

Abstrakt

Diplomová práce se zaměřuje na šíření informací v kontextu české komunity tzv. foodies (lidí, kteří se zabývají dobrým jídlem a vyhledáváním nových zážitků v této oblasti). V teoretické části je nastíněn vývoj prostředí online komunit, od internetových fór po sociální média, a zkoumána využitelnost Katzova a Lazarsfeldova modelu dvoustupňového toku komunikace v online prostředí. Rovněž se zabýváme specifiky online komunikace o jídle a představujeme příklady oblíbených sociálních médií foodies, včetně specializované české služby Scuk. Praktická část práce prostřednictvím analýzy sociálních sítí (SNA) identifikuje opinion lídry této online komunity v prostředí Twitteru, Instagramu a Scuku a zkoumá, jak se liší šíření informací a podoba této komunity v závislosti na využívané komunikační online platformě. Součástí práce je i kvalitativní výzkum dopadu šíření informací online na offline prostředí - konkrétně na tržby, návštěvnost a reputaci pražských restaurací.