

## **Abstrakt**

Záměrem této bakalářské práce je přiblížení postupů využitých při tvorbě mediálního obrazu písničkáře Jaromíra Nohavici.

První kapitola definuje public relations a osobnostní marketing, fenomény image a pověst. Druhá kapitola je zaměřená na kariéru Jaromíra Nohavici od počátku až do roku 2010. Třetí kapitola je věnovaná analýze výroků a činů Jaromíra Nohavici ve vztahu ke tvorbě mediálního obrazu, mediální komunikace a osobnostního marketingu. Jako příklady dopadu jeho sebe-propagační činnosti jsou v práci užity statistiky prodejnosti hudebních nosičů zveřejněné Mezinárodní federací hudebního průmyslu, výsledky hudebních cen Akademie populární hudby a anket Český slavík a Žebřík.

Cílem práce bylo zmapovat postupy komunikační a marketingové činnosti Jaromíra Nohavici a jejich výsledky v praxi.

Práce měla sloužit jako vodítko pro zájemce o osobnostní marketing a public relations, tvorbu mediálního obrazu a jejich účinnost.