

Tato bakalářská práce se zabývá zobrazováním sexuálního obsahu v hudebních videích jako produktu masové komunikace mezi hudebním umělcem, případně nahrávací společností a publikem. Hlavním cílem této bakalářské práce je analyzovat a interpretovat jevy zobrazující sexuální chování či nahotu v předem definovaném vzorku hudebních videí. Teoretická část definuje marketingovou funkci videoklipu a vysvětluje principy, jež jsou důvodem k zobrazování sexuálních obsahů v současné produkci videoklipů. Zmíněny jsou také další funkce hudebního videa jako např. sociálně-kulturní či charitativní a taktéž stručná historie videoklipu. Praktická část práce zkoumá na základě obsahové analýzy četnost výskytu sexuálně explicitního obsahu v hudebním videu a jeho formy a nadále je analyzuje. Dvěma předem stanovenými hledisky, jež podléhají pozorování, je přítomnost předem určených projevů sexuálního chování rozděleného do sedmi specifických kategorií a dále přítomnost třech stupňů nahoty. Zkoumaným vzorkem je množina padesáti hudebních videoklipů, jež byly zveřejněny na YouTube v roce 2014 a zároveň v tomtéž roce na této platformě zaznamenaly největší sledovanost. Jde tedy o nejpobulárnější hudební videa na YouTube za uplynulý rok.