

Diplomová práce “Celebrizace zpravodajství a publicistiky v českých komerčních televizích” pojednává o rozrůstajícím se trendu obsazování postů moderátorů zpravodajských relací a publicistických pořadů celebritami. Entertainizace a celebritizace zpravodajství nastolují otázku, zda mají tyto fenomény podíl na (de)profesionalizaci novinářského povolání. Posun v designu hlavních tváří zpravodajských relací je znatelný, proto si tato práce klade za cíl zjistit, jaké důsledky s sebou přináší nástup celebrit na pozice hlasatelů. Analýza je zaměřena na moderátory soukromých televizních vysílatelů (Prima, Nova, Barrandov), kteří danou pozici získali bez předchozích zkušeností v médiích a bez vzdělání v oboru. Po teoretickém úvodu, ve kterém jsou představeny požadavky na televizního moderátora a vysvětleny termíny profesionalizace a celebritizace, je objasněna volba sledovaných moderátorů, stejně jako zvolená metoda zkoumání. Tou je kvalitativní obsahová analýza, jež se zaměřuje převážně na lingvistickou stránku projevu mluvčích a na jejich nonverbální komunikaci.