**Методичні рекомендації**

Для повного аналізу стратегій іміджмейкінгу необхідно ***звернути увагу на класифікацію образів***

образ-знання, який несе інформацію про зовнішність політика, його поглядах, біографії та родині;

образ-значення сприйняття політичного об’єкта, що має смислове забарвлення;

образ споживацького майбутнього – образ такого бажаного стану політка, досягненню якого треба сприяти (наприклад, голосуючи за нього на виборах). Одночасно з образом споживацького майбутнього, існує ще

образ-прогноз, який відображає сприйняття бажаної ситуації як ймовірної чи неймовірної.

Під час аналізу передвиборчої легенди орієнтуйтесь на такі складові:

* біографічні данні та виклад передвиборчої платформи (короткий, але змістовний).
* Іміджева легенда повинна будуватися як сукупність Вчинків, що дана людина зробила протягом свого життя.
* **Символ «безневинної жертви»** — син розкуркуленого, дитя війни — викликає у виборців співчуття до долі кандидата.
* **Символ «людина з народу»** ламає бар'єри між претендентом і виборцями.
* **Символ «людина, що зробила себе сама»** — показує кандидата самостійним, цілеспрямованим і відводить можливі підозри про опіку з боку впливових осіб.
* **Символ «людини, приреченої на успіх»** показує, що даний кандидат — «переможець по життю». Це корисно супроводжувати ненав'язливими прикладами: усе, за що б не брався, він робить з успіхом. Звідси висновок: виходить, йому можна довірити і депутатський мандат.
* **Символ «людини моральних принципів»** показує кандидата чесним, турботливим, уважним до простих людей. Це практично безпрограшний варіант: люди завжди на це «купуються».
* **Символ «особисте бажання зайняти виборчу посаду»** підкреслює високі вимоги політика до самого себе.