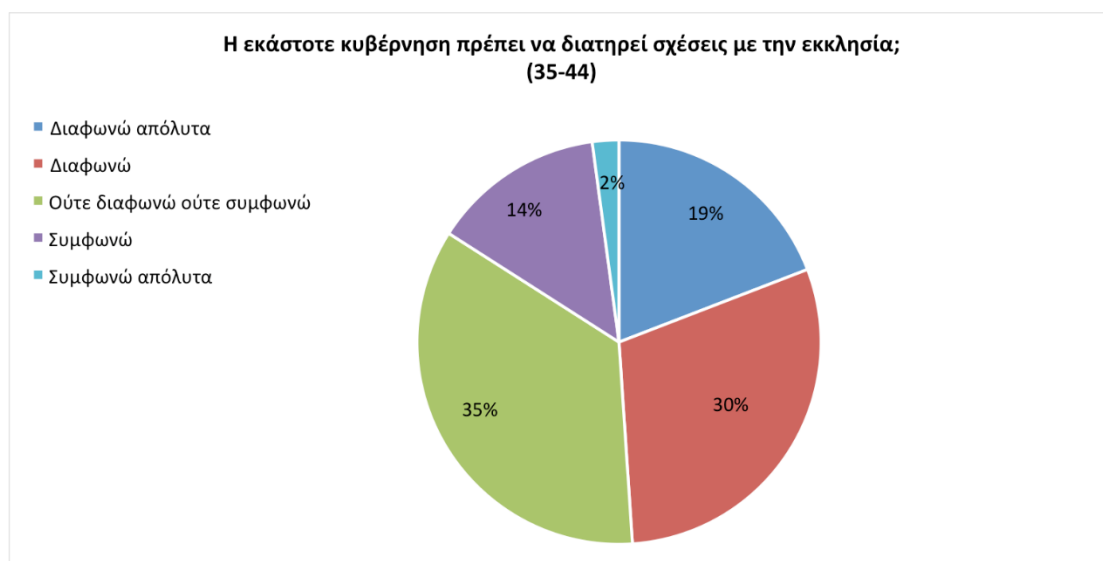
**Διάγραμμα 6ζ.** Ποσοστά συμμετοχής σε προεκλογικές συγκεντρώσεις των ηλικιακών ομάδων 18-24 και 35-44.

Πιο ειδικά, παρατηρούμε ότι η ηλικιακή ομάδα 18-24 απάντησε με ποσοστό 63% και η ηλικιακή ομάδα απάντησε με ποσοστό 54%, με 9% διαφορά. Επιπλέον, η απάντηση «σπάνια» συγκέντρωσε αρκετά υψηλά ποσοστά, το 24% των νέων και το 34% των ηλικιών 35-44. Οι απαντήσεις με θετικό πρόσημο «συχνά, πολύ συχνά, πάντα» απέσπασαν ιδιαίτερα χαμηλά ποσοστά και από τις δύο ομάδες.

Οι απόψεις των ηλικιακών ομάδων για τη στάση που επιθυμούν να κρατάει η εκάστοτε κυβέρνηση με την εκκλησία περιγράφονται από τα διαγράμματα 7α και 7β.



**Διάγραμμα 7α.** Ποσοστιαίες απαντήσεις για το ρόλο της εκκλησίας της ηλικιακής ομάδας 18-24.

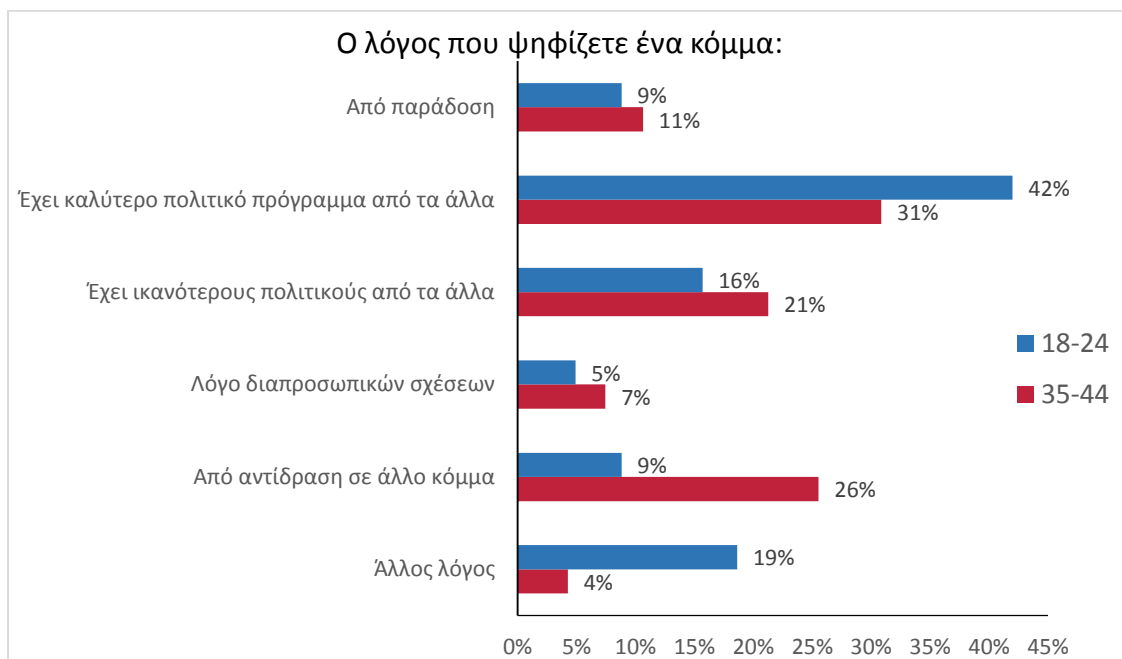


**Διάγραμμα 7β.** Ποσοστιαίες απαντήσεις για το ρόλο της εκκλησίας της ηλικιακής ομάδας 35-44.

Τα ποσοστά των παραπάνω διαγραμμάτων ως εξής: η ουδέτερη απάντηση «ούτε διαφωνώ, ούτε συμφωνώ» συγκέντρωσε τα πιο υψηλά ποσοστά και από τις δυο ομάδες με ελάχιστη ποσοστιαία διαφορά 2%, 33% των νέων ασπάζονται την άποψη αυτή και 35% της ηλικιακής ομάδας 35-44. Οι απαντήσεις που εκφράζουν τη διαφωνία είτε την απόλυτη διαφωνία αποσπούν αρκετά σημαντικά ποσοστά, οι νέοι με ποσοστό 32% δηλώνουν την έντονη διαφωνία τους εν αντιθέσει με το ποσοστό 19% των ενηλίκων 35-44, εν

συνεχία η «διαφωνία» συγκεντρώνει ποσοστό 24% από τους 18-24 και το 30% από τους 35-44. Ακόμη το ποσοστό 14% της ομάδας 35-44 συμφωνούν ότι η εκάστοτε κυβέρνηση πρέπει να έχει σχέσεις αλληλεπίδρασης με την εκκλησία, ενώ μόλις το 7% των νέων δήλωσε το ίδιο.

Τα πολιτικά κίνητρα που λαμβάνουν υπόψη τους οι ψηφοφόροι των δυο ηλικιών παρουσιάζονται στο διάγραμμα 8.



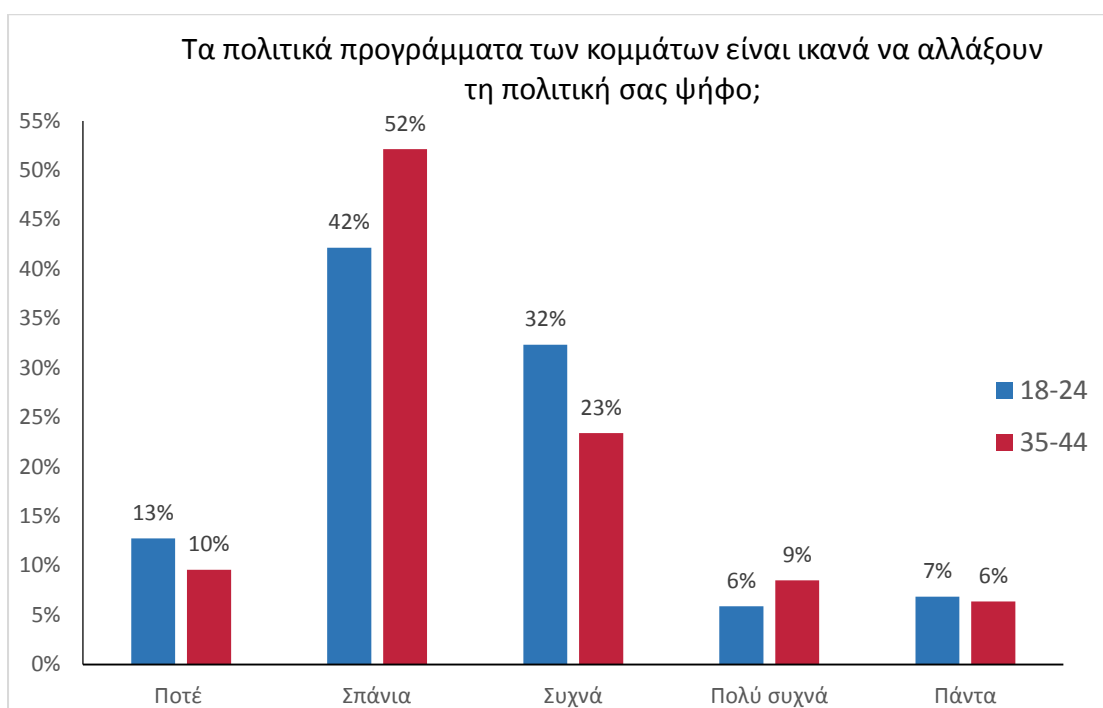
**Διάγραμμα 8.** Πολιτικά κίνητρα των ηλικιακών ομάδων 18-24 και 35-44.

Βασικότερο κίνητρο ψήφου και για τις δυο ηλικιακές ομάδες είναι το πολιτικό πρόγραμμα των κομμάτων. Έτσι, νέοι 18-24 και ενήλικες ηλικίας 35-44 δήλωσαν ως σημαντικότερο παράγοντα ψήφου το κόμμα που επιλέγουν να έχει καλύτερο πολιτικό πρόγραμμα από τα υπόλοιπα με ελάχιστα ποσοστά συμμετεχόντων να ασπάζονται την άποψη αυτή: 42% για τους νέους και 31% για τις ηλικίες 35-44. Εν συνεχεία, οι νέοι δήλωσαν ως δεύτερο λόγο «άλλο λόγο» ενώ οι ενήλικες 35-44 «από αντίδραση σε άλλο κόμμα», υποδηλώνοντας για μια ακόμη φορά την απογοήτευσή τους απέναντι στο πολιτικό κλίμα το τελευταίο διάστημα.

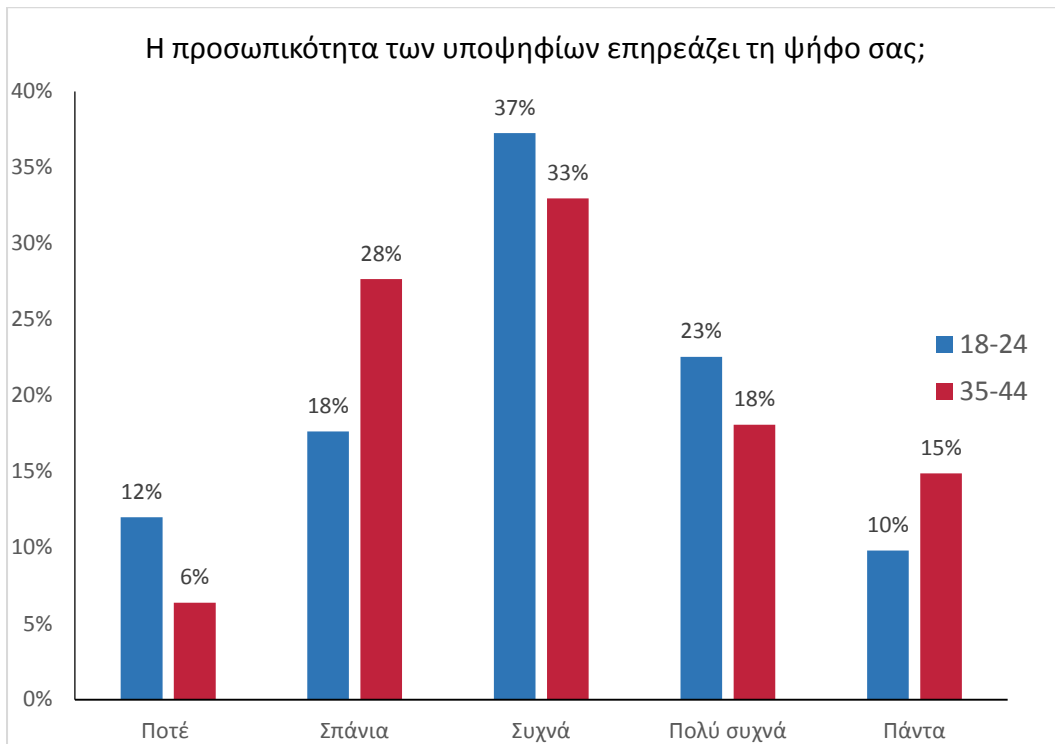
Ως αιτία ψήφου ότι έχει ικανότερους πολιτικούς από τα άλλα επέλεξε το 21% της ηλικιακής ομάδας 35-44 και το 16% των νέων. Ακολούθως, από παράδοση δήλωσαν ότι ψηφίζουν το 11% των 35-44 και το 9% των 18-24, γεγονός που εκδηλώνει χαμηλά ποσοστά κομματικής ταύτισης. Οι διαπροσωπικές σχέσεις ως κίνητρο ψήφισης ενός κόμματος σημειώνει χαμηλά ποσοστά και από τις δυο ομάδες, με προβάδισμα 2% των ηλικιών 35-44, 7% έναντι του 5% των νέων. Αξιοσημείωτο είναι το ποσοστό 26% που καταλαμβάνει η

απάντηση «από αντίδραση σε άλλο κόμμα της ηλικιακής ομάδας 35-44 δηλώνοντας μ' αυτό το τρόπο τη γενικότερη δυσαρέσκειά τους , ενώ το ποσοστό των νέων σ αυτή την απάντηση κυμαίνεται στο 9%. Τέλος, η απάντηση «άλλος λόγος» απέσπασε το 19% των 18-24 συμπληρώνοντας μάλιστα οι ερωτηθέντες ως άλλο λόγο την ιδεολογία, τις πολιτικές πεποιθήσεις και την ελπίδα ότι θα είναι διαφορετικό από τα άλλα , στον αντίποδα οι ψηφοφόροι 35-44 απάντησαν το ίδιο μόλις το 4% του συνόλου και συμπλήρωσαν ως άλλο λόγο τις πολιτικές θέσεις και το συνδυασμό κινήτρων.

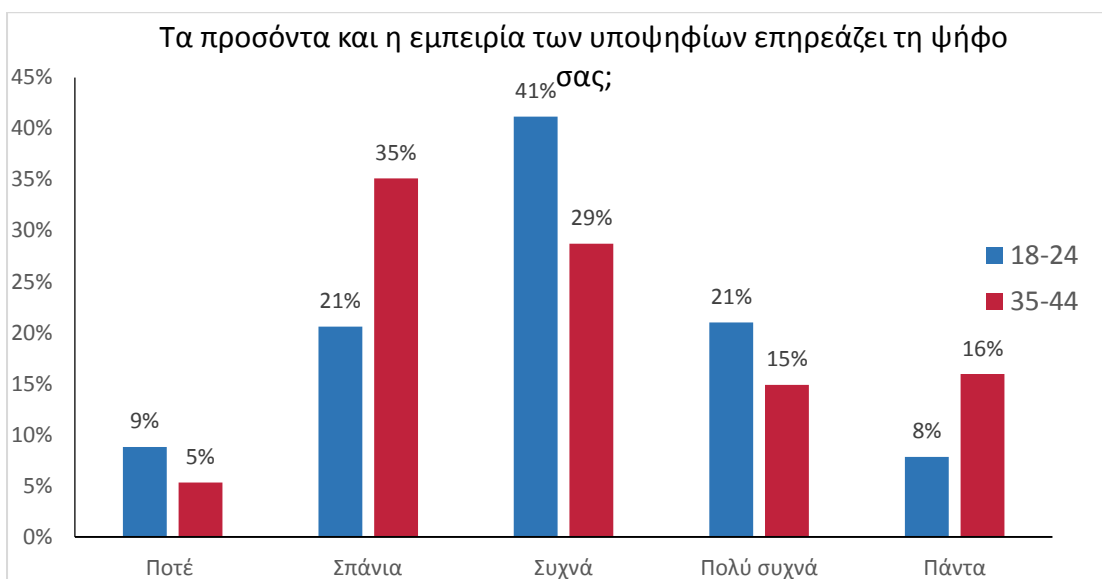
Δημιουργήσαμε τα διαγράμματα 9α, 9β και 9γ με στόχο να δούμε πώς ο καθένας παράγοντας επιδρά ξεχωριστά στη κάθε μία ηλικιακή ομάδα.



**Διάγραμμα 9α.** Ποσοστιαίες απαντήσεις για την επιρροή του πολιτικού προγράμματος στη ψήφο των ηλικιακών ομάδων 18-24 και 35-44.



**Διάγραμμα 9β.** Ποσοστιαίες απαντήσεις για την επιρροή της προσωπικότητας στη ψήφο των ηλικιακών ομάδων 18-24 και 35-44.



**Διάγραμμα 9γ.** Ποσοστιαίες απαντήσεις για την επιρροή της εμπειρίας των υποψηφίων στη ψήφο των ηλικιακών ομάδων 18-24 και 35-44.

Παρατηρούμε καταρχάς ότι η δυναμική των πολιτικών προγραμμάτων των κομμάτων (8α) δεν είναι τόσο υψηλή καθώς και οι δυο ομάδες έδωσαν στη απάντηση «σπάνια» τα υψηλότερα τους ποσοστά, το 42% των νέων και το 52% των ενηλίκων 35-44. Έπειτα ακολουθεί η απάντηση «συχνά» που οι νέοι σημείωσαν υψηλότερο ποσοστό 32% σε σύγκριση με τους ενήλικες 35-44, 23%. Τα χαμηλά ποσοστά στις απαντήσεις «πολύ συχνά, πάντα» των δυο ομάδων εκφράζουν τη μικρή δυναμική επιρροής που διαθέτει το πολιτικό πρόγραμμα στη ψήφο τους. Το διάγραμμα 9β αντιπροσωπεύει το παράγοντα «προσωπικότητα των υποψηφίων» που αποσπά περισσότερες θετικές απαντήσεις έναντι του 9α, ειδικότερα με την απάντηση «συχνά» ταυτίζεται το 37% των νέων και το 33% των ηλικιών 35-44. Οι απαντήσεις «πολύ συχνά, πάντα» απέσπασαν και αυτές υψηλότερα ποσοστά από το παράγοντα – πολιτικό πρόγραμμα το 23% των νέων δήλωσε ότι πολύ συχνά επηρεάζεται από τη προσωπικότητα των υποψηφίων και το 18% των ενηλίκων 35-44 δήλωσε το ίδιο. Το αντίθετο συνέβη με την απάντηση «πάντα» καθώς προηγείται το ποσοστό 15% των ενηλίκων 35-44 έναντι του 10% των νέων. Εν συνεχεία, ο παράγοντας «προσόντα και εμπειρία των υποψηφίων» σημειώνει ίδιες τάσεις και από τις δύο ομάδες ηλικιών με τον παράγοντα «προσωπικότητα των υποψηφίων». Ενδεικτικά, (9γ) η απάντηση «συχνά» αποσπά το 41% των νέων και το 29% των ενηλίκων 35-44. Όσον αφορά τις απαντήσεις «πολύ συχνά, πάντα»: το 21% του συνόλου των νέων ταυτίζεται με το «πολύ συχνά» και το 15% των ενηλίκων 35-44 το αντίθετο συμβαίνει με την απάντηση «πάντα» στην οποία οι ενήλικες 35-44 δίνουν το υψηλότερο ποσοστό 16% και οι νέοι μόλις 8%. Χαρακτηριστικό επίσης είναι ότι και οι μεν νέοι εκδηλώνουν την ίδια τάση και στους τρεις παράγοντες στην απάντηση «ποτέ» με 13% (9α) , 12% (9β) και 9% (9γ) και οι δε ενήλικες 35-44 με ποσοστά 10%, (9α) , 6% (9β) και 5% (9γ).

Κατηγοριοποιήσαμε τους τομείς (πίνακας 3) με σκοπό να καταγράψουμε ποιοι είναι εκείνοι που επηρεάζουν περισσότερο ή λιγότερο τη κάθε ηλικιακή ομάδα.

**Πίνακας 3.** Τομείς που επηρεάζουν τη πολιτική ψήφο των ηλικιακών ομάδων 18-24 και 35-44.

Παράγοντες	Ηλικιακή Ομάδα	
	18-24	35-44
<b>Οικονομία</b>	83%	91%
<b>Παιδεία</b>	85%	91%
<b>Εργασία</b>	84%	93%
<b>Φορολογία</b>	70%	84%
<b>Εθνική άμυνα</b>	52%	74%
<b>Δικαιοσύνη</b>	78%	80%
<b>Προστασία του πολίτη</b>	70%	79%

Πρώτη παρατήρηση είναι ότι η ηλικιακή ομάδα 35-44 δείχνει σαφώς υψηλότερα ποσοστά σ' όλους τους τομείς σε σύγκριση με την ηλικιακή ομάδα 18-24. Οι νέοι έδωσαν το υψηλότερο ποσοστό τους στο τομέα της παιδείας (85%) στον αντίποδα οι ενήλικες 35-44 έδωσαν το υψηλότερο ποσοστό τους στο τομέα της εργασίας (93%). Ο τομέας της εργασίας επίσης απέσπασε το δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό των νέων (84%) και οι τομείς οικονομία – παιδεία το δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό των ενηλίκων 35-44 (91%). Σημειώνονται αξιοπρόσεκτες διαφορές ποσοστών στους τομείς της φορολογίας, της εθνικής άμυνας και της προστασίας του πολίτη με τους νέους να τους αποδίδουν πολύ χαμηλότερα ποσοστά επηρεασμού της ψήφους τους (70%, 50% και 70% αντίστοιχα) από την άλλη πλευρά οι ενήλικες 35-44 αποδίδουν ποσοστά καταδεικνύοντας ότι προσμετρούν όλους τους παράγοντες (84%, 74% και 79% αντίστοιχα).

Στο πίνακα 4 διακρίνονται τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η χώρα μας και πως τα αξιολογούν οι δυο ηλικιακές ομάδες, δηλαδή ποιο θεωρούν ότι έχει τη βαρύνουσα σημασία για την ομαλή εξέλιξη προς την ανάπτυξη της χώρας.

**Πίνακας 4.** Άποψη για τη σημαντικότητα των προβλημάτων της χώρας των ηλικιακών ομάδων 18-24 και 35-44.

Παράγοντες	Ηλικιακή Ομάδα	
	18-24	35-44
<b>Ανεργία</b>	91%	96%
<b>Υγεία-Κοινωνική Ασφάλιση</b>	84%	90%
<b>Διαφθορά</b>	80%	87%
<b>Οικονομική κρίση</b>	84%	91%
<b>Κρίση αξιών</b>	76%	83%
<b>Εγκληματικότητα</b>	61%	79%
<b>Μεταναστευτικό</b>	65%	79%

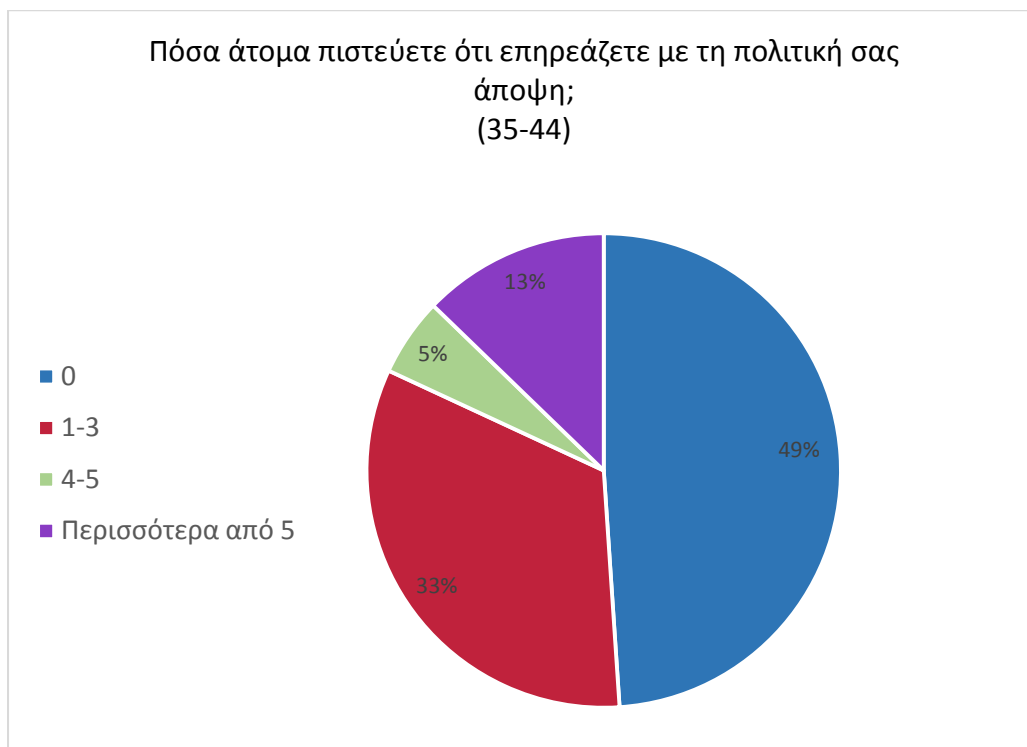
Διακρίνουμε (όπως και στο πίνακα 3) ότι η ηλικιακή ομάδα 35-44 απέδωσε υψηλότερα ποσοστά σημαντικότητας σε σχέση με τους νέους 18-24. Το πρόβλημα της ανεργίας σημειώνει τα υψηλότερα ποσοστά και από τις δυο ομάδες, αποδίδοντάς τη κρισιμότητα και το σημαντικότερο ρόλο που έχει στη ζωή τους. Η ανεργία συγκέντρωσε το 91% των νέων και το 96% των ενηλίκων 35-44. Δεύτερα υψηλά ποσοστά απέδωσαν στα προβλήματα υγεία-κοινωνική ασφάλιση και οικονομική κρίση και οι δυο ομάδες. Αναλυτικότερα, η υγεία και η κοινωνική ασφάλιση και η οικονομική κρίση απέσπασε το ποσοστό σημαντικότητας 84% και οι ενήλικες στα ίδια προβλήματα προσέδωσαν τα ποσοστά 90% και 91% αντίστοιχα. Στα προβλήματα της διαφθοράς, της κρίσης αξιών, της εγκληματικότητας και του μεταναστευτικού οι νέοι 18-24 έδωσαν χαμηλότερα ποσοστά σημαντικότητας και μάλιστα με αξιοπρόσεκτη ποσοστιαία διαφορά: 80%, 61% και 65% έναντι της ηλικιακής ομάδας 35-44: 80%, 79%, 79% ποσοστά σημαντικά υψηλά.

Τα διαγράμματα 10α και 10β καταγράφουν την επιρροή που ασκεί ο ίδιος ο ψηφοφόρος σε άλλους ψηφοφόρους ανάλογα με την ηλικιακή ομάδα που εντάσσεται.



**Διάγραμμα 10α.** Ο ψηφοφόρος της ηλικιακής ομάδας 18-24 ως μέσο επιρροής στη ψήφο των άλλων ψηφοφόρων.

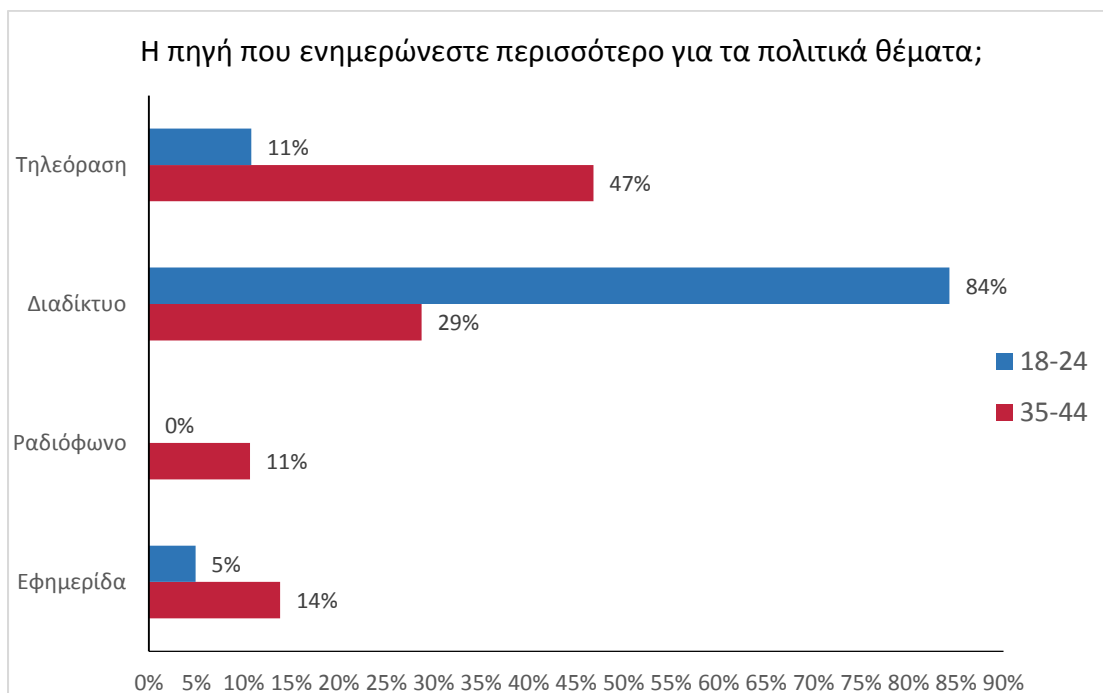




**Διάγραμμα 10β.** Ο ψηφοφόρος της ηλικιακής ομάδας 35-44 ως μέσο επιρροής στη ψήφο των άλλων ψηφοφόρων.

Οι δύο ηλικιακές ομάδες δηλώνουν με το ίδιο ποσοστό 33% ότι μπορούν να επηρεάσουν με τη ψήφο τους 1-3 άτομα από το περίγυρό τους. Υψηλά ποσοστά σημειώνει και η απάντηση κανέναν καθώς οι νέοι την επέλεξαν με ποσοστό 32% και οι ενήλικες 35-44 με ποσοστό 49% (το υψηλότερο από όλες τις απαντήσεις τους). Ακόμη η απάντηση «4 -5» αποσπά το 21% του συνόλου των νέων και μόλις το 5% των ενηλίκων 35-44, δείγμα πιθανώς της μεγαλύτερης κοινωνικότητας.

Η επιλογή του μέσου για την ενημέρωση για τις πολιτικές εξελίξεις είναι διαφορετική στις δυο ηλικιακές ομάδες όπως απεικονίζει το διάγραμμα 11.

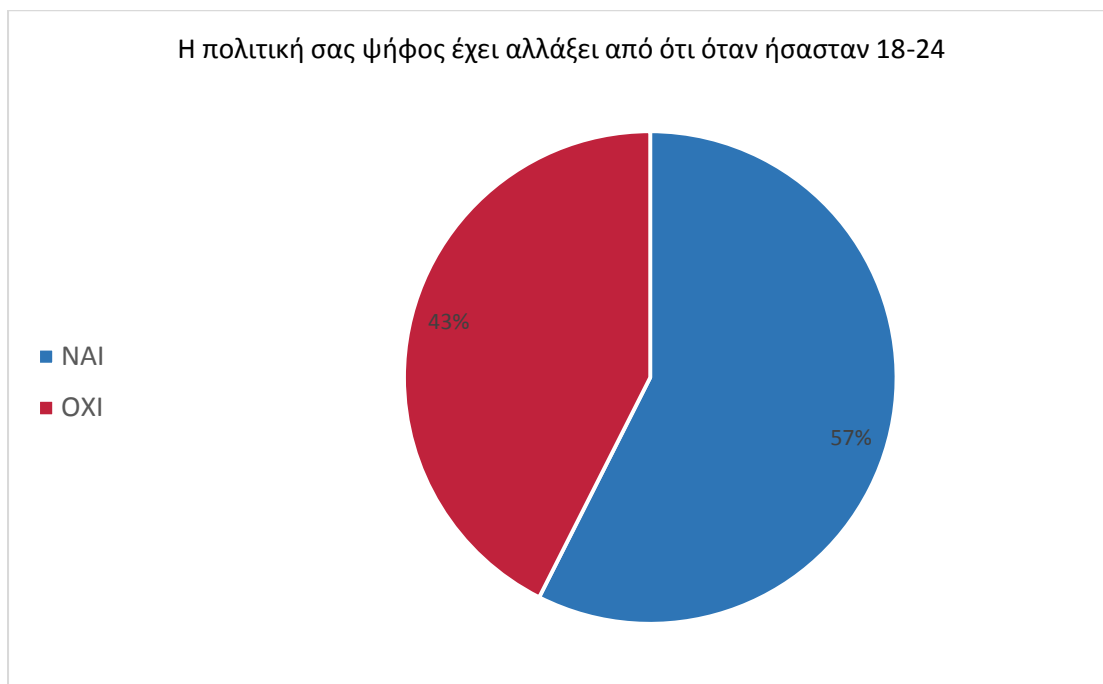


**Διάγραμμα 11.** Ποσοστιαίες απαντήσεις για τη προτίμηση μέσου ενημέρωσης για τα πολιτικά θέματα των ηλικιακών ομάδων 18-24 και 35-44.

Οι νέοι με ποσοστό 84% ενημερώνονται μέσω του διαδικτύου ενώ το υψηλότερο ποσοστό για την ηλικιακή ομάδα 35-44 το σημειώνει η επιλογή τηλεόραση με 47%. Οι νέοι επίσης προτιμούν ως μέσο ενημέρωσης τη τηλεόραση κατά μόλις 11% και οι ενήλικες 35-44 δείχνουν μια καλύτερη διάθεση για το «κυβερνοχώρο» των νέων, το διαδίκτυο επιλέγοντάς το με ποσοστό 29%. Όσον αφορά το ραδιόφωνο και την εφημερίδα, οι νέοι δηλώνουν ότι ενημερώνονται μηδαμινά έως ελάχιστα με ποσοστά 0% και 5% αντίστοιχα, από την άλλη πλευρά οι ενήλικες 35-44 τα επιλέγουν σε αρκετά υψηλότερα ποσοστά: 11% και 14% αντίστοιχα.

Το διάγραμμα 12 καταγράφει την ενδεχόμενη αλλαγή πολιτικής τοποθέτησης της ηλικιακής ομάδας 35-44 σε σχέση με όταν ανήκε στην ηλικιακή ομάδα 18-24.

Η πολιτική σας ψήφος έχει αλλάξει από ότι όταν ήσασταν 18-24



**Διάγραμμα 12.** Πολιτική πεποίθηση της ηλικιακής ομάδας 35-44 σε σύγκριση με τη περίοδο που ανήκε στην ηλικιακή ομάδα 18-24.

Το υψηλότερο ποσοστό δηλώνει ότι έχει αλλάξει πολιτική τοποθέτηση αναφέροντας χαρακτηριστικά τους εξής λόγους: βλέπω τα πράγματα διαφορετικά, πίστευα στο λαϊκισμό των κομμάτων πιο εύκολα, ζητώ κάτι καλύτερο από τα κόμματα, λόγω ωρίμανσης, έχω καλύτερη κρίση, έχω περισσότερο δική μου γνώμη, άλλα κοινωνικά δεδομένα, κουράστηκα να ψηφίζω τους ίδιους δίχως αλλαγή, νέα δεδομένα στη πολιτική, ζητάω διαφορετικές προοπτικές από όταν ήμουν νέος, λόγω αλλαγής τρόπου ζωής, νέα κόμματα, αντιμετωπίζω διαφορετικού είδους προβλήματα, άλλαξαν τα κόμματα και οι πολιτικοί και η μας έπνιξε η διαφθορά, ασχολούμαι περισσότερο τώρα με τη πολιτική από ότι όταν ήμουν πιο νέος. Αντίθετα το 43% δήλωσε ότι συνεχίζει να ψηφίζει το ίδιο κόμμα καθώς όπως εξηγούν στις απαντήσεις τους: λόγω της σταθερότητας της ποιότητας των υποψηφίων, λόγω σταθερής ιδεολογίας, δεν είχα ποτέ καλή γνώμη για τη πολιτική που μας εκπροσωπεί, ψηφίζω σταθερά το ίδιο κόμμα γιατί με εκφράζει και ανήκω στον ίδιο ιδεολογικό άξονα.

## 6. Σύνοψη και Συμπεράσματα

Ο βασικός σκοπός της συγκεκριμένης έρευνας ήταν η μελέτη των παραγόντων εκείνων που επηρεάζουν τη διαμόρφωση της πολιτικής ψήφου των ηλικιακών ομάδων 18-24 και 35-44 στην Ελλάδα του σήμερα. Η ανάδειξη των καίριων σημείων ταύτισης αλλά και μη ταύτισης ως προς τους παράγοντες επίδρασης

αντικατοπτρίζει την εκλογική εικόνα των δυο ηλικιακών ομάδων και μάλιστα μέσα σε ένα περιβάλλον οικονομικής ύφεσης, στο οποίο βρίσκεται η ελληνική κοινωνία τα τελευταία χρόνια.

Κατά τη διαδικασία της έρευνας στόχος μας ήταν να αναλύσουμε τους κυριότερους παράγοντες επίδρασης της ψήφου με δεδομένο ότι η ίδια η μελέτη της ψήφου είναι μια πηγή πληροφοριών σχετικά με την αλληλεπίδραση ατόμων, κοινωνίας και πολιτικής (Heywood, 2000). Ερευνώντας την εκλογική συμπεριφορά των δυο ηλικιακών ομάδων, εξάγουμε σημαντικά πορίσματα τόσο για τη κατάσταση του ισχύοντος πολιτικού συστήματος όσο και για τις αλλαγές που χρειάζεται να επιχειρήσει μελλοντικά. Η δυσκολία να ερμηνεύσουμε τα αποτελέσματα έγκειται στο νόημα της ίδιας της ψήφου διότι αποτελεί μια καθαρά ατομική επιλογή και το προσωπικό συμφέρον πιθανόν να προτάσσεται των υπολοίπων παραγόντων διαμόρφωσης όπως για παράδειγμα η σημασία της ιδεολογίας, της κομματικής ταύτισης, της οικογένειας, των Μ.Μ.Ε. και των θεμάτων «ισχύος».

Βάσει των αποτελεσμάτων της έρευνας καταγράφονται παράγοντες που επιδρούν σημαντικά και στις δυο ηλικιακές ομάδες αλλά και παράγοντες που επιδρούν περισσότερο είτε στους νέους 18-24 είτε στους ενήλικες 35-44. Το κοινωνικό πλαίσιο, όπως αναμέναμε, που εντάσσονται και δρουν οι δυο ομάδες σήμερα καθορίζει σ' ένα σημαντικό βαθμό τις τάσεις διαμόρφωσης της ψήφους τους. Στο κεφάλαιο αυτό θα επικεντρωθούμε στην ανάλυση των κυρίαρχων παραγόντων που έχουμε θέσει εισαγωγικά.

Τα ευρήματα μας που σχετίζονται με το παράγοντα της κομματικής ταύτισης δείχνουν μια τάση των νέων 18-24 και των ενηλίκων 35-44 πτώσης επιρροής της κομματικής ταύτισης σε ποσοστό της τάξεως 1-6%. Αναλυτικότερα, σημειώνεται πτώση της κομματικής ταύτισης στην ηλικιακή ομάδα 35-44 με πιο σημαντική μείωση 6% προς το κόμμα του Σύριζα εν αντιθέσει οι νέοι 18-24 σημειώνουν επίσης μια μείωση με πιο σημαντική εκείνη του 4% προς το κόμμα της ΝΔ. Καταγράφουμε επομένως μια πτώση της επιρροής της κομματικής ταύτισης και στις δυο ηλικιακές ομάδες, αυτή πτώση όπως αναφέρει ο Mayer (2005) μπορεί να οφείλεται στην άνοδο επιρροής άλλου παράγοντα πιο συγκεκριμένα της θεματικής ψήφου. Αναμέναμε τάση πτώσης της κομματικής ταύτισης των νέων 18-24 και τάση σταθερότητας των ενηλίκων 35-44, παρά όλα αυτά και οι δυο ηλικιακές ομάδες κατέγραψαν πτώση γεγονός που αφενός παραπέμπει στη κρίση του κομματικού συστήματος και αφετέρου στο πρόβλημα της μη πολιτικής σταθερότητας της χώρας. Άξιο αναφοράς είναι ότι το ποσοστό αποχής των ενηλίκων 35-44 αυξάνεται κατά 5% ενώ οι νέοι 18-24 δηλώνουν ότι θα μειώσουν την αποχή κατά 9%. Γεγονός που δηλώνει από τη μία τη δυσαρέσκεια των ενηλίκων 35-44 και από την άλλη τη διάθεση συμμετοχικότητας των νέων 18-24 και πιθανώς την αλλαγή που επιθυμούν να δουν στο πολιτικό σύστημα. Η αίσθηση ότι τα κόμματα ενδιαφέρονται μόνο για τον

εαυτό τους, σύμφωνα με τον Burglud και τους συνεργάτες του (2005), δεν ευνοεί τη γενική σταθερότητα της κομματικής ταύτισης ειδικά στη νέα γενιά.

Στη συνέχεια, η ιδεολογική τοποθέτηση στην άξονα Αριστερά / Δεξιά των δυο ηλικιακών ομάδων αντανακλά τη πίστη του ατόμου σε συγκεκριμένες αξίες. Πολλοί ερευνητές έχουν συσχετίσει τις επιλογές αριστερά - δεξιά στον ιδεολογικό άξονα με τις ηθικές αξίες του κάθε ατόμου, με τα άτομα που υιοθετούν πιο αριστερές πολιτικές αξίες να δίνουν έμφαση στην ισότητα ανάμεσα σε όλα τα άτομα ενός κοινωνικού συνόλου και εκείνα που υιοθετούν πιο δεξιές αρχές να υπερασπίζονται κυρίως τα δικαιώματα της ατομικότητας αναλόγως των δεξιοτήτων/ικανοτήτων. Ο Jost και οι συνεργάτες του (2009) επισήμανε ότι ο δεξιός προσανατολισμός ταυτίστηκε «με τη σταθερότητα του κοινωνικού status την αποδοχή των κοινωνικών ανισοτήτων» και ο αριστερός προσανατολισμός αντίθετα «με την αλλαγή του κοινωνικού status την απόρριψη των κοινωνικών ανισοτήτων» .

Παρ' όλα αυτά ενδέχεται τα ευρήματα στη συγκεκριμένη μελέτη να αντικατοπτρίζουν απλώς την ανάγκη για αλλαγή στο πολιτικό σκηνικό της χώρας, διότι τη συγκεκριμένη στιγμή που διεξάγεται η έρευνά μας το πολιτικό κλίμα είναι σε αναταραχή, η μη σταθερότητα με συνεχόμενες αλλαγές σε καθημερινό επίπεδο είναι πολύ πιθανό να κάνουν και τον ψηφοφόρο ανήσυχο για το μέλλον. Η επαναστατική φύση των νέων, πιο εύκολα επιτρέπει την υιοθέτηση πιο ανατρεπτικών πολιτικών κομμάτων. Μη ξεχνάμε πως στη χώρα μας δεν είχε εκλεγεί έως τώρα αριστερή κυβέρνηση. Τα ευρήματα μας επομένως εξελίχθηκαν με τη τάση που υποθέσαμε εισαγωγικά δείχνοντας την έντονη τάση των νέων για την αριστερά με 41% έναντι των ενηλίκων που έδειξαν μια τάση στα δεξιά σε ποσοστό 26%.

Επιπροσθέτως, το μέγεθος του ενδιαφέροντος της κάθε ηλικιακής ομάδας είναι ικανό να ρυθμίσει τη διαμόρφωση της ψήφου καθώς η συχνότερη επαφή είτε μέσω της συμμετοχής σε πολιτικές συζητήσεις είτε μέσω των πιο ενεργών δράσεων αυξάνει τη διάθεση για υποστήριξη προς ένα κόμμα. Ειδικότερα, οι ενήλικες 35-44 δήλωσαν με πολύ υψηλά ποσοστά στην έρευνά μας ότι συμμετέχουν σε πολιτικές συζητήσεις και ενημερώνονταν καθημερινά για τα πολιτικά νέα (60% και 51% αντίστοιχα) εν αντιθέσει με του νέους 18-24 που κατέγραψαν ποσοστά της τάξεως 44% και 29% αντίστοιχα, υψηλά μεν αλλά όχι συνυποδηλωτικά της μεγάλης τάσης του ενδιαφέροντος. Όσο αφορά την εκδήλωση του ενδιαφέροντός τους μέσω της συμμετοχής σε κάποιο κόμμα (έως μέλη ή φίλοι) είτε μέσω προεκλογικών εκστρατειών και οι δύο ηλικιακές ομάδες από κοινού κατέγραψαν πολύ μικρά ποσοστά. Άξιο επισήμανσης είναι ότι ενώ κρίνεται πιο έντονο το ενδιαφέρον των ενηλίκων 35-44 για τις εξελίξεις στη πολιτική, στην ερώτηση «τι σας προξενεί ως έννοια η πολιτική» οι ίδιοι απάντησαν με ποσοστό που ανήλθε στο 45% «δυσπιστία» ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό τους οι νέοι με 35% απήντησαν «ενδιαφέρον», γεγονός που πιθανόν έγκειται στη

διάθεση των νέων όπως τονίσαμε για αλλαγή του πολιτικού συστήματος ενώ οι μεγαλύτεροι τους είναι πιο ανήσυχοι δηλώνοντας δυσπιστία υπονοώντας το αίσθημά τους για μη πολιτική ασφάλεια. Υποθέσαμε ότι και οι δυο ομάδες θα εκφράσουν ενδιαφέρον για τη πολιτική αλλά παρατηρούμε ότι οι ενήλικες 35-44 επιθυμούν να ενημερώνονται περισσότερο σε σύγκριση με τους νέους, αυτή η τάση μπορεί να δικαιολογηθεί εξαιτίας της μεγάλης δυσπιστίας που εξέφρασαν απέναντι στη πολιτική. Αγωνιούν για να μάθουν τι θα συμβεί καθώς το κλίμα αβεβαιότητας κυριαρχεί.

Εν συνεχεία οι μελετητές έχουν συζητήσει επί μακρόν τα συγκριτικά πλεονεκτήματα των διαφόρων μέσων μαζικής ενημέρωσης, όταν πρόκειται για πολιτική τη κάλυψη των γεγονότων και την επίδραση τους στη διαμόρφωση ψήφου. (Druckman, 2005:476) Παρατηρήσαμε τη τάση των ενηλίκων 35-44 να ενημερώνονται περισσότερο από τα μέσα ενημέρωσης σε σύγκριση με τους νέους 18-24 συνεπώς να έχουν περισσότερες ευκαιρίες να επηρεαστούν. Σημαντικό είναι ότι τα ευρήματά μας δείχνουν ότι οι νέοι 18-24 προτιμούν να ενημερώνονται από το διαδίκτυο και αυτό δείχνει τη τάση που έχουν να επιλέγουν οι ίδιοι τις πηγές ενημέρωσης (βίντεο, ανάγνωση ηλεκτρονικών εφημερίδων, blogs), ενώ αντίθετα οι ενήλικες προτιμούν τη τηλεόραση η οποία τους προσφέρει συγκεκριμένες μορφές ενημέρωσης (τηλεοπτικές εκπομπές, ειδήσεις). Υποθέσαμε μια τάση που θα κυμαίνεται στα ίδια επίπεδα αλλά παρατηρούμε ότι οι ενήλικες 35-44 ανησυχούν για την εξέλιξη της πολιτικής κατάστασης και προσπαθούν να είναι ενήμεροι περισσότερο από τους νέους 18-24. Στην ερευνά μας το δείγμα είναι απαραίτητο να αναφέρουμε ότι το 29% των ενηλίκων 35-44 δηλώνουν άνεργοι και το συντριπτικό ποσοστό 70% των νέων διατηρούν τη φοιτητική τους ταυτότητα. Γεγονός που συνυποδηλώνει για ακόμη μια φορά την εντονότερη διάθεση για ενημέρωση από τα ΜΜΕ.

Ακόμη, η οικογένεια εξαιτίας της σημαντικότητας που τις αποδίδουν οι δυο ηλικιακές ομάδες αναμέναμε να σημειώσει ίδια ποσοστά επιρροής. Οι τάσεις όμως κατέγραψαν ότι οι νέοι 18-24 δεν ψηφίζουν το ίδιο κόμμα με τους γονείς τους ενώ οι ενήλικες ταυτίζονται περισσότερο με τη κομματική επιλογή των γονιών τους. Οι νέοι λόγω της πρώιμης πολιτικής κοινωνικοποίησης επιθυμούν να δημιουργήσουν τη δική τους θέση και τις δικές τους προτεραιότητες σε αντίθεση με τους ενήλικες ψηφοφόρους 35-44 οι οποίοι συνθέτουν μια άλλη γενιά – πιο κοντά στο οικογενειακό περιβάλλον. Φαίνεται δηλαδή η ανάγκη των νέων τη τάση να «επαναστατούν» έναντι των θέσεων και των γονιών τους καταδεικνύοντας την ανάγκη τους για ανεξαρτητοποίηση των πολιτικών τους πεποιθήσεων. Μελέτες έχουν υπογραμμίσει τις σχέσεις μεταξύ εκλογικών προτιμήσεων των γονιών και εκλογικών συμπεριφορών των παιδιών τους (Stacey 1978, Gibbins *et al.*, 1989) συνδέοντας τη ως εξής: όσο μεγαλύτερη είναι η εκπαίδευση του παιδιού τόσο μικρότερη θα είναι η επίδραση του γονέα, βέβαια σε κάθε περίπτωση θα εξαρτηθεί και από άλλους παράγοντες. Αυτή

η παρατήρηση εξηγεί επίσης γιατί οι νέοι 18-24 που έλαβαν μέρος στην ερευνά μας διαφοροποιούνται από την οικογένεια τους, διότι η συντριπτική πλειονότητα το 70% κατέχουν ανώτατη εκπαίδευση.

Οι ψηφοφόροι των δυο ηλικιακών ομάδων κατά τη διάρκεια της διεξαγωγής της έρευνας τοποθετούνται σε μια ιδιαίτερη κατάσταση βαθιάς κρίσης για τη χώρα, οι εσωτερικές και εξωτερικές πολιτικές εξελίξεις δημιουργούν ένα κλίμα ανησυχίας για τα κρίσιμα θέματα. Μέσα σ' ένα τέτοιο περιβάλλον οι δυο ηλικιακές ομάδες εξέφρασαν ότι οι τομείς της οικονομίας, της παιδείας και της εργασίας είναι ικανοί να μεταβάλλουν τη ψήφο τους. Στην υπόθεση που κάναμε λόγω των υψηλών ποσοστών ανεργίας των νέων σε σύγκριση με του ενήλικες 35-44 ότι θα απέδιδαν υψηλότερα ποσοστά στα θέματα που εμπίπτουν στον οικονομικό τομέα. Παρ' όλα διαπιστώνουμε ότι τα υψηλά ποσοστά σημαντικότητας που δίνει η ηλικιακή ομάδα 35-44 σε όλα τα προβλήματα ταυτίζεται με μεγαλύτερη ανησυχία για λύσεις σε όλα τα θέματα ισχύος. Οι νέοι στον αντίποδα αποδίδουν υψηλά ποσοστά αλλά όχι στα ίδια επίπεδα με τους ενήλικες, οι οποίοι θέτουν ξεκάθαρα μια τάση να επηρεάζεται η εκλογική τους κρίση από τα επίκαιρα ζητήματα που αλλοτριώνουν τη καθημερινότητά τους. Σύμφωνα με τους Duch και Stevenson (2008) η ανεργία και οι δύσκολες οικονομικές συνθήκες δημιουργούν τη «ψήφο με βάση την οικονομία». Πολλοί ψηφοφόροι ψηφίζουν πλέον «με βάση την αδιαπραγμάτευτη πεποίθησή τους ότι οι κυβερνήσεις πρέπει να τιμωρούνται για τους χαλεπούς καιρούς, και ενδεχομένως να επιβραβεύονται όταν η οικονομία προοδεύει» (Hague, Harrop 2011:360). Χαρακτηριστικό βέβαια είναι ότι το δείγμα των νέων της ερευνάς μας δήλωσε κατά 70% ότι είναι φοιτητές συνεπώς, όχι τόσο άμεσα εξαρτημένοι από την επαγγελματική ανησυχία του παρόντος αλλά πιθανόν του μέλλοντος. Τέλος, πληθαίνουν οι τάσεις να αυξάνεται η σημασία της εκλογικής επιλογής στη βάση συγκεκριμένων ζητημάτων (issue voting) (Ball, Peters 2001).

Εν κατακλείδι, ένας νέος τύπος ψηφοφόρου δημιουργείται από τη νέα γενιά και φαίνεται να εξελίσσεται, μέσα σε συνθήκες κρίσης για τη χώρα μας, ο ψηφοφόρος αυτός θα προσπαθήσει να είναι περισσότερο ανεξάρτητος και να κρίνει με βάσει τις πολιτικές θέσεις σε επίκαιρα προβλήματα. Συνεπώς ενισχύεται η αντίληψη περί αύξηση επιρροής της θεματικής ψήφου.

Συμπερασματικά, η συστηματική επανάληψη παρόμοιων ερευνών με αντιπροσωπευτικό δείγμα θα επιτρέψει η συστηματική επανάληψη παρόμοιων ερευνών με αντιπροσωπευτικό δείγμα θα επιτρέψει την εξαγωγή καίριων αποτελεσμάτων, ικανά να προβλέψουν την εκλογική τάση των δυο ηλικιακών ομάδων. Προτείνεται χρήσιμη η επανάληψη των ελέγχων σε διαφορετικές χρονικές περιόδους με σκοπό μια ολοκληρωμένη σκιαγράφηση των κυρίαρχων παραγόντων που επηρεάζουν τη διαμόρφωση της ψήφου των νέων 18 -24 και των ενηλίκων 35- 44 στην Ελλάδα.

## 6.1 Περιορισμοί της έρευνας

Παρά το γεγονός ότι η ερευνά μας οδήγησε σε σημαντικές τάσεις όσον αφορά το εκλογικό προφίλ των δυο ηλικιακών ομάδων δεν έλειψαν ορισμένοι περιορισμοί οι οποίοι είναι ορθό να αναφερθούν. Αναλυτικότερα:

- Η διαφορά αναλογία ανδρών και γυναικών είναι αξιοσημείωτη διότι στην ηλικιακή ομάδα 18-24 το δείγμα αποτέλεσαν γυναίκες με ποσοστό που ανήλθε στο 65%, με τους άνδρες να αποτελούν μόλις το 35% του δείγματος. Εν αντιθέσει, στην ηλικιακή ομάδα 35-44 το ποσοστό συμμετοχής των ανδρών ήταν σημαντικά υψηλότερο από αυτό των γυναικών :61% έναντι 39%.
- Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου από τους ερωτηθέντες έγινε κάτω από άγνωστες συνθήκες για τον ερευνητή, γεγονός που δεν ισχύει στις κατά πρόσωπο συνεντεύξεις. Βέβαια, αυτό το στοιχείο μπορεί να «αναγνωστεί» και διαφορετικά καθώς η ανωνυμία των ερωτηθέντων και μη απευθείας σχέση με τον ερευνητή δίνει την ευκαιρία να απαντήσουν με περισσότερη ειλικρίνεια.
- Οι απόψεις των συμμετεχόντων είναι δυνατό να μεταβληθούν συνεπώς το δείγμα δε θα είναι πλέον αντιπροσωπευτικό με συνέπεια να αμφισβητείται η εγκυρότητα της παρούσας έρευνας.
- Η διαδικτυακή μορφή του ερωτηματολογίου αποτελεί έναν περιορισμό καθαυτό καθώς μελετάται αποκλειστικά δείγμα που έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο και γνωρίζει να το διαχειρίζεται. Όπως διαφαίνεται και από τα αποτελέσματα της έρευνας το επίπεδο εκπαίδευσης των συμμετεχόντων είναι αρκετά υψηλό: 77% των νέων 18-24 και 31% των ενηλίκων 35-44 δήλωσαν ότι είναι απόφοιτοι ΑΕΙ/ ΤΕΙ είτε σπουδάζουν ακόμη, συνεπώς το ερωτηματολόγιο συμπληρώθηκε από άτομα κυρίως υψηλής εκπαίδευσης.

## 6.2 Προτάσεις για μελλοντική έρευνα

Το πεδίο της εκλογικής συμπεριφοράς αποτελεί ένα σχετικά νέο πεδίο μελέτης και τα τελευταία χρόνια παρουσιάζει ραγδαία ανάπτυξη καθώς μέσω των ερευνών αναδεικνύονται σημαντικά ευρήματα που βοηθούν την εύρυθμη λειτουργία του κοινωνικού ιστού. Στη παρούσα έρευνα εκτός από κάποια σημαντικά αποτελέσματα που προέκυψαν, θα επισημανθούν αντικείμενα και θέματα τα οποία θα ήταν ενδιαφέρον να μελετηθούν στο μέλλον.



Σε πρώτο επίπεδο θα προτείναμε τη πραγματοποίηση μιας έρευνας δίχως γεωγραφικούς περιορισμούς δηλαδή να έχει δείγμα αντιπροσωπευτικό από όλη την Ελλάδα με στόχο τη παρουσίαση όσο το δυνατόν πιο έγκυρων ευρημάτων. Μια εναλλακτική μεταγενέστερη έρευνα θα ήταν η σύγκριση περισσότερων ηλικιακών ομάδων ή και όλων των ηλικιακών ομάδων ώστε να υπήρχαν αποτελέσματα για την εκλογική συμπεριφορά όλων των ηλικιών στην Ελλάδα. Η κάλυψη της εκλογικής συμπεριφοράς όλων των ηλικιακών ομάδων θα ήταν μια ενδιαφέρουσα μελέτη καθώς θα καταγράφαμε σε ένα γενικότερο πλαίσιο: α) σε ποιές κοινωνικοοικονομικές συνθήκες τοποθετούνται και β) ποιές ομοιότητες και διαφορές παρατηρούνται. Επιπροσθέτως, η εκλογική συμπεριφορά των νέων 18-24 ως ξεχωριστή κατηγορία με περιορισμό να φοιτούν ή να είναι απόφοιτοι σχολής Πολιτικής Επιστήμης θα αποτελούσε μια εναλλακτική πρόταση για μελλοντική μελέτη.

Ένα άλλο σημαντικό αντικείμενο μελέτης θα ήταν να περιοριστούμε αποκλειστικά στους ψυχολογικούς παράγοντες που διαμορφώνουν τη πολιτική ψήφο στην Ελλάδα. Αναλυτικότερα, ο περιορισμός στους ψυχολογικούς παράγοντες θα μας έδινε καίρια αποτελέσματα για τις ψυχολογικές διαστάσεις της οικονομικής κρίσης, ζήτημα επίκαιρο.

Τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των πολιτών θα μπορούσαν να αποτελέσουν την αφετηρία μιας μελέτης η οποία θα στηρίζεται στη συσχέτιση για παράδειγμα του φύλου ή του εισοδήματος, δημιουργώντας δηλαδή κοινωνικές ομάδες, με τους παράγοντες που επηρεάζουν την εκλογική συμπεριφορά. Οι κοινωνικές ομάδες θα ήταν το κριτήριο «σημαντικό αριθμητικά και ποιοτικά ουσιώδης» ( Παντελίδου Μαλούτα, 1993:83).

Μέσω της ερευνάς μας διαπιστώνουμε σημαντικές διαφορές στους παράγοντες που διαμορφώνουν τη ψήφο των ηλικιακών ομάδων 18-24 και 35-44, αποτελεί ακόμη ένα θέμα προς διερεύνηση καθώς ένα μεγαλύτερο ερωτηματολόγιο με όλους τους παράγοντες, που δεν λάβαμε υπόψη μας θα αποτελούσε μια πιο σφαιρική προσέγγιση του θέματος. Καταλήγοντας, η ερευνά μας θα μπορούσε να συγκεντρώσει μεγαλύτερο αριθμό δείγματος μέσω της διάθεσης του ερωτηματολογίου τόσο κατά πρόσωπο όσο και διαδικτυακά.

## Βιβλιογραφία

### Ελληνική

- Βασιλόπουλος Π. και Βερναρδάκης Χ., (2011), Η εκλογική αποχή στην Ελλάδα: 2000-2009, Περιοδικό Επιστήμη και Κοινωνία, τ. 27.
- Βερναρδάκης Χ., (2004), Η κοινή γνώμη στην Ελλάδα 2004, Εκδόσεις Σαββάλας, Αθήνα.
- Βερναρδάκης Χ., (2011), Η κοινή γνώμη στην Ελλάδα 2008-2010, Εκδόσεις Σαββάλας, Αθήνα.
- Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς (ΓΓΝΓ), (2000), Οι νέοι του καιρού μας: αξίες, στάσεις και αντιλήψεις της Ελληνικής νεολαίας, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.
- Ιντζεσίλογλου Ν., (1983), Η κοινωνικοποίηση του ατόμου, Εκδόσεις Παρατηρητής, Αθήνα.
- Καραγεώργος Δ. Λ. (2002), Μεθοδολογία έρευνας στις επιστήμες της αγωγής : Μια διδακτική προσέγγιση, Εκδόσεις Σαββάλας, Αθήνα.
- Κουλαϊδής Β. και Δημόπουλος Κ. (2006), Ελληνική νεολαία. Όψεις κατακερματισμού, Εκδόσεις Μεταίχμιο, Αθήνα.
- Μουσούρου Λ. Μ., (2005), Εισαγωγή στην κοινωνιολογία των ηλικιών και των γενεών, Εκδόσεις Gutenberg, Αθήνα.
- Παντελίδου Μαλούτα Μ., (1987), Πολιτικές στάσεις και αντιλήψεις στην αρχή της εφηβείας, Εκδόσεις Gutenberg, Αθήνα.
- Παντελίδου Μαλούτα Μ., (1993), Πολιτική Συμπεριφορά, Εκδόσεις Σάκκουλας, Αθήνα – Κομοτηνή.
- Τσάτσος Δ.Θ. και Κοντιάδης Ξ.Ι., ( 2003), Το μέλλον των πολιτικών κομμάτων, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.
- Ball A. R. και Petters B. G., (2001), Σύγχρονη πολιτική και διακυβέρνηση: Εισαγωγή στη Πολιτική επιστήμη, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.
- Hague R. και Harrop M., (2011), Συγκριτική Πολιτική και Διακυβέρνηση, Εκδόσεις Κριτική.
- Heywood A., (2000), Εισαγωγή στη πολιτική, Εκδόσεις Πόλις, Αθήνα.
- Lagroye J., Francoins B., Sawicki F., (2008), Πολιτική Κοινωνιολογία, Εκδόσεις Τυπωθήτω, Αθήνα.
- Mayer N., Perrigreau P., Boy D., Cautres B., (2005) Εκλογική Συμπεριφορά - Ιστορικές διαδρομές και μοντέλα ανάλυσης, Εκδόσεις Σαββάλας, Αθήνα.

Wildenman R., (1998), Η εκλογική έρευνα, Συμπεριφορά του εκλογικού σώματος και ανάλυση εκλογών, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.

## Ξενόγλωσση

Acemoglu D. and Robinson J. A., (2006), Economic Origins of Dictatorship and Democracy, New York, Cambridge University Press.

Almond G. A., Verba S., (1980), The Civic Culture Revisited Boston, Little - Brown.

Almond G. A., Verba, S. (1963), The Civic Culture Political Attitudes and Democracy in Five Nations, Princeton, NJ: Princeton University Press.

Beck, P. A., Dalton, R. J., Greene, S., Huckfeldt, R. (2002), The social calculus of voting: Interpersonal, media, and organizational influences on presidential choices. American Political Science Review.

Bentley A., (1908), The Process of Government: A Study of Social Pressures, Chicago: University of Chicago Press.

Berelson B., Lazarsfeld P., Mcphee W., (1954), Voting, Chicago, University of Chicago Press.

Berglund F., Holmberg S., Schmitt H., Thomassen J., (2005), Party identification and party choice, The European Voter, Oxford University Press.

Bois P., (1971), Paysans de l'Ouest. Des structures économiques et sociales aux options politiques depuis l'époque révolutionnaire, dans la Sarthe, Flammarion, Paris.

Boulianne S.(2009) Does Internet Use Affect Engagement? A Meta-Analysis of Research, Political Communication.

Butler R. N., (1975), Why Survive? Being Old In America, Harper & Row.

Campbell Ag., Converse, Ph. E. Miller, W.E., Stokes, D.E., (1960), The American Voter, The University of Chicago Press, Chicago.

Chaffee, S. H., Rimal, R. N., (1996), Time of vote decision and openness to persuasion., University of Michigan Press.

Coleman S., (2013), How Voters Feel New York, Cambridge University Press.

Curtis J. E., Lambert R. D., (1976), Voting, Election Interest, and Age: National Findings for English and French Canadians, University of Waterloo, Cambridge University Press.

Dawson, R. E. and Prewitt, K., (1969) ,Potical Socialization, Little Brown and Co., Boston.

Downs A., (1957) «An Economic Theory of Democracy», Harper Collins Publishers.

Druckman J. N. (2005) *Media Matter: How Newspapers and Television News Cover Campaigns and Influence Voters*, Political Communication.

Duch, R., Stevenson R., (2008), *The Economic Vote: How Political and Economic Institutions Condition Electoral Results*, Cambridge University Press.

Duhamel O., Méchet P., (2003), *SOFRES L'état de l'opinion éd. Du Seuil, Il faut sauver le clivage gauche droite.*

Eldersveld, J. and Katz D., (1961), *The Impact of Local Party Activities Upon Electorates*, Public Opinion Quarterly.

Fiorina M., (1981), *Retrospective voting in American national elections*, New Heaven: Yale University Press.

Fishbein M., and Ajzen I. (1975), "Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research", Reading, MA: Addison-Wesley

Frank T., (2004), *What's the Matter with Kansas? How Conservatives won the Heart of America*, New York, Metropolitan Books.

Franklin C., Jackson, J. (1983). *The dynamics of party identification*. *American Political Science Review*.

Franklin M., Mackie T., Valen H., (1992), *Electoral Change: Responses to Evolving Social and Attitudinal Structures In Western Countries*, Cambridge University Press.

Frenkel Brunswik E., (1952), *Interaction of Psychological and Sociological Factors in Political Behavior* , American Political Science Association, Cambridge University Press.

Fuchs, D., and Klingemann, H. D., (1990), *The left-right schema*. M. K Jennings et al. *Continuities in political action*, Berlin: De Gruyter.

Gamble A., (2005), *The meaning of the Third Way*, Cambridge University Press.

Gelman A., (2009), *Red State, Blue State, Rich State, Poor State: Why Americans Vote the Way They Do*, Princeton: Princeton University Press.

Gibbins J., (1989), *Contemporary Political Culture*, London Sage.

Giddens, A., (1998), *The Third Way: The Renewa of Social Democracy*, Cambridge, Polity Press.

Gluchwski, P., (1978), *Parteidentifikation polischen system, Poundescrepublik, Deutschland.*

Goodhart C.A.E., Bhamsali R.J., (1970), *Political Economy*, Political Studies.

Hillygus, D. S., (2005), *Campaign effects and the dynamics of turnout intention in election 2000*. *Journal of Politics*.

Hillygus, D. S., Jackman, S., (2003), *Voter decision making in election 2000: Campaign effects, partisan activation, and the Clinton legacy*. *American Journal of Political Science*.

Himmelweit H.T., (1981), *How Voters Decide* ,Paperback.

Hopmann D. N., Vliegenthart R. , Vreese C.D. , Albæk E., (2010) Effects of Election News Coverage: How Visibility and Tone Influence Party Choice, *Political Communication*.

Jahoda M., Lazarsfeld P.F., Zeisel H., (2002) ,*Marienthal, The Sociography of an Unemployed Community*, Cambridge University Press.

Jost, J., Federico, C., Napier, J., (2009), Political ideology: Its structure, functions, and elective affinities.,*Annual Review of Psychology*.

Jou W. (2010) , Right schema in east Asia the heuristic value of the left, *International Political Science Review*.

Kaase, M., Barnes, S., (1979), *Political action: Mass participation in western democracies* Beverly Hills, CA London Sage Publications.

Kardiner, A. (1939), *The individual and his society*, New York, Columbia University Press.

Kluckhohn C., (1949), *Mirror for man: The relation of anthropology to modern life*, Whittlesey House Inc., New York.

Knutsen O., (2004), *Social Structure and Party Choice in Western Europe: A Comparative Longitudinal Study*. New York, Palgrave MacMillan.

Lane R. E., (1965), *Political Life :Why and how people get involved in Politics*, New York, The Free Press.

Langton K.P., (1969) *Political Socialization*, Oxford University Press.

Lasswell H. D., (1930), *Psychopathology and politics*, The University of Chicago Press.

Layman, G. C., Carsey, T. M. (2002), Party Polarization and ‘Conflict Extension’ in the American Electorate, *American Journal of Political Science*.

Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., Gaudet, H., (1944), *The people’s choice: how the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York: Columbia University Press.

Linton R., (1945), *The Scope and Aims of Anthropology*, New York, Columbia University Press.

Mayer N., (2011), Why extremes don’t meet: Le Pen and Besancenot Voters in the 2007 French presidential election. *French Politics, Culture and Society*

Mead M., (1942), *And Keep Your Powder Dry: An Anthropologist Looks at America*, New York.

Putnam R. D., (1995), *Tuning in, tuning out: The strange disappearance of social capital in America*. New York.

Putnam R. D., (2000), *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York.

Quetelet A., (1829), *Recherches statistiques sur le royaume des Pays-Bas*, Hachette Bnf, Sciences Sociates.

Rhodebeck L. A., (1993), The Politics of Greed? Political Preferences among the Elderly, *Journal of Politics*.

Rossi P. H., (1964), Four landmarks in voting behavior. In F. Munger & D. Price, *Readings in political parties and pressure groups*. New York: Thomas Y. Crowell.

Ryan I. B. and Barry J., (2010), The Effects of Network Expertise and Biases on Vote Choice. Political Communication.

Sartori G., (2005), Parties and Party Systems, A framework for analysis, Colcheste, ECPR Press.

Schuck A. R. and Vreese, C. H., (2009), Reversed mobilization in referendum campaigns: How positive news framing can mobilize the skeptics. International Journal of Press/ Politics.

Schulz, W., (1994), Wird die Wahl im Fernsehen entschieden? Is the election result decided on television?, Media Perspektiven.

Siegfried A., (1913), Tableau politique de la France de l'ouest sous la Troisième République. Paris, Colin.

Stacey B., (1978), Political Socialization in Western Society, London, Manmillan.

Truman D. B., (1951), Political Behavior and International Tensions, World Politics, Cambridge University Press.

Watts M. W., (1999), Are There Typical Age Curves in Political Behavior? The Age Invariance Hypothesis and Political Socialization Political Psychology.

## Διαδικτυακοί Τόποι

Rui A., (2010) ,Theoretical models of voting behavior, Escola Superior de Educação - Instituto Politécnico de Coimbra [online] Διαθέσιμο: [http://www.exedrajournal.com/docs/N4/10C\\_Rui-Antunes\\_pp\\_145-170.pdf](http://www.exedrajournal.com/docs/N4/10C_Rui-Antunes_pp_145-170.pdf)

[Πρόσβαση 7 Απριλίου 2015]

Παστιάδης Γ., (2009), Ιδεολογική αυτοτοποθέτηση Αριστερά-Δεξιά: Διερευνώντας με ποσοτικές μεθόδους το νέο κοινωνικό τοπίο, Περιοδικό Θέσεις, τ. 109. [online], Διαθέσιμο: [http://www.theseis.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=1089&Itemid=2](http://www.theseis.com/index.php?option=com_content&task=view&id=1089&Itemid=2)

[Πρόσβαση 7 Απριλίου 2015]

Eurostat Statistics Explained, (2015), Unemployment statistics,[online], Διαθέσιμο: <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/6862104/3-03062015-BP-EN.pdf/efc97561-fad1-4e10-b6c1-e1c80e2bb582>

[Πρόσβαση 12 Μαΐου 2015]

Eurostat statistic explained, (2015), Unemployment statistics, [online], Διαθέσιμο: [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Unemployment\\_statistics](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Unemployment_statistics) [Πρόσβαση 26 Μαΐου Ιουλίου

2015]

Lopez, M. H., Kirby, E., Sagoff, J., (2005), The youth vote 2004, [online] Διαθέσιμο στη από: <http://www.civicyouth.org/PopUps/WorkingPapers/WP35CIRCLE.pdf> [Πρόσβαση 12 Μαΐου 2015]

Μονάδα παρακολούθησης κοινής γνώμης, (2012), Αποχή και εκλογική συμπεριφορά κατά τις Ευρωπαϊκές εκλογές, [online], Διαθέσιμο:

[http://www.europarl.gr/resource/static/files/desk-research-abstention-principaux-enseignements-el\\_v21.pdf](http://www.europarl.gr/resource/static/files/desk-research-abstention-principaux-enseignements-el_v21.pdf)  
[Πρόσβαση 16 Μαΐου 2015]

ΓΤΝΓ, (2005), Η Νέα Γενιά στην Ελλάδα σήμερα, [online], Διαθέσιμο:

<http://www.neagenia.gr/frontoffice/portal.asp?cpage=RESOURCE&cresrc=322&cnode=51>  
[Πρόσβαση 16 Μαΐου 2015]

IEA, (2010), ICCS 2009 European Report, Civic knowledge, attitudes, and engagement among lower-secondary students in 24 European countries, [online], Διαθέσιμο:

<http://iccs.acer.edu.au>  
[Πρόσβαση 16 Μαΐου 2015]

Ερευνητικό πρόγραμμα, (2014), Myplace, [online], Διαθέσιμο:

<http://www.fp7myplace.eu/documents/policybriefsjune2014/MYPLACE%20Policy%20Brief%202%20Greece%20GREEK%20LANGUAGE.pdf>  
[Πρόσβαση 19 Μαΐου 2015]

Δελτίο τύπου Ελληνικής Στατιστικής Αρχής με θέμα για το Εργατικό Δυναμικό, (2015), [online], Διαθέσιμο:

[http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/BUCKET/A0101/PressReleases/A0101\\_SJO02\\_DT\\_MM\\_05\\_2015\\_01\\_F\\_GR.pdf](http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/BUCKET/A0101/PressReleases/A0101_SJO02_DT_MM_05_2015_01_F_GR.pdf)  
[Πρόσβαση 18 Μαΐου 2015]

Huddy L., Jeffrey M. Jones, Chanrd R., (2001), Compassion Politics: Support for Old-Age programs among the Non- Elderly, Political Psychology,[online]

Διαθέσιμο:

<https://docs.google.com/a/stonybrook.edu/viewer?a=v&pid=sites&srcid=c3Rvbnlicm9vay5lZHV8bGVvbmlILWh1ZGR5fGd4OjE0NjM0MDAzOTQ2MGZIMzk>

[Πρόσβαση 15 Ιουνίου 2015]

Ortoleva P. and Snowberg E., (2015), Overconfidence in Political Behavior, American Economic Review. [online], Διαθέσιμο:

[http://www.columbia.edu/~po2205/papers/Ortoleva\\_Snowberg\\_Overconfidence.pdf](http://www.columbia.edu/~po2205/papers/Ortoleva_Snowberg_Overconfidence.pdf)

[Πρόσβαση 3 Ιουλίου 2015]

Abramowitz JS. and Saunders A.I., (1998), “Ideological Realignment in the U.S. Electorate”, Journal of Politics. [online], Διαθέσιμο:

<http://www.acsu.buffalo.edu/~jcampbel/documents/AbramowitzSaundersRealignJOP1998.pdf>

[Πρόσβαση 3 Ιουλίου 2015]

Βερναρδάκης Χ., (2008), «Κοινωνικές συμμαχίες και εκλογικοί συσχετισμοί. Το αποτέλεσμα των εκλογών 2007 και οι μακροπρόθεσμες επιπτώσεις του στο κομματικό σύστημα» [online] Διαθέσιμο:

[http://www.vernardakis.gr/uplmed/47\\_elections2007.pdf](http://www.vernardakis.gr/uplmed/47_elections2007.pdf)

[Πρόσβαση 3 Ιουλίου 2015]

Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, (2010), [online], Διαθέσιμο:

[http://www.ktpae.gr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1565:-q-q&catid=6:latest-news&Itemid=18](http://www.ktpae.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=1565:-q-q&catid=6:latest-news&Itemid=18)

[Πρόσβαση 1 Αυγούστου 2015]



## Παράρτημα

### Ερωτηματολόγιο της έρευνας



Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου

Τμήμα Πολιτικής Επιστήμης και Διεθνών Σχέσεων

Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Διεθνείς Σχέσεις και Πολιτικές»

#### **ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ:**

Ποιοι είναι οι παράγοντες που επηρεάζουν τη πολιτική ψήφο στην Ελλάδα;

Συγκριτική έρευνα μεταξύ των ηλικιακών ομάδων 18-24 και 35-44 .

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι να καταγράψουμε τους παράγοντες που καθορίζουν τη πολιτική ψήφο των δυο ηλικιακών ομάδων 18-24 και 35-44. Ακολουθεί σειρά ερωτήσεων στις οποίες θα θέλαμε να απαντήσετε χωρίς να αφήσετε κενά. Ευχαριστούμε εκ των προτέρων για την πολύτιμη συνδρομή σας.

#### **1. Φύλο:**

- Άνδρας
- Γυναίκα

#### **2. Ηλικιακή ομάδα:**

- 18-24
- 35-44

### **3. Εκπαίδευση:**

- Δημοτικό
- Γυμνάσιο
- Λύκειο
- ΑΕΙ-ΤΕΙ
- Μεταπτυχιακό (MSc)
- Διδακτορικό (PhD)

### **4. Σημερινή εργασιακή κατάσταση:**

- Εργαζόμενος (πλήρης απασχόλησης)
- Εργαζόμενος (μερικής απασχόλησης)
- Άνεργος
- Μαθητής – Φοιτητής
- Εισοδηματίας
- Οικιακά
- Άλλο

### **5. Η αποψή σας για τη σημαντικότητα της ψήφου:**

- Πολύ σημαντική
- Σημαντική
- Μη σημαντική
- Δεν κάνει τη διαφορά
- Δεν απαντώ

### **6. Στις εθνικές εκλογές ψηφίζετε:**

- Ποτέ (0/4 πρόσφατες εκλογές)
- Σπάνια (1/4 πρόσφατες εκλογές)
- Συχνά (2/4 πρόσφατες εκλογές)
- Πολύ συχνά (3/4 πρόσφατες εκλογές)
- Πάντα(4/4 πρόσφατες εκλογές)

**7. Στις αυτοδιοικητικές εκλογές ψηφίζετε:**

- Ποτέ (0/4 πρόσφατες εκλογές)
- Σπάνια (1/4 πρόσφατες εκλογές)
- Συχνά (2/4 πρόσφατες εκλογές)
- Πολύ συχνά (3/4 πρόσφατες εκλογές)
- Πάντα (4/4 πρόσφατες εκλογές)

**8. Στις ευρωεκλογές ψηφίζετε:**

- Ποτέ (0/4 πρόσφατες εκλογές)
- Σπάνια (1/4 πρόσφατες εκλογές)
- Συχνά (2/4 πρόσφατες εκλογές)
- Πολύ συχνά (3/4 πρόσφατες εκλογές)
- Πάντα (4/4 πρόσφατες εκλογές)

**9. Στις προηγούμενες εθνικές εκλογές (Ιανουάριος 2015) ψηφίσατε:**

- ΣΥΡΙΖΑ
- ΝΔ
- ΧΡΥΣΗ ΑΥΓΗ
- ΤΟ ΠΟΤΑΜΙ
- ΚΚΕ
- ΑΝ.ΕΛ.
- ΠΑΣΟΚ
- ΑΛΛΟ
- ΛΕΥΚΟ
- ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ
- ΔΕΝ ΨΗΦΙΣΑ

**10. Τοποθετείστε τον εαυτό σας στην κλίμακα Αριστεράς - Δεξιάς:**

	Άκρα Αριστερά	Αριστερά	Κέντρο - Αριστερά	Κέντρο	Κέντρο - Δεξιά	Δεξιά	Άκρα Δεξιά
Υποστηρίζω περισσότερο:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**11. Ψηφίζετε το ίδιο κόμμα με τους γονείς σας:**

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

**12. Η πολιτική ως έννοια σας προξενεί:**

- Ενδιαφέρον
- Διάθεση συμμετοχής
- Ενθουσιασμό
- Δυσπιστία
- Οργή
- Αδιαφορία
- Δεν απαντώ

**13. Ψηφίσατε και στις τρεις προηγούμενες εθνικές εκλογές (Μαΐος 2012, Ιούνιος 2012, Ιανουάριος 2015);**

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

**14. Συμμετέχετε σε συζητήσεις που έχουν σχέση με την πολιτική:**

- Ποτέ
- Σπάνια
- Συχνά
- Πολύ συχνά
- Πάντα

**15. Παρακολουθείτε πολιτικές συζητήσεις στα Μ.Μ.Ε.:**

- Καθημερινά
- Εβδομαδιαία μόνο
- Μηνιαία μόνο
- Σπάνια ή σχεδόν ποτέ

**16. Είστε μέλος ή φίλος σε κάποιο πολιτικό κόμμα;**

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

**17. Παρευρίσκεστε σε προεκλογικές συγκεντρώσεις:**

- Ποτέ
- Σπάνια
- Συχνά
- Πολύ συχνά
- Πάντα

**18. Η εκάστοτε κυβέρνηση πρέπει να διατηρεί σχέσεις με την εκκλησία:**

- Διαφωνώ απόλυτα
- Διαφωνώ
- Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ
- Συμφωνώ
- Συμφωνώ απόλυτα

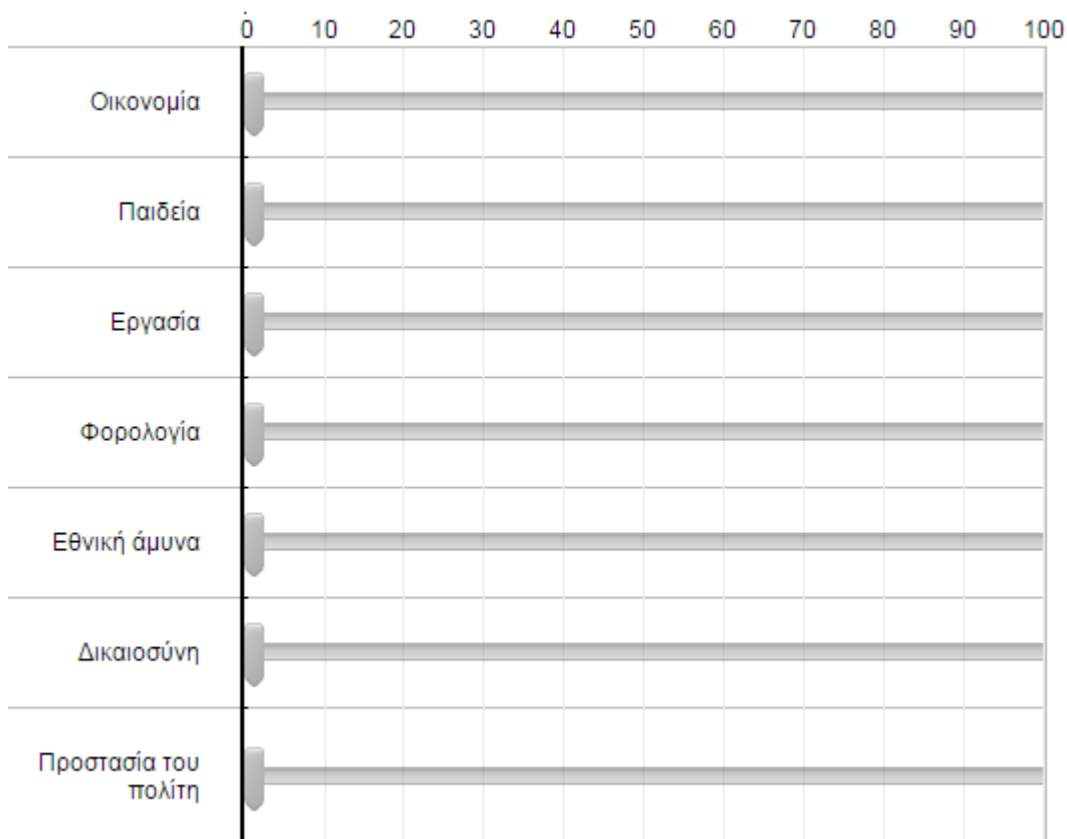
**19. Ο λόγος που ψηφίζετε ένα κόμμα:**

- Από παράδοση
- Έχει καλύτερο πολιτικό πρόγραμμα απο τα άλλα
- Έχει ικανότερους πολιτικούς απο τα άλλα
- Λόγω διαπροσωπικών σχέσεων
- Απο αντίδραση σε άλλο κόμμα
- Άλλος λόγος \_\_\_\_\_

20. Τα πολιτικά προγράμματα των κομμάτων είναι ικανά να αλλάξουν τη πολιτική σας ψήφο:

- Ποτέ
- Σπάνια
- Συχνά
- Πολύ συχνά
- Πάντα

21. Όσον αφορά το πολιτικό πρόγραμμα των διαφόρων κομμάτων ποιοι απο τους παρακάτω τομείς παίζουν το σημαντικότερο ρόλο στη ψήφο σας; (0: Καθόλου σημαντικό , 100: Πολύ σημαντικό ):



**22. Η προσωπικότητα των υποψηφίων επηρεάζει τη ψήφο σας:**

- Ποτέ
- Σπάνια
- Συχνά
- Πολύ συχνά
- Πάντα

**23. Τα προσόντα και η εμπειρία των υποψηφίων επηρεάζει τη ψήφο σας:**

- Ποτέ
- Σπάνια
- Συχνά
- Πολύ συχνά
- Πάντα

**24. Ο πατέρας σας υποστηρίζει το ίδιο κόμμα με τη μητέρα σας:**

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

**25. Πόσα άτομα πιστεύετε ότι επηρεάζετε με τη πολιτική σας άποψη:**

- 0
- 1-3
- 4-5
- Περισσότερα απο 5

**26. Η πηγή που ενημερώνεστε περισσότερο για τα πολιτικά θέματα είναι:**

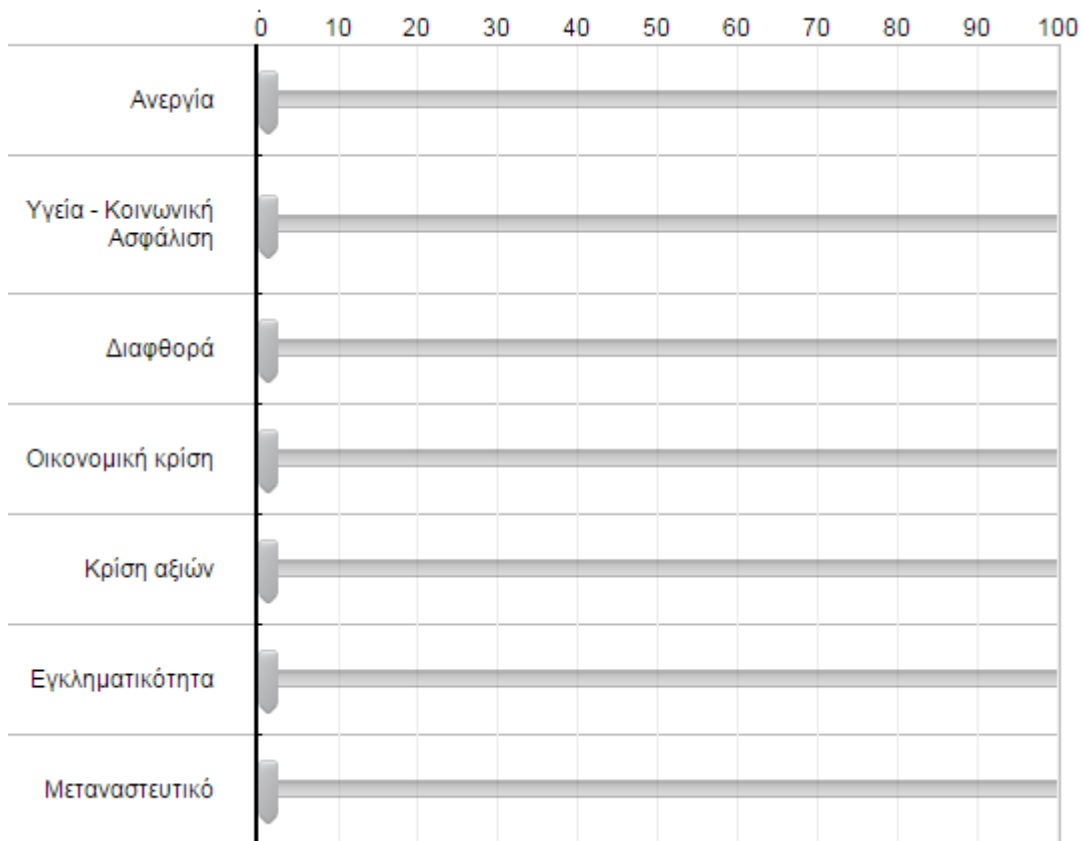
- Τηλεόραση
- Διαδίκτυο
- Ραδιόφωνο
- Εφημερίδα

27. Αν γίνονταν αύριο εθνικές εκλογές θα ψηφίζατε:

- ΣΥΡΙΖΑ
- ΝΔ
- ΧΡΥΣΗ ΑΥΓΗ
- ΤΟ ΠΟΤΑΜΙ
- ΚΚΕ
- ΑΝ.ΕΛ.
- ΠΑΣΟΚ
- ΑΛΛΟ
- ΛΕΥΚΟ
- ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ
- ΔΕΝ ΘΑ ΨΗΦΙΖΑ



28. Όσον αφορά τα προβλήματα που αντιμετωπίζει αυτή την εποχή η χώρα μας αξιολογείστε τα με το βαθμό σημαντικότητας (0: Καθόλου σημαντικό , 100: Πολύ σημαντικό ):



29. Η πολιτική σας ψήφος έχει αλλάξει από ότι όταν ήσασταν 18 - 24; Σχολιάστε την απαντησή σας:

ΝΑΙ .....

ΟΧΙ .....

Σας ευχαριστούμε πολύ για τη συμμετοχή σας.

Εάν θα θέλατε να σας στείλουμε τα αποτελέσματα της ερευνάς μας συμπληρώσετε το email .....σας ώστε να σας τα στείλουμε.