

Seznam příloh

Příloha č. 1: Přepis rozhovorů s rodiči (tabulka)

Poznámka: Během rozhovorů rodiče okomentovali každý ze 24 reklamních spotů. Komentáře rodičů ke každému spotu jsou zaznamenány v tabulce.

Název spotu	Jméno rodiče				
	Tereza	Jana H.	Ondřej	Martin	Dagmar
Jahodáci	Kostíci u nás jedou ve velkém, ale vůbec ne kvůli reklamě, ale kvůli sypání do jogurtu a magnetkám, které jsou pod víčkem. Nelíbí se mi, že se v téhle reklamě tváří, jako by do jogurtu přidávali opravdu jahody a taky to, jak se jim potom všechno změní na jahodový vzor. Děti tohle berou doslova a věří tomu, že jogurt je plný opravdových jahod.	Vadí mi, že se tady propaguje něco, co asi nebude úplně zdravé stylem, jako kdyby to bylo plné ovoce.	Taková "normální" reklama; nijak extra mi nevadí, protože je to spíš informace o nové příchuti.	Vytváří dojem, že sněžením jahody se změní oblečení, malé děti tomu mohou věřit.	Nevkusná reklama, která zní, jako kdyby to bylo plné jahod, což je zavádějící.
Magnetky s mláděťky zvířátek	Magnetky jsou velké lákadlo, přestože je v tom množství, které kupujeme, děti už ani nestíhají sledovat a nenápadně jim je vyhazují. Lednička je jich plná, ale ve finále ani nemají zájem z nich skládat ten finální obraz. Což je dobře, protože pak bych ještě musela shánět chybějící část. Hra - nemám moc ráda dárky hračky, které jsou k něčemu přiložené jako dárek, děti to samozřejmě o to víc chtějí. Takže mně osobně dárky vadí.	Reklama mi vlastně vůbec nevadí. Cítím v ní převahu učení dětí o zvířatech a jejich mládětech a nabádání ke hře, ale necítím to jako nutný nátlak ke koupení Kostíků.	"Hledej pod víčky" je mor, vadí mi, jednak tlakem na něco extra, a ještě víc, že není vidět co pod víčky je; takže plná lednička kostíků se stejným magnetkem.	Sbírání magnetků, 4 stolní hry. Bez kostíků si je nelze zahrát. v závěru rovnou nabádá, ať rodiče kupují celé kompletní balení.	Nutí to děti jíst něco nevhodného tím, že k jídlu přidávají hračku. To mi vadí.
Olmíci s hračkou	Olmíci s hračkou jsou pro mě snad ještě horší než Olmíci s tetováním. To jsme sice taky kupovali jogurty jen kvůli tetovačce, ale ta se aspoň natetuje, po pár dnech smyje a je to. Viz kostíky 2 - zbytečné krámy, které akorát jednou za rok proberu a povyhazuju. Děti si s tím hrajou jen ten den, kdy to dostanou.	Tady mi vyloženě vadí, že upozorňují na to, že je uvnitř hračka a trochu mi vadí i rádooby moderní slang.	Vadí mi jazyk a i hračka, protože takových mini věcí máme doma spoustu a špatně se vysvětluje, že bez hračky může být jiný jogurt lepší, ale jestli je hračka vidět v chladáku, tak je to jedno a dítě to musí dostat.	Používá slang náctiletých, nabízí hračku, kterou jinde nelze sehnat.	vadí mi to spojení s hračkou a zas ide o produkt, který sa nazýva jogurt, ale s jogurtovou kultúrou nemá veľmi veľa spoločného

Pan Bůůů mezi jogurty	Tahle reklama mi ani nevadí.	Úplně v pohodě. Asi i proto, že Holanďák má ráda a jejich produkty mi přijdou v pohodě.	Pan Bůůů je dost chytlavý, s melodií by to u špunta vyhrál; kdyby byl starší dost by mi vadila "soutěž pod víčkem", našťásti tomu syn ještě nerozumí.	Příslib "zajímavých cen" pod víčkem a mluvící kreslená postavička jsou hodně lákavé.	Spojení s hračkou je nátlak, ale produkt je v pohodě a s kulturami, takže se to dá odpustit.
Krajanka Zoo – Spot	Krajanku neznám, ale určitě bych slepě nedůvěřovala té reklamě ohledně poctivosti a před nákupem bych si přečetla složení. Jinak osmiletého by určitě zaujalo, že se "pomáhá" zvířátkům, je dost altruista. Takže lehká manipulace vzhledem k tomu, že na pomoci zvířátkům je celá komunikace postavena.	Přijde mi tady zmíněných benefitů až moc. Vlastně už jim potom vůbec nevěřím.	"Pomůžeš zachránit naše domovy" je v souvislosti s pražskou ZOO moc, vadí mi emoční zabarvení s použitím ZOO, která ad1 - je moc dobrá ad2 - to vypadá, že by bez Krajanky zkolabovala.	Spojení produktu se sociální odpovědností - cílí na větší děti, které mají rády zvířátka, vytvářejí dojem, že čím víc jogurtů sním, tím se budou mít v kotci trojské ZOO lépe.	Sladkost podávaná jako správná výživa, k tomu manipulace se zvířátky.
Mňam mňam Bobík	Vlezlá písnička, kterou si děti zpěvují ještě půl dne po tom, co ji slyší v reklamě. Vadí mi, že to vypadá prostě jen jako písnička a ne jako reklama, ale otázka je, zda si to děti nějak spojí při nákupu.	Na tuto reklamu jsem alergická, strašně dlouhá a vlezlá písnička, ze které děti určitě na první pohled nepoznají, že je to reklama.	Product placement, bez označení, ale tím, že se tam Bobík v podstatě neobjeví, tak mi nevadí, protože ve 4 letech si to s tím produktem nespojí.	Nejotravnější reklama na světě. Chytlavá písnička, ještě s tancem - to je to, co se malé děti naučí nejdřív. Tahle reklama je často připojována k populárním videím např. na youtube, takže děti se z toho můžou doslova pomínout.	To že se děti hýbou a tancují na to, je fajn, ale podle mě reklama přerostla produkt a děti ani neví, co vlastně propaguje.
Lipánek – poctivý a dobrý!	Nemám problém s kresleným světem, děti mají fantazie, že zem je moře, písek láva a chodí se jen po dřevě... Ale stejně jako u Pribináčka mi vadí, že se zde mluví jen o tvarohu a smetaně, což pak působí, jako že je to vyloženě zdravá věc.	Reklama mi skoro nevadí, ale ten konec, jak dítě shrnuje množství benefitů trochu ano. Raději bych, kdyby byly body popsány, než aby je dítě stvrdzovalo sladkým hláskem.	Reklama na Lipánek mi nijak nevadí, ani v ní nic zlého nevidím.	Pracuje s fantazií, vytváří dojem, že produkt mění realitu, s "roztomilostí" holčičky, která nemůže tušit co je dusík, ale mluví o něm.	Vkusná reklama, ale zase se tváří jako něco zdravého, přitom jde o sladkost.
Jupík Crazy Aqua – Vem si ven každý den!	Vadí mi, že důrazňují, jak je to voda s ovocnou šťávou. Děti jsou přesvědčené o tom, že tam není žádný cukr.	Vadí mi to nabádání k tomu, že by to dítě mělo pít každý den a jelikož znám složení běžných Jupíků, vadí mi obhajování toho, že je skutečně zdravý.	Trošku morbidní a vtipná a nijak nevadí, navíc u nás chucené vody nejedou, protože malému nechutnají.	Trochu brutální reklama, se sushi ze zvířátek. Dělá dojem, že Jupík je z pramenité vody a ovocná složka že je z ovoce a ne z éček.	Takové reklamy, které navádějí k pravidelné konzumaci sladké vody, jsou cestou k obezitě.
Jupík - Dost dobrý!	Tahle reklama není až tak hrozná, jen mi trochu vadí, že to v reklamě vypadá, jako by to, že je pes něco umí, souviselo s tím, že holčička pije Jupíka. Děti si to pak mohou	To, že děti předvádějí různé kousky hned poté, co se napijí Jupíka je rozhodně zavádějící.	Vadí mi spojení pití a dovednosti psa, nemá to souvislost a je to dost zavádějící, na druhou stranu je fajn, že podporuje domácí kreativitu s	Vybízí děti k nahrávání videí. Bez Jupíka se piškot nenaučí procházet mezi nohama - takový z toho mám dojem.	Originální, ale spojení Jupíka s borderkou je hodně zavádějící, obzvláště pro menší děti.

	nesprávně vyložit.		děláním videa.		
Kubík Dance	Tohle je typ reklamy, který nesnáším, protože se Kubík prezentuje jako pítí plně vitamínů, takže je vlastně zdravý a děti tomu věří.	Klamný dojem zdravotnosti nápoje a ještě dlouhá reklama, aby se opravdu usadil.	Podobně jako u Bobíka, otravná písnička, lehký tanec, ale u malého by to pak asi v obchodě vliv nemělo, protože by si to nespojil.	Další odrhovačka s tancováním, v refrénu se opakují vitamíny. Dovedu si představit situaci, kdy dítě naléhající na rodiče začne prozpěvovat v supermarketu tenhle song a vytvářet u rodiče pocit, že si za "snahu" tuhle "odměnu" zaslouží.	Vitamíny vyjmenované jako říkanka v písničce, to je extrémně manipulativní a hodně mi to vadí. A je jedno, jak zdravé to pítí ve finále je.
Skořicovým CINI MINIS nelze odolat!	Tady lákají aspoň na chuť, nedělají ze sebe zdravou snídani. To mi asi nevadí.	Vadí mi věty jako nedá odolat, šíleně skořicové, atd, ale v zásadě nic hrozného.	Nic mi nevadí, milé.	V pohodě, hezké.	Sladkost, ale reklama je v pořádku.
Já, padouch 3	Mimoni táhnou, navíc je tam dárek s motivem, takže by to děti určitě chtěly, a to pavažují za manipulaci.	Reklama mi nevadí	Mimoni by prodali cokoli a komukoli, nic víc si z té reklamy nejde vzít.	Znamé postavičky, které děti milují a budou chtít produkt.	Mluví to o celozrnné mouce, ale tady mi to asi tolik nevadí, spíš mi vadí ty postavičky, kvůli kterým to děti chtějí.
Hot Wheels	Tahle reklama je celkem fajn, až na to, že je na konci zase dárek.	Hrozná hudba a přehnaná animace.	Vadí mi hodně kvůli počítačové hře, snažíme se prcka držet dál od počítače, ipadu, telefonu a tohle je úplný opak, navíc ve spojení s HotWheels, které doma prostě jedou. Čím víc nad tou reklamou přemýšlím, tím víc mi vadí.	Létající mléko, létající krávy, bez Nesquiku nebude mléko ono + na konci hotwheels. CD s hrou. Hodně přesvědčivé.	Tak mimo realitu, že to snad děti nebudou brát vážně, ale ty počítačové hry by tam být nemusely.
Vítejte v barevném světě cukrovinek HARIBO!	Pětiletý to chápe tak, že gumoví medvídci jsou jen z vody a ovoce, což je rozhodně zavádějící.	Podle mě docela povedená reklama, nevadí mi.	Kéž by byly opravdu tak ovocné, jak to vypadá z reklamy.	Vytváří dojem, že medvědi jsou skutečně z ovoce (že je to čistě přírodní produkt), že to je vytvářeno "přírodou".	Vkusně udělané, ale zobrazení ovoce, včelíček a medvídků je zavádějící.
Jojo - sbírejte obaly.	Jsem docela překvapená, že ještě funguje metoda posílání obalů. Dárek je velké lákadlo, ale myslím si, že zrovna to zasílání obalů v dnešní době asi někoho odradí, i když kdo ví.	Vadí mi manipulativní formulka "Pošli obaly ještě dnes" a ten dětský hlas.	Něco za obaly fungovalo už na mně, a pokud se v rodině kupují JOJO věci, tak proč neposlat obaly, nic hrozného.	Spotřebitelská soutěž, neprodává produkt, ale tužku. Nutí konzumenta poslat někam obal snědených bonbonů.	Motivuje to děti jíst bonbony za výhru, což je hrozná.
Zott Monte Snack TV spot (CZ)	Tato reklama mi nijak zvlášť nevadí, i když se samozřejmě prezentuje lepší než je.	Klamavá reklama na skvělé ingredience, toho čerstvého mléka tam asi zas tak moc nebude.	Taková normální reklama, nevadí.	Kreslený pes vyvolává dojem, že tyčinka je jen z čokolády, ořechu a mléka a v závěru se snaží vytvořit iluzi, že je třeba se předzásobit, že brzy nebudou.	Sladkost, ale mluví se o čerstvém mléce.
Schoko-	Tak samozřejmě	Nic mi nevadí.	Reklama mi	V pohodě, nevadí mi.	Je to sladkost, ale

Bons: tak chutná zábava	zábava nechutná a na schovku se dá hrát i bez bonbonů, ale přesto se mi tahle reklama docela i líbí. Je nápaditá, vyloženě nelže, není vlezlá.		nevadí.		reklama mě neuráží. Jen bonbony určitě nejsou podmínkou zábavy.
Kinder Pingui: Svěží svačinka po škole	Na téhle reklamě je celkem fajn, že tam ty děti spolupracují, když na něco samostatně nemají. Vzhledem k tomu, že když už by děti chtěly nějakou sladkost, volila bych tento typ "svačinkového mlsání". Takže za mě dobrý.	Oceňuji, že se jedná o jednu z mála nekreslených reklam.	Nevadí mi, stejně ví, kde hledat :) a docela fajn je zmínka po škole - to je motivační.	Svačinka po škole - opět vyvolává dojem, že to patří ke každému odpoledni a že kdykoliv si dcerunka přivede domů kamaráda, mají oba nárok na chlazenou tyčku.	Nevím, co chce reklama říct tím "svěží", když je to umělé.
Brumíkův raniček (CZ verze)	Děs. Je dlouhá, příšerná grafika (ta kombinace animace a dětských obličejů a končetin je jako z hororu). Vyloženě mě na ní irituje ta forma, když se to tváří jako nějaká nevinná písnička a děti vůbec nenapadne, že to může být reklama.	Velmi dlouhé a zase se tváří jako nevinná písnička, to mi vadí hodně.	Dlouhé a otravné, ale stejně jako u ostatních dlouhých "product placement songů" je ta délka a kvalita asi to jediné co mi vadí.	Úmorná tanečnická odhovačka (a pěkně dlouhá), posiluje spojení s produktem. vyvolává dojem, že brumík po ránu je něco tak samozřejmého jako čištění zubů, což mi vadí hodně.	Hrozná písnička, která se tváří nevinně a přitom je to reklama.
Brumík: Přírodní pohon pro malé objevitele	Tahle je mnohem lepší, i když zase ty informace... Přírodní, plná cereálií. Dost se to tváří jako zdravá svačinka. Brumíka řadím mezi sladkosti svačinky, takže jo, ale vadí mi, že se to tváří jako něco zdravého.	Přehnaně nereálná animace, ale horší je to, jak se to opět tváří jako zdravá svačinka.	Cereálie, mléko, čokoláda a letadlo, to musí fungovat snad všude; taková sázka na jistotu, co prostě funguje a nejde se jí vyhnout. Zní to jako něco zdravého, ale není.	Brumík jako záchrana při vyčerpání, každá maminka by měla mít v kapse brumík pro případ, že malému objeviteli dojdou baterky.	Vizuálně mi reklama nevadí i přes animace, ale vadí mi ten vápník a že se to tváří zdravě.
POM-BÄR TV reklama tetování	Hloupá reklama, matka se nevěnuje řízení, dupne zbytečně na brzdu... To by v reklamě cíleně na děti vůbec nemělo být a hrozně mě to tam štve.	Reklama mi příliš nevadí, ale ta nabídka tetování uvnitř v sáčku mi vadí.	Moc věci dohromady, děti budou chtít kvůli tetování.	3D tetování - opět něco, co děti vyžadují a budou vyžadovat vždy. Nelze to sehnat jinak než ve "vybraných" baleních produktu. Kromě toho reklama není moc výchovná ani z dopravního edukativního hlediska. Dupnout na brzdu pro to, aby ke mě ze zadního sedadla doskákalo pár křupek, není fajn příklad pro děti.	Nevýchovné vzhledem k tomu, co dělá maminka během řízení.
Pom-Bär – medvědi válej!	Dost silně pochybuji o těch zdůrazněných informacích na konci, ale to je můj subjektivní pocit z "chemičnosti" POM-BÄR. Je očividně cílená na trochu větší děti, tříletou a	Malé děti si to vyloží tak, že jsou medvídci plní ovoce, a to asi pravda nebude.	Hype reklama, spojení produktu a bytí cool se mi nelíbí.	Tančující kreslená postavička, tančující dětská skupina - ukazuje děti jako krotitele medvědů, každý krotitel potřebuje své křupky - medvědy a chce je.	Vypadá to, že dítě bude cool jen s POM-BÄR.

	pětiletého by nezaujala.				
Sleduj nejvíc křupavé křupky!	Tohle je docela vtipná reklama oproti těm ostatním :) Cheetos bych asi nekoupila, ale reklama mi nevadí.	Reklama celkově nepovedená, ale nic závadného nevidím.	Nejlepší na konec, pobavila mě a dal bych si nějaké sám.	Potravina jako hra. Není k jídlu, ale na flusání po rodičích. Spojení "nejvíc křupavé křupky" s tím, jak se to projeví na výstřelu, ale nechápu.	Reklama je hezká, aspon to nemluví o tom, že křupky jsou zdravé.

Název spotu	Jméno rodiče				
	Milan	Kateřina	Mirka	Jana K.	Bronislava
Magnetky s mlád'átky zvířátek	Naše děti jsou již imunní. Aby se podařilo sesbírat sbírku magnetků, je potřeba Kostíků koupit tolik, že se to nevyplatí. Ostatně je jim šumák, jestli má kravička sviňátka nebo co. Tohle by nezabralo.	Nátlak na nákup kvůli hračce. Ale u tohoto produktu mi to skoro nevadí. Magnetky sbíráme, ale jen tak občas, určitě jich nemáme plnou lednici. Celou sadu jsme nesesbírali nikdy. A ani dítě nějak extrémně nákup tohoto zboží nevyžaduje.	Edukativní funkce magnetek je asi jedinou výhodou Kostíků, jinak je jasmné, že děti to chtějí jen kvůli dárku.	Reklama spíše na magnetky, které děti budou chtít.	Stejný princip, také vadí.
Olmíci s hračkou	To má být jako pro větší děti vzhledem k tomu slangu? Větší děti asi nechtějí ovečku a oslíka, ne? Naše děti jsou již imunní a vědí, že o co více hračky, o to míň jogurtu a potom je to jenom otázka priorit.	Tady bych to viděla na silný nátlak koupit kvůli hračce. Být dítě, chci tu hračku, ne to jídlo. To se mi jako rodiči nelíbí.	Mluví jako větší děti, ale řekla bych, že Olmíci jsou jiná cílovka. Jako matce se mi nelíbí ten slang. Hračky u produktů mi nevadí. Děti to měly rády a proč ne. Ale ten slang je pro mě strašný.	Dítě chce hračku a rodič podlehne, aby měl trochu klidu a díky tomu koupí i to, co by třeba z dietetického hlediska dítěti nekoupí. Zaměřeno vyloženě na dítě a jeho touhu po hračce.	Reklama neobsahuje žádný přímý útok, je to pouze nenápadně označeno a sděleno - tady spíš chybí nějaký důraz a kup si, sbírej
Pribináček TV spot 2017	Pribináček má výhodu že chutná a nepotřebuje si děti kupovat ničím kolem. Je dražší, takže sváteční, to vydá za všechny reklamy.	V pohodě. Necítím v tom žádný extrémní tlak na prodej. Reklama na známý produkt. I kvůli tomu si myslím, že nemusí přehánět nebo nějak klamat. Kreslená postavička ok, je to přeci jen cílené na dítě.	Tahle reklama se mi líbí. Takto jsme vařili jako děti také. Děti jsou v lese, na vzduchu, Plyšák kamarád jim dá "mňamku". Má to příběh. Děti se s tím mohou více ztotožnit.	Jemná něžná reklama, která říká jen složení výrobku. Nepodsouvá nic dítěti apod.	V pořádku, není nic závadného.
Pan Bůůů mezi jogurty	To je reklama pro děti nebo pro rodiče? Živé kultury? Mléko bez konzervantů? Nepřehledné čtyři příchutě. Přislíb výhry je také iritující.	Dobrá reklama na produkt, pokud je to jogurt. Neznám složení. Podle reklamy to na mě působí, že to jogurt je, s nějakými ovocnými a čokoládovými složkami. Užít si zábavu s jedením jogurtu? Ale jo, moje nejmenší ho dokáže rozpatlat po celým	Je to takové milé. Úplně mě to neuráží, Holandiu znám (složení), takže klamavá mi reklama nepřijde. Asi zacílí spíše na přemýšlivé děti, které tuší, co jsou živé kultury. Ale mohou se i zeptat rodičů, ti vysvětlí. Myslím, že je to fajn reklama na správnou	Sice je tam soutěž, ale to není takový problém zvlášt' u menších dětí, kde to může ovlivnit ještě rodič. Jinak reklama říká jen složení a příchutě.	Blbost a dítěti by se mohlo líbit, ale je to nevkusné. Budeme spolu sbírat, podívej se pod víčko - vybízí k prvnímu nákupu.

		stole, po celém svém těle a ještě i zed' to schytá. Takže bych tam klidně přidala hlášku: zábava pro celou rodinu:)	cílovku.		
Krajanka Zoo – Spot	To je reklama na zvířátka nebo na jogurt? Škoda, pomoc zvířátkům by se mohla prodat líp.	Docela citovka - vypadá to hlavně jako reklama na ZOO, logo produktu malé, až poslední vteřiny se dozvíš, co se prodává. A co to je? Produkt nekupuju, myslím, že jsem jednou četla složení a nebylo to nic moc. Reklama je barevná, pěkná zvířátka, ale tahle mi tedy vadí. A je to tím, že neprodává produkt, ale kreslené gorilátka.	Mno. Asi může děti chytit to představování zvířátek. Já jsem z ní rozpačitá :-). Ale dětem by se líbit mohla. Je jednoduchá. Zvířátka se povedla. Spojení se Zoo, proč ne. Jen nevím, kolik dětí zná pražskou Zoo...	Cílí na "lásku ke zvířatům" a na pomoc zvířatům. Moc etické to není. Spíš reklama na ZOO než na jogurt.	Je tam kup, je to poctivé, zdravé, žádná éčka a ještě pomůžeme zvířátkům - manipulace.
Mňam mňam Bobík	Mňam, mňam Bobík si zpívají děti i rodiče napříč sociálními bublinami, ale nevede to k jakémukoli svázání s produktem.	Jako dítě by se mi písnička asi líbila. Jako rodič nevidím produkt, nevím, co to je. Jenom, že tam poskakují divně graficky zpracované postavičky. Nelíbí se mi skrytost produktu. Jede to na city dítěte, tahle ne.	Chytlavá melodie, známý refrén. Rreklama je milá, animace hezká, děti si u toho mohou zatančit (pohyb je prospěšný). To jim snad tělo odpustí i to složení Bobíku.	Chytlavá písnička i postavička. Otázka je, zda si dítě spojí písničku s produktem a bude produkt vyžadovat?	Propaguje to produkt, chlapeček si hladí břicho, je to skrytá reklama. U menších dětí - ty na to tancují a chtějí to napodobovat.
Lipánek – poctivý a dobrý!	Bez škrobu, dusíku a želatiny sice dítěti nic neřekne, ale je to jasný, že je to na něco dobrého ke svačince. A to ke štěstí pro děti stačí.	Tohle je psycho. Pohádkový svět, když otevřeš Lipánek? Tuhle reklamu jsem vždycky přepínala. Kromě toho, že na mě působí nesympaticky protagonisté, tak mi vadí ten přehnaně snový svět na hřišti i to, že holčička mluví o zdravém složení na konci.	Milá reklama. Najde si v tom své dítě i rodiče. Dítě tam má obrázky, fantazie je dětem vlastní. Pro rodiče informace o složení.	Něžná, pohádková. Nevadí mi.	Nátlak na kup si a uvidíš, je to zdravé - vyjmenované prospěšné látky. Spojení se symbolem Lipánka.
Jupík Crazy Aqua – Vem si ven každý den!	Je to cool, akční scéna s lovením v sámošce, proč ne. Ale tu rybičku raději nechat mrtvou. Děti si potrpí na logiku.	Slazené nápoje dětem nekupuju. Láhev vypadá jako od čisté vody, ale ovocná složka je pěkná sladárna - to mi vadí, trochu se přetvařuje. Reklama barevná, dětsky lákavá.	Reklama se mi nelíbí. To suší. Vím, že to asi má být legrace, ale připadá mi to morbidní. Nevím, co si o tom mám myslet.	Menší děti to může i vyděsit. Spíš reklama pro puberťáky.	Je to drsné - dětem by to přišlo vtipné, ale ve skutečnosti morbidní.
Jupík - Dost dobrý!	To slečna naučila svého Piškota pomocí Jupíku? A ty ostatní děti? Neumí nic? A mají tedy děti konzumovat Jupíka nebo nahrávat videa? Opět soutěž, kterou nechci.	Zdá se, že když se napiješ Jupíku, tak máš zázračné schopnosti. To by děti asi oklamat mohlo. Nelíbí se mi to. Cílení na starší děti, oproti minulé reklamě.	Tak tady nevím. Holčička řekne "koukni co jsem naučila Piškota" a nejdřív se napije. Pejsek v reklamě táhne, zvlášť tohle plemeno, které je moc šikovné. Prezентují Jupík, cílí i na	Podporuje děti v tom, ať něco dělají a snaží se. Dejme tomu, ale ať to nevypadá, že díky pití děti něco umí.	Navádění k tomu, že vypij a uvidíš, co se stane. Vypadá to, že když dítě vypije Jupík, tak bude mít lepší schopnosti.

			správnou věkovou skupinu. Ale nezaujalo mě to. Taky ta spousta barviček, animace.		
Kubík Dance	Docela kvalitně animované, ale chybí vazba na produkt. Hůře viz Bobík, lépe viz Brumík.	Tohle je hrozné. Michal David převlečený za medvěda. Jenom bych viděla začátek, vypla bych to. Dcera na takových videech neujždí, ale asi se to líbí. Kubíka nekupujeme. Reklama se mi nelíbí. Nenápadné tlačení na nákup skrz děsnou písničku.	Ten tanec je takový nedětský. Kubík tam téměř není vidět. Je v pozadí. Přijde mi to spíše jako reklama na diskošku než na Kubík.	Ujetá písnička s minimem textu a jen vyjmenované vitamíny. Asi se bude pamatovat, ale jinak je to hodně nevkusné.	Je tam propagace toho, že Kubík je zdravý, což asi reálně není, ale v podstatě mi to nevadí. Nevadí mi ani, že je tam product placement.
Skořicovým CINI MINIS nelze odolat!	Problém Cini Minis (s mlékem) je v tom, že jsou tak dobré, že když je ochutnáte nepotřebují reklamu. Ale na základě téhle, bych je nekoupil. Cini Minis jsou taky sváteční.	Tuhle reklamu mám ráda, baví mě. Ale sladké cereálie se snažím nekupovat. Nebo alespoň vybírat ty s méně cukrem. A to rozhodně od Nestlé nejsou. Děti reklama baví také.	Proč je nutné prezentovat tyhle produkty s mlékem? Vemlouvavý hlas mi zní nepříjemně. Ale vlastně to asi udělá službu, děti by to podle mne nezaujalo.	Trochu agresivní, ale vtipné.	U toho se děti budou strašně smát, je to skvělá reklama. Nic mi na ní nevadí.
Já, padouch 3	Podprahové sdělení, že je to celozrné, takže podle rodičů zdravé je schované pod takovým balastem skvělé animace, že ho ani nevnímáte a už je to v košíku. Jsou na tom vidět ty peníze a nadnárodní zázemí. Hodně záludná věc.	Jasně - spojení jídla a filmu. To bude fungovat, ale ne na mě. Na děti určitě. Nepůsobí to na mě jako rodiče dobře. Cítím nátlak.	Animace jsou velkým tahákem a děti to určitě láká, tady mi to ani nevadí.	Pokud dítě má rádo daný film, tak rodič je asi donucen koupit, pokud ne, je to asi jedno.	Je tam propojení s filmem, což je lákavé a dárek.
Hot Wheels	Tohle je účinné a nelíbí se mi to. Všechny řeči před závodníky jsou k ničemu, když přijde zmínka, že ke křupkám dostanete počítačovou hru, každý kluk je naměkko, bez ohledu na platformu hry a její kvalitu. A i když to tam není řečeno, tohle se bez rodičů neobejde.	Tak tahle je ještě horší. Psycho svět s létajícími krávy. Dítě, kterému připraví snídani nějací závodníci. Snové, přehnané, nepříjemné. A ještě dárek u jídla. Nene, vadí mi to.	Nesquikové mléko je sice kakaové, ale zobrazovat takto krásy, navíc když se ví, jak je to s telaty a dojnícemi, mi přijde nehumánní.	Hodně přehnané, létající krásy jsou divné.	Lákavé, děti mohou létající krásy brát vážně, k tomu je manipulativní dárek.
Vítejte v barevném světě cukrovinek HARIBO!	Jasně, srozumitelné, včeličky dávají medvídkům barvu. Děti to budou chtít. Happy family jako bonus. Vtíravý song není samoúčelný. Jeden by na "gumídky" dostal chuť.	Zdá se, že Haribo medvídky dělá sama příroda... Neznám složení, jestli to tak je a obsahují jahody, tak ok. Ale pokud ne, pak nás reklama klame. A ještě to vypadá, že jíme něco zdravého.	Známá písnička, jednoduchá melodie, chytlavá, text zapamatovatelný. Příběh jak medvíci k barvě přišli je pro malé děti lákavý. Veselá rodinka na pikniku potěší ty starší. Vzhledem ke složení	Trochu pohádkové a la včelka Mája, což pak může dětem připadat jako zdravé a ovocné.	Roztomilé, medvídek připravuje chemické bonbony s včeličkama - děti to může zmanipulovat.

			bonbonů mi reklama přijde klamavá.		
Jojo - sbírej obaly.	Posílat něco někam poštou kvůli tužce? V dnešním světě kompjútrů... a mobilů? Nesmysl.	Nutit děti koupit (a sníst) 5 balení bonbonů najednou a poslat obaly ihned, abych dostala nějakou tužku... Tohle ne. Jako rodič se snažím vést děti k tak nějak zdravému přístupu k jídlu... Reklama barevná, lákavá...	Zatímco u jogurtu by mi soutěž ve sbírání víček nevadila, u bonbonů ano. Pět pytlíků bonbonů je cukrová pecka. Takže takhle fakt ne. Ačkoli věřím, že kvůli tužce se sáčky kupovaly.	Dárek za nákup. Velmi s tím nesouhlasím a už z principu bych nic nekoupila a už vůbec neposlala.	Je tam dárek za sbírání obalů, to dítě bude chtít.
Zott Monte Snack TV spot (CZ)	Dobře, ta počítačová animace postupu výroby by mohla zabrat. A "raději si jich vezmu víc" taky, hodně podprahová věc.	Oříšky, mléko? Zdá se, že Monte snack je zdravá svačinka. Ale není, obsahuje hromadu cukru. Klame.	Tak zrovna tento typ reklamy považuju za klamavý. To složení je výrazně horší, než jak je prezentováno.	Naladění na chuť výrobku, na to, že je zdravý... což je diskutabilní,	Je to v pohodě.
Schoko-Bons: tak chutná zábava	Tak chutná zábava! jednoduché, prosté a jasné sdělení. Navíc, pokud byste jako dítě chtěli, aby s Vámi (zanepřázdňeni) rodiče hráli na schovku, chtěli byste jistě i Choco Bons.	Zase cílí na zábavu se sladkým. Zdá se, že bez sněžení bonbonů se budeš nudit... Jinak se mi ale špatná nezdá.	Aspoň tam hraje rodina na schovku. To považuju za pozitivní. A nedali tam nic lživého o složení, sklenici plné mléka apod. To se mi docela líbí. Hezká reklama.	Vtipné. Opírá se o rodinu a pohodu.	Postavička, kolem které se všechno točí, to děti láká.
Kinder Pingui: Svěží svačinka po škole	Opět frontální útok na to, aby si rodiče s dětmi hráli, "mámina bojovka" je napínává se sladkou odměnou.	Tahle reklama mi nevádí. Jako, že by to měli jíst po škole každý den, to asi ne. Neklame nějakým speciálním složením. Tahle mi nevádí.	Pingui v lednici. Mléčný krém, zase je to takové zavádějící.	Kdyby to nebylo plné cukru a tuku, tak hezká reklama.	Tahle reklama se mi líbí, v pohodě.
Brumikův raniček (CZ verze)	Viz "Mňam Mňam Bobík" akorát zde více pamatovali na produkt.	To je děs. K snídani Brumíka. Zpracování pekelné. To se snad nemůže ani dětem líbit. Mám z toho pocit, jako kdyby mělo jíst Brumíka každý den.	Nesnáším ty fotky hlav na kreslených tělech. Strašně mi to rve oči. Případá mi to jak zombie.	Chytlavé, ale podporuje jezení Brumíka a ukazuje ho jako něco, co by se mělo jíst každý den.	Líbí se mi edukativní funkce, kdy reklama děti učí, že se mají doma umýt a tak, to mi nevádí. Sice to vypadá, jako kdyby bylo super jíst Brumíka k snídani každý den, ale dítě se toho přejí a tak se toho není třeba bát.
Brumík: Přírodní pohon pro malé objevitele	Jako rodič bych se bál, že to budou děti chtít. Tváří se to zdravě.	Zase dětský svět. Prolétáta kolem čokolády, řekla bych, že zrovna té tam moc nebude. Je to přeslazená věc a z reklamy to vypadá jako velmi zdravé, plné výživných složek a skvělé pro děti...	Reklama hezká, líbí se mi ten příběh, jako továrna a tak... Má to logiku. Ale teda i když je bez konzervantů, rozhodně není zdravý ani přírodní. Lehce klamavá. Jinak působivá. To zmáčknutí brumíku, aby se ukázal tekutý čokoládový vnitřek.	Hezká reklama, ale s tou energií, když je to napané cukrem a rychle jim sice stoupne, ale také rychle pak klesne, tak nevím.	Není to nijak extrémně nátlakové.
POM-BÄR TV reklama tetování	Děti to chtějí kvůli tetovačkám.	Tahle reklama mi ani moc nevádí. To, že matka kouká na	Myslím, že je cílená na správný věk dětí, myslím že i cílovku	V pohodě.	Lákačka na tetování, což je lehce

		fiktivního medvěda na sedadle spolujezde a brzí, aby dostala křupku je věc jiná, výchovné to zrovna není.	trefoili. Líbí se mi ten inteligentní humor. Prezентují tam skutečně produkt, nezkrášlují složení ani nic. Milá reklama.		manipulativní.
Pom-Bär – medvědi válej!	To je podivné, nelíbí s emi celkové zpracování.	Já na ty písničky v reklamách moc nejsem. Podle mě cílí na školní děti. Taková nijaká. Ale nejsem cílovka:)	Inteligentní maminka asi tolik netáhla, tak zkusili tohle. Je to rap? Nebo hip hop? No asi to osloví víc :-)) Já tohle moc nemusím, ale jde o cílovku a ta bude tady asi větší.	Chytlavý song, jinak nevádí.	Křupni si Méd'u je výzva k nákupu, jinak v pohodě.
Sleduj nejvíc křupavé křupky!	Navádění ke zlobení rodičů a dělání bordelu doma. A přitom je to tak cool!	Obrázky rajčat, sýru - určitě to kolem nich ani neprošlo, takže trochu klame. Jinak mi přijde zábavná. Ale kvůli reklamě bych produkt nekoupila.	Reklama hezká, milý nápad a příběh. Vadí mi to zdůraznění příchutí, že jsou s kečupem, sýrem, apod. Tyhle křupky sýr ani kečup neviděly ani z rychlíku.	Navádí k divným hrám a dělání nepořádku.	Nejvíc křupavé, to je manipulativní, je tam výzva - ochutnej to.