

Wizerunek osób publicznych

WIEDZA W PIGUŁCE

Jeśli myślisz, że aktorka odbierająca Oscara potknęła się niechcący, a zdjęcie pokazujące gwiazdę w krępującym momencie znalazło się na serwisie plotkarskim przypadkiem — myślisz się.

Tworzenie wizerunku osób publicznych najczęściej jest sprawnie zarządzanym procesem, w którym bierze udział wiele osób.

Wizerunek osoby publicznej to wyobrażenie funkcjonujące na jej temat, postrzeganie jej przez społeczeństwo. Tworzy się go głównie poprzez:

- analizowanie opinii i stworzenie strategii;
- manipulowanie informacjami i PR — współpraca z mediami; ukrywanie pewnych faktów, lansowanie innych;
- pracę nad wyglądem fizycznym — ubiór i styl, postawa i mowa ciała, sposób wywiadania się itp.;
- wykorzystywanie mechanizmów psychologicznych i socjologicznych.

Kluczową rolę w budowaniu wizerunku gra wybór i kontrola miejsc, w których osoba publiczna pokazuje się w określony sposób. Są to również przestrzenie w sieci. Aktywność w serwisach społecznościowych mówi o osobowości. Rzadko jednak blogi, posty, tweety pisane są osobiście przez gwiazdy lub polityków. Tak jak resztą działań kreujących wizerunek, zajmują się tym zespoły specjalistów.

Wizerunkiem stosunkowo łatwo można manipulować. Wypowiedzi wyrwane z kontekstu tracą swój pierwotny sens. To samo zdjęcie opatrzone różnymi komentarzami może wywołać różne reakcje.

Za informacjami pojawiającymi się w serwisach plotkarskich (polski Pudelek, amerykański TMZ) zazwyczaj stoją intencje pozytywne (celem jest ocieplenie wizerunku) lub negatywne (działalność mająca zmienić opinię na temat danej osoby). Strony z plotkami mogą wykreować celebrytę, ale mogą także złamać karierę.

Podczas szukania informacji na temat osoby publicznej zwracaj uwagę na to, do jakiego źródła sięgasz. Korzystaj z wielu, sprawdzaj ich wiarygodność i obiektywność, porównuj informacje, konteksty i opinie.

ZADANIA SPRAWDZAJĄCE

Zadanie 1.

Dopasuj poniższe zdarzenia, to strategii kreowania wizerunku, która mogłaby się za nimi stać.

Zdarzenia:

Kategorie:

- Polityk występuje w spocie wyborczym bez krawata.
- Aktor telenoweli zaczyna pojawiać się na awangardowych wieczorach poetyckich.
- Piosenkarz zaczyna uprawiać sporty ekstremalne.

- Prezydent miasta bierze udział w konferencjach naukowych.
- Mąż znanej piosenkarki wysyła swoje kompromitujące zdjęcia do serwisu plotkarskiego

Cel strategii:

Elementy do przyporządkowania:

- Wzbudzenie zainteresowania osobą i przedstawienie jej jako ciekawej.
- Wzbudzenie zainteresowania osobą przed publikacją książki autobiograficznej.
- Zmiana postrzegania osoby w kierunku odważnej i przebojowej.
- Wzmocnienie pozycji osoby i poprawa opinii o jej kompetencjach.
- Ocieplenie wizerunku osoby i ukazanie jej jako "zwykłego" człowieka.

SŁOWNICZEK

- **PR:** (ang. public relations), kształtowanie, budowanie i utrzymywanie dobrych stosunków danego podmiotu (firmy, osoby publicznej itp.) z otoczeniem.

Tekst: Joanna Ruta Baranowska, scenariusz: Weronika Paszewska, konsultacja merytoryczna: Marta Klimowicz.
Materiał pochodzi z serwisu edukacjamedialna.edu.pl prowadzonego przez Fundację Nowoczesna Polska.

Udostępniono na licencji [Creative Commons Uznanie autorstwa - Na tych samych warunkach 3.0](https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/).

Źródło: <http://edukacjamedialna.edu.pl/lekcje/wizerunek-osob-publicznych/>.

Publikacja dofinansowana ze środków Stowarzyszenia Autorów ZAIKS, Trust for Civil Society in Central and Eastern Europe, Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej oraz Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

Podstawa programowa:

Język polski, IV poziom edukacyjny

Cele kształcenia

II. Analiza i interpretacja tekstów kultury.

Wiedza o społeczeństwie, IV poziom edukacyjny

Treści nauczania

Środki masowego przekazu. (zakres rozszerzony)

Informatyka, IV poziom edukacyjny

Cele kształcenia

V. Ocena zagrożeń i ograniczeń, docenianie społecznych aspektów rozwoju i zastosowań informatyki.

Etyka, IV poziom edukacyjny

Treści nauczania

Moralne aspekty pracy i różnych dziedzin życia publicznego. Etyki zawodowe. Przykłady kodeksów etycznych.

Wiedza o kulturze, IV poziom edukacyjny

Cele kształcenia

I. Odbiór wypowiedzi i wykorzystanie zawartych w nich informacji.

Nowa podstawa programowa:

Język polski, liceum i technikum

Treści nauczania

przetwarza i hierarchizuje informacje spełnia wymagania określone z tekstów, np. publicystycznych, popularnonaukowych, naukowych.

charakteryzuje zmiany w komunikacji językowej związane z rozwojem jej form (np. komunikacji internetowej).

rozwija umiejętność pracy samodzielnej między innymi przez przygotowanie różnorodnych form prezentacji własnego stanowiska.

porządkuje informacje w problemowe całości poprzez ich wartościowanie; syntetyzuje poznawane treści wokół problemu, tematu, zagadnienia oraz wykorzystuje je w swoich wypowiedziach.

określa cechy stylu wypowiedzi internetowych oraz wartościuje wypowiedzi tworzone przez internautów. (zakres rozszerzony)

Etyka, liceum i technikum

Treści nauczania

wykorzystuje pojęcia dyskursu etycznego do analizowania przeżyć, działań i postaw bohaterów powieści, opowiadań, filmów, spektakli teatralnych, gier komputerowych.