

Аннотация

В данной статье рассматривается категория имиджа как единица исследования в лингвоимиджелогии и других гуманитарных дисциплинах. Приведены данные о сущности понятия «имидж» и выводы о его корреляции с такими когнитивными категориями как образ, стереотип и прототип. Автором постулируется тезис о моделировании имиджа вербальными средствами с целью внедрения в массовое сознание людей.