

Odnosi s javnošću slavnih osoba

Vuksanić, Tena

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:251:390494>

Rights / Prava: [In copyright](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2020-12-05**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU
ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE I MENADŽMENT
SVEUČILIŠNI PREDDIPLOMSKI ILI DIPLOMSKI STUDIJ
MEDIJSKA KULTURA

TENA VUKSANIĆ

ODNOSI S JAVNOŠĆU SLAVNIH OSOBA

ZAVRŠNI RAD

MENTOR

doc. dr. sc. Ivica Šola

Osijek, 2019.

Sažetak:

Odnosi s javnošću slavnih osoba razvili su se do te mjere da su postali zasebna disciplina odnosa s javnošću. Ovaj rad bavi se tematikom slavnih osoba i tehnikama koje stručnjaci u odnosima s javnošću koriste u stvaranju njihova imidža i osiguravanja publiciteta u medijima. Prvi dio rada bavi se odnosima s javnošću kao profesijom. Različiti teoretičari i praktičari imaju svoje definicije ove profesije prema vlastitim stajalištima i shvaćanjima odnosa s javnošću, koji se danas primjenjuju u gotovo svim javnim i privatnim organizacijama te su se unutar profesije razvile posebne discipline i područja primjene. Stručnjaci za odnose s javnošću u tim organizacijama obavljaju različite uloge te se moraju pridržavati određenih etičkih načela i zakonskih normi. Kada je riječ o odnosima s javnošću slavnih osoba, koriste se posebne tehnike kojima se stvara ili popravljaju imidž te dobiva publicitet. Drugi dio ovoga rada bavi se slavnim osobama, njihovom klasifikacijom i tehnikama koje se koriste u organiziranju njihovih kampanja s posebnim naglaskom na imidž i publicitet. Naposljetku, klasificiraju se slavne osobe na prostorima bivših jugoslavenskih zemalja te se ovdje govori i o njihovoj reprezentaciji u medijima.

Ključne riječi: odnosi s javnošću, celebrity, imidž, publicitet