

## Abstrakt

Hlavní výzkumná otázka této práce se zabývala identitou foodbloggerů a to především v kontextu toho, jak je tato identita konstruována skrze obsahy zveřejněné na jejich foodblozích. Prostřednictvím výzkumu osmi foodblogů pak tato práce ukazuje, jakých podob může tato identita a samotné foodblogy nabývat. K foodbloggerům je zde přistupováno jako ke členům foodie komunity, neboť jejich blogy odráží její hodnoty; důraz na prvek sdílení, kvalitu potravin, autenticitu a příběh pokrmu, význam servírování a stolování. Identita foodbloggerů promítající se na jejich blozích, byla zkoumána především z hlediska sebe-prezentace, narativní strategie a přístupu ke sdílení svého soukromí se čtenáři blogu. Všechny tyto tři aspekty jsou velmi úzce propojeny, neustále vzájemně laděny a navzájem se ovlivňují. Právě jejich neustále vyjednávání v každé interakci mezi blogerem a čtenáři (zveřejněné články, komentáře čtenářů a blogerovy odpovědi aj.) určuje výslednou podobu foodblogu. Narativní strategie analyzovaných foodblogů nabývají například podoby rodinné atmosféry či vaření pro rodinu, seberealizace skrze vaření a blogování, vtáhnutí do přátelství, minimalistický styl bez osobního vyprávění, kamaráda se společnými zájmy či zpřístupnění osobního života čtenářům. Dále byla identita zkoumána prostřednictvím otázek, zda a v jaké podobě o sobě autoři blogů uvažují jako o blogerech.