

பண்பாடு-மக்கள் தொடர்பகம்
லொயோலா கல்லூரி வளாகம், சென்னை 600 034
நடத்திய

மக்கள் சந்திப்பு-2001

தேர்தல் கருத்துக் கணிப்பு - இரண்டாம் சுற்று

பண்பாடு மற்றும் வெகுசனத் தொடர்புச் சாதனங்களின் தளங்களில் மக்களிடம் விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்துவதிலும், ஆய்வுகள், பயிற்சிகள், கல்வித்திட்ட உருவாக்க முயற்சிகள் வாயிலாக மக்களுக்கான தொடர்புச் சாதனங்களை முன்னெடுத்துச் செல்வதிலும் 1981 முதல் பண்பாடு-மக்கள் தொடர்பகம் ஈடுபட்டு வருகிறது.

தொடர்புசாதனங்களின் சமூக-உளவியல் தாக்கம் குறித்து மேற்கொண்டு வரும் தொடர் ஆய்வுகளின் ஓர் அம்சமாக, இன்னும் ஓரிரு தினங்களில் தமிழ்நாடு சந்திக்கவிருக்கும் சட்டமன்றத் தேர்தலை ஓட்டி மக்களின் உணர்வு வெளிப்பாடுகளை நேரடியாகப் பதிவு செய்யப் பண்பாடு-மக்கள் தொடர்பகம் களமிறங்கியது. லொயோலாக் கல்லூரியின் காட்சித் தகவலியல் துறை இம் முயற்சியில் இணைந்து கொண்டது.

பண்பாடு-மக்கள் தொடர்பகத்தின் இயக்குநரும் காட்சித் தகவலியல் பேராசிரியருமான ச. ராஜநாயகம் வழிநடத்துதலில் பதினைந்து பேர் அடங்கிய கருத்துக் கணிப்புக் குழுவானது தமிழ்நாட்டின் 30 மாவட்டங்களுக்கும் நேரடியாகச் சென்று மக்களைச் சந்தித்தது. கட்சி, மதம், சாதி முதலான எந்த அமைப்பையும் சாராமல், தமிழக மக்களின் சார்பாக நின்று, நடுநிலையோடு, இரண்டு சுற்றுகளாக இந்தச் சந்திப்புக்கள் நிகழ்ந்தன.

மக்கள் சந்திப்பின் நோக்கங்கள்

முதலாவது: மக்களை வெறும் தரவுகளாக மட்டும் கருதி, அவர்களிடமிருந்து செய்தியைக் “கறக்கும்” அணுகுமுறைக்குப் பதிலாக, மக்களை அணுகி, அவர்கள் தங்கள் கருத்துக்களைச் சுதந்திரமாக வெளிப்படுத்த ஏதுவான சூழலை அமைத்துத் தருவது.

இரண்டாவது: சிந்தனையைத் தூண்டும் வினாப்பொறிகளை விதைப்பதன் மூலம் தமிழக மக்கள் வெளிக்காட்டிய பிரச்சனைகள் பற்றிய தொடர் விவாதங்களை அவர்கள் மத்தியிலேயே இயங்கச் செய்யக் களம் அமைத்துக் கொடுப்பது. இதற்கு உறுதுணையாக அமையும் விதத்தில் வினாத் தொகுப்புப் படிவத்தை வடிவமைப்பது.

மூன்றாவது: மக்களின் விவாதங்களையும் விமர்சனங்களையும் மீளவும் அவர்களிடமே கொண்டு சேர்த்து, அதன் மூலம் இன்றைய அரசியல், சமுதாய அவலங்கள் பற்றிய விழிப்புணர்வைக் கூர்மைப்படுத்தி, எதிர்வரும் தேர்தலில் அதைப் பிரதிபலிக்கச் செய்வது. அதற்காக, பத்திரிக்கைகள், தொலைக்காட்சிகள் முதலான வெகுசனத் தொடர்புச் சாதனங்கள் வழியாக மட்டுமல்லாது, ஆசிரியர்கள், எழுத்தாளர்கள், அரசு சாராத தன்னார்வக் குழுக்கள் வழியாகவும் இந்த முயற்சிகளைத் தொடர்வது.

நான்காவது: மக்களது நியாயமான எதிர்பார்ப்புகளை அரசியல் கட்சிகளிடம் எடுத்துச் செல்வதன்மூலம் மக்களது அபிலாசைகளைப் புரிந்து கொண்டு, பொறுப்புணர்வோடு அரசியல்கட்சிகள் தேர்தலை அணுகவும், தேர்தலுக்குப் பின்னும் தொடர்ந்து செயல்படவும் தூண்டுவது.

முதல் சுற்று:

தமிழகத்தில் தேர்தல் திருவிழா களைகட்டத் தொடங்கி, அரசியல் கட்சிகளால் மக்கள் திசை திருப்பப் படுவதற்கு முன்னதாக, அதே சமயம் மக்கள் மத்தியில் தேர்தல் பற்றிய எதிர்பார்ப்பு ஆரம்பித்திருக்கும் நிலையில், புற-அக அழுத்தங்கள் ஏதுமின்றி மக்கள் தமது கருத்துக்களையும் உணர்ச்சிகளையும் வெளிப்படுத்துவதற்குப் பொருத்தமான தருணமாகிய ஜனவரி

மாதத்தில் முதல் கட்டச் சந்திப்பு நடைபெற்றது. இதன் வழியாக, தமிழகத்தின் இன்றையச் சமூக அரசியல் பிரச்சனைகள் பற்றிய மக்களின் பார்வைகளையும் கருத்துக்களையும் விமர்சனங்களையும் சேகரித்து வந்து, தொடர்புசாதன ஊடகங்கள் மற்றும் விவாத அரங்குகள் மூலம் சில சிந்தனை வித்துக்களை விதைத்தது.

இரண்டாம் சுற்று:

முதல் கட்ட மக்கள் சந்திப்பின் தொடர்ச்சியாக, தேர்தல் பிரச்சாரங்கள் சூடுபிடித்துள்ள நிலையில், தேர்தலுக்கு வெகு அண்மையில் மற்றொரு சுற்று கருத்துக் கணிப்பை மேற்கொண்டது. நன்கு பயிற்சி பெற்ற ஆய்வாளர்கள், ஆய்வு உதவியாளர்கள், மாணவர்கள் இவர்களை உள்ளடக்கிய ஆய்வுக் குழு ஏப்ரல் 26 - இல் பயணம் மேற்கொண்டு 2468 பேரைச் சந்தித்தது. இந்த ஆய்வில் கணித்த விவரங்களை முதல் சுற்று முடிவுகளுடன் ஒப்புநோக்கி, தமிழக வாக்காளரின் தற்போதைய மனநிலையைப் படம் பிடித்துக் காட்டுகிறது.

சமூக-உளவியல் அணுகுமுறை

வெகுசனத் தொடர்பு ஊடகங்களாலும் கருத்துக்கணிப்பு நிறுவனங்களாலும் வழக்கம் போல மேற்கொள்ளப்படும் புள்ளிவிவரக் கருத்துக் கணிப்புக்கள் போலில்லாது, சமூக-உளவியல் உண்மைகளுக்கேற்ப ஒவ்வொரு பங்கேற்பாளருக்கும் தனிப்பட்ட கவனம் செலுத்தி, நேரடி உரையாடல் வாயிலான கருத்துப் பகிர்வின் மூலமாகத் தரவுகளைச் சேகரித்ததோடு, மக்களைப் பாதிக்கும் பல்வேறு பிரச்சனைகள் தொடர்பாக உணர்ச்சிப் பூர்வமான கருத்துக்கள் ஒளிநாடாக்களில் பதிவும் செய்யப்பட்டன. இத்தகைய ஒருங்கிணைந்த செயற்பாடானது தேர்தல் கணிப்புக்களைப் பொருத்த வரையில் புதியதொரு ஆய்வு அணுகுமுறையாகும்.

மிகுந்த கவனத்தோடும் கடமையுணர்வோடும் மேற்கொள்ளப்பட்ட இந்த ஆய்வு முயற்சிகள், வெறுமனே யார் வெல்வார் என்பதைக் கண்டுபிடித்து அறிவிக்க அல்ல என்பதால், இங்கு தரப்பட்டுள்ள முடிவுகளில் “யாருக்கு எத்தனை ஸீட்” என்ற கேள்வி தெரிந்தே பின்னுக்குத் தள்ளப்பட்டுள்ளது. மக்களுடைய எதிர்பார்ப்புகளும் ஏமாற்றங்களும், மனப்போக்குகளும் சிந்தனை ஓட்டங்களும் முன்னிலைப் படுத்தப்பட்டுள்ளன.

பண்பாடு-மக்கள் தொடர்பகம் மேற்கொள்ளும் அரசியலுக்கான தொடர்புசாதனக் கல்வியின் திசையைத் தெளிவுபடுத்தும் கள-அனுபவம் இந்தக் “கருத்துக் கணிப்பு” ஆய்வு...

நன்றி:

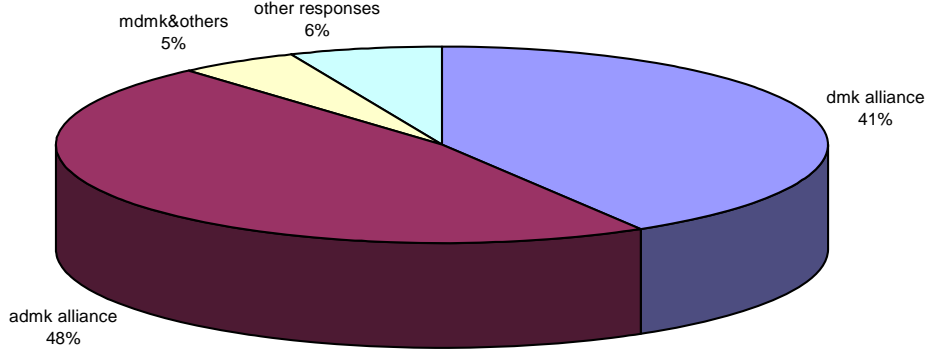
எமது முயற்சியில் தோள் கொடுத்த -
காட்சித் தகவலியல் துறை பேராசிரியர்கள் & மாணவர்கள்
லொயோலா சமூக ஆய்வியல் மையம்
தீபிகா

மே 5, 2001.

வரும் தேர்தலில் வாக்கு

01. கூட்டணியாதியாக வாக்கு சதவீதம்:

தமிழக அளவில் திமுக கூட்டணியை விட (திமுக, பாஜக, எம்ஜிஆர் அதிமுக, எம்ஜிஆர் கழகம், கொநாமக, புநீக, விசி, புத, மததே முதலியவை), அதிமுக கூட்டணி (அதிமுக, காங்., தமாக, பாமக, இடதுசாரிகள், பார்வாரு பிளாக் முதலியவை) 7 விழுக்காடு அதிகம் பெற்றுள்ளது.



(“வேறு பதில்களில்” - திமுக சாய்வுடையோர் - 1.5, அதிமுக சாய்வுடையோர் - 2.1. மீதமுள்ள 2.8% பேரில் - யாருக்கும் வாக்களிக்கப் போவதில்லை என்போர், தங்கள் முடிவை ரகசியமாக வைத்திருப்போர், இன்னும் முடிவு செய்யாதோர் ஆகியோர் அடக்கம்.)

02. சாதி அடிப்படையில்:

தனித்தொகுதி (17.0), பொதுத்தொகுதி (83.0) ஆகிய இரண்டிலும் அதிமுக முன்னிலை வகிக்கிறது.

	தனி	பொது
திமுக கூட்டணி	38.3	41.9
அதிமுக கூட்டணி	46.9	47.3
பிறர்	14.8	10.8

எனினும் மாநில அளவில் தாழ்த்தப்பட்டோரின் வாக்குகளை அதிகம் பெற்றிருப்பது திமுக கூட்டணி என்பதும் கவனிக்கத்தக்கது. சாதியாரியாகக் கட்சிகள் பெறும் வாக்குகள் விகிதம்:

சாதி	திமுக கூட்டு	அதிமுக கூட்டு	பிறர்
தாழ்த்தப்பட்டோர்	[16.6] 49.8	43.9	6.3
வன்னியர்	[10.7] 33.2	60.0	6.8
முதலியார்	[9.4] 48.9	41.1	10
முக்குலத்தோர்	[7.6] 29.8	60.1	10.1
யாதவர்	[2.9] 44.4	47.2	8.4
கவுண்டர்	[4.5] 36.4	47.3	16.3
மீனவர்	[1.2] 31.0	48.3	20.7
செட்டியார்	[3.9] 44.8	40.6	14.6
தெலுங்கர்	[3.3] 34.6	46.9	18.5

நாடார்	[5.3]	41.7	48.5	9.8
பிறர்	[29.3]	42.0	44.9	13.1

அதிமுக கூட்டணிக்கு வன்னியர் மற்றும் முக்குலத்தோர் வாக்குகள் 60 சதவீதத்தை எட்டியுள்ளன.

03. பால் அடிப்படையில்:

ஆண்கள் (81.0) மற்றும் பெண்கள் (19.0) மத்தியில் அதிக செல்வாக்குப் பெற்றிருப்பது அதிமுக கூட்டணி.

	ஆண்கள்	பெண்கள்
திமுக கூட்டணி	42.2	37.2
அதிமுக கூட்டணி	46.6	49.1
பிறர்	11.2	13.7

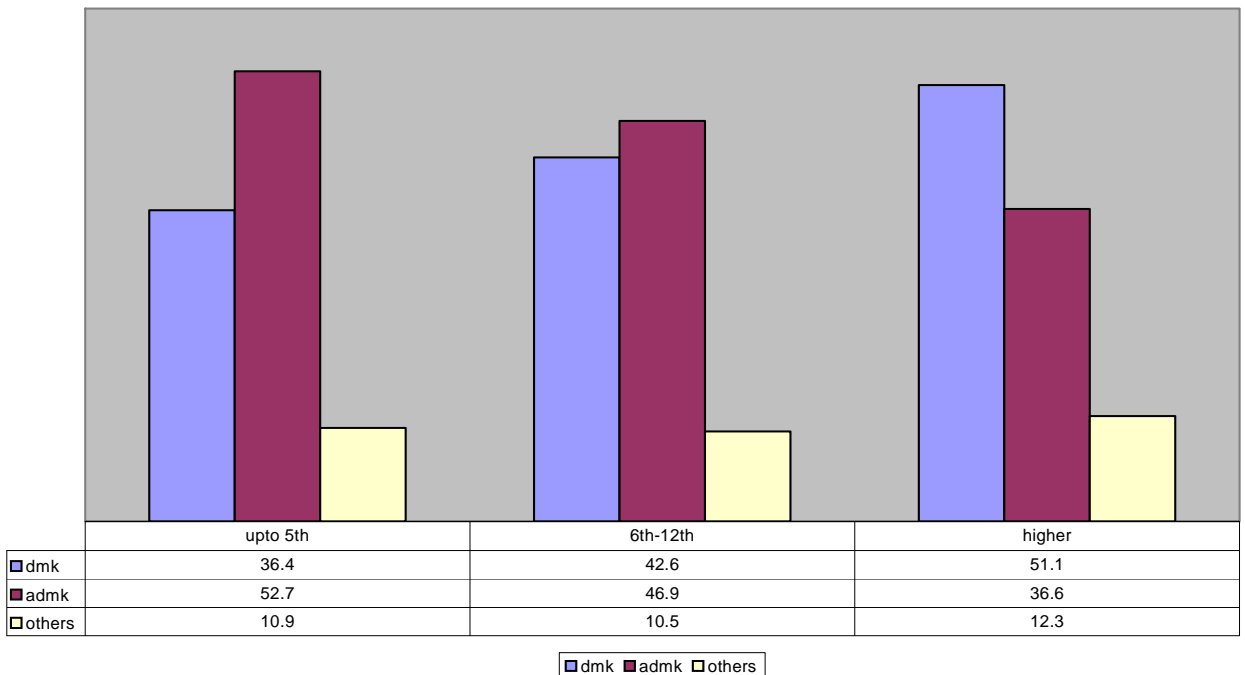
04. வயது அடிப்படையில்:

முதல்முறை வாக்களிப்போர் (8.8), நாற்பது வயதுவரை உள்ளோர் (56.9), நாற்பதுக்கு மேலானோர் (34.3) ஆகிய மூன்று பிரிவினரிடமும் அதிமுக -வே சற்று அதிக ஆதரவைப் பெற்றுள்ளது.

	முதல் வாக்கு	40 - வரை	41 - ம் மேலும்
திமுக கூட்டணி	43.6	40.9	41.6
அதிமுக கூட்டணி	49.1	46.5	48.7
பிறர்	7.3	12.6	9.7

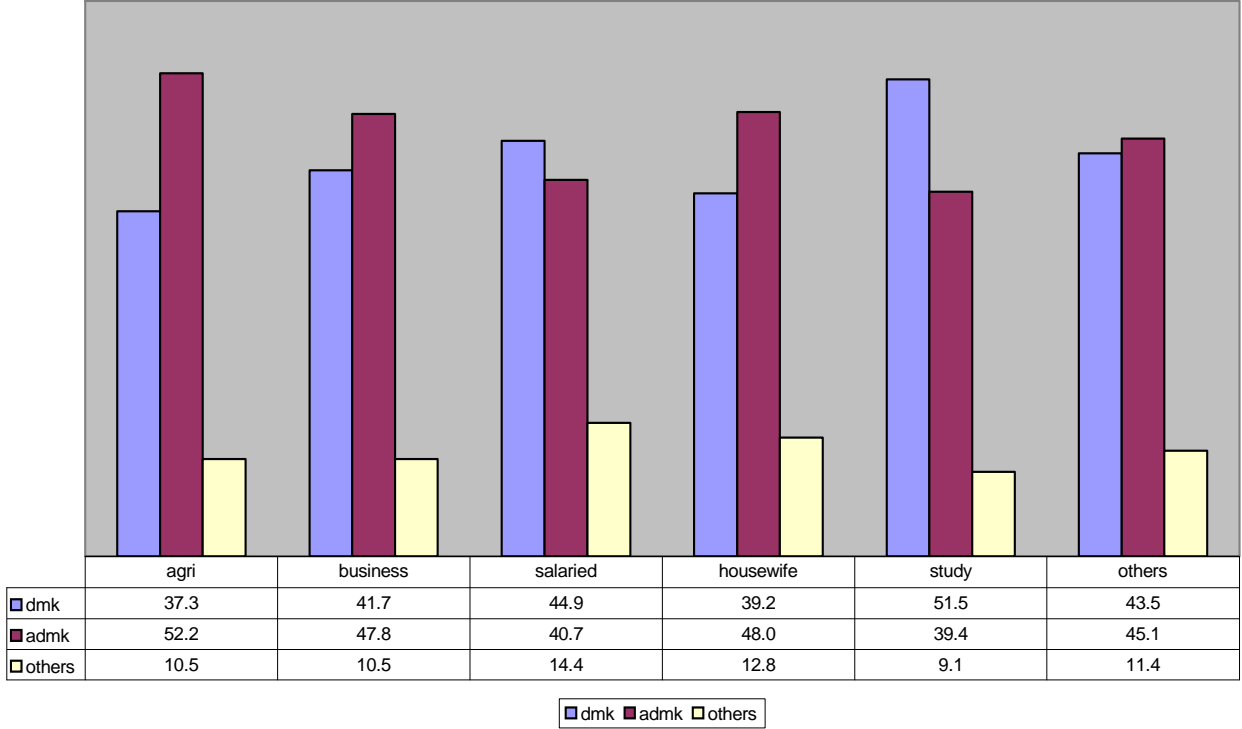
05. கல்வி அடிப்படையில்:

ஒன்றும் படிக்காதவர்கள் முதல் 5 -ம் வகுப்பு எட்டியவர்கள் வரையிலுமுள்ளோர் (29.7) மத்தியில் அதிமுகவும், கல்லூரிப் படிப்பு முடித்துள்ளோர் (22.7) மத்தியில் திமுக -வும், 6 -ம் வகுப்பிலிருந்து 12 -ம் வகுப்பு வரையிலான படிப்பு முடித்துள்ளோர் (47.6) மத்தியில் திமுக -வை விடச் சிறிது அதிக அளவில் அதிமுக -வும் ஆதரவு பெற்றுள்ளன.



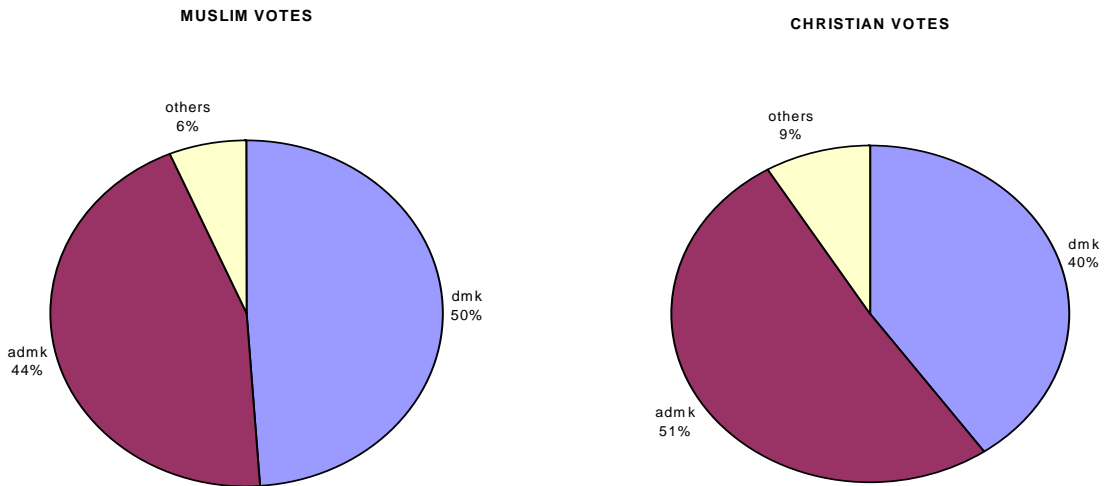
06. தொழில் அடிப்படையில்:

விவசாயிகள் மற்றும் விவசாயக் கூலிகள் மத்தியில் அதிமுகவும், மாதச்சம்பளம் வாங்கும் வேலையில் இருப்போர் மத்தியில் திமுகவும் அதிக ஆதரவு பெற்றுள்ளன. கடந்த ஜனவரி கணிப்போடு ஒப்பிடுகையில், வியாபாரம் மற்றும் சொந்தத்தொழிலில் ஈடுபட்டுள்ளோரிடையே அதிமுக -வும், படித்துக்கொண்டுள்ளோரிடையே திமுக -வும் தமது செல்வாக்கை மேலும் அதிகப்படுத்தியுள்ளன.

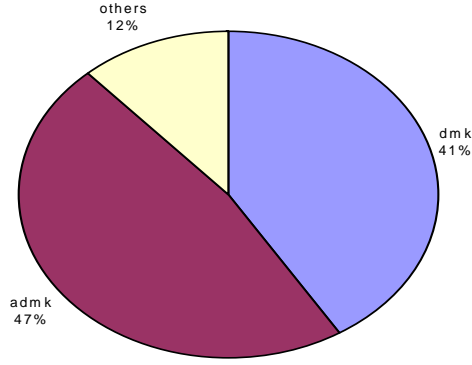


07. மதரீதியாக:

மதச் சிறுபான்மையினரில் கிறிஸ்தவர்களின் ஆதரவை அதிமுக -வும் முஸ்லிம்களின் ஆதரவை திமுக -வும் சிறிது அதிகமாகப் பெற்றுள்ளன. ஜனவரி கணிப்பில் முஸ்லிம்களின் ஆதரவும் அதிமுக -வுக்கே அதிகம் இருந்தது குறிப்பிடத் தக்கது (ஜனவரியில்: அதிமுக - 47.4, திமுக - 30.9).

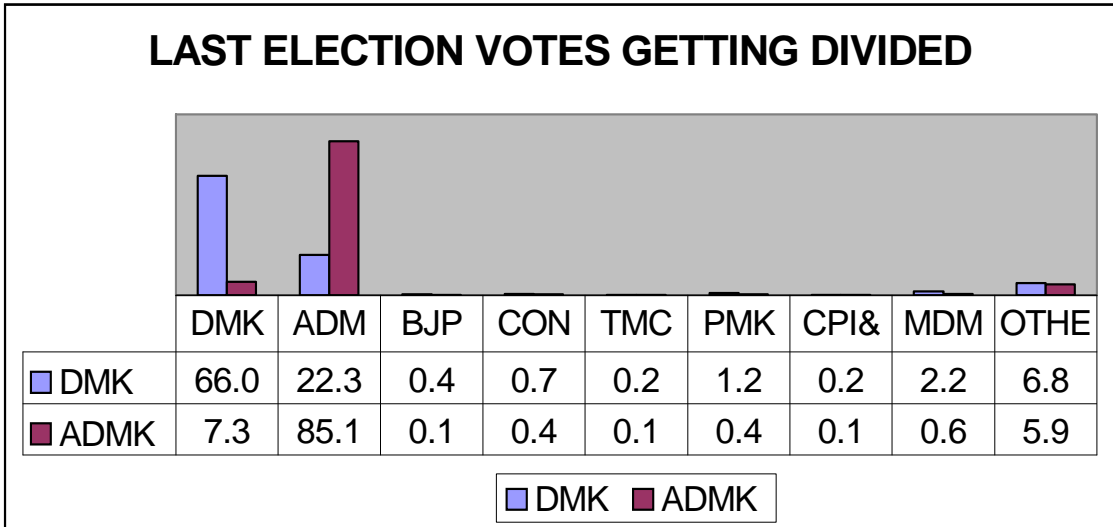


HINDU VOTES



08. கடந்த தேர்தல்:

கடந்த தேர்தலில் திமுக -வுக்கு வாக்களித்தோரில் இம் முறை திமுக -வுக்கே வாக்களிப்போர் சதவீதம் ஜனவரி கணிப்பைவிட உயர்ந்திருந்தாலும், திமுக வாக்குகளில் ஏற்படும் சரிவு அதிமுக -வை விடத் தொடர்ந்து அதிகமாகவே உள்ளது. மேலும், அதிமுக வாக்குகள் பெரும்பாலும் அதே (தற்போதைய) கூட்டணிக் கட்சிகளுக்குள்ளேயே இடம் மாறியிருப்பதும், திமுக வாக்குகள் எதிரணிக் கட்சிகளுக்குச் செல்வதும் கவனத்திற்குரியன.



09. கூட்டணி ஆட்சி:

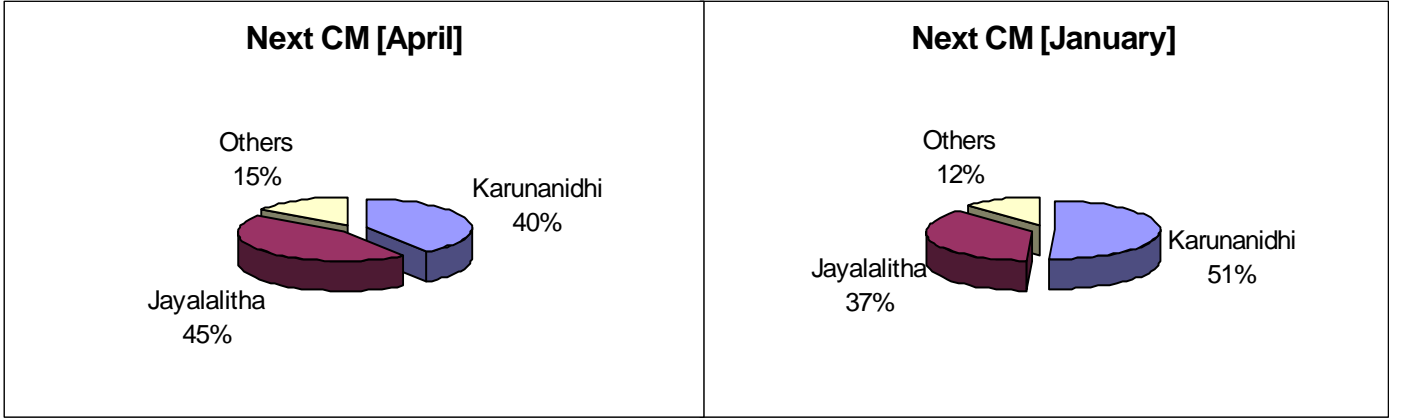
தமிழகத்தில் கூட்டணி ஆட்சி [coalition government] நடைபெறுவதற்கு ஏதுவான சூழ்நிலையே நிலவ்வதாக ஆய்வு தெரிவிக்கிறது.

ஆட்சி அமைக்கும் விதம்	ஏப்ரல்	ஜனவரி
திமுக தனித்து	12.8	18.1
திமுக கூட்டணி	27.4	31.7
அதிமுக தனித்து	12.6	13.9
அதிமுக கூட்டணி	35.9	29.1
பிற கட்சிகள்	11.3	7.2

திமுக அல்லது அதிமுக தலைமையில் கூட்டணி ஆட்சி வரும் என்ற பெரும்பான்மையோரின் [63.3%] கருத்து, ஜனவரி கணிப்புடன் மிகவும் ஒத்துப்போகிறது. ஆனால், கடந்த கணிப்பில் திமுக கூட்டணி ஆட்சியைவிட 2.6% பின்தங்கியிருந்த அதிமுக கூட்டணி ஆட்சி, இம்முறை திமுக-வை விட 8.5% அதிகம் செல்வாக்குப் பெற்று விளங்குகிறது.

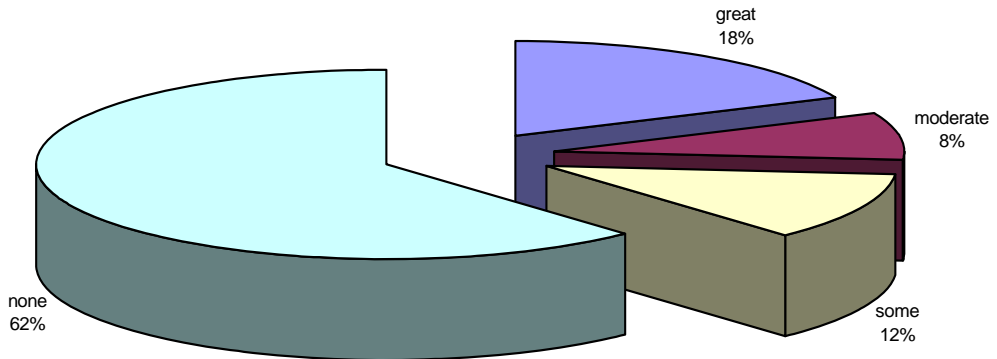
10. அடுத்த முதல்வர்:

தமிழகத்தின் அடுத்த முதல்வராகும் வாய்ப்பு தற்போதைய முதல்வர் கருணாநிதியை விட, ஜெயலலிதாவுக்கே அதிகம் உள்ளது. கடந்த கணிப்போடு ஒப்பிடுகையில், கருணாநிதியின் வாய்ப்பு 51-லிருந்து 40-ஆகக் குறைந்துள்ள வேளையில், ஜெயலலிதாவின் வாய்ப்பு 37-லிருந்து 45-ஆக உயர்ந்துள்ளது.



ஜெயலலிதா தேர்தலில் நிற்க முடியாத நிலையில், அவரால் முதல்வராக முடியுமா என்ற விவாதங்கள் நடைபெறும் சூழலில், ஜெயலலிதா தேர்தலில் நிற்க முடியாமல் போனதால் அதிமுக-வின் வெற்றிவாய்ப்பு அவ்வளவாகப் பாதிக்கப்படாது என்பதே பெரும்பான்மைக் கருத்தாக உள்ளது.

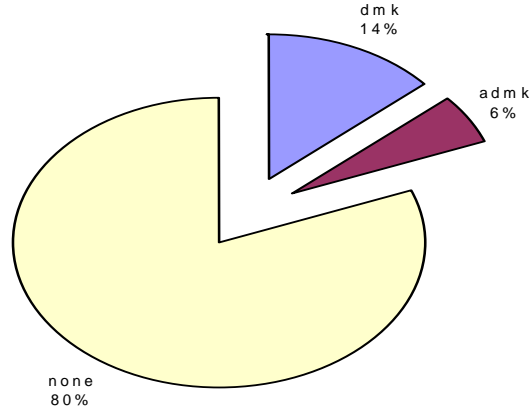
IMPACT OF REJECTION OF JAYALALITHA'S NOMINATION



ஊழல் - சினிமா - சாதி

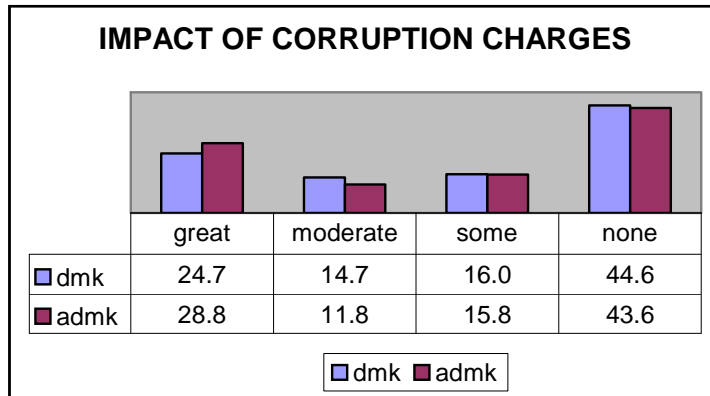
1. வரும் தேர்தலில் நடைமுறைப்படுத்தப்படும் எலக்ட்ரானிக் ஓட்டுப்பதிவு எந்தக் கட்சிக்கும் ஆதரவாக இருக்காது என்பது பெரும்பான்மைக் கருத்தாக இருந்தாலும், ஒப்பீட்டளவில் அது திமுக-வுக்குச் சாதகமாக இருக்கும் என்றும் கருத்துத் தெரிவிக்கப்பட்டுள்ளது.

ELECTRONIC VOTING - PARTY FAVOURED



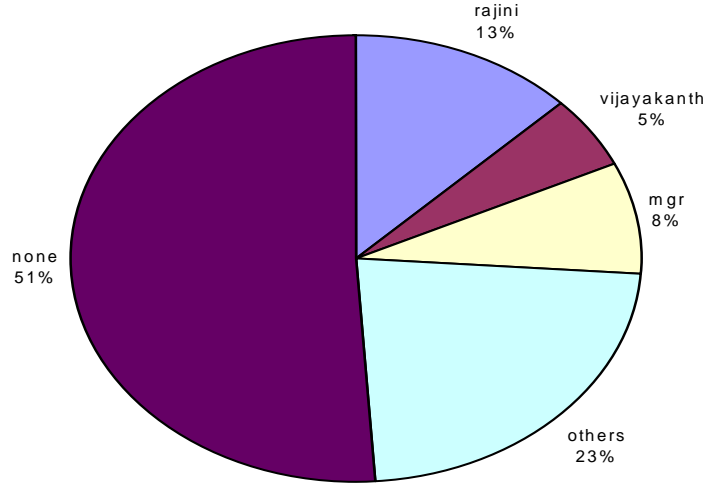
02. ஊழலைக் குறித்த மக்களின் பார்வை:

ஊழலைக் குறித்த மக்களின் பார்வை, ஜனவரி கணிப்புடன் பெருமளவு ஒத்துப்போகிறது. ஊழல் குற்றச்சாட்டுக்களால் அதிமுக அதிகம் பாதிப்புக்குள்ளாகும் என்று திமுக-வினரும், திமுக-வுக்கு அதிகம் பாதிப்பு என்று அதிமுக-வினரும் கடந்த கணிப்பைப் போலவே இதிலும் மாறிமாறிக் குற்றம்சாட்டுவதைக் காணமுடிகிறது.



03. பிடித்த நடிகர்:

தங்களுக்குப் பிடித்த நடிகர்கள் வரிசையில் ரஜினிகாந்த், விஜயகாந்த், எம்.ஜி.ஆர். ஆகிய நடிகர்கள் முன்னணியில் உள்ளார்கள் என்றாலும், யாரையும் குறிப்பிட்டுச் சொல்ல முடியாது அல்லது யாரையும் பிடிக்காது என்போரே மிகப் பெரும்பான்மையாக உள்ளனர். ஜனவரி முடிவுகளுடன் ரஜினிகாந்துக்குள்ள செல்வாக்கை ஒப்பிடுகையில், அது 27-லிருந்து 13-ஆகக் குறைந்துள்ளது.



04. நடிகர்கள் பிரச்சாரம்:

திரைப்பட நடிகர்கள் தேர்தல் பிரச்சாரத்தில் ஈடுபடுவதை ஆதரிப்போர் சதவீதம் 28.6. அதை ஆதரிக்காதோர் 66.5. அதைப் பற்றிய அக்கறையில்லாதோர் 4.9. அப்படியே நடிகர்கள் பிரச்சாரத்தில் ஈடுபட்டாலும், வாக்களிப்பதைப் பொருத்த மட்டில் அவர்களின் பிரச்சாரம் தங்களைப் பாதிக்காது என்பதே பெரும்பான்மைக் கருத்தாக உள்ளது.

நடிகர் பிரச்சாரம் செய்யும் கட்சி தன்னுடைய அணிக்கு என்றால் ஆதரவு	15.5
அது எதிரணியானாலும் ஆதரவு	7.5
அவர் பிரச்சாரம் தன்னைப் பாதிக்காது	77

05. சாதிக் கட்சிகள்:

வரும் தேர்தலில் சாதிக் கட்சிகளால் குறிப்பிடத்தக்க அளவுக்குத் தாக்கம் இருக்காது என்பது பரவலான கருத்தாக வளர்ந்துள்ளது. ஜனவரி கணிப்புடன் ஒப்பிடுகையில் இது குறிப்பிடத்தகுந்த மாற்றமாகும். சாதிக் கட்சிகள் பெரும்பாலான தொகுதிகளில் வெற்றி-தோல்வியை நிர்ணயிக்கும் முக்கிய காரணிகளாக இருக்கும் என்ற ஜனவரி கணிப்பு, கூட்டணி மாற்றங்களின் காரணமாகத் தற்போது கணிசமாக மாறியுள்ளது.

தாக்கம்	ஏப்ரல்	ஜனவரி
எல்லாத் தொகுதிகளிலும்	5.5	10.0
கணிசமான தொகுதிகளில்	11.2	16.7
ஒன்றிரண்டில் மட்டும்	30.0	42.0
எந்தத் தாக்கமும் இருக்காது	53.3	31.3

பிரச்சனைகள் - எதிர்பார்ப்புக்கள்

01. கடந்த முறை வாக்களித்த போது மக்களுடைய எதிர்பார்ப்புகள்

(1) கட்சிக்காக	39.4
(2) ஊழற்ற திறமையான ஆட்சிக்காக	16.1
(3) மக்களது அடிப்படைத் தேவைகள் நிறைவேற	14.8

(4) வேலைவாய்ப்பு, தொழில்துறை முன்னேற்றம்	5.6
(5) விவசாயிகள் பிரச்சனைகள் தீர்	4.0
(6) விலைவாசி உயர்வைக் கட்டுப்படுத்த	2.8
(7) பிற எதிர்பார்ப்புக்கள்	17.3

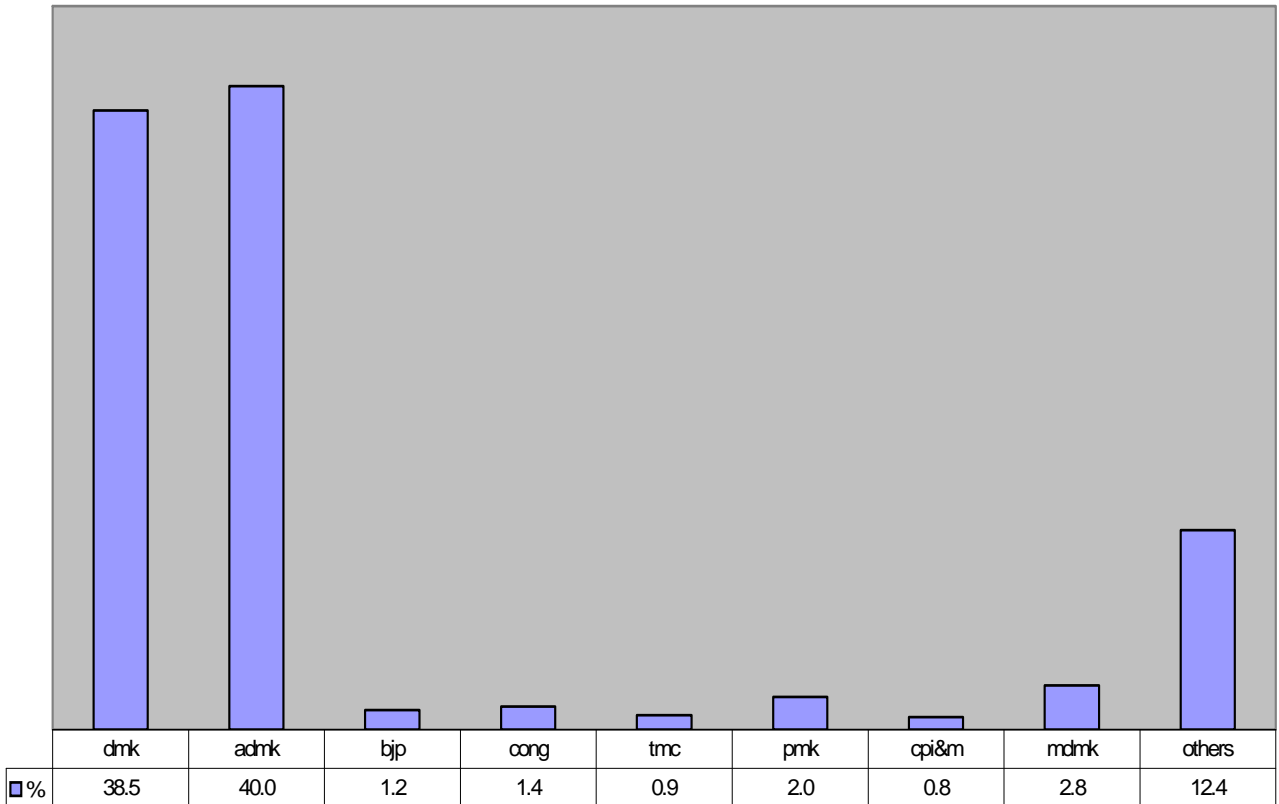
மேலுள்ள எதிர்பார்ப்புக்கள் நிறைவேறியதாக 24.2 -ம், ஓரளவு என 28.4 -ம், இல்லை என 47.4 -ம் கருத்துத் தெரிவிக்கப்பட்டுள்ளது. ஜனவரியுடன் ஒப்பிடுகையில், தங்கள் எதிர்பார்ப்புகள் நிறைவேற்றப்படவில்லை என்ற கருத்தில் எந்தக் குறிப்பிடத்தக்க மாற்றமும் இல்லை. கூட்டணிக் கட்சிகள் இடம் மாறித் தீவிரப் பிரச்சாரத்தை மேற்கொண்டுள்ள போதிலும், மக்கள் மனங்களில் ஒருவித ஏமாற்ற உணர்வு தொடர்ந்து குடிகொண்டுள்ளது.

02. தற்போது தமிழகம் சந்திக்கும் முக்கியமான பிரச்சனைகள்:

(1) அடிப்படைத்தேவைகள் பூர்த்தி செய்யப்படாமை	17.9
(2) வேலையில்லாத் திண்டாட்டம், தொழில் வளர்ச்சியின்மை	17.3
(3) பணப்புழக்கம் இல்லை, விலைவாசி உயர்வு	15.7
(4) சாதி, மதக் கலவரங்கள்	14.4
(5) விவசாயிகள் பிரச்சனை	8.4
(6) இலஞ்சம், ஊழல்	7.4
(7) வேறு பிரச்சனைகள்	18.9

மேலுள்ள பிரச்சனைகளுக்குச் சரியான தீர்வுகளைக் காணக்கூடிய கட்சிகள் வரிசையில் அதிமுக -வும் திமுக -வும் அடுத்தடுத்து வருகின்றன.

BEST PARTY TO TACKLE ISSUES



பிரச்சனைகளைத் தீர்க்கும் திறனுள்ள கட்சியை ஆதரிப்பதாக 85.4% பேரும், அக் கட்சியால் ஆட்சியைக் கைப்பற்ற முடியும் என்று 77.8% பேரும் தெரிவித்துள்ளனர்.

03. தொகுதி நிலவரம்:

தமிழக அளவிலான நிலைமை இதுவெனில், அந்தத் தொகுதி அளவில் அடிப்படைப் பிரச்சனைகளே முதன்மையிடம் வகிக்கின்றன.

(1) அடிப்படைத்தேவைகள் பூர்த்தி செய்யப்படாமை	49.6
(2) வேலையில்லாத் திண்டாட்டம், தொழில் வளர்ச்சியின்மை	11.4
(3) பணப்புழக்கம் இல்லை, விலைவாசி உயர்வு	7.5
(4) சாதி, மதக் கலவரங்கள்	5.8
(5) விவசாயிகள் பிரச்சனை	4.0
(6) இலஞ்சம், ஊழல்	2.4
(7) வேறு பிரச்சனைகள்	19.3

இந்தப் பிரச்சனைகளைத் தீர்க்கக்கூடிய திறமிக்க வேட்பாளராகத் தாங்கள் கருதுபவருக்குத் தங்கள் ஆதரவு உண்டு என 86.3% -ம், அவரால் வெற்றியடைய முடியும் என 79.1% -ம் கூறியுள்ளனர். தமிழக அளவிலான கட்சி குறித்த கருத்துக்களும் தொகுதி அளவிலான வேட்பாளர் குறித்த கருத்துக்களும் பெருமளவு ஒத்துப்போவது குறிப்பிடத்தக்கது.

04. வாக்களிக்கும் அடிப்படை:

வரும் தேர்தலில் கட்சி அடிப்படையில் வாக்களிக்கப்போவதாகவே பெரும்பாலானோர் கருத்துத் தெரிவித்துள்ளார்கள்.

(1) கட்சி / சின்னம்	58.6
(2) வேட்பாளர்	13.0
(3) தேர்தல் அறிக்கை / கொள்கை	11.4
(4) கூட்டணி	4.3
(5) தனிப்பட்ட ஆதாயம்	1.2
(6) பிரச்சாரம்	1.1
(7) சாதி	0.9
(8) வேறு	9.5

05. அடுத்த தலைமை:

அரசியல் கட்சிகளில் தற்போதைய தலைமைக்கு அடுத்தபடியாகத் தலைமையேற்கும் திறமைவாய்ந்த இரண்டாம் கட்டத் தலைவர்கள் யாருமில்லை எனப் பாதிக்கு மேற்பட்ட வாக்காளர்கள் கூறியுள்ள போதிலும், திமுக-வில் ஸ்டாலினுக்குக் கணிசமான ஆதரவுள்ளது (37.2%). அவருக்கு அடுத்து அன்பழகன் இடம் பெறுகிறார் (8.0%). அதிமுக-வில் சசிகலா, தினகரன், காளிமுத்து முதலிய பெயர்கள் இடம்பெற்றாலும் யாரும் 5% ஆதரவைக்கூடப் பெறவில்லை.

முடிவுகள்

01. பண்பாடு-மக்கள் தொடர்பகம் ஜனவரியில் நடத்திய மக்கள் சந்திப்பில் கணித்துள்ளபடியே இதுவரை யாருக்கும் சாதகமாகவோ பாதகமாகவோ எந்த அலையும் வீசவில்லை. ஆளும் கட்சியின் மீது ஏமாற்றம் நிலவினாலும், எதிர்க்கட்சிக் கூட்டணிகளின் தேர்தல் பிரச்சாரங்களினால் அந்த ஏமாற்றம் தீவிரமடையவில்லை.
02. ஜனவரி கணிப்பு வெளிப்படுத்திய கூட்டணி ஆட்சியே தமிழகத்தில் அடுத்து அமையும் என்பதையே நமது தற்போதைய கணிப்பும் உறுதிசெய்கிறது.
03. வேட்பாளரைத் தேர்ந்தெடுப்பதில் சாதியும் ஒரு காரணியாக இருந்தாலும், சாதியை அடிப்படையாகக் கொண்ட கட்சிகளும் சாதி அமைப்புக்களும் மிகப் பெரிய அளவிலான தாக்கத்தை ஏற்படுத்தும் சூழ்நிலை தற்போது நிலவவில்லை. ஆனால், திமுக மற்றும் அதிமுக கூட்டணிகளுக்கு இடையிலான இடைவெளி மிகக் குறைவாக உள்ள ஏறத்தாழ 15 முதல் 20 தொகுதிகளில் இக் கட்சிகள் குறிப்பிடத்தக்க பங்கு வகிக்கும்.
04. ஜெயலலிதாவின் வேட்புமனுக்கள் நிராகரிக்கப்பட்டது திமுக-வுக்கோ அதிமுக-வுக்கோ சாதகமாகவோ பாதகமாகவோ அமையவில்லை. சட்ட நுணுக்கங்களுக்கு அப்பால், ஜெயலலிதாவை முதல்வராகும் வாய்ப்புள்ளவராகக் கருதுவோரின் சதவீதம் கருணாநிதிக்கு இருப்பதைவிட அதிகமாக உள்ளது.
05. நடிகர்களின் தேர்தல் பிரச்சாரத்தினால் எந்தப் பயனும் இல்லை. கட்சி அடிப்படையிலும், தத்தம் தொகுதியின் அடிப்படைப் பிரச்சனைகளின் அடிப்படையிலும் வேட்பாளர்களைத் தேர்வுசெய்யும் மனநிலையில் பெரும்பாலான வாக்காளர்கள் உள்ளார்கள்.
06. முஸ்லிம் வாக்காளர்களைப் பொருத்தவரையில் கடந்த ஜனவரியில் அவர்கள் வெளிப்படுத்திய மனப்போக்கில் குறிப்பிடத்தக்க தடுமாற்றம் தற்போது நிகழ்ந்துள்ளது.
07. மதிமுக தனித்துப் போட்டியிடுவதால் திமுக-விற்கு மிகப் பெரிய பாதிப்பில்லை. ஏறத்தாழ 10 தொகுதிகள் வரையில் ஓரிரு விழுக்காடு திமுக ஓட்டுக்கள் பிரியலாம். அதிகபட்சம் 2 முதல் 5 தொகுதிகளில் கடும் போட்டியாளராக மதிமுக விளங்கும். அதே வேளையில், மதிமுக தனித்து நிற்பதால் அதிமுக-வுக்கு தேர்தலில் எந்த லாபமும் இல்லை. மதிமுக-க்கு வாக்களிப்போரில் பெரும்பாலோர் அதிமுக தலைமையிலான கூட்டணி ஆட்சியை எதிர்பார்க்கிறார்கள் (அதிமுக கூட்டணி ஆட்சிக்கு - 37.5%, திமுக கூட்டணி ஆட்சிக்கு - 11.5%). அதாவது, அதிமுக-வுக்கு ஆதரவான சாய்வு இருந்தும் அது அதிமுக-வுக்கான வாக்குகளாக மாறப்போவதில்லை.
08. ஓட்டுமொத்தமாக மாநில அளவில் அதிமுக கூட்டணி முன்னிலை வகித்தாலும், மாவட்டரீதியாகக் கூட்டணிகளின் தற்போதைய பலத்தையும், தனிப்பட்ட தொகுதிகளில் வெவ்வேறு கட்சிகளின் செல்வாக்கையும், இந்தியாவில் மக்கள் பிரதிநிதிகள் தேர்ந்தெடுக்கப்படும் முறையையும் கணக்கில் கொண்டால் - திமுக கூட்டணிக்கு 90 முதல் 100 இடங்கள் வரையிலும், அதிமுக கூட்டணிக்கு 110 முதல் 120 இடங்கள் வரையிலும் கிடைக்க ஏதுவான சூழல் நிலவுகிறது எனக் கணிக்கலாம். இன்னுமுள்ள சில தினங்களில் நடைபெறும் பிரச்சாரங்களில் கட்சிகளின் அணுகுமுறைகளுக்கேற்ப - அசம்பாவிதங்கள் நிகழாதவரை - மீதியிடங்களில் முடிவு அமையும்.

பண்பாடு-மக்கள் தொடர்பகம்

லொயோலாக் கல்லூரி வளாகம்

சென்னை 600 034

தொ.பே: 8222558, 8260292 தொ.ந:8226260

மின் அஞ்சல்: tmsraj@vsnl.com