

Майя А. БоуНасіф, АлааЕлді́н Аббас, Амаль Аль-Курді

Вплив сприйняття політиків-знаменитостей на уподобання політичних партій

Політичні партії зазвичай намагаються зрозуміти чинники, які впливають на рішення виборця на виборах. Однак, незалежно від уподобань виборців, дослідження рідко розглядають, як ставлення виборців до політиків-знаменитостей вплинуло на їхні партійні уподобання, з огляду на посередницькі ефекти впізнаваності бренду та сприйманих атрибутів, а також помірковану посередницьку роль статі. Отож, це дослідження розглядає вплив включення партіями кандидатур політиків-знаменитостей на уподобання виборцями політичних партій. Щобільше, досліджується причинно-наслідковий зв'язок між цими поняттями в країні, де влаштовуються протести проти політичних партій.

Обрана репрезентативна національна вибірка з тисячі двохсот шістдесят дев'яти (1269) ліванських виборців із допомогою перехресного опитування в п'ятнадцяти округах Лівану. Застосований метод стратифікованої пропорційної випадкової вибірки. Результати показали, що ставлення значно впливало на уподобання політичної партії при включенні знаменитостей до списків партії тільки через впізнаваність бренду на 90 % рівні достовірності (значення ймовірності = $0,053 < 0,10$) і сприймані атрибути на 95 % рівні достовірності ($0,039 < 0,05$), що свідчить про відсутність істотного прямого зв'язку ($0,571 > 0,10$). Непрямий ефект, зумовлений статтю виборців, був значущим для впливу жінок на впізнаваність бренду ($0,025 < 0,05$), тоді як стать не змогла визначити непрямий вплив виборців на сприймані атрибути ($0,633 > 0,10$). Результати показали, що гендерні відмінності в емоційному складнику бренду можуть вплинути на уподобання бренду.

Ключові слова: політичний маркетинг, політик-знаменитість, ставлення, сприймані атрибути, впізнаваність бренду, уподобання політичного бренду, стать, Ліван

Класифікація JEL: M31, D72, D74, D81, K16



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.