

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.

POMYŚL NA LEKCJĘ

Informacje o osobach publicznych wraz z rozwojem nowych mediów są łatwiej dostępne i jest ich więcej. Przy czytaniu informacji czy oglądaniu zdjęć dotyczących osób publicznych przydatna jest umiejętność krytycznego spojrzenia na ich wizerunek. Uczestnicy i uczestniczki zajęć będą zastanawiać się nad tym, w jaki sposób kreowany jest wizerunek, co wpływa na jego kształtowanie i jakie elementy się na niego składają.

Cele operacyjne

Uczestnicy i uczestniczki:

- potrafią w sposób krytyczny czytać informacje związane z wizerunkiem osób publicznych;

- rozumieją, w jaki sposób kształtowany jest wizerunek osób publicznych;
- wiedzą, że wizerunek osób publicznych może się różnić w zależności od źródła, z którego czerpiemy informacje;
- wiedzą, co składa się na wizerunek osoby publicznej;
- wiedzą, że wizerunkiem można łatwo manipulować.

Przebieg zajęć

1.

Czas: 10 min
 Forma: praca indywidualna, burza mózgów
 Pomoce: tablica, kreda

Poproś uczestników i uczestniczki o wypisanie jak największej ilości słów, pojęć i skojarzeń związanych ze słowem „wizerunek”. Po 2 minutach napisz na tablicy: „Wizerunek”. Rozpocznij burzę mózgów na temat wizerunku. Zapisuj pojawiające się odpowiedzi na tablicy w formie mapy myśli.

Spróbujcie wspólnie podsumować mapę myśli, biorąc pod uwagę odpowiedzi na następujące pytania:

- Czym jest wizerunek?
- Co składa się na wizerunek?
- Jak kształtowany jest wizerunek?

2.

Czas: 5 min
 Forma: burza mózgów
 Pomoce: tablica, kreda

Napisz na środku tablicy wyrażenie: „osoba publiczna”. Poproś grupę o podawanie nazwisk osób publicznych. Zadając pytania, nakieruj grupę na różne osoby: piosenkarzy, artystów, polityków, biznesmenów, naukowców. Pojawiające się odpowiedzi zapisuj na tablicy.

3.

Czas: 20 min
 Forma: praca w grupach przy komputerze
 Pomoce: długopisy, komputery z dostępem do internetu (jeden na grupę), instrukcja dla grup „Osoba publiczna”

Podziel uczestników i uczestniczki na grupy po 3 osoby. Daj każdej grupie **instrukcję dla grup „Osoba publiczna”**. Poproś grupy o wykonanie zadania. W razie wątpliwości odpowiadaj na pytania.

4.

Czas: 10 min

Forma: prezentacja, rozmowa

Poproś grupy o przedstawienie osób, których wizerunki analizowali. Następnie rozpocznij rozmowę dotyczącą kształtowania wizerunku.

Pytania pomocnicze, które możesz zadać:

- Co składa się na wizerunek osoby publicznej?
- Jak osoba publiczna może świadomie wpływać na kształtowanie swojego wizerunku?
- Jak jeszcze kształtowany jest wizerunek osób publicznych?
- Co wpływa na wizerunek osób publicznych oprócz ich samych i osób z nimi współpracujących?

Jeśli w odpowiedziach nie będzie o tym wzmianki, zwróć uwagę na:

- sztaby ludzi zaangażowanych w tworzenie wizerunku;
- rolę serwisów plotkarskich;
- różne prezentowanie osób w zależności od medium;
- świadome posunięcia związane z wizerunkiem (ubiór, miejsca, gdzie się pokazują osoby, celowe zdarzenia sprawiające wrażenie przypadkowych).

Ewaluacja

Czy uczestnicy i uczestniczki po przeprowadzeniu zajęć:

- potrafią w sposób krytyczny czytać informacje związane z wizerunkiem osób publicznych?
- rozumieją, w jaki sposób kształtowany jest wizerunek osób publicznych?
- wiedzą, że wizerunek osób publicznych może się różnić w zależności od źródła, w którym są one przedstawiane?
- wiedzą, co składa się na wizerunek osoby publicznej?
- wiedzą, że wizerunkiem można łatwo manipulować?

Opcje dodatkowe

Jeśli nie masz dostępu do komputerów, ćwiczenie 3 możesz zmodyfikować. Wydrukuj lub wyświetl na rzutniku zdjęcia Bieber **1, 2 i 3**. Następnie poproś grupy o analizę wizerunku na podstawie tych zdjęć.

MATERIAŁY

instrukcja dla grup „Osoba publiczna”

Zdjęcia:

Bieber 1, fot.lwpkommunikacio, źródło: <http://www.flickr.com/photos/lwpkommunikacio/8208771728/in/photostream/>, CC-BY

Bieber 2, fot. iloveJB123, źródło: <http://www.flickr.com/photos/67926342@N08/6175344309/>, CC-BY

Bieber 3, fot.lwpkommunikacio, źródło: <http://www.flickr.com/photos/lwpkommunikacio/8208772668/in/photostream/>, CC-BY

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 wysłał swoje kompromitujące zdjęcia do serwisu plotkarskiego

Cel strategii:

Elementy do przyporządkowania:

- Wzbudzenie zainteresowania osobą i przedstawienie jej jako ciekawej. [rozwiązanie: 2]
- Wzbudzenie zainteresowania osobą przed publikacją książki autobiograficznej. [rozwiązanie: 5]
- Zmiana postrzegania osoby w kierunku odważnej i przebojowej. [rozwiązanie: 3]
- Wzmocnienie pozycji osoby i poprawa opinii o jej kompetencjach. [rozwiązanie: 4]
- Ocieplenie wizerunku osoby i ukazanie jej jako "zwykłego" człowieka. [rozwiązanie: 1]

SŁOWNICZEK

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

CZYTELNIA

- Słobodianiuk Elina, **Wizerunek osobisty. Tworzenie wizerunku narzędziami PR** [PDF], „Zierkało reklamy”, Nr 5/2005, [dostęp: 19.04.2013], Dostępny w Internecie: www.proto.pl/PR/Pdf/Wizerunek_osobisty.pdf.
- Wojciech Markiewicz, [online], **Fabryka Celebrytów**, Tygodnik Polityka, [dostęp: 13.06.2013], Dostępny w Internecie: <http://www.polityka.pl/kultura/aktualnoscikulturalne/15006171,zostac-gwiazda.read>.

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.