

В данном разделе представлена урезанная версия той работы, которая проводится с кандидатом для формирования полноценного и правильного медиаобраза по всем пунктам.

Мифодизайн

Основа предвыборной, политической и информационной деятельности. Именно на нём строится вся последующая концепция, мотивация «героя», а также тактические и стратегические ходы. Здесь прописывается все начиная с даты и места рождения, личной истории родителей, а также учебы, работы, опыта и стремлений кандидата, его положительные качества, заслуги и ценности, характеризующие его как достойного претендента в той сфере и должности, на которую он претендует.

В соответствии с краткосрочными и долгосрочными целями формируется образ кандидата через факты, паттерны, образы, свойства личности и истории из жизни.

Короткий пример описания сильного лидера, юриста и защитника, патриота своей родной земли с традиционными ценностями: *Иванов Иван Иванович. 10 мая 1995 г. Родился и вырос в Белгородской области, в небольшом поселке городского типа Разумное. Имеет высшее образование по направлению Юриспруденция: Белгородский государственный национальный исследовательский университет. Отец Ивана - Иван Иванович, отставной офицер и крепкий хозяйственник, воспитывал сына с чувством любви и уважения к родному краю и Родине. Мать Ивана - простая русская учительница сельской школы начальных классов, прививала сыну любовь к русской культуре и народному искусству. Детство Ивана было активным и спортивным. Патриотические кружки и секция армейского рукопашного боя закалили в нем характер и волю к победе...*

Портрет кандидата

Совокупность визуальных, аудиальных и личностных характеристик, его персональной истории и «стигматов», выделяющих его на фоне толпы и создающих в итоге персональный мифодизайн.

Пример:

Обладатель слишком высокого голоса и быстрой речи будет воспринят аудиторией как слабый и неуверенный, неподготовленный текст и отсутствие понимания того, что кандидат будет говорить выливается в обилие слов, заполняющих паузы между словами, а именно слов паразитов «а, ээ, ну как бы, типа итд». После анализа видеороликов с участием кандидата даётся перечень персональных рекомендаций по работе с дикцией и голосом.

Лишний вес кандидата вызывает ассоциации с ленью, болезненностью и чревоугодием, что очень плохо сказывается на общем впечатлении и восприятии целевой группой избирателей. Чрезмерный аппетит намекает на отсутствие воли, склонность к порокам и слабостям. В народе про таких обычно говорят: «Хомяк, который не может никак наесться и будет тащить все, что не приколочено».

Излишняя худоба вызывает ощущение слабости и немощности. Как и в обычной жизни худые люди подвергаются некоторой дискриминации и не воспринимаются в серьёз: «Как он может представлять наши интересы, если его сдувает ветром? Он такой немощный и щуплый».

Если кандидат не имеет возможности заниматься спортом, что было бы большим плюсом в формировании имиджа, подбирается соответствующий гардероб. В идеале 2-3 консультации с грамотным стилистом, который подберет гардероб для официально деловых встреч, публичных выступлений, встреч с избирателями и спортивных мероприятий. Правильный гардероб поможет скрыть имеющиеся недостатки и подчеркнуть достоинства в соответствующей ситуации.

Тексты

Текст для потенциальных или целевых избирателей должен быть прост в понимании. В отличие от этого текста, текст для целевой группы должен быть написан так, чтобы его понимал человек с 2-3 классами образования, а лучше ребенок и/или старик. Текст должен в должной степени вызывать к правильным эмоциям целевой аудитории и от раза к разу только подкреплять нужный образ кандидата в головах избирателей.

Освещении событий, мероприятий и деятельности кандидата

Правильные ракурсы в фото и видео контенте, заранее подготовленный и выученный текст к каждой акции, событию и мероприятию, освещение и фон congruent теме послания.

В предвыборных играх есть такое правило: «Сделал на рубль, освети на 5». Отличный тому пример гражданин из этой новости vk.com/wall-52846378_6049, равно как и схема построения самого текста. В начале текста короткий заголовок с именем кандидата и информ повесткой, в конце прямая речь кандидата о событии. По статистике середину текста, фильма, истории читатели/зрители/слушатели запоминают реже всего. Чаще всего статистически запоминается начало и конец.

Первым кадром идет фотография того, кого должны запомнить избиратели. Грубо говоря он является «скелетом новости» к которому потом «прилипнет мясо» в виде события и фактов. Выражение лица серьезное и сосредоточенное намекает зрителю на опыт и понимание ситуации и проблемы. Кандидат в строгом костюме с флагом России на груди смотрит не в камеру, а вдаль. Дополненный и завершенный образ мудрого и понимающего руководителя, патриота своей Родины.

А дальше те самые факты на фото – работа кипит, помощи привезли целых 20 тонн, полностью загруженная фура. Места, эта самая помощь занимает настолько много, что пришлось размещать ее никак иначе как на стадионе, что еще раз подчеркивает важность и масштабность ситуации. Событие в буквальном смысле описано по трудам политтехнолога Сергея Горина. Возвращаясь к фразе «Сделал на рубль, освети на 5» мы видим, что этот самый «скелет» в лице Юрия Николаевича налипнет «мясо» в виде гуманитарной помощи и в последующем с этой самой помощью Юрий Николаевич в том числе и будет ассоциироваться.