

,

,

«

»,

, .

—

:

.

:

,

,

.

—

.

:

,

,

,

—

.

.

—

:

.

:

,

,

.

—

.

:

,

,

,

—

.

**Irina Kuptsova. Image–technology in election campaigns: electoral strategy’s implementation**

*The factors of electoral choice based on marketing research in the field of politics are analyzed in the article. Political image is analyzed in the framework of the electoral process: segmentation, positioning, differentiation. The electoral image–technologies are revealed in the context of political struggle.*

**Keywords:** *political image, elections, electoral choice, image–technology.*

’ « ( )  
» [1, .146].

« »  
· « »,  
« ».

·  
· «  
»

[2].

[3, .79].

» — : ,

·

,

·

—

·

—

,

·

« »

,

·

« »,

·

,

,

,

·

«

»

,

,

,

,

,

[4].

,

,

,

·

·

«

»

«

»,

[1, .151].

,

.

—

,

,

.

,

,

.

,

,

—

.

—

,

.

.

.

,

.

—

.

:

—

(

,

;

,

. .);

—

(

,

,

);

—

;

—

;

—

.

.

«

»

,

«

,

,

»

[5, .454].

,

—

.

,

.

(

,

,

).

.

,

.

,

.

—

,

,

.

,

,

,

,

—

,

.

—

.

,

«testimonial» –

«

»

225

225 –

[6].





» [9, .193].

« » ,

(« », « », « »  
. ). «  
– » –

[10, .22].

, ,  
– .  
,

1. . . : –  
// . – 2010. – 3. – .144–155.

2. . :  
/ ; . . . , .  
. – : , , 2012. – 368 .

3. . . : – /  
: . . – ∴ , 2007. – 215 .

4. . . :  
( . 2) // . – 2007. –

5. – .3–12.

5. . / . ; . –  
. – 2002 – 560 .

6. « » //  
16.03.2012 .– 10, 10–11 – .416.
7. – . : .  
. / . – . – ∴ – ; , 1996. – 352 .
8. . .  
// . – 2012. – 53 – .121–129.
9. / . – . . . , . . .  
, . . . . – / ∴ , 2010. – 318 .
10. // .  
( « : , ,  
» ). – 2012. – 31. – .4–29.