



Přílohy k diplomové práci

Manipulace v marketingové komunikaci

Přepisy individuálních rozhovorů

Seznam příloh

Příloha č. 2a: Přepis rozhovoru s respondentem č. 1	1
Příloha č. 2b: Přepis rozhovoru s respondentem č. 2	5
Příloha č. 2c: Přepis rozhovoru s respondentem č. 3	10
Příloha č. 2d: Přepis rozhovoru s respondentem č. 4	14
Příloha č. 2e: Přepis rozhovoru s respondentem č. 5	18
Příloha č. 2f: Přepis rozhovoru s respondentem č. 6	22
Příloha č. 2g: Přepis rozhovoru s respondentem č. 7	26
Příloha č. 2h: Přepis rozhovoru s respondentem č. 8	30
Příloha č. 2i: Přepis rozhovoru s respondentem č. 9	33
Příloha č. 2j: Přepis rozhovoru s respondentem č. 10	37

Příloha č. 2a: Přepis rozhovoru s respondentem č. 1

Takže první otázka zní, jestli ses setkala někdy s reklamou, u které jsi měla dojem, že taková prezentace není úplně v pořádku, třeba z hlediska etiky nebo tím, jak na tebe působila, ať v televizi, na internetu, na Instagramu nebo nějaké jiné sociální síti?

Setkala a bylo jich i víc.

A napadá tě to nějaká?

Jo. Mně se třeba nelíbilo v televizi, že tam byl ten Clavin nebo jak se to jmenovalo. Jako na posílení erektce mužů. Tak to mi se mi třeba jako nelíbilo, že třeba by to mohlo i pohoršovat, nebo spíš nepřišlo mi úplně, že je to jako vhodná reklama do televize, když prostě to vidí nebo můžou vidět i děti, že jo. Takže to se mi nelíbilo, protože to bývalo i normálně přes den. Třeba se mi úplně nelíbila tahle reklama. No a pak hodně často co se mi stává a vyskakuje jako na Facebooku, aniž bych se třeba kolikrát podívala, třeba na ty webové stránky společnosti, nebo tak. A někdy jsou to i dost jako divný věci. Tak to mi taky nepřijde úplně jako vhodný.

Aha, dobře. A napadá tě třeba nějaká reklama, která tě zasáhla dejme tomu emočně?

Ty jo napadá mě reklama, která mě vyloženě štve a to na Alzu a ten zelený panáček. To štve asi jako většinu lidí, ale mně to vyloženě jako pije krev, když slyším výprodej, nebo ten jeho hlas tak to přepnu prostě to nechci slyšet.

To máme stejně. Tak já ti teď tady ukážu nějaký produkty, respektive značky a ty si vyber 3 z nich kvůli tomu, že třeba máš nějakou zkušenost, nebo tam nakupuješ, nebo máš nějaký povědomý nebo něco, co by tě třeba zajímalo, co bys chtěla blíž rozebrat. Z každé té formy marketingové komunikace si vyber jedno prosím.

(...)

Tak asi ten KFC rozvoz. Pak asi taky ten dietní program z těch reklam. A IQOS z té online komunikace.

Tak dobře. Já ti tady teď ukážu několik případů té marketingové komunikace a chci znát tvůj názor, zda ti tahle forma přijde v pořádku, ať už z hlediska etiky, emocí. Jak na tebe prostě působí nebo třeba jestli máš dojem, že porušuje nějaký právní normy nebo je to nějakým způsobem manipulativní. Žádná odpověď není špatná a je to čistě jenom tvůj názor. Celá ta diplomka je prostě jenom o postoji, takže tam není, není nic, co bys mohla říct špatně.

Tak prvně si přečti tady to povídání k tomu KFC rozvoz. Kdybys něčemu nerozuměla, tak řekni. Potom se tě postupně budu ptát na nějaké otázky.

(...)

Už jsem přečetla.

Proč sis vybrala právě KFC?

Jako zaujalo mě to hned na první pohled, takže jsem si to vybrala asi proto, že z těch jakoby všech, co tam bylo na výběr, je mi nejbližší a ráda tam jím.

Tak jak na tebe působí forma propagace tady té služby? Je pro tebe ta nabídka rozvozu zdarma lákavá? Využila bys ji?

No tak když vidím někde, že je dovoz zdarma, tak určitě, protože kolikrát je ta otázka, třeba já nevím 60 korun, za což si člověk může koupit, případně i jako něco navíc. Každopádně asi jsem určitě ten člověk, který by si těch rozdílností cen přímo pak v tom košíku všiml, protože já si na tyhle věci si dávám pozor a dívám se na ně. Takže určitě by mě to potom tak tady zarazilo a chtěla bych to řešit. A ve chvíli asi kdybych jako zjistila, že tam je ta rozdílnost cen, tak by mě to spíš jako o ty nabídky odradilo. Asi bych ji úplně jako nevyužila, no. Kdybych viděla, že mě to má stát třeba 150, v košíku by se mi objevilo 250 nebo 230 korun, tak bych si to asi dvakrát rozmyslela.

Dobře. Tak a máš dojem, že tady ten obchodník nějak třeba pochybil?

No přijde mi, že ano, protože je to v podstatě podle mě oklamání jako spotřebitele. S tím, že ne každý si vlastně dokáže všimnout, prostě to objedná v rychlosti, protože prostě potřebuje jídlo a nemusí si toho všimnout. Takže mi to přijde, že ano, jako je to za nějakou hranicí možná i zákona a není to férové jednání podle mě k tomu zákazníkovi.

Dobře, takže ty jako spotřebitel by se s touhle případně zkrátka cítila oklamaná?

Určitě bych se určitě oklamaná a nelíbilo by se mi to a myslím si, že bych měla potřebu to řešit, minimálně právě tou cestou, jako třeba zeptat se a zavolat tam a vědět co přesně třeba ty ceny zahrnují, proč jsou vyšší?

KFC pak dalo vyjádření, že ty podmínky toho rozvozu zdarma, že to je prostě separovaná služba a že má svoje vlastní všeobecné podmínky prostě a ve kterých je ty specifické ceny napsané má. Takže tímhle se hájilo, že spotřebitel jakoby oklamán vlastně nebyl, protože je to ve všeobecných podmínkách je. Napadlo by tebe si předtím, než využiješ nějakou službu napřed načíst všeobecné podmínky?

Určitě by mě to nenapadlo. Jsem ten typ člověka, který klikne, souhlasím se všeobecnými podmínkami a v životě to nečetl.

Jasný rozumí, takže i přijmout všechny cookies, všechno.

To ale, když je tam možnost jako vyložení přímo pouze nezbytné, nebo tak, tak volím tuto cestu, ale většinou jako si to rozhodně nečtete a myslím si, že to ani není jako adekvátní hájit se tím, že je to v nějakých všeobecných podmínkách

Já souhlasím, no.

Prostě když dělám nějakou akci pro zákazníka, tak by to měla být akce jako akce a ne že si vlastně v podstatě vyjde ten zákazník na tom hůř.

A myslíš si, že by v rámci nějaký regulace měli být z tohohle vyvozeny nějaký následky, třeba jako pokuta nebo tak?

No tak ono těžko říct, jestliže oni řekli, to mají stanovený jako ve všeobecných nějakých podmínkách, tak bude asi těžký jako z téhle stránky to napadnout. Každopádně jako za mě, určitě by se to nějak řešit mělo. Minimálně prostě nějakým jako upozorněním či restrikcí, prostě aby nesměli třeba využívat tuto formu propagace nebo aby to nějak upravili viditelně, minimálně třeba takový to hvězdička a dole něco napsaný, že to už aspoň člověka napadne si přečíst než nějaké ty všeobecné podmínky.

Takže v rámci téhle prezentace tam mohli dát minimálně, když už to nestanovili přímo, alespoň tu hvězdičku, bylo by to tak přijatelnější pro tebe?

Jo určitě, protože jako na tu hvězdičku si člověk fakt jako aspoň podívá.

Super, děkuju. Tak další tady je ta reklama na dietní program od My Keto. Tu ti teď pustím a pak si budeme povídat.

(...)

Tak proč sis vybrala právě tenhle produkt?

Zajímalo mě, co na tom vymyslí.

Tak a jaký máš pocit z této reklamy na dietní program?

No na jednu stranu jsem se jako zasmála, protože mi přišla vtipná, ale na druhou stranu mi přišla jako nevhodná. Propagovat dietní přípravek prostřednictvím pohřbu mi nepříjde jako asi úplně vhodná cesta. Myslím si, že by se daly vymyslet mnohem lepší způsoby. Každopádně na jednu stranu je to reklama jako výstižná, že vlastně každá žena tak nějak má potřebu, když na sobě pracuje, pohřbít to starý já, už jenom proto, aby si třeba zvedla jako sebevědomý nebo tak a věřím, že to je tak asi myšleno, ale nevím teda.

Dobře a cítila si v téhle reklamy tu reklamní nadsázku?

Jako jo.

Takže tě úplně nedá se říct, že by tě vyloženě nějak pohoršila?

No asi ne, jako jsou reklamy, který by mě pohoršily třeba jako víc, ale věřím, že pro některý lidi to může být jako neúnosný. Jako není to prostě vhodný způsob jak ten produkt prezentovat a věřím, že to dokáže odradit jako určitou klientelu lidí, ale jako mě to přišlo fakt na jednu stranu i trochu vtipný.

No dobře. A máš pocit, že je tahle reklama za hranicí třeba zákona nebo etiky, nebo nějakým způsobem manipulativní?

Jako manipulativní mi zas tak jako nepříjde. Já si myslím, že každý rozumný člověk ví, že tyhle diety nezabírají. Ale věřím, že jako jak jsem již říkala, že pro některý lidi to může být prostě za hranicí, nějakého etického chování. Takže třeba pro věřící lidi, který mají třeba nějakou spojitost s tím prostředím kostela, a takhle by to mohl být jako problém.

A obsahuje podle tebe ta reklama prvky, který nějakým způsobem snižují lidskou důstojnost. Třeba že zdůrazňují méněcennost těch silnějších lidí nebo že štíhlejší lidi jsou v životě úspěšnější?

To mi úplně nepříjde, že by byli jako úspěšnější ti lidi podle toho, jakou mají postavu. Ale jako určitě to svým způsobem pro ty silnější lidi urážka je. Na druhou stranu, ta reklama je na produkt, který má zajistit, tedy to, že budeme jako štíhlejší. To znamená, že jako když člověk jako hubne, tak to starý já pohřbívá, takže mi jako nepříjde, že by to mělo vyvolat méněcennost třeba v obézních lidech. Naopak, jako myslím si, že ten člověk, který jako je obézní, tak tam není důvod, proč to vnímat, že by ho to mělo urazit. Mnohem horší by mi přišlo, kdyby tam třeba nevím, pojalo se to formou, že by tam třeba ten silnější člověk běžel a na něj by lidi jako nadávali. To by mi přišlo už jako urážející, ale tady mi nepřišlo ani jako že by byl nějaký motiv toho, že by tlustý lidi byli méněcenný.

Dobře. A napadá tě tedy, co by mohlo v rámci téhle reklamy tedy být uděláno jinak z hlediska té etiky, jak jsi říkala?

Že kdyby se to odehrávalo třeba v jiným prostředí, než je ten kostel a ten pohřeb. Asi určitě ten produkt prezentovat jiným stylem, než takhle tím stylem, že někoho jako pohřbíváme. Dalo by se to podle mě pojmout jako nějaká reklama třeba v kuchyni nebo trochu jiným stylem ukázat tu cestu jako jak shodit. Tohle mi přišlo nějakým způsobem i trochu morbidní, že tam někoho vlastně pohřbívají. Já na tyhle a podobné produkty mám asi jako svůj názor, takže mě to na jednu stranu přišlo prostě vtipný, ale dokážu si představit i to, že je ta reklama urážející.

Myslíš si, že by tady v tom případě měla být ta reklama nějak regulována?

Jako mnohem horší mi třeba přišlo to KFC než třeba tohle. Tohle mi přijde, že není jako na jednu stranu nic proti ničemu. Maximálně myslím, že by teda ty třeba věřící lidi, nebo tak, by se jako mohli ozvat, ale jinak mi to nepříjde úplně tak hrozný, ale jako spíš trapný.

Tak fajn. Ted' ti dám přečíst ten IQOS a ten influencer marketing.

(...)

Mám to.

Tak proč sis vybrala právě tenhle produkt?

No tak z nějaký zkušenosti asi.

A jaký máš dojem z těch příspěvků, které takhle propagují tu IQOS cigaretu?

Tak třeba ten druhý příspěvek. Všichni víme, jak je nepříjemné, když třeba někdo jiný kouří a pak prostě přijde ty místnosti, je to z něj i cítit. Prostě není to nic příjemného, takže si myslím, že na jednu stranu jako vůči těm cigaretami je to třeba dobrá alternativa no.

Dobře a jaký máš teda pocit z téhle příspěvků, které propagují tu elektronickou cigaretu na Instagramu nebo kdekoli jinde?

Zaměřila konkrétně třeba na ty dva příspěvky, jestli můžu. Tak třeba prostě ta propagace toho pána nahoře mi přišla spíš taková jako vyloženě podněcující proto, aby ti lidi i třeba ti, kteří nekouří tak, aby si prostě to jako koupili, že mi to přijde, že to podává tak jako hele máme tady ty prázdniny, všechny

vlastně super, tak proč si tohle nedat? Je to fajn jako v tom životě to mít a tak. Kdežto třeba ten druhý příspěvek tam s nimi líbilo, že ona se na to dívala právě s pohledem i třeba právě těch dětí a z pohledu toho stresu, což na jednu stranu já se s ním ztotožňuji, protože jsem přesně ten typ, který nemá rád, když se kouří i normální cigarety u dětí. Aby to ty děti cítily.

Ale myslím si, že asi by se úplně neměli veřejně propagovat, podle mě jako tabákové výrobky a tak, protože na ty sociální sítě reklamy a celkově všude prostě je to dostupný dětem už jako od nízkého věku. Myslím si, že by bylo lepší, kdyby ty děti neměly třeba ponětí, že vůbec něco takového existuje, a tak na druhou stranu chápu, že je to jako produkt jako každý jiný. Takže taky potřebují mít svoji reklamu a potřebují být vidět, že. Takže je to takový jako sporný v tomhle pohledu.

Takže a přijde ti třeba taková propagace tabákových a alkoholických výrobků, ať už na internetu nebo v televizi, nebo v rámci nějakých sponzorovaných akcí jako za hranicí nějaké etiky, zákona nebo manipulace?

Tak jako třeba vůči té mladší generaci, je to jako asi za hranicí nějakého toho zákona, protože prostě ty děti neměly vůbec vědět, že nějaký alternativy existují. Neměli by s tím v podstatě jako ani začínat jo do určitého věku. Bohužel se to děje. Dělají to čím dál tím mladší děti, ale nemyslím si, že třeba tohle by bylo nějak jako manipulativní, podle mě každý člověk má v tom má svobodu a každý se rozhodne sám, jestli chce kouřit nebo ne. A když už jako se bych se měla rozhodnout, tak jako přijatelnější pro mě bude právě propagace tady těchto alternativ než vyložení těch jako tabákových výrobků.

Dobře a já dle tvého názoru z těchto příspěvků zřejmé, že se jedná o nějakou placenou spolupráci s výrobcem?

Tak vzhledem k tomu, že se obecně ví, že jako známý lidi, který právě mají dosah a tak, tak ti by asi nesdíleli něco jen tak, aniž by z toho něco měli. Takže předpokládám, že buďto bude placená spolupráce anebo to bude spolupráce formou toho, že za to dostávají ty výrobky, nebo tak třeba jako prostě zadarmo, ať jim poskytují slevový kódy nebo něco takového. Takže určitě bych řekla, že nějaká ta minimálně sleva nebo placená spolupráce tam bude.

Takže jsi schopná z toho třeba rozpoznat nějakým způsobem, že je to reklamní příspěvek?

Tak vzhledem k tomu, že tam je ten hešteg iqos ambasador, tak bych hnedka řekla, že jo, protože ambasador je člověk, který jako propaguje, že jo tu danou značku. A tihle známi lidi asi nemají nouzi právě o týhle spolupráce, tak by to asi nedělali úplně třeba jen tak.

Aha, takže tohle označení je proto jakoby dostačující. Dejme tomu v rámci nějakého konzumenta toho příspěvku?

Třeba u toho druhého příspěvku jo. Takhle. Jako když člověk má ty zkušenosti, z toho Instagramu vidí prostě jak určitý lidi, který sleduješ, jako propagují ty produkty. Tak jako když se někdo takhle vyfotí s IQOSkou, a to tak jako první co tě napadne je, že to je spolupráce, protože ty jako běžný člověk asi úplně nebudeš jen tak jako dávat, že kouřím IQOS, je to skvělý a jsem kuřák.

A máš dojem, že ty příspěvky nabádají ke kouření?

Možná ten první. Jako ten druhý ne. Tam spíš ona jako říká hele, když jsi kuřák, je to dobrá alternativa. Ale třeba právě ten první příspěvek je, nebo na mě působí, právě jako podněcující.

Dobře a máš dojem, že některý z těch příspěvků třeba nabádá ke konzumaci mladistvé?

Řekla bych, že ten první. Dospělí lidi prázdniny totiž fakt nemají.

A napadá tě třeba, co mohl být, teda v rámci propagace toho výrobku mohlo být uděláno jinak nebo v té prezentaci toho produktu?

Tak jako určitě styl podání těch informací. Asi prostě bych to úplně neprodávala jako s tím, že z kouření mám skvělý pocit, protože sice to není to cigareta, ale furt prostě kouříš, že jo? Takže určitě bych zvolila jiný styl podání těch informací.

A myslíš, že by měly být vyvozeny nějaký následky v rámci regulace?

Jako následky. Na jednu stranu jsme demokratická země, že jo. A každý si může dělat, co chce. Nikdy není daný, že se nesmí propagovat prostě určitý výrobky na těch sociálních sítích, takže jasně, mohlo by to být třeba regulováno tím, že jakmile by byli nadefinovaný nějaký at' už ty hashtagy nebo něco, který prostě když by neměly vidět nezletilý, že by se jim ten příspěvek třeba vůbec neukazoval. Pokud tahle cesta je možná, tak třeba zvolila jako tuhle cestu. Na druhou stranu jako jak říkám, není to nikde daný, že se to nesmí. Takže proč by vlastně ti lidi to jako nemohli v rámci placený třeba spolupráce propagovat? Myslím si, že na to úplně nemáme tu moc to nějak ovlivnit už v dnešní době.

Fajn. Tak z těch ukázek je to všechno, ale ještě se tě zeptám, jestli ti něco říká Etický kodex reklamy? Setkala ses s tím někdy nebo slyšela ji o tom?

No asi nesetkala.

Já ti tedy vysvětlím, co to je. V podstatě je třeba dodržovat nějakou etiku marketingové komunikaci, aby tam spotřebitel nebyl manipulován. To zajišťuje Rada pro reklamu, která vydává takový etický kodex, která tě stanovuje takový obecný pravidla, aby ta reklama byla třeba pravdivá, čestná, slušná, aby nikoho pohoršovat a aby nikoho neurážela. Řeší třeba reklamu na tisku, na plakátech a audiovizuální reklamu a tak. Naopak se teda nezabývá třeba politickými reklamami. Každopádně ty, když třeba shleďáš, že je pro tebe nějaká reklama, třeba za hranicí etiky, tak můžeš podat stížnost na tu Radu pro reklamu skrz jejich stránky a vyplněním online formuláře. Oni se tím pak zabývají a vydají rozhodnutí, jestli je prezentace té reklamy v pořádku. Vydávají to pouze formou doporučení, takže to není nějak právně vymahatelný. Nemůžou ty reklamy sankcionovat.

Domníváš se, že by třeba znalost etického kodexu pomohla spotřebitelům čelit takovým těm manipulativním technikám v reklamě nebo v jiný marketingové komunikaci, a že to obecný povědomí o tom, co je ti reklamě etický nebo ne, mělo být součástí nějakého všeobecného vzdělání?

Tak asi jako si myslím, že kdyby lidi věděli, co se může nebo nemůže a podobně, že by to určitě kolikrát jako pomohlo se nenechat jen tak zmanipulovat něčím. Jako asi nějaký všeobecný základní přehled by byl fajn, kdyby lidi prostě měli. Zase ale na druhou stranu chápu, že když ho lidi budou mít, tak to zkomplikuje trochu práci zase těm, který ty reklamy tvoří a vlastně jakoby výrobcům a prodejcům.

Dobře. A domníváš se ty sama o sobě, že dokážeš rozeznat manipulativní techniku marketingové komunikaci, že jí umíš třeba odhalit a učení odolávat?

Tak určitě bych řekla, že v některých případech jo, protože někdy to prostě zřejmé, že to je třeba blbost, prostě jako jenom chcou lidem pomotat hlavu. Ale netroufám si říct, že třeba ve všem, taky jsem ten člověk, který vidí slevy, tak tak se podíváme a tak a rozklikneš minimálně tu stránku a podíváš se. Hlavně když se jedná o pro tebe nový výrobky, které chceš vyzkoušet, tak já konkrétně taky jako na ty slevy slyším.

Tak super, děkuju za tvůj názor a takhle je to asi všechno teda.

Příloha č. 2b: Přepis rozhovoru s respondentem č. 2

Takže... Setkala ses někdy s reklamou, u který jsi měla dojem, že taková prezentace není úplně v pořádku, třeba z hlediska etiky nebo tím, jak na tebe působila buď v televizi, nebo někde na internetu?

Určitě jo.

A vybaví se ti nějaká konkrétní?

Jo třeba UNICEF. Kde jsou ty děti ukazovaný jako vyhladovělý a my jim musíme pomoci, že je to jen na nás.

Dobře, takže tě to nějakým způsobem citově zasáhlo?

No asi jo.

A třeba s něčím na internetu ses setkala?

Na internetu jakože reklama, která mě prostě ovlivňuje nějak?

No tak třeba ti influenceri, že to zboží strašně moc vychvalují, jakože úplně nejlepší. A ještě jako mi vadí v televizi ten teleshopping.

Dobře. Tak já ti teď ukážu jména nějakých značek a jejich marketingovou komunikaci. Můžeš si vybrat tři z nich, o kterých máš povědomí nebo nějakou zkušenost, popřípadě kdyby tě nějaká zaujmula a chtěla sis ji rozebrat. Z každé této formy marketingové komunikace si vyber jednu.

Jo tak teda IQOS, dietní program a ještě to Notino.

Tak začneme teda tím Notinem. Máš s tím eshopem nějakou zkušenost? Nakupuješ tam?

Docela nakupuju právě.

A příležitostně? Nebo když tě třeba zaujme nějaká ta sleva třeba nebo slevový kód?

No nakupuji tam z důvodů té slevy oproti kamenným obchodům.

Dobře. Tak já tě poprosím, abys mi ukázala, kdyby sis chtěla koupit tenhle produkt Sí parfémovou vodu. Jakým stylem bys ten produkt na internetu hledala?

(...)

Tak mi popiš prostě, jak sis tu voňavku vyhledala.

No tak hodila bych to asi do Googlu a podívala se tady na ty ceny.

Takže bys to cenově srovnávala s ostatními obchodama?

No jasně, podívám se celkově, za kolik tady nabízejí ty parfémy. A tady se mi ukazuje, že na Notinu to vychází nejlíp, tak bych se koukla asi tam. I proto, že už mám zkušenost. A vidím tady mají tu stovku za tu cenu 1990.

Dobře. Takže si vždycky nejdřív porovnáš ty ceny. Nechodíš třeba přímo na Notino a nenakupuješ tam cíleně?

Většinou ne. Jak kdy no. Záleží.

Dobře tak já ti teď ukážu, co se stane, kdybys tuhle voňavku nakupovala napřímo na Notinu.

(...)

Já jsem si teď zadala rovnou webovky Notina a tu naprosto stejnou voňavku. A vidíš, že tam ten cenový rozdíl? Že najednou je za 2229 korun?

Tak to je trochu podvod ne? Já bych se asi cítila poškozeně. To mi přijde fakt jako už jak nějaká diskriminace.

Takže cítila by ses jako spotřebitel takovým jednáním oklamaná?

No tak kdybys to hledala vyloženě přes jejich stránky, protože jim věřím a mám s nimi zkušenost, tak mi dají vyšší cenu, než kdybys si to srovnávala i jinde. To mi nedává moc smysl. A jako zákazník mi to nepřijde fér, že mi dají vyšší cenu.

A je to pro tebe tahle nabídka za hranicí zákona etiky nebo je manipulativní?

No jako přijde mi diskriminující a možná i manipulativní. S těma cenama, žejo.

A máš nějaký podvědomý o takový manipulaci s cenami? Že je to pro některé obchodníky běžná praxe?

Vůbec nemám, nevěděla jsem doteďka o tom, že takhle manipulují.

Máš nějaký nápad, jak by se tomu dalo předejít? Aby se tyhle praktiky neděly?

To by mělo jít asi přes ČOIku, ne? Ta by to měla řešit. Víím, že v obchodech to řeší.

Je to tak, spadá to do její kompetence jakoby, ale je to těžký to ohlídat. Říká ti něco doplněk do prohlížeče Hlídač shopů?

No asi ne.

V podstatě jde o doplněk, který si nainstaluješ do prohlížeče, a on ti ukáže, jak ten obchodník hýbal s tou cenou toho konkrétního produktu. Vlastně je to zobrazený na takové časový ose, vypadá to nějak takhle.

(...)

To je supr, to jsem fakt nevěděla. To by asi měl udělat každý si to nainstalovat tady tuhle věc teda. Ale jinak si myslím, že tady tohle by měla mít ošetřený Česká obchodní inspekce, protože tohle je opravdu jako klamání spotřebitele.

Takže myslíš, že by z tohoto jednání měly být vyvozeny nějaké následky? V rámci regulace?

Určitě.

Dobře, tak jo. Tak cos jsi tam měla dál. Tu keto dietu, vid'. Já ti teď tu reklamu pustím a potom se tě k tomu budu ptát.

(...)

Proč sis vybrala právě tenhle produkt?

Hmm, protože hlavně po Vánocích tady ty firmy mají největší marketing, jako kdyby chtěly stoupnout do popředí, protože každý chce přece držet dietu, protože přes Vánoce nabral.

Tak a jaký máš pocit z této reklamy na dietní program?

No že pokud mám větší nadváhu, tak mě nikdo nebude mít rád a když budu prostě hubená, tak budou nejvíc populární.

Takže jakože prostě že budeš úspěšnější? A poznala jsi z toho, že se jedná nějakým způsobem o reklamní nadsázku?

No spíš mě to fakt pohoršilo, protože já mám pár kilo navíc a nechci se kvůli tomu nechat pohrbit.

Takže je podle tebe tahle reklama nějakým způsobem na hranici zákona nebo etiky?

Jo jo.

A proč myslíš?

No, protože jako tam v podstatě je, že by měl tlustý člověk umřít.

Takže tahle reklama obsahuje prvky snižující nějakým způsobem lidskou důstojnost?

To teda určitě.

A napadá tě teda, jak tahle reklama mohla být odprezentována třeba jinak?

No asi jo mohli tam dát, že se cítí líp jako hubená i po zdravotní stránce třeba a ne že jako tlustá byla méněcenný člověk, ale že to prostě je lepší pro to zdraví.

Dobře. A tak myslíš si, že by teda z téhle reklamy měly být vyvozeny nějaké následky?

To asi ne. Možná tu reklamu maximálně stáhnout, ale asi bych tam nedávala pokutu. To Notino mi přišlo teda horší oproti tomuto.

Tak teď ten IQOS. Tak to si prosím přečti tady tenhle text a ty příspěvky.

Tak jo.

(...)

Tak to mám.

Dobře, tak proč sis vybrala třeba zrovna tenhle produkt? Máš s ním nějakou zkušenost nebo něco jiného?

Vím, že to ti influenceři teď dost propagují a že je to jako kdyby takový módní hit.

A jak na tebe působí tahle konkrétní propagace?

Asi nijak, protože já vím, že oni to mají jako placenou reklamu, že jo. Oni to dostanou jako dárek anebo ještě dostanou líp za to zaplacené, aby to vlastně poslali do světa, a hrozně vychvalují a prostě, že se díky tomu přestali kouřit a toto. Prostě ty firmy využívají, že nějaká známá osoba má vliv na ty jejich sledující tak je nechá propagovat i takový věci jako jsou cigarety a alkohol a využívají toho.

Dobře. Takže podle toho poznáš, že se jedná o placenou reklamu?

Jo no prostě, že to takhle ukazují ten výrobek.

Myslíš si, že je to dostatečně značené tady, že se jedná o reklamu?

Já bych řekla, že jo, že jsou tam i hashtagy a všechno. Ale mělo by tam být i upozornění, že je to od osmnácti a to nevidím.

A přijde ti tato forma propagace nějakým způsobem manipulativní nebo za hranicí etiky nebo zákona?

Asi manipulativní je, protože manipulují s tou určitou skupinou lidí, že jo. Ten první influencer tak vlastně manipuluje i s těma mladšíma, že je to asi fajn kouřit elektronickou cigaretu. A ta Simona Kraínová tak ta asi využívá i toho, že je pěkná.

A máš dojem, že tě třeba nabádá k jeho nezodpovědné konzumaci?

No tak jako nějak hlavně aby to ti lidi vyzkoušeli a koupili si to.

Udělala bys na této propagaci něco jinak?

No asi by tam měl mít, že je to placená reklama spolupráce nějak fakt viditelně a taky to, že je to od 18 let a že je to zdraví škodlivý. A možná bych takový věci na internetu nepropagovala vůbec a už vůbec ne přes influencers.

A myslíš si, že bys takové reklamy nebo z takové propagace měly být vyvozeny nějaký následky v rámci nějaké regulace?

Nějaká pokuta, řekla bych.

Samozřejmě každý influencer má nějakého zadavatele, který mu tu reklamu zadává. Myslíš si, že jaký podíl třeba té pokuty by měl nést ten zadavatel té reklamy a jaký influencer?

50 na 50.

Tak dobře. Tak teď mám ještě otázky k diskuzi k diskuzi. Víš co to je Etický kodex reklamy?

Možná jo.

No tak pro jistotu ti to vysvětlím. Prostě každá reklama by měla být nějakým způsobem etická, nikoho neurážet a nepohoršovala a samozřejmě v rámci legislativy. Na to a na to dohlíží zejména Rada pro reklamu, která má za cíl zajišťovat a prosazovat čestnou legální pravdivou a nějakým způsobem decentní reklamu. Tady takový ty sporný reklamy jsou pak hodnoceny na základě nějakého etického kodexu. Ten kodex detailně upravuje zásady pro reklamní praxi a jsou tam uvedeny nějaká pravidla pro reklamní praxi. A za všeobecné zásady pro reklamní praxi se považuje slušnost, čestnost, pravdivost, společenská odpovědnost a tak dále. V případě, že ty jako spotřebitel, potažmo konzument té reklamy, budeš mít nějaký problém. Budeš tu reklamu shledávat se rozporu s etickým chováním tak na ni můžeš upozornit pomocí formuláře na stránkách RPR a oni se tím pak budou zabývat.

Domníváš se, že by znalost takového Etického kodexu by pomohla spotřebitelům lépe čelit manipulativním praktikám v reklamě a že by to mělo být součástí nějakého obecného vzdělání?

Tak jelikož je ta reklama teď už všude, tak si myslím, že by to mělo tak být. Víc se o to zajímat.

A domníváš se, že ty sama dokážeš rozeznat manipulativní praktiku v marketingové komunikaci a že ji umíš odhalit a odolávat ji?

No asi nedokážu.

A proč máš ten dojem?

Protože někdy umí tak dobře s tím člověkem manipulovat, že jsem kolikrát naletěla, když něco propagovali na Instagramu a vlastně díky tomu jsem si to koupila a zjistila jsem, že to není tak super jak oni tvrdí.

A co sis třeba koupila?

Šampony, většinou šampony.

Tak tohle je všechno. Tak ti děkuju.

Příloha č. 2c: Přepis rozhovoru s respondentem č. 3

Tak jo. Tak setkala ses někdy s reklamou, u které jsem měla dojem, že taková prezentace není úplně v pořádku, třeba z hlediska etiky nebo tím, jak na tebe emočně působila anebo jsi měla dojem, že je to třeba zakázaný, že se to nesmí takhle prezentovat produkt nebo něco takového?

Takhle mě asi vyloženě nenapadá. Možná mě teď napadají reklamy, co se týče, jak jsou organizace typu hnutí pro život, tak jak hodně jakoby bylo i tady prostě ukazují, já nevím jako to potraty a podobně. To si myslím, že jakoby ne vždycky je asi jakoby vhodný co to prezentovat takhle. Ale vyloženě jako reklama normálně na internetu mi přijde, že se mi ukazují reklamy většinou jakoby na produkty, který si hledám, takže mi to nepřijde nevhodné.

Ale zase mě to hodně děsí, protože teď jsem zrovna dneska dělala životopis a myslela jsem na to, že jdu dělat životopis. Našla jsem si jakoby něco na to a na youtubku a hned na to mi skočila reklama, jestli chci vědět, jak dělat správný životopis a přijde mi, že je to strašně jakoby rychlý. Hned ti skáče reklama na Youtube, tak to mě hodně děsí, to je možná důvod, proč jsem omezila i Instagram. A stalo se mi to i v případě, když jsem u sebe neměla telefon, to jakoby úplně nevím, jak je to možný, ale když třeba jsem si s někým jen o něčem povídala, tak pak mi hned skákaly reklamy. Možná to není tak složitý, jak mi to připadá, ale prostě je to fakt divný.

Super. Tak já ti teď tady ukážu takový můj výběr, těch reklam nebo těch komunikací, na který se zaměřuji a poprosím tě, aby sis z každé formy komunikace vybrala jednu značku nebo jako obchodníka, který tě zaujme ať už ze zkušenosti s ním nebo máš o něm alespoň povědomí.

(...)

Ok. Tak pro mě je to asi Notino z té podpory. Potom z reklam se mi líbí ta vodka, to asi i znám tu reklamu a potom Tequilla, protože IQOS nekouřím.

Tak taky super. Tak já ti teda ukážu tady pár těch případů té komunikace. Tak začneme tím Notinem.

Máš zkušenost s tímhle e-shopem?

No už jsem tam něco určitě objednávala.

Dobře. Tak já tady mám jako ukázkový případ tenhle parfém Sí. Kdyby sis chtěla objednat tuhle konkrétní voňavku z internetu, jak bys postupovala?

Tak dala bych si ji do Googlu a koukla se, kde ji mají a za kolik. Většinou na Heuréce.

Tak tady vychází nejlíp taky Notino podle Heuréky a mají ji za 1450. Tak jdu na ty stránky a objednáám si ji asi odtud, když vím, že je to i vcelku dobrý obchod.

Dobře. Tak já ti teď ukážu takový jejich figl. Já třeba často nakupuju na Notinu a většinou jdu rovnou na jejich stránky, protože už ze zvyku a ze zkušenosti. Teď si tam najdu tu úplně stejnou voňavku.

(...)

A vidíš ten rozdíl co se jakoby stalo?

Se tam dala vyšší cena ne? Tady je to přes dva tisíce.

Jojo, přesně tak. Já když jsem šla přímo přes stránky toho Notina, tak prostě se mi to nabídla za tuhle cenu.

Takhle to fakt funguje jo?

U některých e-shopů se to fakt děje.

Takže je prostě lepší, vyhledat si to přes Google. A jak je to možný, že když je to jakoby ta samá stránka?

Tomu se říká personalizace cen, sledují tvoje nákupní chování a pak ti přizpůsobují ceny. Děje se to třeba nejvíce když nakupuješ letenky. Nejsem si jistá, jak přesně to udělají, ale asi to bude součástí nastavení kampaní na online marketingu.

Aha. Ale já jsem to právě jako nevěděla. Takže to musí být docela fajšmekr, že jo? Protože kdyby to jako lidi věděli, tak si to fakt srovnávají, ale zase hodně lidí si třeba vyhledávat přes tu Heuréku moc neumí a jakože já to taky moc nedělám jako málokdy, ale třeba voňavky tak dělám. Jakoby automaticky kupuješ dražší no, když jdeš přímo na ty stránky. No ale teď už to dělat nebudu.

Je to zajímavý, vid'?

No a jsou tam stejná jakoby procenta a těch přeškrtnutých cen?

Nene, liší se to. Tady d tou přeškrtnutou cenou ti tvrdí, že ušetříš 36% a tady je to 43% jo takže to taky není stejný.

Aha

no.

A cítila by ses jako spotřebitel oklamaná?

Jako kdybych o tom jako nevěděla, tak bych se tak cítila. No že to vlastně jako to je cílená reklama na mě, že vlastně nejenom jakoby to zboží je produkt, ale i ty jsi pro ně produkt.

To máš pravdu.

A je pro tebe tenhle nabídka za hranicí zákona, etiky nebo manipulativní nějakým způsobem?

Nějakým způsobem jo, přijde mi to, jako přijde mi to přinejmenším manipulativní. Nevím, jako jestli bych mluvila o nějakým nezákonným jednání, ale jako přijde mi to nespravedlivý.

A měla jsi o takových cenových manipulacích povědomí?

Vůbec jsem nevěděla, že se tohle děje. To je pro mě úplně nové.

Dobře. A ty si teda říkala, že si většinou zjišťuješ tu nejnížší možnou cenu přes ty srovnávače?

Třeba takhle, co se týče nějakých kosmetiky, tak porovnám. Nebo já nevím třeba i u lékárny kouknu kde je to nejlevnější, no.

Měla bys třeba nápad, jak by se dalo takovým cenovým machinacím do budoucna třeba předejít, aby se tohle dělo co nejméně?

Tak asi, jestli třeba existuje nějaká inspekce a jestli je to jako z právního hlediska napadnutelné třeba z Český obchodní inspekce.

No a říká ti něco doplněk Hlídač Shopů?

Hlídač Shopů? Není to nějaký ten pejsek? Takový hlídací pes že si můžeš na ten produkt dát dejme tomu toho hlídače, který ti jako kdyby oznámí, kdy bude nejnížší cena nebo něco takového? Jsem nějakého takového hlídacího psa měla na Alze. Že vlastně si ho dáš a upozorní tě na slevu u toho produktu.

Tak to je trochu ještě něco jiného. Já ti to vysvětlím, co to je konkrétně.

Je to je takový doplněk do chromu, nebo do aplikace do prohlížeče a ono ti to vlastně hlídá ty stránky toho obchodníka, nebo když nakupuješ, tak ono ti to hlídá tu cenu dejme tomu, když máš třeba ty události plný slev typu Black Friday. U ukáže ti to, jak se pohybovala ta cena před tím, a zda ji nenavýšili schválně a netváří se, jakože je to sleva. Takže ono ti to takhle hlídá, abys nebyla prostě jako spotřebitel oklamána, aby sis nemyslela, že je to super výhodný, ačkoliv to tak ve finále úplně není.

Aha tak to jo. A to si tohle stáhneš klasicky do Chromu?

Přesně tak. A některé ty e-shopy a produkty ti to prostě ohlídá.

Tak to je dobrá věc ty jo.

Takže bys to klidně využívala?

No kdybych to znala, tak určitě.

A myslíš si, že by tady z takového jednání měly být vyvozeny třeba následky v rámci nějaký regulace?

Myslím si, že by se to mělo regulovat a sjednotit na jednu cenu. Jakoby ať si každá stránka dělá akce, jak chce, ale to že když si to rozklikneš prostě jakýmkoliv způsobem, tak dostaneš stejnou cenu. A ne že ti to dá jinou cenu. To není správný vůči těm zákazníkům.

Dobře. Tak z toho Notina je to všechno a teď ti pustím reklamu na tu vodku.

(...)

Zeptám se tě, proč sis vybrala zrovna tenhle produkt?

Z té nabídky byl jediný, co nejvíc jako znám. Ale není to vůbec jako můj oblíbený nápoj, ale z těch tří možností mě to zaujalo.

A jaký máš z té reklamy pocit?

No nevyvolává ve mně úplně nějaký emoce nebo něco. Takový mainstreamem to na mě působí jako.

Ok, takže nemáš dojem, že třeba tahle reklama za hranicí zákona etiky nebo nějakým způsobem manipulativní?

Nene, taková maškaráda, takový šašci.

A máš třeba dojem, že ta reklama by mohla nabádat k nějaký nezodpovědný konzumaci?

To mi nepřišlo.

A máš dojem, že by mohla nabádat ke konzumaci mladistvé?

Možná nějakým způsobem jo. Vlastně jakoby přece jenom je to reklama na alkohol, že jo. A tam to bylo prostě vystavený, takže prostě vodka všude, že jo, takže na závěr by to mohlo jako vypovídat, že je to nějaký jako fajn lehký alkohol.

Máš třeba z téhle reklamy dojem, že bez požití toho alkoholu se nedá dobře bavit?

Ne to asi ne.

Takže ti přijde tahle reklama, jakoby v rámci nějakých etických mantinelů?

Jo, nepřijde mi, že by to tam nějak úplně nabízený. Jediný co, tak na závěr, tak mi přijde, že by si z toho mohli vzít, že je to prostě taková jako levná sranda jo, který je hodně, ale zároveň to není jako nějaký divný s tím, je tam ta písnička a nikdo tam vyloženě neříká nic o tom alkoholu. Takže mi to přijde takový, jakoby veselý víc jako.

Takže taková nadsázka?

Tak.

Takže si ani nemyslíš, že by z téhle reklamy měli být vyvozeny nějaké následky?

Za mě asi ne, jsou i horší reklamy na alkohol než je tahle podle mě.

Dobře. Tak teď ti ukážu příspěvek k té Tequille. Tohle si přečti a pak se tě budu ptát.

(...)

Mám to přečtené.

Tak jaký máš pocit z příspěvku na kterým ta influencerka propaguje tu tequillu?

Přijde mi to nedůvěryhodný, a že se snaží zacílit jakoby na ty oblasti života, se kterými mají lidi problémy. Já nevím, třeba to hubnutí jak tam bylo. Je to podle mě lež a dezinformace.

Takže přijde ti tenhle reklama za hranicí zákona, etiky nebo třeba manipulativní?

Přijde mi manipulativní, právě že cílí na ty slabiny lidí, který tomu dokážou věřit.

A je dle tvého názoru zřejmý z toho příspěvku, že se jedná o placenou spolupráci?

Nepřišlo mi to tak.

Takže jako neodhalila bys, že je to reklama?

No asi ne, asi bych klidně věřila, že je to jako její nějaká taková iniciativa.

A máš dojem, že třeba nabádá nějakým způsobem k nezodpovědný konzumaci toho nápoje?

Jo, přijde mi to, že jak tam vlastně popisuje a vyzdvihuje ty blahodárné účinky, tak to může být nebezpečný, protože jakmile ten člověk nebo konzument překročí množství, tak spíš to uškodí.

A máš dojem, že by mohla nabádat ke konzumaci i mladistvé?

Záleží, kdo jí sleduje no. Ale jestli měla 300 tisíc sledujících, tak tam budou i mladí lidi klidně.

A tak máš třeba nápad, co by v rámci téhle reklamy mohlo být uděláno jinak třeba v rámci té prezentace?

Asi bych tam spíš popsala jako chuť toho nápoje, ale nevypisovat tam, že se po tequille hubne a že je nějaký blahodárný, jako pořad je to alkohol, že jo? Takže bych to spíš pojmla jako dobře, když reklama, tak ano, ale pojmlout to nějakým způsobem nevím, fakt nevím, jak se dá eticky propagovat alkohol, jestli to vůbec jde.

A myslíš si, že by z téhle reklamy měly být vyvozeny nějaký následky?

Jako ideální by bylo, kdyby to Instagram reguloval celkově ty reklamy na alkohol a cigarety. Přece jenom ty dosahy těch influencerů tam jsou a propagovat tohle není asi dobrý.

Oukej, tak teď tady mám ještě takový otázeky k diskusi, tak říká ti něco Etický kodex reklamy?

Etický kodex jsem určitě slyšela, ale k reklamě asi ne.

Je tady taková instituce Rada pro reklamu a ta vydává etický kodex, kterým by se měl řídit ten, kdo ten zadavatel té reklamy s tím, že jakákoliv reklama by měla být čestná, slušná, pravdivá a neměla by nikoho pohoršovat. Zároveň tam uvádí pravidla pro reklamu na produkty typu alkohol a cigarety. Zabývá se třeba televizní reklamou, reklamou na internetu i na billboardech a tak. Naopak se teda nezabývá jako politickými reklamami. A ty třeba když jako konzument té reklamy zjistíš, že je pro tebe nějaká reklama za určitou hranicí, tak ji na jejich stránkách můžeš nahlásit. Oni se tím pak zabývají, a buď ji uznají jako neetickou a upozorní toho zadavatele. Nebo ji vyhodnotí na základě toho kodexu jako v pořádku. Každopádně oni vydávají rozhodnutí na bázi doporučení, takže nejsou nějak jako právně vymahatelný ty rozhodnutí.

Domníváš se, že povědomí o nějaké znalosti toho Etického kodexu reklamy, že by to pomohlo těm spotřebitelům lépe čelit těm manipulativním technikám a té neetické reklamě? A že by znalost toho kodexu měla být součástí nějakého všeobecného vzdělání nebo všeobecného rozhledu?

Já si myslím, že v dnešní době, kdy žijeme jako hodně v mediální době, tak by to mělo být začleněno, jak já nevím finanční gramotnost a ostatní gramotnosti, tak i nějaký jako kritický myšlení a vlastně jakoby rozpoznávání v tom světě internetu, kam reklamy patří. Zvlášť teda na sociálních sítích.

Domníváš se třeba ty sama o sobě, že dokážeš rozeznat manipulativní techniku a odhalit ji a účinně jí čelit?

Jako asi nějaký okatý ano. Ale potom vlastně, když se nad tím zamyslím, tak mě to taky ovládá, protože kolikrát vím, že nemám peníze, nechci si nic koupit a vlastně mi naskočí přesně produkt, který jakoby se mi bude líbit, ani jsem si ho nehledala a vlastně takovým způsobem se mi ukáže, že si ho jako koupím i přesto, že jsem nechtěla, takže si myslím, že vlastně jsem taky jako manipulována.

Super. Tak to je všechno. Děkuju za tvůj názor.

Příloha č. 2d: Přepis rozhovoru s respondentem č. 4

Takže první otázka zní, zda ses někdy setkala s reklamou, u které jsem měla dojem, že taková prezentace na ně úplně v pořádku, například z hlediska etiky nebo tím, jak na tebe působila. Ať už jsi na ní narazila v televizi nebo na internetu, na sociálních sítích nebo třeba billboardu na veřejných místech? Třeba jestli si vzpomeneš i na nějakou konkrétní.

No jako moc po tom nekoukám, ani nekoukám na televizi tak to asi ani tolik nevnímám třeba a automaticky to vypouštím, takže jako momentálně mě nic jako nenapadá. Ani jako úplně nic konkrétního, spíš třeba když se nedávno řešili odpůrci třeba potratů, tak to je jediný, co mě teď tak jako napadlo, že nad tím jsem se zarazila, že vlastně se etického hlediska tohle, že je to tak citlivé, že asi úplně není v pořádku to propagovat takovou formou, jako to bylo teď v kampusu.

Tak já ti tady teda ukážu několik příkladů marketingové komunikace. A chci znát tvůj názor, zda ti ta forma propagace přijde v pořádku. Vždycky ti ukážu nějakou ukázkou a pak se ti budu postupně ptát. Vyber si z každé formy komunikace jednu značku, která tě zaujme, takže dohromady tři.

(...)

Tak ten Datart asi kvůli tomu Black Friday, pak vodku a ten IQOS.

Dobře, tak začneme Datartem. Tak tady na tomhle obrázku je vyobrazena sleva na produkt, který byl nabízen v rámci události Black Friday. Tak si přečti k tomu ten krátký text.

(...)

Využíváš třeba slevových nabídek rámci v událostí typu Black Friday?

Občas využívám.

Dobře, a když se podíváš na tu jako slevu, třeba na tyhle sluchátka je pro tebe nějakým způsobem ta sleva lákavá? Kdybys ty sluchátka třeba sháněla, a vidíš, že jsou zrovna ve slevě, tak jestli bys využila takový výhodné nabídky?

Asi když bych zrovna tady ty sluchátka jako úplně jako potřebovala, tak si řeknu, že jo. Ono se na tu slevu fakt jako hezky kouká.

Ten produkt, konkrétně tyhle sluchátka bylo možný těsně před tou akcí zakoupit za minimální cenu 412 korun. Ovšem následně pak to zboží, v rámci toho černého pátku bylo zdraženo na 600 a obchodník pak uváděl, že z té původní ceny 1000 korun ušetříš, i když se ve skutečnosti jednalo v rámci nějaké machinace o 40 procentní navýšení ceny.

To jsem právě jako chtěla dodat u té první otázky, jak jsem se jako zarazila, že většinou jako když kupuju třeba něco ve slevě a je to třeba i jako já nevím na Datartu VIP členství nebo něco takového, tak se vždycky jako snažím zjistit jako faktickou cenu i třeba na jiných stránkách, protože potom samozřejmě přesně to, že to vlastně nemusí být tak výhodný. Takže přesně takhle prostě jako googlím, jestli opravdu jako ta cena jako tomu plus minus odpovídá a je to opravdu aspoň jako trochu výhodnější anebo je to úplný přestřel.

A když jsem ti tady řekla, to odhalení této skutečnosti, jak téhle vlastně fungovala, je pro tebe ta nabídka i nadále lákavá?

Asi ne.

Cítíš se tímto jednáním oklamána?

No určitě.

A je podle tebe takové jednání ze strany toho obchodníka za hranicí zákona, etiky nebo je manipulativní?

Tak myslím si, že nevím jak je to to se zákonem teda, ale jako v rámci etiky asi jako určitě, protože to je prostě asi i ta manipulace. Prostě je to lež. Takže jako z hlediska etiky to prostě je nepravdivý a je to úmyslný oklamání toho zákazníka.

Takže jsi říkala, že nějakým způsobem máš povědomí o takový manipulaci s cenami a že jsou nějaký takový praktiky pro obchodníky běžné?

Jo, to určitě mám.

Máš nějaký návrh, jak by se podobným machinacím s těma cenami dalo do budoucna třeba předejít, aby se takový věci neděly? Napadá tě něco?

Hmm, to nevím.

Dobře, a říká ti něco doplněk Hlídač Shopů?

No asi jsem to někde slyšela, ale jako že bych to nějak znala asi ne.

Tak to je vlastně takový doplněk, který si nainstaluješ do chromu, a ono ti to na e shopech hlídá ceny produktů. Ty se dozvíš třeba, jaká byla minimální cena před tou akcí a jestli náhodou ten obchodník nějakým způsobem neklame o té cenové výhodě. Konkrétně na tomhle obrázku to vidíš. Takhle to vypadá. Tady to bylo 45% ve finále zdražení, takže v tomhle spočívá jakoby ten doplněk.

Aha, zajímavé.

Využívala bys takový doplněk?

Tak myslím si, že jo. Kdybych na to už někde narazila, tak určitě, ale doteď jsem to neznala.

A myslíš si, že by ti obchodníci měli být v tomhle jednání nějak regulováni?

No tak asi by to mělo být prostě nějak jako hlídáno, aby se to asi úplně nestávalo, ale jako zas na jednu stranu chápu ty prodejce, že jo, za jakým účelem oni to dělají na druhou stranu, jako k čemu to je? Tak jako tak ať to uvádí já nevím nějak jako pod něčím jiným než mega výprodeje a hýbou s těma cenama jak chtějí.

Dobře, tak můžeme se přesunout k dalšímu. Pustím ti teď reklamní spot a pak se budu ptát na otázky.

(...)

Tak proč sis vybrala právě tuto reklamu tento produkt?

No tak asi, protože tak občas chodíme na nějaký akce nebo tak, tak mě zajímalo právě co zrovna jako na ten alkohol vymyslí.

Dobře a jaký máš pocit z této reklamy na alkoholický nápoj?

Docela asi jako dobrý, protože tam byla vlastně jako použitá jako známá písnička, jednoduchý text a nebylo to asi úplně ani jako tak jako ostře podaný, ale že se na to člověk tak jako snad i rád koukne. Že to není taková otravná reklama, pokud teda neběží asi čtyřikrát za půl hodiny, že jo?

Dobře, takže si nemyslíš, že tahle reklama je nějak jako za hranicí zákona etiky nebo nějakým způsobem třeba manipulativní?

No jako já nevím, ale asi to se mnou jako neudělalo, že by mě to nějak ovlivnilo, jako například v tom Datartu, tak jako není to nic, co by se mě tam úplně vyloženě dotklo. Nevím, možná to jenom nevidím.

Ne jako to je v pohodě. Každý to vidí jinak.

A máš dojem, že třeba může nabádat nějakým způsobem k nezodpovědným konzumaci toho alkoholického nápoje? Teda konkrétně té vodky?

No asi jo, protože vlastně jak je tam použitý to slovo pure jako čistý, tak jako přece jenom alkohol, je to docela jako tvrdá droga, i když je legální. Takže jako celkově si myslím, že propagovat alkohol a tyhle věci, kde to podléhá nějakým sankcím třeba právě pro nezletilí nebo když někdo pije a pak řídí, tak jako nemyslím si, že tam by se to mělo propagovat v reklamách.

Takže jako třeba si myslíš, že by tahle reklama mohla nějakým způsobem nabádat dokonce i mladistvé?

No asi jo, protože vlastně v té reklamě samozřejmě jsou všichni mladý, nebo jako je to mladý kolektiv, nejsou to prostě dědové někde v hospodě na frťanovi. Je to prostě v podniku kam dnešní lidi, jako mladý chodí často a chodí rádi. Takže tak no.

A máš z té reklamy dojem, že se bez požití alkoholu nelze dobře bavit?

No tak jelikož jako z vlastní zkušenosti vím, že některý lidi se dokážou dobře bavit i bez alkoholu, ale jako jo vyzařuje to z toho, že prostě oni tam tancují, že jo a vlastně je to úplně komplet jako já nevím, v půlminutě shrnuté to, co jako je ten alkohol, přináší, že jo. Nebo kde se s ním setkávají a co se u toho děje.

A napadá tě, co mohlo být v takové reklamě uděláno třeba jinak? Co se týče té prezentace toho?

Myslím si, že by tam jako vůbec nevidil dovětek třeba jako zákaz konzumace. Jo zase jakoby připomenout, že konzumace až od 18 let, nebo jo že zase, když už to dávají jako úplně všude, tak si myslím, že prostě razítko do nějakého dolního pravého rohu, prostě když by to tam jenom jo dovětek o 3 slovech tak to by tam být i mělo.

Ono to tam jakoby je, já ti to ukážu.

(...)

Jo tam bylo nějaký ty s rozumem jo? Aha. No ale to je přesně jako o kolik je to prostě menší než jako velký logo a prostě velká flaška a oproti tomu úplně je to jako úplně pidi, že vlastně ve chvíli, kdy to není zvětšení, tak jako člověk to nezaznamená. Je to prostě malinký.

Dobře a myslíš, že by z téhle reklamy měly být vyvozeny třeba nějaký následky v rámci regulace?

Nevím, no jako myslím si, že jako zpětně prostě v prvním i v druhém případě už s tím jako nikdo nic neudělá, že spíš tady by se prostě v těch reklamách mělo se zaměřit jako, aby to přestalo, nebo aby to prostě bylo v rámci toho trošičku pořešit i jako jaký rizika z toho vznikají a od toho se pak odpíchnout a nevracet se k tomu, ale spíš jako něco s tím dělat teď jako v tuhle chvíli už no, kdy to v některých případech zachází docela daleko.

Určitě.

Tak teď tady máme ještě ten IQOS, takže já tě poprosím, aby sis přečetla tady ten příběh k tomu a pak ještě ty přes ty příspěvky.

(...)

Tak máš nějakou zkušenost s tímhle produktem?

Ano, mám.

A jaký máš pocit z téhle příspěvků propagující tu elektronickou cigaretu?

Že to je prostě průser. Jsou to lidi, ke kterým jako široká veřejnost jako vzhlíží a myslím si, že obecně prostě v nějakým jako influencerství a takhle to tak funguje, že to, co oni napíší, co ti lidi řeknou, tak to je svatý a mají hrozně jako velkou důvěru od těch lidí. Takže ve chvíli, kdy je ze všech stran zasypou něčím takovým, tak to člověka ovlivní.

A třeba koupila by sis ten produkt na základě takové propagace ty osobně?

Na základě tady toho teda ne.

Dobře. Takže si myslíš, že prostě z nějakého etického hlediska tady tyhle reklamy prostě nejsou úplně v pořádku?

No asi jako taky to úplně není jako čistý, protože oni tam jako sice píšou jako svůj názor, ale jako je jasný, že jako všichni víme, jak prostě to funguje, že když za to dostanou zapláceno tak je jim to jedno. Já to třeba nepovažuji jako za důvěryhodný. Když vím, že ten člověk za to dostane zapláceno, nebo minimálně jako užívání a má kouření prostě zadarmo, jenom že napíše, že je to strašně super.

Takže když ses na ty příspěvky dívala, dle tvého názoru bylo zřejmé, že se jedná o placenou spolupráci?

No určitě, no jasně.

A máš dojem, že nabádá k nějaký nezodpovědný konzumaci toho tabákového výrobku?

Hmm, to asi jako úplně jako nenabádá. No spíš mi to přijde jako takový podsouvání.

A máš dojem, že nabádá ke konzumaci mladistvé?

Tak tam možná bychom se nad tím trošku jako zasekla, protože samozřejmě, že v našem věku, tak my jako už jako youtubery, to už je za námi, na ty moc nejedeme už to vůbec není zrovna naše věkovka, že to je přesně pro ty mladší, ty na to fakt jako koukají, takže zase prostě v tom vidí nějaký ten vzor mi přijde. Takže když jim to odprezentuje nějaký ten youtuber tak asi to nabádat i může.

Napadá tě, co mohlo být v rámci téhle prezentace toho produktu uděláno jinak?

Aby vůbec nebyly použity ty příspěvky.

No jasně, já si to taky myslím.

Dobře a myslíš si, že by z toho měly být vyvozeny nějaký následky v rámci regulace?

No zase prostě buď ty příspěvky třeba smazat anebo nějak poupravit ten text. Sice absolutně nevím jako, jak by se měl poupravit, ale tím, že jako na první dobrou je to prostě podsouvání tak je to blbě celý. Když to vezmu, já nevím třeba, co se týká zdravého životního stylu tak zase člověk, který tady to čte, ať už je to prostě v jakýkoliv kategorii, tak prostě musí trošičku přemýšlet jako selským rozumem a jako nepropadnout tomu. A myslím si, že hodně je to jakoby na nás, jak obecně jako ty reklamy vnímáme a jak nad tím jako přemýšlíme my, jako ti kdo se na to dívají.

Dobře. Tak teď tady mám ještě takový otázky k diskuzi. Říká ti něco etický kodex reklamy?

No představit si to dokážu. Jako my máme etický kodex sociálního pracovníka a máme prostě určitý body, co prostě jsou nějaký hranice, tak si myslím, že možná to bude jako moc podobný bázi.

Je to tak, akorát je to pro tu reklamní praxi. Jsou to prostě nějaký jako etický pointy, co by ta reklama teda měla, nebo neměla obsahovat. Je to v podstatě jako soubor pravidel pro ty, kdo ty reklamy nějakým způsobem vytváří a jak by ta reklama měla vypadat v rámci nějakých etických mantinelů, aby se zamezilo těm manipulativním praktikám. Zabývá se tím Rada pro reklamu a oni vydávají rozhodnutí ve formě jako doporučení. Není to právně vymahatelný, nemůžou pokutovat. Každopádně, když ty třeba jako konzument nějaký reklamy, máš dojem, že třeba narazíš na nějakou marketingovou komunikaci, která asi není úplně v pořádku, tak dáš pomoci jejich webových stránek jako podnět prošetření. Oni se tím pak zabývají a arbitrážní komise rozhodne, jestli je to reklama etická, nebo ne a upozorní toho zadavatele.

Domníváš se, že by znalost takového etického kodexu reklamy, pomohla spotřebitelům lépe čelit manipulativním taktikám a mělo by to být součástí nějakého všeobecného vzdělání kór dnešní době třeba?

Jako myslím si, že asi úplně nevím, jestli jako přímo jako z prostudovat nějaký etický kodex reklamy, ale myslím si, že to patří k nějakému jako všeobecnému přehledu nebo jako povědomí. Jako prostě je finanční gramotnost, tak lidí prostě by měli trošku umět přemýšlet.

A domníváš se ty sama, že dokážeš rozeznat manipulaci v marketingových komunikaci a že jim dokážeš účinně odolávat?

Fakt myslím si, že jo jako rozeznat ji dokážu, ale to odolávání je o dost těžší. Jako dávám si na to pozor, ale neříkám, že to je prostě asi vždycky stoprocentně, taky jsme jenom lidi a některý ty nabídky nebo obchodáci tě zmanipulují ani nevíš jak.

Příloha č. 2e: Přepis rozhovoru s respondentem č. 5

Takže jako první se tě zeptám, jestli ses setkal někdy s reklamou, u který jsi měl dojem, že taková prezentace není úplně v pořádku? Třeba co se týče etiky, nebo tím, jak na tebe působilo, ať v televizi, na internetu nebo na sociálních sítích.

Musím říct, že určitě jako v televizi ne, ale co se týká těch sociálních sítích, tak jako nevzpomínám si nějaký konkrétní příklad, ale když si to tak nějak jako podvědomě vybavím, tak určitě ano.

Třeba se to týkalo třeba dejme tomu slev, nebo jak na tebe třeba působila, nebo se ti zdálo, že tě někdo do něčeho někdo přemlouvá?

Co se týká přemlouvání, tak ne, ale spíš si právě myslím, co se týče těch slev a tak, ty určitě tam jako na tom internetu jsou a na druhou stranu určitě nějaký emoční nátlak, jako to jo, ale jak říkám, to se omlouvám, jako nevybavuju si přesně, ale vím, jako že denně když otevřu Facebook, tak něco najdu.

Tak já tady mám 8 produktů, respektive značek a jejich marketingovou komunikaci jsou to konkrétně KFC rozvoz, černej pátek od Datartu a Notino, který se týká nabídek v rámci podpory prodeje a týká se slev a akcí. Pak tu mám reklamní spoty, takže klasický reklamy na Hanáckou vodku, dietní program od My Keto a Semtex. Tequilla a IQOS se týká influencer marketingu. Já tě poprosím, aby sis vybral 3 z nich od každé formy té komunikace jednu značku co je ti třeba nejbliž, máš s ní zkušenost nebo by tě zajímala a chtěl by sis jí rozebrat?

(...)

No tak určitě, třeba ten IQOS, že jo, já jsem sám uživatel, takže určitě jsem nějaký marketing, co se týká, jako IQOSU, jsem zažil různý takový ty budky kdekoli jako prostě jakýmkoliv tabáku a v těchto prodejnách, tak tam je to běžný pomalu, vlastně i na ulici, nebo nějaký telefonický rozhovor i takže to jsem určitě zažil. Co se týká KFC rozvozu, tak určitě jsem si párkrát něco jako objednal, ale že bych zažíval nějaký nátlakový marketing, to vždycky, akorát tam byla nějaká maximálně jako výhodná nabídka. Jo třeba 2 + 1 zdarma nebo 1 + 1 zdarma. No a z těch reklam asi energy drink, to taky znám.

Takže já ti teď tady ukážu několik forem marketingové komunikace těchto značek, který sis vybral, a chci znát tvůj názor, zda ti ta forma propagace přijde v pořádku, ať už je z hlediska etiky emocí nebo jak na tobě působí. Třeba že máš dojem, že by to takhle vypadat nemělo nebo že je to dle tvého názoru vhodně zvolená komunikace. Jedná se jen o tvůj názor, žádná odpověď není špatně.

Takže jako první ti tady ukážu nabídku od KFC rozvoz. Já tě poprosím, aby sis přečetl tento materiál, který vlastně popisuje tu jejich komunikaci. Až to přečteš, tak se tě zeptám na pár otázek. Kdybys něčemu nerozuměl tak se doptej.

Jasně.

(...)

Mám přečteno a KFC chápu.

Dobře, takže tvůj výběr KFC jsi odůvodňoval hned na začátku, zkrátka ses už někdy setkal s jejich propagací služeb anebo těch produktů. Já se tě zeptám, jak na tebe působí forma propagace téhle služby rozvozu zdarma?

Jasně, určitě, jako je to dobrá věc. Obzvlášť já jsem student, takže jako když jako můžou ušetřit v uvozovkách 60 korun, tak jako proč ne, jako je to fakt, když máš jídlo za dvě a ne tři kila tak to je super.

A využil bys té služby i po tom zjištění, že ta skutečná cena je nakonec vyšší než v té kamenné pobočce?

Jo, ale musel bych samozřejmě zvažovat svoje jako finance, jako jo chápu, že asi možná to byla jenom forma nějakých jako nalákání těch zákazníků, ale samozřejmě samotný ten zákazník potom vidí tu finální cenu a je pouze jako na něm, jestli si to koupí, nebo ne. Takže já s tím problémem nemám jako.

Dobře. A cítil by ses, jako třeba spotřebitel na cítil oklamán v tomhle smyslu, že se ta služba prezentuje, jako že je zdarma. Ale přitom ve finále úplně zdarma není?

Takhle jasně, můžu to brát, jako že jsem oklamáný, ale jelikož tak nějak uvažuju, jak funguje současný stav světa, tak už mi to bohužel připadá asi úplně zcela normální a přirozený, takže já tím nejsem překvapený a je v podstatě jenom na mně, jestli si to koupím, nebo ne.

Takže nemáš dojem, že tahle marketingová komunikace za nějakou hranicí chování ze strany toho obchodníka?

Je určitě manipulativní, protože samozřejmě láká se tam zákazníka na nějaký prostě pojem, že je něco zdarma a ono to ve finále úplně tak není, ale nemůžu říct, že bych byl nějak pobouřen, protože to vlastně vidím dennodenně úplně všude kolem mě. Takže беру to už v podstatě něco jako samozřejmost a je prostě jenom na mně, jak se rozhodnu. Ale jak říkám, jako v tomhle uvozovkách já se můžu cítit poškozovaný, ale upřímně s tím nesouhlasím a morálně je to asi tak nějak jako špatně.

Dobře, tak oni se hlavně hájili tím, že to mají v těch všeobecných podmínkách uvedené ty podmínky té služby. Napadlo by tě třeba před využitím té služby si dohledávat ty všeobecné podmínky?

Upřímně jako, kdo to dělá, to asi dělá jako fakt jako málokdo a jako tohle je služba na objednání jídla. Takže jako tam člověk úplně jako nebude číst asi půl hodiny prostě nějakou smlouvu, ale radši prostě bude koukat, jaký jídlu si objedná, takže určitě bych nekoukal na ty podmínky.

A napadá tě, co by třeba káfcéčko mohlo v rámci té prezentaci služby teda udělat jinak?

Třeba nabídnout tu dopravu opravdu zdarma, jako to jo já chápu, že tam co mi jako ty produkty, co jsou na kamenných prodejnách, jsou levnější a že tam nějak asi dopočítávají tu cenu zdarma, ale kdyby to byla třeba časově omezená nabídka, tak pro mě by to bylo o mnohem jakoby lepší a asi i srozumitelnější, kdyby napsali prostě tento měsíc doprava zdarma, aby jenom přilákaly ty zákazníky na tu svoji službu. S tímhle bych problém neměl.

Dobře a myslíš si, že by třeba z této propagace měli být v rámci regulace vyvozené nějaké následky?

Tak maximálně to jako že můžeme říct, že to není úplně korektní, aniž by, jako si nemyslím, že by porušoval nějaký zákon, protože prostě to mají v těch všeobecných podmínkách. Takže já nevím. To je asi fakt tím, že já jsem už zvyklý na to, že se tohle děje dennodenně, takže já fakt nemůžu říct, že by to bylo něco hrozného, ale samozřejmě pro tu firmu to může být jako špatná reklama, a tak tohle není to úplně dobrý.

Ok super. Ted' ti pustím reklamní spot na energy drink od Semtexu a zase pak spolu budeme diskutovat. (...)

Viděl jsi někdy tuhle reklamu? Setkal ses někdy s tímhle reklamním spotem?

Upřímně, nikdy jsem to neviděl.

Aha, dobře. A jak na tebe působí tento způsob propagace toho nápoje?

Je velice sexistické.

A co tě tam zarazilo?

Podle mě to není určitě na hranici zákona, jelikož tady to video jsem teda viděl na jejich sociálních sítích a myslím, že mnohdy je tam i horší obsah. Takže za mě určitě neporušuje zákon, ale manipulativní je určitě, protože se tam ukazuje vlastně krásná slečna, která má krásné křivky a věřím, že pro spoustu lidí už jenom to možná naláká na ten produkt a bude to mít spojený s tím, že je to nějak atraktivní. Nevím jak to vysvětlit, ale každopádně v tomhle ohledu se tam využívá prostě ženské tělo propagaci produktu. Tak si říkám, je to taková manipulace.

A jaký máš postoj k zobrazování nahoty erotických apelů v reklamě?

Já sám nemám problém s nahotou, nemám sám problém jako s erotikou. To myslím, že úplně pro člověka přirozený, ale musíme si jenom říct, jakože je to na sociálních sítích, kde nejsou jenom dospělí lidé, ale jsou tam především i děti, které to může potom v budoucnu nějak jako ovlivnit, co se týká třeba morálních hodnot a tak dále. Takže upřímně nejsem pro to, aby jako tenhle obsah byl nějak jako třeba distribuován v rámci těch sociálních sítích.

Chápu to třeba ještě kdyby to takhle propagovali opravdu jako v koktejlovém baru, kde se podává jenom alkoholické nápoje a je tam prostě přirozeně dospělé obecnost. Naprosto s tím nemám problém, ale jelikož se to děje na těch sociálních sítích, tak mi to přijde celkem jakoby nevhodný no.

Ok a vnímáš nějaký rozdíl, když ty erotické prvky souvisí s tím propagovaným produktem a když je to úplně mimo produkt?

Já mám problém tady tím, že tohle mi přijde podstatě jenom nástroj pro zaujetí nějaké pozornosti na těch sociálních. Což se asi zcela běžně děje, jako neustále, ale mi přijde, že tahle ta reklama je víc sexistická než na takový Clavin. Tam není třeba zobrazovaná nějaká nahota, maximálně nějaký podtext, ale to je asi tak všechno. A co se týká nějakého luxusního třeba prádla spodního, tak to mi opět jako přijde míň sexistický, že se tam spíš jenom ukáže jako hezká žena, ale tady, když jako podstatě se žena, která vlastně klepe svým zadkem. Tak to už mi přijde prostě mnohem sexistický než cokoliv jiného.

Máš dojem, že tady ta reklama obsahuje prvky snižující lidskou důstojnost?

To asi ne, protože jako takhle není tam vyloženě nahý. V podstatě vidíme tam slečnu, která je normálně jako vlastně v oblečení na cvičení jo, ale zároveň se tam ukazuje nějaká sexualita. Jak jenom zněla ta otázka bych se toho nezamotal?

Jestli obsahuje prvky snižující lidskou důstojnost?

Ne za mě ne.

Dobře a napadá tě, co by třeba v rámci téhle reklamy z etického hlediska jinak, aby to z tvého pohledu byla míň sexistická reklama?

Když už by tam chtěli mít třeba tu nějakou twerkující ženu, tak bych jí spíš dal jakoby nějak do pozadí, aby to nebyl jako by hlavním tím předmětem toho reklamního sdělení, protože když to takhle vidím, tak tohle je prostě jenom ten základní nástroj pro zaujmutí té pozornosti.

Dobře, dobře. A myslíš si, že bys téhle reklamy měl být vyvozen nějaký následky v rámci nějaký regulace?

Co se týká regulace tak asi ne, protože já si nemyslím, že by tam ukázali něco nezákonného nebo něco extra pobuřujícího, nebo si prostě říkám, že není to úplně korektní, ale nemůžu říct, že by to bylo nějak extra moc, nebo se extrémně korektní. Jenom s tím prostě nesouhlasím v rámci toho, že to funguje na sociálních sítích, kde jsou mnohdy i děti.

Dobře. Tak teď se přesuneme k tomu influencer marketingu. Tak tě poprosím, aby sis přečetl tenhle text k tomu. Kdyby cokoliv doptej se.

Jo.

(...)

Už to mám dočtený.

Skvělý. Tak se tě teď opět zeptám, jaký máš pocit této formy propagace té elektronické cigarety? Ať už co se týká toho mezinárodního festivalu, nebo pak následně těchto příspěvků, které se objevovaly na sociálních sítích jako na Facebooku a Instagramu?

Přijde mi to... Přijde mi to opět takový extra jako nekorektní, nebo nemůžu říct extrémně, přijde mi to nekorektní z toho důvodu, že jakákoliv propagace třeba alkoholu nebo tabákových produktů mi nepřijde úplně zcela fajn, jo, obzvlášť když se tady využívají většinou celebrity. Tak si říkám, že prostě mnoho lidí to prostě může ovlivnit, jenom to myšlení si řeknu, když to kouří tahle celebrita, tak bych to měl kouřit taky, abych byl v uvozovkách cool a zároveň když se tam potom bylo, že jo ten pětá tévé, což je nevím, jestli ještě jako natáčí nějaká videa, ale byl to známý youtuberů, který ho sledovali většinou děti. Takže zrovna opět to dítě prostě může mít najednou tu mentalitu, že je to prostě něco cool, něco žádoucího. A pokud vlastně i to dítě bude potom kouřit ten IQOS, tak si může říct, že je to úplně v pořádku, i když to prostě v pořádku není.

Hmm, dobře. Takže myslíš si třeba, že tahle reklama je nějakým způsobem za hranicí zákona etiky nebo manipulativní?

Určitě je tam zase tam taková ta manipulace. Ten problém s tím, že prostě vezmeme tabákový produkt, který spojíme s nějakou nějakou známou osobností. Mnohdy ta známá osobnost proto může třeba napomoci k tomu, že se, že děti budou kouřit, takže přijde mi to fakt jako špatně. Nemyslím, že by to bylo za hranicí zákona, i když myslím, že v nějakých ohledech nemám zase ty znalosti, ale ono asi neměly by být dokonce i reklamy na nějaké tabákové produkty a takhle, takže za mě asi to zákon neporušuje. Jenom říkám, za mě to je úplně takový celkem nekorektní.

A je podle tebe zřejmý, že se jedná o reklamní příspěvek?

Upřímně, nečetl jsem, jestli tam je někde napsaný, že to je placená propagace, ale jo, tady vidím, že jelikož tady třeba ta Simona Krainová má hešteg iqos ambasador, tak bych řekl, že to je zrovna placená propagace. Asi teda ano, ale musím říct, jakože třeba jsem jeden z mála, který si tady toho všimne jo.

Takže ti tohle značení přijde jakoby dostačující. Dobře. A máš dojem, že ty příspěvky a celkově tady tahle komunikace nabádají k nějaké nezodpovědné konzumaci tabákového výrobku?

Určitě. Hlavně ke konzumaci mladistvých, když to propaguje někdo, kdo cílí na děti.

A napadá tě teda, co v rámci téhle propagace mohlo být uděláno jinak?

No co se týká morálního hlediska spojení prostě známých celebrit s tabákovými produkty nebo prostě alkoholem to není dobře. Zároveň bych ale asi úplně ani nechtěl, aby na tohle běžely v televizi třeba od ranních hodin reklamy. Takže za mě je to prostě celý špatně.

A myslíš si, že by z tohohle měl být vyvozeny nějaký následky?

Celkem třeba fajn by bylo, kdyby se to legislativně ukotvilo tak, že by se prostě zakázala propagace tabákových produktů, protože samozřejmě i pro ten stát je to nežádoucí. Ale jakmile člověk kouří nebo pije alkohol, tak tím vlastně zvyšuje náklady zdravotnictví v budoucnu.

Dobře. Tak teď mám takový otázky k diskuzi. Víš co je to etický kodex reklamy? Říká ti to něco?

No, určitě bych řekl, že jsou to nějaká etická pravidla, jak se chovat při reklamě nějakého daného produktu.

Takže trochu jako povědomí máš. Každopádně abych to dovysvětlila, tak existuje organizace Rada pro reklamu, která právě se zabývá tou etickou stránkou reklamy, aby nevznikaly nějakým způsobem manipulativní nebo nekorektní reklamy. Reklamní kodex obsahuje obecná pravidla, že reklama musí být slušná, čestná, nikoho nepohoršovat a tak dále. Zabývá se at' už reklamou cílenou na děti nebo na tabákové výrobky nebo na alkohol. Ty jako konzument nějaké reklamy, když zjistíš, že třeba nějaká reklama není úplně v pořádku, tak ji můžeš nahlásit pomocí online formuláře na jejich stránkách a oni se tím pak zabývají. Arbitrážní komise pak vyhodnotí, jestli je ta reklama etická nebo. Vydávají opatření formou doporučení, takže žádný právní následky jakoby nemůžou vyvozovat, nemůžou ti dát pokutu. Můžou tě prostě akorát říct, možná byste to měli upravit nebo úplně stáhnout. Zabývají se jak plakátovou reklamou, tak v televizi i na internetu a naopak se nezabývají politickými reklamami. Nicméně, myslíš si, že by nějaká všeobecná znalost toho kodexu napomohla zvrátit praktiky některých obchodníků?

Z určité části bych řekl, že ano. Že prostě podle mě spousta lidí vidí třeba nějakou nekorektní reklamu a místo toho, aby si řekli, že to je asi špatně, tak se možná mnohdy nad tím můžou i pobavit a spíš jako smát jo. Takže já bych řekl, že pokud je třeba nějaká reklama rasistická, nebo prostě útočí třeba nějakou menšinu, tak pro spoustu lidí to může být spíše pobavení než cokoliv jiného. Takže za mě určitě by bylo lepší, kdyby jako většina lidí měla to povědomí.

Myslíš si ty sám o sobě, že seš schopný odhalit manipulativní techniky v reklamě nebo v nějaké jiné formě propagace a účinně jim odolávat?

Jo určitě. Jak jsme se bavili o tom KFC že jo doprava zdarma tak mnohdy, i když tu chuť mám, tak prostě si řeknu, nedává mi to úplně smysl. Raději si prostě půjdu nakoupit za stejný peníz do obchodu. Samozřejmě věřím, že pro spoustu lidí to není tak snadné jako třeba pro někoho jiného. A já už upřímně se přiznám, jako že jsem tím párkrát bojoval, ale nemám problém těm lákavým nabídkám odolat.

Takže jsi třeba schopný odhalit nějakou tu manipulaci, že si řekneš, hmm, tam bude někde třeba háček, to asi není úplně pravda nebo tak?

Jo jo. Ve valné většině si vždycky říkám, já už vlastně jsem tak jako skeptický vůči všemu, že všude očekávám, že někde ten háček bude.

Super tak já ti děkuju za tvůj názor, a že sis na mě udělal čas.

Příloha č. 2f: Přepis rozhovoru s respondentem č. 6

Takže. Setkal ses někdy s reklamou nebo s nějakou marketingovou komunikací, u které jsi měl dojem, že taková prezentace není úplně v pořádku, třeba z hlediska etiky nebo tím, jak na tebe působila, ať už v televizi, na internetu, na sociálních sítích, nebo třeba někde na billboardu?

Úplně jako sám od sebe jsem tohle nikdy jako úplně nesledoval nějakou tu etickou stránku té věci. Jediný, co bych tomuhle tomu jako věděl, tak jsem se asi jako všichni, setkal s takovým tím případem těch šmejdu, což bylo hrozně jako řešený téma v té době, kdy vlastně tam prakticky tlačili ty lidi do nějakých nákupů a tak dále, což mi přišlo teda jako silně neetický.

Dobře. Tak já tady mám osm komunikací vybraných značek a já tě poprosím, aby sis z každého druhu té komunikace, vybral jakoby jednu, podle toho co tě třeba nejvíc zaujme nebo s tím máš nějakou zkušenost, nebo by ses o tom chtěl třeba něco dozvědět.

(...)

Tak z té první skupiny určitě ten černý pátek, to je hrozně trendy a sám to využívám a myslím si, že to využívá hrozně moc lidí, protože ti lidi na to hodně slyší na ty na ty slevy. Z té druhé skupiny asi ta vodka. S tím jakože taky mám nějak zkušenost. A z té poslední IQOS, protože teďka je to dost populární věc. A to bych řekl, že ten a IQOS je teďka jedna z nejpobulárnějších reklam.

Dobře teda. Ukážu ti teď několik příkladů marketingové komunikace těch tvých vybraných značek, a chci znát tvůj názor, jak na tebe působí. Žádná odpověď není špatná a žádná není vyložena dobře.

Tak já tě poprosím, aby ses jenom podíval, tedy na tu nabídku toho Datartu a ten krátký popis.

(...)

Tak první co, tak to na mě zapůsobí, že to chtějí automaticky prostě prodat, chtějí natáhnout ty lidi, aby působilo to, že opravdu jsou tam veliký slevy. Oni si řeknou ti lidi z tisícovky skoro na půlku, to musím mít, to musím koupit, takže hodně silně tlačí přes tu cenu na to, aby ty lidi jim to nakoupili.

A přijde ti taková nabídka třeba lákavá, když by si šáněl sluchátka a řekl si, že je to teď ve slevě tak to musím koupit?

Tak úplně selským rozumem bych do toho šel, protože to prostě velká sleva.

Dobře. Tady je problém ten, že ten produkt byl těsně před tou akcí Black Friday možný zakoupit za 412 korun. Následně však v rámci té události to bylo zdražené na šest stovek a obchodník vlastně uvádí, že z té původní ceny ušetříš nějakých 39%, ale ve skutečnosti se jedná o pětačtyřicetiprocentní navýšení.

Ty jsi říkal, že máš třeba trošku povědomí, že to takhle může fungovat, že jo?

Trochu jo.

Je po odhalení této skutečnosti, jak tedy fungují tyhle události, pro tebe ta nabídka nadále lákavá?

I tak bych to pořád koupil ne, že ne. Nicméně už právě s tímhle jsem se i sám setkal, že to zboží bylo předtím levnější než vlastně při té akci Black Friday, což mě u některých věcí jako kolikrát odradilo, když jsem viděl, že vlastně tam je nárůst a ne pokles, nicméně když tu věc opravdu potřebuju, tak jako tak furt je to sleva pro mě, takže bych to asi pořád koupil.

Dobře. A cítil by ses jako spotřebitel oklamán tomto případě?

Já jsem si úplně oklamán nepřišel, mě to jenom, jak to říct, trošku mě to rozhodilo, že to takhle praktikují, ale úplně oklamán jsem se necítil.

A myslíš si, že tyhle praktiky jsou nějakým způsobem za hranicí etiky, zákona nebo manipulativní?

Tak za hranicí zákona a etiky bych úplně neřekl, ale určitě je to z mého pohledu manipulativní, že oni ty lidi opravdu lákají vyloženě s tím konkrétním cílem té ceny a přitom vlastně to navýší, což ale spousta lidí podle mě vůbec neví.

Dobře. A třeba když něco sháníš, zjišťuješ si nejnižší možnou cenu třeba pomocí Heuréky nebo jiných cenových srovnávačů?

Jedinkrát jsem ten cenový srovnávač použil jinak nikdy.

Takže třeba když něco sháníš, tak máš třeba zkušenost s nějakým obchodníkem a navštívíš rovnou jeho stránky?

Hmm, většinou když už takhle něco chci koupit, tak koukám po všech možných. Když to tak řeknu, nemám jako úplně obchodníka, ale třeba když vezmu konkrétně to elektro a vím, že jsem byl v Datartu, tak stejně kouknu třeba na Elektro world, tak jako tak se tam podívám, jak se pohybují ceny tam.

Dobře a máš nějaký nápad, jak by se v těchto praktikách dalo předejít? Který jsou vůči těm spotřebitelům jakoby nefér?

Tak to nevím. Těžko to asi podle mě půjde nějak ošetřit v zákoně to podle mě prostě nejde a je to na zodpovědnosti toho obchodníka. Nevím, jak by se tomu dalo nějak předejít.

Říká ti něco doplněk Hlídač Shopů?

Říká, ale nepoužívám to.

Dobře. A myslíš si, že by z takových cenových manipulací měly být vyvozeny nějaký následky v rámci regulace?

Nemyslím si, že by tam z toho měly plynout nějaký následky, jen to asi víc ohlídat no.

Dobře, tak teď tady máme tu Hanáckou vodku. Já ti pustím spot a pak se ti zase budu doptávat na otázky.

(...)

Jak na tebe nebo proč už vybral právě tento produkt? Máš s tím nějakou zkušenost nebo?

Tak mám s tím zkušenost, ale nesouviselo to úplně nutně s reklamou.

Jasně, dobře. A jaký máš pocit z této reklamy?

No tahle konkrétní reklama sama o sobě bych řekl, že má jako strhnout lidi k tomu, aby navštěvovali bary. Užívali si ten život a ztratili zábrany, nemysleli moc na nějakou odpovědnost.

Dobře a přijde ti tahle reklama za nějakou hranicí zákona, etiky nebo manipulativní?

Tak tady už bych asi možná o té etice trochu začal pochybovat, protože právě jak jsem řekl, předtím, má to nabádat lidi k tomu, aby šli do toho baru a dali si tu vodku a prostě zařádili, když to tak řeknu. A to bych řekl, že už je trochu za hranou.

Takže máš třeba nějaký způsobem dojem, že tě nabádá k nějaký nezodpovědný konzumaci toho alkoholu?

Jo, víceméně.

A máš dojem, že by mohla tohle reklama nabádat ke konzumaci i mladistvé?

Myslím si, že nabádá ke konzumaci hlavně ty mladistvé.

Takže podle toho, co jsi říkal, máš třeba z té reklamy dojem, že se bez požití toho alkoholu nelze dobře bavit?

No asi to z toho má tak vyznít, že když jdeš na párty, tak si přeci nedáš jenom kolu, že to nebude ono.

A napadá tě, co by v rámci téhle reklamy mohlo být uděláno jinak v rámci prezentace toho produktu?

To mě úplně nenapadá.

Dobře a myslíš si, že bys takových reklam měly být vyvozeny nějaký následky v rámci regulace?

Nevím, jestli by tohle někdo jakoby řešil, možná třeba úřad pro ochranu hospodářské soutěže v rámci nějaký třeba nekalý reklamy nebo něco takového podobného by se o to možná jako mohlo docela začít zajímat.

Dobře, tak jo. Tak to bylo všechno, tak přejdeme k dalšímu.

Tak prosím, aby sis přečetl tady ty příspěvky a tady tohle povídání.

(...)

Tak to už jsi říkal, proč sis vlastně vybral tenhle produkt. A jaký máš pocit z těchto příspěvků propagující elektronickou cigaretu?

Vlastně tam je jenom víceméně vyzdvihnutý samý ty pozitiva vlastně. Není tam žádný negativum, což je zase podle mě špatně, protože i ty elektronický cigarety mají svoje negativa, a to bych řekl, že je taky důležitý tam zmínit. Když už teda se snažím to takhle propagovat, někde třeba na instagramu nebo na nějakým informačním profilu, tak i to negativum tam někde dát.

Určitě. A přijde ti teda tahle reklama nebo tenhle typ sponzoringu na za hranici zákona, etiky nebo manipulativní?

Tak tu za hranici zákona a etiky určitě ne, a ani manipulativní bych neřekl.

A je dle tvého názoru z těch příspěvků zřejmé, že se jedná o placenou spolupráci s výrobcem?

Když to vidí člověk, který Instagram nemá nebo nežije těma sociálníma sítěma tak mu to určitě podle mě nemůže dojít. Pro ty lidi, který to ale používají, tak vědí, že tam to placení partnerství prostě je.

A přijde ti to jako dostatečně označené, že se jedná o placenou spolupráci?

Tohle konkrétně asi ne.

Dobře. A máš dojem, že to nabádá k nějaký nezodpovědný konzumaci?

Asi bych úplně neřekl nějaký nezodpovědný konzumaci přece jenom nekuřák si to nekoupí a nezačne kouřit. To je podle mě nesmysl. Takže ti lidi, co kouří, tak už vlastně nezodpovědný jsou. Takže asi ne.

Máš dojem, že by v tomto případě mohly tyhle příspěvky nabádat ke konzumaci mladistvé?

Úplně takhle bych to neřekl.

A myslíš si, že to mohlo být odprezentováno jinak?

Určitě. Určitě označit, že tam je to placené partnerství, protože je to podle mě docela důležitý, aby to lidi věděli, že to ten člověk nedělá jenom sám za sebe, ale aby se přiznal, že z toho něco třeba má.

Dobře. A myslíš si, že by v rámci regulace měly být vyvozeny nějaký následky z této marketingové komunikace?

Nenapadají mě žádný konkrétní následky, který by z toho měly být vyvozeny, ale možná to víc ohlídat, co kdo vlastně propaguje a jakým stylem.

Ted' tady mám ještě otázky k diskusi. Říká ti něco Etický kodex reklamy?

Možná jsem to slyšel.

Nevadí, vysvětlím. Vlastně dodržováním Etiky v reklamě se zabývá Rada pro reklamu, která se vlastně zabývá jak televizní, tak internetovou reklamou nebo i reklamou na billboardech. Naopak se třeba nezabývá nějakými politickými a reklamami. Takže ty, jakožto konzument té reklamy, když třeba uvidíš nějakou reklamu nebo se setkáš s jinou marketingovou komunikací a řekneš si, že ti ten styl prezentace nepřijde úplně v pořádku, tak můžeš přes stránky RPR vyplnit online formulář a oni se tvým podnětem budou zabývat. Řídí se vlastně tím Etickým kodexem, kde jsou vymezeny soubory pravidel pro reklamní praxi, kdy říká, třeba že reklama musí být čestná, slušná, nikoho neurážet nebo nepohoršovat nebo

třeba jakým stylem musí být podávány reklamy týkající alkoholu a cigaret. Vydají nějakou formu doporučení, co třeba má zadavatel té reklamy udělat jinak. Nemají žádný žádnou právní vymahatelnost, takže oni tě sami o sobě nemůžou pokutovat. Domníváš se, že znalost nebo povědomí o etice v marketingové komunikaci by pomohla spotřebitelům lépe čelit manipulaci a mělo by to být součástí všeobecného vzdělání?

Tak myslím si, že kdyby to spotřebitelé věděli, tak určitě to k něčemu třeba platný bude. Konkrétně, když to stáhnu na to, co jsme tady dělali, třeba na tu vodku nad tím, když se leckdo pozastavil, že se mu to nebude zdát úplně klišé, že to není třeba dostatečně decentní a tak dále. A určitě by to nějakým způsobem začali řešit, jenomže tohle to podle mě je prakticky skoro nikdo pořádně nezná. Prostě faktem je, že ta reklama bývá občas agresivnější nebo trošku za hranicí nějakých pravidel.

A ty sám si myslíš, že dokážeš rozeznat manipulativní techniky v marketingové komunikaci, odhalit je a účinně jim odolávat?

Tak pokaždé určitě ne. Pokaždé to určitě nepoznám, ale třeba konkrétně u toho Datartu sám vím, že ty ceny jsou někdy níž a pak vlastně jsou de facto výš, ale nikdy nejsou jako tou původní cenou, takže na to se třeba jako podívám a řeknu si, že se mě tady někdo pokouší natáhnout. Ale ne vždycky to prostě poznám úplně u všeho.

Dobře, tak jo. Tak to je všechno.

Příloha č. 2g: Přepis rozhovoru s respondentem č. 7

Takže tenhle rozhovor se týká manipulace v marketingové komunikaci. Jako první se tě zeptám, jestli ses někdy setkal s reklamou, u které jsem měl dojem, že taková prezentace není úplně v pořádku, například z hlediska etiky nebo jak na tebe působila? Ať už v televizi nebo na internetu, na sociální síti?

Asi jo.

A vzpomeneš si na něco konkrétního?

Například v Pelhřimově, když vždycky jsme jezdili busem, tak tam bylo plakát na pivo, kde byla ženská odhalená. Tak nevím, co to bylo za pivovar, ale takový nějaký malý. No a pak co sundali, spíš to museli sundat, protože to bylo, jakože neetický. Tady na to si asi tak vzpomenu teďka.

Dobrá. Takže já teď tady mám následující produkty, respektive značky a obchodníky. Poprosím tě, aby sis vybral od každé formy komunikace jednu, takže dohromady tři. Buď kvůli tomu, že je znáš a máš s nimi zkušenost nebo tě třeba zajímá ta komunikace.

(...)

No tak zkušenost úplně ne, ale největší povědomí mám o tom Notinu. To je teď fakt úplně všude.

Ten IQOS taky to je taky reklamní bomba teď docela hodně.

A pak Semtex, ten mám rád, ten piju.

Tak já ti teď ukážu několik příkladů z té marketingové komunikace těch značek, které sis vybral, a chci znát tvůj názor, zda ti ta forma propagace přijde v pořádku, ať už z hlediska etiky, nebo toho, jak na tebe působí, nebo i z právního hlediska, třeba když máš dojem, že taková reklama zakázaná a tak. Žádná odpověď není úplně špatně a jedná se čistě o tvůj názor.

Tak jo.

Tak začneme tím Notinem.

Tak tohle je takový praktický. Já tě poprosím, aby sis vyhledal tuhle voňavku Armani Sí. Prostě postup, jakým bys ji na internetu zakoupil.

No já bych šel rovnou na stránky toho Notina, protože vím, že je to docela velký obchod a ty voňavky tam mají za fakt dobrou cenu a všechno. Takže bych šel rovnou takhle přímo na stránku.

Jo takže bys nezkoumal, že by sis to třeba koupil někde jinde?

No možná bych se podíval, jestli náhodou to nikde neseženu levněji, kdyby se mi ta cena nezdála, ale zjistil bych nakonec, že jsou tam nějaký pochybný weby, ze kterých neobjednám.

Takže já ti teď odhalím problém těchto akčních nabídek od Notina. Problém je ten, že když jdeš přímo na stránky Notina, tak se ti za ten produkt nabídne jiná, respektive vyšší cena. Ukážu ti, jak to vypadá, kdybychom šli přes Google a Heureka. Tady na jeho stránkách ti to momentálně nabízí za 2225 Kč. Kdežto když to hodím do Googlu ten název toho produktu.

(...)

Když jsem to šla cenově srovnávat, tak mi za úplně stejnou voňavku, od stejného obchodníka, hodili cenu 1990 korun. Jenom kvůli tomu, že jsem šla přes cenový srovnávač, tak mi to vyhodilo prostě levnější cenu.

Jo jakože, protože na tom srovnávači se jako přizpůsobují té konkurenci?

Přesně tak. Každopádně, když jsem ti teď řekla, jak tohle funguje, cítil by ses jako spotřebitel oklamán?

No tak kdybych tohle věděl, tak jo že jo, ale když to nevíš, že to takhle je, tak je ti to asi jedno. Tam podle mě využívají spíš to, že ty lidi buď jsou líní si to někde srovnat, nebo jejich malý procento, že jo. Takže jakoby z hlediska etiky je to asi divný, nesprávný, ale z hlediska firmy je to dobrý, že jo na tom vydělají takhle no.

Takže myslíš, že je to za hranicí nějakého etického chování nebo manipulace popřípadě nezákonné?

Asi z té etiky jak jsem říkal, že by si to úplně nemělo. No, a jakože kdyby existovala na to zákon, který by to třeba jako zakazoval, to nevím. Ale tohle jednání není to úplně v pořádku, jakože.

A máš teda podvědomí o tom, že se dějí takový manipulace s cenami?

No tak ne úplně. Jakože vím jenom, třebaže e-shopy, že mají většinou levnější zboží, ale když jdeš někam na kamennou prodejnu, tak to můžeš mít dražší. Ale tak to je asi z hlediska toho, že kamenná prodejna se musí nějak uživit, že jo. Takže pak tam je to tam dražší. Ale jak to funguje s e-shopama jsem nevěděl, že prostě některý takhle dělají s těma cenami.

A zjišťuješ si třeba ceny pomocí cenových srovnávačů?

Jak kdy a jak u čeho.

No když jsem ti ted' ukázala, jak to funguje u některých obchodníků, máš nápad, jak by se tomu dalo do budoucna předejít?

No to je asi těžký ty jo. By se muselo zasáhnout vyloženě zákonem, že jo. Aby se to nemohlo dělat podle mě jako.

Myslíš si, že by z takových nabídek měly být v rámci nějaké té regulace, vyvozené nějaké následky? Třeba jako pokutou za klamání nebo tak?

No asi jo, ale spíš možná by bylo pro toho obchodníka horší, kdyby to někdo hodil někam do médií, že jo. Aby se o tom vědělo, to si myslím horší. Když tě to poškodí, nebo i nějaká pokuta, pro ty velké firmy to může jít klidně až do milionů.

Říká ti něco doplněk do prohlížeče Hlídač Shopů?

No jo.

Jo znáš to?

Jo znám no.

A využíváš ho?

No záleží jak kde, no třeba u techniky jo. Když třeba chci něco nějaký kábl nebo nějaký vybavení a není to. Jestli je to to samé teda.

No to si asi možná pleteš s hlídačem dostupnosti zboží. To nevadí, vysvětlím.

To je takový doplněk, který když si nainstaluješ do svého prohlížeče, tak ti hlídá ceny u vybraných obchodníků a jejich zboží. Odhaluje to, jestli s tou cenou nějak nemanipulovali třeba před událostmi typu Black Friday a ještě ji nenavýšili, místo toho, aby ji opravdu snížili.

Aha, tak to neznám, tak jsem si spletl s něčím.

Nevadí, no každopádně je to prostě, že si to nainstaluješ a ono ti to hlídá ten pohyb té ceny.

Ne tak to neznám.

Dobře a využíval bys ho? Kdybys ho znal?

Jo to asi jo no. To bych využíval no, to vypadá docela fajn.

Dobrá tak z tohohle to bylo všechno a pak jsi říkal ten Semtex, vid'. Takže ti ted' pustím tu jejich reklamu a pak si můžeme zas povídat.

Tak jo.

(...)

Tak jaký máš pocit z té reklamy, kterou jsi právě viděl?

Tak asi jakoby nic moc neporušuje na tom internetu, ale jako do televize by to asi nemohli dát no. Je to hodně, jak se to říká, šilený asi na chlapy, že jo. Si myslím, že to úplně nebude cílený na holky no. Tak prostě chtěli zacílit, no.

A je třeba pro tebe tahle reklama nějak za hranicí etiky nebo manipulativní?

Asi spíš ne. Nemyslím si, že je za nějakou hranicí. Ale taky si myslím, že by se to nehodilo do televize, ale třeba že tak na internetu je to normálně. Akorát ty texty, spíš k tomu víš jako takový, víš co? Proč to tam píšou vůbec, že jo. To už je takový slizký no, docela. Spíš ty mě tam štvály, než obecně ta reklama. Jakože našli jsme způsob, jak to umíchat ještě rychleji, úplně nesmyslný.

Chápu. Takže a jaký máš postoj k zobrazování nahoty a erotických apelů v reklamě? Pokud to teda vyloženě nesouvisí s produktem?

No tak mně to přijde divný, jakože prostě, když by to byla reklama na spodní prádlo, tak je jako jasný, že to tam bude, že jo a myslím si, že je to v pořádku. Ale jakože když si tam do reklamy dají prostě holku, a tak prostě, která je jakože podle většiny jako ideál krásy a pak to prodáváš a samozřejmě nejsou všichni taková, že jo, tak je to divný, že jo. Spíš to jakoby otravuje, než že by to bylo nějaký to no.

Takže když to souvisí s produktem tak jsi s tím v pohodě?

Jo jako jo, no prostě mně to nevádí to, ale podle mě třeba tady jako vyloženě by mě to odradilo od toho, abych si to koupil. Chápeš, jako věřím, to je prostě reklama, který se zasměju, řeknu si ty jo, co dělají, ale zase takhle to prodávat tímhle stylem to nevím.

A myslíš si, že tahle reklama třeba obsahuje prvky, která je nějakým způsobem snižuje lidskou důstojnost třeba jako zejména tu ženu?

Ne tak to asi ne, já si myslím, že je docela, jakože uznávaný jako tanec, prostě už ne obecně, že je to asi v pohodě. Před 5 lety bych ti asi odpověděl jinak.

Ano. A napadá tě třeba, co by v rámci té reklamy mohli udělat jinak?

No jak jsem říkal ty texty no. Že by neměly být takový jako sexistický.

Dobře.

A myslíš si, že by z téhle reklamy měly být třeba vyvozeny nějaký následky v rámci regulace nebo něco?

Já si myslím, že to asi ne.

Tak jo. Tak teď ti ukážu ten IQOS. Prosím přečti si tenhle text i s téma příspěvkama.

(...)

Mám to a přijde mi, že to dost podsouvají. Tohohle jsem sledoval dřív.

Tak a proč sis vybral právě tenhle produkt? Máš nějakou zkušenost?

No to úplně ne, ale povědomí mám.

Dobře.

A jaký máš pocit z takové to propagace elektronický cigarety? Ať už se bavíme o tom sponzoringu anebo tady o těchto příspěvcích následných na instagramu a na sociálních sítích.

Nevím, no tak ono obecně jako tabákové výrobky by se měly propagovat, že jo, když si vezmeš, že třeba máčka, když byly propagované ve formuli, přímo Ferrari to sponzorovalo, že pak za to měli obrovské pokuty, že jo, to bylo jakoby neetický. A pak už to vlastně i uzákonili, že nesmíš vůbec tabákové výrobky propagovat, že jo? Takže tohle je by se nemělo.

A je tohle podle tebe třeba za hranicí tady zákona, etiky nebo manipulativní?

No to asi jo, asi všechno.

A je dle tebe z těch příspěvků, co jsem ti ukázala, zřejmý, že se jedná o placenou spolupráci? Rozpoznal bys to z toho? A podle čeho bys to tak jako poznal?

Jo určitě no. Třeba že to tak drží jako. A píše tam, prostě seš ready na léto a drží iqos ruce, který nějakým způsobem vychvaluje a tak. Tenhle příspěvek, jakože ti tam vlastně říká, že přestaň kouřit ciga, ale po

začít kouřit iqos že jo, vlastně si nepomůžeš ničím, ale budeš furt kouřit, ale zdravě, že jo, ale jakože jak můžeš kouřit zdravě?

A máš to dojem, že tě to nějak nabádá k tomu kouření?

No právě dost no. To je takový začarovaný kruh.

A máš dojem, že třeba nabádá ke konzumaci mladistvé?

No tak to je těžko říct, že jo. No myslím si, že to může zasáhnout mladý lidi, který jsou na sociálních sítích prostě a řeknou si, že ta IQOS je zdravější než cigareta a nic nedělá. Ještě to kouřit tady osobnosti, který sleduju, tak si dojdou koupit taky, no.

Ok. A napadá tě třeba, co by v rámci tady těchto příspěvků nebo těch, co propagují tyhle věci, mohlo být třeba uděláno jinak, aby to bylo třeba etičtější dejme tomu?

Jako ať klidně zmíní, že tohle existuje, ale ať to tak nepodsouvají a nedrží v ruce. Anebo ať si to propagují, ale bezplatně. Prostě by za takovou spolupráci asi neměli dostávat peníze. Nevím no, nejlíp by to neměli dělat vůbec.

A myslíš si, že by třeba v rámci regulace měly být za propagaci výrobků tohoto typu, nějaké následky?

No tak nějaký pokuty asi taky, když se to nesmí.

Super, tak jo. Tak ještě mám otázky na závěr diskuze. Říká ti něco Etický kodex reklamy?

Možná jsem to slyšel ve škole, ale nevím.

Takže těmi věcmi, co jsem ti teď ukazovala, se zabývá Rada pro reklamu. To je prostě instituce, která se zabývá, aby reklama byla jako v nějakém nějakých jakoby mantinelech etiky. Abys měl prostě etickou reklamu, která bude slušná, čestná a pravdivá. Nebude nikoho urážet a řídí se Etickým kodexem reklamy, který se zaměřuje prostě třeba na reklamy cílené na děti, na tabákové výrobky, na alkohol a tak dále. Ty když jako konzument nějaké reklamy máš pocit, že třeba vidíš reklamu a řekneš si, že se ti ta forma propagace nezdá úplně v pořádku, třeba jak jsi viděl v tom autobuse, a skrz jejich stránky bys vyplnil online formulář a napsal, no tenhle billboard prostě mi nepříjde úplně etický, tak oni se tím budou zabývat. A pak následně vydají nějaké rozhodnutí a doporučení pro toho zadavatele té reklamy. Jejich rozhodnutí ale není právně vymahatelný. Je to jen taková organizace, takže oni vydávají rozhodnutí v rámci doporučení. Můžeš si tam najít na těch jejich stránkách, který reklamy třeba byly shledány neetický a tak.

Tak a teď se tě zeptám. Domníváš se, že by znalost třeba tady toho Etického kodexu reklamy. Pomohla spotřebitelům čelit takovým manipulativním technikám, a že by jeho přibližná znalost měla být součástí nějakého všeobecného vzdělání?

No asi jo mohlo by to být. Jakože já jsem vůbec nevěděl, že to existuje. Takže kdybych to věděl, tak se rád podívám, že jo, ale zase čemu to zamezí, že jo? Pokud to nebude právně ošetřené, můžou vydávat jen doporučení, jak chtějí. Ale když tam teda vydají nějakou reklamu, která je neetická a ví se o tom, tak to teda asi může tak poškodit to jméno té firmy, která tu reklamu udělala. Tím pádem se můžou ti lidi naštvat a říct třeba máte neetickou reklamu a u vás si ten produkt nekoupím.

A domníváš, až se ty sám, že dokážeš rozeznat v reklamě nebo v těch marketingových komunikacích, manipulativní techniku a že jí umíš odhalit a odolávat jí?

Asi jo, to nevím. Obecně si myslím, že poznám, když je něco neetického. Prostě normální člověk by to měl poznat asi. Ale třeba co se týče cenových machinací jako těch cenových manipulací, tak to asi ne, to je dost těžký odhalit.

Super, tak jo. Děkuju, tohle je všechno k tomu.

Příloha č. 2h: Přepis rozhovoru s respondentem č. 8

Takže já se tě zeptám, setkal ses někdy s reklamou nebo jakoukoliv marketingovou komunikací, u které jsem měl dojem, že taková prezentace není úplně v pořádku? Například z hlediska etiky nebo tím, jak na tebe působila, nebo se měl dojem, že je to třeba zakázaný, že by se to nemělo anebo jsi cítil, že je na tebe vyvíjen nátlak ze strany obchodníka?

Můžu jako jenom krátký stručný odpovědi nebo dávat rovnou nějaké příklady?

Nechám na tobě, ale třeba kdyby sis vzpomněl na něco konkrétního.

Jo určitě jsem se jako setkal, ale konkrétně teď fakt nevím.

Dobře. Tak já ti tady teď ukážu několik ukázkových příkladů marketingové komunikace a chci na ně znát tvůj názor. Žádná odpověď není špatná, je to jen o tvém pohledu na věc.

Já tě poprosím, aby sis vybral jednu z těchto značek. Nejlépe tu, kterou znáš, máš s ní zkušenost nebo o ní povědomí. Je tam podpora prodeje, takže to se týká slev, potom jsou tam ukázkové příklady z reklamních spotů a nakonec influencer marketing. Vyber si z každého druhu komunikace nějakou jednu, prosím.

(...)

Dobře, tak tady třeba ten Datart, pak vodku a tequillu.

Dobře tak začneme Datartem, mám tady ten obrázek, a je tam k tomu takový kraťouchký text, tak tě poprosím, aby sis ho přečetl, a pak se tě budu ptát na nějaké otázky. Kdybys něčemu nerozuměl, tak se klidně zeptej.

(...)

Dobře tak tohle už mám.

Tak já se tě nejdřív zeptám, využíváš třeba nabídek typu Black Friday nebo takových těch slevových kupónů, když se ti třeba nějaká věc zaujme?

Ne, spíš nevyužívám vůbec.

Dobře. Tak čistě teoreticky. Byla by třeba pro tebe nabídka z tohoto příkladu lákavá? Dejme tomu, že bys sháněl nějaké sluchátka a viděl bys, že tento obchodník uvádí, že jsou za senzační cenu za 600 z původní ceny 1000 korun.

No asi jo no samozřejmě bych si nejdřív jakoby prošel nějak ten trh, že jo? A na základě toho bych si řekl, jestli to jako dobrá cena, nebo ne?

Dobře, takže třeba používáš cenové srovnávače Heureka nebo tak?

Ne to ne.

Takže když sháníš třeba elektroniku tak máš třeba nějakého oblíbeného obchodníka, u kterého už máš zkušenost, tak jdeš třeba přímo za ním?

Většinou jo. Většinou.

Dobře. Tady jak vidíš tyhle zlevněné sluchátka, tak tato akce vlastně spočívá v tom, že v rámci toho Black Friday ten obchodník ještě navýšil tu původní cenu a tvářil se, že je tam vlastně sleva. Ačkoliv předtím ty sluchátka nabízel za 412 korun. Takže on to vlastně nezlevnil, ale naopak to ještě zdražil. Cítil by ses třeba jako zákazník oklamán?

No to asi jo. To by se asi dít nemělo.

A přijde ti, že takové jednání, respektive taková cenová machinace je třeba za hranicí nějaké etiky nebo zákona, nebo je to manipulativní jednání?

Nedokážu říct, jestli je to za hranicí zákona, ale rozhodně to je neetický.

A máš nějaký povědomí o tom, že obchodníci takhle s cenami a se slevami manipulují?

Tak myslím si, že se to děje.

Aha aha. A napadlo by tě, jak se dá takovým praktikám obchodníků předejít?

No to nevím. To je asi těžký.

A říká ti něco doplněk Hlídač shopů? Který vlastně ti hlídá ty ceny u těch eshopů, aby se právě předešlo takovým cenovým machinacím, aby tě ten obchodník neklamal?

No neznám, ale přijde mi to jako chytrá aplikace pro lidi, který takhle hodně často nakupují, nebo ale já bych to asi nevyužil, na internetu tolik nenakupuju.

Aha dobrá. A myslíš si, že by z takového jednání obchodníka v rámci té cenový manipulace, měly být vyvozeny nějaké následky v rámci regulace třeba nějaké pokuty?

Určitě. Určitě bych souhlasil, aby to prošetřovala ČOIka, aby se na to zaměřili.

Tak děkuju, to by bylo k tomuhle všechno. Ted' bych ti pustila reklamu na tu Hanáckou vodku a potom si budeme zas povídat.

Dobře.

(...)

Tak jo. Znáš tuhle reklamu?

No jasně. To je Ruppert.

Přesně tak. Jaký máš z téhle reklamy pocit? Zapůsobila na tebe nějak?

Jaký z toho mám pocit? Já jsem se tam všimal, akorát těch tanečnic, který tam byly kolem. Takže jako vyložene nějaký vliv to na mě nemělo, abych pravdu řekl.

Ok dobře a přijde ti třeba tahle reklama něčím závadná?

Nevím, co tím myslíš.

Myslím tím třeba za hranicí nějakého etického chování, zákona nebo manipulativní? Nebo v tobě třeba vyvolává dojem, že nabádá k nějakým nezodpovědný konzumaci toho alkoholického nápoje?

No to je těžký. Mě asi vyložene nenabádá.

A máš třeba dojem, že by mohla nabádat ke konzumaci mladistvé?

No to třeba jakoby mohla no, ty flašky tam a tak. Nevím, jestli tam vůbec bylo nějaký upozornění, sem si nevšiml.

Dobře a vyvolává v tobě třeba tahle reklama dojem, že se s požitím toho alkoholu se budeš dobře bavit?

No rozhodně jako jo, to je pravda. Třeba jak tam říká furt to bavit se. Že bavit se s přáteli, to je můj styl a tak.

A myslíš, že by třeba z téhle reklamy respektive prezentace toho alkoholu by měly být vyvozeny nějaký následky?

Jako z téhle té konkrétně? To nevím, protože když to vezmu obecně, tak ty reklamy už jsou dneska takový manipulativní, že jako tady u té konkrétní bych asi nedokázal, nebo prostě nedokázal bych říct, že je jiná, než jsou třeba ty ostatní.

Dobře, takže ti nepřijde ničím závadná nebo tak? Nemyslíš si, že by se podobným reklamám mělo předcházet a zpřísnit regulaci na reklamy na alkohol třeba?

No jako že by byla za nějakou hranicí něčeho, než prostě reklamy, které jsou normálně jinak v televizi, ať už třeba na alkohol a podobně, tak to ne. Asi by tu reklamu neměly vidět děti no, to třeba ne.

Dobře, tak už to skoro bude u konce. Tak tenhle text je zaměřený na influencer marketing. Já tě poprosím, aby sis přečetl tady tohle.

(...)

Mám to. Můžeme diskutovat.

Tak já se tě zeptám, jaký máš pocit z tohoto příspěvku, který propaguje alkoholický nápoj Tequilla?

No mám z toho takový pocit, že to je reklama dělaný pro lidi, který se nad tím nezamyslí. Který nemají nějaký zdravý selský rozum a nepozastaví se nad tím, co tam tvrdí. A myslí si, že když vypijí flašku tequily tak budou prostě zdraví.

Jasně, tomu rozumím. A tohle je podle tebe za zahraniční zákona nebo etiky, nebo nějakým způsobem manipulativní?

Za hranicí zákona si asi myslím, že ne, ale neznám to. Ale manipulativní to jako určitě je.

Dobře a je podle tvého názoru z toho příspěvku zřejmé, že se jedná o placenou spolupráci s tím produktem? Že ta influencerka propaguje nějaký výrobek a dostane za tu reklamu zaplacen?

Já ty influencersy moc neznám jo, takže jo, jestli to propaguje nějaká známá osobnost, tak samozřejmě to asi reklama bude bych řekl. Ale e bych to z toho jednoznačně poznal, to asi ne.

A máš dojem, že nabádá k nějaké nezodpovědné konzumaci toho alkoholického nápoje?

Takový pocit úplně nemám, ale otázkou je, kdo se na to podívá. Někdo se v těch osobnostech vzhlíží a můžou si říct, že když to pije ona, tak je to v pohodě asi.

A myslíš si, že z takové propagace by měly být vyvozeny nějaké následky v rámci regulace, třeba že by třeba měla být pokutována?

To je těžko říct, no. Oni, ty reklamy jsou dneska dělaný tak, že sice řeknou, pijte s rozumem a takhle. Ale na druhou stranu, oni ti tam vlastně říkají, že to je nějaký léčivý, což jakoby není pravda podle mě a ještě to nechají tvrdit nějakou známou osobnost jo, která má nějaký dosah na lidi. Možná nějaký ten odvar z toho agáve být léčivý může, ale rozhodně ne, když si to dáš s tequilou, takže je to takový za mě na hranici, no.

Tak to by bylo všechno z těch druhů komunikací a teď se tě zeptám tak jako k diskuzi na pár otázek. Víš, co je to etický kodex reklamy? Říká ti to něco?

No, mám určitou představu, ale nevím.

Je to vlastně v podstatě takový soubor pravidel, který vydává Rada pro reklamu a kterými by se měli ty vydavatelé těch reklam řídit, aby ta reklama byla čestná, slušná, aby nikoho nepohoršila a aby vlastně byla v souladu se zákonem. A když třeba ty máš jako konzument nějaké reklamy dojem, že třeba ta prezentace není v pořádku, neboť tě nějakým způsobem třeba uráží nebo něco, tak přes jejich stránky a online formulář na to můžeš upozornit. Arbitrážní komise se tím pak zabývá a vydá rozhodnutí, jestli je reklama etická nebo ne. Vydávají nějaký doporučení pro zadavatele těch reklam, typu, že by se ta reklama měla stáhnout, ale nemají žádnou právní moc, takže nemůžou ty zadavatele nijak pokutovat. Domníváš se, že by třeba obecná znalost etiky v reklamě, měla být součástí všeobecného vzdělání, a že by to pomohlo spotřebitelům lépe čelit nějakým těm manipulativním a neetickým praktikám?

Jako to asi jo, asi by to možná pomohlo no.

Dobře a ty sám se domníváš, že dokážeš rozeznat manipulaci v těch nabídkách a reklamách odhalit a že jí umíš, že nějakým způsobem odolat?

Já jsem myslím, že někdy je to zjevný, ale někdy prostě je těžký se nenechat napálit na něčem.

Super, tak to je všechno. Moc děkuju, že sis udělal čas.

Příloha č. 2i: Přepis rozhovoru s respondentem č. 9

Setkal ses někdy s reklamou, u které jsi měl dojem, že taková prezentace není úplně v pořádku? Například z hlediska etiky nebo tím jak na tebe působila? V televizi, na internetu nebo na sociální síti?

Ano, určitě jsem se již s takovou reklamou setkal. Vzpomínám si na reklamy, které byly například vysílány v TV a následně staženy. Pro příklad bych uvedl T-mobile, kdy reklama líčila polského obchodníka s nekvalitními telefony či reklamní spot značky Fernet, zde byl alkohol líčen jako jakési vyproštění ze smutného života jedné osoby.

Odprezentuju ti tady několik příkladů marketingové komunikace. Chci znát tvůj názor, zda ti forma propagace přijde v pořádku (ať už z hlediska etiky, emocí jak na tebe působí nebo právního hlediska – máš dojem, že tohle je zakázané) Žádná odpověď není špatně, jedná se o čistě tvůj názor.

Dobře.

(...)

Tak pro mě je asi nejznámější ten Datart, Hanácká vodka a ta tequilla.

Dobře. Tak začneme Datartem a poprosím tě, aby sis k němu přečetl tady tenhle krátký text.

(...)

Proč sis vybral právě tento produkt? Využíváš slevových nabídek v rámci událostí typu Black Friday?

Tento produkt jsem si vybral, neboť společnost Datart znám a jsem její zákazník. Slevové nabídky, události Black Friday využívám, ale vždy s určitou rezervou, neb vím, že mnohdy tyto slevy jsou uměle vytvořeny, aby měl zákazník pocit, že se produkt nachází na své minimální ceně či že je zlevněn o veliké procento, realita bývá ale mnohdy jiná. Proto je dle mě důležité aby zákazník měl při nakupování přehled a využíval nástroje třetích stran pro cenové porovnání, třeba na Heuréce a podobně.

A je pro tebe třeba tato konkrétní nabídka lákavá?

Nabídka je na první pohled lákavá, to bezesporu. Nicméně při bližším zkoumání, porovnávání ostatních e-shopů a hledáním alternativ docházím k názoru, že tato sleva je „falešná“. Apeloval bych tedy k obězřetnosti každého spotřebitele nebo zákazníka, aby si u těchto, na první pohled výhodných nabídek, zjistil okolnosti a porovnal s konkurencí.

Produkt bylo možné těsně před akcí zakoupit za minimální cenu 412 Kč. Následně však bylo zboží na Černý pátek zdraženo na 600 Kč. Obchodník uvádí, že během akce zákazník z původní ceny 999 Kč ušetří o 39%, ve skutečnosti se však jedná o 45% navýšení ceny.

Je pro tebe i po odhalení skutečnosti, jak tato sleva vlastně fungovala, nadále nabídka lákavá?

V momentě, kdy je odhalena tahle skutečnost, už pro mě tato sleva není lákavá a raději se poohlédnu po jiném prodejci. V mém subjektivním pohledu se společnost Datart posunula od oblíbené ke spíše neoblíbené. I přesto ale na tuto společnost nezanevřu a v případě nákupu jiné věci budu i s touto společností kalkulovat, neb může přijít s opravdu výhodnou slevou, která nebude klamavá.

Cítíš se jako spotřebitel oklamán?

Jistě. Nejen já. Dokážu si v těchto případech představit mé rodiče, kteří si mnohdy ceny neumí či nechtějí porovnat a „naletí“ tak této klamavé reklamě.

A je tedy tato nabídka podle tebe za hranicí zákona, etiky nebo manipulativní?

I přes všechno výše zmíněné si v mém subjektivním názoru nemyslím, že se tato nabídka nachází za hranicí zákona. V průběhu měření, porovnání se tento produkt mohl dostat ke zboží méně dostupnému a tak byla tato cena zvýšena. Je třeba asi komplexnější pohled, na to ale nestačím já a je třeba, aby tuto skutečnost prověřila například ČOI. A zda je manipulativní? To ano, to je.

Ty jsi vlastně říkal, že máš nějaké podvědomí o takové manipulaci s cenami.

Ano vím a myslím si, že běžný uživatel internetu, který nakupuje online se s nimi setkává na denní bázi.

Takže ty osobně si vždy zjišťuješ nejnižší možnou cenu například pomocí cenových srovnávačů.

Ano zjišťuji a považuji to za jeden z klíčových kroků při nákupu přes internet. Někdy ale i přesto nakoupím dražší zboží u mé oblíbené společnosti, jen z důvodu spolehlivosti obchodu či pozitivní zkušenosti z historie.

Znáš doplněk Hlídač Shopů? Využíváš ho nebo využil bys?

Slyšel jsem o něm, vím, co dělá, nicméně ho nepoužívám.

A jak by se podobným machinacím dalo podle tebe do budoucna předejít?

To je velmi složitá otázka. Nemyslím si, že cesta by měla jít přes restrikce ze strany zákona. Možnou cestu bych viděl v povinnosti e-shopů zobrazit graf vývoje ceny v historii, ale má to své „ale“. Nesmělo by se ani s tímto grafem manipulovat a proto by byla potřeba kontroly třetích stran. Chtěl bych nakonec zdůraznit, že ve finální fázi nákupu je vždy vše na zákazníkovi, neb on nakupuje za cenu jemu přiměřenou a je ochoten ji zaplatit. Také tento zákazník má svobodu volby a může si ceny mezi obchody porovnat. Na té druhé straně se na internetu pohybují například i důchodci, kteří nemají přehled a neumí si ceny porovnat.

Dobře. Tak k tomuhle asi všechno. Ted' ti pustím reklamu na Hanáckou vodku a pak si budeme znovu povídat.

(...)

Tak jak na tebe působí tato forma propagace alkoholu a celkově ta reklama?

Upřímně tuto reklamu znám z TV a baví mě. Vždy když ji slyším, musím si zpívat spolu s Matějem Ruppertem.

A jaký z ní máš pocit?

Asi vím, kam je otázka směřována. Pocit z reklamy je bezesporu pozitivní, vzbuzuje ve mně euforii a pocít si jít zazpívat a zatančit. Je to asi i cílem reklamy, což ale by nemělo být cílem alkoholu, bavit se dá i bez něj.

Je podle tebe reklama za hranicí zákona nebo etiky nebo dokonce manipulativní?

Za hranicí zákona, dle mě, určitě ne. Vše co je v zákoně dáno, je v reklamě zobrazeno. Například ta konzumace 18 plus a tak dále. Ale mohu se samozřejmě mýlit. Etiku to v jistém směru porušovat může a chápu tento postoj. Nicméně pokud by měl marketing fungovat, je to právě tato cesta.

Máš dojem, že tě nabádá k nezodpovědné konzumaci?

To si nemyslím. Považuji se za vcelku rozumného a zodpovědného jedince, ale rozumím, pokud tento dojem v někom vzbuzuje. U mě nikoliv.

A máš dojem, že nabádá ke konzumaci mladistvé?

Také si to nemyslím.

Ale vlastně jsi i souhlasil, že reklama může vzbuzovat u někoho dojem, že bez požití alkoholu se nelze dobře bavit.

Ano, mám takový dojem. Ale snad by mělo být na každém jedinci to, zda se dokáže bavit s nebo i bez alkoholu. Alkohol ale patří k zábavě, v jistém slova smyslu je to i součástí naší kultury, to ale není argument, pouze poznámka a uvědomuji si, že hloupá poznámka.

Napadá tě, co mohlo být v rámci reklamy uděláno jinak v rámci prezentace tohoto produktu?

Napadá mě pouze, že by mohlo před těmito reklamami zdůrazněno, že se jedná o reklamu o alkohol a jisté varování diváka. Například jako u cigaret, kdy na každé krabičce je varování. Toto varování by mohlo být například po celou dobu reklamy napsáno v dolní části reklamy nebo samostatně před. Ne-spouštět reklamní spot například před nebo během filmu pro děti, pohádky.

Myslíš si, že by měly být z této reklamy vyvozené nějaké následky?

Pro společnost Hanácká vodka ne. Myslím si, že jednala v rámci zákona a etiky, neporušila tak platné zákony. Ale respektoval bych rozhodnutí např. rady pro rozhlasové a televizní vysílání a obdobných institucí. Zdůrazňuji, že se jedná o můj subjektivní názor a ten nemusí být objektivní, neb neznám konkrétní zákony do „hloubky“, ale jen „povrchově“.

Dobrá, děkuju za názor a můžeme se přesunout k té poslední části, to je influencer marketing. Poprosím tě o přečtení tohoto příspěvku.

(...)

Proč tě zaujal právě tento produkt?

Produkt jsem si vybral z důvodu obliby alkoholického nápoje Tequilla.

Jaký máš pocit z tohoto příspěvku propagující alkoholický nápoj?

Není nijak pozitivní. Rozumím reklamě, která je prezentována takovýmto způsobem, neboť má za cíl zaujmout zejména pánské publikum. Další věc, která mě u této reklamy napadá je, že v příspěvku není zjevně zmíněno, že se jedná o reklamu nebo placenou propagaci. Na sociálních sítích jsou produkty prezentovány jako běžná věc, kterou může opravdu mít influencer rád, ale jedlá-li se o reklamu, mělo by to zde být zmíněno. Minimálně ne pouze způsobem přes hashtag. Další věcí je text u příspěvku, myslím že netřeba komentáře, to co je v popisu prezentováno je nesmysl.

Je podle tebe reklama za nějakou hranicí?

Určitě je za hranicí morálky. Minimálně morální stránky dané osoby, která ani není schopna označit spolupráci a prezentuje nápoj jako léčivý. Určitě některé léčivé účinky mít může, ale ta prezentace je, promiňte za to slovo, „nechutná“.

Takže dle tvého názoru z tohoto příspěvku není jednoznačně zřejmé, že se jedná o placenou spolupráci s výrobcem?

Není. Trvám na tom, aby každá reklama byla označena tak, aby spotřebitel jasně viděl, že jde o reklamu. V TV a v rádiu je zcela zřejmé, že se jedná o reklamní spot, zde nikoliv. Uživatel, který prochází sociální sítě, nemůže poznat na první pohled, že se jedná o reklamu, když prezentace produktu vypadá stejně jako jiné příspěvky.

Máš dojem, že tě nabádá k jeho nezodpovědné konzumaci?

Ne, nenabádá. Na fotografii jsou lahve zavřené, nemám z ní pocit, že bych měl nezodpovědně konzumovat alkohol. Pokud by tak byla vyhodnocena například radou pro rozhlasové a televizní vysílání, nesouhlasil bych. Alkohol je prezentován v jiných případech obdobně.

Máš dojem, že třeba nabádá ke konzumaci mladistvé?

To nedokážu posoudit, ale myslím si, že ne.

Napadá tě, co mohlo být v rámci reklamy uděláno jinak v rámci prezentace tohoto produktu?

V první řadě je třeba každou takovouto placenou propagaci označit a zpřehlednit zda se jedná o běžný příspěvek, nebo o reklamu. V tom vidím jasný a smysl reklamy.

Myslíš si, že by měly být z této reklamy vyvozené nějaké následky? Případně jaké následky by podle tebe měl nést zadavatel takové reklamy a jaké influencer?

Záleží nejspíše jak je sepsaná smlouva mezi influencerem a zadavatelem. Zadavatel reklamy dle mého nezodpovídá za to, jak je produkt prezentován. Určitě by ale měl mít přehled a v případě, že je prezentován nevhodným způsobem, měl by tak zakročit a kontaktovat danou osobu.

Dobře. Tak teď tady mám ještě poslední otázky. Říká ti něco Etický kodex reklamy?

Ano. Už jsem se s tím setkal párkrát.

Domníváš se, že by znalost Etického Kodexu Reklamy pomohla spotřebitelům čelit manipulativním technikám v reklamě a že by znalost tohoto kodexu měla být součástí všeobecného vzdělání?

Ano. Myslím si, že ve vzdělávání je obrovská síla. Stejně jako finanční gramotnost je důležitá, je stejně tak důležitá gramotnost v těchto oborech (etika, reklama, manipulace atp.).

Domníváš se, že dokážeš rozeznat manipulativní techniku v marketingové komunikaci, že ji umíš odhalit a účinně jí odolávat?

Ano. Stačí, aby spotřebitel mnohdy nedal na první dojem, přistupoval ke všemu s lehkou nedůvěrou a kritičností. Také aby si zjistil podrobnosti, kontext věci, aby si všímal detailů, lákavých nabídek, titulků, které zní jak z bulvárního magazínu. Já, například oproti mým rodičům či jejich vrstevníkům, mám přehled o manipulativních technikách.

Tak jsme na konci. Děkuju moc za tvůj čas a názor.

Příloha č. 2j: Přepis rozhovoru s respondentem č. 10

Jedná se tedy vlastně o téma manipulace v marketingové komunikaci. Ukážu ti pár příkladů a budu se tě ptát čistě na tvůj názor.

Dobrá.

Takže já se tě zeptám, setkala ses někdy s reklamou nebo s marketingovou komunikací, která ti z hlediska její prezentace, nepřišla úplně v pořádku? Například, co se týče etiky nebo tím, jak na tebe působila, ať už v televizi, na internetu nebo na nějaké sociální síti.

Určitě.

A vzpomeneš si třeba na nějakou konkrétní?

S čím se já setkávám často, jako že asi je to normální postup, ale začne to být otravný, že když se třeba podívám na nějaký produkt do nějakého e – shopu a přemýšlím, jo, koupím si ho nebo nekoupím si ho, pak ti řeknu, hele, tak počkám. No a pak samozřejmě, když otvírám jiný okna, tak to tam všude na mě skáče a v jistém ohledu už je to tak jako otravný. Nebo některý takový ty uchopení reklamy, jakože to musí úplně působit nejlíp do nějakého náladového rozpoložení.

Dobře. Tak já tady mám dohromady osm různých marketingových komunikací některých značek. Zahrnuje to podporu prodeje, reklamy a influencer marketing. Prosím, vyber si z každého jedno, takže dohromady tři. Podle toho, která z těch značek se ti zamlouvá nejvíc, třebaže ji znáš.

(...)

Tak My Keto, Tequilla a pak asi to Notino.

Dobře tak začneme třeba tou reklamou od My Keto. Já ti teď přehraju tu reklamu a budu se tě postupně ptát.

(...)

Tak já se tě prvně zeptám, proč sis vybrala zrovna My Keto?

Já si myslím, že vím, co to je, jakože, protože že jo, oni ty věci se jmenují všechny podobně, což je taky takový blbý, protože pak si člověk řekne jeho tohle je super produkt, nebo nějaký hele s tímhle tím od téhle firmy se mi to líbilo, ale jak se jmenují podobně, tak si to splete s jinou a koupí si třeba něco jiného. Jako ne že bych si to koupila, ale potom třeba napíšu nějaký název produktu a vyjede mi tam něco jiného. A mám pocit, že teď má My Keto tu reklamu i v televizi. A tam mě strašně štve. Tohle už je přehnaný.

A jaký z té reklamy máš pocit?

Přijde mi to takový na hraně. Jakože působí na mě jistým způsobem jako odsuzovačně a zároveň jako dokážou se tomu jako i zasmát.

Takže z toho na jednu stranu cítíš tu reklamní nadsázku?

Ano, ale zároveň to, že je to docela takový. Já nejsem zrovna silnější naštěstí, ale kdybych asi byla tlustší a nemohla bych zhubnout a viděla tu reklamu, tak myslím, že je vysoká šance, že to prostě holku to prostě rozloží. To se mi vůbec nelíbí, nebo jakože prostě si to vezme třeba nějakým způsobem osobně.

Jo, takže ty si to osobně nebereš, ale si vědoma toho, že třeba někoho to může urazit nebo pohoršit nějakým způsobem?

Jo jo.

Jasně. A je podle tebe tahle reklama za hranicí zákona, etiky nebo manipulativní?

Nějakým způsobem, no. Dokážu si představit, že ta společnost, když se podívá na tu reklamu, tak se rozdělí na ty dva tábory. Někdo, kdo to bude chápat a ten kdo nebude. Dokážu si představit, že pokud chtěli jako udělat nějakou nadsázku, že mohli využít jinou situaci než zrovna tohle. Prostě to tam mohli jinak odprezentovat. V rámci nějakého etického chování, jestli je to jako vhodné, nebo jak to říct.

Dobře. A máš dojem, že ta reklama obsahuje prvky snižující lidskou důstojnost ve smyslu méněcennosti tlustých lidí, nebo že štíhlejší lidé jsou v životě úspěšnější?

Určitě tak taky působí dost.

A napadá tě vlastně, jak tahle reklama by mohla rámci jako té prezentace být udělána trošku jinak?

Nějak kulantněji anebo úplně jako na jinou tematiku. Že vůbec by tam nemusel být nějaký pohřeb a udělat to na spíš třeba jakou svatbu. Pohřby máme všichni spojený s těma negativníma věcmi.

Určitě. A myslíš si, že by z téhle reklamy měly být vyvozeny nějaký následky v rámci třeba regulace? Třebaže by měla být jako stažena anebo pokutována?

No jako. Až takhle na mě jako to nepůsobí. Jako vymezit v zákoně vůbec tu hranu, co je ještě jako eticky a co ne, si myslím, že bude dost těžký a pak bude záležet vždycky na tom pohledu toho, kdo to uvidí. Je to hodně subjektivní smysl. Je to hodně subjektivní, takže si dokážu představit jako nějaká regulace by tam mohla být nebo měla, ale prakticky to asi nejde.

Tedy tady mám reklamu na Tequillu v rámci influencer marketingu, takže já tě poprosím, aby sis přečetla tady tenhle příspěvek, kde propagují ten alkoholický nápoj.

(...)

Jinak následující příspěvek, který sis přečetla, tak byl zveřejněn a instagramovým účtu influencerky, která v té době měla 300000 sledujících a je tam propagován ten alkoholický nápoj.

A zeptám se tě, jaký máš pocit z tohoto příspěvku, který propaguje Tequillu?

Jako působilo to na mě dosti blbě. Jo je to otevřený médium, takže si to můžu přečíst i děti a úplně si nemyslím, že je to prostě vhodný obsah pro děti. A je to dost nadsazované.

A je podle tebe tahle reklama za hranicí zákona, etiky nebo manipulativní?

No spíš, že silně chtěou jako zmanipulovat lidi. Fakt jako kupte si to, ale myslím si, že to dělají takovým stylem, že třeba asi určitou sortu lidí fakt zaujmou. Ale větší část lidí si prostě si řeknou, že to je prostě fraška, že prostě se jim to nezdá. Přitom je to přehnaný, je to prostě nepodložené takový a je to založený na takových jako nízkých hodnotách. I ta její fotka jako k tomu, co je.

A přijde ti tato reklama, respektive ta spolupráce dostatečně označená?

To vím, že by tam měl být označený. Ale nevšimla jsem si toho osobně, nebo jestli to bylo na tom obrázku.

A máš dojem, že ten příspěvek nabádá třeba k nějaký nezodpovědný konzumaci toho alkoholického nápoje?

Možná tak jako lehoučce, že jak tam psali o tom, že prostě všechno vyléčí tak cítím z toho, že jako ty lidi potom začnou kupovat po flaškách, aby se vyléčili.

Máš pocit, že nabádá ke konzumaci mladistvé?

Je to možný. Nebo jakože ne úplně mladistvý, ale prostě může si to přečíst v podstatě jakýkoli člověk, takže si to může přečíst i ten mladistvý, kteří třeba neznají ty svoje limity, tak je mi jasné, že to může k tomu daleko víc svést než někoho, kdo je už starší a přemýšlí nad tím jinak.

A napadá tě, co v rámci téhle propagace a prezentace toho produktu mohlo být uděláno jinak?

Já si myslím, že jako označit tam, že je to teda toto partnerství, aby lidi to věděli. Jakože ten obrázek trochu může někoho zavádět, že to nevhodný a tím pádem jakože třeba když někdo mladistvý se pohybuje na tom Instagramu, tak aby se mu tyhle reklamy třeba nějakým způsobem nezobrazovaly. To nevím, jestli to nějak jako má Instagram podchycení.

Dobře a myslíš si, že by v rámci tyhle reklamy měly být vyvozeny nějaký následky v rámci regulace?

Jako z hlediska toho co tam píšou, je to tak jako by tam měla možná být nějaká regulace. Je to takový moc na hraně.

Dobře, tak jo.

Já myslím, že ty regulace jako jsou, ale stejně v konečné fázi, když někdo prostě píše o svém produktu, nebo nějaký, který propaguje, tak tam může být i osobní zkušenosti. A může to úplně nejvíc vychválit a přitom ten produkt u někoho nebude fungovat. A to si myslím, že je těžký, aby to ten zákon byl schopen podchytit, protože on může tvrdit, já jsem zkušenost takovou měl.

Dobře. Tak teď ti ukážu poslední příklad. Je to vlastně cenová machinace e-shopu Notino.

Nakupovala jsi tady někdy?

Jojo párkrát.

A co jsi nakupovala? Vzpomeneš si?

Asi nějakou voňavku určitě.

Dobře. Dejme tomu, že by sis na internetu chtěla zakoupit třeba tuhle Armani voňavku Sí. Jakým postupem bys ten produkt vyhledávala? Dáš spíš na předchozí zkušenost nebo si zkoumáš ty ceny a srovnáváš?

Hledám na Google zásadně. Tam by mi nahoře vyjeli obchody, kde to jako nabízí. A tam bych porovnávala ty ceny, protože ten produkt by měl být všude stejný nejlépe. Je to lepší už jenom jakože někde prostě třeba mají zrovna akci a slevu, tak jako líp mě to tam naviguje. Jakože vyloženě, že bych šla na Notino, to asi ne, ale třeba kdybych věděla hele, teď jsou slevy, tak se tam půjdu jako podívat, ale jinak to dělám nejdřív přes vyhledávač.

Dobře. Tak já ti teď ukážu takovou cenu manipulaci, které se tento obchodník dopouští, a pak se tě budu ptát dál na otázky. Já osobně třeba na Notinu nakupuju hodně a vždycky, když jsem si třeba vyhlídla nějakou voňavku v Douglasu, tak jsem věděla, že na Notinu mít jistě jako levnější. Tak jsem šla rovnou na Notino a nakoupila.

Ty sis vyhledala tuhle voňavku přes cenový srovnávač. Já si ji vyhledám přímo na webu toho obchodníka.

(...)

A vidíš, že přes ten srovnávač ti to nabídne úplně jinou cenu v rámci nějakého konkurenčního boje?

Aha aha.

Zeptám se tě, zda se cítíš se jako spotřebitel tady touhle tu cenovou manipulací oklamána?

Jako prostě dokážu si představit, že když budu ten věrný zákazník, kterému budou navyšovat takhle tu cenu tak to není férové jednání. Naopak si myslím, že by měli mít všichni stejnou cenu.

A je podle tebe tahle nabídka za hranicí zákona, etiky nebo manipulativní?

No, přijde mi, že tady to je dost jako z toho všeho, co jsme měli, tak mi to přijde hodně takový no hodně na hraně, protože to vyloženě afektuje ty peníze, že jako dobře, tak vidím nějakou reklamu, někde se to dá ještě vyfiltrvat, ale tady vyloženě už mě jakoby obírají fyzicky o něco, co jako bych nemusela třeba dát, kdybych si to jenom takhle překlíkla jinudy.

A máš nějaký povědomí o takový manipulaci s cenami? Nebo věděla jsi, že se tohle děje?

Slyšela jsem, jakože doporučení na letenky, že když si to nevyhledám právě jako v anonymně okně, že když si teprve dělám takový jako průzkum, tak podruhé když už to budu hledat a chtít koupit, tak ta cena bude zase o něco vyšší. Že prý se tam zvedají ty ceny nějakým způsobem. Že oni už vědí, že už jsem se koukala, tak teď tam jakoby tomu nějak dají jakoby cenovou přírážku. Úplně nevím, jak to funguje, ale pak taky vím, že se mi stalo, že jsem kupovala letenky v podstatě psali tam řekněme letenka za 2000, udělala jsem proklik a oni mě takhle jako přesměrovali na toho prodávajícího, a ty letenky jak mě to přesměrovalo, tak už byly za 2500. Najednou prostě tam přeskočila ta pětistovka. Úplně za nic. A tak jsem to nechápala.

Dobře. A máš nějaký nápad, jak by se těmhle praktikám dalo předejít?

Tady to si myslím, že už nehraje na ty emoce a na tu etiku, takže tohle si dokážu představit, že se dá dobře vymezit v zákoně, jakože jak by to mělo fungovat a obeznámit s tím ty lidi, protože třeba o tomhle se vůbec nevěděla, že jo? Jako ten přes ten srovnávač, že to je úplně rozdílné, když to vyhledám přímo v tom obchodě.

A říká ti něco doplněk do chromu hlídač shopu?

Ne, ne, ne.

To je takový doplněk do chromu a on ti na e-shopu hlídá cenu tím stylem, že když ty vidíš, že se ti tam objeví pak takový graf u toho konkrétního produktu, který ti pak ukazuje, jak se ta cena pohybovala v nějakém období. Jestli je to skutečně sleva, jak ten obchodník tvrdí, nebo jestli třeba tou cenou nějak manipuluje.

Já znám jenom něco jakože si tam můžu nějak zakliknout, že mi to hlídá tu cenu nějakým způsobem, jestli jako až klesne pod něco.

Aha, dobře, možná to bude na podobné bázi. A myslíš si, že by z takového jednání měly být vyvozeny nějaký jako následky v rámci regulace?

Asi bych souhlasila s nějakou pokutou. Tohle mi přijde jako hodně, jako fakt cítím, že se mě to dotýká.

Dobře. Ted' už se tě zeptám jenom na takové dorazy k diskuzi. Říká ti něco Etický kodex reklamy?

Asi že to existuje, ale nikdy jsem to nečetla nebo nezajímala se o to.

Ok, tak já ti to vysvětlím. Jedná se vlastně o soubor takových Etických pravidel pro reklamní praxi. Zabývá se tím Rada pro reklamu. V rámci toho kodexu je třeba stanoveno, že reklama by měla být slušná, pravdivá, neměla by nikoho pohoršovat a tak dále. Vymezují se tam i způsoby, jakými by měla být reklama prezentována. Co se týče, když je zaměřena na děti nebo na alkoholický nápoje, nebo takhle. Zabývají se reklamou jak na internetu, tak na billboardech, v televizi a naopak se nezabývají politickou reklamou. A ty když jako konzument té reklamy třeba sedíš u televize a vidíš nějakou reklamu a máš třeba dojem, že někoho třeba uráží a nepříjde ti to úplně v pohodě. Tak si najedeš na jejich stránky, té Rady pro reklamu, tam je takový online formulář, ty ho vyplníš a dáš podnět k prošetření. Ta Rada nemá žádný jakoby právní vymahatelnost těch rozhodnutí. Ona může říct jen, jestli je to v rámci etiky nebo ne a případně upozornit toho zadavatele. Tak, a moje otázka spočívá v tom, jestli si myslíš, že by znalost takového kodexu měla být součástí nějakého všeobecného přehledu, a jestli by to pomohlo zamezit těm obchodníkům k manipulativnímu a neetickému chování vůči těm spotřebitelům? Když by tě spotřebitelé měli povědomí o tom, co je v reklamě etické?

Já si myslím, že jako by to mělo být jako součást hlavně proto, že žijeme v hodně konzumní společnost. A je potřeba vědět, proti čemu se můžou nějakým způsobem odvolat. S tím, že si myslím, že furt to business, takže ti, co budou tvořit tu reklamu, tak i když budu vědět o nějakém etickém kodexu, tak jak se řeklo, tak vlastně dostanou jenom doporučení, což jestli chápu dobře, neznamená nic pro ně.

Dobře a domníváš se ty sama, že dokážeš rozeznat manipulativní praktiky v nějaké marketingové komunikaci, čelit jim a úspěšně odolávat?

Možná jo. Někdy je to třeba zřejmé. Ale někdy je to takový jako, že mě to hlodá, říkám si, jak to všude vyskakuje, tak člověk furt o tom potom přemýšlí a řekneš si tak já si to koupím a prostě ho to tak jako udolá. I když to jakoby vyloženě nepotřebuju. Je to tím, že jsme jako dosti vysoce konzumní společnost, že prostě kupujeme i to, co nepotřebujeme.

Jasně. Super. Děkuju moc. Tohle bylo všechno.