

18. Přílohy

18.1 Vybrané doprovodné grafy

Ceníková hodnota reklamního prostoru TOP 10 firemních značek segmentu Pivo v prvním pololetí 2020		
Pořadí	Firemní značka	I. pololetí 2020
1.	Pilsner Urquell	114 042 000 Kč
2.	BIRELL	107 703 000 Kč
3.	Starobrno	105 457 000 Kč
4.	Gambrinus	99 496 000 Kč
5.	Krušovice	79 336 000 Kč
6.	Velkopopovický Kozel	70 494 000 Kč
7.	Budějovický Budvar	63 296 000 Kč
8.	Staropramen	60 755 000 Kč
9.	RADEGAST	57 046 000 Kč
10.	HEINEKEN	19 204 000 Kč

Zdroj: Nielsen Admosphere (monitoring INTERNETU zdroj: SPIR-Nielsen Admosphere, ceny TV dle sledovanosti zdroj: ATO-Nielsen Admosphere)

Internet zahrnuje reklamu v rozsahu projektu AdMonitoring bez vlastní inzerce

Graf 57: Nielsen Admosphere - ceníková hodnota reklamního prostoru segmentu pivo (2020), doprovodný graf k otázce č. 19. (Mediaguru.cz)

TOP 10 zadavatelů v mediatypu Instore	
Období: 1.1.2015-31.12.2015	
Zadavatel (vlastník značky)	Ceníková hodnota reklamního prostoru
TOTAL	117 914 634 Kč
UNILEVER ČR	45 857 651 Kč
Danone	19 748 502 Kč
Mondelez Czech Republic	10 018 757 Kč
BOHEMIA SEKT	9 155 313 Kč
Nestlé Česko	7 547 285 Kč
Opavia - LU	6 688 201 Kč
Wrigley	6 252 799 Kč
Tesco Stores ČR	4 919 374 Kč
UNITED BRANDS	4 290 806 Kč
HENKEL ČR	3 435 946 Kč

Zdroj: Nielsen Admosphere

Graf 58: Nielsen Admosphere – TOP zadavatelé mediatypu Instore (2015), doprovodný graf k otázce č. 20. (Oupic- mistaprodeje.cz, 2016)

Ceníková hodnota reklamního prostoru u TOP 5 firemních značek v segmentu Lihoviny za období leden–listopad 2021		
Pořadí	Firemní značka	leden–listopad 2021
1.	JACK DANIEL'S	104 841 000 Kč
2.	BOŽKOV	92 423 000 Kč
3.	Jägermeister	81 538 000 Kč
4.	Tullamore Dew	71 721 000 Kč
5.	FERNET STOCK	48 506 000 Kč

Graf 59: Nielsen Admosphere - ceníková hodnota reklamního prostoru segmentu lihoviny (2021), doprovodný graf k otázce č. 21. (Focus-age.cz)

18.2 Seznam grafů a tabulek

Seznam tabulek:

Tabulka 1: Požití alkoholických nápojů a jejich pravidelná konzumace v posledních 12-ti měsících mezi žáky ZŠ a studenty SŠ v Praze (2021) v procentech (%) (Petrenko, 2022)

Tabulka 2: Věk první zkušenosti s alkoholickými nápoji a opilostí (k danému věku) ESPAD 2019 v procentech (%) (Chomynová, 2020)

Tabulka 3: Vybrané základní školy, které dobrovolně přistoupily k účasti

Tabulka 4: Prevalence konzumace alkoholu u žáků

Tabulka 5: Prevalence konzumace nealkoholických piv

Tabulka 6: Vliv doporučení influencera na užití alkoholu

Tabulka 7: Hypotéza 2, chí-kvadrát test nezávislosti

Tabulka 8: Konzumace alkoholu ovlivněna vrstevníky

Tabulka 9: Hypotéza 5, chí-kvadrát test

Seznam grafů:

Graf 1: První zkušenost s alkoholem na vzorku 14-ti letých (HBSC, 2014) (Zdravá generace)

Graf 2: Celoživotní opilost (2 nebo vícekrát) během týdenního užívání alkoholu u chlapců a dívek ve věku 11, 13 a 15 let (Kázmér, 2019)

Graf 3: Konzumace alkoholu v posledních 30-ti dnech (ESPAD)

Graf 4: Zastoupení chlapců a dívek ve výzkumu

Graf 5: Věkové zastoupení žáků

Graf 6: Věkové zastoupení žáků v prevalenci konzumace alkoholu a nealkoholických piv (srovnání)

Graf 7: Frekvence konzumace alkoholu – početní zastoupení

Graf 8: Frekvence konzumace alkoholu – z hlediska pohlaví

Graf 9: Dny, kdy dochází k pití alkoholu u žáků

Graf 10: Kde žáci nejčastěji konzumují alkohol
Graf 11: S kým žáci nejčastěji konzumují alkohol
Graf 12: Důvody, proč žáci konzumují alkohol
Graf 13: Finanční zdroje žáků na alkohol
Graf 14: Informace o alkoholických nápojích – jak to vidí žáci
Graf 15: Zdroje informací o alkoholu pohledem žáků
Graf 16: Řešení problematiky konzumace alkoholu ve škole
Graf 17: Kombinace alkoholu s energetickým nápoji
Graf 18: Konzumace piva v posledních 12-ti měsících
Graf 19: Konzumace vína v posledních 12-ti měsících
Graf 20: Konzumace šumivého vína v posledních 12-ti měsících
Graf 21: Konzumace destilátů v posledních 12-ti měsících
Graf 22: Konzumace destilátů v posledních 12-ti měsících
Graf 22: Konzumace ciderů v posledních 12-ti měsících
Graf 23: Konzumace alkoholických koktejlů v posledních 12-ti měsících
Graf 23: Konzumace alkoholických koktejlů v posledních 12-ti měsících
Graf 24: Konzumace nealkoholického piva v posledních 12-ti měsících
Graf 25: Konzumace ochuceného nealkoholického piva v posledních 12-ti měsících
Graf 26: Konzumace kolových nápojů v posledních 12-ti měsících
Graf 27: Konzumace slazených nápojů v posledních 12-ti měsících
Graf 28: Zkušenost žáků s nákupem alkoholického nápoje
Graf 29: Zkušenost žáků s nákupem nealkoholického piva nebo chmelových limonád
Graf 30: Věk první konzumace nealkoholického piva – prevalence
Graf 31: Znalosti žáků obchodní názvů piv – 10 nejčastějších
Graf 32: Znalosti žáků obchodní názvů piv – v jednotlivých třídách
Graf 33: Znalosti žáků obchodní názvů vín – 10 nejčastějších
Graf 34: Znalosti žáků obchodní názvů vín – v jednotlivých třídách
Graf 35: Znalosti žáků obchodní názvů destilátů – 10 nejčastějších
Graf 36: Znalosti žáků obchodní názvů destilátů – v jednotlivých třídách
Graf 37: Na jakých reklamních plochách žáci viděli reklamu na alkohol v posledních 30-ti dnech
Graf 38: Kde v online prostoru žáci viděli reklamu na alkohol v posledních 30-ti dnech
Graf 39: Vliv influencerů/youtubera na rozhodování žáků
Graf 40: Který z následujících obsahů žáci viděli v posledních 30-ti dnech
Graf 41: Na jakých místech žáci viděli reklamu na alkohol v posledních 30-ti dnech
Graf 42: Na jakých sociálních sítích žáci lajkovali reklamu na alkohol v posledních 30-ti dnech - Facebook
Graf 43: Na jakých sociálních sítích žáci lajkovali reklamu na alkohol v posledních 30-ti dnech - Instagram
Graf 44: Na jakých sociálních sítích žáci lajkovali reklamu na alkohol v posledních 30-ti dnech - Instagram
Graf 45: Na jakých sociálních sítích žáci lajkovali reklamu na alkohol v posledních 30-ti dnech - TikTok

Graf 46: Na jakých sociálních sítích žáci lajkovali reklamu na alkohol v posledních 30-ti dnech – webová stránka
Graf 47: Do jaké míry souhlasí žáci s tvrzením, že: Ostatní mě zesměšňují, když nepiji alkohol
Graf 48: Do jaké míry souhlasí žáci s tvrzením, že: Moje konzumace alkoholu je ovlivněna ostatními
Graf 49: Do jaké míry souhlasí žáci s tvrzením, že: Pití alkoholu je zdraví prospěšné.
Graf 50: Do jaké míry žáci souhlasí s regulací reklamy na alkohol
Graf 51: Pocity žáků při školní práci
Graf 52: Hypotéza číslo 2, konzumace alkoholu v závislosti na influencerovi
Graf 53: Hypotéza číslo 5 - Vliv okolí na konzumaci alkoholu
Graf 54: Hypotéza číslo 6 – Interakce s reklamou na Facebooku
Graf 55: Hypotéza číslo 6 – Interakce s reklamou na Instagramu
Graf 56: Hypotéza číslo 6 – Interakce s reklamou na Youtube
Graf 57: Nielsen Admosphere - ceniková hodnota reklamního prostoru segmentu pivo (2020), doprovodný graf k otázce č. 19. (Mediaguru.cz)
Graf 58: Nielsen Admosphere – TOP zadavatelé mediatypu Instore (2015), doprovodný graf k otázce č. 20. (Oupic- mistaprodeje.cz, 2016)
Graf 59: Nielsen Admosphere - ceniková hodnota reklamního prostoru segmentu lihovin (2021), doprovodný graf k otázce č. 21. (Focus-age.cz)

18.3 Informovaný souhlas

Vážení rodiče, Vážení zákonní zástupci

tímto Vás žádám o souhlas s účastí Vašeho dítěte na výzkumu týkajícího se bakalářské práce „Vystavení reklamě na alkohol u žáků druhého stupně základních škol v Praze“. Tento výzkum nám pomůže lépe porozumět, jak se Vaše dítě setkává s reklamou na alkohol a jak to může ovlivnit jeho postoje a chování.

Vysvětlení významu průzkumu: Cílem výzkumu je získat informace o tom, s jakou formou reklamy na alkohol se děti nejčastěji setkávají, jakým reklamám na alkohol jsou děti vystaveny. Jak může reklama ovlivnit jejich vztah k alkoholu. Tyto informace nám pomohou lépe porozumět, jak můžeme podpořit zdraví a bezpečný životní styl Vašich dětí.

Vysvětlení průběhu průzkumu: Průzkum bude probíhat prostřednictvím anonymního dotazníku, který bude vyplňovat Vaše dítě ve škole během vyučovací hodiny určené pro primární prevenci. Dotazník obsahuje otázky týkající se setkání Vašeho dítěte s reklamou na alkohol. Vyplnění dotazníku by mělo trvat přibližně 35 minut. Vyplněný anonymní dotazník bez osobních identifikačních údajů a podpisu předají děti do rukou autorovi tohoto výzkumu.

Vysvětlení použití výzkumu: Informace získané z průzkumu budou použity pouze pro účely této dotazníkové studie v bakalářské práci. Vaše osobní údaje a údaje Vašeho dítěte budou chráněny v souladu se zákony na ochranu osobních údajů.

Informovaný souhlas: Svým podpisem níže potvrzuji, že jsem se seznámil(a) s výše uvedenými informacemi o výzkumu a souhlasím s účastí svého dítěte v tomto výzkumu.

- Souhlasím se zpracováním vyplněného dotazníku pro účely této studie.
- Souhlasím s použitím anonymizovaných odpovědí mého dítěte pro statistickou analýzu.
- Jsem si vědom(a), že účast mého dítěte na průzkumu je dobrovolná a že mám právo kdykoliv od účasti odstoupit bez udání důvodu.
- Jsem si vědom(a), že při výzkumu budou dodržovány všechny zákony a normy v oblasti ochrany osobních údajů.

Se žádostí o získání dalších informací o výzkumu i stížnostmi se můžete obrátit na autora práce, Petr Baraník (na e-mailové adrese petr.baranik@gmail.com), na vedoucího práce, PhDr. Miroslav Barták, Ph.D. (na fakultní e-mailové adrese miroslav.bartak@lf1.cuni.cz). Pokud nebudete s vyřízením stížnosti souhlasit, můžete se obrátit na Etickou komisi KAD na adrese Apolinářská 4, 128 00 Praha 2, e-mail hana.fidesova@lf1.cuni.cz. Berte na vědomí, že Etická komise se nezabývá anonymními podněty.

Jméno a příjmení dítěte:

Jméno a příjmení rodiče/zákonného zástupce:

Podpis rodiče/zákonného zástupce:

Datum:

Děkujeme Vám za souhlas s účastí Vašeho dítěte v tomto výzkumu. Vaše účast je pro nás velmi cenná a pomůže nám lépe porozumět vystavení reklamě na alkohol u dětí.

18.4 Výzkumný dotazník

Dotazník

Vystavení reklamě na alkohol (výzkum pro účely bakalářské práce)

1. Jsi chlapec nebo dívka?

- a) chlapec b) dívka

2. Jaký je tvůj věk: _____ (uveď):

3. V jakém jsi ročníku základní školy (pouze jedna možnost):

- a) 6. ročník b) 7. ročník
c) 8. ročník d) 9. ročník

4. Tvoje první zkušenost s alkoholem byla ve věku (doplň): _

- a) nikdy jsem alkohol nepil/a

5. Jak často piješ alkohol (pouze jedna možnost):

- a) pravidelně b) příležitostně
c) zřídka d) nikdy

6. Dny, kdy dochází k pití alkoholu (jedna nebo více možností):

- a) dny, kdy chodím do školy b) v pátek odpoledne nebo večer
c) o víkendech d) bez rozdílu na dni
e) nepiji alkohol

7. Kde nejčastěji piješ alkohol (jedna nebo více možností):

- a) sám/a doma b) sám/a venku
c) s kamarády doma d) s kamarády venku
e) na návštěvě známých f) s rodiči
g) nepiji alkohol

8. S kým nejčastěji piješ alkohol (jedna nebo více možností):

- a) sám/sama b) s přáteli a kamarády
c) se známými d) pod dohledem rodičů
e) s někým jiným: _____

9. Proč piješ alkohol (jedna nebo více možností):

- a) protože mi chutná b) mám lepší náladu
c) protože piji s kamarády d) protože se uvolním
e) chci to ochutnat f) viděl/a jsem reklamu na alkohol
g) nepiji alkohol h) uveď jinou možnost: _____

10. Odkud získáváš finanční prostředky na alkohol (jedna nebo více možností):

- a) z kapesního b) nechávám se pozvat
c) beru si alkohol doma d) nepiji alkohol
e) nepotřebuji finance na alkohol

11. Jsou informace o alkoholu pro tebe dostatečné (jedna možnost):

- a) rozhodně ano b) spíše ano c) nevím d) spíše ne e) rozhodně ne

12. Odkud čerpáš informace o účincích alkoholu (jedna nebo více možností)?

- a) ze školy
 b) z webových stránek
 c) ze sociálních sítí
 d) z televize
 e) z pouliční reklamy
 f) od kamarádů
 g) od rodičů
 h) nevím odkud

13. Bylo ve škole již řešeno užívání alkoholu? Pokud ano, s kým/kde (jedna nebo více možností):

- a) s třídním učitelem nebo jiným pedagogem
 b) s výchovným poradcem
 c) ředitelem/kou školy
 d) na školním výletě
 e) při akci nebo projektu ve škole
 f) uved' jiné: _____
 g) nevím

14. Kombinoval/a jsi konzumaci alkoholu někdy s energetickými nápoji? (pouze jedna možnost)

- a) nikdy
 b) někdy
 c) asi půl napůl
 d) téměř pokaždé
 e) vždy
 c) většinou

15. Jak často jsi v posledních 12-ti měsících pil/a, pokud vůbec, následující nápoje? (pouze jedna možnost):

Pivo	a) téměř denně b) týdně c) měsíčně d) méně často e) nikdy
Víno	a) téměř denně b) týdně c) měsíčně d) méně často e) nikdy
Šumivé víno	a) téměř denně b) týdně c) měsíčně d) méně často e) nikdy
Destiláty – Vodka, Rum, Fernet, Whisky ...	a) téměř denně b) týdně c) měsíčně d) méně často e) nikdy
Cider	a) téměř denně b) týdně c) měsíčně

	d) méně často e) nikdy
Alkoholické koktejly (např. Mojito, Cuba libre...)	a) téměř denně b) týdně c) měsíčně d) méně často e) nikdy
Nealkoholické pivo	a) téměř denně b) týdně c) měsíčně d) méně často e) nikdy
Ochucené nealkoholické pivo (Birelly, Cooly, Sládkovy limonády...)	a) téměř denně b) týdně c) měsíčně d) méně často e) nikdy
Cola (jakákoliv značka)	a) téměř denně b) týdně c) měsíčně d) méně často e) nikdy
Slazené limonády (mimo Coły)	a) téměř denně b) týdně c) měsíčně d) méně často e) nikdy

16. Máš zkušenost s tím, že Ti v obchodě bez problému prodali láhev alkoholu? (pouze jedna možnost)

- a) ano
 b) ne

17. Máš zkušenost s tím, že Ti v obchodě prodali nealkoholické pivo, ochucené pivo nebo limonádu s chmelovým obsahem? (pouze jedna možnost)

- a) ano
 b) ne

18. V jakém věku jsi poprvé ochutnal/a nealkoholická piva nebo ochucená nealkoholická piva? (pouze jedna možnost)

- a) nemám ještě zkušenost
 b) ano, uved' věk své první zkušenosti - _____

19. Jaké obchodní názvy piva znáš? Napiš:

- A)
- B)
- C)
- D)
- E)

20. Jaké obchodní názvy vína znáš? Napiš:

- A)
- B)
- C)
- D)
- E)

21. Jaké obchodní názvy destilátů znáš? Napiš:

- A)
- B)
- C)
- D)
- E)

22. Viděl/a jsi v posledních 30-ti dnech reklamu na alkohol? (jedna nebo více možností)

Kde:

- a) Televize
- b) Rádio
- c) Noviny a časopisy
- d) Billboardy
- e) Letáky

23. Viděl/a jsi v posledních 30-ti dnech reklamu na alkohol na internetových zdrojích? (jedna nebo více možností):

- a) webové stránky
- b) Facebook
- c) Instagram
- d) TikTok
- e) Youtube
- f) jiné sociální sítě a internetové zdroje

24. Pokud by ti tvůj oblíbený/á youtuber/ka nebo influencer/ka doporučil/a značku alkoholu, vyzkoušel/a bys ji? (pouze jedna možnost):

- a) rozhodně ano
- b) spíše ano
- c) nevím
- d) spíše ne
- e) rozhodně ne

25. Jaké z následujících obsahů jsi viděl/a v posledních 30-ti dnech na internetu? (jedna nebo více možností):

- a) Reklamu na alkohol jako obrázek, nebo reklamu na alkohol jako video
- b) Obrázek nebo video celebrity užívající alkohol
- c) Reklamu na alkohol související se sportovními a kulturními akcemi
- d) Obrázky, videa kamarádů užívajících alkohol
- e) Mladé lidi užívající alkohol

26. Viděl/a jsi v posledních 30-ti dnech reklamu na alkohol (jedna nebo více možností):

- a) na oblečení (trička, čepice)
- b) ve filmu nebo seriálu
- c) v restauraci s rodiči (podtácky, vybavení restaurace...)
- d) v obchodě při nákupu
- e) na vozidle / dodávce / kamiónu
- f) v MHD nebo vlaku
- g) na budově
- h) jiné (uveď): _____

27. Jaký z uvedených obsahů jsi lajkoval/a, sdílel/a nebo postoval/a v posledních 30-ti dnech na (pouze jedna možnost):

Na Facebooku - Reklama na alkohol s obrázkem nebo video s alkoholovou reklamou	a) Ano b) Ne c) Nejsem si jistá/jistý
Na Instagramu - Reklama na alkohol s obrázkem nebo video s alkoholovou reklamou	a) Ano b) Ne c) Nejsem si jistá/jistý
Na Youtube - Reklama na alkohol s obrázkem nebo video s alkoholovou reklamou	a) Ano b) Ne c) Nejsem si jistá/jistý
Na TikToku - Reklama na alkohol s obrázkem nebo video s alkoholovou reklamou	a) Ano b) Ne c) Nejsem si jistá/jistý
Na webové stránce nebo na jiné sociální síti - Reklama na alkohol s obrázkem nebo video s alkoholovou reklamou	a) Ano b) Ne c) Nejsem si jistá/jistý

28. Do jaké míry souhlasíš s následujícími tvrzeními? (pouze jedna možnost):

Ostatní mě zesměšňují, když nepiji alkohol	a) zcela souhlasím b) spíše souhlasím c) ani souhlasím ani nesouhlasím d) spíše nesouhlasím e) zcela nesouhlasím
Moje konzumace alkoholu je ovlivněna ostatními	a) zcela souhlasím b) spíše souhlasím c) ani souhlasím ani nesouhlasím d) spíše nesouhlasím e) zcela nesouhlasím
Pití alkoholu je zdraví prospěšné	a) zcela souhlasím b) spíše souhlasím c) ani souhlasím ani nesouhlasím d) spíše nesouhlasím e) zcela nesouhlasím

29. Reklama na alkoholické nápoje by měla být obecně více regulována (pouze jedna možnost):

- a) zcela souhlasím b) spíše souhlasím
c) nevím d) spíše nesouhlasím
e) zcela nesouhlasím

30. Při školní práci máš občas pocit, že... (jedna nebo více možností):

- a) nemohu se soustředit
b) často zapomínám věci
c) mám v sobě neklid
d) dostávám napomenutí vyučujícím
e) často v hodině vykřikuji
f) často odpovídám bez rozmyšlení
g) nic z uvedeného



18.5 Vyjádření etické komise KAD 1.LF UK

**VŠEOBECNÁ FAKULTNÍ
NEMOCNICE V PRAZE**

1. LÉKAŘSKÁ
FAKULTA
Univerzita Karlova

**ETICKÁ KOMISE PRO POSUZOVÁNÍ STUDENTSKÝCH ZÁVĚREČNÝCH PRACÍ
KLINIKY ADIKTOLOGIE 1. LF UK A VFN V PRAZE**

Stanovisko etické komise č.j. EKSKAD-046/2023

Název práce: **Vystavení reklamě na alkohol u žáků druhého stupně základních škol v Praze**
Druh práce: bakalářská
Student: **Petr Baraník**
Vedoucí práce: PhDr. Miroslav Barták, Ph.D.

Předložená dokumentace:
- formulář žádosti EKS KAD
- informace o výzkumu pro participanta
- informovaný souhlas pro zákonné zástupce
- dotazník s informovaným souhlasem pro participanty

Rozhodnutí etické komise: **SOUHLASNÉ STANOVISKO**

Odůvodnění: Komise při posuzování předložené žádosti neshledala rozpor s etickými principy při realizaci adiktologického výzkumu pro účely výše specifikované závěrečné práce v oboru adiktologie.

Datum jednání EKS KAD: 9. května 2023

Členové EKS KAD přítomní při jednání: Hana Fidesová, Lenka Šťastná, Jaroslav Vacek

EKS KAD byla zřízena přednostou Kliniky adiktologie 1. LF UK a VFN v Praze se souhlasem kolegia děkana 1. LF UK jako pilotní projekt za účelem zvýšení kvality závěrečných bakalářských a magisterských prací studentů adiktologie z hlediska výzkumné etiky.

Datum písemného vyhotovení stanoviska: 9. května 2023

Podpis vedoucího nebo pověřeného člena komise: Mgr. Hana Fidesová, Ph.D.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Fidesová', is written over a horizontal line.



