

Média tvoří základy masové kultury a ovlivňují názory, postoje a hodnoty široké veřejnosti. Tato diplomová práce se zabývá aktuální problematikou mediální komunikace, konkrétně obrazem, který vytvářejí populární osobnosti česká bulvární média. Jelikož bulvární noviny patří v České republice k deníkům s nejvyšším nákladem, je třeba se tímto typem žurnalistiky a jejími účinky zabývat. Úvodní, teoreticky pojatá část vymezuje hvězdu jako známou osobnost z ekonomického, sociologického a psychologického pohledu, uvádí příčiny uctívání hvězd a nakonec přináší z různých hledisek pohled na celebrity. Druhá část je výsledkem studia mediálních textů věnujících se slavným osobnostem, přináší rozbor verbální i neverbální složky bulvárních médií. Práce obsahuje také kognitivní analýzu lexému sexbomba, který se objevuje zejména v neseriózních médiích, a také analýzu obrazu dvou vybraných osobností v českém bulváru v letech 2008-2009. Celý text je doplněn řadou příkladů a kromě odkazů na odbornou literaturu obsahuje i postřehy redaktorky internetového portálu.