

## МАРКЕТИНГ

---

УДК 339.138

ББК 66.06

Ф 33

НИИ «Институт политических и медиаметрических исследований»

**Федоров Алексей Валерьевич**

*e-mail: [redactor@ipmi-russia.org](mailto:redactor@ipmi-russia.org)*

### **К ВОЗМОЖНОСТЯМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В ПОЛИТИЧЕСКОМ МАРКЕТИНГЕ ЭЛЕМЕНТОВ КОНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ТИПОЛОГИИ ЧЕЛОВЕКА (тезисы научного доклада)**

В работе проанализированы данные, полученные в результате проведенного социологического исследования среди жителей города Ростова-на-Дону с 27 по 29 января 2006 года. Описаны конституционные и темпераментные электоральные типы респондентов составляющих генеральную совокупность. Сделаны выводы о возможности развития ситуации в России по типу украинской оранжевой революции и способы противодействия такому развитию. Целью написания настоящей статьи является ознакомление заинтересованных лиц в научной и политической сферах с результатами описанного исследования и возможностями их применения.

---

**Fedorov Alexey Valeryevich**

*e-mail: [redactor@ipmi-russia.org](mailto:redactor@ipmi-russia.org)*

### **TO USE POSSIBILITIES IN POLITICAL MARKETING OF ELEMENTS OF TYPOLOGY OF THE PERSON UNDER THE CONSTITUTION (theses of the scientific report)**

In work the data received as a result of conducted sociological research among townsmen of Rostov-on-Don from January, 27 till January, 29th, 2006 is analysed. The constitution and temperamental electoral types of respondents making general totality are described. Conclusions are drawn on possibility of development of a situation in Russia as the Ukrainian orange revolution and ways of counteraction to such development. The purpose of a writing of present article is acquaintance of interested persons in scientific and political spheres with results of the described research and possibilities of their application.

---

**Ключевые слова:** маркетинг, политический маркетинг, морфология потребителей.

**Keywords:** marketing, political marketing, morphology of consumers.

Подобные исследования в области политического маркетинга нигде в мире еще не проводились, не было опубликовано научных статей и монографий на эту тему. В области коммерческого маркетинга исследования в области психотипической зависимости идут уже около пяти лет в США и странах Западной Европы. Практическое применение они получили около двух лет назад в рекламном бизнесе. В России продвижением достижений западных ученых в области коммерческого маркетинга (с использованием шести психотипов) занимается частная фирма COMCON-SPb в городе Санкт-Петербург (в конце 2005 года проведен первый семинар).

Автором была выдвинута гипотеза о том, что если личности разделены по определенным конституциональным типам, с присутствиями только этим типам атрибутами поведения, то гипотетически может существовать корреляция между этими психотипами личности и их поведением в определенной ситуации (в нашем случае, в условиях политического выбора. Выявление подобной зависимости позволит более точно дифференцировать электорат по политическим предпочтениям, а в некоторых случаях, когда иная дифференциация невозможна (к примеру, всю генеральную совокупность составляют люди одного пола и приблизительно одного возраста - солдаты в армии, содержащиеся под стражей, но еще не осужденные и имеющие право голоса в соответствии с избирательным законодательством и т.п.) позволит осуществить единственно возможную дифференциацию.

Современные методы проведения социологических исследований позволяют с высокой вероятностью предсказать будущее поведение людей в условиях заданного временного отрезка - избирательной гонки. Статистическая погрешность таких исследований составляет от 2 до 4 %. Зачастую, такой величины погрешности бывает достаточно, так как во время выборов, кандидаты - противники могут не представлять серьезной конкуренции. Подобные алгоритмы исследований, в частности методом стохастической аппроксимации (от греч. *stochastikos* - умеющий угадывать, пронизательный и лат. *approximo* - приближаюсь), по сути, кумулятивным методом, позволяют довольно точно отследить тенденцию (увеличение либо снижение рейтинга кандидата или партии). Однако, в условиях сильной политической конкуренции, когда политические оппоненты имеют экономический паритет, то есть, когда оппозиция финансово равна, или почти равна экономической мощи власти, то административный ресурс перестает действовать. Выборы становятся относительно честными. В этой ситуации реальную победу можно одержать только с помощью качественной политической рекламы, которая в свою очередь, становится зависима, а следовательно и уязвима от социологии. В таких случаях необходима качественная социология, иначе, к примеру, какие

действия должна предпринять команда кандидата, когда его рейтинг за неделю до дня голосования равен 41%, а ближайший оппонент набирает 38%, при погрешности исследования 2-4%?! Настоящий психотипический (конституциональный) метод сводит вероятность статистической погрешности практически до нуля. В частности, исследования показали, что существует зависимость между психотипом человека и склонностью к коммуникации с корреспондентом. Так, при проведении интервью либо exit pool(a), на контакт с интервьюерами идут только респонденты определенных психотипов, что сразу снижает качество исследования и повышает погрешность.

Исследование проводилось с привлечением корреспондентов имеющих большой опыт в проведении социологических исследований и хорошо себя зарекомендовавших. Ими был прослушан дополнительный курс лекций по конституции и психофизиологии человека. В дни проведения исследования, в полевых условиях постоянно присутствовали врачи, окончившие ординатуру в Ростовском государственном медицинском университете по специальности «Психиатрия», ими же постоянно осуществлялся контроль качества проводимого исследования в части правильности определения конституционального типа респондента. За базовые конституциональные типы, были взяты четыре конституциональных типа выделенные Э. Кречмером:

5. Лептосоматик (греч. Leptos - хрупкий, soma - тело). Хрупкое телосложение, высокий рост, плоская грудная клетка, вытянутое лицо, длинный тонкий нос. Плечи узкие, нижние конечности длинные и худые. Индивидов с крайней выраженностью этих свойств Э. Кречмер называл астениками (греч. Astenos - слабый).
6. Пикник (греч. Puknos - толстый, плотный). Богатая жировая ткань, чрезмерная тучность, малый или средний рост, расплывающееся туловище, большой живот, круглая голова на короткой шее.
7. Атлетик (греч. Athlon - борьба, схватка). Хорошая мускулатура, крепкое телосложение, высокий или средний рост, широкий плечевой пояс и узкие бедра, выпуклые лицевые кости.
8. Диспластик (греч. Dys - плохо, plastos - сформированный). Строение бесформенное, неправильное. Индивиды этого типа характеризуются деформациями телосложения (например, чрезмерный рост, евнухоидальные типы).

Отнесение конституционального типа к дополнительному типу по шкале активный/пассивный осуществлялось методом анализа ответов респондентов на специально заданные вопросы с помощью компьютерной программы статистической обработки информации SPSS-11.

### Результаты исследования.

Итак, как подтвердило полевое исследование, проведенное в январе 2006 года, в городе Ростове-на-Дону (Россия), по психофизиологическим (конституциональным), а как производная и темпераментным признакам человек делится на четыре основных типа (по Э. Кречмеру) - лептосоматик, пикник, атлетик, диспластик. В общей массе людей, лептосоматиков было выявлено 29,5 %, пикников 31,0 %, атлетиков 34,3 %, диспластиков 2,0 %. Еще у 3,1 % психотип не был выявлен точно. Данные четыре типа «узаконены» официальной наукой и используются в Западной Европе и Северной Америке на протяжении ста лет. Однако, для целей настоящего исследования, существующая классификация по четырем конституциональным типам оказалась не достаточной. Поэтому автором была введена новая классификация конституциональных типов на основе существующей, дабы не разрушать ее, а лишь сделать более подробной. Каждый конституциональный тип человека после анализа результатов исследования, автор предлагает разделить еще на два - активный и пассивный и соответственно назвать каждый. Для этого были введены следующие термины: «шизоиды» - активные лептосоматики, «либероиды» - пассивные лептосоматики, «нигилисты» - активные пикники, «субкратоиды» - пассивные пикники, «паракратоиды» - активные атлетики и «амократы» - пассивные атлетики. Диспластиков, в связи их малозначительностью в настоящей статье мы не описываем. Автор отмечает, что конституциональные типы человека это не типы темперамента, однако каждому конституциональному типу соответствуют с различной долей вероятности определенный темперамент и соответственно, поведение. Конституция человека, как критерий, выбрана исключительно для удобства отнесения избирателя к определенному типу относительно неподготовленными корреспондентами. Таким образом, через конституцию и темперамент можно получить возможность прогнозировать электоральное поведение респондентов и влиять на него. Так, у лептосоматиков, наблюдается резкий перекося в сторону пассивной составляющей либероиды - 59,6 %, шизоиды - 39,8 %, у пикников она еще больше субкратоиды - 58,0 % и нигилисты - 36,7 %. У атлетиков они практически равны амократы - 49,7 % и паракратоиды - 46,5 %.

## Практическая ценность исследования.

В ходе проведения настоящего исследования была выявлена и доказана взаимозависимость между конституциональным и темпераментным типом человека и его политическими предпочтениями.

Полученные в ходе анализа результаты настоящего исследования могут быть положены в основу будущей избирательной концепции любого из гипотетических политических субъектов. Простой визуальный контроль позволяет в кратчайшие сроки разработать методы воздействия на электоральные массы с целью достижения определенного в т.ч. политического результата. Применение настоящего метода позволило на выборах в городскую думу Ростова-на-Дону (Россия), округ № 4, победить правящую партию «Единая Россия» весной 2005 года. В этом округе при проведении социологического исследования первоначально выяснилось, что оба (основных) кандидата играют на одном электоральном поле. Половозрастная характеристика не дала ожидаемого результата, сторонниками обоих кандидатов оказались пенсионеры не зависимо от пола приблизительно в одинаковой пропорции. После проведения дополнительного исследования выяснилось, что «нашего» кандидата поддерживают пенсионеры одного конституционально-темпераментного типа, а оппонента другого. Это позволило вовремя дифференцировать сторонников, подобрать уникальный цвет и символ (сине-красный, красный треугольник) кампании, оказать необходимое психологическое воздействие и выиграть кампанию. Более подробно с настоящими исследованиями можно ознакомиться на нашем сайте [www.ipmi-russia.org](http://www.ipmi-russia.org).

Также, полученные данные выявили реальный расклад политических сил в России, на примере города Ростова-на-Дону с населением свыше одного миллиона человек. Применение результатов настоящего исследования в будущем, могут позволить с высокой вероятностью смоделировать поведение электората при проведении избирательной кампании.

Автор отмечает, что может быть создано множество концепций возможных избирательных кампаний, но все они с необходимостью будут укладываться с высокой долей вероятности в результаты настоящего исследования.

## Выводы.

1. Настоящим исследованием подтверждена ранее выдвинутая автором гипотеза о наличии корреляции (зависимости) между конституциональным типом человека, его темпераментом и политическими предпочтениями.

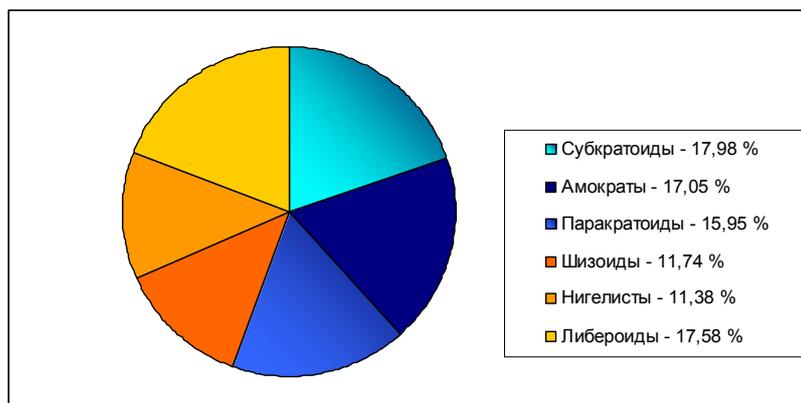
2. Применение конституционально-темпераментного метода социологического исследования электората в ходе проведения избирательной кампании может позволить с еще более высокой долей вероятности смоделировать поведение избирателей и выработать более точные тактические приемы при реализации избирательной стратегии.

## Пояснения к выводам.

Как показало настоящее исследование, сегодняшнее российское общество (как и любое другое) представляет собой относительно структурированную генеральную совокупность граждан разделенную на четыре конституциональные типа, каждый из которых может быть разделен еще на два по темпераменту, в нашем случае деление производится по степени активности/пассивности. Учитывая малый удельный вес такого конституционального типа как диспластики (около 2,0 %) в описательной части он игнорируется автором.

Российское общество в своем нынешнем состоянии монополярно. Его ядром являются респонденты отнесенные к типу названному автором - амократами и составляющим 17,05 % генеральной совокупности. Это апологеты власти. С обеих сторон к нему примыкают сторонники власти субкратоиды (17,98 %) и паракратоиды (15,95 %). Все вместе они представляют блок правящей партии в размере 50,98 % (см. Диаграмму 1). Это наиболее политически и экономически активные слои общества. Оппозицию составляют либероиды (17,58 %), нигилисты (11,38 %) и шизоиды (11,74 %). В совокупности этот блок набирает немногим более 40 %. Здесь собрались наименее способные к серьезному политическому противостоянию индивидуумы. Такая четко прослеживаемая зависимость между конституциональным типом, темпераментом человека и его политическими предпочтениями позволяют утверждать о наличии сильной связи между этими факторами, то есть наличии прямой и обратной зависимости. Что и требовалось доказать.

Диаграмма 1.  
Темпераментно-конституциональное распределение электората по состоянию на январь 2006 года, город Ростов-на-Дону.



\* Всеми оттенками оранжевого отмечена потенциальная оппозиция, всеми оттенками синего сторонники правящей партии.

#### Библиографический список

1. Я. Стреляу, М. «Прогресс», 1982. Роль темперамента в психическом развитии: Пер. с польского В.Поруса : ил.- Парал. тит. польск.
2. В. Леви, Я и мы.: М. «Молодая гвардия», 1969. - 288 с.: ил.
3. Kretschmer E. Körperbau und Charakter. 1 Aufl. 1921, 24 Aufl. Berlin, 1961.