

*Dobrý den,*

*Tento rozhovor slouží jako podklad pro diplomovou práci s názvem „Influencer marketing na sociální síti Instagram v oblasti cestovního ruchu“. Slouží pro akademické účely. Tématem našeho rozhovoru bude influencer marketing, využívání sociální sítě Instagram a spolupráce mezi značkami a influencersy. Rozhovor bude nahráván a zabere zhruba hodinu času.*

## ÚVOD

### **Můžete se prosím představit?**

Jmenuji si Aneta Strohová, jsem učitelka angličtiny, učím individuálně nebo v jazykových školách, momentálně se snažím prosadit jako travel blogger - psáním článků o cestování apod. Ejnets jsem začala jako projekt do školy. Začala jsem kvůli škole, kde jsem si vyzkoušela, jak blog funguje. Chtěla jsem se pak k tomu vrátit. Profesionálně jsem se tomu začala věnovat před dvěma lety. Měla jsem v České republice dost mojí práce na plný úvazek, a studování magistra, takže jsem to ukončila a rozhodla jsem se, že se budu věnovat tomu, co mě baví a to je psaní. Začala jsem se věnovat blogu a psaní. Přestěhovala jsem se do Lisabonu, a od té doby se tomu věnuju skoro na fulltime. Blogování mě zcela neživí. Spíš to považuju tak, že já se tomu věnuju na full time, ne pracovně, ale je to hlavně koníček, ze kterého bych chtěla mít práci. Jsem ale realista, a vím, že to dlouho trvá. Člověk si k tomu musí najít cestu. Teď si k tomu přivydělávám učením.

## INFLUENCER MARKETING

### **Proč si myslíte, že spolupráce s „travel influencersy“ je v současné době populární?**

Je to z toho důvodu, že sektor s fashion a beauty je přehlcený. Osobně nemám ráda, označení influencer. Spíš bych to nazývala, lidi, co se tomu věnují. V této oblasti je to už přesycené, a v posledních letech je trendy minimalismus, a každý se snaží minimalizovat a mít méně věcí, a soustředit spíše na cestování a zážitky.

Proto si myslím, že právě proto, přicházejí lidé k cestování a cestovatelským fotkám. Lidé vyhledávají spíše tyto lidi, kteří nabízejí zážitky. Teď to nemusí být jen o Jižní Americe nebo Asii, ale třeba i po České Republice.

**Jaká je podle vašeho názoru současná situace influencer marketingu u nás v České republice v porovnání se zahraničím v oblasti cestování?**

Co se týče České republiky, tak spolupráce, až na jednu firmu, nemám. Dostávám nabídky jen ze zahraničí, protože píšu hlavně v angličtině. Přijde mi, že jsme v tomto trochu pozadu. Abych pravdu řekla z Čech si mě nikdo nevšimnul. V České republice spolupracuji s Levnocestováním, což je jediná firma, která se semnou spojila. Jsme taky malý stát, takže na tom se taky těžko staví.

**Je nějaký rozdíl mezi českými a zahraničními „travel influencers“ co se týče obsahu?**

V kvalitě fotek si myslím, že jsou zahraniční dál. U nás mi přijde, že jsou všichni úplně stejní. Fotky jsou upraveny přes photoshop úplně stejným způsobem, jsou vybělené, přesvícené, všechny vypadají stejně a jsou upraveny stejně. Takže si myslím, že toto u nás taky zaostává. Není u nás moc originalita. Přijde mi, že tu úpravu fotek mají všichni hodně podobnou. Proto české travel blogery moc nesleduju, protože toto mi docela vadí. Protože je to stejný. V zahraničí mi přijde, že jsou tvůrci rozdílní, takže si tam každý najde, to co se mu líbí. Vyhledávám více lidí, co jsou autentický. Já osobně mám ráda fotky které nejsou tolik upravené, jsou to fotky ze života, ale pořád vypadají hezky. Jak na Instagramu, tak na blogu. Přijde mi, že se tady Ti větší influenceři podporují mezi sebou, ale moc nedávají prostor, tady těm menším, kteří vypadají jinak.

**Co pro vás osobně znamená označení influencer?**

Tento termín mi vadí. Má to napsaný snad každý, a každý si to snad o sobě myslí. Musí to být člověk, který vede lidi, k dobrému chování a má co říct. Místo toho, aby navedli lidi si něco koupit, měli by se snažit spíš lidi někam vést. Příkladem pro mě jsou holky z Cup Of Style.

Ti jsou pro mě asi jediné v Česku, které беру jako influencers – protože ano, věnují se propagaci, ale od začátku, co ten svůj youtube mají, tak navádí lidi, aby jezdili na Erasmus, aby se učili do školy, aby měli nějaké zásady, aby se chovali slušně. Vědí, že je sleduje hodně dětí. Vědí, že mají vliv a snaží se s tím něco dělat, ne jen cpát produkty.

### **Ovlivňuje influencer marketing v současné době cestovní ruch?**

Spíš fotky na Instagramu. Teď mi přijde, že všichni jedou na Macchu Piccu, takže je motivuje, a lidi se tam chtějí podívat. Třeba i kanály v Amsterdamu. Lidi chtějí mít taky fotky s tulipánama. Předtím si myslím, že to vidělo méně lidí a tolik to nemotivovalo cestovat na tyto místa, která jsou teď na Instagramu populární. Instagram pomohl zvýšit čísla turistů, ale taky ty místa turisticky zničil. Zase je ale dobrý, že se můžou objevit nová místa, kde zatím tolik turistů není a můžou nalákat více lidí.

### **Podle vašeho názoru, který kanál má v influencer marketingu největší úspěch?**

Teď bych řekla, že Instagram a Instastories.

### **Na kterém kanálu (sociální síti) máte podle Vašeho názoru největší „influencer power“? Proč?**

Instagram. Všichni sledují všechno přes Instagram. Já jsem se o Youtubu přestala zajímat. I jako uživatel. Občas i blog.

### **Jak si myslíte, že ovlivňujete svoje publikum?**

Snažím se něco předat, třeba teď se snažím předat to, aby lidi nebláznili tolik s tím cestováním. Aby se do toho nenechali nutit. Aby raději cestovali pomalu tzv. slow travel. Nic se nemá přehánět. Kdo třeba nechce cestovat, tak by se neměl přemlouvat. Jen proto, že je to teď moderní. Každý nemusí cestovat. Člověk by pro to měl mít určitou vášeň. Takže na toto bych se chtěla zaměřit. Ráda píšu o levnějším cestování, sdílím moje zkušenosti, třeba jaký to bylo s batohem, že je to náročný a že se na to lidi musí připravit. A taky sdílet ty místa, protože málo lidí se jede třeba podívat do Bolívie, kde je turismus nulový. Je to nádherná.

**Znáte svoje fanoušky? Můžete vaše publikum popsat...**

Myslím, že jsem získala hodně fanoušků, když jsem začala bydlet v Lisabonu. Většinou jsou to lidé, kteří chtějí někam cestovat nebo už někam vyrazili. Takže je prostě zajímavá cestování. Nebo jsou to lidi, co žijí trvale v zahraničí. Takže třeba, kdo žil trvale v Lisabonu, tak mě začal třeba sledovat, nebo kdo žil ve Španělsku, Itálii. Teď taky hodně lidí spojených s Latinskou Amerikou. Jsou to většinou lidi, kde jsem já byla, a chtějí se tam odstěhovat nebo to místo navštívit. Takže mě třeba kontaktují a od té doby mě pak sledují. Jsou to více ženy, kolem 65%. Věkově je to 25-34 let. Jsou to Češi, většinou z Prahy, potom Portugalsko, hlavně z Lisabonu, Anglie, Peru, Itálie a Španělsko. A tady tyto země, se rozloží na stejná procenta, jako Ti Češi. Takže Češi vedou.

*Přejít na další okruh tématu...*

**INSTAGRAM**

**Jak dlouho používáte sociální síť Instagram?**

Já ho mám od té doby co začal, když jsem byla před 5 lety ve Španělsku na Erasmu.

**Proč jste začala používat sociální síť Instagram?**

Inspirovala mě jedna italská blogerka, která tuto aplikaci začala používat.

**Jaký je podle vašeho názoru rozdíl mezi označením influencer a instagramer?**

Influencera mám hodně spojeného s Youtuberem. Řekla bych, že ano, že je to něco jiného. Protože já si představuju, že influencer zasahuje do více teritorií, jako je Youtube, blog, Facebook atd. Příkladem je influencer „Nas Daily“, který dělá každý den minutový video o světě o cestování a nenávidí Youtube. Dokázal se však v době nepřejících algoritmů na Facebooku prosadit, má přes 5 milionů sledovatelů na Facebooku. Myslím si, že to nemusí být jen o Instagramu. Ale abych se vrátila k otázce, určitě influencer a instagramer jsou dva odlišní lidi. Dobrý influencer by měl zasahovat do více odvětví, nemusí to do všech. Prostě více komunikačních kanálů. Instagramer se věnuje jen Instagramu – fotky, videa. Někdo třeba exceluje v InstaStories a má plno sledovatelů, protože je třeba vtipný nebo má co říct.

**Za co se považujete vy – influencer nebo instagramer?**

Já se považuji za blogera, i když to v dnešní době už moc lidí neříkají. Popřípadě fotograf.

**Instagram je z jednou nejrychleji rostoucích sítí. Proč si myslíte, že má sociální síť v současné době takový úspěch?**

Rychlost, protože vše jde vidět třeba během 5 sekund, na Instagramu buď fotka zaujme nebo nezaujme a jde se dál. Lidé už nechtějí v dnešní době moc číst. Na jednu stranu je to zkáza, na druhou stranu, člověk nemusí ztrácet čas tím, co ho nezajímá.

**Jaké vidíte propojení mezi influencer marketingem a sociální sítí Instagram?**

Záleží na kvalitě, a co člověk dělá. Musí opravdu zaujmout. Instagram by podle mého názoru měl jít vždy s něčím, třeba Youtube nebo blog. Protože sociální sítě mi přijdou rychlý, styl líbí – nelíbí. Pokud někdo chce něco sdělit, tak by to měl rozšířit na další kanály. Protože podle mě na Instagramu se nedá zahrnout všechno. Když chci o tom, psát nebo dělat video, tak by k tomu měl mít další kanál - pokud chce být dobrý influencer.

**Jakými tématy se na sociálních sítích (zejména na Instagramu) zabýváte?**

Cestování, a zajímám se hodně o hudbu ve formě zážitků – festivaly, koncerty. Teď přemýšlím, že se do toho pustím víc, protože není moc lidí co by psalo o hudbě. I když to moc lidí nezajímá. Někdy bych se chtěla vrátit k módě. Ale vždy vše nějak spojené s cestováním. Hodně se zajímám o pomalé cestování.

**Nahráváte více fotografie do vašeho feedu nebo používáte více Instastories?**

Do feedu. Když cestuju tak více InstaStories. Fotky pak dávám postupně do feedu. Mám teď spoustu fotek z Latinské Ameriky, tak to tam pomalu přidávám.

**Jak důležitý je vizuální obsah?**

Přijde mi, že je to přehlcené, těmi krásnými fotkami z cest, takže si myslím, že lidé hledají také více autentické fotky. Někdy je dobré mít třeba trochu ošklivější feed, ale ukázat, jak to doopravdy vypadá.

Snažím se to samozřejmě dělat tak, aby to nějak vypadalo.

Spíš mi jde o to něco předat, než mít nádherný feed na Instagramu –a lidi mě sledovali kvůli tomu.

**Používáte hashtagy? V jaké míře?**

Používám je, ale méně. Snažím se to střídat. 5-20, záleží na fotce. Snažím se je vybírat, aby dávaly smysl. Snažím se v tom orientovat. Přijde mi, že Instagram je opravdu jako hra. Je to zajímavá aplikace, o kterou se zajímám, a hashtagy jsou součástí. Takže se určitě zajímám – který jsou špatný, který jsou nový apod. Vždy však vše střídmě.

**Plánujete váš obsah na sociální síť Instagram?**

Ano, plánuji. Baví mě to. Instagram je jako hra. Ale nehrotím to. Někdy třeba 2-3 fotky dopředu. Někdy tam chci dát nějakou fotku, tak jim tam dám, i když se zrovna nehodí do toho aktuálního konceptu.

**Kolik času vám práce s Instagramem zabere?**

Někdy mi přijde, že celý den. Ale tak třeba 2-3 hodiny práce.

**Jak pracujete časově s ostatními sociálními sítěmi?**

Na Instagramu víc. Na Facebooku maximálně hodina denně. Začala jsem taky používat Twitter. Ne kvůli mé propagaci, ale líbí se mi, jak je to zacílené, že mi přijde obsah, který mě zajímá. Jako zdroj informací.

**Dokážete popsat vaše fanoušky na Instagramu – jaká cílová skupina vás sleduje?**

Řekla bych, že stejně. Na blogu mám víc Čechy. Nejvíce lidí mi chodí na blog z Facebooku, Pinterestu, a až pak z Instagramu.

**Sledujete trendy a necháváte se ovlivnit danými trendy na Instagramu?**

Vůbec, snažím se tomu vyhýbat, co se týče tvorby. Třeba jednotné obrázky na highlights. Nepoužívám filtry na obličej. Co se týče stylu fotky, tak někdy nějaké typy fotek zkusím. Vůbec neupravuji přes photoshop, jen trošku přes aplikace A Colour Story a PhotoSeed.

**Ovlivňuje podle vašeho názoru Instagram cestovní ruch? Jakým způsobem?**

Hodně ovlivňuje. Je to hlavně u mladší generace. Spíš taky sólo cestovatelé. Taky je to místo, jako zdroj informací, třeba z pohledu bezpečnosti. To třeba hodně využívají holky, když cestují samy. Protože ukáže reálnou situaci, jak to tam opravdu je.

Potom třeba na oblíbený instagramový místo přijede hodně lidí, a zničí to místo, příklad třeba levandulové pole ve Francii.

**Jaké klady a zápory vidíte na sociální síti Instagram?**

Spíše klady, jsem pro sociální síť. Podle mě to sbližuje lidi, lidi jsou více v kontaktu. Jde na něm najít dobré recenze, třeba na knížky. Platí to i o dalších tématech, jako je kosmetika, móda a cestování. Také rychlost, ta je klad i zápor. Umělci to tam mají třeba těžký, protože jejich tvorba je posouzena v krátkém čase. Může to negativně ovlivnit masu lidí, a může se to někdy zneužít.

*Přejít na další okruh tématu spolupráce se značkami*

**SPOLUPRÁCE SE ZNAČKAMI**

**Jak podle vás může „travel influencer“ pomoci značkám?**

Mohou pomoci s propagací. Ale spíš než tou propagací, tak tím, že to ty lidi použijí. Takže influencer ukáže, jakým způsobem to může použít, kde to využít, třeba s hotely nebo aierolinky nebo tour. Třeba v Lisabonu jsem měla hodně nabídek na tour, takže jsem se je mohla vyzkoušet. Pak jsem o tom napsala. Protože teď jich je moc, a některý jsou opravdu otřesný, některé jsou super, že se toho dozvíš hodně. Takže to jsem byla ráda, že jsem mohla vyzkoušet. Takže ten influencer nebo bloger by si to měl vyzkoušet, a pak na konci říct, jak to je. To si myslím, že značce pomůže asi úplně nejvíc. Než aby to někdo poslal a zaplatil. I když je to třeba placený, protože ti influenceři z něčeho žít musí, ale prostě napsat pravdu. Firmy musí počítat i s negativním názorem. Důležitý je to vyzkoušet a napsat o tom.

**Za jak dlouho působení na Instagramu (popřípadě na jiné sociální síti) přišla první spolupráce se značkou?**

Minimálně po roce, co jsem ten blog měla. Jednou třeba za půl roku se mi ozval, že by chtěl placený článek, ale spíš až teď, jak jsem se vrátila z Latinské Ameriky. Takže to bych řekla, že je tak rok a půl.

**Jaká byla motivace z vaší strany spolupracovat se značkami?**

Co se týče cestování, tak cestování zadarmo, to mě motivuje hodně. Peníze (plat), protože lidi potřebují z něčeho žít. I když lidi nadávají ohledně reklamy. Všichni chtějí mít travel blogery a číst je, ale pak je odsoudí, za to, že si travel blogger vezme peníze nebo někam jede zadarmo. Vypadá to taky dobře, když někdo s influencerem spolupracuje. Když je to super firma, a odpovídá to tématu. Někdo má zájem. Možná ti vypadá sobecky, ale bohužel takhle to je. Největší motivace totiž je, když to někdo ocení a má zájem.

**Jaká byla motivace ze strany firmy spolupracovat s vámi?**

Nechávám si záležet na fotkách, aby byly originální, vypadaly jinak, aby se odlišily. Články jsou psané hodně osobně, jak to cítím. Nechci aby to bylo nudný, škrobený. Chci tam vždycky dát svůj vlastní názor. Vybírám si firmy, aby to stálo za to. Taky dvojjazyčnost. I když je občas těžký.

**Jak byla spolupráce se značkou navázaná – z vaší strany či ze strany značky?**

Ze strany značky. Ale když jsem byla v Lisabonu, tak třeba i já jsem kontaktovala jednu tour, o kterou jsem měla zájem. Pak jsem třeba zkoušela psát i hotelům, ale tam to třeba ani jednou nevyšlo. Nabídli mi třeba slevu, ale nakonec jsme se nedohodli.

**První spolupráce byla placená nebo v rámci tzv. barteru?**

První byly placené články, s linkama.

**Kolik procent podle vašeho odhadu spolupráce je placené a kolik je tzv. barter?**

Když bych vzala 10 spoluprací, tak 8 jsou placené, a 2 z toho barter.

**Jaká kritéria jsou pro Vás důležitá pro navázání spolupráce?**

Mělo by to odpovídat tématu mého blogu, a to je cestování a zážitky.

Jsou i výjimky, kdy jsem souhlasila s jinou spoluprací, třeba teď budu spolupracovat se značkou, co dělá šperky. Musím napsat blogový článek. To moc neodpovídá, ale to dělám opravdu výjimečně. Chtěla bych se ale do budoucna věnovat i módě. Takže bych se tomu asi nebránila, víc spolupracovat s módními značkami. Musí to ale odpovídat blogu.



**Spolupracujete s agenturami, nebo přímo se značkami?**

Ne, s agenturami nespolupracuji, jen se značkami. Ale nebráním se tomu. Pokud to tedy dává smysl. Asi to dá i tomu blogu prestiž.

**Spolupracujete jen se značkami zaměřené na cestování?**

Ano, většina je o cestování. S ostatními taky, ale musí to dávat smysl a zapadat do konceptu.

**Spolupracujete jen s českými značkami nebo také se zahraničními značkami?**

Spíše se zahraničními, tak třeba 65%. Zbytek jsou české značky.

**Propagujete na svém účtu nebo se staráte přímo o instagramový účet značky?**

Ne, vždy jen na svém blogu a sociálních sítích.

**Propagujete produkty nebo určitou značku na hlavním feedu Instagramu nebo v Instastories?**

Nepropaguji na Instagramu, jen teď bude spolupráce s Cabin Zero, kdy budu muset dát na feed nějakou fotku. Ale to teprve přijde. Myslím si, že když mám pod 10 000 fanoušků, tak nejsem tím číslem zajímavá, a moc se značky ještě nezajímají- co týče toho Instagramu.

**Dáváte fanouškům (followers) vědět, že se jedná o placený obsah? Proč ano, proč ne?**

Ano, dávám to vědět. Hlavně na Facebooku, na Instagramu zatím ne, tam jsem to nedávala.

**Navazujete krátkodobé nebo dlouhodobé spolupráce? Jaké jsou klady a zápory?**

Zatím to jsou spíše krátkodobé, ale ozvali se mi třeba pak několikrát znovu. Určitě preferuji dlouhodobé spolupráce.

**Můžete uvést příklad úspěšné spolupráce se značkou? Proč ji hodnotíte jako úspěšnou?**

Tím, jak se to rozjíždí, tak ještě nedokážu říct.

**Je vidět rozdíl pokud komunikujete s někým, kdo se influencer marketingem a jeho komunikací přímo zabývá?**

Zatím jsem měla zkušenost, že všichni byli vysoce profesionální, a rozuměli tomu. Nemám zkušenost, že by někdo nevěděl, o čem to je. Zajímal se o mě, minule třeba jsme se i psali o věcech, co mě baví, takže bylo vidět, že si toho o mě dost načetli. Zatím nemám špatnou zkušenost.

**Co by vás odradilo od spolupráce?**

Asi to, kdyby mě oslovili, a nevěděli, která bije. Že by třeba něco nabídli a nevěděli, která jsem. A prostě poslali hromadný email.

**Myslíte si, že čím více spoluprací se značkami influencer má, tím je úspěšnější a získá více dalších spoluprací s dalšími značkami?**

Co jsem zatím tak viděla, tak mi přijde, že ano. Nedokážu však přesně říct. Jak to ale vidím u sebe, když teď spolupracuju s více značkami, tak se mi firmy ozývají více.

**Pokud je práce placená, jakým způsobem finančně ohodnocujete svoji práci, př. za jednotlivé příspěvky nebo nějakým paušálem?**

Paušály se firmám moc nelíbí, spíše se to účtuje za příspěvky. Když ta chtějí vložit link nebo odkaz. Vždycky se k tomu napíše nějaký text. Musí to samozřejmě dávat smysl do toho článku. Jsou nabídky ze zahraničí, ale teď už mám i nějaký český. Cenově články s odkazy ze zahraničí se pohybují od 2000-3000Kč. Tuto cenu mi nabídla firma. Tu nabídku jsem přijala. U českých značek a firem je to méně, třeba 500Kč- 1500Kč, a to je maximum. Teď momentálně jednáme o jednom článku, který bude komplexní, a tam je možné, že se domluvíme na ceně 4 000Kč. Je to ale celý článek, jenom pro jejich účely.

**Snažíte se vyjednávat cenu?**

Ze zahraničí mi napsali cenu sami, a ty první nabídky, jsem se nijak nesnažila vyjednávat. Přišlo mi to fér. Samozřejmě jsem si o tom zjistila, jak se to momentálně pohybuje cenově. A přišlo mi to, jako fajn nabídka. Jinak co se týče, těch českých, to jsem i diskutovala s ostatníma blogerkama, že by se ty laťky v Česku měly nasazovat víc, aby z nás nedělali blbce. Takže jsem si řekla o více peněz, a zatím s tím byli v pohodě. Někdy třeba chtějí za tu částku navýšit odkazy, ale nesnaží se tu cenu snižovat. Je to hodně o nasazení laťky, jak si ji blogeři nasadí. Hodně to taky řekne o té firmě... když se snaží třeba snižovat tu cenu.

**Můžete prosím uvést v jakých částkách (rozmezí) v českých korunách se pohybuje propagace na Instagramu – zaplacení práce influencera?**

Za Instagram mě ještě nikdo nekontaktoval. Jedině ta nová spolupráce s Cabin Zero, tak ty nechtějí příspěvek na blogu, ale jen na Instagramu. Chtějí vysoce kvalitní fotku na Instagram. A je to za zavazadlo, takže barter. Jinak všechny, co mě kontaktují, a jsou placený, tak jsou spojený s blogem.

**Jaké je platové ohodnocení v porovnání se zahraničím?**

Ano, ale myslím si, že by se to do budoucna mohlo srovnat. Hodně dělá to, že jsme malá země uprostřed Evropy. Neviděla bych to tak dramaticky, že se platí méně. Musíme brát v potaz, jaká jsme země.

**Je spolupráce mezi influencerem a značkou nějak podchycena právní smlouvou?**

Ano, většinou je podchycena smlouvou. Je to o tom, že se písemně napíše, že: tam článek zůstane, link tam zůstane a jaká finanční částka, bude za to udělena.

*Přejít na další okruh*

**UZAVŘENÍ ROZHOVORU**

**Jak vidíte budoucnost influencerů a influencer marketingu?**

Když si influenceri nastaví laťku, a nebudou se podceňovat, ale taky to nepřehánět, tak si myslím, že by to mohlo jít dobře. Důležitý je, jak se se lidi k tomu postaví. Myslím, ale že to půjde dobře, ale bude to ještě trvat.

**Jak vidíte sociální platform Instagram do budoucna?**

Když to nebudou kazit s algoritmy, a nebudou je stále měnit, a dají to dohromady, aby to prostě fungovalo, tak si myslím, že to nemusí být špatný. Podle mě přijde nová aplikace, protože lidi toho začínají mít plné zuby – jen Facebook a Instagram.

Facebook třeba teď hodně upadá.

**Je něco, co byste ještě rád zmínil(a)?**

Myslím si, že každý by to měl brát s klidem, lidé se musí naučit aplikaci Instagramu ovládat a nenechat se ovládat jí. Lidi by měli pochopit, že tvořit obsah je práce, že není na tom nic špatného, když někdo dostane za to zaplacené, protože každý se živit nějak musí. Je to další odvětví, jak se lidi živí.

*Děkuji mockrát za Váš pro rozhovor pro diplomovou práci.*