

Abstrakt

Tato práce tematizuje komerční vliv na blogery a jejím cílem je zjistit, jak svoji situaci interpretují autorky vybraných blogů ve stanovených kategoriích: módní, beauty, lifestyle a food blogy. Jedná se tedy o kritický pohled na české blogy ve vybraných kategoriích a o zjištění jejich souvislosti s komerčním průmyslem a propojením s informačními a PR obsahy. Mimo jiné se tato práce snaží porovnat na základě analýzy rozhovorů nezájatost nebo naopak míru komerčních tlaků u zkoumaných českých blogů. Účelem tohoto výzkumu je zjistit, jaké jsou postoje blogerek vůči tlakům ze strany komerčních subjektů a jak se s těmito tlaky vyrovnávají. Výsledkem této práce by mělo být vyhodnocení osobního pohledu blogerek na problematiku propojení blogosféry s marketingovými záměry komerčních subjektů a reklamou. Zjištění, která z analýzy rozhovorů vyplývají, poukazují na uplatnění konceptu free labour, což tento výzkum vztahuje k širší problematice nedostatečně ohodnocené práce v prostředí Web 2.0.