

Přílohy

Seznam příloh:

Příloha č. 1: Rozhovor s Lukášem Hejlíkem

Příloha č. 2: Rozhovor s Janou Králíkovou

Příloha č. 3: Rozhovor s Janou Vašákovou

Příloha č. 4: Rozhovor s Kateřinou St. Germain

Příloha č. 5: Dotazník pro zástupce potravinových řetězců

Příloha č. 6: Dotazník pro uživatele Instagramu

Příloha č. 7: Klíčová slova: analýza časopisů o vaření a instagramových profilů, korelace trendů

Příloha č. 1: Rozhovor s Lukášem Hejlíkem

Dobrý den a ahoj!

Předem moc děkuju za váš čas!

Tento rozhovor je součástí mojí závěrečné diplomové práce na FSV UK a týká se samozřejmě hlavně jídla. Rozhodl jsem se pracovat s konceptem, zda se někteří z vás, tedy hojně sledovaných a vlivných osobností české food sféry, nestali v podstatě "novodobí gastro novináři", kteří mají vliv na to, jak se k trendům, především právě v gastronomii, staví další. Zda lidi při výběru místa, kam půjdou na jídlo, dají na vaše názory, a zda vaše doporučení ovlivňují jejich konečná rozhodnutí.

Snažím se postihnout, jakou pozici má gastronomie na Instagramu a jaký vliv má tato síť na šíření novinek v českém prostředí. Z toho důvodu má právě váš názor, jakožto významných uživatelů, kteří gastro sféru na Instagramu spoluutvářejí, pro moji práci zásadní význam! :-)

Níže pro vás mám několik otázek týkajících se téhle problematiky. Odpovědi jsou ve většině případů otevřené a záleží na vás, jak hodně se rozepíšete. Budu rád, když Vaše odpověď bude obšírná a výstižná.

Ještě jednou díky moc!

Martin

Obecné otázky

Vaše jméno / název profilu na Instagramu

Lukáš Hejlík / lukashejlik

Co pro vás Instagram znamená?

Komunikační nástroj, zdroj inspirace, informací, ale také obživy

Jak dlouho působíte (v oblasti gastronomie) na Instagramu?

05/2016

Působili jste už předtím jinde v on-line prostředí?

Facebook.

Followeři a vzájemná interakce

Jaký význam pro vás mají vaši followeři?

Podstatný, Instagram je takové chlubítko mé extrovertnosti / oproti tomu Facebook, tam se k tomu snažím přistupovat neosobně, za projekt, který lidi zajímá

Reagují vaši followeři na Instagramu na to, když jim doporučíte nějaký podnik, kam vyrazit na jídlo / pití? Případně jak?

Ne tolik jako na Facebooku, kde provozuju Gastromapu (tam mám "vycvicene" followery), ale určitě také, rozhodně

Ovlivní vaše doporučení / kritika vybraného podniku nějak jeho fungování? Můžete uvést konkrétněji jak, nějaký příklad?

Opět na FB (ale netýká se facebooku, spíše projektu Gastromapy) - tam docela dost, mám na to ohlasy přímo od podniků IG - ano, i když to není tak divoké, jako na FB - kde jsem třeba schopný vyvolat zaplnění podniků na příští dva tři dny - viz. například Gemuse kebab corner nebo Bistro Kudlova.

Z jakého důvodu sdílíte a vytváříte obsah na Instagramu? Co je vaší hlavní motivací?

Baví mě to, sdílím tam svůj osobní i pracovní život a jelikož je pestrý, mám docela přirozený obsah.

Spolupráce na Instagramu

Spolupracujete s nějakou firmou na Instagramu? Případně s kým a jakou formou (stačí obecně)

Ano, jede mi několik stálých spoluprací. Mám svoji vysokou cenu, která mi filtruje vysoký zájem a pak cenu dávám všem stejnou - tudíž nedělám toho moc, 95% mého obsahu (možná víc) je reálný..spolupráce: České dráhy, AEG, Bomton, BeBe.

Jaký pro vás má spolupráce na Instagramu význam?

Především finanční - pak je tu ale spousta označení, která dělám zdarma a ta se právě týkají gastru - koneckonců reporty na Gastromapě píšou nezávisle, návštěvy restaurací si hradím - není to nijak zpoplatněné.. - takže když má pak někdo zájem o komerční spolupráci, jsem drahý.

Podle čeho si vybíráte firmy, spolupráce, na které na Instagramu kývnete?

Ideálně firmy / produkty - za které se můžu postavit.

Máte pocit, že doporučení, která dáváte vašim sledujícím, nějak ovlivňují jejich nákupní chování, případně image firmy, se kterou spolupracujete?

V případě AEG se to ukázalo, BeBe je se spoluprací spokojené, to samé České Dráhy, takže asi ano... ..

Mediální prostředí a vy

Máte možnost mluvit k lidem na více „frontách“. Skrze Instagram, ale i další média. Co to pro vás znamená? Jaké vám to dává možnosti?

Mám, ale k osobního prohlášení je teď Instagram nejsilnější medium. Dřív o mě psal bulvár. Teď, když o mě píše bulvár, je to to co ulovil z mého instagramu.

Dokázali jste tím, co sdílíte na Instagramu a jak se zároveň vyjadřujete v médiích, nějakým způsobem ovlivnit chování určitých lidí, popularitu určitých témat ve společnosti?

Ano, zcela určitě.

Objevujete se i v médiích, která nejsou primárně spojena s gastronomií, jídlem? Případně ve kterých?

Ano, lifestyle, bulvár – ale nutno říct, že já spíš přicházím z tohoto prostředí, až pak přišlo gastro.

Vyjadřujete se v médiích, v různých rozhovorech, debatách, i k tématům, která se netýkají přímo jídla? Můžete případně uvést nějaký příklad, přidat odkaz na takový rozhovor?

Ano, v mém případě je to kombinace - bylo krásné sledovat ten obrat, kdy lidi zajímal bulvár/televizní seriál, ale ve chvíli, kdy se mi dařilo s knihou, média zajímá prvotně gastro.

Vzpomenete si na něco, čímž jste ovlivnili to, co se děje v české gastronomii?

Tak především, a hlavně budu jedním z těch, kteří můžou za to, že se za gastronomií cestuje. A to nejen na cestách, ale že jsou to velmi často ty primární cíle těch cest.

Šíření trendů v gastronomii

Jakou pozici má podle vás gastronomie na Instagramu a jaký vliv má tato síť na šíření trendů?

Nic asi nešířilo trendy rychleji. Někdy možná až kontraproduktivněji. Jestli to dřív přicházelo z podniků samotných, dnes tenhle trend může akcelarovat právě Instagram. Ale první část otázky ohledně pozice gastronomie na Instagramu - na to se hůř odpovídá. Někdy to jde ruku v ruce, ale znám restaurace, které jsou skvělé a vůbec netuší, co Instagram je, a stejně o nich lidi vědí. Všeobecně ale platí, že každá nová restaurace ví už to, co čeho se ty staré zbavují - menu nemá být kniha, interiér musí být příjemný, nepřepřácaný, že nemůžou být včerejší a tedy i podceňovat sociální síť.

Máte pocit, že Instagram odráží to, co je ve skutečnosti opravdu populární, nebo pouze vytváří určitou sociální bublinu, jež na gastronomii obecně příliš silný vliv nemá?

V Olomouci by řekli - ají ají - tedy, ano - odráží, na druhou stranu, Instagram umí vyprofilovat to co je in ovšem jen pro lidi, kterým to in připadá. Tedy závisí, něco jiného bude Instagram kavárny tzv. třetí kavárenské vlny, něco jiného restaurace, třeba rodinného pohostinství s klientelou 35+.

Kde čerpáte inspiraci pro to, co děláte?

Na svých cestách, dělám všechno jak cítím, jsem blázen a mám spoustu fajn nápadů, takže vlastně nemám vzory, vlastně v tom co dělám jsem svým způsobem sám- nebo takhle, nevím o nikom, že by to dělal podobně.

Kdo podle vás udává trend tomu, co je na (české) gastronomické scéně populární?

Uff, bude troufalé říct, že jsem to já? Pražskou scénu ovlivňují Taste of Prague, jistou skupinu oslovuje blog Dojedeno, bohužel zmizeli foodkritici z médií, které na ně nemají peníze a naopak za peníze food recenze píšou. Pak vzniká na Instagramu spousta oblastních, městských skupin "kamvbrně", "kamvpraze", atd..

Vzpomenete si na nějaký nový trend, který se na food scéně ustálil právě skrze (díky) Instagramu?

ano, všichni foodblogeři přestali psát blog a začali komunikovat přes Instagram. Tedy, oni blog píšou, ale je to takové nucené "zlo".

Pomohli jste někdy ustanovit nějaký nový trend v gastronomii? Přiblížili lidem například nějaký produkt, pokrm, který se poté stal více populárním?

Rozhodně, cestování za gastronomií. Všeobecně z dosahu vím, že čím nedostupnější poctivý koncept objevíte (krásně je to vidět na bistrech ve stáncích, v mé knížce 365 je to kapitola "Ze stánku"), tím víc lidí to bombarduje. Asi můj největší virál bylo video buchtíček s vanilkovým krémem z Nové Města na Moravě (hotel Horní dvůr), který měl 7 větší dosah než obvykle, asi 85k zhlédnutí videa (pevný post na IG) a už druhý den do Nového města přijeli lidi z Brna a z Prahy na otočku kvůli oněm buchtíčkám, dokonce včetně vedení ČSSD, které tam mělo druhý den tajný mýtink (starostou NMnM je Michal Šmarda).

Ovlivnilo někdy to, jak jste se k určitému trendu v gastronomii postavili vy také to, jak se k němu postavila různá média?

Ano, na základě mých reportů jezdí Forbes pro příběhy, stejně tak EGO Hospodářských novin nebo třeba reportážní pořad TV Nova, Víkend.

Pozorujete v posledních letech nárůst různých podniků, které jsou více konceptuální, esteticky zdobné, designové? Pokud ano, myslíte si, že se tím majitelé snaží jít naproti tomu, co se hojně sdílí na Instagramu, co je populární?

Je to tak, je to vidět na bistrech a kaváren třetí vlny. Takže, když otevře další nová kavárna na malém městě, třeba v Moravské Třebové, už vím, jak asi bude vypadat - jsou takové tři šablony interiéru, ale vždycky budou vidět kabely a ze stropu viset žárovky, - jo, za to může Instagram.

Příloha č. 2: Rozhovor s Janou Králíkovou

Dobrý den a ahoj!

Předem moc děkuju za váš čas!

Tento rozhovor je součástí mojí závěrečné diplomové práce na FSV UK a týká se samozřejmě hlavně jídla. Rozhodl jsem se pracovat s konceptem, zda se někteří z vás, tedy hojně sledovaných a vlivných osobností české food sféry, nestali v podstatě "novodobí gastro novináři", kteří mají vliv na to, jak se k trendům, především právě v gastronomii, staví další. Zda lidi při výběru místa, kam půjdou na jídlo, dají na vaše názory, a zda vaše doporučení ovlivňují jejich konečná rozhodnutí.

Snažím se postihnout, jakou pozici má gastronomie na Instagramu a jaký vliv má tato síť na šíření novinek v českém prostředí. Z toho důvodu má právě váš názor, jakožto významných uživatelů, kteří gastro sféru na Instagramu spoluutvářejí, pro moji práci zásadní význam! :-)

Níže pro vás mám několik otázek týkajících se téhle problematiky. Odpovědi jsou ve většině případů otevřené a záleží na vás, jak hodně se rozepíšete. Budu rád, když Vaše odpověď bude obšírná a výstižná.

Ještě jednou díky moc!

Martin

Obecné otázky

Vaše jméno / název profilu na Instagramu

Jana Králiková @zasadnezdrave (@jakorybicka)

Co pro vás Instagram znamená?

Zábavu, radost, inspiraci, komunitu, práci.

Jak dlouho působíte (v oblasti gastronomie) na Instagramu?

Přes 7 let (1. Post na profilu @jakorybicka byl 7.3.2013)

Působili jste už předtím jinde v on-line prostředí?

Na Facebooku od roku 2012

Followeri a vzájemná interakce

Jaký význam pro vás mají vaši followeri?

Vnímám je jako svoji komunitu, fanoušky mých projektů a mám díky nim i určitou zpětnou vazbu. Zároveň jsou pro mě publikem, kterému můžu nabídnout svoje služby.

Reagují vaši followeři na Instagramu na to, když jim doporučíte nějaký podnik, kam vyrazit na jídlo / pití? Případně jak?

Ano. Liky, komentáři pod příspěvky a v DM, někdy i emailem...

Ovlivní vaše doporučení / kritika vybraného podniku nějak jeho fungování? Můžete uvést konkrétněji jak, nějaký příklad?

Určitě, proto jdu cestou pozitivních příspěvků. Pokud mi někde nechutná/něco se mi nelíbí, většinou si to nechávám pro sebe a nekomentuju to veřejně (pokud to nemá mít hlubší význam a dopad). Můj pohled je z velké míry subjektivní, takže to, co nevyhovuje mě automaticky nevnímám jako objektivní měřítko. Nejde mi o to na sítích někoho poškodit, ale bavit se, případně pozitivně ovlivňovat a inspirovat svoje okolí, pokud se zajímá.

Z jakého důvodu sdílíte a vytváříte obsah na Instagramu? Co je vaší hlavní motivací?

Zábava.

Spolupráce na Instagramu

Spolupracujete s nějakou firmou na Instagramu? Případně s kým a jakou formou (stačí obecně)

Ano. Pokud mi to dává smysl, využívám sítě i ke smysluplné spolupráci. Barterovým způsobem nebo za finanční obnos, záleží na konkrétní spolupráci (Siemens, Natural Mallorca, Mystic Temple...)

Jaký pro vás má spolupráce na Instagramu význam?

Když to dává smysl a nepřehání se to, a hlavně je to transparentní a přiznané, proč nespojit příjemné s užitečným?

Podle čeho si vybíráte firmy, spolupráce, na které na Instagramu kývnete?

Musí dávat smysl a jít dohromady s mým přesvědčením a mojí prací.

Máte pocit, že doporučení, která dáváte vašim sledujícím, nějak ovlivňují jejich nákupní chování, případně image firmy, se kterou spolupracujete?

Ano.

Mediální prostředí a vy

Máte možnost mluvit k lidem na více „frontách”. Skrze Instagram, ale i další média. Co to pro vás znamená? Jaké vám to dává možnosti?

Můžu se svojí komunitou sdílet svoje zájmy (gastronomii a výživu), práci (nabízet kurzy vaření, výlety do Sapy/Vietnamu), nabízet svoje služby (focení, psaní receptů na zakázku), ale i svoje politický a obecný názory, napříč různými kanály.

Dokázali jste tím, co sdílíte na Instagramu a jak se zároveň vyjadřujete v médiích, nějakým způsobem ovlivnit chování určitých lidí, popularitu určitých témat ve společnosti?

Těžko říct, do jak velké míry, ale jednotlivci mi píšou zprávy, že jsem je různými způsobem ovlivnila (recepty, koupí produktu, návštěvou restaurace, tipem na výlet, výživovým doporučením, politickou agitací...)

Objevujete se i v médiích, která nejsou primárně spojena s gastronomií, jídlem? Případně ve kterých?

Už moc ne. Mě to nebaví. :D Takže se podobným nabídkám už spíš vyhýbám. Ale jinak ČT, Český Rozhlas apod.

Vyjadřujete se v médiích, v různých rozhovorech, debatách, i k tématům, která se netýkají přímo jídla? Můžete případně uvést nějaký příklad, přidat odkaz na takový rozhovor?

Většinou šlo o propojení výživy s vařením.

Vzpomenete si na něco, čímž jste ovlivnili to, co se děje v české gastronomii?

Těžko říct, myslím si že obecně přispívám k uvažování nad výživou a vařením se „zdravým selským rozumem“, nemám ale pocit, že bych nějak hýbala českou gastronomickou scénou, ani to není moje touha. Mě baví dělat si svoje a pokud to někoho pozitivně ovlivní a baví, dělá mi to radost, ale vyloženě netoužím po tom být, jak se dneska říká „influencerem“.

Šíření trendů v gastronomii

Jakou pozici má podle vás gastronomie na Instagramu a jaký vliv má tato síť na šíření trendů?

Skvělou, protože hezká fotografie a smysluplný příspěvek může zaujmout. Jak se říká, jídlo se jí i očima. A určitě díky tomu pomáhá šířit trendy nejen v gastronomii.

Máte pocit, že Instagram odráží to, co je ve skutečnosti opravdu populární, nebo pouze vytváří určitou sociální bublinu, jež na gastronomii obecně příliš silný vliv nemá?

Záleží na tom, čím se člověk obklopí. Těch bublin vzniká velké množství, ale co na sebe necháte působit je jen na vás. Já třeba obecně soc. sítě jako takový moc nekonzumuji, nebaví mě tím trávit čas. Já ten obsah mnohem radši vytvářím.

Kde čerpáte inspiraci pro to, co děláte?

Hlavně ze života, cestováním, z kuchařských stáží, workshopů, školy, z literatury, různých zajímavých pořadů, návštěv restaurací...

Kdo podle vás udává trend tomu, co je na (české) gastronomické scéně populární?

Nejvíce asi Tomáš Karpíšek skrze síť Ambiente a jeho tým kreativních šéfkuchařů. Různé kuchařské osobnosti.

Vzpomente si na nějaký nový trend, který se na food scéně ustálil právě skrze (díky) Instagramu?

Focení jídla zvrchu? :D

Pomohli jste někdy ustanovit nějaký nový trend v gastronomii? Přiblížili lidem například nějaký produkt, pokrm, který se poté stal více populárním?

Možná jsem přispěla k popularizaci vietnamské a blízkovýchodní kuchyně?

Ovlivnilo někdy to, jak jste se k určitému trendu v gastronomii postavili vy také to, jak se k němu postavila různá média?

Nevím, to asi nedokážu zhodnotit.

Pozorujete v posledních letech nárůst různých podniků, které jsou více konceptuální, esteticky zdobné, designové? Pokud ano, myslíte si, že se

tím majitelé snaží jít naproti tomu, co se hojně sdílí na Instagramu, co je populární?

Rozhodně hraje estetika i díky sociálním sítím určitou zvýšenou popularizaci a potřebu dekorovat, být designový.

Příloha č. 3: Rozhovor s Janou Vašákovou

Dobrý den a ahoj!

Předem moc děkuju za váš čas!

Tento rozhovor je součástí mojí závěrečné diplomové práce na FSV UK a týká se samozřejmě hlavně jídla. Rozhodl jsem se pracovat s konceptem, zda se někteří z vás, tedy hojně sledovaných a vlivných osobností české food sféry, nestali v podstatě "novodobí gastro novináři", kteří mají vliv na to, jak se k trendům, především právě v gastronomii, staví další. Zda lidi při výběru místa, kam půjdou na jídlo, dají na vaše názory, a zda vaše doporučení ovlivňují jejich konečná rozhodnutí.

Snažím se postihnout, jakou pozici má gastronomie na Instagramu a jaký vliv má tato síť na šíření novinek v českém prostředí. Z toho důvodu má právě váš názor, jakožto významných uživatelů, kteří gastro sféru na Instagramu spoluutvářejí, pro moji práci zásadní význam! :-)

Níže pro vás mám několik otázek týkajících se téhle problematiky. Odpovědi jsou ve většině případů otevřené a záleží na vás, jak hodně se rozepíšete. Budu rád, když Vaše odpověď bude obšírná a výstižná.

Ještě jednou díky moc!

Martin

Obecné otázky

Vaše jméno / název profilu na Instagramu

@sleplicarnablog

Co pro vás Instagram znamená?

Práci a životní styl.

Jak dlouho působíte (v oblasti gastronomie) na Instagramu?

Od roku 2015.

Působili jste už předtím jinde v on-line prostředí?

V on-line médiích, webech s tematikou jídlo a zdravý životní styl.

Followeri a vzájemná interakce

Jaký význam pro vás mají vaši followeri?

Přinášejí informace, které filtruji dle potřeby a pomáhají sdílet to, co je třeba být viděno.

Reagují vaši followeri na Instagramu na to, když jim doporučíte nějaký podnik, kam vyrazit na jídlo / pití? Případně jak?

Ano, berou to jako inspiraci a sdílí se mnou zpětně své zážitky.

**Ovlivní vaše doporučení / kritika vybraného podniku nějak jeho fungování?
Můžete uvést konkrétněji jak, nějaký příklad?**

To je otázka, vím, že do některých podniků se vrací za konkrétním jídlem, které zmíním, např. buchtičky se šodé v Zas a znova.

Z jakého důvodu sdílíte a vytváříte obsah na Instagramu? Co je vaší hlavní motivací?

inspirace, odlehčení, motivace, snažím se, aby obsah byl zábavný a zároveň k něčemu dobrý, aby pomáhal tam, kde je to třeba, např. sdílením

Spolupráce na Instagramu

Spolupracujete s nějakou firmou na Instagramu? Případně s kým a jakou formou (stačí obecně)

V současné době beru jen krátkodobé spolupráce, které mi dávají smysl, nebráním se malým českým firmám bartrovou spoluprací, protože vím, že jim to pomůže a mě to osobně dává smysl.

Jaký pro vás má spolupráce na Instagramu význam?

Šíří dobro, vážně, oproti FB je Instagram místo, kde jsou lidi více pozitivní a pomáhají si navzájem, sdílí se, inspirují a motivují. A pokud někdo zmíní spolupráci pro profil rozumnou, sedící formou, nevadí mi to, ba naopak, podívám se na to, pokud mne to osobně osloví. Je to taková zdravá filtrace... A podle mě to takto vnímají i ti, co sledují Slepíčárnu, dle ohlasů...

Podle čeho si vybíráte firmy, spolupráce, na které na Instagramu kývnete?

Já osobně nikoho neoslovuji. Firmy nás oslovují formou zprávy na IG nebo přímo emailem, pokud se nám to líbí (vždy to konzultuju se Štěpánem, který se mnou na blogu obsah vyrábí) a pokud nám to sedí, dohodneme se.

Máte pocit, že doporučení, která dáváte vašim sledujícím, nějak ovlivňují jejich nákupní chování, případně image firmy, se kterou spolupracujete?

Buď ano, nebo to ignorují. Respektujeme jejich volbu, spolupráce má být inspirací.

Mediální prostředí a vy

Máte možnost mluvit k lidem na více „frontách“. Skrze Instagram, ale i další média. Co to pro vás znamená? Jaké vám to dává možnosti?

Prošla jsem si za 20 let snad všemi médii, kterými disponujeme a skončila jsem u on-line. Je mi blízká komunikace, rychlost, svoboda vyjadřování a hlavně zpětná vazba. V téhle době jsou pro mě tištěné verze něco jako přežitek. A protože kvantita převládá u nás nad kvalitou, nevidím důvod, proč si např. koupit časopis, když vím, že není tak vymazlený, jak by měl být. Ráda podpořím kvalitní magazín a kuchařky, které jsou praktické.

Dokázali jste tím, co sdílíte na Instagramu a jak se zároveň vyjadřujete v médiích, nějakým způsobem ovlivnit chování určitých lidí, popularitu určitých témat ve společnosti?

V to vlastně doufám. Od čeho jiného by pak sociální sítě byly?:-) Zároveň je to filtrace lidí, zůstala mi skupina followers, kteří vnímají jídlo, lifestyle ale třeba i politiku podobně a nebojí se mi napsat, když se mnou nesouhlasí. Máme možnost si to vysvětlit a svět jede dál...

Objevujete se i v médiích, která nejsou primárně spojena s gastronomií, jídlem? Případně ve kterých?

Ne, vždy je to spojené s jídlem nebo focením, natáčením.

Vyjadřujete se v médiích, v různých rozhovorech, debatách, i k tématům, která se netýkají přímo jídla? Můžete případně uvést nějaký příklad, přidat odkaz na takový rozhovor?

Myslím si, že by se měl člověk vyjadřovat k tomu, čemu rozumí nebo je mu to blízké. U mě je to obvykle jídlo, sem tam se v rozhovorech vyjadřuju k focení, food stylingu, výživě a ovládání sociálního marketingu. To je celé. Politiku si nechávám na IGstories.

Vzpomenete si na něco, čímž jste ovlivnili to, co se děje v české gastronomii?

Na to jsem malá paní. Pochybuju, že bych přišla s něčím, co jiné dostane do kolen. Jsem primárně redaktorka, takže informace posouvám dál.

Šíření trendů v gastronomii

Jakou pozici má podle vás gastronomie na Instagramu a jaký vliv má tato síť na šíření trendů?

Podle mě IG může gastronomii jako takové hodně pomoci, od označení lokace restaurace, doporučením a sdílením. Pokud je podnik dobrý, má šanci dostat se do "insta šuškárný" a má tedy i možnost růst a šanci vyvíjet se.

Máte pocit, že Instagram odráží to, co je ve skutečnosti opravdu populární, nebo pouze vytváří určitou sociální bublinu, jež na gastronomii obecně příliš silný vliv nemá?

Instagram má hodně tváří. Na začátku, kdy to byla nová platforma, věřím, že hodně lidí posty vnímalo jako 100% důvěryhodné. Teď už víme, že je to takové zrcadlo, vidíme, co chceme vidět. Vybíráme si proto profily, které nám něco říkají, je to taková zdravá filtrace. A když je tam "nastavená" fotka vlastně nám to už ani moc nevadí:-). Shrnutí, je to sociální bublina s populárním dosahem.

Kde čerpáte inspiraci pro to, co děláte?

Určitě částečně na Instagramu, dostanu třeba chuť na něco co vidím. Ale také je to Pinterest, jsou to kuchařky, můj muž, který pracuje v oboru gastronomie a lidi kolem mě. Ale musím se přiznat, že mi jídlo musí nejdřív připadat fotogenické a teprve pak to řeším.

Kdo podle vás udává trend tomu, co je na (české) gastronomické scéně populární?

Uf. Pro hodně lidí to je třeba Přemek Forejt nebo Kamu, za mě je tahle cesta trošku mimo, i když mě jako lidi baví, jídlo je na mě až MOC. Takže bych řekla Roman Vaněk a jeho tým, Maškrtnice nebo Taste of Prague. A samozřejmě ty!

Vzpomente si na nějaký nový trend, který se na food scéně ustálil právě skrze (díky) Instagramu?

Nemyslím si, že bych na IG objevila nějakou novou gastro techniku, některý profi food styling mě ani moc nebaví. Je to jako s recepty, furt se točí to stejné, občas jen v novém kabátku.

Pomohli jste někdy ustanovit nějaký nový trend v gastronomii? Přiblížili lidem například nějaký produkt, pokrm, který se poté stal více populárním?

Díky hostům, které občas máme na Slepíčárně si myslím, že ano. Sem tam je u nás i nějaká zajímavá spolupráce, která lidem přibližuje nějakou zajímavou techniku, třeba při grilování.

Ovlivnilo někdy to, jak jste se k určitému trendu v gastronomii postavili vy také to, jak se k němu postavila různá média?

To spíš ne. Podle mě se techniky, trendy vrací, oprašují a jestli někdo přišel s něčím novým, pak bych se nad tím osobně zastavila... Spíš jde o to, jak a co, věřím, že nějaká zjednodušená technika HOW TO může být přínosem, zvláště u nás, jsme takový národ Bédi Trávníčka.

Pozorujete v posledních letech nárůst různých podniků, které jsou více konceptuální, esteticky zdobné, designové? Pokud ano, myslíte si, že se tím majitelé snaží jít naproti tomu, co se hojně sdílí na Instagramu, co je populární?

Hodně se rozjely malé podniky, bistra. Vždycky platilo, že pod 100 stolů se restaurace neuživí. Dnes je to víc o tom, že míň místa znamená i méně personálu, vymazlené jídlo, příjemná obsluha, je to mnohem víc transparentní a osobní. A u takových podniků je IG něco jako zlatý důl.

Příloha č. 4: Rozhovor s Kateřinou St. Germain

Dobrý den a ahoj!

Předem moc děkuju za váš čas!

Tento rozhovor je součástí mojí závěrečné diplomové práce na FSV UK a týká se samozřejmě hlavně jídla. Rozhodl jsem se pracovat s konceptem, zda se někteří z vás, tedy hojně sledovaných a vlivných osobností české food sféry,

nestali v podstatě "novodobí gastro novináři", kteří mají vliv na to, jak se k trendům, především právě v gastronomii, staví další. Zda lidi při výběru místa, kam půjdou na jídlo, dají na vaše názory, a zda vaše doporučení ovlivňují jejich konečná rozhodnutí.

Snažím se postihnout, jakou pozici má gastronomie na Instagramu a jaký vliv má tato síť na šíření novinek v českém prostředí. Z toho důvodu má právě váš názor, jakožto významných uživatelů, kteří gastro sféru na Instagramu spoluutvářejí, pro moji práci zásadní význam! :-)

Níže pro vás mám několik otázek týkajících se téhle problematiky. Odpovědi jsou ve většině případů otevřené a záleží na vás, jak hodně se rozepíšete. Budu rád, když Vaše odpověď bude obšírná a výstižná.

Ještě jednou díky moc!

Martin

Obecné otázky

Vaše jméno / název profilu na Instagramu

Kateřina Saint Germain /MyCookingDiary.cz

Co pro vás Instagram znamená?

Instagram je pro mě zdrojem velké inspirace a zároveň mě i živí.

Jak dlouho působíte (v oblasti gastronomie) na Instagramu?

Přibližně pět let.

Působili jste už předtím jinde v on-line prostředí?

Na Facebooku a na mém blogu.

Followeři a vzájemná interakce

Jaký význam pro vás mají vaši followeři?

Skupina lidí, se kterou jsme většinou na stejné vlně a částečně taky zákazníci.

Reagují vaši followeři na Instagramu na to, když jim doporučíte nějaký podnik, kam vyrazit na jídlo / pití? Případně jak?

Ano, většinou mi pak posílají fotky, že tam taky byli nebo mě označují a děkují za doporučení.

Ovlivní vaše doporučení / kritika vybraného podniku nějak jeho fungování? Můžete uvést konkrétněji jak, nějaký příklad?

Snažím se na Instagramu propagovat jenom ta místa, která mě nějak zaujmou a kde mi chutná. Nedělám cíleně negativní recenze, to jen opravdu v případě, že chci na něco hodně špatného upozornit. Jinak nemyslím si, že ovlivní nějak jeho fungování, ale určitě je to pro podnik forma reklamy.

Z jakého důvodu sdílíte a vytváříte obsah na Instagramu? Co je vaší hlavní motivací?

Baví mě inspirovat lidi k tomu, aby dobře jedli a vařili si doma. Zároveň taky sdílím svůj život, takže inspiрую i v jiných oblastech. Baví mě, že se mi díky příspěvkům občas daří někoho například navést na cestu podpory lokálních tvůrců, dodavatelů, podniků a zdravějšího a udržitelnějšího životního stylu. Zároveň je to prodejní kanál pro moje dvě kuchařky, takže motivací je možnost prodeje.

Spolupráce na Instagramu

Spolupracujete s nějakou firmou na Instagramu? Případně s kým a jakou formou (stačí obecně)

Ano, mám několik dlouhodobých spoluprací. Jedná se o firmu Amazing Places, kde cestuju po ČR a ukazuju, kam se u nás dá vyrazit, pak o firmu Globus, pro kterou tvořím recepty a ukazuju, co se u nich dá koupit v rámci sekce Zdravý svět. Měla jsem taky dlouhodobou spolupráci se značkou Emco, pro kterou jsem tvořila recepty, promo ovesných vloček a zároveň jsme vytvořili i společný produkt - Granolu. Pak mám ještě bartrovou spolupráci se značkou Atranet.cz, kteří mi dlouhodobě půjčují malé domácí spotřebiče.

Jaký pro vás má spolupráce na Instagramu význam?

Je to další forma přivýdělku a zároveň je to motivace k další tvorbě obsahu. Občas nemá člověk třeba chuť tvořit, ale dlouhodobé spolupráce mě udržují vždycky aktivní.

Podle čeho si vybíráte firmy, spolupráce, na které na Instagramu kývnete?

Musí to být opravdu něco, co budu propagovat ráda. Vždycky si vybírám spolupráci tak, že si představím, že pro ně točím instastories nebo píšu příspěvek. Pokud mi je to v té představě proti srsti, spolupráci nevezmu.

Máte pocit, že doporučení, která dáváte vašim sledujícím, nějak ovlivňují jejich nákupní chování, případně image firmy, se kterou spolupracujete?

Určitě ano. Často dostávám zpětnou vazbu o větších prodejkách nebo zvýšeném zájmu o dané zboží. Zároveň například pro firmu Emco jsem dělala i malou backstage, takže moji sledující viděli výrobu, majitele a přiblížila jsem jim víc tuhle rodinnou firmu. Určitě to tak v očích některých mých sledujících mohlo změnit pohled na Emco.

Mediální prostředí a vy

Máte možnost mluvit k lidem na více „frontách”. Skrze Instagram, ale i další média. Co to pro vás znamená? Jaké vám to dává možnosti?

Dává mi to svobodu a možnost dělat cokoli, co mě v danou chvíli baví. Zároveň cítím velkou dávku zodpovědnosti a snažím se podle toho svůj profil používat.

Dokázali jste tím, co sdílíte na Instagramu a jak se zároveň vyjadřujete v médiích, nějakým způsobem ovlivnit chování určitých lidí, popularitu určitých témat ve společnosti?

Vždycky říkám, že v určité sociální skupině se to chování ovlivnit dá. Pokud jde o jídlo, určitě se to týká některých restaurací a druhů jídla. Myslím, že se přes Instagram hodně zpopularizovaly například obecně snídaně. Pak jsme spolu s dalšími kamarádkami například zpopularizovaly nové druhy menstruačních pomůcek (menstruační kalíšek a kalhotky) nebo když uvedu příklad z jiné oblasti, dokázali jsme spolu s ostatními influencery vybrat asi 800.000 Kč na dobrou věc a změnit tak život jedné znevýhodněné rodině.

Objevujete se i v médiích, která nejsou primárně spojena s gastronomií, jídlem? Případně ve kterých?

Několikrát jsem dělala rozhovor například do TV Prima. Většinou to bylo spojeno s jídlem, jednou právě s tou charitativní akcí.

Vyjadřujete se v médiích, v různých rozhovorech, debatách, i k tématům, která se netýkají přímo jídla? Můžete případně uvést nějaký příklad, přidat odkaz na takový rozhovor?

Většinou se v rozhovorech bavím obecně o tom, co dělám, což zahrnuje otázky ohledně gastronomie, ale zároveň otázky ohledně fungování Instagramu.

Naposledy jsem například dělala rozhovor do Cukrfree podcastu, kde jsme se s Janinou Černou bavily obecně na toto téma.

Vzpomenete si na něco, čímž jste ovlivnili to, co se děje v české gastronomii?

Nemyslím si, že přímo ovlivnila, ale hodně jsem sdílela například Vejce benedikt z podniku Kavárna co hledá jméno. Hodně lidí mi posílalo a doteď posílá fotky z jejich návštěvy. Taky jsem byla asi takovým průkopníkem vydávání si kuchařek na vlastní pěst bez nakladatelství a to včetně svojí distribuce. Od té doby to tak udělala spousta dalších autorů.

Šíření trendů v gastronomii

Jakou pozici má podle vás gastronomie na Instagramu a jaký vliv má tato síť na šíření trendů?

Myslím, že Instagram udává určitě trendy místa pro mladší až střední věkovou skupinu. Dost často se doporučená místa u jednotlivých influencerů opakují a tím pádem sílí důvěra v nich. Bohužel dost často vyhrává prezentace a "fotogeničnost" nad obsahem a kvalitou jídla. Často se ale potkám i s kvalitním a krásným jídlem. Každopádně určitě Instagram udal trend tomu, jak se novodobé kavárny a bistra prezentují. Snaží se mít jídlo i prostředí co nejvíce fotogenické, aby se prostřednictvím těchto fotek šířilo povědomí o daném podniku..

Máte pocit, že Instagram odráží to, co je ve skutečnosti opravdu populární, nebo pouze vytváří určitou sociální bublinu, jež na gastronomii obecně příliš silný vliv nemá?

Vždycky je to o tom, koho na Instagramu sledujeme. Snažím se sledovat lidi, kteří odráží to, co je populární a zároveň opravdu dobrý. Nestane se mi často, že jdu na něčí doporučení na jídlo a nechutná mi tam. Samozřejmě se mi to ale párkrát

už stalo. Já sama nedoporučím nic, co by mi nechutnalo, ale je to jídlo. Vždycky to bude hodně subjektivní. Každopádně často se doporučují na Instagramu i místa, který podporu Instagramu nepotřebují, protože jsou populární i tak. Například síť restaurací Ambiente.

Kde čerpáte inspiraci pro to, co děláte?

Pokud se jedná o jídlo, tak čerpám právě z Instagramu, Pinterestu, pak z mých zahraničních cest, návštěv restaurací a pak mi je největší inspirací to, co najdu zrovna v lednici:)

Kdo podle vás udává trend tomu, co je na (české) gastronomické scéně populární?

Stále stojím za tím, že opravdu dobrý jídlo si lidi najdou a řeknou si o něm dál. Každopádně na české scéně je to momentálně určitě alespoň pro mě profil Taste of Prague a Lukáš Hejlík. Pak i ostatní blogeri, ale tam občas vyhrává vzhled nad kvalitou.

Vzpomente si na nějaký nový trend, který se na food scéně ustálil právě skrze (díky) Instagramu?

Myslím, že například chleba s avokádem je dobrý příklad.

Pomohli jste někdy ustanovit nějaký nový trend v gastronomii? Přiblížili lidem například nějaký produkt, pokrm, který se poté stal více populárním?

Snažím se popularizovat například vejce z volného chovu, maso od farmářů a bio zeleninu. Minimálně ta vejčička si myslím, že se už (a nejenom díky mně) podařilo dostat do podvědomí.

Ovlivnilo někdy to, jak jste se k určitému trendu v gastronomii postavili vy také to, jak se k němu postavila různá média?

Přiznám se, že se většinou pohybuju jen na těch sociálních sítích a například televizi ani tisk neprojíždím, takže za mě asi ne.

Pozorujete v posledních letech nárůst různých podniků, které jsou více konceptuální, esteticky zdobné, designové? Pokud ano, myslíte si, že se tím majitelé snaží jít naproti tomu, co se hojně sdílí na Instagramu, co je populární?

Ano, s tímhle naprosto souhlasím. Psala jsem o tom už před tím. Bohužel občas právě design vyhrává nad obsahem a chutí.

Příloha č. 5: Dotazník pro zástupce potravinových řetězců

Instagram jako prostředek pro šíření trendů v gastronomii - firmy

Dobrý den,

Předem moc děkuji za Váš čas!

Tento dotazník je součástí méjí závěrečné diplomové práce na FSV UK a týká se hlavně jídla. Rozhodl jsem se pracovat s konceptem, zda se z hojně sledovaných a vlivných osobností české food sféry nastali v podstatě noví opinion leadeři, nebo novodobí novináři, kteří mají vliv na to, jak se k trendům, především právě v gastronomii staví další. Zda lidé se při rozhodování o tom, co uvaří, co a kde nakoupí rozhodují také podle doporučení od vlivných uživatelé české food scény na Instagramu.

Snažím se postihnout, jakou pozici má gastronomie na Instagramu, jaký vliv má tato síť na šíření trendů v gastronomii a na nákupní chování spotřebitelů. Právě váš názor, jakožto firmy, která s vybranými osobnosti z "food" sféry spolupracuje, je pro moji práci zásadní!

Jde mi hlavně o to zjistit, jak z pozice klienta reagujete na možné gastronomické trendy na Instagramu. Zda, případně jak, populární uživatelé Instagramu ovlivňují nákupní chování lidí přímo v marketech. Jestli popularita na Instagramu souvisí se zvýšenou poptávkou v obchodech.

Cílem práce, kterou vám rád po dokončení poskytnu, je blíže pochopit roli, jež hojně sledování "food" uživatelé Instagramu ve společnosti mají a jaký může mít Instagram vliv při šíření trendů v gastronomii.

Ještě jednou děkuji moc!

S přátelským pozdravem

Martin Škoda

[Další](#)

Sekce 2 z 22

Instagram jako prostředek pro šíření trendů v gastronomii

Popis (nepovinný)

Jak se jmenuje firma, kterou zastupujete? *

Text stručné odpovědi

Po sekci 2 Pokračovat na další sekci

Sekce 3 z 22

Spolupráce na Instagramu

Popis (nepovinný)

Spolupracuje s někým na Instagramu? Například kuchaři, blogery, foodies, nebo jinými life style influencersy? *

Ano

Ne

Po sekci 3 Pokračovat na další sekci

Sekce 4 z 22

Spolupráce na Instagramu



Popis (nepovinný)

Můžete upřesnit, o jakou spolupráci se jedná? *

Text dlouhé odpovědi

Po sekci 4 Pokračovat na další sekci

Sekce 5 z 22

Význam Instagramu pro vaši společnost



Popis (nepovinný)

Jaký význam obecně přikládá vaše společnost využití Instagramu při komunikaci a sponzoringu? *

1 2 3 4 5

Velmi nízký Velmi vysoký

Po sekci 5 Pokračovat na další sekci

Sekce 6 z 22

Význam Instagramu pro vaši společnost



Popis (nepovinný)

Jakou část marketingového rozpočtu vkládáte do Instagramu? *

1 2 3 4 5

Jedná se pouze o okrajový doplněk

Je to pro nás zásadní

Po sekci 6 Pokračovat na další sekci



Sekce 7 z 22

Význam Instagramu při šíření trendů



Popis (nepovinný)

Myslíte si, že má Instagram vliv na šíření trendů v gastronomii? *

Ano

Ne

Po sekci 7 Pokračovat na další sekci



Sekce 8 z 22

Význam Instagramu při šíření trendů



Popis (nepovinný)

Můžete uvést, jak přesněji to podle vás Instagram může ovlivnit?

Text dlouhé odpovědi

Po sekci 8 Pokračovat na další sekci

Sekce 9 z 22

Význam Instagramu při šíření trendů



Popis (nepovinný)

Ovlivňují podle vás populární osobnosti na Instagramu nákupní chování běžných spotřebitelů? *

Ano

Ne

Po sekci 9 Pokračovat na další sekci

Sekce 10 z 22

Význam Instagramu při šíření trendů



Popis (nepovinný)

Můžete uvést, jak konkrétně nákupní chování ovlivňují? *

Text dlouhé odpovědi

Po sekci 10 Pokračovat na další sekci

Sekce 11 z 22

Význam Instagramu při šíření trendů



Popis (nepovinný)

Vidíte nějakou souvislost mezi popularitou určitého produktu mezi instagramovou komunitou a zvýšením poptávky po stejném produktu ve vašem obchodě? *

Ano

Ne

Po sekci 11 Pokračovat na další sekci

Sekce 12 z 22

Význam Instagramu při šíření trendů



Popis (nepovinný)

Můžete přiblížit, jak přesně se tato zvýšená potřeba projevuje? *

Text dlouhé odpovědi

Po sekci 12 Pokračovat na další sekci

Sekce 13 z 22

Spolupráce na Instagramu



Vyberte prosím vhodná pole, můžete jich označit více.

Podle čeho si vybíráte, s kým na Instagramu budete spolupracovat? *

- Počet followerů a šíře zásahu
- Význam této osoby na dané scéně
- Vhodnost ve spojení s naším brandem
- Talent a tématické zaměření dané osoby
- Image této osoby na veřejnosti
- Spolupráce této osoby s konkurečními brandy
- Podle specifik publika, které je na danou osobu navázáno
- Podle míry uživatelské interakce, kterou můžete daná spolupráce přinést
- Jiná...

Po sekci 13 Pokračovat na další sekci

Sekce 14 z 22

Spolupráce na Instagramu



Popis (nepovinný)

Máte k výběru toho, jak se rozhodujete, s kým budete na Instagramu spolupracovat nějaké další poznatky? Klidně se rozepište.

Text dlouhé odpovědi

Po sekci 14 Pokračovat na další sekci

Sekce 15 z 22

Chování spotřebitele



Popis (nepovinný)

Máte pocit, že se mezi lidmi obecně zvyšuje zájem o kvalitní potraviny? *

Ano

Ne

Po sekci 15 Pokračovat na další sekci

Sekce 16 z 22

Chování spotřebitele



Popis (nepovinný)

Můžete přiblížit, jak konkrétněji se to projevuje? O co je například vyšší zájem? *

Text dlouhé odpovědi

Po sekci 16 Pokračovat na další sekci

Sekce 17 z 22

Chování spotřebitele



Popis (nepovinný)

Zalistrovali jste nějaký produkt (alespoň z části) na základě toho, že o něm více mluvilo na Instagramu? *

Ano

Ne

Po sekci 17 Pokračovat na další sekci

Sekce 18 z 22

Chování spotřebitele



Popis (nepovinný)

Můžete specifikovat, o jaký produkt šlo? *

Text dlouhé odpovědi

Po sekci 18 Pokračovat na další sekci



Sekce 19 z 22

Chování spotřebitele



Popis (nepovinný)

Co má podle vás největší vliv na zvýšení poptávky po určitém produktu v oblasti potravin? *

Text dlouhé odpovědi

Po sekci 19 Pokračovat na další sekci



Spolupráce na Instagramu



Popis (nepovinný)

Co je při hodnocení úspěšnosti spolupráce vaší společnosti s někým na Instagramu hlavním kritériem úspěchu? *

- Zlepšení image firmy
- Zvýšení prodeje vybraných produktů
- Celkový zásah kampaně
- Počet lajků u jednotlivých příspěvků na Instagramu
- Zvýšení povědomí o značce / produktu
- Navýšení počtu followerů na Instagramovém profilu naší společnosti
- Jiná...

Po sekci 20 Pokračovat na další sekci



Sekce 21 z 22

Instagram jako prostředek pro šíření trendů v gastronomii

Popis (nepovinný)

Máte zájem o zaslání hotové diplomové práce? *

Ano

Ne

Po sekci 21 Pokračovat na další sekci

Sekce 22 z 22

Máme hotovo! Už stačí dotazník pouze odeslat. Ještě jednou moc děkuji za spolupráci.

Popis (nepovinný)

Příloha č. 6: Dotazník pro uživatele Instagramu

Sekce 1 z 44

Instagram jako prostředek pro šíření trendů v gastronomii - uživatelé Instagramu

Dobrý den a ahoj!

pokud jste se proklikali až sem, jste téměř v cíli. Už jen stačí, abyste mi pomohli a krátce zareagovali na moje otázky v dotazníku, který bude sloužit jako výrazný zdroj dat pro diplomovou práci, na které pracuji.

Tato práce se zabývá jídlem, respektive gastronomií na sociální síti Instagram. Zajímá mě, jaký význam pro vás jídlo na Instagramu, ale také v reálném životě, má. Co si myslíte o food influencerech a dalších vlivných uživatelích, kteří vás v souvislosti s jídlem na Instagramu oslovují. Jak uvažujete při výběru místa, kam půjdete na jídlo, ale také při nakupování potravin a služeb s jídlem spojených.

Rád bych zjistil, zda, případně jaký vliv má Instagram na vznik a šíření trendů v gastronomii v České republice a vy mi s tím můžete značně pomoci! :-)

Ještě jednou děkuju moc!

Martin Škoda

Po sekci 1 Pokračovat na další sekci

Sekce 2 z 44

Instagram



Popis (nepovinný)

Využíváte sociální síť Instagram? *

Ano

Ne

Po sekci 2 Pokračovat na další sekci



Sekce 3 z 44

Instagram



Popis (nepovinný)

Sledujete na Instagramu uživatelské profily, které souvisejí jakoukoliv formou s jídlem? *

Ano

Ne

Po sekci 3 Pokračovat na další sekci



Obecně



Popis (nepovinný)

Pohlaví *

Muž

Žena

Kolik vám je let? *

15 - 20

21 - 30

31 - 40

41 - 55

56 a více

Dosažené vzdělání?

- ZŠ
- SŠ bez maturity
- SŠ s maturitou
- Vyšší odborná škola
- VŠ
- Jiná...

Kde žijete? *



- Vesnice (cca 3 000 obyvatel a méně)
- Malé město (cca do 100 000 obyvatel)
- Velké město (cca 100 000 obyvatel a více)
- Jiná...

Po sekci 4 Pokračovat na další sekci



Vztah k jídlu



Popis (nepovinný)



Jaký je váš vztah k jídlu? (můžete zaškrtnout více možností) *

- Jídlo chápu jako součást kultury, pomáhá k jejímu utváření, je pojítkem mezi lidmi
- Jídlo a jeho konzumace je moje oblíbená denní činnost
- Rád sleduji "food" příspěvky na sociálních sítích
- Hledám a zkouším nové trendy v gastronomii
- Na jídlo si rád zajdu do restaurace, bistra, atd
- Chci se dobře najíst, ale jinak jídlo neřeším
- Zajímá mě, jakou má jídlo výživovou hodnotu, odkud pochází, atd.
- S přáteli se rád scházím u dobrého jídla
- Rád vařím
- Jídlo beru jen jako "palivo", nic víc
- Jiná...



Sekce 6 z 44

Jídlo na Instagramu



Popis (nepovinný)

Baví vás na Instagramu sledovat příspěvky s "food" tematikou? *

1 2 3 4 5

Nechává mě to chladným Naprosto to zbožňuju

Po sekci 6 Pokračovat na další sekci

Sekce 7 z 44

Vztah k vaření



Popis (nepovinný)

Jaký je váš vztah k vaření? (vyberte všechny možnosti, které se vás týkají) *

- Vařím velmi často
- Vařím jen jednou za čas
- Rád si na jídle pochutnám, ale jsem radši, když vaří někdo jiný
- Baví mě vařit ve větší skupině
- Vařím jen, když je to opravdu nutné
- Doma téměř nevařím
- Jiná...

Po sekci 7 Pokračovat na další sekci

Sekce 8 z 44

Vztah k vaření



Popis (nepovinný)

Inspirovali jste v posledním roce při vaření receptem, návodem, či tipem někoho jiného? *

Ano

Ne

Po sekci 8 Pokračovat na další sekci

Sekce 9 z 44

Vztah k vaření



Popis (nepovinný)



Dokážete říct, kde konkrétně jste na inspiraci narazili? (klidně vyberte více možností) *

Instagram

Jiná sociální síť než Instagram (Facebook, Twitter, Snapchat, TikTok, atd.)

Na internetu mimo sociální sítě (blogy, webové stránky xy, online média, atd...)

Řekli mi o tom přátelé

Tradiční média (televize, rádio, noviny, atd...)

Veřejná akce (festivaly, trhy, atd.)

Veřejná místa (restaurace, bistra, kavárny)

Kuchařky

Nevím

Jiná...

Po sekci 9 Pokračovat na další sekci

Sekce 10 z 44

Vztah k vaření



Popis (nepovinný)



Označili jste v předchozí otázce první možnost, tedy "Instagram"? *

Ano

Ne

Po sekci 10 Pokračovat na další sekci



Sekce 11 z 44

Vztah k vaření



Popis (nepovinný)



Dokážete říct, zda zmíněné doporučení přišlo od uživatele, jehož obsah byl primárně spojen s jídlem? (food blogerů, kuchařů, foodies,...) *

Ano, jednalo se o někoho z gastronomické oblasti

Ne, jednalo se o někoho z odlišné oblasti

Nevzpomínám si

Po sekci 11 Pokračovat na další sekci



Sekce 12 z 44

Doporučení



Popis (nepovinný)



Vyzkoušeli jste v posledním roce nějaký gastro podnik, produkt, službu na základě doporučení? *

Ano

Ne

Po sekci 12 Pokračovat na další sekci

Sekce 13 z 44

Doporučení



Popis (nepovinný)



Pamatujte si, odkud jste dané doporučení / inspiraci získali? (klidně vyberte více možností) *

Instagram

Jiná sociální síť než Instagram (Facebook, Twitter, Snapchat, TikTok, atd.)

Na internetu mimo sociální sítě (blogy, webové stránky xy, online média, atd...)

Řekli mi o tom přátelé

Tradiční média (televize, rádio, noviny, atd...)

Veřejná akce (festivaly, trhy, atd.)

Veřejná místa (restaurace, bistra, kavárny)

Nevím

Jiné

Po sekci 13 Pokračovat na další sekci

Doporučení



Popis (nepovinný)



Jakým způsobem dané doporučení ovlivnilo vaše rozhodnutí? *

- Daný produkt jsem zakoupil(a)
- Navštívila jsem doporučený podnik
- Vyzkoušela jsem nabízenou službu
- Nevzpomínám si
- Jiná...

Po sekci 14 Pokračovat na další sekci



Instagram vs další média



Klidně zaškrtněte více možností.



Kdo vám pomáhá utvářet si názory na otázky týkajících se jídla? Jsou pro vás důležitější klasické média, nebo Instagram? *

- Dám primárně na klasická média (časopisy, noviny, rádio, televize,...)
- Dám na kuchařské knihy a články
- Rád si udělám názor na základě klasických médií, ale zároveň i Instagramu
- Sazím primárně na to, co si o dané věci přečtu na Instagramu
- Pole klasických médií a názorů na Instagramu se prolíná, často jsou stejné
- Názor si utvářím bez pomoci dalších
- Někdo jiný
- Jiná...



Sekce 16 z 44

Přesah z Instagramu



Popis (nepovinný)



Co se vám při výběru místa, kam půjdete na jídlo jeví jako nejdůležitější? *

- Názor vybraných lidí, které sleduji na Instagramu
- Hodnocení na různých recenzních serverech a aplikacích (Tripadvisor, Zomato, Gastromapa)
- Srovnám obojí
- Názor si nejrádši udělám sám
- Přátelé
- Jiná...

Po sekci 16 Pokračovat na další sekci



Sekce 17 z 44

Fungování na Instagramu obecně



Popis (nepovinný)

Jak často využíváte Instagram? *

- Několikrát denně
- 1x denně
- 1x týdně
- 1x měsíčně
- Jiná...

Po sekci 17 Pokračovat na další sekci



Fungování na Instagramu obecně



Popis (nepovinný)

Jakou formou nejčastěji používáte Instagram? *

- Na Instagram zejména aktivně přispívám vlastním obsahem
- Spíše pasivně pozoruju, co se na Instagramu děje, co dělají ostatní
- Od obojí trochu, někdy postuju, někdy pouze sleduji ostatní

Po sekci 18 Pokračovat na další sekci



Fungování na Instagramu obecně



Popis (nepovinný)

Mají pro vás nějaký význam uživatelé (zejména ti s větším počtem followerů) na Instagramu v oblasti jídla? (klidně vyberte více možností) *

- Nesleduji je
- Sleduji je pouze pro zábavu
- Zkousím vařit podle jejich receptů
- Chodím do podniků, které mi doporučí
- Dám na jejich názor v tématech týkajících se jídla
- Dám na jejich názor i v tématech, který se netýkají jídla
- Jiná...

Vzpomente si na některé české uživatele Instagramu, které sledujete a jejichž obsah je spojen primárně s jídlem (food blogeri, kuchaři,...) Případně které?

Text dlouhé odpovědi

Sekce 20 z 44

Trendy na Instagramu



Popis (nepovinný)

Znáte označení "Fast good" *

Ano

Ne

Po sekci 20 Pokračovat na další sekci

Sekce 21 z 44

Trendy na Instagramu



Popis (nepovinný)

Dokáže říct, odkud to znáte? (klidně vyberte více možností) *

Instagram

Jiná sociální síť než Instagram (Facebook, Twitter, Snapchat, TikTok, atd.)

Na internetu mimo sociální sítě (blogy, webové stránky xy, online média, atd...)

Řekli mi o tom přátelé

Tradiční média (televize, rádio, noviny, atd...)

Veřejná akce (festivaly, trhy, atd.)

Veřejná místa (restaurace, bistra, kavárny)

Kuchařky

Nevím

Jiná...

Po sekci 21 Pokračovat na další sekci

Sekce 22 z 44

Trendy na Instagramu



Popis (nepovinný)

Znáte označení "Zero waste"? *

Ano

Ne

Po sekci 22 Pokračovat na další sekci

Sekce 23 z 44

Trendy na Instagramu



Popis (nepovinný)

Dokáže říct, odkud to znáte? (klidně vyberte více možností) *

Instagram

Jiná sociální síť než Instagram (Facebook, Twitter, Snapchat, TikTok, atd.)

Na internetu mimo sociální sítě (blogy, webové stránky xy, online média, atd...)

Řekli mi o tom přátelé

Tradiční média (televize, rádio, noviny, atd...)

Veřejná akce (festivally, trhy, atd.)

Veřejná místa (restaurace, bistra, kavárny)

Kuchařky

Nevím

Jiná...

Po sekci 23 Pokračovat na další sekci

Sekce 24 z 44

Trendy na Instagramu



Popis (nepovinný)

Víte co je to "pastrami"? *

Ano

Ne

Po sekci 24 Pokračovat na další sekci

Sekce 25 z 44

Trendy na Instagramu



Popis (nepovinný)

Dokáže říct, odkud to znáte? (klidně vyberte více možností) *

Instagram

Jiná sociální síť než Instagram (Facebook, Twitter, Snapchat, TikTok, atd.)

Na internetu mimo sociální sítě (blogy, webové stránky xy, online média, atd...)

Řekli mi o tom přátelé

Tradiční média (televize, rádio, noviny, atd...)

Veřejná akce (festivaly, trhy, atd.)

Veřejná místa (restaurace, bistra, kavárny)

Kuchařky

Nevím

Jiná...

Po sekci 25 Pokračovat na další sekci

Trendy na Instagramu



Popis (nepovinný)

Víte, co je to technika sous-vide? *

Ano

Ne

Po sekci 26 Pokračovat na další sekci



Sekce 27 z 44

Trendy na Instagramu



Popis (nepovinný)

Dokáže říct, odkud to znáte? (klidně vyberte více možností) *

- Instagram
- Jiná sociální síť než Instagram (Facebook, Twitter, Snapchat, TikTok, atd.)
- Na internetu mimo sociální sítě (blogy, webové stránky xy, online média, atd...)
- Řekli mi o tom přátelé
- Tradiční média (televize, rádio, noviny, atd...)
- Veřejná akce (festivaly, trhy, atd.)
- Veřejná místa (restaurace, bistra, kavárny)
- Kuchařky
- Nevím
- Jiná...

Po sekci 27 Pokračovat na další sekci

Sekce 28 z 44

Trendy na Instagramu



Popis (nepovinný)

Víte, co je to "Poke Bowl"? *

- Ano
- Ne

Po sekci 28 Pokračovat na další sekci

Sekce 29 z 44

Trendy na Instagramu



Popis (nepovinný)



Dokáže říct, odkud to znáte? (klidně vyberte více možností) *

- Instagram
- Jiná sociální síť než Instagram (Facebook, Twitter, Snapchat, TikTok, atd.)
- Na internetu mimo sociální sítě (blogy, webové stránky xy, online média, atd...)
- Řekli mi o tom přátelé
- Tradiční média (televize, rádio, noviny, atd...)
- Veřejná akce (festivaly, trhy, atd.)
- Veřejná místa (restaurace, bistra, kavárny)
- Kuchařky
- Nevím
- Jiná...

Po sekci 29 Pokračovat na další sekci

Sekce 30 z 44

Trendy na Instagramu



Popis (nepovinný)



Víte, co je to "kombucha"? *

- Ano
- Ne

Po sekci 30 Pokračovat na další sekci

Sekce 31 z 44

Trendy vs Instagram



Popis (nepovinný)



Dokáže říct, odkud to znáte? (klidně vyberte více možností) *

- Instagram
- Jiná sociální síť než Instagram (Facebook, Twitter, Snapchat, TikTok, atd.)
- Na internetu mimo sociální sítě (blogy, webové stránky xy, online média, atd...)
- Řekli mi o tom přátelé
- Tradiční média (televize, rádio, noviny, atd...)
- Veřejná akce (festivaly, trhy, atd.)
- Veřejná místa (restaurace, bistra, kavárny)
- Kuchařky
- Nevím
- Jiná...

Po sekci 31 Pokračovat na další sekci

Sekce 32 z 44

Trendy vs Instagram



Popis (nepovinný)

Znáte tzv. "bezobalový nákup"? *

- Ano
- Ne

Po sekci 32 Pokračovat na další sekci

Trendy vs Instagram



Popis (nepovinný)

Dokáže říct, odkud to znáte? (klidně vyberte více možností) *

- Instagram
- Jiná sociální síť než Instagram (Facebook, Twitter, Snapchat, TikTok, atd.)
- Na internetu mimo sociální sítě (blogy, webové stránky xy, online média, atd...)
- Řekli mi o tom přátelé
- Tradiční média (televize, rádio, noviny, atd...)
- Veřejná akce (festivaly, trhy, atd.)
- Veřejná místa (restaurace, bistra, kavárny)
- Kuchařky
- Nevím
- Jiná...

Po sekci 33 Pokračovat na další sekci



Sekce 34 z 44

Trendy vs Instagram



Popis (nepovinný)

Víte, alespoň obecně, co je to fermentování potravin? *

Ano

Ne

Po sekci 34 Pokračovat na další sekci

Sekce 35 z 44

Trendy vs Instagram



Popis (nepovinný)

Dokážete říct, odkud to znáte? (klidně vyberte více možností) *

Instagram

Jiná sociální síť než Instagram (Facebook, Twitter, Snapchat, TikTok, atd.)

Na internetu mimo sociální sítě (blogy, webové stránky xy, online média, atd...)

Řekli mi o tom přátelé

Tradiční média (televize, rádio, noviny, atd...)

Veřejná akce (festivaly, trhy, atd.)

Veřejná místa (restaurace, bistra, kavárny)

Kuchařky

Nevím

Jiná...

Po sekci 35 Pokračovat na další sekci

Sekce 36 z 44

Trendy vs Instagram



Popis (nepovinný)

Objevili jste na Instagramu v posledním roce něco nového, co vás inspirovalo? *

Ano

Ne

Po sekci 36 Pokračovat na další sekci

Sekce 37 z 44

Trendy vs Instagram



Popis (nepovinný)

Dokážete specifikovat od koho inspirace přišla? *

Uživatel, jehož obsah je spojen primárně s jídlem (food blogeri, kuchaři,...)

Uživatel, jehož obsah je spojen obecně s lifestyleovými příspěvky (móda, volný čas,...)

Uživatel Instagramu s jiným zaměřením

Nedokážu specifikovat

Jiné

Po sekci 37 Pokračovat na další sekci

Sekce 38 z 44

Trendy vs Instagram



Popis (nepovinný)

Objevili jste na Instagramu v posledním roce opakovaně něco nového, co vás inspirovalo? *

Ano

Ne

Po sekci 38 Pokračovat na další sekci

Sekce 39 z 44

Stravování



Popis (nepovinný)

Upravili jste podle někoho v posledním roce jakoukoliv formou svůj jídelníček? *

Ano

Ne

Po sekci 39 Pokračovat na další sekci

Stravování



Popis (nepovinný)



Pamatujete si, kde jste na inspiraci pro změnu jídelníčku narazili? *

- Instagram
- Jiná sociální síť než Instagram (Facebook, Twitter, Snapchat, TikTok, atd.)
- Na internetu mimo sociální sítě (blogy, webové stránky xy, online média, atd...)
- Řekli mi o tom přátelé
- Tradiční média (televize, rádio, noviny, atd...)
- Veřejná místa (restaurace, bistra, kavárny)
- Veřejná akce (festivaly, trhy, atd.)
- Kuchařky
- Nevím
- Jiná...



Sekce 41 z 44

Instagram a restaurace



Popis (nepovinný)

Pozorujete kolem sebe v posledním roce nárůst různých podniků (restaurace, bistra, bary, atd.), *
které jsou dle vašeho názoru více konceptuální, esteticky zdobné, vizuálně působivé, než tomu
bylo dříve?

- Ano
- Ne
- Nedokážu posoudit

Po sekci 41 Pokračovat na další sekci

Sekce 42 z 44

Instagram a restaurace



Popis (nepovinný)

Myslíte si, že stále rostoucí důraz na estetiku, konceptualizaci jídla a prostředí se odráží i v tom, *
že provozovatelé dbají na tyto hodnoty v rámci utváření jejich podniků (interiér i jídlo)?

- Ano
- Ne
- Nedokážu posoudit

Po sekci 42 Pokračovat na další sekci

Sekce 43 z 44

Poslední otázka :-)



Popis (nepovinný)

Máte zájem o zaslání výsledků dotazníku? Pak prosím zadejte svůj email.

Text stručné odpovědi

Po sekci 43 Pokračovat na další sekci

Sekce 44 z 44

Už stačí dotazník pouze odeslat. Ještě jednou děkuju moc za spolupráci!



Popis (nepovinný)

Příloha č. 7 Klíčová slova: analýza časopisů o vaření a instagramových profilů, korelace trendů

avokádo / fast good / fermentace / pastrami / kombucha / zero (no) waste / sous vide / poke bowl / bez obalu / smoothie / avo / zdravý fast food / fermentování / uzený brisket / fermentovaný nápoj / bez odpadu / vaření ve vakuu / bowl / bezobalový nákup / mixovaný nápoj / avokádový / x / kimchi, kimči / uzené hrudí / kvašený nápoj / beze zbytku / vaření ve vodní lázni / acai, oats bowl / bezobalový obchod / smoothies / avocado / fermentovat, kvašení / reuben / scoby / neplýtvat jídlem, sustainable, udržitelnost / vakuu / buddha, quinoa bowl / bezobalového / guacamole / kvasit, fermentation / ermetovaná limonáda / neplastuj, bez plastu, plýtvání, plýtvat / jídlo do misky /