

Strategia budowania wizerunku osób znanych

Paulina Czaplińska

Artykuł przedstawia ogólną charakterystykę pojęcia wizerunku, a także wprowadza czytelników w najistotniejsze zagadnienia związane z tematem strategii budowania wizerunku przez osoby znane. Autorka opisuje różne rodzaje znanych wymiarów wizerunku takich, jak psychologiczny, socjologiczny, marketingowy i komunikacyjny. Tworzy podział wizerunku na różne jego rodzaje, zależne od tego, co zostaje przedstawione odbiorcom. Z tego względu wyróżnić można wizerunek widzialny, pożądaný, rozwinięty. Artykuł przeprowadza czytelnika przez etapy budowy wizerunku. Autorka przedstawia wszystkie składowe tworzące wizerunek, oraz metody stosowane do zarządzania nim.

Słowa kluczowe: wizerunek, celebryta, rodzaje wizerunku, metody kreowania wizerunku

Abstract

The article presents the general characteristics of the concept of the image, and also introduces readers to the most important issues related to the theme of the strategy to build the image by recognized persons. The author describes the different types and dimensions of the image, such as psychological, sociological, marketing and communicational. It creates a division of the image types, depending on what is presented to the audience. The article presents the reader the stages of construction of the image. The author presents all the components forming the image, and the methods used to manage it.

Keywords: image, celebrity, image types, methods of image creation