

# Medijski prikazi različitih tipova slavnih osoba na hrvatskim online portalima

---

Viljanac, Nina

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

*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:251:449701>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-06-13**



*Repository / Repozitorij:*

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



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU  
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU  
ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE I MENADŽMENT  
SVEUČILIŠNI PREDDIPLOMSKI STUDIJ MEDIJSKE KULTURE

Nina Viljanac

**MEDIJSKI PRIKAZI RAZLIČITIH TIPOVA SLAVNIH OSOBA  
NA HRVATSKIM ONLINE PORTALIMA**

Završni rad

MENTOR : Doc. Dr. sc. Marina Đukić

Osijek, 2020.

## SAŽETAK

U 21. stoljeću dolazi do iznimne zainteresiranosti javnosti i potrošača u kapitalističkom društvu za slavnim osobama, spektaklom i zabavnim sadržajem. Također, u medijskom prostoru sve su prisutnije različite kategorije slavnih osoba što je suprotno razdoblju tradicionalnih medija kada se izvještavalo o slavnima koji su poznati isključivo zbog svojih zasluga. Ovaj rad iznosi definiciju slavne osobe, kategorizaciju slavnih i definiciju slave odnosno objašnjava što čini osobu poznatom. Definira se pojam spektakla, fenomen celebrity kulture i trendovi novih medija u kontekstu celebrity kulture. Prije ključnog dijela rada iznesena je statistika o medijima koje Hrvati najviše prate. Ključni dio rada bavi se hrvatskim online portalima Index.hr i Gloria.hr i njihovim prikazima celebrityja ovisno o kategoriji kojoj celebrity pripada. Postavljena teza je da će se u svim prikupljenim uzorcima pojaviti jedna kategorija celebrityja. Prije zaključka rezultati oba portala se uspoređuju nakon analize četrdeset i četiri uzorka odnosno članka.

Ključne riječi : celebrity, kategorizacija celebrityja, medijski prikaz, Index.hr, Gloria.hr

## ABSTRACT

In the 21st century, there is an extraordinary interest of the public and consumers in capitalist society for celebrities, spectacle and entertainment content. Also, different categories of celebrities are present in the media space, which is contrary to the period of traditional media when celebrities who are known solely for their merits were reported. This paper presents the definition of celebrities, the categorization of celebrities and the definition of fame, ie explains what makes a person famous. The notion of spectacle, the phenomenon of celebrity culture and new media trends in the context of celebrity culture are defined. Before the key part of the paper, statistics on the media that Croats follow the most are presented. The key part of the paper deals with the Croatian internet portals Index.hr and Gloria.hr and their views of celebrities regardless of the category to which the celebrity belongs. The thesis is that at least one category of celebrities will appear in each sample. Before concluding the results, both portals are compared after the analysis of forty-four samples or articles.

Keywords: celebrity, celebrity categorization, media representation, Index.hr, Gloria.hr