

Abstrakt

Tato práce se zabývá teorií difuze inovace v současných komunikačních podmínkách. První částí práce je teoretický přehled potenciálních změn v šíření inovací v transformované komunikační struktuře, kterou poznamenal příchod internetu a nových sociálních softwarů. V druhé části jsou tyto poznatky aplikovány na analýzu sociální sítě food blogerů v ČR. První výzkumnou otázkou této analýzy je určit, které ze síťových, sociodemografických a postojových charakteristik jednotlivých food blogerů mají vliv na šíření vybrané inovace v blogování, kterou představují vlogy. Druhá výzkumná otázka se zabývá tím, kterému typu difuzního systému tato síť spíše odpovídá. Pro tuto analýzu je využita kombinace kvantitativní metody SNA a kvantitativního dotazníkového šetření. Nejzajímavějším poznatkem této práce je objevení nepřímé závislosti mezi rostoucím počtem kontaktů v síti a přijetím inovace. Z charakteristik se jako významné pro přijetí inovace projeví počet kontaktů v síti food blogerů a velikost místa bydliště. Z hlediska typu difuzního systému pak tato síť odpovídala decentralizovanému šíření, které však může do budoucna ohrozit vysoká vnímaná technologická náročnost inovace nebo odmítavý postoj významných jedinců v síti.