


**Pola Kaźmierczak**

Uniwersytet Łódzki

Katedra Informatologii i Bibliologii

e-mail: pola.kazmierczak@edu.uni.lodz.pl

 <https://orcid.org/0009-0007-4204-9098>

## **[ Kreowanie wizerunku medialnego sportowca w mediach społecznościowych Analiza porównawcza profili Stephena Curry'ego i Lebrona Jamesa na Instagramie**

DOI: <https://doi.org/10.18778/0860-7435.37.03>

**Abstrakt:** Celem pracy była ocena wizerunku kreowanego przez sportowców w mediach społecznościowych na przykładzie kont Stephena Curry'ego i Lebrona Jamesa. W artykule posłużono się metodą analizy mediów oraz metodą dedukcyjną.

Artykuł rozpoczęto od zagadnień teoretycznych będących podstawą do analizy badanego zagadnienia. Zdefiniowano pojęcia wizerunku, wizerunku medialnego i marki osobistej. Scharakteryzowano sylwetki i kariery koszykarskie Stephena Curry'ego i Lebrona Jamesa. W celu oceny kreowanego przez sportowców wizerunku zastosowano analizę porównawczą profili Curry'ego i Jamesa na Instagramie. Ustalono częstotliwość udostępnianych treści oraz ich rodzaje. Następnie oceniono skuteczność działań prowadzonych przez obydwu koszykarzy w serwisie społecznościowym.

Najważniejszym wnioskiem było stwierdzenie, że treści udostępniane przez zawodników pozytywnie wpływają na ich wizerunek. W toku badań ustalono, że LeBron James jest sportowcem, który skuteczniej buduje zaangażowanie z użytkownikami portalu społecznościowego Instagram.

**Słowa kluczowe:** wizerunek, wizerunek medialny, marka osobista, media społecznościowe, sport, koszykówka

Wizerunek medialny odgrywa obecnie znaczącą rolę w funkcjonowaniu każdej jednostki oraz instytucji. Poprzez rewolucję technologiczną nastąpiły istotne zmiany w jego kreowaniu. Z pojawieniem się mediów społecznościowych otworzyły się nowe możliwości przedstawiania firmy, przedsiębiorstwa, osoby lub grupy osób w Internecie.

We współczesnym społeczeństwie informacja stała się towarem ważniejszym niekiedy od dóbr materialnych. Można opisać to jako przekształcenie społeczeństwa w medialne, które skupia się na komunikacji, czyli przepływie informacji dzięki mediom masowym. Dzisiaj nie jesteśmy w stanie wyobrazić sobie funkcjonowania sektora marketingu, polityki, sportu czy innego bez social mediów. To dzięki nim każda osoba lub firma ma możliwości pokazania siebie, produktu czy usługi, jaką oferuje, w taki sposób, aby przyciągnąć potencjalnego klienta. Współcześnie ważnym przedmiotem badań wizerunku stały się serwisy społecznościowe. To one są przestrzenią, w której toczy się debata publiczna. Umiejętność posługiwania się językiem mediów jest w dzisiejszych czasach niezbędna, ponieważ pozwala użytkownikom mediów społecznościowych na kreowanie osobowości, promocję cennych wartości oraz tworzenie wiarygodnego wizerunku osób, firm, instytucji, partii politycznych oraz państw. Z tego względu podjęty w artykule temat wydaje się nie tylko zasadny, ale również istotny z naukowego punktu widzenia. Skoncentrowano się na analizie kreowania wizerunku medialnego dwóch sportowców: Stephena Curry'ego i Lebrona Jamesa, dzięki któremu funkcjonowanie i rozwój ich marek osobistych w mediach społecznościowych są znacznie łatwiejsze i wiążą się z wieloma korzyściami. Głównym celem jest analiza treści udostępnianych przez wskazanych koszykarzy na Instagramie. Cezura czasowa badań objęła okres od 1 stycznia do 30 kwietnia 2023 roku. Celem pośrednim jest ustalenie, który z graczy kreuje swój wizerunek skuteczniej oraz jak treści udostępniane przez koszykarzy wpływają na ich odbiór przez społeczeństwo. Postawiono następujące pytania badawcze: (1) jakie informacje wybrani koszykarze podawali w zamieszczanych przez siebie postach? (2) jaki wizerunek sportowców wynikał z zamieszczanych przez nich treści? (3) ile komentarzy pojawiło się pod nimi? (4) jaki miały one wydźwięk i co zawierały? (5) jaki temat wzbudzał największe zainteresowanie wśród użytkowników? (6) czy zamieszczane posty miały charakter amatorski czy profesjonalny? Aby osiągnąć postawione cele i odpowiedzieć na pytania w badaniu posłużono się metodą analizy medialnej oraz metodą dedukcyjną. Głównym źródłem informacji przy opracowaniu podjętego tematu był serwis społecznościowy Instagram (posty obydwu koszykarzy) oraz literatura przedmiotu dotycząca kształtowania wizerunku w sieci.

### **Kwestie terminologiczne**

Samo słowo „wizerunek” pochodzi od niemieckiego *Visierung* i stanowi czyjaś podobiznę, zilustrowanie czegoś, obraz lub portret. Jest to również pojęcie, w jaki dana jednostka jest postrzegana i wyeksponowana (Dubisz, 2003). Wizerunek łączy ze sobą dwa aspekty: sposób, w jaki prezentujemy go innym oraz reakcję na niego przez otoczenie.

Pojęcie „wizerunku” zaczęło pojawiać się w literaturze public relations na przełomie lat 50. XX wieku. Jest więc stosunkowo młodym zjawiskiem. Prekursorem tego zagadnienia w Polsce jest Walery Pisarek. Stwierdził on, że wizerunek jest całościowym obrazem firmy w oczach odbiorców oraz opinii publicznej. Może być zaplanowany i kreowany za pomocą świadomych, celowych działań (Pisarek, 2006). Natomiast wizerunek medialny jest to „czyjaś podobizna na rysunku, obrazie, zdjęciu itp.” lub „sposób, w jaki dana osoba lub rzecz jest postrzegana i przedstawiana” (Słownik PWN). Należy zauważyć, że w pojęciu wizerunku medialnego wszystkie aspekty powyższej definicji są udostępniane za pomocą przekazów medialnych.

W prezentowanym artykule za najbardziej przydatną definicję uznano tę zaproponowaną przez Tomasza Dąbrowskiego, który stwierdził, że na wizerunek składa się subiektywne, całościowe wyobrażenie, jakie odbiorca posiada o danej osobie, firmie czy instytucji. Przeświadczenie o konkretnej osobie kształtuje się za pomocą działań komunikacyjnych, przy jednoczesnym respektowaniu zarówno jej cech rzeczywistych, jak i przyjmowanego obrazu. Przekonanie o jednostce kształtowane jest pod wpływem działań oraz bezpośrednich przeżyć danej osoby, będących wynikiem indywidualnego powiązania z nią (Dąbrowski, 2013).

Każda jednostka posiada wizerunek (Czaplińska, 2015), a więc musi nim świadomie lub też nieświadomie zarządzać. Mówimy wtedy o marce osobistej (Peters, 1997). Gabriela Nowakowska podkreśla, że każdy, bez względu na wiek, płeć czy zawód, stanowi markę samą w sobie (2019). Natomiast Dan Schawbel zakłada, że człowiek jako jednostka może być określany jako produkt i wymaga jednakowych procedur marketingowych, jak firma oraz jej oferta. Aby uzyskać zamierzony cel, człowieka należy zaprezentować otoczeniu w taki sposób, by wyeksponowane cechy oraz wartość trafiły w gusta odbiorców (2012).

Pośród różnych określeń dostępnych w literaturze przedmiotu za najbardziej adekwatną przyjęto tę, która mówi, że marka osobista to osoba, która w sposób świadomy podejmuje decyzje mające na celu stworzenie, zdefiniowanie i rozpropagowanie wartości. Te elementy mogą zostać uznane przez wyodrębnioną grupę odbiorców za najskuteczniej zaspokajające ich potrzeby. Pojęcie marki osobistej można studiować w odniesieniu do różnych aspektów, zależnych od grupy zawodowej czy społecznej, której dotyczy (jak np. sportowcy, celebryci, politycy lub eksperci zupełnie innych dziedzinach życia).

Do prawidłowego i skutecznego prosperowania marki osobistej czy firmy najistotniejsze jest podążanie za nowymi trendami oraz dostosowywanie działań informacyjnych do zmian gospodarczych. Ogół czynności podejmowanych przez wybraną instytucję powinien prowadzić do uzyskania korzyści wizerunkowych, zarówno w mediach społecznościowych, jak i w kontaktach międzyludzkich. Dotyczy to w dużej mierze osób publicznych, które szczególnie powinny dbać o swój wizerunek. Zaliczyć do nich można także sportowców, którzy nierzadko, zwłaszcza dla młodszych fanów, mogą być autorytetami.

## **Sylwetka i przebieg kariery koszykarskiej Stephena Curry’ego oraz Lebrona Jamesa**

Lebron James oraz Stephen Curry są obecnie uznawani za najwybitniejszych, a zarazem najbardziej rozpoznawalnych sportowców na świecie. Świadczy o tym fakt wpisania ich na listę najlepszych koszykarzy z okazji 75-lecia powstania National Basketball Association. Oprócz analizowanych zawodników w spisie pojawiły się nazwiska w równej mierze ważne, jak: Kareem Abdul-Jabar, Kobe Bryant, Michael Jordan czy Magic Johnson (Malinowski, 2021).

### **Stephen Curry**

Koszykarz, urodzony 14 marca 1988 roku, jest synem zawodowego koszykarza Della Curry’ego. Matką Stephena jest Sonya Curry, wybitna siatkarka akademicka. Sportowiec ma młodszego brata Seta, który tak samo jak Stephen jest zawodnikiem najlepszej koszykarskiej ligi na świecie (Thompson, 2017). Na co dzień Stephen związany jest maksymalnym kontraktem<sup>1</sup> z drużyną z Oakland, Golden State Warriors. Do National Basketball Association trafił w 2009 roku. Koszykarz jest najstarszym zawodnikiem ligi, który niezmiennie od 13 sezonów reprezentuje barwy swojego macierzystego klubu z San Francisco. Warto podkreślić, że historyczna siedziba klubu znajdowała się w Oakland, a od 2019 roku ponownie mieści się w San Francisco.

Jako debiutant w sezonie 2009/10 ustanowił rekord sezonu zasadniczego NBA, trafiając 166 celnych rzutów za 3 punkty. Sezon 2014/15 zakończył jako MVP ligi, który został wybrany jednogłośnie pierwszy i jedyny raz w historii. Został dziesięciokrotnie wytypowany do Meczu Gwiazd. Na swoim koncie posiada również cztery tytuły Mistrza NBA oraz MVP Finałów. Stephen jest także dwukrotnym mistrzem świata z reprezentacją Stanów Zjednoczonych. Z uwagi na to, że Curry jest osobą publiczną, rozpoznawalną w świecie koszykówki ze względu na swoje sukcesy i osiągnięcia, jego wizerunek nabiera szczególnego znaczenia.

---

<sup>1</sup> Kontrakt maksymalny (ang. *salary cap*) – to limit określający ile pieniędzy można przeznaczyć sumarycznie na wypłaty swoich koszykarzy (Z krainy NBA).

### **Lebron James**

Zawodnik wychowywał się w niepełnej rodzinie w Akron w stanie Ohio. Chłopiec spędzał okres dojrzewania w ubogich i niebezpiecznych dzielnicach, dlatego bardzo szybko stał się głową rodziny, by odciążyć zapracowaną matkę. Koszykówką interesował się od czasów dziecięcych, natomiast już w szkole średniej zyskał niekwestionowany rozgłos. W 2003 roku w wieku 18 lat został wybrany przez Cleveland Cavaliers i tym samym dołączył do najlepszej ligi świata.

W roku 2010 przeniósł się do zespołu Miami Heat, gdzie zdobył dwa tytuły Mistrza NBA oraz dwie nagrody MVP Finałów. Następnie powrócił do swojego macierzystego klubu z Ohio, gdzie przez cztery kolejne lata meldował się w Finałach. Warty podkreślenia jest fakt, że mierzył się w nich za każdym razem z drużyną Stephena Curry'ego. Od 2018 roku James związany jest kontraktem z Los Angeles Lakers z Kalifornii. W roku 2020 po raz kolejny został mistrzem ligi oraz MVP Finałów. James, podobnie jak Curry reprezentował swój kraj na arenach międzynarodowych. Z reprezentacją Stanów Zjednoczonych dwukrotnie stawał na najwyższym stopniu podium podczas Igrzysk Olimpijskich w 2008 i 2012 roku (Lebron James. W: *Biografia24.pl*). Podobnie jak rywal, tak i ten zawodnik osiągnął wysoką pozycję w środowisku koszykarskim, w związku z czym jego wizerunek śledzony jest przez fanów na całym świecie. Wymaga to od sportowca utrzymywania z nimi stałego kontaktu i systematycznego zamieszczania informacji na swój temat, co wpływa w sposób wyraźny na kształtowanie wspomnianego wizerunku.

### **Analiza porównawcza profili na Instagramie prowadzonych przez Stephena Curry'ego i Lebrona Jamesa**

W tej części artykułu dokonano analizy materiałów publikowanych przez Stephena Curry'ego i Lebrona Jamesa na profilach koszykarzy w serwisie społecznościowym Instagram w przeciągu pierwszego kwartału 2023 roku. Skupiono się na charakterystyce tematycznej udostępnianych treści oraz liczbie postów i osób obserwujących sportowców w medium społecznościowym.

W tabeli 1. przedstawiono szczegółową charakterystykę każdego wpisu, który udostępnił Stephen Curry za pomocą swojego konta na Instagramie. Zastosowano podział na trzy rodzaje postów: zdjęcie, film oraz post łączony, który jest kompilacją dwóch poprzednich form. Wyróżniono także 5 tematów publikacji, liczbę polubień oraz komentarzy każdego posta. Wszystkie wpisy krótko scharakteryzowano, zwracając uwagę na postacie, miejsca, produkty, a także okoliczności, w których powstawały.

**Tabela 1.** Charakterystyka postów publikowanych przez Stephena Curry'ego w okresie I kwartału 2023 roku

Post	Data publikacji	Rodzaj	Temat	Liczba polubień	Liczba komentarzy	Charakterystyka posta
1.	06.01.2023	post łączony	fundacja	842 675	2136	Stephen grający w golfa
2.	15.01.2023	zdjęcie	koszykówka	1 105 678	2689	Stephen na meczu z San Antonio Spurs
3.	18.01.2023	zdjęcie	inne	2 292 163	12 109	zdjęcie z prezydentem USA
4.	25.01.2023	post łączony	fundacja	540 674	1256	konferencja fundacji
5.	27.01.2023	zdjęcie	koszykówka	1 789 489	3985	zdjęcie Stephena i Kobiego Bryanta w 2. rocznicę jego śmierci
6.	31.01.2023	film	fundacja	140 567	1262	rozmowa z prezeską firmy współpracującej z fundacją Curry'ego
7.	07.02.2023	zdjęcie	fundacja	278 567	1175	grafika przedstawiająca Curry'ego jako ambasadora golfa
8.	13.02.2023	zdjęcie	fundacja	1 548 749	3444	zdjęcie z golfistą
9.	15.02.2023	post łączony	sponzorowane	727 897	1413	Stephen z zawodniczkami WNBA
10.	16.02.2023	zdjęcie	rodzina	2 197 220	3874	Stephen z żoną Ayeszą
11.	22.02.2023	film	sponzorowane	379 483	1261	film prezentujący Stephena grającego w golfa
12.	25.02.2023	zdjęcie	koszykówka	920 456	2657	post pokazujący Stephena wchodzącego na halę
13.	25.02.2023	zdjęcie	koszykówka	702 467	1056	zdjęcie przedstawiające Stephena i Klaya Thompsona
14.	25.02.2023	film	koszykówka	319 364	1355	film upamiętniający słynny rzut Curry'ego przeciwko OKC
15.	01.03.2023	zdjęcie	koszykówka	926 739	2104	zdjęcie z meczu przedstawiające kolegę z drużyny
16.	03.03.2023	zdjęcie	koszykówka	887 021	1401	zdjęcia przedstawiające Curry'ego i zawodników cieszących się ze zwycięstwa z Los Angeles Clippers
17.	05.03.2023	post łączony	koszykówka	679 175	2089	Curry wchodzący na halę w Los Angeles

## Kreowanie wizerunku medialnego...

18.	09.03.2023	post łączony	rodzina	731 475	1067	post na dzień kobiet, przedstawiający żonę, matkę i córki Curry'ego
19.	14.03.2023	film	koszykówka	104 191	1043	film przedstawiający przedmeczową rutynę podopiecznych fundacji Curry'ego
20.	14.03.2023	zdjęcie	rodzina	1 845 088	16 264	post przedstawiający Curry'ego i jego rodzinę z okazji 35 urodzin koszykarza
21.	21.03.2023	film	sponsorowane	232 590	810	film promujący firmę Rakuten
22.	23.03.2023	post łączony	rodzina	1 914 222	6208	post przedstawiający Ayesę Curry z okazji jej urodzin
23.	25.03.2023	zdjęcie	koszykówka	934 649	2326	zdjęcia przedstawiające Curry'ego i zawodników Golden State Warriors
24.	26.03.2023	film	koszykówka	933 414	2706	Stephen grający w koszykówkę z zawodnikiem swojej fundacji
25.	28.03.2023	film	fundacja	158 704	671	Stephen przeprowadzający wywiad z podopiecznym swojej fundacji
26.	29.03.2023	post łączony	sponsorowane	1 387 783	2833	Curry nagrywający reklamę z aktorem Kevinem Hartem
27.	30.03.2023	film	fundacja	68 641	313	film promujący obóz Stephena
28.	30.03.2023	film	sponsorowane	135 873	359	film promujący sygnowaną linię butów Curry'ego
29.	30.03.2023	film	sponsorowane	172 199	744	film promujący fundację Curry'ego
30.	01.04.2023	film	fundacja	126 068	437	Film promujący wydarzenie dotyczące gry w golfa, którego Curry jest ambasadorem
31.	01.04.2023	film	fundacja	111 074	525	Stephen w rozmowie z ambasadorem wydarzenia promującego grę w golfa
32.	05.04.2023	post łączony	sponsorowane	503 455	338	Post promujący ubrania i obuwie z kolekcji Curry'ego

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Instagram.com*

Analiza wykazała, że na 32 posty najwięcej dotyczyło koszykówki (11), drugie pod względem liczby były wpisy związane z fundacją Curry'ego (9). Na trzecim miejscu znalazły się treści sponsorowane (7), kolejne były posty o tematyce

rodzinnej (4). Jednego wpisu nie przyporządkowano do żadnego z powyższych tematów (zob. dalej).

W styczniu Stephen Curry opublikował tylko 6 wpisów, 2 o tematyce koszykarskiej, 3 w kwestii swojej fundacji i jedno zdjęcie nieprzyporządkowane do żadnej kategorii przedstawiające koszykarza w towarzystwie obecnego prezydenta Stanów Zjednoczonych, Joe Bidena. Post z politykiem był zarazem najlepiej komentowanym i najbardziej lubianym wpisem Curry'ego w całym okresie badawczym. Warto zaznaczyć, że znaczna część komentarzy pod publikacją była negatywna, a spotkanie Curry'ego z obecnym prezydentem USA budziło wiele kontrowersji. Przykładowe komentarze dotyczące wpisu z Bidenem: „Team clowns”; „Best shooter of alltime and the worst president of alltime”; „Trump better”<sup>2</sup>.

Publikacja otrzymała 2 292 163 polubienia i ponad 12 tysięcy komentarzy. W lutym sportowiec upublicznił 8 wpisów, z których 3 podejmowały temat koszykówki, po 2 fundacji i sponsorów, a jeden skoncentrowany był na partnerce Curry'ego. Marzec był miesiącem, w którym ukazało się najwięcej publikacji (15), zaś głównym tematem była ponownie koszykówka (6 postów), co mogło wynikać z faktu, że w tym okresie rozpoczynała się kluczowa faza rozgrywek. Na drugiej pozycji uplasowały się treści sponsorowane. Pozostałe 5 publikacji to 3 w kwestiach rodzinnych i 2 należące do spraw fundacji.

Treści rodzinne za każdym razem uzyskiwały wysokie wyniki w liczbie polubień i komentarzy. Zdjęcia Stephena z żoną lub całą rodziną otrzymywały około 2 miliony like'ów i uzyskiwały tylko pozytywne adnotacje, np: „Looking good; „You two look great”; „Chef cookin on and off the court”<sup>3</sup>.

Najgorzej odebrany przez użytkowników postem okazał się film promujący fundację koszykarza. Wpis polubiło zaledwie 68 641 osób, a skomentowało jedynie 313 odbiorców.

Analiza postów i komentarzy zamieszczonych pod nimi pozwala stwierdzić, że większe zainteresowanie wśród użytkowników, którzy są przecież osobami interesującymi się koszykówką, wzbudzały informacje z życia prywatnego, a nie zawodowego. Tematy rodzinne z pewnością wpływały na ocieplenie wizerunku koszykarza, a jednocześnie wzbudzały emocje wśród odbiorców, odwołując się do przypisanej każdej naturze ludzkiej ciekawości. Na podstawie treści zamieszczanych przez sportowca można stwierdzić, że kreuje się on na osobę, która zajmuje się nie tylko koszykówką, ale dla której ważna w życiu jest także rodzina i przyjaciele. Wizerunek kształtowany przez

---

<sup>2</sup> Kolejno (tłum. własne): „Drużyna klaunów”; „Najlepszy strzelec w historii i najgorszy prezydent w historii”; „Trump jest lepszy”.

<sup>3</sup> Kolejno (tłum. własne): „Dobrze wyglądacie”; „Wyglądacie świetnie”; „Kucharz gotuje na boisku i poza nim”.



Curry'ego na Instagramie to połączenie koszykarza, postaci medialnej, publicznej ze „zwykłym człowiekiem”, dbającym o swoich bliskich, o ich przyszłość, sprawiającym wrażenie optymisty. Nabiera to szczególnego znaczenia w kontekście faktu, że większość postów miała charakter amatorski. Zawodnik przygotowywał je sam, nie korzystając z pomocy specjalistów od PR, zatem można przypuszczać, że były one autentyczne, naturalne. Język w nich stosowany był nierzadko potoczny, ale przez to trafiał do serc fanów. Trzeba jednak zaznaczyć, że część materiałów, tych dotyczących współpracy z firmami i sponsorami, była tworzona przez znawców od public relations.

Jak w porównaniu ze Stephenem Currym kształtował się wizerunek Lebrona Jamesa? Aby odpowiedzieć na to pytanie w tabeli 2. zestawiono wszystkie posty, które opublikował na swoim profilu drugi sportowiec (zastosowano te same kryteria u obydwu zawodników).

**Tabela 2.** Charakterystyka postów udostępnianych przez Lebrona Jamesa w okresie I kwartału 2023 roku

Post	Data publikacji	Rodzaj	Temat	Liczba polubień	Liczba komentarzy	Charakterystyka posta
1.	01.01.2023	film	sponsorowane	992 998	6253	Post z imprezy sylwestrowej, który reklamuje alkohol
2.	03.01.2023	film	koszykówka	759 930	4786	Nagranie z meczu, w którym Lebron wykonał spektakularne zagranie
3.	06.01.2023	film	koszykówka	1 028 480	2700	Nagranie z treningu drużyny syna Lebrona
4.	08.01.2023	film	koszykówka	709 897	445	Film przedstawiający syna Lebrona grającego w koszykówkę
5.	10.01.2023	zdjęcie	koszykówka	673 763	3860	Post przedstawiający Jamesa jako najlepszego gracza tygodnia
6.	10.01.2023	film	sponsorowane	839 544	3198	Post promujący film z udziałem Jamesa
7.	11.01.2023	film	sponsorowane	198 586	1097	Film sponsorowany przez siłownię współpracującą z Lebronem
8.	12.01.2023	zdjęcie	rodzina	1 939 813	5700	Lebron z rodziną na meczu swoich synów
9.	13.01.2023	film	rodzina	481 930	3351	Lebron z córką
10.	17.01.2023	film	koszykówka	599 928	4797	Film przedstawiający Lebrona w przedmeczowej rutynie
11.	19.01.2023	zdjęcie	koszykówka	591 354	3492	James wchodzący na halę przed meczem domowym

Tabela 2. (cd.)

Post	Data publikacji	Rodzaj	Temat	Liczba polubień	Liczba komentarzy	Charakterystyka posta
12.	21.01.2023	zdjęcie	koszykówka	2 679 578	37 665	Prześmiewcze zdjęcie Shannona Sharpe'a na meczu Lakers
13.	24.01.2023	zdjęcie	koszykówka	651 291	3993	Zdjęcie prezentujące wyniki syna Lebrona w lidze licealnej
14.	26.01.2023	film	koszykówka	1 167 890	7626	Post przedstawiający syna Lebrona grającego w koszykówkę
15.	08.02.2023	zdjęcie	koszykówka	3 924 529	35 049	James wchodzący na halę przed meczem, w trakcie którego ustanowił rekord NBA
16.	09.02.2023	zdjęcie	rodzina	2 183 275	10 534	Lebron z rodziną cieszący się ustanowieniem rekordu
17.	09.02.2023	post łączony	koszykówka	3 198 600	27 032	Post prezentujący Lebrona ustanawiającego historyczny rekord NBA
18.	10.02.2023	zdjęcie	rodzina	1 500 114	5871	Zdjęcia z imprezy z okazji pobicia historycznego rekordu
19.	15.02.2023	post łączony	koszykówka	1 918 609	13 716	Post pokazujący rzut, dzięki któremu James ustanowił historyczny rekord NBA
20.	15.02.2023	film	sponsorowane	107 244	1027	Wywiad promujący firmę spożywczą, która sponsoruje Lebrona
21.	18.02.2023	film	sponsorowane	163 655	1311	Reklama z udziałem Jamesa promująca wodę
22.	18.02.2023	film	koszykówka	1 824 056	10 956	Film prezentujący rzut Jamesa, dzięki któremu stał się najlepiej punktującym zawodnikiem w historii NBA
23.	22.02.2023	zdjęcie	sponsorowane	651 351	2651	Post reklamujący alkohol
24.	25.02.2023	zdjęcie	rodzina	801 831	4807	Zdjęcia żony Lebrona z sesji zdjęciowej
25.	01.03.2023	film	sponsorowane	418 272	2909	Film przedstawiający nowości sprzętowe firmy Play Station, którego twarzą jest Lebron
26.	06.03.2023	zdjęcie	koszykówka	2 061 939	5281	Zdjęcie przedstawiające syna Lebrona grającego w koszykówkę
27.	12.03.2023	film	rodzina	1 895 769	13 755	Film przedstawiający przyrodę, na łonie której Lebron odpoczywa z rodziną
28.	13.03.2023	zdjęcie	rodzina	1 964 455	13 601	Post prezentujący żonę Jamesa na wydarzeniu medialnym

## Kreowanie wizerunku medialnego...

29.	14.03.2023	zdjęcie	koszykówka	2 563 564	23 386	Grafika przedstawiająca Jamesa w hibernacji
30.	15.03.2023	post łączony	koszykówka	1 896 222	18 535	James dający autograf malej fance Los Angeles Lakers
31.	25.03.2023	film	koszykówka	1 351 616	8063	Film z kolegą z drużyny Antony'm Davisem
32.	25.03.2023	post łączony	koszykówka	1 800 485	12 338	Post przedstawiający Lebrona w nowej stylizacji wchodzącego na halę w Los Angeles
33.	27.03.2023	film	koszykówka	860 217	4931	Film z meczu syna Lebrona grającego mecz ligi licealnej
34.	28.03.2023	zdjęcie	koszykówka	575 697	1779	Fotografia zdjęcia przedstawiająca syna Lebrona Jamesa wykonującego wsad do kosza.
35.	29.03.2023	post łączony	fundacja	1 286 798	7705	Grafiki promujące zawodników fundacji Lebrona Jamesa
36.	30.03.2023	zdjęcie	fundacja	297 865	3036	Zdjęcia przedstawiające luksusowy dom dla uczestników fundacji Jamesa
37.	08.04.2023	zdjęcie	koszykówka	1 145 161	5796	James wchodzący na halę przed meczem domowym
38.	10.04.2023	post łączony	koszykówka	1 794 015	8708	Post z meczu kończącego rundę zasadniczą
39.	12.04.2023	post łączony	koszykówka	1 736 314	13 678	Post z meczu w Los Angeles
40.	16.04.2023	film	sponsorowane	634 932	3284	Post promujący kolejną część filmu „Szybcy i wściekli”
41.	23.04.2023	zdjęcie	koszykówka	940 961	4920	James wchodzący na halę przed meczem domowym
42.	23.04.2023	film	koszykówka	966 080	8802	Relacja z meczu domowego w fazie Play off
43.	29.04.2023	post łączony	koszykówka	4 150 609	72 157	Relacja ze zwycięskiej serii z Memphis Grizzlies

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Instagram.com*

Analizując dane zamieszczone w tabeli 2. odnotowano dwadzieścia sześć wpisów o tematyce koszykarskiej, 8 stanowiło posty sponsorowane. Na trzecim miejscu znalazły publikacje związane z rodziną, a dwa pozostałe były skoncentrowane na fundacji Lebrona.

W styczniu koszykarz udostępnił 15 postów, z czego 9 dotyczyło koszykówki. Pozostałe obejmowały tematy rodzinne (3) oraz związane były z różnymi instytucjami – sponsorami zawodnika (3). Luty to tylko 10 wpisów Jamesa, ponownie najwięcej o kwestiach koszykarskich (4). Rodzina i publikacje sponsorowane zostały upublicznione po 3 razy. W kolejnym miesiącu sportowiec

wstawił 13 wpisów, przy czym aż 7 z nich nawiązywało do koszykówki. Marzec jednocześnie był pierwszym miesiącem, w którym pojawiły się treści związane z fundacją Lebrona Jamesa (2). W ostatniej części 1. kwartału 2023 roku znalazła się najmniejsza liczba postów (7). Warto zaznaczyć, że wydarzenia koszykarskie były w tym miesiącu na pierwszym planie (6).

Podczas analizowania treści zauważono, że największą liczbę polubień i komentarzy (4 150 609 i 72 157) otrzymał post łączony z 29.04.2023, który zawierał zdjęcia oraz filmy prezentujące Lebrona w trakcie meczu o awans do kolejnej rundy rozgrywek. Najciekawsze komentarze pod tym postem: „Savage Lebron is activated”<sup>4</sup>; „Howcan u not like LeBron James i DNT understand”; „How people hate on this dude is unbelievable. He never cheats the game and is even better off the court in what he gives to young people. Salute!!!”. Wpisem o najmniejszej liczbie polubień i komentarzy (107 244 i 1027) był film sponsorowany z dnia 15 lutego 2023 r. (zaprezentowano w nim wywiad z Lebronem na temat artykułów spożywczych).

Analiza treści zamieszczanych przez drugiego koszykarza na Instagramie pozwala stwierdzić, że dominowały w nich posty dotyczące koszykówki (26/43). Materiały sponsorowane zajęły drugie miejsce (8/43), na trzecim miejscu znalazły się teksty o tematyce rodzinnej (7/43) i 2 wpisy dotyczące fundacji. Jak wynika z tych danych, kwestie zawodowe były dla sportowca kluczowe w kreowaniu swojego wizerunku w przestrzeni publicznej.

Podczas analizowania postów i komentarzy zamieszczonych pod nimi, stwierdzono że największe zainteresowanie wśród odbiorców, wzbudzały informacje związane z zawodowym obliczem Jamesa. Najistotniejszym wydarzeniem prezentowanym przez koszykarza na jego profilu, było pobicie rekordu w największej liczbie zdobytych punktów w całej historii NBA. Tematy rodzinne, również intrygowały użytkowników prowadząc, do dużej aktywności na profilu sportowca. Podjęta w postach „fundacyjnych” tematyka z pewnością wpływała na ocieplenie wizerunku koszykarza.

Na podstawie treści zamieszczanych przez zawodnika można stwierdzić, że kreuje się on na osobę wielowymiarową zajmującą się nie tylko koszykówką, ale także biznesem, wsparciem charytatywnym dla dzieci i młodzieży, będąc przy tym szczęśliwym mężem oraz rodzicem. Wizerunek kształtowany przez Jamesa na Instagramie to połączenie jego osobowości koszykarskiej, gdzie przedstawia siebie jako agresywnego, pewnego siebie gracza z osobą publiczną, stonowaną, otwartą na nowe znajomości. Lebron James w swoich postach

---

<sup>4</sup> Kolejno (tłum. własne): „Okrutny Lebron aktywowany”; „Jak można nie lubić Lebrona Jamesa, nie rozumiem”; „To jak ludzie nienawidzą tego koleśia jest niewiarygodne. Nigdy nie oszukuje podczas gry i jest nawet lepszy poza boiskiem w tym co daje młodym ludziom. Cześć!!!”.

sprawia wrażenie „dobrego wujka”, z którym każdy odbiorca chętnie chciałby spędzić czas.

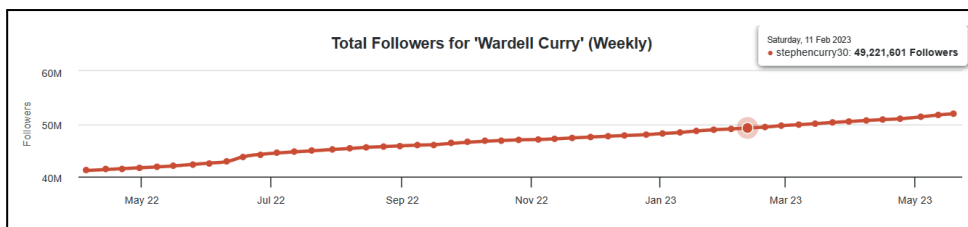
Z uwagi na fakt, że większość publikacji miała charakter profesjonalny można się domyślać, że specjaliści ze sztabu koszykarza umiejętnie dobierają posty lub instruują samego Lebrona, jak powinien prezentować się w mediach społecznościowych, by uzyskać jak najlepsze wyniki. Działania ze strony social media managerów są na tyle przemyślane, że prezentowany wizerunek Lebrona należy odbierać jako autentyczny.

### Analiza porównawcza wizerunku Stephen’a Curry’ego i Lebrona Jamesa

Warto porównać jak kształtował się wizerunek obydwu sportowców w świetle statystyk, co w przypadku social mediów świadczy o zasięgu odbioru, zainteresowaniu fanów i pozwala ocenić skuteczność marki kreowanej przez zawodników.

Na wykresie 1. przedstawiono cotygodniowy przyrost liczby obserwujących Stephen’a Curry’ego. Można zauważyć, że jest to wzrost regularny (około 200 tys. osób na tydzień). W badanym kwartale liczba obserwujących zwiększyła się z 48 do 51 milionów, co stanowiło wzrost o 3 miliony fanów.

**Wykres 1.** Liczba obserwujących Stephen’a Curry’ego tygodniowo w okresie I kwartału 2023 r.

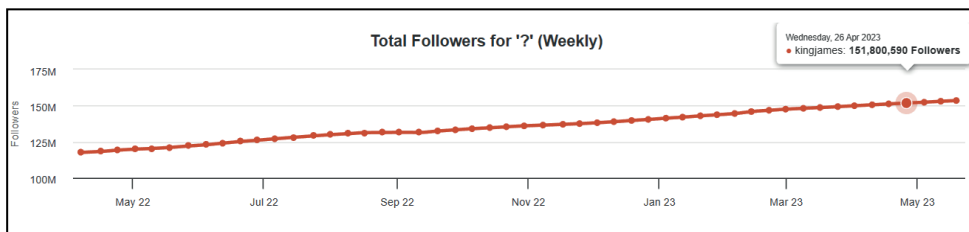


Źródło: [socialblade.com](https://socialblade.com) [online]

Zwiększająca się liczba obserwujących w badanym okresie wynikać może z rozpoczynającej się fazy play off.

Z kolei na wykresie 2. przedstawiono cotygodniowe dane dotyczące obserwatorów Lebrona Jamesa. W trakcie analizowanego okresu konto koszykarza zaczęło śledzić blisko 10 mln osób. Każdego tygodnia liczba użytkowników obserwujących Jamesa w przybliżeniu wzrastała o niemalże 500 tys. Całkowita liczba jego fanów w badanym czasie zmieniła się ze 141 na 151 milionów.

**Wykres 2.** Liczba obserwujących Lebrona Jamesa tygodniowo w okresie I kwartału 2023 r.



Źródło: *socialblade.com* [online]

Zwiększająca się liczba użytkowników na przełomie marca i kwietnia wynikała zarówno z decydującej fazy sezonu, jak i wspomnianego wcześniej ustanowieniu przez Lebrona Jamesa historycznego rekordu.

Mimo różnicy w ogólnej liczbie obserwatorów zarówno LeBron James, jak i Stephen Curry notują bardzo duży przyrost osób obserwujących ich profile. Porównując tempo wzrostu liczby osób śledzących koszykarzy stwierdzono, że Stephen Curry osiąga stosunkowo lepsze wyniki. Grupa zwolenników Lebrona zwiększa się o blisko 500 tys. tygodniowo, przy ogólnej liczbie 151 milionów. Natomiast w przypadku Curry'ego przyrost wynosi 200 tys., lecz liczba wszystkich obserwujących oscyluje wokół 51 milionów. Podczas analizy zauważono, że Stephen posiada 3 razy mniej obserwujących od Lebrona, jednak przyrost jego obserwujących nie jest trzykrotnie mniejszy. Na tej podstawie wywnioskowano, że profil Curry'ego osiąga korzystniejsze rezultaty. Może to wynikać z faktu, że Curry swoim stylem gry trafia do młodszego grona odbiorców, którzy częściej korzystają z serwisów społecznościowych.

## **Rodzaje oraz częstotliwość postów publikowanych przez zawodników**

Analizując dane zamieszczone w tabelach 1. i 2. zauważono, że to zdjęcia udostępniane przez zawodników cieszyły się największym zainteresowaniem. Na drugim miejscu znalazły się posty łączone, które zawierały zarówno fotografie, jak i filmy. Najmniej atrakcyjne dla użytkowników były materiały wideo, które odnotowywały najmniejsze liczby polubień oraz komentarzy.

W tabeli 3. zaprezentowano rodzaje postów w ujęciu ilościowym. Zauważono, że pomimo największej liczby udostępnianych filmów (Curry: 12, James: 18), to zdjęcia były dla odbiorców najciekawsze. Zawodnicy w badanym okresie opublikowali po 8 postów łączonych, jednak mimo niewielkiej liczby publikacji tego rodzaju były one w większym stopniu angażujące dla społeczności koszykarskiej.

**Tabela 3.** Rodzaje postów udostępniane przez obydwu koszykarzy w okresie I kwartału 2023 r.

Sportowiec	Rodzaj postu			
	Zdjęcie	Film	Post łączony	Suma
Stephen Curry	12	12	8	<b>32</b>
Lebron James	17	18	8	<b>43</b>

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Instagram.com*

W toku badań ustalono, że Lebron James upublicznia swoje wpisy z większą częstotliwością. W tabeli 4. zaprezentowano liczbę postów publikowanych przez zawodników w każdym miesiącu analizowanego okresu. Warto zaznaczyć, że kwiecień był miesiącem z najmniejszą liczbą publikacji u obydwu sportowców. Należy podkreślić, że marzec był miesiącem, w którym Curry rozpozwszechnił aż 15 postów. Jest to wynik prawie dwukrotnie wyższy od stycznia i lutego, a aż pięciokrotnie od kwietnia. W przypadku Jamesa nie dochodziło do gwałtownych zmian w częstotliwości udostępnianych treści.

**Tabela 4.** Częstotliwość udostępnianych postów przez obydwu koszykarzy w okresie I kwartału 2023 r.

Sportowiec	Miesiąc			
	Styczeń	Luty	Marzec	Kwiecień
Stephen Curry	6	8	15	3
Lebron James	14	10	12	7

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Instagram.com*

### **Ocena skuteczności działań prowadzonych przez koszykarzy na Instagramie**

Rozpatrując dane otrzymane w wyniku analizy ilościowej i jakościowej stwierdzono, że koszykarze nie stosują specjalnych technik, dzięki którym zwiększają swoje zasięgi na Instagramie. Można jednak zauważyć, że działania Lebrona Jamesa są spójniejsze, co może wynikać z pomocy profesjonalistów w dziedzinie social mediów. Koszykarze w głównej mierze bazują na autentyczności swoich postów. Zdjęcia i filmy udostępniane przez koszykarzy są profesjonalne, wysokiej jakości. Rzadko prezentują fotografie zrobione telefonem komórkowych, jednak gdy takie treści się pojawiają, cieszą się

ponadprzeciętnym zainteresowaniem. Użytkownikom zależy na poznawaniu prywatnego życia sportowców; posty o tematyce rodzinnej najlepiej angażują odbiorców Curry'ego, jednak w przypadku Lebrona to koszykówka jest najważniejsza. Wszelkiego rodzaju wpisy z ważnych wydarzeń w życiu koszykarzy zawsze docierają do największej liczby osób. Treści te otrzymują największą liczbę polubień oraz komentarzy.

W przypadku Lebrona Jamesa były to posty prezentujące jego rzut piłką do koszykówki, dzięki któremu pobił historyczny rekord NBA i stał się najlepiej punktującym zawodnikiem w lidze, a także relacja ze zwycięskiej serii z Memphis Grizzlies, która uzyskała najwięcej polubień (4 150 609) i komentarzy (72 157).

Natomiast koszykarz z San Francisco największą liczbę polubień i komentarzy uzyskał dzięki fotografii z prezydentem Stanów Zjednoczonych, Joe Bidenem (2 292 163 polubień i 12 109 komentarzy). Na drugim miejscu znalazł się post Stephena z jego żoną Ayeshą, a trzeci był wpis Stephena z okazji urodzin jego małżonki.

Odpowiadając na pytanie o to, który koszykarz skuteczniej prowadzi swój profil na Instagramie, należy przede wszystkim zwrócić uwagę na przyrost obserwujących i częstotliwość publikacji. Lebron James udostępnia treści regularnie, co wiąże się z liczniejszymi interakcjami ze strony odbiorców. Stephen Curry nie zwraca uwagi na częstotliwość, natomiast skupia się na dzieleniu ważnymi wydarzeniami ze swoją widownią.

Analizując wszystkie aspekty należy uznać, że to Lebron James prowadzi swój profil efektywniej. Mimo tygodniowo mniejszego przyrostu obserwujących zgromadził ponad 3 razy większą publiczność niż Stephen Curry. Poprzez regularne wpisy trafia do stałych odbiorców, budując z nimi relację na dłużej.

Udzielając odpowiedzi na pytanie o to, jak treści publikowane na Instagramie przez Stephena Curry'ego i Lebrona Jamesa wpływają na ich wizerunek, należy stwierdzić, że koszykarze nawiązują rozmaite współprace marketingowe, z których czerpią zauważalne zyski. Poprzez swoje wybitne osiągnięcia stają się autorytetami dla młodego pokolenia, które coraz chętniej śledzi ich poczynania w mediach społecznościowych. Za pomocą Instagrama mogą dzielić się swoim życiem prywatnym, co dodatkowo przyciąga nowych użytkowników. Wizerunek, który tworzą w Internecie nie spotyka się z brakiem poszanowania. Większość komentarzy pod postami jest pozytywna, zachęcająca zawodników do dalszej pracy we wszelkich dziedzinach ich życia. Korzystając z Instagrama mogą przedstawiać siebie odbiorcom jako nie tylko sportowcy, lecz również biznesmeni, gwiazdy mediów masowych oraz zwyczajni ludzie. Zawodnicy używają portali społecznościowych do promocji swoich fundacji, powodując w ten sposób zmniejszenie ubóstwa wśród dzieci i młodzieży, jako że ich fundacje



działają na rzecz tych właśnie grup. Wszystkie te działania sprawiają, że zawodnicy postrzegani są przez społeczeństwo w pozytywny sposób, co niesie korzyści zarówno dla koszykarzy, jak i dla społeczeństwa.

### **Wnioski**

Analizując materiał badawczy stwierdzono, że tematem który pojawiał się najczęściej na obu profilach koszykarzy, była dyscyplina którą uprawiają (Curry: 11/32, Lebron: 26/43). Najczęściej używaną formą przekazu przez obydwu zawodników był film, jednak to zdjęcia cieszyły się największym zaangażowaniem ze strony odbiorców.

Stephen Curry i Lebron James w analizowanym okresie zamieścili na kontach łącznie 75 postów (Curry: 32, James: 43).

Sportowcy kreowali wizerunek dzieląc się treściami z różnych dziedzin życia. Zaangażowanie użytkowników w głównej mierze generowała tematyka postów. Materiały ukazujące rodzinę lub wybitne sportowe sukcesy zawodników uzyskały największą oglądalność, a także skłoniły większe grono odbiorców do udzielania się w sekcji komentarzy. Post z rekordową liczbą polubień i komentarzy, należący do Stephena Curry'ego, otrzymał 2 292 163 polubień i 12 109 komentarzy. W przypadku Lebrona Jamesa był to wpis z dnia 29 kwietnia 2023 roku, który uzyskał 4 150 609 polubień i 72 157 komentarzy. Najgorzej odbierane posty dotyczyły fundacji. Najslabsze wyniki odnotowano przy wpisie Curry'ego z 30.03.2023 (68 641 polubień i zaledwie 313 komentarzy). Najmniej godny uwagi post Lebrona wynikał z umów ze sponsorem (107 244 polubień i 1027 komentarzy).

Zarówno James, jak i Curry nie stosowali w analizowanym okresie ściśle określonej strategii, by zwiększyć swoje zasięgi na Instagramie. Sportowcy udostępniali posty od kilku do kilkunastu razy w miesiącu. Uwagę odbiorców przyciągały głównie dobrej jakości fotografie i filmy. Zawodnicy prezentowali swoje życie na różnych płaszczyznach, by przyciągnąć nie tylko pasjonatów koszykówki, ale również osoby, które intryguje ich życie prywatne.

W trakcie badań uznano, że profil prowadzony przez Lebrona Jamesa odnotowywał wyższe wyniki w liczbie polubień i komentarzy. Posty publikowano regularniej, przez co docierały do szerszego grona odbiorców. Wpisy podejmowały wiele tematów; pozwalało to Jamesowi na zaangażowanie użytkowników, których interesują inne dziedziny oprócz koszykówki.

Kreowane profile koszykarzy na Instagramie pozytywnie wpływają na odbiór ich wizerunku przez społeczeństwo. Dzięki publikowaniu zdjęć oraz filmów mogą promować ważne dla nich wartości, być inspiracją dla młodych talentów, a także dostarczać zyski za pomocą postów sponsorowanych.

Głównym celem prezentowanej analizy było zinterpretowanie pojęcia wizerunku medialnego pod kątem jego kreowania w mediach społecznościowych przez sportowców. Do analizy posłużono się profilami w serwisie Instagram, prowadzonymi przez koszykarzy Stephena Curry’ego i Lebrona Jamesa.

W toku przeprowadzonych badań stwierdzono, że Lebron James jest zawodnikiem, który skuteczniej buduje zaangażowanie wśród odbiorców. Koszykarz udostępniał posty regularniej oraz posiadał większą liczbę osób obserwujących, co w głównej mierze wpływało na odbiór jego osoby w mediach społecznościowych.

Należy zaznaczyć, że obaj sportowcy kształtują swój wizerunek w sposób prawidłowy. Wpisy publikowane zarówno przez Jamesa, jak i Curry’ego odnotowywały wiele pozytywnych komentarzy. Zawodnicy starają się przedstawić siebie w rozmaitych odsłonach, by spełnić oczekiwania różnych grup użytkowników.

Wszechobecny postęp technologiczny gwarantuje odbiorcom możliwość kreowania wizerunku na niezliczenie wiele sposobów. Nowe technologie pozwalają na wyrażanie siebie kreatywniej, z zastosowaniem różnych innowacyjnych technik. Nieustanny rozwój technologiczny niesie ze sobą coraz więcej nowych wyzwań w zakresie zarządzania informacją. Niestety, z ewolucją technologiczną zwiększa się ryzyko naruszenia prywatności i negatywnych skutków dla wizerunku medialnego, co stanowić może temat do dalszych badań.

## Bibliografia

- Czaplińska, Paulina (2015). Strategia budowania wizerunku osób znanych. W: Grzegorzczak, A. (red.) *Perswazyjne wykorzystanie wizerunku osób znanych* (s. 8–38) [online]. Warszawa: Wyższa Szkoła Promocji, Mediów i Businessu. Pobrano 22 listopada 2022 r., z: <https://docplayer.pl/19388910-Strategia-budowania-wizerunku-osob-znanych.html>
- Dąbrowski, Tomasz (2013). Rola mediów w kształtowaniu wizerunku. *Marketing i Rynek*, 9, 10–15.
- Dubisz, Stanisław (red.) (2003). *Uniwersalny słownik języka polskiego*, t. 1–4. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Fundacja Lebrona Jamesa. W: [lebronjamesfamilyfoundation.org](http://lebronjamesfamilyfoundation.org). [online]. Pobrano 22 listopada 2022 r., z: <https://www.lebronjamesfamilyfoundation.org/>
- Fundacja Stephena Curry’ego. W: [eatlearnplay.org](http://eatlearnplay.org). [online]. Pobrano 22 listopada 2022 r., z: <https://www.eatlearnplay.org/>
- Lebron James. W: *Biografia24.pl*. [online]. Pobrano 22 listopada 2022 r., z: <https://biografia24.pl/lebron-james/>
- Lebron James. W: *Wikipedia. Wolna Encyklopedia*. [online]. Pobrano 22 listopada 2022 r., z: [https://pl.wikipedia.org/wiki/LeBron\\_James](https://pl.wikipedia.org/wiki/LeBron_James)
- Malinowski, Mateusz (2021). *NBA: Znamy pełną listę 75 najlepszych koszykarzy w historii ligi!* [online]. Pobrano 22 listopada 2022 r., z: <https://probasket.pl/nba-znamy-pelna-liste-75-najlepszych-koszykarzy-w-historii-ligi/>

- Nowakowska, Gabriela (2019). Budowanie marki osobistej na przykładzie marki Macieja Bodnara. *Marketing i Rynek / Journal of Marketing and Market Studies*, 8, 25–37.
- Peters, Tom (1997). The Brand Called You. *Fast Company*, 10, 83–90.
- Pisarek, Walery (2006). *Słownik terminologii medialnej*. Kraków: Wyd. Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas.
- Schawbel, Dan (2012). *Personal branding 2.0*. Gliwice: Wyd. Helion.
- Stephen Curry. W: *espn.com* [online]. Pobrano 22 listopada 2022 r., z: [https://www.espn.com/nba/player/bio/\\_/id/3975/stephen-curry](https://www.espn.com/nba/player/bio/_/id/3975/stephen-curry)
- Stephen Curry. W: *Wikipedia. Wolna Encyklopedia* [online]. Pobrano 22 listopada 2022 r., z: [https://pl.wikipedia.org/wiki/Stephen\\_Curry](https://pl.wikipedia.org/wiki/Stephen_Curry)
- Steph Curry rekordy. W: *zkrainynba.com* [online]. Pobrano 22 listopada 2022 r., z: <https://zkrainynba.com/zawodnicy/stephen-curry/>
- Thompson II, Marcus (2017). *Stephen Curry. Potrójne oblicze*. Kraków: Wydawnictwo SQN.
- Wizerunek. W: *Słownik Języka Polskiego PWN* [online]. Pobrano 7 listopada 2022 r., z: <https://sjp.pwn.pl/sjp/;2579940>
- Z krainy NBA. W: *zkrainynba.com* [online]. Pobrano 22 listopada 2022 r., z: <https://zkrainynba.com/>

### **Creating a media image of an athlete in social media. Comparative analysis of the profiles of Stephen Curry and Lebron James on Instagram**

**ABSTRACT:** The aim of the study was to assess the image created by athletes in social media on the example of Stephen Curry and Lebron James. The article uses the method of media analysis and the deductive method.

The article begins with theoretical issues that are the basis for the analysis of the studied issue. The concepts of image, media image and personal brand were defined. The silhouettes and basketball careers of Stephen Curry and Lebron James were characterized. In order to assess the image created by athletes, a comparative analysis of Curry and James profiles on Instagram was used. The frequency of shared content and its types have been established. Then, the effectiveness of the activities carried out by both basketball players on the social networking site was assessed.

The most important conclusion was that the content shared by the players positively affects their image. In the course of the research, it was established that Lebron James is an athlete who is more effective in building engagement with users of the social networking site Instagram.

**KEYWORDS:** image, media image, personal brand, social media, sport, basketball