

Abstrakt

Diplomová práce se zaměřuje na téma motivace diváků pro sledování beauty videí na YouTube. Cílem je objasnit, z jakého důvodu sledují diváci amatérská videa, která komunikují témata spojená s fyzickým vzhledem člověka. Za předpokladu publika jakožto aktivního činitele mediální komunikace vychází práce z teorie užití a uspokojení a předpokládá, že diváci sledováním beauty videí vědomě uspokojují své individuální potřeby. Na základě analýzy jedenácti rozhovorů s pravidelnými diváky zmíněných videí práce odhaluje pět kategorií motivací. Beauty videa pro své diváky představují zdroj informací, zdroj zábavy, platformu pro komunikaci s jedinci, s nimiž je pojí společné téma zájmu, a také možnost sebevzdělávání. To jsou motivace, které však nejsou specifické právě pro typ média, kterým jsou amatérské audiovizuální nahrávky, a mohou motivovat jak publikum beauty videí, tak diváky pořadů produkovaných profesionály. Klíčovou motivací ke sledování beauty videí na YouTube je zájem o videoblogerku. Díky tomu, že autorky videí svým divákům zpřístupňují určité části svého soukromí, ukazují své nedokonalosti a jednájí se svými diváky na rovinu, podporují svou důvěryhodnost a navozují iluzi blízkého vztahu mezi sebou a svým publikem. Diváci tak mají možnost vytvořit si k videoblogerkám silné vazby.