

Práce se zabývá tématem ustavování hvězd v médiích a ikonizace a adorace populárních osobností různých oblastí lidské činnosti. Zasazuje ho do širšího společenského a kulturního kontextu, zároveň hledá příčiny pozorovaného chování v principech platných pro dnešní dobu, kterou také stručně charakterizuje.

Stanovuje okruh důvodů (mezi něž patří podněty psychologické, společenské, ale i biologické), z kterých jsou publika hvězdnými osobnostmi přitahována a podporují jejich vznik, popř. ovlivňují jejich další vývoj.

Dále se věnuje obecným charakteristikám populárních osobností, profesi „hvězdy“, příslušným teoriím o celebritách, definuje různé způsoby přístupu elitním osobnostem ze strany masové veřejnosti. Popisuje přístup médií prezentaci hvězd. Následuje přehled možného dělení jednotlivých typů hvězd (hlediska profesní, časová, místní atd.).

Další část práce obsahuje pragmatickou analýzu mediálních produktů, věnujících se dané tematice, tedy rozbory prostředků, jimiž média docilují požadovaného efektu vzniku populární hvězdy (zahrnuje mj. podstatu bulvárního tisku, práci novináře, typy tiskovin a pořadů, analýzu jazykových prostředků).

Závěrečná část zkoumá a konstatuje souvislost oblasti hvězd s náboženskými motivy, a to jak z hlediska lingvistického, tak z pozic chování a jednání publik.

Vyvozuje závěry podobností a styčných bodů obou oblastí, definuje shody i rozdíly.