


**ВЛИЯНИЕ ФАМИЛИЙ И ИМЕН
КАНДИДАТОВ НА
ПРЕДПОЧТЕНИЯ ИЗБИРАТЕЛЕЙ
(Неиспользованный ресурс)**



14 декабря 1995 года, три дня до выборов в ГД

- 78% московских избирателей не знают ни одного кандидата по своим одномандатным округам.
- Чем они будут руководствоваться в кабине для голосования?

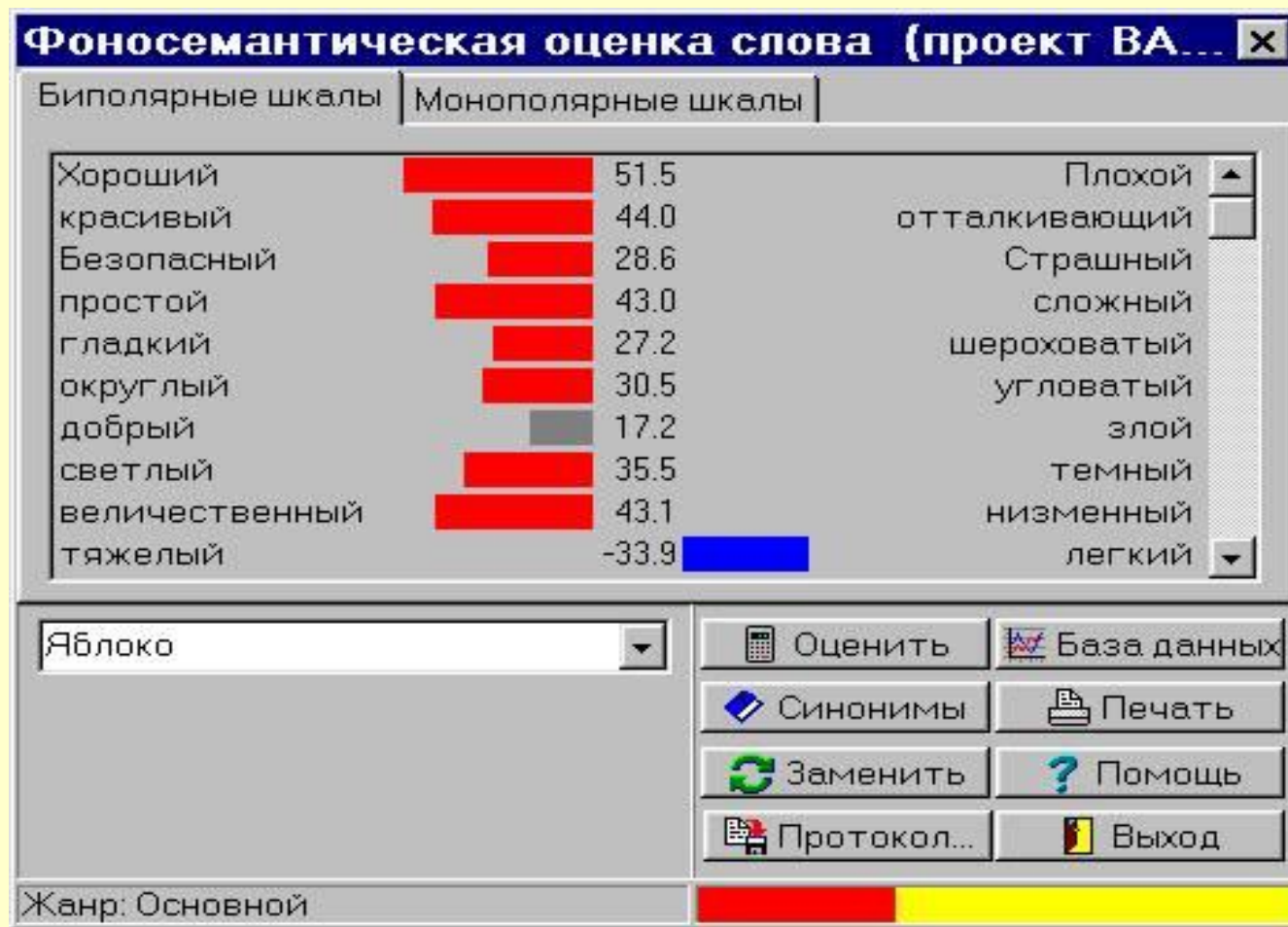


Цель исследования

- Определить возможное влияние на предпочтения избирателей звучания фамилий и имен кандидатов.

Система ВААЛ

фоносемантическая оценка слов



План исследования

- Для каждой из шкал определить долю округов, в которых оценка фамилии/имени победителя голосования превысила среднюю оценку всех кандидатов по этому округу **F**
- Вычислить вероятность того, что данное событие имеет случайный характер **Pr(F)**

Государственная Дума 1995 г.

Шкалы	Фамилии		Имена	
	F	Pr(F)	F	Pr(F)
Хороший	0,47	0,16	0,57	0,02
Красивый	0,50	0,42	0,47	0,20
Безопасный	0,47	0,24	0,51	0,37
Простой	0,53	0,20	0,56	0,03
Гладкий	0,44	0,04	0,56	0,03
Округлый	0,37	0,00	0,50	0,47
Добрый	0,39	0,00	0,50	0,47
Светлый	0,47	0,20	0,50	0,47
Величественный	0,50	0,42	0,58	0,01
Тяжелый	0,50	0,47	0,50	0,42
Грубый	0,58	0,01	0,47	0,16
Мужественный	0,58	0,01	0,49	0,42
Сильный	0,50	0,42	0,55	0,07
Холодный	0,53	0,20	0,48	0,32
Громкий	0,56	0,04	0,52	0,28
Храбрый	0,50	0,47	0,52	0,24
Могучий	0,53	0,13	0,48	0,28
Большой	0,53	0,16	0,55	0,07
Веселый	0,51	0,37	0,52	0,28
Подвижный	0,59	0,00	0,51	0,37
Быстрый	0,55	0,05	0,47	0,16
Активный	0,56	0,04	0,52	0,24
Яркий	0,53	0,16	0,52	0,28
Радостный	0,54	0,11	0,55	0,05

Результаты 1995 года по России

- Избиратели отдавали предпочтения кандидатам, фонетический образ фамилий которых ассоциировался с чем-то **Грубым, Мужественным, Подвижным**, но в то же время **не-Округлым** и **не-Добрым**
- В случае имен победителей избиратели отдавали предпочтения тем, которые ассоциировались с чем-то **Хорошим, Простым, Гладким, Величественным**.

Московская городская Дума 1997 года

Шкалы	Оценка фамилий			
	Победители		Список Лужкова	
	F	Pr(F)	F	Pr(F)
Хороший	0,57	0,16	0,51	0,37
Красивый	0,51	0,37	0,51	0,37
Безопасный	0,49	0,50	0,46	0,37
Простой	0,60	0,09	0,57	0,16
Гладкий	0,60	0,09	0,60	0,09
Округлый	0,49	0,50	0,49	0,50
Добрый	0,40	0,16	0,40	0,16
Светлый	0,46	0,37	0,43	0,25
Величественный	0,63	0,04	0,54	0,25
Тяжелый	0,54	0,25	0,57	0,16
Грубый	0,74	0,00	0,71	0,00
Мужественный	0,69	0,01	0,63	0,04
Сильный	0,57	0,16	0,54	0,25
Холодный	0,63	0,04	0,60	0,09
Громкий	0,51	0,37	0,54	0,25
Храбрый	0,63	0,04	0,63	0,04
Могучий	0,63	0,04	0,54	0,25
Большой	0,63	0,04	0,60	0,09
Веселый	0,54	0,25	0,54	0,25
Подвижный	0,66	0,02	0,63	0,04
Быстрый	0,63	0,04	0,60	0,09
Активный	0,69	0,01	0,60	0,09
Яркий	0,46	0,37	0,49	0,50
Радостный	0,60	0,09	0,63	0,04

Результаты 1997 года по Москве

- Избиратели отдали предпочтения тем кандидатам, чьи фамилии ассоциировались с чем-то **Грубым, Мужественным, Подвижным и Активным**
- Коэффициент корреляции между оценками **F** для выборов в ГД РФ и Московскую думу составил **0,68** и оказался значимым на уровне **0,001**.

Московская городская Дума 2001 года

Шкалы	Победители (оценка фамилий)	
	F	Pg(F)
Хороший	0,43	0,25
Красивый	0,51	0,37
Безопасный	0,54	0,25
Простой	0,66	0,02
Гладкий	0,60	0,09
Округлый	0,43	0,25
Добрый	0,37	0,09
Светлый	0,43	0,25
Величественный	0,63	0,04
Тяжелый	0,57	0,16
Грубый	0,69	0,01
Мужественный	0,74	0,00
Сильный	0,63	0,04
Холодный	0,60	0,09
Громкий	0,63	0,04
Храбрый	0,57	0,16
Могучий	0,60	0,09
Большой	0,63	0,04
Веселый	0,43	0,25
Подвижный	0,63	0,04
Быстрый	0,54	0,25
Активный	0,60	0,09
Яркий	0,57	0,16
Радостный	0,51	0,37

Результаты 2001 года по Москве

- Избиратели отдали предпочтения тем кандидатам, чьи фамилии ассоциировались с чем-то **Простым, Грубым и Мужественным**
- Корреляция величин **F** для 1997 и 2001 гг. составила **0,71** на уровне значимости **0,001**

Выводы

- Фоносемантическое влияние фамилий и имен кандидатов является одним из неиспользованных ресурсов избирательных кампаний.
- Чем хуже в организованы выборы, тем сильнее проявится этот ресурс.
- Выявленные закономерности, а также их различие для фамилий и имен, являются дополнительной подсказкой, каким должен быть имидж кандидата, чтобы он понравился избирателям.
- Мы не застрахованы от его использования на местном, региональном уровне.