

---

# Digitální sdílení jídla: motivace a praxe sdílení v Česku

ALENA RÝPAROVÁ

---

Masarykova univerzita, Přírodovědecká fakulta, Geografický ústav, Brno, Česko (Masaryk University, Faculty of Science, Department of Geography, Brno, Czechia); e-mail: 356484@mail.muni.cz

**ABSTRACT Digital food sharing: motivation and practice of sharing in Czechia** – The article focuses on the topic of sharing food using digital platforms (websites, social media, mobile applications). These activities have been on the rise in Czechia since 2015 and are, therefore, a new and dynamic phenomenon. Digital sharing can make a significant contribution to reducing food waste and making the most of existing resources. First, we will briefly introduce the initiatives in Czechia and then we will focus on those for which the digital form is crucial. Based on semi-structured interviews with the organizers of selected sharing platforms, we will answer what motivations people in Czechia must have to establish these initiatives. We will also show that there is a difference in approach to the topic of food waste and sustainable food consumption between initiators and platform users. While the organizers are usually strongly aware of the need to address the environmental problem of waste, users show so-called quiet sustainability, where they act in an environmentally friendly way without their primary motivation.

**KEY WORDS** digital platforms – food waste – sustainable food consumption – quiet sustainability – semi-structured interviews

---

RÝPAROVÁ, A. (2021): Digitální sdílení jídla: motivace a praxe sdílení v Česku. *Geografie*, 126, 3, 263–287.

<https://doi.org/10.37040/geografie2021126030263>

Do redakce došlo v březnu 2021, přijato do tisku v září 2021.

© Česká geografická společnost, z. s., 2021

## 1. Úvod

Vývoj člověka závisí na rozsáhlém sdílení jídla, které se odehrává uvnitř rodin i mezi nimi (Gurven, Jaeggi 2015). Sdílení je běžné ve všech kulturních a historických kontextech, ale mění se způsob, jakým redistribuce jídla probíhá (Harvey et al. 2020). V současnosti narůstá využití digitálních technologií, které se uplatňují i v různých stádiích produkce, distribuce či kultury spojené s jídlem a jeho spotřebou (Khot a kol. 2017; Lewis, Phillipov 2018; Lewis 2018; Davies a kol. 2017a a 2019; Harvey a kol. 2020, Schneider, Eli 2021). V tomto textu se zaměřím na téma digitálního sdílení jídla jako na novou formu, kterou sdílení jídla probíhá.

Digitálním sdílením jídla budou myšleny aktivity, kdy jsou informační a komunikační technologie (weby, sociální sítě, mobilní aplikace aj.) použity, aby zprostředkovaly získání samotného jídla či např. semínek/roślin, ze kterých je možno jídlo vypěstovat. Sdílení znalostí a dovedností, které se týkají pěstování či úpravy jídla, sdílení půdy k pěstování plodin apod. jsou rovněž některými autory (Davies a kol. 2017a, Harvey a kol. 2014) zahrnuty do tématu digitálního sdílení jídla, avšak v tomto textu se jim vyhnu z důvodu koncentrace pozornosti na sdílení samotného jídla.

Význam digitálního sdílení jídla spočívá v tom, že informační a komunikační technologie umožňují propojit lidi, kteří by se jinak nespojili (Harvey a kol. 2020) a tito lidé poté mohou mezi sebou sdílet a využívat již existující zdroje bez nutnosti výroby dalších produktů. Toto sdílení má velký potenciál přispět k omezení plýtvání jídlem a umožňuje lidem zodpovědné zacházení s jídlem vzhledem k životnímu prostředí (Jaeger-Erben a kol. 2015, Vivero-Pol 2017, Davies a kol. 2017a a 2019, Curtis, Lehner 2019, Harvey a kol. 2020, Oncini a kol. 2020 atd.). Podle Davies a kol. (2017a) představuje sdílení jídla mimo rodinu a domácnost živou laboratoř, ve které můžeme pozorovat a zkoumat různá hlediska udržitelné spotřeby jídla.

V zahraničí pozorujeme nárůst iniciativ digitálního sdílení jídla po roce 2008, kdy došlo k rozvoji informačních a komunikačních technologií, rozšíření chytrých mobilů atd. a zároveň došlo k ekonomické krizi, která vyvolala potřebu i touhu lidí po změně ekonomického systému i větší odpovědnosti vůči životnímu prostředí (Botsman, Rogers 2011). Dle údajů na webových stránkách českých iniciativ můžeme stanovit počátek rozvoje platform v Česku především od roku 2015, přičemž výrazný nárůst probíhá až v posledních několika letech. Můžeme tedy předpokládat, že motivací pro založení platform budou jiné důvody než přímá reakce na ekonomickou krizi. Vliv může mít sílící environmentální uvědomění lidí, inspirace ze zahraničí i rozšíření využití informačních a komunikačních technologií. Některé iniciativy, které fungovaly již před rokem 2015, nově začlenily digitální prvky.

Následující text bude zaměřen na motivace pro vznik platform digitálního sdílení jídla v Česku. Důvodem pro zúžení tématu jen na jeden stát je poměrně

velká variabilita v cílech, fungování a podobách digitálního sdílení jídla v různých státech, jak ukázaly předchozí výzkumy (Davies a kol. 2017a a 2019; Oncini a kol. 2020; Harvey a kol. 2020).

Poznání, jaké motivace stojí za vznikem iniciativy, a jak platforma funguje v praxi, mohou ukázat, jakým způsobem iniciativa naplňuje transformační potenciál směrem k udržitelné spotřebě jídla. Cílem textu je zodpovědět následující otázky a přispět tak k hlubšímu porozumění digitálnímu sdílení jídla v Česku z perspektivy samotných aktérů:

1. Jaké motivace stojí za vznikem českých platform digitálního sdílení jídla? Kromě rozvoje informačních a komunikačních technologií se jako počáteční impulz pro digitalizaci sdílení jídla uvádí ekonomická krize z roku 2008, která vedla k přemýšlení o ekonomických alternativách, ale také se zvýšil tlak na udržitelný rozvoj. U českých platform, které se ve větším množství objevují až po roce 2015, však můžeme předpokládat jinou motivaci, než je překonání ekonomické krize.
2. Jaký vztah mají platformy digitálního sdílení k udržitelné spotřebě jídla? Jestliže se mezi akademiky (např. Harvey a kol. 2014, Micheli a kol. 2018, Davies a kol. 2017a) diskutuje digitální sdílení jídla jako jedna z cest k udržitelné spotřebě, je vhodné zjistit, jak se k této otázce staví sami iniciátoři a uživatelé daných platform. Je téma udržitelné spotřeby pro iniciátory platform stěžejním motivem pro provoz platformy a pro uživatele důvodem, proč se do sdílení jídla zapojit nebo je toto téma na okraji jejich pozornosti a můžeme tak mluvit jen o tzv. tiché udržitelnosti (Smith, Jehlička 2013)? Podle Özkaya a kol. (2021) a Mazzucchelli a kol. (2021) patří povědomí lidí o problému plýtvání potravinami k stěžejním faktorům, který je motivuje k udržitelnému nakládání s jídlem.

Dalším přínosem textu je souhrnný přehled platform digitálního sdílení v Česku a jejich základní kategorizace, což může sloužit jako odrazový můstek dalším výzkumům.

Nejprve bude představen teoretický rámec práce a metody výzkumu. Následovat bude souhrn všech platform a jejich kategorizace. Prostřednictvím několika vybraných platform se pak zaměříme na motivace a praxi sdílení jídla ve vztahu k udržitelné spotřebě jídla a zodpovězení výzkumné otázky.

## 2. Teoretická východiska výzkumu

Diskuse o udržitelné produkci a spotřebě jídla je velmi pestrá (viz Reisch a kol. 2013 a Vermeir a kol. 2020) a zahrnuje využívání sezónních plodin, nákup lokálních produktů, podporu ekologického zemědělství / biopotravin, různé typy

redistribuce potravin a mnohé další. Hledání jiných, environmentálně šetrnějších, způsobů produkce, distribuce a spotřeby jídla vychází z poznání, že konvenční zemědělství a potravinářský průmysl přispívají ke klimatické změně, ztrátě biodiverzity, degradaci půdy atd. (Sovová 2020). Téma udržitelného jídla v sobě obsahuje i sociální dimenzi. Korporátní kontrola výrobního a distribučního řetězce prohlubuje ekonomické a sociální nerovnosti v přístupu k jídlu z hlediska jeho kvality a dostupnosti (Jehlička a kol. 2020).

Zvyšující se povědomí a zájem lidí o životní prostředí a udržitelný způsob života vede k rozvoji různých typů alternativních potravinových sítí (Spilková 2016), které se snaží o změnu k větší udržitelnosti jídla. Obecně tyto sítě zkracují toky mezi producentem a spotřebitelem a propojují lidi, pro které je důležitý aspekt morálky ve spotřebě, s výrobci, kteří chtějí produkovat jídlo jinak, než diktuje současná tržní logika (Sovová 2020). Udržitelné chování ve vztahu k jídlu však nemusí být důsledkem pouze explicitního environmentálního a sociálního uvědomění (Jehlička a kol. 2020). Koncept tzv. tiché udržitelnosti upozorňuje na lidi, jejichž jednání je v souladu s principy udržitelnosti, přestože se sami vědomě k udržitelnosti nehlásí. Za tiše udržitelné praktiky můžeme považovat každodenní činnosti spojené se sdílením, opravami, darováním, ve vztahu k jídlu se může jednat např. o zahrádkaření atd. (Smith, Jehlička 2013).

Sdílení jídla je jedna z cest k udržitelné spotřebě. Řeší především problém plýtvání jídlem a snaží se omezit potravinový odpad. Odpad a plýtvání jídlem jsou dnes považovány nejen za ekonomický a environmentální problém, ale i problém etický (Harvey a kol. 2020). Micheliní a kol. (2018) upozorňují, že v rozvinutých státech dochází k plýtvání jídlem především na konci řetězce, tedy v distribuci, obchodech či v domácnostech spotřebitelů. Příčinou může být přílišné nakupování, nadměrné zásobení obchodů, likvidace jídla na základě estetických norem apod. Podle Mullicka a kol. (2021) je komplexnost příčin plýtvání v domácnostech jedním z důvodů, proč je náročné vytvořit úspěšnou strategii, jak tento potravinový odpad redukovat. Přitom omezením potravinového odpadu na konci distribučního a spotřebního řetězce přispějeme k omezení plýtvání přírodními i lidskými zdroji ve všech fázích výroby a spotřeby jídla.

Platformy digitálního sdílení mohou radikálně změnit cyklus oběhu komodit od produkce po spotřebu a snížit množství potravinového odpadu (Harvey a kol. 2020). Lineární dodavatelský řetězec se díky platformám sdílení mění v síť aktérů se specifickými hodnotami a chováním (Harvey a kol. 2020). Mnozí lidé by rádi podporovali environmentálně šetrné jídlo, ale reálně to nedělají (Vermeir a kol. 2020). Online platformy mohou zjednodušit přístup spotřebitelů k udržitelnému a environmentálně šetrnému jídlu. Sníží se nejen odpad ale také nutnost vyrábět další produkty. Podle Mazzucchelli et al. (2021) přispívají platformy pro sdílení jídla také sociálnímu začlenění a zapojení komunity. Mezi další přínosy platformem může patřit šíření osvěty o problému potravinového odpadu. Davies et al. (2017a)

varují, že některé platformy mohou environmentální rétoriku (podobně jako rétoriku sdílení) pouze zneužívat jako marketingový tah, protože je nyní mezi lidmi populární.

V širším kontextu rozmanitých ekonomik (Gibson-Graham 2006) můžeme považovat digitální sdílení jídla za jednu z pestré škály možností, jak si opatřit potravu (Cameron, Wright 2014). S podporou informačních a komunikačních technologií lidé získávají více moci v rozhodování o zdrojích potravin a snižují svou závislost na komerční zemědělské velkovýrobě a globalizovaném obchodu s potravinami. Toto převzetí moci může být z pozice uživatele platformy sdílení reflektované i nereflektované. Uživatel jde cíleně za chtěným produktem (čerstvé, zdravé, levné aj.) a využívá možnosti analogového i digitálního světa, které mu umožňují si vybrat mezi tržní směnou, barterem, sběrem, sdílením, dary, pěstováním aj.

Rozvoj různých typů platformy sdílení je vykládán jako nový životní styl či přímo ideové hnutí představující ekonomiku 21. století, která je ale ovlivněna lokálním socioekonomickým a kulturním kontextem (Gyimóthy 2017, Harvey a kol. 2020). Pro některé uživatele platformy sdílení se jedná o programové anti-konzumenství, kdy své materiální potřeby zabezpečují jinak než nákupem nových věcí v obchodech (Harvey a kol. 2014, Rýparová 2020). Ede (2014) či Davies a kol. (2017b) zdůrazňují transformační potenciál sdílení. Zatímco transakční aktivity jsou většinou orientované na zisk a efektivnost ve stávajících systémech, transformační aktivity sdílení se snaží změnit mocenské a sociální vztahy v procesu sdílení (Ede 2014). Platformy digitálního sdílení jídla mohou být transakčními ale také transformačními aktivitami. Záleží, jak je jejich iniciátoři vytvoří a jakým způsobem je lidé budou využívat. Autoři jako Gyimóthy (2017) ovšem varují před příliš optimistickým až naivním předpokladem, že digitální sdílení znamená radikální společenskou transformaci od neoliberálního kapitalismu k úzce propojené místní komunitě, která je environmentálně uvědomělá a sociálně spravedlivá. Digitální platformy sdílení mohou kombinovat kapitalistickou tržní logiku se sociálním kapitálem a hodnotami spolupráce (Gyimóthy 2017).

V odborné literatuře (Harvey a kol. 2014, Michelini a kol. 2018) se setkáváme s dělením platformy sdílení na ziskově orientované (převážně B2C = *business to consumer model*) a neziskové, u kterých je výrazné prosociální, dobročinné či komunitní zaměření. Neziskové sdílení může mít podobu dobročinné aktivity (B2CH = *business to charity*, jídlo předáváno dobročinným organizacím, které jej dále distribuují potřebným lidem) nebo se jedná o komunitní (P2P = *person to person*) model a jídlo je sdíleno mezi uživateli platformy. Komunitní sdílení, jehož hlavním cílem je propojování lidí a podpora sociálních sítí v rámci komunity, je jedním z nejpobulárnějších modelů sdílení potravin (Michelini a kol. 2018, Mazzucchelli a kol. 2021). Podle Mullicka a kol. (2021) mají větší šanci, že se udrží v provozu, ziskově orientované platformy. Díky zisku mohou iniciátoři

tyto platformy lépe rozvíjet. Silná motivace a vědomí užitečnosti platformy jsou důležitými faktory při provozu neziskových platform, které stojí na grantech či dobrovolnictví (Rýparová 2020).

### 3. Metody a data

Platformami digitálního sdílení jsou v tomto textu myšleny weby, skupiny na sociálních sítích (Facebook, Instagram, Twitter aj.) či mobilní aplikace, které umožňují darování, výměnu či netržní prodej jídla nebo informují, kde je možné v přírodě volně nasbírat ovoce, houby, bylinky aj. Zde narážíme na obecný problém s nejednotnou definicí sdílení a toho, zda do něj patří i dary, výměna (barter) a směna. Dary jsou některými autory (Belk 2007) považovány za odlišnou aktivitu od sdílení. Nicméně specifická povaha jídla, kdy produkty lze konzumovat jen jednou, přibližuje sdílení jídla darům především z hlediska transferu vlastnictví (Harvey a kol. 2014). Platformy digitálního sdílení jídla je obtížné jednoznačně odlišit od platform tržně orientovaných (v českém prostředí např. Dámejídlo.cz, Rohlík.cz aj.). Některé ze zkoumaných platform totiž využívají k prodeji svých produktů i zemědělci či restaurace, obchody apod. Jako důležitý faktor pro vymezení sledovaného okruhu platform budu brát to, že platforma umožňuje i jiné formy distribuce než jen prodej a jedná se o prodej přebytků jídla za sníženou cenu či *peer-to-peer* občasný prodej mezi koncovými uživateli.

Jako platformu digitálního sdílení jsem si definovala takovou iniciativu, která splňuje následující:

- a) jejím cílem je využití jinak nevyužitých zdrojů
- b) z hlediska vztahu k zisku může být ziskově orientovaná, dobročinná či neziskově/komunitně orientovaná (dle Michelini a kol. 2018)
- c) z hlediska typu transferu umožňuje různé formy sběru, darování, výměny (barteru) či směny (dle Davies a kol. 2017b), v případě peněžní směny se však jedná o specifickou formu (např. prodej přebytků z restaurace za sníženou cenu, občasný *peer-to-peer* prodej apod.)
- d) a využívá ke svému fungování digitální technologie jako jsou webové stránky, profily či skupiny na sociálních sítích (Facebook, Twitter, Instagram aj.) nebo mobilní aplikaci. Tyto informační a komunikační technologie mohou být využity pro propagaci iniciativy, pro osvětovou činnost související se sdílením jídla, či přímo pro komunikaci mezi uživateli a domlouvání např. předání samotných potravin apod.

Na základě průzkumu internetu či osobní znalosti iniciativy jsem v průběhu roku 2020 v Česku bylo identifikováno dvacet dva platform, které splňují výše uvedené kritéria. Toto číslo ovšem nemusí být konečné, jelikož je vysoká pravděpodobnost,



že se mi nepodařilo odhalit všechny skupiny na Facebooku, které umožňují sdílet jídlo. Důvodem může být jejich pojmenování, které neobsahuje klíčová slova jako „sdílení“ „jídlo zdarma“ „nabízím potraviny“ apod. V rámci rozhovorů s iniciátory platformem jsem položila také otázku, zda komunikační partneři znají nějaké další platformy pro sdílení jídla. Metoda sněhové koule však nepřinesla žádné nové poznatky. Třináct platformem vzniklo v letech 2015–2018. Můžeme tedy říct, že se v českém prostředí jedná o velmi aktuální a také dynamický fenomén. Bližší charakteristiku a kategorizaci platformem provedu v následující kapitole. Některé iniciativy působí ve více lokalitách jako samostatné odnože (paběrkování, potravinové banky, *Food not Bombs*, veřejné lednice, semínkovny), pro účely článku, s nimi budu pracovat, jako by se jednalo o jedinou platformu.

Každá iniciativa, která byla identifikována, používá nějaké online médium, ať už web či stránku na sociálních sítích, ke své propagaci a informování lidí o své činnosti. Proto byly pro účely vlastního výzkumu vybrány ty iniciativy, u kterých je jejich digitální forma sěžejní. U posouzení významu digitální formy pro existenci dané činnosti, kterou platforma nabízí, jsme se řídili následujícími hledisky: vyloučeny byly platformy, které informují o možnosti sběru ovoce aj. ve volné přírodě, *dumpster divingu* (český emický název „kontění“ viz Plojharová 2015), nebo se jejich činnost odehrává primárně ve fyzickém prostoru (veřejné lednice, potravinové banky, *Food not Bombs* (český ekvivalent Jídlo místo zbraní), semínkovny aj.). Digitální forma je esenciální především pro iniciativy: Pečem Pecem, Sdílení jídla Praha / Food sharing Prague, Sousedova zahrada, Přes Plot, Z vaší zahrádky, DishYgo, Gengel, Livali, Nesněženo a Jídlov. Jejich hlavní funkcí je propojení uživatelů v online prostoru, kteří by se jinak nesetkali a nedošlo by tak k předání jídla.

Z metodického hlediska byly využity semistrukturované rozhovory s představiteli platformem a jejich uživateli. Rozhovorů s organizátory se uskutečnilo celkem pět. S komunikačními partnery (Přes plot, Sousedova zahrada, Livali, Jídlov, DishYgo) jsme hovořili v období od září 2020 do ledna 2021. Každý z rozhovorů trval cca hodinu, některé byly provedeny při osobním setkání, jiné prostřednictvím online platformem (Zoom, MS Teams aj.). Online formou jsme se dále spojili s deseti uživateli zkoumaných platformem (především Sousedova zahrada a Livali). Pro rozhovory byli vybráni komunikační partneři z aktivně využívaných a prostorově rozšířenějších platformem.

Rozhovory byly se souhlasem komunikačních partnerů nahrávány a poté byl proveden přepis rozhovorů, se kterým jsme dále pracovali v programu Atlas.ti. Pomocí tohoto programu byla provedena jednoduchá analýza textu na základě otevřeného kódování. Pomocí tohoto postupu jsme ve výpovědích komunikačních partnerů hledali témata, která se vztahují k výzkumným otázkám. Všimli jsme si tedy především výroků, které se vztahovaly k motivacím či udržitelné spotřebě, plýtvání atd. Metoda otevřeného kódování byla zvolena především proto,

že umožňuje postupné zpřesňování identifikovaných témat a vede výzkumníka k opakované a detailnější práci s daty (Hendl 2005). Prostřednictvím Atlasu.ti bylo poté možné snadno srovnávat, jak o stejném tématu mluví různí komunikační partneři.

Komunikační partneři z řad organizátorů udělili souhlas se zveřejněním jejich jména ve spojitosti s názvem platformy. Vzhledem k tomu, že stejný souhlas nemáme i pro použití jmen uživatelů platform, rozhodli jsme se používat obecné označení organizátor/uživatel a název platformy.

Pro zhodnocení fungování širšího spektra iniciativ, a pro vytvoření jejich kategorizace (viz tab. 2), byl využit také předchozí výzkum (Rýparová 2020). V rámci něho byly provedeny rozhovory se zástupci čtyř dalších iniciativ v Česku, a to Paběrkování po Brněnsku, Potravinové banky pro Jihomoravský kraj, Food not Bombs Brno a Veřejné lednice Brno. Kategorizace ostatních platform závisela na studiu dostupných informací na jejich webech, sociálních sítích a v mobilních aplikacích.

#### 4. Platformy digitálního sdílení jídla v Česku

V Česku funguje dvacet dva digitálních platform (údaj platný k roku 2020), které umožňují sdílet jídlo (viz tab. 1). Pro některé iniciativy je využití digitálních technologií esenciální. Jiné by fungovaly i bez nich, protože těžiště jejich práce je ve fyzickém prostoru (např. veřejné lednice). Pravděpodobně by se do nich ale zapojilo méně lidí, jelikož by se pomaleji či nesnadněji šířily informace o aktivitě. Většina iniciativ využívá několik typů komunikačních kanálů zároveň. S tím souvisí také rozdílné role, které jednotlivé digitální technologie hrají v praxi iniciativ.

Webové stránky většinou fungují jako primární zdroj informací o dané iniciativě, jaký je její cíl, a jak se mohou lidé zapojit. V některých případech (např. Přes Plot, Sousedova zahrada, Z vaší zahrádky, DishYgo, Gengel) jsou však stěžejní pro provoz platformy a slouží jako portál s nabídkami plodin či potravin. Sociální sítě (např. Facebook, Instagram, Twitter apod.) mají převážně funkci propagační. Jejich prostřednictvím se iniciátoři platform snaží dostat do povědomí co nejvíce lidem, kteří poté navštíví web či si stáhnou mobilní aplikaci. Na Facebooku však existují i skupiny (např. Sdílení jídla Praha / Food sharing Prague), které jsou zaměřeny na sdílení jídla a lidé zde nabízejí potraviny a rovněž se zde domlouvají na jejich předání. Jako mobilní aplikace fungují Nesněženo, Livali, Jídlov a také Na ovoce. Platforma DishYgo rovněž připravuje svou aplikaci.

Již z názvů jednotlivých platform můžeme vyčíst, že některé jsou silně lokalizované především do velkých měst, jako je Praha, Brno aj. Většina platform (viz tab. 1) však funguje celorepublikově či má dokonce přesah do zahraničí (např. Na ovoce, Falling fruit, Gengel, Pečem pecen aj.). U některých novějších iniciativ se



setkáváme s dosavadním menším rozšířením, co se týče prostorovosti i počtu uživatelů, přestože mají snahu oslovit lidi v celém Česku.

Obecně můžeme konstatovat, že větší hustota počtu platforem i jejich uživatelů je ve větších městech, kde se lépe potkává nabídka a poptávka po sdílení jídla. Z tohoto důvodu cílí platformy, které investovaly peníze do vývoje aplikace, primárně na uživatele ve větších městech. Také platformy, které stojí na dobrovolnické práci mají větší potenciál tyto dobrovolníky získat právě zde. Větší koncentrace platforem ve městech je jedním z důvodů, proč je v jiných výzkumech pozornost soustředěna pouze na platformy ve městech (např. Davies a kol. 2017a).

Na příkladu Česka můžeme ovšem vidět, že digitální sdílení jídla má své místo nejen ve velkých městech, ale ve všech obcích. Především aktivity, které jsou postaveny na sběru plodin z volné přírody nebo na sdílení výpěstků ze zahrad, mají dobrý předpoklad pokrýt rovnoměrně celé Česko. Příkladem mohou být již existující rozsáhlé sítě Na ovoce, Pečem pecen či Z vaší zahrádky, které umožňují sdílet jídlo v obcích všech velikostí napříč Českem. Nicméně i platforma Livali, prostřednictvím jejíž aplikace mohou lidé nabízet doma uvařené jídlo, má registrované uživatele po celém Česku. Můžeme tedy předpokládat, že zájem o sdílení mají lidé jak ve městech, tak v menších obcích, a záleží pouze na faktorech jako je propagace, uživatelská přívětivost platformy aj. (viz Mazzucchelli a kol. 2021), zda se platforma rozšíří či nikoliv.

Pro podrobnější prostorovou analýzu bychom však potřebovali mít více dat o samotných uživateli platforem. V době výzkumu byl do platforem (dle informací iniciátorů či podle údajů na webu / v aplikaci) registrován různý počet uživatelů od stovek až po nižší desítky tisíc. Do sdílení se však všichni nezapojují aktivně, a naopak se mohou zapojit i lidé, kteří se nemusí registrovat (v mnoha platformách je nutná registrace pouze osoby či podniku, který vytváří nabídku). Některé platformy tak nedisponují údaji o tom, kolik uživatelů reálně mají.

Z hlediska demografické charakteristiky uživatelů podle výpovědi komunikačních partnerů z řad iniciátorů převažují spíše lidé mladí a střední generace, kteří jsou zvyklí pracovat s digitálními technologiemi, mají přístup k internetu, vlastní chytrý telefon atd. Více se zapojují ženy, pro které je sdílení, dle názorů komunikačních partnerů, běžné. Jednak se v domácnosti většinou starají o jídlo a stravování a také mají větší zájem o budování sociálních vztahů. Pro detailní sociodemografickou charakteristiku však nejsou k dispozici potřebná data, jelikož ani platformy tyto údaje (věk, pohlaví aj.) nezjišťují. Je zde tedy prostor pro další výzkum, který by tyto mezery ve vědění zaplnil.

Jednoznačná kategorizace platforem (dle Michelini a kol. 2018) na dobročinné sdílení (B2CH = *business to charity*), ziskové sdílení (B2C = *business to consumer*) a komunitní sdílení (P2P = *peer to peer*) je v kontextu českých platforem digitálního sdílení jídla problematická. Některé platformy se řadí do více skupin, protože umožňují jídlo sdílet zdarma i za určitou kompenzaci, běžným uživatelům

Tab. 1 – Přehled platformem digitálního sdílení v Česku

| Název                          | Činnost  | Rok vzniku | Působnost  | Digitální podoba  |
|--------------------------------|--|------------|--|---|
| DishYgo                        | sdílení jídla či potravin z domácností, restaurací, nabídka společného vaření                                      | 2020       | celé Česko, reálně především Praha   | web, připravují mobilní aplikaci, Facebook, Twitter, Instagram, Youtube |
| Dumpster a snad i Freegan Brno | informace o přístupných kontejnerech a domluva společných výprav   | 2014       | Brno   | Facebook  |
| Dumpster freegan Praha         | informace o přístupných kontejnerech a domluva společných výprav   | 2015       | Praha  | Facebook  |
| Falling Fruit                  | mapa výskytu volně přístupných ovocných stromů, keřů, bylin apod. ve městech                                       | 2013       | celosvětová, v Česku především Praha a Brno  | web, Facebook, Twitter, Instagram                                       |
| Food not Bombs                 | vaření a rozdávání jídla z potravin, které obchody/restaurace neprodaly, příp. získané při <i>dumpster divingu</i> | 1980       | celosvětová, v Česku Praha, Karlovy Vary, Česká Lípa, Plzeň, Jihlava, Brno, Kladno, Liberec, Ústí nad Labem, Ostrava, Hradec Králové, Děčín, Olomouc, Pardubice, Prostějov | web, Facebook   |
| Freefood Brno                  | rozdávání jídla zdarma (přebytky z restaurací apod.)   | 2017       | Brno   | Facebook  |
| Gengel                         | uchování starých, krajových a rodinných odrůd, prodej semínek, vzdělávací činnost                                  | 1998       | celé Česko, částečně Slovensko   | web   |
| Houbaření                      | sdílení míst, kde právě rostou houby   | 2008       | celé Česko   | web, Facebook   |
| Jídlov                         | neprodané jídlo z restaurací, pekáren apod. s výraznou slevou  | 2019       | celé Česko, reálně Zlín  | web, mobilní aplikace, Facebook, Instagram                              |
| LiVali                         | sdílení doma uvařeného jídla   | 2020       | celé Česko   | web, mobilní aplikace, Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn           |
| Na houby                       | sdílení míst, kde právě rostou houby   | 2001       | celé Česko   | web   |

| Název   | Činnost   | Rok vzniku  | Působnost   | Digitální podoba  |
|---|---|---|---|---|
| Na ovoce  | mapa výskytu volně přístupných ovocných stromů, keřů, bylin apod., vzdělávací aktivity    | 2015  | celé Česko i zahraničí (především Slovensko)  | web, mobilní aplikace na mapování míst sběru, Facebook, Twitter |
| Nesněženo                                       | neprodané jídlo z restaurací, pekáren apod. s výraznou slevou                             | 2018  | celé Česko (především Praha a Brno)   | web, mobilní aplikace, Facebook, Instagram                      |
| paběrkování (Zachraň jídlo, resp. DobroPolníci) | paběrkování, spolupráce s potravinovými bankami, vzdělávací činnost                       | 2013 (Praha), 2018 (České Budějovice), 2019 (Brno a Litoměřice) | Praha, Litoměřice, České Budějovice, Brno   | web, Facebook   |
| Pečem Peceni                                    | sdílení kvásku  | 2012, obnoveno 2017   | celé Česko  | web, Facebook   |
| potravinové banky                               | distribuce přebytečného zboží ze supermarketů pomáhajícím organizacím, potravinové sbírky | 1992  | celé Česko (každý kraj má svou pobočku, až na výjimky sídlí v krajském městě)   | web, Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube                     |
| Přes Plot                                       | sdílení přebytků ze zahrad, domácího chovu, sběru aj.                                     | 2019  | celé Česko (nejvíce Praha a okolí)  | web, Facebook, Instagram  |
| Sdílení jídla Praha / Food sharing Prague       | sdílení jídla a potravin  | 2017  | Praha   | Facebook  |
| semínkovny                                      | sdílení bio semínek pro vlastní potřebu zahrádkářů, vzdělávací činnost                    | 2015  | celé Česko, několik semínkoven i na Slovensku   | web   |
| Sousedova zahrada                               | sdílení přebytků ze zahrad, domácího chovu, sběru aj.                                     | 2019  | celé Česko (nejvíce Praha, Brno, Olomouc, Ostrava)  | web, Facebook, Instagram  |
| veřejné lednice                                 | sdílení jídla a potravin  | 2015 (České Budějovice, Plzeň – nyní obě mimo provoz)           | Praha, Brno, Ostrava, Pelhřimov, Chrudim, Ústí nad Labem, Litoměřice, Rožnov pod Radhoštěm, Česká Skalice, Frýdlant nad Ostravicí | Facebook  |
| Z vaší zahrádky                                 | sdílení přebytků ze zahrad, malých farem, domácího chovu, sběru aj.                       | 2018  | celé Česko  | web, Facebook, Instagram, Pinterest                             |

**Tab. 2** – Platformy digitálního sdílení v Česku dle formy transferu a modelu propojení aktérů (dle Micheliní a kol. 2018).

|      | Zdarma   |   | Za kompenzaci   |  |
|------|--|---|---|--|
|      | Sběr   | Dary  | Výměna (barter)   | Směna  |
| B2CH | paběrkování  | potravinové banky, Food not Bombs, Freefood Brno, veřejné lednice   | —   | —  |
| B2C  | —  | —   | —   | Sousedova zahrada, Přes Plot, DishYgo, Gengel, Nesněženo, Jídlov, Z vaší zahrádky                                      |
| P2P  | Na ovoce, Falling Fruit, Na houby, Houbaření, Dumpster a snad i Freegan Brno, Dumpster freegan Praha | semínkovny, Pečem Pecen, Sdílení jídla Praha / Food sharing Prague, Sousedova zahrada, Přes Plot, DishYgo, veřejné lednice, Livali, Z vaší zahrádky | semínkovny, Pečem Pecen, Sdílení jídla Praha / Food sharing Prague, Sousedova zahrada, Přes Plot, DishYgo | Pečem Pecen, Sdílení jídla Praha / Food sharing Prague, Sousedova zahrada, Přes Plot, DishYgo, Livali, Z vaší zahrádky |

Pozn.: B2CH – dobročinné sdílení (*business to charity*), B2C – ziskové sdílení (*business to consumer*), P2P – komunitní sdílení (*peer to peer*)

i např. restauracím či farmářům. Nejpestřejší uplatnění různých typů transferu, od sběru po směnu za peníze, se projevuje u *peer-to-peer* platformem (viz tab. 2). Příčinou může být to, že jednotlivci jsou nejméně omezeni byrokratickými úkony a vyhláškami, které mohou s nakládáním s jídlem souviset. Případně se vědomě pohybují v šedé zóně ekonomiky a zákonů.

Mnohé platformy umožňují to, aby se uživatelé (na straně nabídky případně i poptávky) sami rozhodli, zda chtějí jídlo nabízet zdarma či za věcnou nebo finanční kompenzaci. Většinou ale určitý typ transferu u jednotlivých platformem převládá a můžeme tedy platformy rozdělit do tří skupin: sběr, dary a výměna (barter), a směna.

Ke sběru patří především platformy, které sdílejí informace o místech, kde právě rostou houby (Na houby, Houbaření), či lidé přímo značí do mapy, kde jsou volně přístupné ovocné stromy apod. (Na ovoce a mezinárodní platforma Falling Fruit). Jako specifický způsob sběru můžeme označit i tzv. *dumpster diving* (neboli kontěnění), tedy zachraňování požitelného jídla z popelnic, které tam vyhodil supermarket či jiná prodejna (např. z důvodu překročení data minimální trvanlivosti). Této aktivitě se věnují skupiny na Facebooku (Dumpster a snad i Freegan Brno, Dumpster freegan Praha), které mimo jiné radí, kde jsou přístupné kontejnery s potravinami. Další iniciativou je Zachraň jídlo (resp. DobroPolníci, kteří jejich aktivitu v průběhu roku 2020 převzali) s odnožemi Paběrkování po Českobudějovicku, Paběrkování po Litoměřicku a Paběrkování po Brněnsku),

mezi jejíž činnosti patří sběr ovoce a zeleniny na polích a sadech, která nevyhovuje standardům požadovaným v obchodech (křivé, malé plody apod.). Tato zachráněná úroda je poté většinou ve spolupráci s místní potravinovou bankou distribuována do organizací jako např. azylové domy, Charita aj.

Platformy, které jsou postaveny na darech a výměně mohou souviset s dobročinnými organizacemi, ale také fungují na peer-to-peer bázi. Jedná se o potravinové banky, Food not Bombs, Freefood Brno, veřejné lednice, semínkovny a Pečem Pecen. Lidé, kteří prostřednictvím nich sdílejí jídlo, mají pro tuto činnost především altruistické motivace, a nehledají finanční zisk ze sdíleného jídla (viz Rýparová 2020). Formou daru či výměny se sdílejí např. semínka, kvásek či přebytky domácích potravin (Pečem pecen, veřejné lednice, semínkovny) nebo přebytky z restaurací, pekáren aj. (Freefood Brno). Specifikem jsou aktivity Food not Bombs, kteří získávají jídlo od restaurací, obchodů či prostřednictvím dumpster divingu a vaří z něj polévku, kterou rozdávají zdarma na ulici potřebným lidem.

Zpoplatněné sdílení jídla poskytuje lidem přivýdělek za přebytky ze zahrádky či nasbírané houby a bylinky (Sousedova zahrada, Přes plot, Z vaší zahrádky, DishYgo), podporuje uchování a rozmnožení semínek lokálních odrůd (Gengel) nebo se zužitkovává domácí jídlo a přebytky potravin (Sdílení jídla Praha/Food sharing Prague, DishYgo, Livali). Tři iniciativy umožňují prodej přebytků restaurací či jiných prodejen potravin, a to za sníženou cenu (DishYgo, Nesněženo, Jídlov). Přestože se jedná o platformy, kde převažuje prodej, neznamená to automaticky, že motivací lidí je finanční zisk. Může se jednat o pokrytí nákladů za uvařené jídlo, zmenšení ztrát za neprodané jídlo apod. Více se tomuto tématu budu věnovat v následující kapitole Výsledky, kde se zaměřím na motivace ke sdílení.

## **5. Výsledky: Motivace a praxe sdílení jídla ve vztahu k udržitelné spotřebě z pohledu iniciátorů a uživatelů platform**

V následujících podkapitolách bude uvedena motivace, které vedly iniciátory platform k jejich založení. Specificky se zaměřím na pozici udržitelné spotřeby v rámci těchto motivací. Dále představím pohled samotných uživatelů, jaké důvody mají oni k zapojení do platform a zda u nich téma udržitelné spotřeby hraje nějakou roli.

### *5.1. Motivace pro založení platform*

Základním stavebním kamenem a hlavní motivací iniciátorů všech zkoumaných platform (DishYgo, Jídlov, Livali, PřesPlot, Sousedova zahrada) je snaha o zužitkování již existujících zdrojů, omezení plýtvání jídlem a propojení lidí, kteří mohou

vzájemně jídlo sdílet a spotřebovávat. Prvním impulzem, který vedl komunikační partnery k založení platformy, byla zkušenost z vlastního života. Zakladatelé Sousedovy zahrady a PřesPlotu se potýkali s přebytky výpěstků a rostlin z vlastní zahrady, které nemohli udat v rodině ani mezi sousedy. Iničiátoři DishYgo a Jídlova pozorovali problém s plýtváním jídlem ve vlastní domácnosti nebo v obchodech ve svém okolí. Zakladatel Livali („lidé vaří lidem“) využíval služby sdílené ekonomiky a přemýšlel, jaké další činnosti pro sebe lidé mohou vykonávat.

*„... říkal jsem si, že už lidi ubytovávají lidi, to bylo to Airbnb, lidi vozí lidi, to byl Uber, a co by ještě lidi pro sebe mohli takhle dělat, aby to bylo nějaké prospěšné, aby to byla dobrá myšlenka a napadlo mě tehdy to vaření...“* (organizátor Livali)

Jelikož všechny platformy vznikly v podobném časovém horizontu (mezi lety 2015–2018), ve svých počátcích se nemohly inspirovat jinou českou online platformou, která by umožňovala sdílet jídlo. V některých případech komunikační partneři znali zahraniční platformy s podobným zaměřením (např. dánské Too Good To Go, britské OLIO). O to větší motivaci měli pro založení vlastní platformy, jelikož viděli, že v Česku taková služba chybí.

*„... mně přišlo líto to hodit na kompost nebo vyhodit úplně, tak jsem hledala, jestli existuje něco takového, kde bych mohla sdílet rostliny. To ještě swapy jako jsou dneska nebyly úplně tak populární, tak jsme hledali a nenašli jsme. Tak jsem říkala, že by bylo fajn něco takového udělat.“* (organizátorka PřesPlot)

Značná diverzita se projevuje ve formě fungování jednotlivých platform z hlediska toho, zda svým organizátorům přináší zisk či se jedná o neziskový projekt, do kterého organizátoři investují vlastní prostředky. Byznysový potenciál platformy využili komunikační partneři z Jídlova a Livali. Aplikace, které vyvinuli, jim generují či v budoucnu budou generovat finanční zisk. Podle jejich výpovědí je naplňuje, že mohou pracovat na něčem, co má dobrý účel, je smysluplné, a navíc je to schopné si vydělat na provoz a další rozvoj. Ekonomická stránka provozu platformy může být tedy další motivací iničiátorů. Pro jiné komunikační partnery je provoz platformy formou charitativního projektu (DishYgo) nebo se jedná o komunitní web (Sousedova zahrada, PřesPlot). Iničiátoři těchto neziskových platform si však uvědomují, že vzhledem k tomu, že péči o danou platformu nemohou věnovat více času, energie a mnohdy ani financí, platforma se rozvíjí pomalu a nenaplňuje svůj potenciál dle jejich představ.

Další motivací, resp. benefitem platformy, kterou iničiátoři zmiňovali je podpora sociálních vztahů mezi sousedy i cizími lidmi, kteří se potkají díky sdílení jídla. Přestože si uvědomovali, že tento kontakt bývá často jen jednorázový a mnozí lidé se obávají pozvat si někoho k sobě domů, je zde možnost, aby se prostřednictvím platformy vybudovaly pravidelnější kontakty nebo se alespoň lidé více zajímali o své sousedství.

*„... což já momentálně vidím taky jako problém, že hodně lidí se ani nepozdraví v domě a nic, takhle tímhle způsobem se můžou lidi trochu víc socializovat... máme tady jednu*



paní, co si udělala takhle kamarády, nebo socializovala se s ostatními, že oni k ní občas přijdou, protože jí občas takhle něco zbyde nebo z chaty přiveze atd. a je to takové to, že nepracujeme s korporátem, kde máme nějaké zaměstnance a ti nám dají nějaké zboží, ale je to takové to jeden na jednoho... to že si u toho řekneme pár slov, je to takové přímé.“ (organizátor Livali)

„... k nám pár lidí přijelo i ze sousedních vesnic nebo i z naší vesnice, že je tam i ten sociální přesah, že poznáte ty lidi z okolí, na druhou stranu to je taková jednorázová akce, že to není úplně, že bych psala – tady mám moc rajčat, nechcete rajčata – paní, která u mě byla před půl rokem, to ne.“ (organizátorka PřesPlot)

S tím souvisí také potenciál platform pro využití lidmi ve finanční nouzi. Více komunikačních partnerů zmiňovalo, že díky platformám mohou tito lidé vyřešit své stravování levnějším způsobem. Zároveň však zkoumané platformy explicitně neslouží jako dobročinné organizace, které se starají o bezdomovce apod. Péči o ty nejchudší nechávají na jiné a sami se zaměřují především na běžnou populaci, protože tu chtějí nejvíce zapojit do omezení potravinového odpadu.

„... a oni tam řešili, že ale ten bezdomovec nemá přístup k internetu, že si to nemůže objednat a já jsem jí říkal, ale to nebylo myšleno primárně pro bezdomovce... pro ty jsou Armáda spásy, potravinové banky atd. ... a tohle bylo myšleno pro běžné lidi, kteří jenom nechtějí plýtvat jídlem, a když jim něco zbude nějaký přebytek, tak aby to tam dali. Jako chápu, že bezdomovec nemá připojení k internetu, aby tam mohl... ale to jsem jim chtěl vyvrátit, že to nebylo myšleno pro bezdomovce nebo lidi co nemají internet, ale pro běžnou populaci... půjdu domů, kouknu na mapu, aha soused, co tady má... hrušky, tak jo... no takové sdílení jídla.“ (organizátor DishYgo)

## 5.2. Téma udržitelné spotřeby z pohledu iniciátorů platform

Podle komunikačních partnerů je zbytečné vyhazování potravin velkým problémem, který si nutně žádá řešení. Prostřednictvím svých platform se snaží na tento problém upozornit, přimět lidi k zamyšlení a zároveň jim nabízí i možnost, aby nadbytečné potraviny sdíleli s druhými či si sami vzali nebo koupili takto nabízené jídlo. Některé platformy dávají důraz na environmentální stránku problému plýtvání jídlem (Jídlov, DishYgo), jiné péči o planetu spojují s odklonem od konzumního chování (Livali), další vyzdvihují význam využívání lokálních zdrojů (Sousedova zahrada, PřesPlot). Mnohdy se však jednotlivé důrazy v platformách prolínají v závislosti na osobním hodnotovém nastavení a zkušenostech organizátorů.

„... obecně ta naše motivace, když to vezmu velmi hluboce, tak se jedná o environmentální problém. A těch máme mnoho. Osobně si myslíme, že si zaslouží mnohem větší pozornost. My konkrétně jsme si zvolili ten problém toho plýtvání jídla, protože jsme si mysleli, že to je nedotčené téma v našich končinách a je to něco, s čím se setkáváme my osobně každý den...“ (organizátor Jídlov)

„... vlastně ta prvotní myšlenka toho projektu byla... nebo je pořád, i když ona žije už svým životem... zabránit aspoň kapkou tím plýtváním jídlem, co se prostě děje nejen tady v Evropě, ale ve světě celkově. A vlastně ten prvotní impulz byla situace, kdy já sám vím, kolik toho doma vyhazujeme z lednice...“ (organizátor DishYgo)

„Ono to začíná být už takový trend pár let, že nás začínají učit přemýšlet trochu jinak, už to není jak dřív o té kapitalistické... jako že potřebuješ dům, potřebuješ tohleto, je to spíš opravdu, Země nám něco dává, tak pojďme se o ni taky trošičku starat, protože si hodně bereme a tohle si myslím, že je hezký trend, je to správný trend.“ (organizátor Livali)

Svůj postoj k udržitelné spotřebě jídla a omezení potravinového odpadu iniciátoři potvrzují také osvětovou činností, kdy informují své uživatele o problému plýtvání, radí s daty trvanlivosti potravin (např. Jídlov či DishYgo na svém blogu) či sdílí příspěvky jiných s podobnou tematikou na sociálních sítích. Livali nabízí kompostovatelné gastroobaly, jelikož si uvědomují, že sdílením jídla vznikají související odpady a snaží se tento negativní průvodní jev minimalizovat.

### 5.3. Téma udržitelné spotřeby z pohledu uživatelů platform a jejich motivace pro zapojení do platformy

Někteří komunikační partneři (organizátoři DishYgo a Jídlov) si myslí, že lidé jsou zvyklí žít v blahobytu a většinu z nich téma plýtvání netrápí. Jeden z komunikačních partnerů (organizátor Jídlov) poukazyval na zkušenosti ze života v zahraničí, kdy si v návaznosti na provoz aplikace uvědomoval velký rozdíl v mentalitě obyvatel severní či západní Evropy a Česka. Podle něj mají Češi ke sdílení jídla spíše jiné motivy, než je starost o životní prostředí, zatímco v zahraničí téma udržitelného rozvoje mezi obyvateli více rezonuje.

Z výpovědí samotných uživatelů (komunikovala jsem s uživateli platformy Sousedova zahrada a Livali) vyplývá, že je pro mnohé z nich téma plýtvání důležité. Někteří otevřeně reflektují environmentální problémy a otázku udržitelnosti. Většinou se však nejedná o uvědomění si globálního problému plýtvání jídlem nebo souvislosti s udržitelnou spotřebou potravin. Spíše je uživatelům, se kterými jsem komunikovala, líto vyhodit přebytky své úrody, protože do pěstování plodin vložili úsilí, čas i peníze. Sdílením tak mohou výpěstky maximálně zužitkovat. Pokud své přebytky neudají prostřednictvím platformy, sdílí je v rámci rodiny či přátel nebo se je snaží zpracovat sami. Ostatně obecně většina jejich produkce míří k lidem v rámci rodinných či přátelských/pracovních kruhů.

„... je potřeba pomáhat lidem a je super, když to může pomoci i trochu udržitelnější společnosti.“ (uživatel Livali)

Mezi komunikačními partnery z řad uživatelů platform rezonovala také otázka lokální ekonomiky. Tedy, aby se jídlo, pokud možno, spotřebovávalo v místě jeho produkce, a minimalizovala se jeho přeprava, chlazení, balení apod.

Podpora lokálních produktů se pojí s péčí o půdu, krajinu, ale také byla spojována s kvalitativními charakteristikami jídla. Lokální pro oslovené uživatele znamená čerstvé, chutné, zdravé, bez chemie. Někteří uživatelé Sousedovy zahrady, se kterými jsem komunikovala, uváděli pouze občasné použití chemických přípravků při pěstování plodin, u jiných zcela převažovalo hnojení kompostem, hnojem a dalšími přírodními postupy. Přestože je lokální produkce spojována s vyšší kvalitou než u dovezeného ovoce a zeleniny, očekává se, že domácí výpěstky nemusí naplňovat estetické normy. Při dotazu, jak daleko obvykle jejich sdílené jídlo putuje, většina komunikačních partnerů z řad uživatelů uváděla vzdálenost do 20–50 km.

*„Já jako zahrádkář si pěstuji na zpestření stravy, tak mám své lokální produkty, o kterých vím, kde jsem je zasadil, jak vyrostly, co je v nich za chemii nebo spíš, že v nich chemie není, protože co vím, tak většina těch zahrádkářů (pozn. zahrádkářů, kteří využívají Sousedovu zahradu pro sdílení výpěstků) chemii nepoužívá...“ (organizátor Sousedova zahrada)*

*„Soběstačnost, snížení dovážených plodin, které se běžně dají pěstovat v našem státě a kdysi se běžně pěstovaly. Inspirace pro další lidi, aby si své jídlo pěstovali. Zúrodnění naší půdy. Zdravá zelenina a ovoce bez chemie atd.“ (uživatel 3 Sousedova zahrada)*

*„Hnojíme kompostem, slepičím trusem, a především zeleným hnojením. Taky pěstujeme motýlokvěté rostliny, které obohacují půdu o dusík. Přemýšlím o dovozu koňského hnoje. Plodiny víceméně neošetřujeme, pěstujeme podle permakultury, snažíme se kombinovat plodiny tak, aby vzájemně prospívaly. Mšice ve skleníku likvidujeme postřikem z chilli papriček. Jsme naučeni, že ovoce může být červivé a zelenina se nemusí vůbec vydařit. Učíme se. Letos jsme jednou sáhli po postřiku proti plísni na rajčatech, rajčata hojně používáme a nechtěli jsme je kupovat.“ (uživatel 4 Sousedova zahrada)*

Z výroků iniciátorů platformem vyplývá, že jako zásadní je pro uživatele ekonomická motivace. Přestože většina platformem, na které jsem zaměřila pozornost, umožňuje darování případně výměnu (barter) potravin, v praxi převažuje prodej. Sdílení výpěstků ze zahrady za peníze představuje dle komunikačních partnerů z řad uživatelů platformem drobný přívýdělek pro zahrádkáře či farmáře, kteří online formu využívají místo tržnic. Zároveň se jedná i o jistou záruku toho, že jsou plodiny a produkty bez vady, a proto finanční kompenzaci v jistém slova smyslu požadují i lidé, kteří produkty odebírají.

*„... zkusíme udělat platformu, nějakou internetovou, popřípadě mobilní aplikaci, kde tady ty přebytky si lidi můžou nabízet, buď zdarma nebo za nějaký poplatek, je nám to jedno, my to necháme volné, ať si to ti lidi sami určují.“ (organizátor DishYgo)*

*„Mám větší produkci, než sama spotřebuji a přivydělám si nějakou korunu.“ (uživatelka 1 Sousedova zahrada)*

*„Jsem přesvědčený, že to má smysl a baví mě to (myšleno pěstování plodin). Zároveň pokračuji v tradici. Trávit čas na trhu je pro mě náročnější, než počkat až si ke mně někdo přijede.“ (uživatel 2 Sousedova zahrada)*

„... já mám pocit, že lidi hrozně neradi dávají něco zadarmo, a že i když tam něco zadarmo dáte, tak mě přijde, že to je podezřelé. Tak i já sama, když jsem dávala inzerát, tak já všechno dávám zadarmo, protože to je něco pro mě, co je navíc, tak mi nedává smysl chtít peníze, jestli to mám vyhodit nebo to někomu dát... ale mám pocit, že ti lidi, když tam dám, že to bude třeba za 10 Kč, tak už to pro ně nebude tak podezřelé a spíš si to vezmou.“ (organizátorka PřesPlot)

Prodej domácích jídel a nespotřebovaných potravin funguje podobně. Iničiátoři nechtějí vytvářet prostor pro nelegální podnikání, ale umožňují pokrýt lidem náklady např. za suroviny. Ze zkušenosti vidí, že lidé mají větší motivaci platformu využít, když je čas strávený vkládáním nabídky na web či do aplikace vykompenzován finančním bonusem. Pro uživatele na straně poptávky se pak jedná o finanční úsporu za jídlo, které by jinak koupili za tržní cenu v obchodě či restauraci.

„Nechceme, jak jsem říkal, vytvářet žádné domácí restaurace, což i v rámci všeho možného je náročné, takže spíš je to opravdu – něco mi zbylo, dal jsem něco za gastroobal, dal jsem něco za suroviny, tak si za to řeknu 30–50 Kč podle toho, co je to za jídlo. ... ty lidi by tam měli chodit, že sice neberu si jídlo od profesionálů, ale je to v rámci záchrany toho jídla, ta cena je opravdu malá... chtěli jsme to udělat, že by to bylo i úplně zadarmo, jenom, ne že bych chtěl podceňovat lidi, ale už jen to, že si sníží náklady, je to další motivace proč to udělat... hodně lidí by mohlo říct, mám tady dvě porce guláše, to než tam dám do té aplikace, to to radši vyhodím... v rámci té nejen ekologické ale i ekonomické motivace, jsme tam dali to, že to může být za ty náklady.“ (organizátor Livali)

Restaurace a obchody využívají platformy k prodeji zlevněného jídla, které by jinak musely vyhodit. Tento typ sdílení mnohdy negeneruje žádný nebo jen malý zisk. Jedná se spíše o snížení ztrát, které by jinak podnik měl. Přesto i zde působí ekonomická motivace na straně provozovatelů restaurací aj., ale také na straně uživatelů, kteří mají možnost získat jídlo od profesionálů za nižší cenu.

„... obecně dostat do povědomí lidí, že je nějaký problém s plýtváním jídla v období blahobytu, tak lidi to nechtěli moc poslouchat... tak jsme vyzozorovali, že na některé lidi platí vyloženě ten ekonomický aspekt.“ (organizátor Jídlov)

## 6. Diskuze

V Česku se zhruba od roku 2015 rozšiřuje sdílení jídla prostřednictvím webů, sociálních médií či mobilních aplikací. K vzniku platform sdílení do určité míry přispěla sílící celospolečenská diskuse o environmentálních problémech, mezi které patří i plýtvání jídlem. Motivací pro vznik platform tak v českém prostředí byla hodnotová orientace jejich organizátorů, environmentální uvědomění a podpora lokální produkce potravin. Někteří iničiátoři zkoumaných platform se v základní myšlence a provedení inspirovali zahraničními projekty. Jiní vycházeli ze zkušeností s plýtváním z vlastního života, chtěli jídlo sdílet s dalšími lidmi,

a když nenašli v Česku platformu k tomu určenou, rozhodli se ji sami vytvořit. Proto zde v současnosti funguje více platforem, které jsou si v některých případech velmi podobné, co se týče jejich zaměření (např. Sousedova zahrada a PřesPlot). Přidruženou motivací je i ziskový potenciál některých platforem, kdy organizátoři mohou mít vývoj a provoz platformy jako své podnikání.

Někteří autoři (např. Michelini a kol. 2018, Davies a kol. 2017b) vznášejí pochybnosti nad motivacemi provozovatelů platforem a upozorňují, že jejich environmentální orientace může být pouze marketingovým tahem. Na základě rozhovorů s iniciátory českých platforem sdílení však mohu konstatovat, že jejich snaha o omezení plýtvání jídlem a dalšími zdroji, které souvisí s produkcí, distribucí a spotřebou potravin, vychází z upřímného přesvědčení, že se jedná o zásadní environmentální problém. Zde můžeme najít souvislost s tvrzením Gyimóthy (2017), podle níž jsou iniciativy sdílení vytvářeny, řízeny a využívány lidmi s vysokým kulturním, digitálním a sociálním kapitálem. Některé české platformy své hodnotové ukotvení potvrzují i dalšími aktivitami, jako je osvětová činnost (např. PřesPlot, DishYgo, Jídlov aj.) a nabídka kompostovatelných gastroobalů (např. Livali). Komunikační partneři si uvědomují, že jejich platforma „nespasí svět“, ale chtějí přispět alespoň drobnou pomocí. Podle nich mají platformy smysl, i kdyby mělo být jejich prostřednictvím zachráněno, byť jen jedno jídlo. Jedním z cílů platforem je, aby se lidé nad tímto problémem zamysleli a vedlo je to k akci. Udržitelná spotřeba a omezení potravinového odpadu jsou tedy pro české organizátory platforem stěžejními tématy a hlavní motivací pro vznik a provoz platforem.

Zatímco analyzované platformy se jednoznačně hlásí k boji proti plýtvání jídlem, jejich uživatelé, kteří byli mými komunikačními partnery, ochranu přírody mnohdy nereflktují nebo se jí dotýkají nepřímo skrze lokální a nechemizovanou produkci jídla. Otázka plýtvání jídlem se vztahuje spíše k zmařené energii a času na jeho přípravu či vypěstování, než že by si uživatelé uvědomovali globální rozměr tohoto problému. Také podstata lokálnosti jídla spočívá spíše v podpoře místních, českých pěstitelů a v předpokládané kvalitě plodin a potravin (chutné, čerstvé, zdravé, bez chemie), než že by uživatelé přemýšleli nad zdroji, které jsou spotřebovány mnohdy zbytečně při produkci, distribuci a dalším zpracování potravin.

Můžeme konstatovat, že mezi uživateli platforem převládá tzv. tichá udržitelnost (Smith, Jehlička 2013), která přináší environmentální benefity, ačkoliv ty nemusí být cíleným záměrem aktérů. Tichá udržitelnost je většinou spojována s tradičními aktivitami, jako je sběr plodin v přírodě nebo samozásobitelskou produkcí jídla na zahrádkách. V českém prostředí digitálního sdílení jídla staví právě na těchto aktivitách např. Sousedova zahrada a PřesPlot. Komunikační partneři z řad uživatelů většinou pěstují plodiny s použitím přírodních hnojiv a prostředků proti škůdcům. Jídlo je sdíleno většinou do vzdálenosti několika desítek kilometrů. Potravinový odpad se snaží minimalizovat sdílením přebytků, kompostováním, zkrmením např. slepicemi.



Tichá udržitelnost se však může projevat i u dalších zkoumaných platform. Například prodej zlevněného jídla z obchodů a restaurací podle Micheliní a kol. (2018) má pro provozovatele výhodu v tom, že daný obchod či restaurace sníží své náklady na likvidaci odpadu, případně mají malý zisk ze zboží, které by jinak skončilo v koši, a především si dělají reklamu, že jsou ekologičtí. Micheliní a kol. (2018) však považují i takové zapojení do digitálního sdílení jídla za prospěšné pro životní prostředí, neboť reálně redukuje odpad, a navíc se mezi veřejností šíří povědomí o plýtvání jídlem.

Z výzkumů Davies a kol. (2017a) vyplývá, že platformy digitálního sdílení jídla slibují pozitivní ekonomický (v 78 % případech), sociální (77 %) a environmentální (61 %) dopad své činnosti. Finanční benefit plynoucí ze sdílení jídla je pro mnohé uživatele důležitým motivačním prvkem, ať už v podobě příjmu, snížení ztrát či pokrytí nákladů za suroviny. Platformy ve více případech umožňují, aby se uživatel sám rozhodl, zda sdílené jídlo prodá, vymění za jinou věc nebo ho daruje. V praxi převažuje prodej, což je komunikačními partnery vysvětlováno jednak jako motivační faktor pro sdílení, ale také jako zvýšení důvěryhodnosti nabízeného produktu. Tento fakt může ukazovat na silné ukotvení lidí do tržní ekonomiky, kdy peněžní transakce slouží jako záruka kvality jídla, které si bereme od neznámých lidí.

Digitální platformy pomáhají propojit lidi, kteří by se za jiných okolností pravděpodobně nesetkali, přestože žijí několik kilometrů od sebe. Sdílení jídla umožňuje vytvoření vazeb mezi jednotlivci či přímo v rámci komunity (Davies a kol. 2017b). Přestože se do procesu sdílení postupně začleňují digitální technologie, specifická povaha jídla vyžaduje, aby bylo předáno osobně. Pouze u některých potravin (např. trvanlivých, konzervovaných) či semínek je možno kontakt mezi lidmi nahradit např. poštovním doručením. Davies a kol. (2017b) zdůrazňují, že internet a digitální technologie neudělaly fyzický prostor irelevantním. Lidé a věci stále existují v nějakém místě a vztahu vůči sobě, komunikují spolu, potkávají se. Mnohé předávky mezi uživateli platform mají jen jednorázový charakter, ale v některých případech se vytváří i pravidelnější forma sdílení. Pocit provázanosti komunity je posilován tím, že se jedná o kontakt na bázi sdílení jídla, které, zvláště pokud je neziskové, může evokovat blízké vztahy známé z prostředí rodiny a přátel (Belk 2007). Zároveň tento komunitní aspekt sdílení není pro mnohé uživatele platform důležitý a jejich prostřednictvím nové vztahy neplánují navazovat. V platformách vidí pouze nástroj, který je propojí s potenciálními zákazníky či odběrateli jejich přebytečných produktů. Sociální dimenze může být tedy nezamýšleným vedlejším efektem sdílení jídla.

Celkový počet lidí zapojených do digitálního sdílení jídla nelze přesně určit, neboť nejsou dostupná potřebná data (Davies a kol. 2017a). Přestože v určité platformě mohou být registrovány stovky až desetitisíce uživatelů, záleží také na jejich aktivitě. V mnoha případech lidé mohou platformu využívat, aniž by byli



zaregistrování a zůstávají tak mimo hledáček statistik. Některé nedávno založené platformy se potýkají s problémem, že je ze strany uživatelů větší poptávka po sdíleném jídle, než je aktuální nabídka. Tato nerovnováha může některé lidi odradit od dalšího používání platformy. Ostatně množství nabízených položek se může měnit v závislosti na ročním období (např. dle doby dozrávání a sklizně plodin), a daná platforma tak některé měsíce vykazuje minimální činnost. Sdílení zlevněných potravin a jídel z restaurací a obchodů je většinou omezeno na určitou denní dobu, typicky po ukončení poledního výdeje obědové nabídky či na konci otevírací doby. To může pro některé potenciální uživatele představovat bariéru. V současnosti, kdy probíhá pandemie COVID-19, vládní nařízení ovlivnila i chod platform. Lidé ve snaze omezit sociální kontakty snížili svůj zájem o sdílení jídla prostřednictvím platform, restaurace omezily svou činnost a některé provoz zcela ukončily apod. Především platformy, které vznikly v posledních dvou letech se potýkají s problémy jako je neaktivita uživatelů či odliv restaurací, obchodů aj. zapojených na straně nabídky jídel a potravin.

Podle Davies a kol. (2017a) má největší transformační potenciál směs aktivit, formálních i neformálních, které se tvoří okolo společné infrastruktury a veřejného prostoru. Tuto společnou infrastrukturu může poskytnout právě prostředí internetu a digitálních technologií. Informační a komunikační technologie mění to, jak se lidé propojují, interagují a získávají znalosti, zboží a služby. Umožňují rozšířit kapacitu interakcí od osobních, které jsou omezeny danou lokalitou, k interakcím napříč prostorem a společnostmi (Davies a kol. 2017a). Některé ze sledovaných platform operují výhradně či téměř výhradně na území velkých měst jako je Praha, Brno, Ostrava, Olomouc (např. DishYgo či Jídlou). Jedná se především o platformy sdílející přebytky z restaurací či obchodů, u kterých je větší předpoklad nabídky i poptávky právě ve větších městech. Většina iniciativ však funguje na území celého Česka, ve městech i v menších obcích. V případě sdílení domácích produktů (ovoce, zelenina, marmelády apod.) je patrná návaznost na rozšíření zahrádkářství, kterému se v určité míře v Česku věnuje zhruba 38 % domácností (Vávra, Daněk, Jehlička 2018).

## 7. Závěr

Platformy digitálního sdílení jídla pomáhají spotřebitelům využívat rezervní zdroje, mohou snížit náklady na pořízení jídla, zpřístupňují lokální plodiny a domácí produkci jídla. Ve srovnání s typičtějším životním cyklem potravin má takto sdílené jídlo příznivější dopad na životní prostředí.

V zahraničí se vznik platform sdílení vysvětluje environmentálními ale také ekonomickými důvody v kombinaci s rozvojem informačních a komunikačních technologií. Tento text přinesl zjištění, že v českém prostředí je hlavní motivací

pro vznik platformů udržitelná spotřeba jídla, a především omezení plýtvání jídlem. Celospolečenská diskuse o environmentálních problémech se tak přetavuje v konkrétní postupy, které mohou životnímu prostředí pomoci. Zároveň se mezi samotnými uživateli a některými iniciátory platformů daleko častěji uplatňuje tzv. tichá udržitelnost (Smith, Jehlička 2013), kdy je udržitelná spotřeba jídla pozitivním vedlejším důsledkem jiných motivací. Kombinace různých benefitů (ekonomické, environmentální, sociální aj.), které digitální sdílení jídla přináší, má schopnost zaujmout širokou paletu uživatelů.

Pro maximální redukci potravinového odpadu je vhodné, aby se platformy sdílení zaměřily na většinovou populaci, podobně jako to dělají platformy, které byly předmětem mého výzkumu. Zároveň je prospěšné, že jsou i iniciativy (např. potravinové banky), které se starají o rozdělování jídla lidem v nouzi. Diverzita ve způsobech distribuce a spotřeby jídla v rámci široké sítě aktérů sdílení naplňuje transformační potenciál digitálních platformů. Prostorové rozšíření iniciativ ukazuje, že zájem o sdílení mají lidé napříč republikou, v obcích všech velikostních kategorií. Zároveň je patrné, že nevyužité zdroje jídla, jsou všude kolem nás. Osvětová činnost platformů sdílení může lidi vést k uvědomění si existence těchto zdrojů a inspirovat je ke konkrétním krokům mířícím k omezení potravinového odpadu.

Text také ukázal na témata vhodná pro další výzkum. Je jím především detailnější socioekonomická charakteristika uživatelů platformů a v návaznosti na to také prostorová analýza sítí digitálního sdílení v Česku. Následovat by mohla otázka, jaké jsou bariéry ve sdílení. Proč se někteří lidé do sítí sdílení nechtějí zapojit vůbec. Co ovlivňuje míru aktivního využívání platformů u lidí, kteří jsou jejich uživateli. Hlubší porozumění by si zasloužilo také téma rozhodování o tom, zda je sdílené jídlo nabízeno zdarma, výměnou či za peníze. Tento výzkum ukázal, že prodej je často preferovaný nejen z hlediska poskytovatelů ale rovněž příjemců sdíleného jídla. Důvěra lidí v peníze je natolik velká, že jídlo, za které si zaplatí, byť jen malou částkou, má díky tomu záruku určité kvality. Na druhou stranu je velké množství jídla darováno zdarma. Mnohé platformy cíleně vedou lidi k využívání jídla volně dostupného v přírodě.

Možnosti, jak si v Česku opatřit jídlo nebo jak naložit s jídlem, které nám přebývá, jsou i díky platformám digitálního sdílení pestré. Záleží tak na každém jednotlivci, nakolik bude jeho rozhodování o jídle zodpovědné.

## Literatura

- BELK, R. (2007): "Why not share rather than own?" *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 611, 1, 126–140.
- BOTSMAN, R., ROGERS, R. (2011): *What's mine is yours: how collaborative consumption is changing the way we live*. Collins, London.
- CAMERON, J., WRIGHT, S. (2014): 'Researching Diverse Food Initiatives: From Backyard and Community Gardens to International Markets', Editorial for Special Issue, *Local Environment: The International Journal of Justice and Sustainability*, 19, 1, 1–9.
- CURTIS, S. K., LEHNER, M. (2019): Defining the Sharing Economy for Sustainability. *Sustainability* 11, 567.
- DAVIES, A. R. a kol. (2017a): Making visible: Interrogating the performance of food sharing across 100 urban areas. *Geoforum*, 86, 136–149.
- DAVIES, A. R. a kol. (2017b): Sharing Economies: Moving Beyond Binaries in a Digital Age. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 10, 209–230.
- DAVIES, A. R. a kol. (2019): Food Sharing Initiatives and Food Democracy: Practice and Policy in Three European Cities. *Politics and Governance*, 7, 4, 8–20.
- EDE, S. (2014): Transactional Sharing, Transformational Sharing. *Post Growth*, <http://post-growth.org/transactional-sharing-transformational-sharing-2/> (18. 2. 2020).
- GIBSON-GRAHAM, J. K. (2006): *Postcapitalistic politics*. University of Minnesota Press, Minnesota.
- GURVEN, M., JAEGGI, A. V. (2015): *Food Sharing. Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences*. Edited by Robert Scott and Stephan Kosslyn. John Wiley & Sons.
- GYIMÓTHY, S. (2017): *Networked cultures in the collaborative economy*, Dredge, D. & Gyimóthy, S. *Collaborative Economy and Tourism: Perspectives, politics, policies and prospects*. Springer Verlag, Heidelberg New York Dordrecht London.
- HARVEY, J. a kol. (2014): Giving and sharing in the computer-mediated economy. *Journal of Consumer Behaviour*. John Wiley & Sons.
- HARVEY, J. a kol. (2020): Food sharing, redistribution, and waste reduction via mobile applications: A social network analysis. *Industrial Marketing Management* 88, 437–448.
- HENDL, J. (2005): *Kvalitativní výzkum*. Praha: Portal.
- JAEGGER-ERBEN, M. a kol. (2015): Sustainable consumption through social innovation: a typology of innovations for sustainable consumption practices. *Journal of Cleaner Production* 108, 784–798.
- JEHLIČKA, P. a kol. (2020): Thinking food like an East European: A critical reflection on the framing of food systems. *Journal of Rural Studies* 76, 286–295.
- KHOT, R. A. a kol. (2017): *Future of Food in the Digital Realm*. The 2017 CHI Conference Extended Abstracts.
- LEWIS, T. (2018): Digital food: from paddock to platform. *Communication Research and Practice*, 4, 3, 212–228.
- LEWIS, T., PHILLIPOV, M. (2018): Food/media: eating, cooking, and provisioning in a digital world. *Communication Research and Practice*, 4, 3, 207–211.
- MAZZUCHELLI, A. a kol. (2021): How to fight against food waste in the digital era: Key factors for a successful food sharing platform. *Journal of Business Research* 124, 47–58.
- MICHELINI, L. a kol. (2018): Understanding Food Sharing Models to Tackle Sustainability Challenges. *Ecological Economics* 145, 205–217.

- MULLICK, S. a kol. (2021): Reducing food waste through digital platforms: A quantification of cross-side network effects. *Industrial Marketing Management* 93, 533–544.
- ONCINI, F. a kol. (2020): Sustainable food platforms: enabling sustainable food practices through socio-technical innovation.
- ÖZKAYA, F. T. a kol. (2021): Sustainable Consumption of Food: Framing the Concept through Turkish Expert Opinions. *Sustainability* 13, 3946, 25.
- PLOJHAROVÁ, M. (2015): Kontím, fáráš, lovíme: Dumpster diving a balancování na hranici mezi čistým a nečistým. *Biograf* 61n <http://www.biograf.org/clanek.html?clanek=v6101> (15. 2. 2020).
- REISCH, L. a kol. (2013): Sustainable food consumption: an overview of contemporary issues and policies. – *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 9, 2, 7–25.
- RÝPAROVÁ, A. (2020): Sítě pravého sdílení a sociální kapitál. *Sociální studia*, 17, 2, 111–127.
- SCHNEIDER, T., ELI, K. (2021): Fieldwork in online foodscapes: How to bring an ethnographic approach to studies of digital food and digital eating. Leer, Jonatan & Krogager, Stinne Gunder Strøm (ed.): *Research Methods in Digital Food Studies*. Routledge, London.
- SMITH, J., JEHLIČKA, P. (2013): Quiet sustainability: Fertile lessons from Europe's productive gardeners. *Journal of Rural Studies*, 32, 148–157.
- SPILKOVÁ, J. (2016): Alternativní potravinové sítě: česká cesta. Univerzita Karlova, Nakladatelství Karolinum, Praha.
- SOVOVÁ, L. (2020): Grow, share or buy? Understanding the diverse food economies of urban gardeners. Dizertační práce. Katedra environmentálních studií, Fakulta sociálních studií, Masarykova univerzita, Brno.
- VÁVRA, J., DANĚK, P., JEHLIČKA, P. (2018): What is the contribution of food self-provisioning towards environmental sustainability? A case study of active gardeners. *Journal of Cleaner Production* 185, 1015–1023.
- VERMEIR, I. a kol. (2020): Environmentally Sustainable Food Consumption: A Review and Research Agenda From a Goal-Directed Perspective. *Frontiers in Psychology* 11, 1603.
- VIVERO-POL, J. L. (2017): Food as Commons or Commodity? Exploring the Links between Normative Valuations and Agency in Food Transition. *Sustainability* 9, 3, 442, 23.

## SUMMARY

### Digital food sharing: motivation and practice of sharing in the Czechia

Sharing food through digital platforms, such as websites, social media, or mobile applications, is a new and dynamic phenomenon in Czechia, and has been widely used since 2015. By sharing food, people can make the most of existing resources and avoid wasting food, which takes place mainly at the end of the chain, i.e., in shops, restaurants and, to a large extent, in households. Sustainable food consumption is a key topic in foreign literature. Emphasis is placed primarily on the transformation potential of activities, so sharing means both the collection of wild crops and food donated, exchanged and sold.

This article presents initiatives that enable food sharing in Czechia and at the same time use some form of digital technology to promote their activities or to directly communicate between users and negotiate food transfers. A total of twenty-two initiatives have been identified, which are varied in the forms of transfer (collection, donations, nonmonetary and monetary exchange)

and the model of connecting actors (business to charity, business to consumer, peer to peer). The model that shows the greatest diversity is peer to peer, where food is shared between end users. Diversity is also evident in the spatial expansion of sharing. Unused food sources are found both in large cities and in smaller villages, and in the wild. People are interested in sharing all over the Czechia. However, some activities are more localized to large cities (especially sharing surpluses from restaurants, bakeries, etc.). On the contrary, activities that are connected to, for example, gardening, are spread throughout the country.

Abroad, the emergence of platforms is linked to the expansion of the Internet, smartphones, etc., and at the same time people are more interested in environmental issues and economic settings that proved unsustainable after the 2008 crisis. At the same time, some authors warn that the environmental rhetoric behind sharing platforms can only be a marketing effort on the part of the organizers. The research presented in this article focused on five selected initiatives (DishYgo, Jídlov, Livali, PřesPlot, Sousedova zahrada) for which the digital form is crucial. Based on semi-structured interviews with the organizers of these platforms, we answered the question of what motivation is behind the establishment of initiatives. Some organizers were inspired by foreign projects, others wanted to share themselves but did not find the appropriate platform in the Czechia, and founded it themselves. For most communication partners, the fight against waste has proved to be key factor. They are very much aware that this is an environmental problem that they want to solve with their platform. They want to educate people and allow them not to waste. However, when communicating with the users of the platforms themselves, and from the practical experience presented by the organizers, it turned out that people usually have different motivations for sharing than sustainable consumption of food. For users, we can talk about so-called quiet sustainability, where they act in a positive way to the environment, without it being their primary motivation. They are often motivated by the economic side of sharing, waste in the sense of wasted energy (e.g., when growing crops in the garden that would not be used), support of local food production, striving for quality food (healthy, fresh, tasty, non-chemical) and, to a lesser extent, helping other people and building social relationships.

Digital platforms help connect people who would not otherwise be in touch. Although it is usually a one-time contact, the platforms create a network of people with specific values who help reduce food waste through their actions.

## PODĚKOVÁNÍ / ACKNOWLEDGEMENT

Článek vznikl s podporou projektu Prostory tiché udržitelnosti: samozásobitelství a sdílení, který je financován Grantovou agenturou ČR (GA19-10694S).

This work was supported by GA ČR, project No. GA19-10694S (Spaces of quiet sustainability: self-provisioning and sharing).

## ORCID

ALENA RÝPAROVÁ

<https://orcid.org/0000-0002-7284-9471>