

Cílem této práce je poodhalit příčiny náhlého vzestupu tzv. YouTube celebrity a experimentálně ověřit, zda se tvrzení médií že YouTubeři u teenagerů nahradili tradiční celebrity zakládají na pravdě. Práce integruje YouTubery do oboru tzv. celebrity studies – nejprve rozebírá původ celebrity a její roli ve společnosti a následně nachází spojitosti mezi celebritami tradičních médií a YouTubery na základě společných vlastností, které je definují a funkcí, které plní. Výsledkem je označení YouTubera za technologicky podmíněný další stupeň vývoje televizní celebrity, neboť oba typy stojí na společných základech divákova důvěrného vztahu s nimi. Práce se dále zabývá tématy participativní kultury, monetizace nebo proměny YouTuberství v práci na plný úvazek a hodnotí vliv takového vývoje na kulturu online videa, video obsah samotný a samozřejmě na vzestup YouTube celebrity. Poslední část práce tvoří experimentální výzkum, který pomocí kvantitativních výzkumných metod na vzorku více než 5000 českých teenagerů zkoumá Facebookové stránky označené jako „to se mi líbí“ a ukazuje, že YouTubeři jsou pro teenagery skutečně důležitější než tradiční celebrity.