

Seznam příloh

Příloha č. 1: Pollayova škála emocionálních apelů

Příloha č. 2: Dotazník

Příloha č. 1: Pollayova škála emocionálních apelů

Apel	Popis apelu
Výkon	Vhodný, proveditelný, užitečný, funkční, pohodlný, silný
Trvanlivost	Dlouhotrvající, permanentní, trvalý, houževnatý
Vhodnost	Užitečný, šetřící čas, snadný, rychlý, dosažitelný, všestranný
Dekorativnost	Krásný, nazdobený, detailní, stylový, moderní design
Láce	Ekonomický, výhodná koupě, sleva
Drahost	Bohatý, cenný, elegantní, luxusní
Zvláštnost	Vzácný, nezvyklý, exkluzivní, chutný, ručně zpracovaný
Popularita	Známý, pravidelný, standartní, univerzální, každodenní
Tradice	Klasický, historický, nostalgický, legendární
Modernost	Současný, nový, progresivní, pokrokový
Příroda	Organický, nutriční, minerální, ekologický
Technologie	Zhotovený, vědecký, vynález, objevný
Moudrost	Znalý, vzdělaný, inteligentní, zkušený
Magičnost	Zázračný, kouzelný, záhadný, mytický, úžasný
Produktivita	Ambiciózní, úspěšný, zdatný, kvalifikovaný
Relaxace	Pohodlný, klidný, prázdninový
Potěšení	Šťastný, pobavený, veselý, pártý
Zralost	Dospělý, starší, zralý
Mládí	Dětský, dospívající, junior, teenager
Bezpečí	Jistý, stabilní, zaručený, možnost výměny a vrácení
Poslušnost	Povolný, civilizovaný, zdrženlivý, ukázněný, odpovědný
Morálka	Lidský, férový, čestný, etický, ctěný, duševní
Skromnost	Nevinný, čistý, stydlivý, plachý
Pokora	Trpělivý, mírný, pokorný
Jednoduchost	Prostý, bezelstný
Křehkost	Delikátní, citlivý, choulostivý, měkký, zranitelný
Dobrodružstv	Smělý, statečný, odvážný

Nezkrotnost	Násilný, neurvalý, tvrdohlavý
Svoboda	Spontánní, bezstarostný, vášnivý
Nedbalost	Neudržovaný, příležitostný, nepravidelný
Pýcha	Přitažlivý, módní, atraktivní
Sexualita	Erotický, romantický, žádostivý
Nezávislost	Autonomní, samostatný, nekonformní
Jistota	Důvěřující, zabezpečený, sebevědomý
Status	Žárlivý, ješitný, prestižní, dominantní
Afilace	Sociální, přátelský, družný, taktní
Starostlivost	Charitativní, pečující, starostlivý, utěšující
Rodina	Příbuzenský, manželský, soukromí a domov
Společenství	Národní, patriotismu
Zdraví	Energický, silný, kondice, elán
Čistota	Pořádek, jasný, voňavý beze skvrn
Pomoc v nouzi	Laskavý, pomáhající, hodný pozornosti a vděku

Příloha č. 2: Dotazník

Dobrý den,

děkuji, že jste si udělali čas na vyplnění tohoto dotazníku, jeho výsledky mi pomohou k dokončení mé diplomové práce psané pod záštitou Katedry mediálních studií, Fakulty sociálních věd na Univerzitě Karlově. Vyplnění vám zabere přibližně 5-10 minut.

Cílem tohoto výzkumu je zjistit a porovnat, jaké mediální návyky mají ženy ve věku 15-25 let, jaká média konzumují a jakým způsobem reagují na reklamní komunikaci umístěnou do lifestyle časopisů a na sociální síť Instagram.

Většina otázek je uzavřených, u některých otázek je možné zvolit více než jednu odpověď. V případě, že si nevyberete žádnou z nabízených odpovědí, uveďte prosím do kolonky „Jiná“ svou vlastní. Pokud k dotazníku budete mít jakoukoli další relevantní poznámku, budu ráda, pokud ji na závěr vepíšete do příslušné kolonky.

Na závěr dodám, že data jsou poskytována anonymně a budou sloužit pouze pro účely diplomové práce. Ta bude v případě úspěšného obhájení zveřejněna v online repozitáři Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy.

V případě nejasností či zájmu o dané téma mě neváhejte kontaktovat na sloupovabarбора@gmail.com

Děkuji za váš čas,
Barbora Sloupová

Část 1

1. Jste uživatelkou nějaké sociální sítě (Facebook, Instagram, TikTok, Twitter aj.)?
 - Ano
 - Ne
2. Jste aktivní uživatelkou sociální sítě Instagram?
 - Ano
 - Ne (odpověď nasměruje respondentku do 2. části)
3. Kolik času denně na Instagramu přibližně strávíte?
 - Maximálně 30 min denně nebo vůbec
 - 30 min-1 hodinu každý den
 - 1-2 hodiny denně
 - 3-5 hodin denně
 - Více než 5 hodin denně
4. Kvůli čemu na Instagramu trávíte svůj čas? (Zde můžete vybrat více či všechny možnosti.)
 - Zdroj inspirace
 - Kontakt s kamarády
 - Novinky ze světa – zpravodajství
 - Sportovní motivace
 - Recepty
 - Prokrastinace
 - Jiná
5. Prohlížíte si spíše Stories či běžné příspěvky?
 - Spíše Stories
 - Spíše běžné příspěvky
 - Věnuji přibližně stejně času Stories i příspěvkům
6. Jakým způsobem procházíte obsah na Instagramu?
 - Všechno si prohlédnu, ale nepřečtu si popisky.
 - Vše si pozorně přečtu a pozorně prohlédnu.
 - Projíždím a zastavím se jen u toho, co mě zaujme.


- Vyhledávám vždy cíleně jen to, co potřebuji.
 - Jiná
7. Jaký je váš názor na reklamy na Instagramu? (Otázka se týká reklamních příspěvků značek, nikoli reklamy na profilech influencerů.)
- Vnímám ji jako součást Instagramu, je v pořádku.
 - Je nápadná a je jí příliš moc, ruší mě nebo mi vadí z jiného důvodu.
 - Nemám k množství reklamních příspěvků názor, neřeším je.
8. Kde si reklamy na Instagramu spíše všimnete a upoutá vaši pozornost?
- Ve Stories
 - Mezi příspěvky „na stěně“
 - Jiná
9. Jak se chováte, když na reklamu na Instagramu narazíte?
- Přeskakuji na další Stories či k dalšímu příspěvku.
 - Pokud mě zaujme produkt, značka či zajímavý obsah reklamy, prohlédnu si ji a přečtu si ji.
 - Jiná
10. Zakoupila jste si nějaký výrobek/službu na základě reklamy na Instagramu? (Či jste o zakoupení požádala rodiče?)
- Ano
 - Ne
11. Zaujala by vás následující reklama? Prosím, ohodnot'te ji známkou 1-5 jako ve škole. (1 = nejlepší, 5= nejhorší)



12. Zaujala by vás následující reklama? Prosím, ohodnoťte ji známkou 1-5 jako ve škole.
(1 = nejlepší, 5= nejhorší)

Instagram

philipszcz Sponsored



Learn More

167 likes

philipszcz Objevte Philips Sonicare pro zdravější zuby, dásně a krásný úsměv. Nejdoporučovanější značka zubními lékaři.

13. Zaujala by vás následující reklama? Prosím, ohodnoťte ji známkou 1-5 jako ve škole.
(1 = nejlepší, 5= nejhorší)

Instagram

vichylaboratoires Sponsored



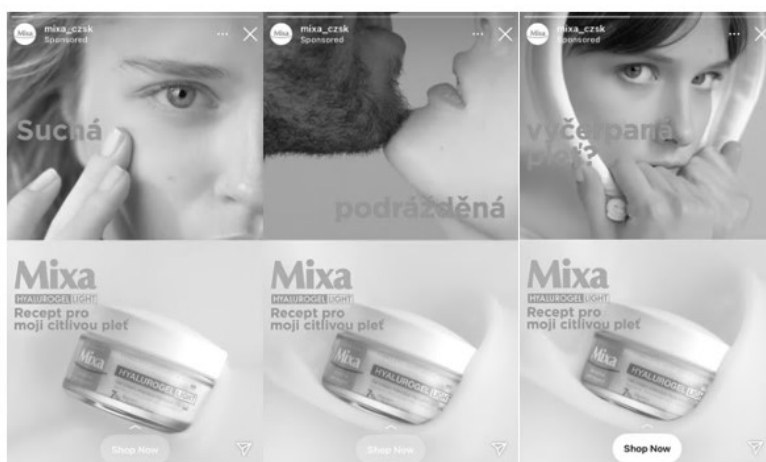
Learn More

125 likes

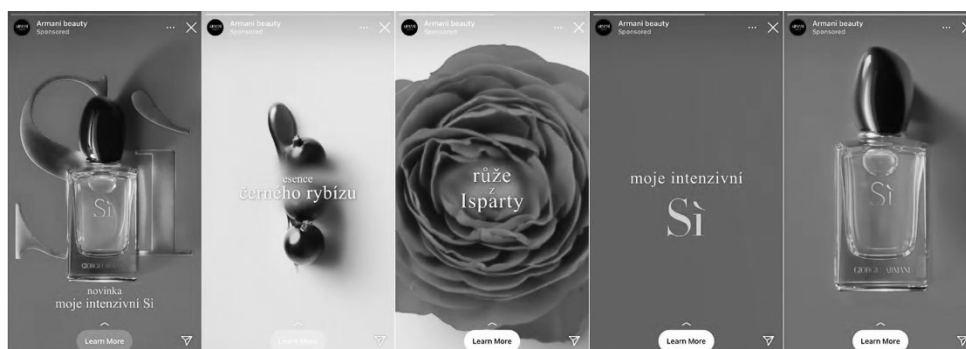
vichylaboratoires Objevte Hyaluron-Booster Minéral 89 s mineralizující termální vodou Vichy a kyselinou hyaluronovou přírodního původu.

Plet vyplňuje a posiluje proti nepříznivým vnějším vlivům jako je znečištění, stres nebo únava. Při pravidelné aplikaci tak pleť vypadá den po dni pleť hydratovanější, tonizovaná a jasnější.

14. Zaujala by vás následující reklama? Prosím, ohodnoťte ji známkou 1-5 jako ve škole.
(1 = nejlepší, 5= nejhorší)



15. Zaujala by vás následující reklama? Prosím, ohodnoťte ji známkou 1-5 jako ve škole.
(1 = nejlepší, 5= nejhorší)



Část 2

16. Jste čtenářkou tištěných médií (konkrétně novin, časopisů), i kdyby jen příležitostně?
(Započítejte i noviny v metru.)
- Ano (odpověď pokračuje k další otázce)
 - Ne (odpověď přesměruje do části 3)
17. Jak často čtete některá z tištěných médií (konkrétně noviny či časopisy)?
- Pravidelně, minimálně jednou týdně.
 - Maximálně jednou za měsíc.
 - Výjimečně, 1 – 5x za čtvrt roku.
 - Výjimečně, 1 - 5x za celý rok.
18. Označte všechny typy tištěných médií, které čtete (i kdyby jen čas od času):
- Noviny, deníky seriózního rázu
 - Bulvární deníky typu Blesk
 - Časopisy zabývající se ekonomicko-politickými tématy (Respekt, Reflex, aj.)

- Lifestylové časopisy pro ženy (Elle, Cosmopolitan a další)
 - Společenské časopisy (Květy, Chvilka pro tebe)
 - Oborové časopisy
 - Vědecko – historické časopisy
19. Čtete některé z tištěných médií v jejich elektronické podobě (internetové portály deníků, časopisů)?
- Ano
 - Ne
20. Z vašeho pohledu čtete častěji tištěné tituly nebo elektronická média (a sociální sítě)?
- Spíše tištěná média
 - Spíše elektronická média
 - Věnuji stejně času tištěným médiím i elektronickým médiím
 - Jiná
21. Jste čtenářkou lifestylových časopisů?
- Ano (odpověď pokračuje k další otázce)
 - Ne (odpověď přesměruje do části 3)
22. Jak často si kupujete některý z těchto časopisů: Elle, Harper's Bazaar, Cosmopolitan?
- Nekupuji si je vůbec.
 - Výjimečně, 1-3 x za celý rok.
 - Pravidelně, každý měsíc kupuji alespoň 1x (nemusí se jednat vždy o stejný titul).
 - 1-5 x za půl roku.
23. Přečtete vždy celý obsah časopisu naráz či jej čtete po částech?
- Přečtu jej naráz.
 - K časopisu se vracím v průběhu času, ale přečtu jej celý.
 - Po prolistování vybírám jen ty nejzajímavější části, nikdy jej nepřečtu celý.
24. Krátce uveďte, jaká témata vás v těchto časopisech nejvíce zajímají. (otevřená otázka)
25. Jste předplatitelkou některého z těchto časopisů: Elle, Harper's Bazaar, Cosmopolitan? Pokud ano, napište do kolonky "Jiná" který časopis máte předplacen.
- Ne
 - Jiná
26. Jak vnímáte reklamou umístěnou v časopisech?
- Vnímám ji jako součást časopisu, je v pořádku.
 - Je nápadná a je jí příliš moc, ruší mě nebo mi vadí z jiného důvodu.

- Nemám k množství reklamních příspěvků názor, neřeším ji.
27. Čtete reklamní příspěvky, které jsou v časopisech umístěné?
- Spíše ano, přečtu většinou vše včetně reklam.
 - Pouze pokud mě zaujme inzerovaný produkt či služba.
 - Nikdy, přeskakují je.
28. Koupila jste si někdy nějaký výrobek na základě reklamy, kterou jste si prohlédla/přečetla v některém z těchto časopisů: Harper's Bazaar, Cosmopolitan, Elle? (Či jste o zakoupení požádala rodiče?)
- Ano
 - Ne
29. Zaujala by vás následující reklama? Prosím, ohodnoťte ji známkou 1-5 jako ve škole.
(1 = nejlepší, 5= nejhorší)



30. Zaujala by vás následující reklama? Prosím, ohodnoťte ji známkou 1-5 jako ve škole.
(1 = nejlepší, 5= nejhorší)



31. Zaujala by vás následující reklama? Prosím, ohodnoťte ji známkou 1-5 jako ve škole.
(1 = nejlepší, 5= nejhorší)



32. Zaujala by vás následující reklama? Prosím, ohodnoťte ji známkou 1-5 jako ve škole.
(1 = nejlepší, 5= nejhorší)

COSMOPOLITAN PROMOTION

PŘÍPRAVA NA ZIMU s Minéral 89

KOUZLO ZIMY S SEBOU PŘINÁŠÍ I POTŘEBU VĚNOVAT ZVÝŠENOU POZORNOSTI NAŠÍ PLETI. ZVLÁŠTĚ V TOMTO OBDOBÍ POTŘEBUJE PLET DOSTATEČNOU HYDRACI A PEČUJÍCÍM BALČEM RÁDY MINÉRAL 89 SI SNADNO OSVOJÍTE PEČUJÍCÍ RUTINU PRO POSILNĚNÍ PLETI. DÍKY PRAVDĚRNĚ PĚČI BUDETE MÍT DOKONALE HYDRATOVANOU, TONIZOVANOU A JASNĚJŠÍ PLET, NA KTERÉ NEJSOU ZNÁT ZNÁMKY STRESU ČI ÚNAVY.

Maska Vichy Minéral 89
Maska Minéral 89 Hyaluron-Booster NOVINKA - posilující a obnovující pleťová maska **Minéral 89 Hyaluron-Booster**. Maska **Minéral 89 Hyaluron-Booster** je vyrobena z měkkého a alky gelové masky. Masku připevněte ke konturám obličeje. Osmahatě vypláchejte a vyčistěte, hydratujte až po 24 hodin.

Ráno by malo začít s klidem. Na suchý a vyčítěný obličej naneste plátníkovou maskou **Minéral 89 Hyaluron-Booster**. K tomu, aby vaše pleť byla dobitě ovládnuta a hydratovaná, stačí pouhých 10 minut. Během působení masky si můžete vyprat ranní čaj, pečlivě zprávy a nebo rozvrhnuté plány na celý den. Energií usavěného očinnu okolo dodatek posilující a vyhlazující **Hyaluron-Boosterem**. Každé ráno a/nebo večer naneste kapku kolem očních okulí. Výsledkem je okamžitě znatelné vyrovnaní pleti a světlé. Jako bázi pod make-up a nebo jako podklad pod keru naneste posilující a vyhlazující **Minéral 89 Hyaluron-Booster**. Čistá lada **Minéral 89** je založena na stejnému principu - 89% termální vody Vichy vulkanického původu a kyselina hyaluronová přírodního původu. Tato jedinečná kombinace pomáhá pleti chránit proti znečištění, stresu a únavě. Plet zanechává hydratovanou a tonizovanou a posiluje funkci její kožní bariéry. Vaše pleť pak působí svěže a sjednoceně.

Sérum Vichy Minéral 89
Sérum Minéral 89 Hyaluron-Booster Je světlé lada, alky s obsahem kyseliny hyaluronové a kyseliny hyaluronové. Pomáhá pleti posilovat funkce kožní bariéry a zajišťovat její plnou ochranu proti vnějším agresorům. Lada zůstává lehká, plet a správně hydratovaná a jasná.

Oční sérum Vichy Minéral 89
Oční sérum Minéral 89 Hyaluron-Booster Unikátní lada s obsahem **Boosteru Minéral 89** s obsahem kyseliny hyaluronové. Pomáhá pleti posilovat funkce kožní bariéry a zajišťovat její plnou ochranu proti vnějším agresorům. Neviditelná lada s lehkou texturou která neodpovídá žádné zářez, barvy a neobsahuje žádné.

VICHY LABORATOIRES
www.vichy.cz

33. Zaujala by vás následující reklama? Prosím, ohodnoťte ji známkou 1-5 jako ve škole. (1 = nejlepší, 5= nejhorší)



INTENZIVNÍ HYDRATAČNÍ PÉČE

Svěží, zdravé vypaďající pleť je výsledkem toho, co se děje pod povrchem. Ve Weledě jsme našli nový přírodní záruk pro hydrataci - epuncii. Náš nový 100% přírodní vytažek z epuncie, nejsilnější dlouhodobě hydratující, která probouzí přirozenou krásu pleti.

Weleda: I V JSTE PŘÍRODA
www.weleda.cz

NEJLEPŠÍ PŘÍRODNÍ VOLBA PRO DLOUHOTRVAJÍCÍ LEHKOU HYDRACI

- ✓ Svěží pocit po dobu 24 hodin
- ✓ Zdravý vzhled
- ✓ Podporuje ochrannou kožní vrstvu
- ✓ Lehká osvěžující textura (bez mastného filmu)

100% PŘÍRODNÍ
100% BIO
UEBT CERTIFIED



WELEDA
Since 1921

novinka

WELEDA Seit 1921
Erfrischendes Feuchtigkeits-Pflegemilch
Hydrating Eye Gel

WELEDA Seit 1921
24h Feuchtigkeitscreme
Hydrating Face Cream

WELEDA
HEADS OF CONNECTING PEOPLE WITH NATURE

34. Vyberte, jaký z těchto časopisů jste za poslední půl rok držela v ruce, můžete zvolit více variant. (Započítejte i možnost, kdy jste si časopis pouze půjčila od kamarádky či jste si ho např. přečetla v čekárně u lékaře.)
- Elle
 - Harper's Bazaar
 - Cosmopolitan
 - Žádný z výše uvedených
35. Kolik je vám let?
- 15-17
 - 18-20
 - 21-23
 - 24-25
36. Jste studentka či pracujete?
- Studentka
 - Studentka s brigádami
 - Pracující
 - Pracující + dálková studentka
 - Jiná
37. Kde žijete (většinu času)?
- Hlavní město Praha
 - Jihočeský kraj
 - Jihomoravský kraj
 - Karlovarský kraj
 - Kraj Vysočina
 - Královéhradecký kraj
 - Liberecký kraj
 - Moravskoslezský kraj
 - Olomoucký kraj
 - Pardubický kraj
 - Plzeňský kraj
 - Středočeský kraj
 - Ústecký kraj
 - Zlínský kraj