

Prílohy

PRÍLOHA 1: DOTAZNÍK

Dobrý deň,

volám sa Michaela Hladíková a som študentkou piateho ročníka Ekonomickej univerzity v Bratislave. V rámci diplomovej práce sa venujem téme: Ochrana maloletých v reklame. Práca sa zameriava na vplyv reklamy na maloletých (deti do 18 rokov veku).

Dotazník je určený výhradne osobám ktoré majú deti, alebo sa o deti nejakým spôsobom starajú.

Touto cestou by som Vás chcela poprosiť o vyplnenie dotazníka, ktorého cieľom je zistiť rozsah vplyvu reklamy na maloletých.

Dotazník je anonymný a Vaše odpovede budú použité len za účelom spracovania diplomovej práce.

Ďakujem za Vašu spoluprácu.

1. Pohlavie

- a) Muž
- b) Žena

2. Vek

- a) 20 – 24 rokov
- b) 25 – 29 rokov
- c) 30 – 34 rokov
- d) 35 – 39 rokov
- e) 40 – 44 rokov
- f) 45 – 50 rokov
- g) 51 rokov a viac

3. O koľko detí sa staráte?

- a) Žiadne (bezdetný/bezdetná)
- b) Jedno dieťa
- c) Dve deti
- d) Tri deti
- e) Štyri deti

4. Koľko rokov má dieťa/majú deti?

.....

5. Najvyššie dosiahnuté vzdelanie

- a) Základné
- b) Stredoškolské
- c) Vysokoškolské 1. stupeň
- d) Vysokoškolské 2. stupeň
- e) Vysokoškolské 3. stupeň

6. Sociálna príslušnosť

- a) Študent/ka
- b) Zamestnanec
- c) Podnikateľ/ka

- d) Materská dovolenka
 - e) Otcovská dovolenka
 - f) Rodičovská dovolenka
 - g) Nezamestnaný/á
7. V ktorom kraji žijete?
- a) Bratislavský
 - b) Trnavský
 - c) Nitriansky
 - d) Trenčiansky
 - e) Žilinský
 - f) Banskobystrický
 - g) Prešovský
 - h) Košický
8. Koľko hodín denne Vaše deti sledujú TV?
- a) Menej ako hodinu
 - b) 1 – 2 hodiny
 - c) 3 -4 hodiny
 - d) 5 – 6 hodín
 - e) Viac ako 6 hodín
 - f) Nesledujú
9. Koľko hodín denne trávia Vaše deti na mobile, PC, internete?
- a) Menej ako hodinu
 - a) 1 – 2 hodiny
 - b) 3 -4 hodiny
 - c) 5 – 6 hodín
 - d) Viac ako 6 hodín
 - e) Netrávia
10. V prípade, že ide v TV/rádiu reklama, prepnete na iný program/stanicu?
- a) Áno
 - b) Nie
11. Ako reagujete v prípade, že od Vás dieťa požaduje produkt, ktorý videlo v reklame?
- a) Požadovaný produkt bez váhania kúpim
 - b) Snažím sa mu vysvetliť zámer reklamy, a to, že daný produkt v skutočnosti nepotrebuje
 - c) Porozprávam sa s ním o dôležitosti produktu pre jeho potreby a potom sa rozhodnem či produkt kúpim alebo nie
 - d) Požadovaný produkt nekúpim
 - e) Iné:.....
12. Vysvetľujete deťom, čo je účelom reklamy? (ovplyvniť, presvedčiť o kúpe produktov a pod.)
- a) Áno
 - b) Nie
13. Domnievate sa, že reklamy ovplyvňujú Vaše deti (napr. pri výbere jedla, hračiek, oblečenia a pod.)?
- a) Áno

b) Nie

14. Uved'te pozitívnu/negatívnu skúsenosť, ako reklama ovplyvnila Vaše deti. (v prípade že ste v predchádzajúcej otázke uviedli "nie", napíšte "neovplyvnila")

.....

15. Aké dostupné formy ochrany maloletých pred nevhodným obsahom využívate?

- a) Rodičovský zámok na TV
- b) Založenie detského účtu v operačnom systéme PC
- c) Aplikácie rodičovskej kontroly (blokované nevhodných stránok, obmedzenie času na internete a pod.)
- d) Nevyužívam
- e) Iné:.....

16. Dovolili by ste Vášmu dieťaťu účinkovať v reklame?

- a) Áno
- b) Nie
- c)

17. TV spot Ministerstva zdravotníctva SR "Darujme si Vianoce"

Spot zobrazuje atmosféru Štedrého večera – stará matka s vnučkou prestierajú stôl. Zrazu sa stará matka preľakne, z rúk jej vypadne tanier, ktorý sa rozbije a prekryje si oči. Nasleduje záber na stôl, kde leží fotografia zosnulého muža – otca rodiny. Vnučka matku objíma. Voice-over sa prihovára divákovi v znení: „Viac ako 15 000 ľudí, našich blízkych bude chýbať pri vianočnom stole. Nebuďte jedným z nich. Vakcína dokázateľne zachraňuje životy. Súčasťou obrazu je text v znení: „Na Slovensku už zomrelo viac ako 15 000 ľudí na Covid-19. Vakcína je riešenie“ a logo MZ SR

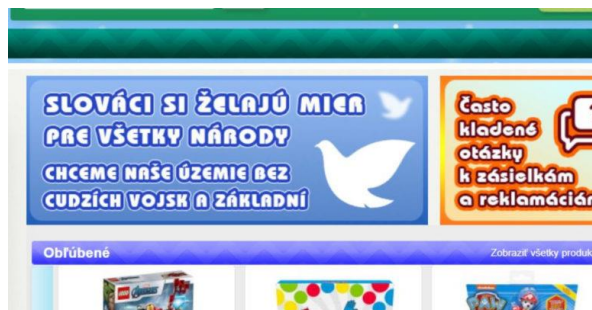
Ohodnot'te vhodnosť danej reklamy na stupnici od 1 po 5 (1-úplne vhodná, 5- veľmi nevhodná)

.....

Z akého dôvodu je podľa Vás uvedená reklama je vo vzťahu k maloletým vhodná/nevhodná?
(vyjadrite svoj názor)

.....

18. Oznamy prezentované na webovej stránke dráčik.sk



Ohodnot'te vhodnosť danej reklamy na stupnici od 1 po 5 (1-úplne vhodná, 5- veľmi nevhodná)

.....

Z akého dôvodu je podľa Vás uvedená reklama je vo vzťahu k maloletým vhodná/nevhodná?
(vyjadrite svoj názor)

.....

19. Billboard reklama " Od Tatier k Dunaju"



Ohodnoťte vhodnosť danej reklamy na stupnici od 1 po 5 (1-úplne vhodná, 5- veľmi nevhodná)

.....

Z akého dôvodu je podľa Vás uvedená reklama je vo vzťahu k maloletým vhodná/nevhodná?
(vyjadrite svoj názor)

.....

PRÍLOHA 2: ČLENOVIA RADY PRE REKLAMU

Samostatní členovia	Allianz - Slovenská poisťovňa, a.s. BILLA s.r.o. Československá obchodná banka, a.s. FAT CHILLI, s.r.o. Ferrero Česká s.r.o. Heineken Slovensko, a.s. J.C. DECAUX SLOVAKIA s.r.o. / ISPA s.r.o. Kofola, a.s. MAC TV s.r.o. MARKÍZA - SLOVAKIA, spol. s r.o. MAYER/McCANN-ERICKSON, s.r.o. Mediaprint-Kapa Pressegrasso, a.s. Orange Slovensko, a.s. Plzeňský Prazdroj Slovensko, a.s. Prvá stavebná sporiteľňa, a.s. Respect APP s.r.o. Slovak Telekom, a.s. Slovenská sporiteľňa, a.s. Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave Tatra banka, a.s. Všeobecná úverová banka, a.s. Zoznam s.r.o.
Asociácie	Asociácia digitálnych marketingových agentúr (ADMA) Asociácia nezávislých rozhlasových a televíznych staníc (ANRTS) Asociácia tlačených a digitálnych médií (ATDM) FÓRUM PSR SLOVENSKO Klub reklamných agentúr Slovenska (KRAS) Potravínárska komora Slovenska (PKS) Slovenské združenie pre značkové výrobky (SZZV)
Čestný členovia	Miriám Benčíková Kušnírová Andrea Cocherová Zuzana Mistríková

Zdroj: <https://rpr.sk/zoznam-clenov/>

PRÍLOHA 3: TV SPOT – „DARUJME SI VIANOCE“

Spot č. 1

Spot zachytáva atmosféru Štedrého večera, kedy za štedrovečerným stolom sedí celá rodina. Nasleduje záber na staršiu dámu, ktorá zdvihne pohár a pripije si „na zdravie“. Záber sa presunie na muža – otca rodiny, ktorý zazvoní na zvonček, zrazu sa chytí za hrudník a začne kašľať. Jeho dcéra hovorí: „Tati, tati, ale veď dnes nie sú Vianoce!“ a ukáže na kalendár visiaci na stene s dátumom 24.11.2021. Divákovi sa prihovára voice-over v znení: „Urobte si Vianoce hneď, aby ste ich stihli osláviť všetci spolu. Takmer 82% pacientov nie je zaočkovaných. Nebuďte jedným z nich. Vakcína dokázateľne zachraňuje životy.“ Súčasťou obrazu je text v znení: „Takmer 82% pacientov nie je zaočkovaných. Vakcína je riešenie“ a logo MZ SR.

Spot č. 2

Spot zobrazuje atmosféru Štedrého večera – stará matka s vnučkou prestierajú stôl. Zrazu sa stará matka preľakne, z rúk jej vypadne tanier, ktorý sa rozbije a prekryje si oči. Nasleduje záber na stôl, kde leží fotografia zosnulého muža – otca rodiny. Vnučka matku objíma. Voice-over sa prihovára divákovi v znení: „Viac ako 15 000 ľudí, našich blízkych bude chýbať pri vianočnom stole. Nebuďte jedným z nich. Vakcína dokázateľne zachraňuje životy. Súčasťou obrazu je text v znení: „Na Slovensku už zomrelo viac ako 15 000 ľudí na Covid-19. Vakcína je riešenie“ a logo MZ SR.

Spot č. 3

Spot zobrazuje dve dievčatá, ktoré sa rozprávajú v detskej izbe. Dievčatko I. hovorí: „Ja tatinovi ukážem špagát“ a predvedie gymnastický prvok. Dievčatko II. hovorí: „Ja tatinovi zoberiem loptu“. Dievčatko I. hovorí: „Mami, ponáhľaj sa. Tatino nerád čaká.“ Do miestnosti vstupuje ich mama, ktorá sa im prihovára: „Zlatíčka, tatino už tam bude stále.“

Nasleduje záber na cintorín, kde dievčatá s mamou zapalujú zosnulému ockovi sviečku. Voice-over sa divákovi prihovára v nasledovnom znení: „Na covid umierajú aj ľudia v produktívnom veku. Darujte svojim deťom možnosť vyrastať s vami. Vakcína dokázateľne zachraňuje životy.“ Súčasťou obrazu je text v znení: „Na covid umierajú aj ľudia v produktívnom veku. Vakcína je riešenie“ a logo MZ SR.