

Příloha č. 1 - Ukázka z živého vysílání YouTube účtu U Kulatého stolu ze dne 6. října 2022

Aneta Abelová nám právě poslal/a CZK 100!

Kluci, hra vypadá super, lore je jasný. Jen dotaz, plánuje se do budoucna možnost nákupu na dobříku? Spojené účty a plán na dárek z online platbou moc dokupy nejdu. ☺
Díky za odpověď

U Kulatého stolu • Poslední živý přenos proběhl před 14 hodin
172 NE Líbí se SDÍLET STÁHNOUT DÍKY KLIP ULOŽIT

Hlasování na Křišťálovou lupu: [https://kristalova.lupa.cz/hlasovani/...](https://kristalova.lupa.cz/hlasovani/)

Partnerem live streamu je WOLT: <https://wolt.cz/>
Použij náš kód "UKULATEHOSTOLU" a získáte celkem 300 Kč (50 Kč sleva na 6 objednávek pro nové i stávající uživatele - prostě pro všechny!)

UKS Live pokec s moderátorem a tvůrcem MÚPI Martinem Mikyskou a odborníkem na deskové hry a tvůrcem Deskofobie Petrem Čáslavou.

<https://www.patreon.com/ukulatehostolu>
Pokud se vám rozhovory U Kulatého stolu líbí, chtěli byste vidět bonusová videa a mít možnost hostovi položit otázku, tak naši tvorbu můžete podpořit na Patreonu.

Staň se členem Rytířů kulatého stolu a získáš přístup k výhodám:
<https://bit.ly/3ASIKST>

Jsi fanoušek UKS? Tak to musíš mít naše tričko: <https://bit.ly/3wZOGIL>

UKS Discord:
<https://discord.gg/Sf6Z7xpawh>

Instagram:
U Kulatého stolu: <https://www.instagram.com/ukulatehost...>
Martin Klešnil: <https://www.instagram.com/martinklešnil>
Patrik Fiala: <https://www.instagram.com/patrikfif>

ČSFD:
<https://www.csfd.cz/film/874757-u-kul...>

Mikrofony:
Shure SM7b
Odkaz na Alza.cz aneb kde je koupit: <https://bit.ly/33bjhXI>

Kamera:
Sony FDR-AX100

Software:
Adobe Creative Cloud

Jednorázová podpora:
<https://bit.ly/2PmcTVi> Paypal
<https://bit.ly/2DvDn45> Streamlabs (Visa, Mastercard, AMEX, Paypal)

Podpora přes krypto:
BTC: 3E6wLn2ppWLmHoA9f7ax5p8LKpt2biroXv
LTC: M9GV79Rwui1TVv7c3iV4dR4u4nTWPmKnhu

Avatar	Číslo	Jméno	Text komentáře
ZDENĚK POHLREICH	#173	Zdeněk Pohreich: Na spojení Forejta s McDonald's mi vadi...	U Kulatého stolu • 91 tis. zhlédnutí • před 1 dnem
SABINA SLONKOVÁ	#169	Sabina Slonková: Kdýby Rakušan odstoupil, tak spadne...	U Kulatého stolu • 71 tis. zhlédnutí • před 2 týdny
BARBORA SEEMANOVÁ	#172	Barbora Seemanová: Transgender playkyně mezi...	U Kulatého stolu • 34 tis. zhlédnutí • před 8 dny
IVAN DOUDA	#167	Ivan Douda: Drogy by se měly dekriminalizovat. První...	U Kulatého stolu • 50 tis. zhlédnutí • před 4 týdny
MAREK DVORÁK	#163	Marek Dvořák: Pachatel si chtěl kyselinou zničit otisky. Na...	U Kulatého stolu • 69 tis. zhlédnutí • před 1 měsícem
JOSEF ZÁMEČNÍK	#164	Josef Zámečník: Patologové nejsou blázní ani alkoholici...	U Kulatého stolu • 102 tis. zhlédnutí • před 1 měsícem
ROMAN KUFA	#171	Roman Kufa: Zločinec po mně chtěl změnit identitu. Plastick...	U Kulatého stolu • 24 tis. zhlédnutí • před 10 dny
NINA ŠPITALNÍKOVÁ	#140	Nina Špitálníková: Severokorejská elita jsou doce...	U Kulatého stolu • 222 tis. zhlédnutí • před 7 měsíci
RADAN ŠPRONGL	#75	Radan Šprongl: Chánov je oproti Luniku IX jak Beverly Hills...	U Kulatého stolu • 86 tis. zhlédnutí • před 1 rokem
JAN KOLLER	#168	Jan Koller: Spoluhráči v Rusku prodávali zápasy. V Dortmund...	U Kulatého stolu • 62 tis. zhlédnutí • před 3 týdny

Zdroj: YouTube

V případě tohoto živého vysílání na platformě YouTube byly použity všechny obchodní modely monetizace obsahu influencersy zmíněné v podkapitole 1.1.1 této diplomové práce.

Vidíme zde spolupráci se společností Wolt Česko s.r.o., která provozuje objednávání a rozvoz určitých produktů (primárně jídlo, ale i kosmetika, deskové hry apod.). Společnost je v popisu živého vysílání

označena jako partnerem tohoto vysílání, jídlo umístěné v rámci vysílání bylo dodáno touto společností, sledující vysílání mají možnost uplatnit slevový kód na tuto službu a zároveň v rámci živého vysílání došlo k odměnění určitých sledujících za jejich komentáře unikátním slevovým kódem na tuto službu. Skutečnost, že se jedná o placenou spolupráci, byla i několikrát zmíněna v rámci živého vysílání.

Do tohoto živého vysílání byl zakomponován i druhý obchodní model monetizace, a to příjmy z platformy. Můžeme předpokládat, že tento obsah byl monetizován a účet obdrží peněžitou částku od platformy YouTube podle toho, kolik lidí shlédne toto živé vysílání. V popisku živého vysílání můžeme nalézt i odkaz na webovou stránku Patreon, kam je nahráván prémiový obsah, který si musí jednotliví uživatelé zaplatit, tzn. vidíme zde formu předplatného. Dále zde vidíme i možnost využití tokenizace, kdy sledující v průběhu vysílání mohou využít funkci „Díky“ nabízené přímo po videem. Za použití funkce zaplatí určitou částku, kterou obdrží účet vysílající dané živé vysílání a docílí k zvýraznění komentáře, jak v liště s komentáři, tak v tu danou chvíli i přímo na obrazovce vysílání, tak jak je to patrné u komentáře uživatelky Anety Abelové.

V popisku živého vysílání si můžeme všimnout i možnosti jednorázové podpory skrze určité platební brány nebo kryptoměny. Tyto jednorázové podpory představují tzv. decentralizované platby, aneb další z obchodních modelů monetizace obsahu.

Poslední zmíněný obchodní model představující prodej vlastních produktů tvořený influencery zde také nalezneme, a to pod odkazem vybízející ke koupi fanouškovského trička účtu U Kulatého stolu.

Příloha č. 2 - Facebookový příspěvek Petra Čecha ze dne 5. září 2022


Zdroj: YouTube

The image is a screenshot of a Facebook post. On the left, a video player shows Petr Čech from the chest up, wearing a dark blue t-shirt. The text 'Tady vládnete vy!' is overlaid at the bottom of the video. The video player has a progress bar at the bottom showing 0:07 / 0:30. On the right, the Facebook post interface is visible. The post is from 'Petr Čech s O2 CZ.' and is marked as a paid partnership. The main text of the post reads: 'Ovládněte svou televizi jako Petr Čech' followed by 'Další rok spolupráce s O2 CZ jsme odstartovali tímto spotem. A přesně o tom pro mě O2 TV je – hodn...'. Below the text are engagement metrics: 11 reactions (including a thumbs up, a heart, and a laughing face), 2 comments, and 167 thousand views. There are buttons for 'To se mi líbí', 'Okomentovat', and 'Sdílet'. A comment from Petr Škuta is visible, asking if the advertisement is misleading. The comment text is: 'Petr Škuta Petře, vždy jsem byl tvůj fanda, ale aktuálně propůjčit své jméno této klamavé reklamě? Je jako řečeno přenosy z nejlepších lig a obraz jede střih ze zápasu Chelsea- tedy anglická liga, ve chvíli, kdy je jasné, že se O2 na své klienty vykašlala a práva vůbec nekoupili, narozdíl třeba od T-Mobile.... Zůstávám tvým fandou, ale to je velký přešlap a podvod na lidi..'. The comment has 4 likes and was edited. At the bottom of the post, there is a text input field for comments.

Zdroj: Facebook

Tato příloha zobrazuje ukázkou z facebookového příspěvku bývalého fotbalisty Petra Čecha ze dne 5. září 2022 vytvořený a zveřejněný v rámci jeho spolupráce s mobilním operátorem O2 CZ, kde propaguje službu O2 TV tohoto mobilního operátora. Můžeme vidět, že Petr Čech zde využil nástroj pro označování značkového obsahu nabízenou sociální sítí Facebook. Petr Čech připojil vedle svého jméno zadavatele této reklamy („Petr Čech s O2 CZ“) a o řádek níže vidíme nápis „Placené partnerství“. Z těchto dvou informací je jasně zřetelné reklamní obsah vytvořený ve spolupráci s O2 CZ.

Příloha č. 3 - Ukázka z YouTube videa Petra Máry ze dne 19. října 2022



Obsahuje placenou propagaci

#apple #ipad #istylecz
Nové iPady a Apple TV. V čem jsou novinky kontroverzní?

49 726 1,4 TIS. NELÍBÍ SE SDÍLET STÁHNOUT DÍKY KLIP ULOŽIT ...

Petr Mára ✓
172 tis. odběratelů **ODEBÍRAT**

Kde předobjednat? <https://istyle.cz>

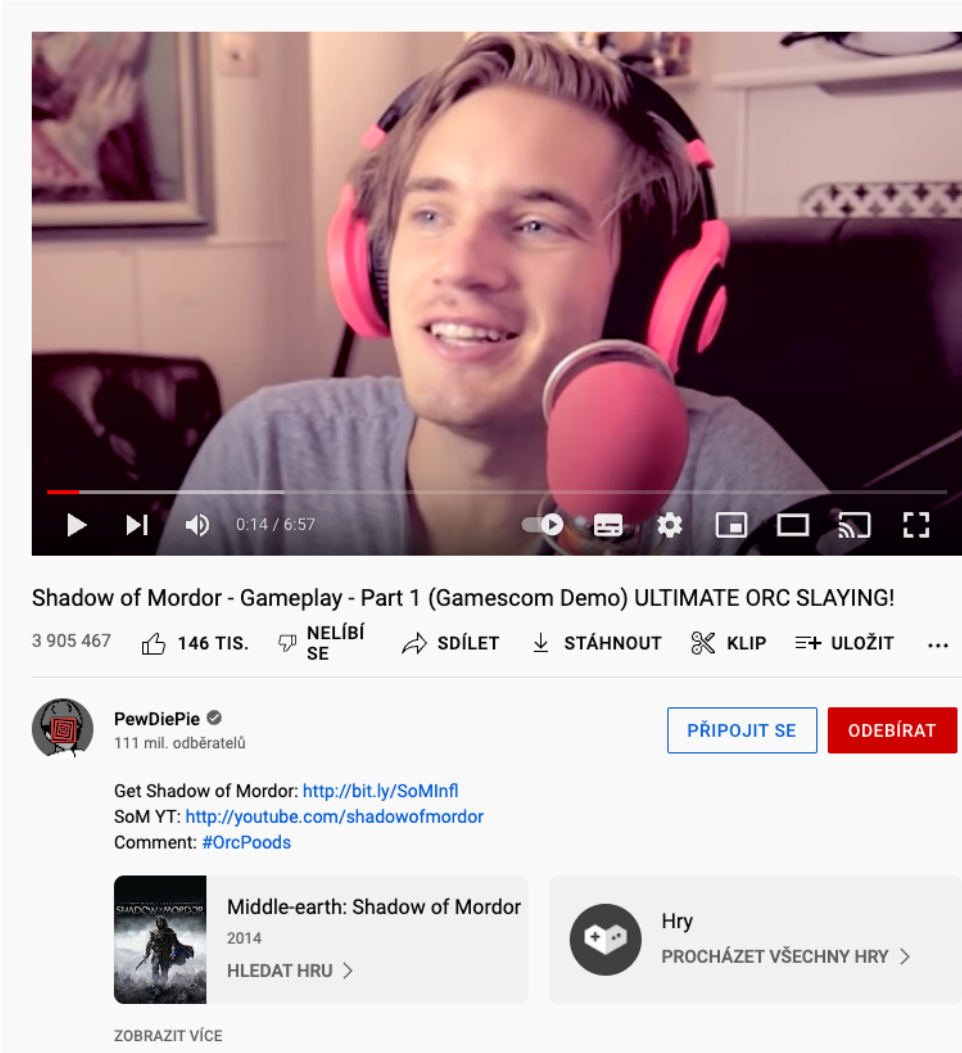
#apple #ipad #istylecz
ZOBRAZIT VÍCE

Zdroj: YouTube

Výše vidíme ukázkou z videa uživatele Petra Máry zveřejněného 19. října 2022 na jeho YouTube kanálu. Video bylo zpracováno ve spolupráci se společností iStyle CZ, s.r.o., autorizovaným prodejcem produktů značky Apple, proto se při zobrazení videa automaticky v levém horním rohu objeví desetisekundové sdělení, že video obsahuje placenou propagaci. Toto sdělení je možné rozkliknout a dojde ke přesměrování na stránku vysvětlující jednotlivé možnosti placené propagace (placené zobrazení produktu, doporučení a sponzorství) a jak jsou tyto placené propagace fungují ve videích obsahující obsah určený pro děti⁹⁴.

⁹⁴ YOUTUBE. Sledování videí s placeným zobrazením produktů, sponzorstvím, provizemi a doporučeními [online]. [cit. 2022-10-01]. Dostupné z: https://support.google.com/youtube/answer/10588440?nohelpkit=1&visit_id=638027317900245650-3684425169&p=ppp&rd=1

Příloha č. 4 - Ukázky z reklamního videa YouTube účtu PewDiePie ze dne 4. září 2014



The screenshot shows the YouTube interface for a video by PewDiePie. At the top, there is a search bar with the text "Hledat" and the YouTube logo. The video player shows a man wearing a headset and a microphone, smiling. Below the video, the title is "Shadow of Mordor - Gameplay - Part 1 (Gamescom Demo) ULTIMATE ORC SLAYING!". The video has 3,905,467 views and 146,000 likes. The channel name is PewDiePie, with 111 million subscribers. There are buttons for "PŘIPOJIT SE" (Subscribe) and "ODEBÍRAT" (Unsubscribe). The video description includes links to the game and the channel, and a hashtag #OrcPoods. There are also recommendations for the game "Middle-earth: Shadow of Mordor" and a link to "Hry" (Games).

Zdroj: YouTube

Výše můžeme vidět výstřižek z videa uživatele PewDiePie, který byl natočen v rámci marketingové kampaně na videohru Shadow of Mordor společnosti Warner Bros. Z výstřižku je patrný název videa, kolikrát bylo video shlédnuto, kolik uživatelů označili video funkcí „Líbí se“, dále funkci nelíbí se, sdílet, stáhnout, klip a uložit. Dále vidíme název YouTube kanálu, který video zveřejnil a kolik má počet odběratelů. Pod touto informací vidíme „základní“ náhled popisku videa, který se ukáže všem, kteří si rozhodnou video přehrát. Zde vidíme v popisku videa odkaz, skrze který si lze videohru koupit, odkaz na YouTube kanál videohry a vytvořený hashtag, který mohou uživatelé použít při komentování videa. Níže pak můžeme vidět i funkci „Zobrazit více“, která nám otevře celý popis videa. Náhled celého popisu videa je prezentován na další straně.



Shadow of Mordor - Gameplay - Part 1 (Gamescom Demo) ULTIMATE ORC SLAYING!

3 905 467 146 TIS. NELÍBÍ SE SDÍLET STÁHNOUT KLIP ULOŽIT ...



PewDiePie ✓
111 mil. odběratelů

PŘIPOJIT SE

ODEBÍRAT

Get Shadow of Mordor: <http://bit.ly/SoMInf>
SoM YT: <http://youtube.com/shadowofmordor>
Comment: [#OrcPoods](#)
Get awesome games: <http://www.g2a.com/PewDiePie>

This video was sponsored by Warner Brother
Check out our Website! ► <http://www.pewdiepie.net>
Click Here To Subscribe! ► <http://bit.ly/JoinBroArmy>
Get My Headphones ► <http://rzt.to/QhxzU>

Twitter ► <https://twitter.com/pewdiepie>
Facebook ► <http://facebook.com/pewdiepie>

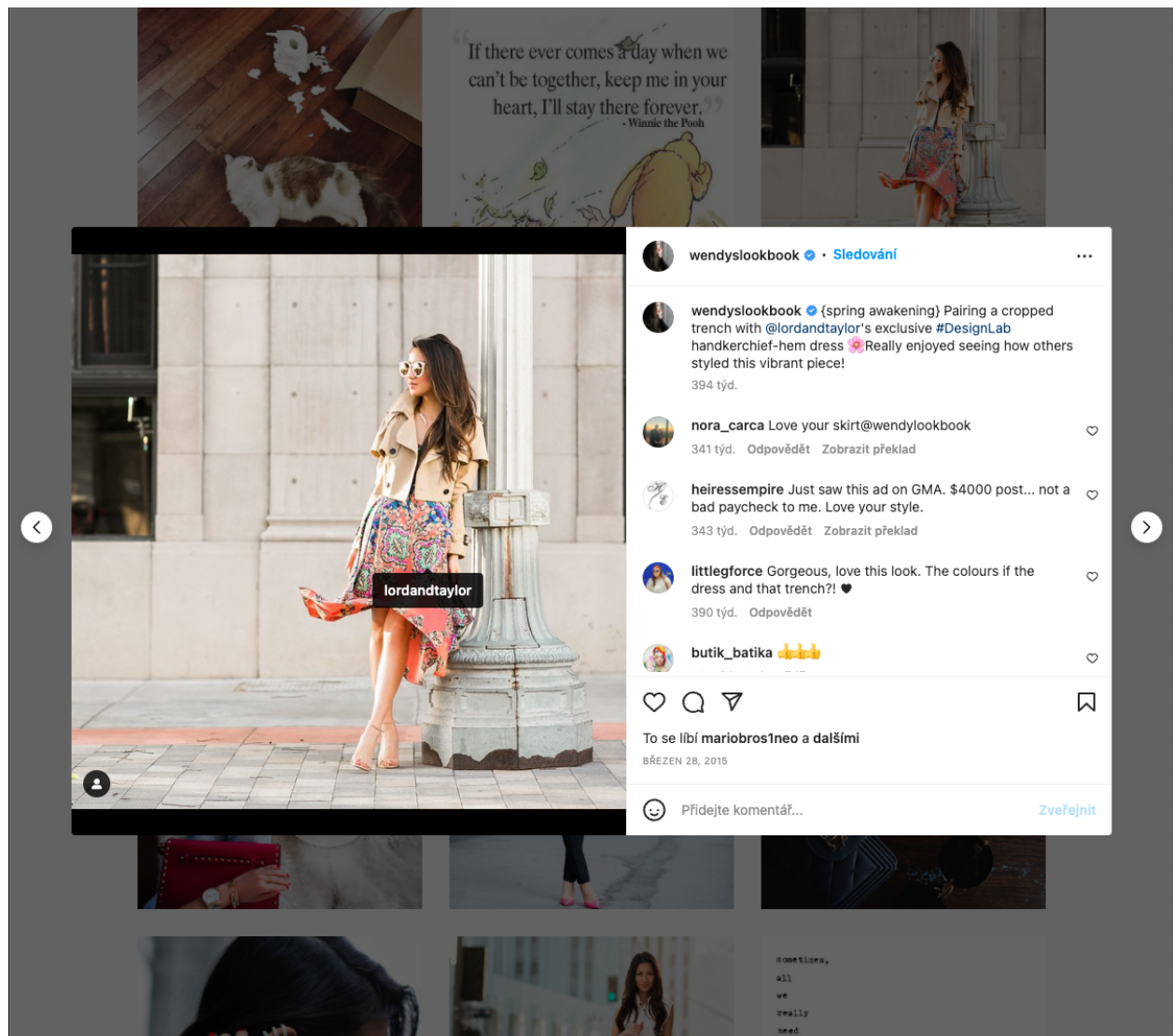
Please:
Respect each other in the comments.
Spam might resolve in ban.

Thanks for all your support bros, rating the video and leaving a comment is always appreciated!

Zdroj: YouTube

Na tomto výstřižku můžeme vidět, jak vypadá celý popis videa po kliknutí na funkci „Zobrazit více“. Až nyní vidíme větu, kterou influencer deklaruje, že se jedná o video sponzorované Warner Bros. Tato skutečnost byla FTC shledána problematickou právě z důvodu zobrazení informace, až když si sledující uživatel až po rozkliknutí celého obsahu popisku videa. Nelze paušálně říct, že si uživatele téměř tento popis nezobrazují, ale popis videa není z drtivé většiny případů nutný pro sledování videa a jeho porozumění. Tvůrci jej tedy využívají jako prostor pro umístění odkazů na určité stránky, jejich další sociální sítě, přesně tak jak to vidíme i na těchto dvou výstřižcích. Influenceri pak mohou své sledující i na tento popis odkázat a odkaz je přeměruje přímo na požadovanou webovou stránku.

Příloha č. 5 - Instagramový příspěvek Wendy Nguyen ze dne 28. března 2015



Zdroj: Instagram

Zde vidíme příspěvek influencerky Wendy Nguyen působící na sociální síti Instagram pod přezdívkou @wendyslookbook. Jedná se o příspěvek, který byl součástí marketingové kampaně obchodního řetězce Lord & Taylor v březnu roku 2015. Jak můžeme vidět, influencerka se držela pokynů Lord & Taylor při označování příspěvku. Influencerka se vyfotila v šatech tvořící středobod kampaně a příspěvek označila hashtagem #DesignLab a odkazem na instagramový účet @lordandtaylor. Nikde není patrná skutečnost, že se jedná o reklamní příspěvek, a to ani zmínkou v popisku nebo přidáním hashtagu označující spolupráci. Na první pohled budí příspěvek dojem, že si influencerka šaty zakoupila a označením pouze své sledující odkazuje, odkud šaty má, pokud by si jim zalíbily a chtěli si je taktéž zakoupit.

Příloha č. 6 - Instagramový příspěvek Kim Kardashian ze dne 13. června 2021



Zdroj: <https://www.businessinsider.com/kim-kardashian-crypto-emax-ethereummax-sec-promotion-value-plummeted-2022-10>

Tento příspěvek zveřejnila Kim Kardashian na svůj instagramový profil dne 13. června 2021. Příspěvek byl zveřejněn skrze funkci Instagram Stories, kdy se zobrazí uživatelům pouze na 24 hodin a po této době ze sociální sítě příspěvek zmizí. V červnu 2021 účet Kim Kardashian sledovalo něco okolo 225 mil. sledujících⁹⁵.

Z příspěvku můžeme označení spolupráce odvodit pouze skrze #ad, který je v tomto případě velmi nejednoznačný. Zároveň příspěvek neobsahuje žádnou informaci o povaze protihodnoty, kterou Kim Kardashian obdržela za tuto propagaci. Dojem, že se nejedná o reklamu, může vytvářet i styl sdělení, kdy Kardashian přímo sděluje, že sdílí radu obdrženou od jejích kamarádů.

⁹⁵ CHIACU, D. SAINI, M. MCCRANK, J. Kim Kardashian pays \$1.26 million fine for paid crypto ad, SEC says [online]. 2022 [cit. 2022-13-10]. Dostupné z: <https://www.reuters.com/markets/us/sec-charges-kim-kardashian-unlawfully-touting-crypto-security-statement-2022-10-03/>

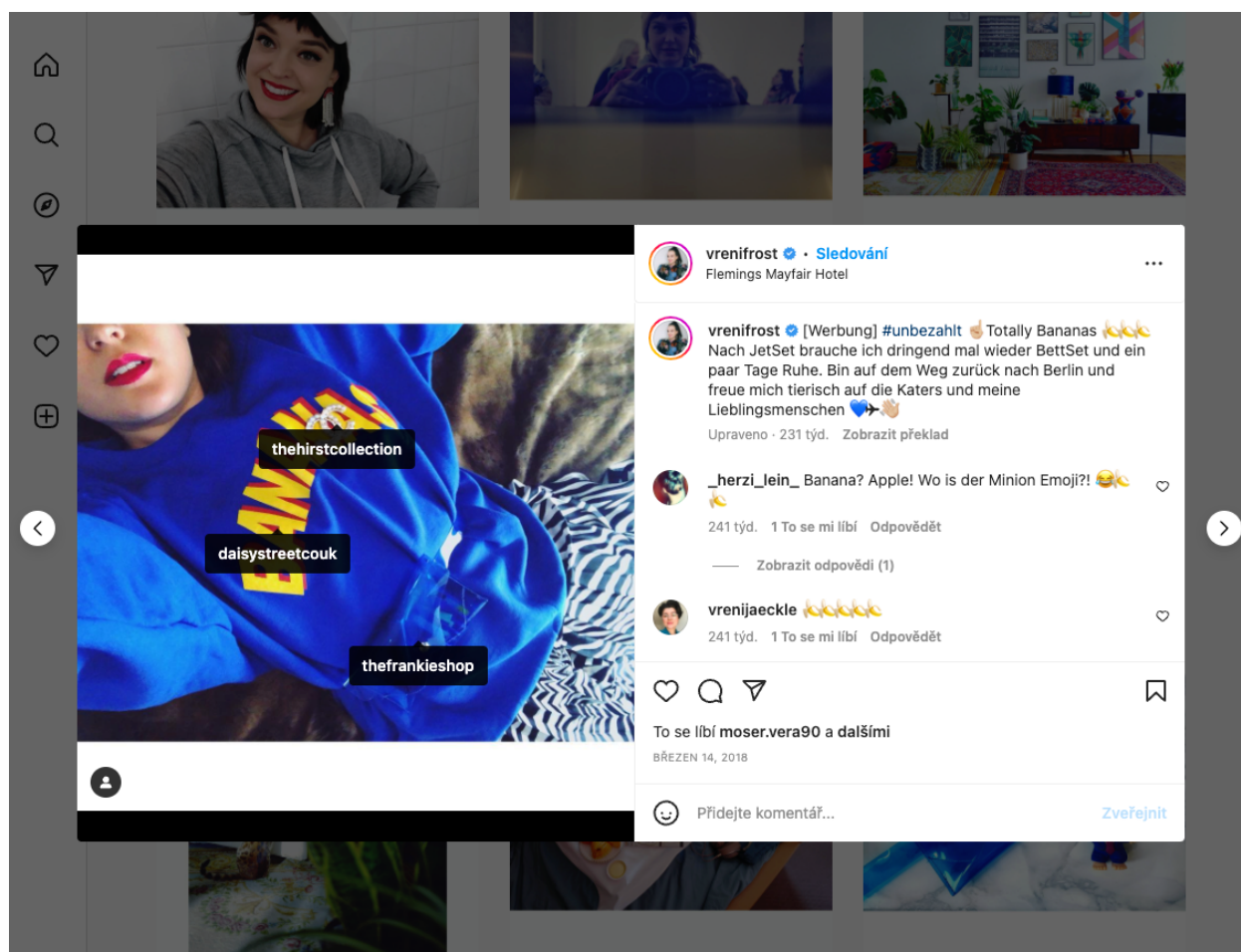
Příloha č. 7 - Instagramový příspěvek účtu @s_xaraaa ze dne 24. listopadu 2016



Zdroj: https://www.open-ius.ch/vorlesungsinhalte/lbwr2_unisg2018/handouts/Handout-LBW_180509.pdf

V této příloze vidíme příspěvek instagramového účtu @s_xaraaa ze dne 24. listopadu 2016. Influencerka zde vybízí k nákupu v drogerii Rossmann, kde mají probíhat slevy na oční make-up. Můžeme zde vidět všechny problematické aspekty, které soud v rámci řízení vytkl. Tím hlavním je umístění #ad do řady několika dalších hashtagů, kde může barevně splynout díky barevnému odlišení písma hashtagů a textu popisku. Zároveň řada hashtagů je zde umístěna na konci popisku a sledující jí může mít tendenci přeskočit po přečtení černého (klasického) popisku příspěvku. Dále zde vidíme v textu umístěné emotikony směřujícího se smajlíka a dvojitého srdce působící na sledujícího neformálním dojmem a skutečnost, že se jedná o reklamní sdělení, ho vůbec nemusí napadnout.

Příloha č. 8 - Instagramový příspěvek Vreni Frost ze dne 14. března 2018

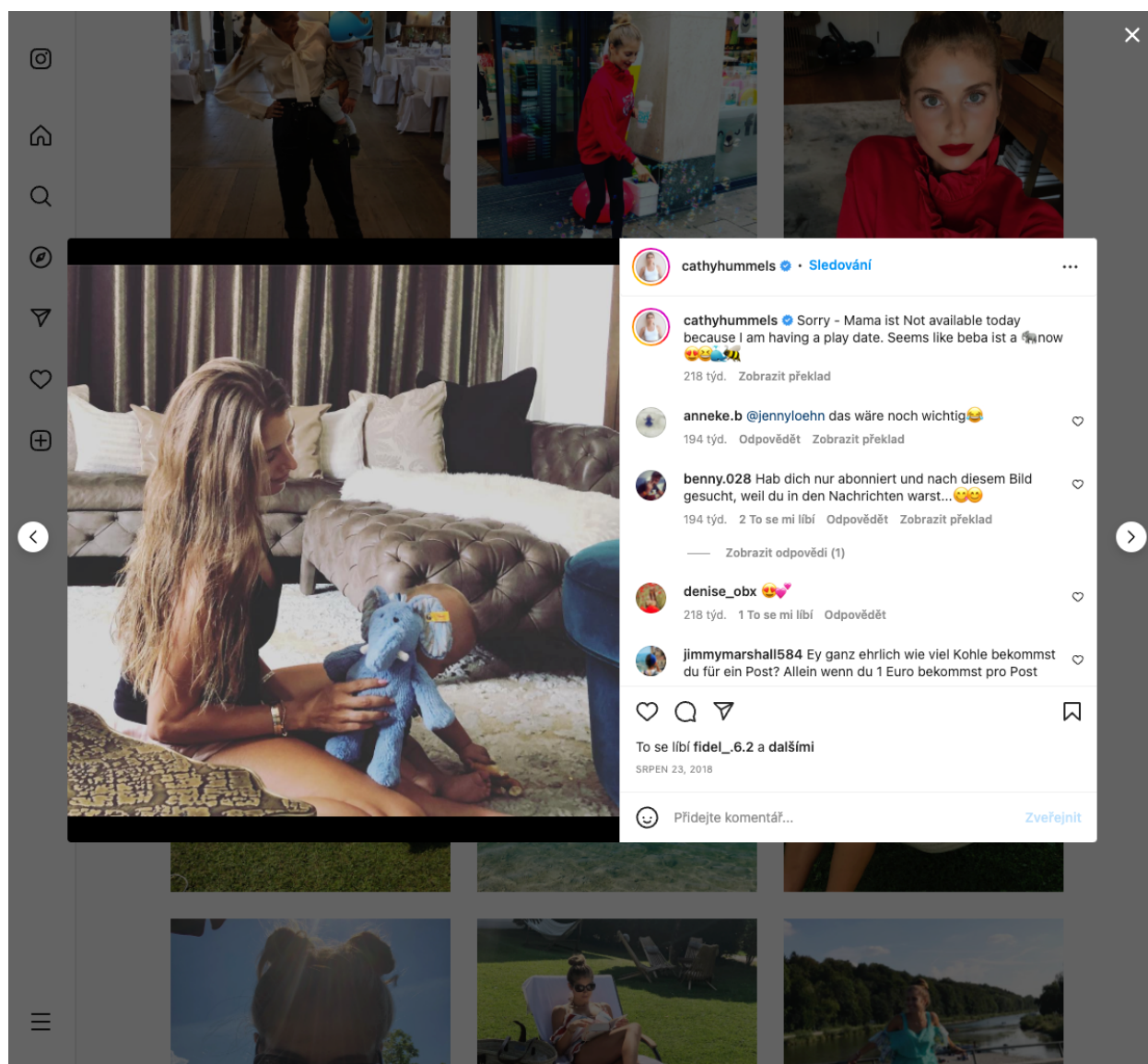


Zdroj: Instagram

V této příloze vidíme instagramový příspěvek uživatelky Vreni Frost ze dne 14. března 2018. Vreni Frost na této fotografii označila několik instagramových účtů (The Hirst Collection, Daise Street a The Frankie Shop) patřící různým značkám nebo obchodním řetězcům s oblečením. Cílem influencerky skrze označení jednotlivých účtů bylo předejít dotazům svých sledujících, kde danou věc vyobrazenou na fotografii zakoupila, které by případně musela jednotlivě odpovídat. V rámci soudního řízení Vreni Frost pak doložila, že všechny označené věci si sama zakoupila a že ani od jednoho účtu neobdržela za toto označení žádnou protihodnotu.

Zemský soud v Berlíně ovšem vyložil tato označení jako reklamní sdělení, i přestože Vreni Frost nedostala žádné protiplnění za zveřejnění a označení této fotografie, jelikož tímto způsobem může ovlivnit obchodní jednání svých sledujících, tj. i spotřebitelů. Soud následně uložil Vreni Frost povinnost označovat příspěvek jako reklamu, což můžeme vidět výše, kdy popisek příspěvku začíná: „[Reklama] #neplacená.....“. I přestože odvolací soud tuto povinnost následně zrušil, můžeme vidět, že u tohoto příspěvku popisek zůstal změněn podle pokynů rozhodnutí prvoinstančního soudu.

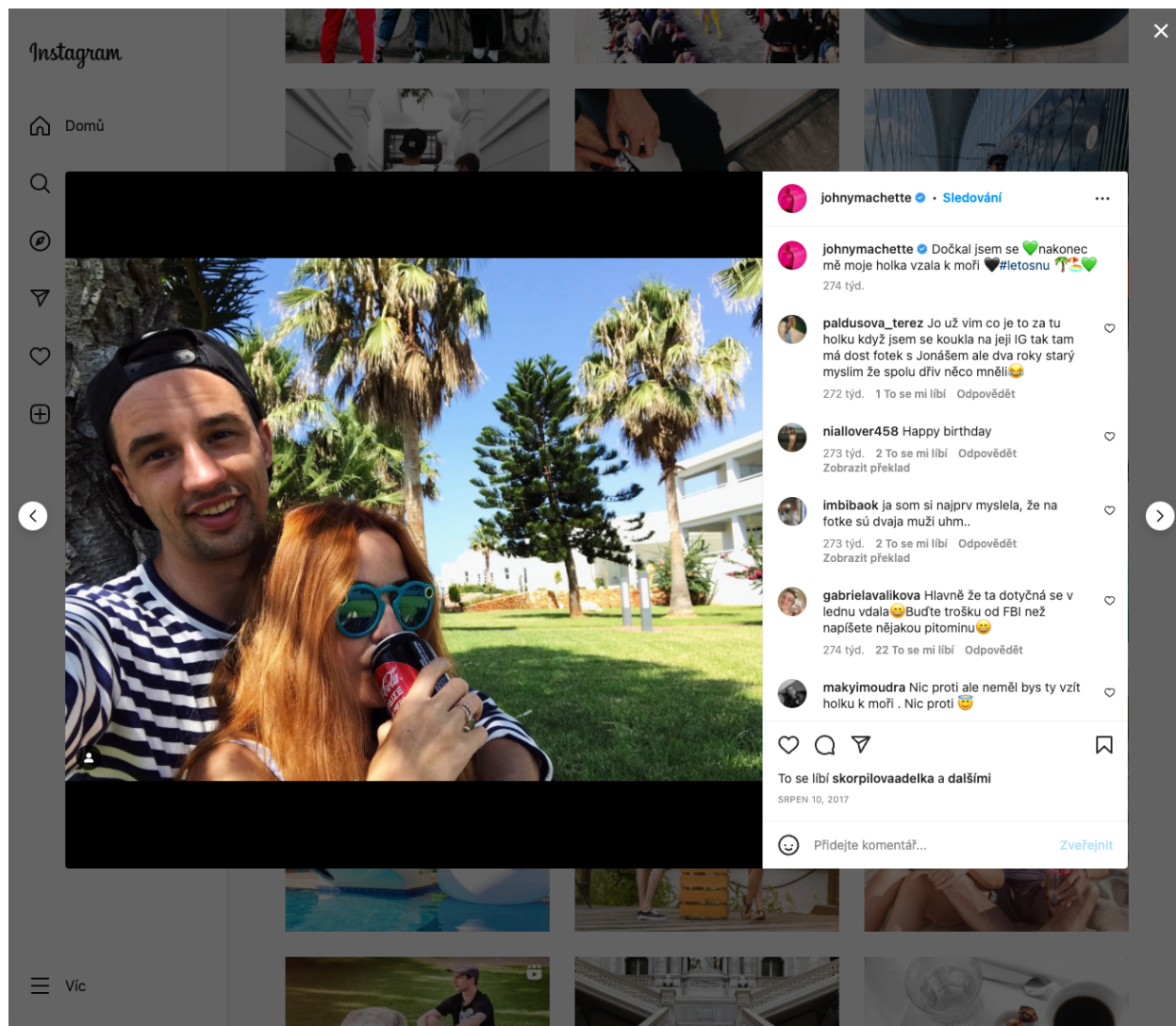
Příloha č. 9 - Instagramový příspěvek Cathy Hummels ze dne 23. srpna 2018



Zdroj: Instagram

Zde vidíme instagramový příspěvek influencerky Cathy Hummels ze dne 23. srpna 2018. Influencerka je na fotografii vyobrazena sedící se svým synem na zemi v obývacím pokoji. V ruce drží modrého plyšového slona, tak aby zakrýval tvář jejímu synovi a zároveň je zřetelně viditelná značka plyšové hračky. Cathy Hummels v tomto případě nepřistoupila k označení instagramového profilu, jenž by mohl navést její sledující ke značce plyšového slona. Zároveň z popisku příspěvku není patrné, že by se jednalo o reklamní příspěvek. Soudal v tomto případě influencerce za pravdu, že takový příspěvek nemusí být označen jako reklama.

Příloha č. 10 - Instagramový příspěvek Jonáše Čumrika alias Johnyho Machetty ze dne 10. srpna 2017



Zdroj: Instagram

Zde vidíme příspěvek Jonáše Čumrika alias Johnyho Machetty ze dne 10. srpna 2017, který byl předložen dětem v rámci výzkumu Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy. Příspěvek byl upraven do třech různých mutací, kdy za #letosnu byl připojen jeden z následujících hashtagů: #ad, #sponsored nebo #reklama. Děti pak měly popsat, co na obrázcích vidí a cílem výzkumu bylo zjistit, zda jsou schopny díky jednomu ze tří přidanych hashtagů poznat reklamní povahu příspěvku.

Příloha č. 11 - Facebookový příspěvek Christiana Ronalde ze dne 29. října 2022



The image shows a screenshot of a Facebook post from Cristiano Ronaldo. The video content shows Ronaldo smiling and pointing towards the camera while wearing a white t-shirt with the 'LiveScore' logo. The text of the post reads: 'LiveScore, it's More Than A Score. Download the free LiveScore app for all the latest football action, stats and analysis. <https://bit.ly/LiveScoreFB> Zobrazovat mě'. The post has 261 likes, 12 thousand comments, and 617 thousand views. Comments include: 'Hussein Kamoga: The one true GOAT... I LOVE RONALDO SO MUCH. My Inspiration' and 'Biraj Kafle: Boss The one and only one goat of football... Lots of love from...'. The post is marked as a paid partnership.

Zdroj: Facebook

Tato příloha zobrazuje reklamní facebookový příspěvek fotbalisty Christiana Ronalda ze dne 29. října 2022. Fotbalista zde použil funkci Placeného partnerství sociální sítě Facebook, kterou deklaruje reklamu propagující sázkový portál LiveScore. Z tohoto příspěvku je reklamní povaha jasně zřetelná, i přestože popisek příspěvku už žádnou informaci o reklamě neobsahuje.

Příloha č. 12 - Facebookový příspěvek Jaromíra Jágra ze dne 30. srpna 2022

Soutěž o 2 vstupenky na Eurobasket.

Jaromír Jágr
30. srpna · 🌐

Ahoj HR. Víím, že jsme soutěživý národ a tak si tento týden můžete zasoutěžit na mém facebooku s našimi klubovými partnery. Vyhrať s Tipsportem lístky na Eurobasket! Sleduj @tipsport, napiš a označ s kým bys chtěl/a jít na basket a napiš kdo je tvůj oblíbený český basketbalista. První z vás se může těšit na 2 vstupenky na zápas Česko vs. Polsko.

62 29 komentářů

To se mi líbí Okomentovat Sdílet

Nejrelevantnější

Milan Votava
S mojí ženou Kateřinou, Kamil Brabenc. Lístky mi neposílejí, ležím v nemocnici. Hlavně vyhrát!
😊😊
To se mi líbí · Odpovědět · 10 t · Upraveno

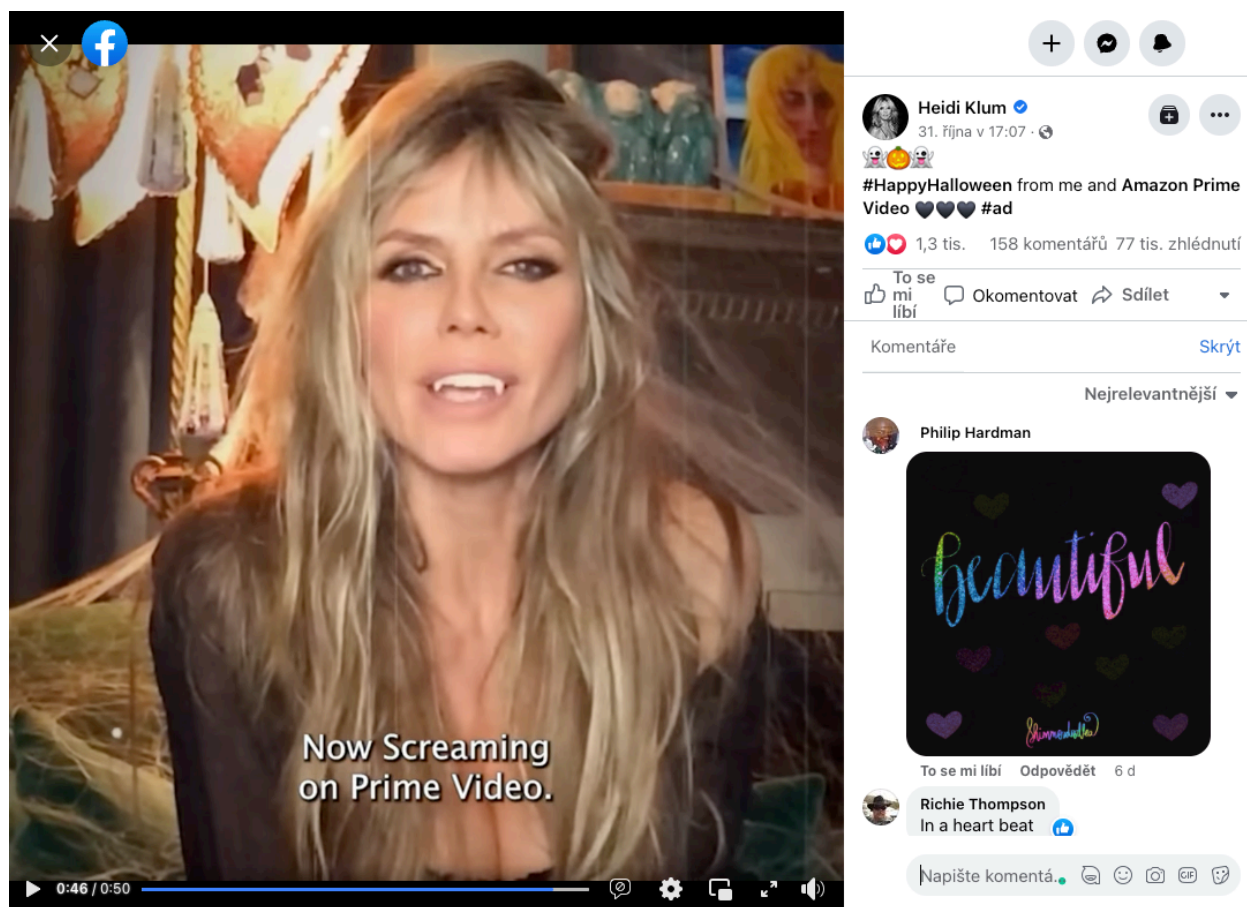
Jana Moudrá
Lukáš Ludvík-Tomáš Satoranský

Napište komentář...

Zdroj: Facebook

Zde můžeme vidět příspěvek hokejisty Jaromíra Jágra na jeho facebookovém profilu ze dne 30. srpna 2022. Můžeme si všimnout, že z příspěvku není patrné žádné označení reklamního obsahu, i když se s největší pravděpodobností o reklamu jedná. Z popisku příspěvku vyplývá pouze skutečnost, že Tipsport poskytující výhru v rámci tohoto soutěžního příspěvku, je partner Jágrova současného hokejového klubu. Není zde však deklarována přímá spolupráce mezi hokejistou a sázkovým portálem Tipsport. Příspěvek však představuje obvyklou formu reklamy na sociálních sítích skrze influencery formou již zmíněné soutěže, do níž zadavatel reklamy poskytuje výhru a v podmínkách soutěže je povinnost sledovat profil zadavatele reklamy.

Příloha č. 13 - Facebookový příspěvek Heidi Klum ze dne 31. října 2022

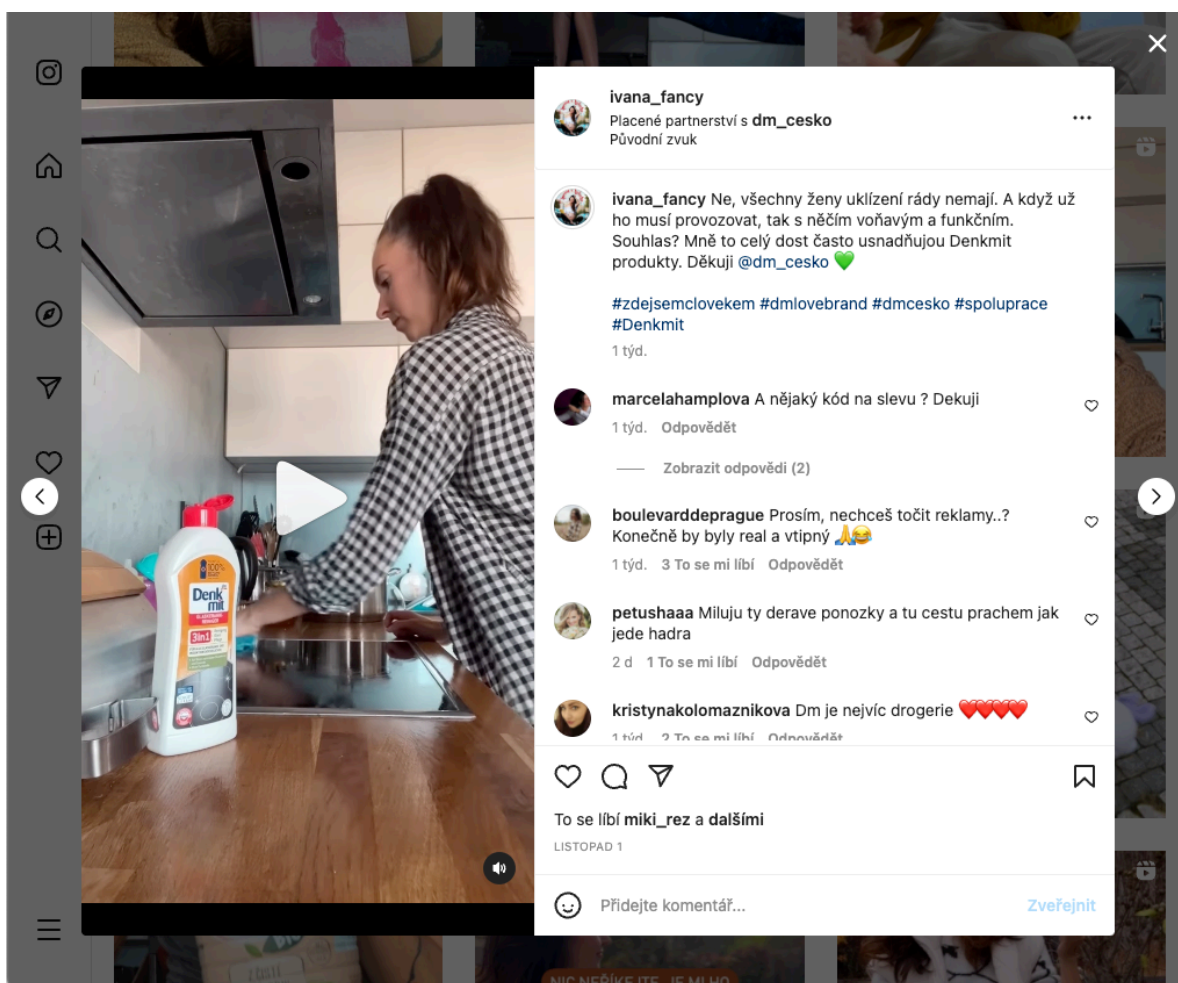


The image shows a Facebook post from Heidi Klum. The video content shows her with vampire fangs and the text "Now Screaming on Prime Video." The post text reads: "#HappyHalloween from me and Amazon Prime Video ❤️❤️❤️ #ad". Engagement statistics show 1,300 likes, 158 comments, and 77,000 views. A comment from Philip Hardman says "Beautiful" with a colorful graphic. Another comment from Richie Thompson says "In a heart beat".

Zdroj: Facebook

Tato příloha zobrazuje příspěvek modelky Heidi Klum ze dne 31. října 2022 na sociální síti Facebook. Modelka zveřejnila na svém facebookovém profilu krátké video s tématikou amerického svátku Halloween, kde odpovídala na otázky o hororových filmech, které poskytuje streamovací platforma Amazon Prime Video. Klum v popisku zmínila facebookový profil této streamovací platformy a použila #ad deklarující reklamní povahu příspěvku. V tomto případě funkce Placeného partnerství sice použita nebyla, ovšem s ohledem na stručnost popisku lze tento příspěvek považovat za dostatečné označení reklamního obsahu.

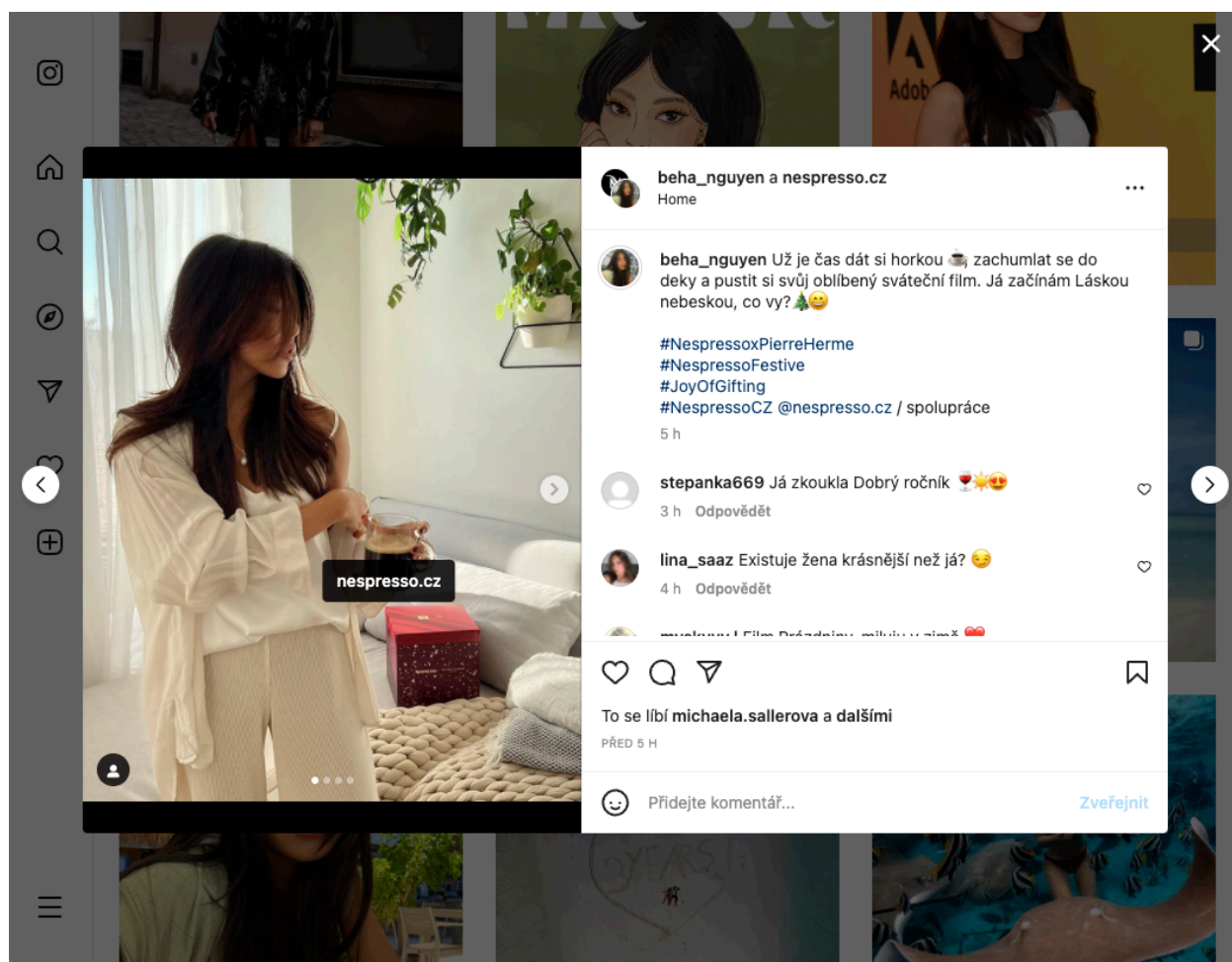
Příloha č. 14 - Instagramový příspěvek Ivany Kulhánkové ze dne 1. listopadu 2022



Zdroj: Instagram

Na tomto příspěvku Ivany Kulhánkové (vystupující na Instagramu jako @ivana_fancy) ze dne 1. listopadu 2022 vidíme ukázkový příklad označení reklamy na sociální síti Instagram. Influencerka použila pro označení instagramovou funkci Placené partnerství, kde připojila český instagramový profil dm-drogerie markt. Dále tento profil s poděkování zmínila i v popisku příspěvku a uvedla i na závěr #spoluprace plnící už spíše pouze doplňkovou funkci. U tohoto příspěvku není pochyb o jeho reklamní povaze.

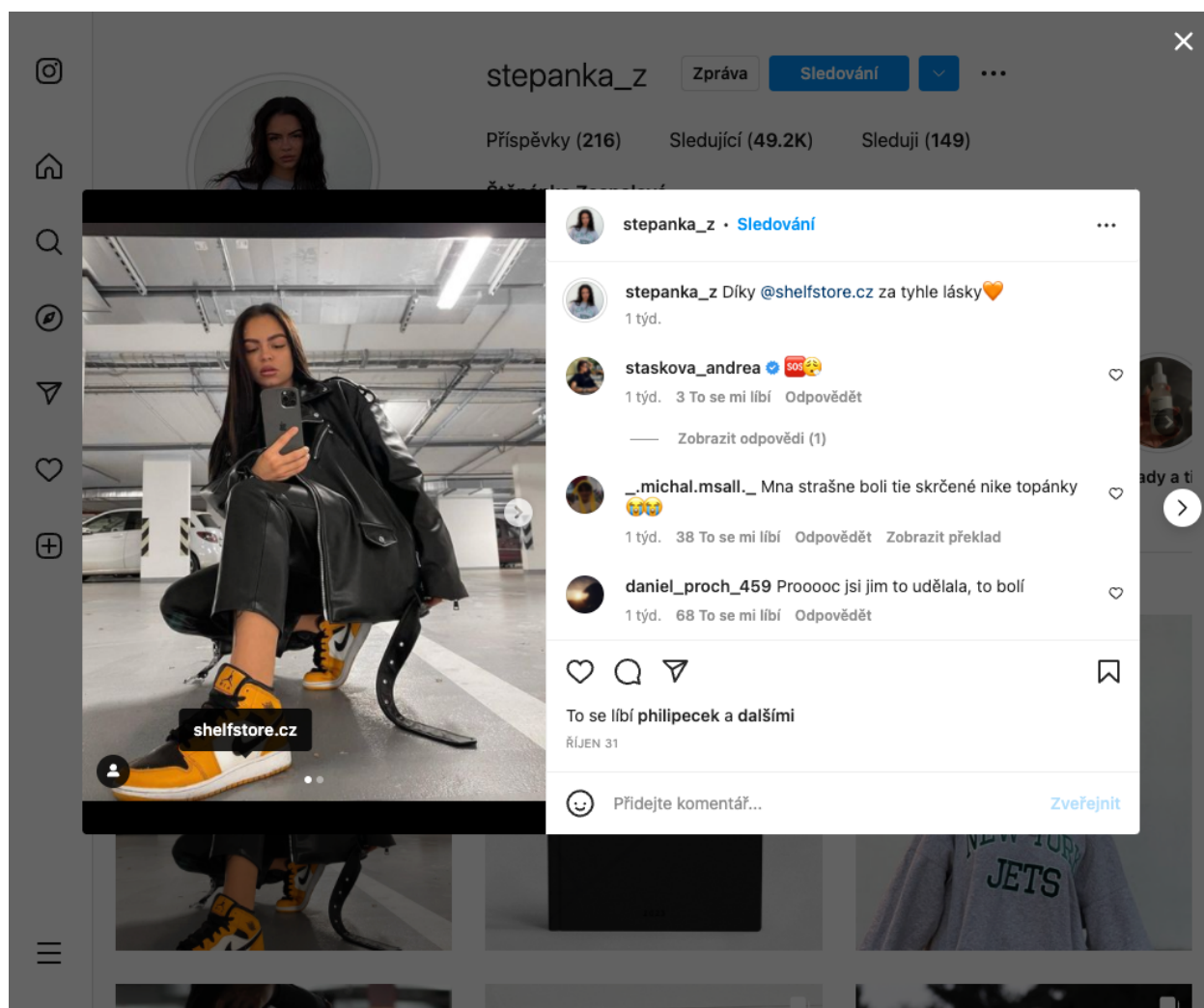
Příloha č. 15 - Instagramový příspěvek Bé Hà ze dne 12. listopadu 2022



Zdroj: Instagram

V této příloze můžeme vidět reklamní instagramový příspěvek influencerky Bé Hà ze dne 12. listopadu 2022. Reklamní povaha příspěvku je patrná z označení instagramového profilu Nespresso přímo na fotografii, dále použitím hashtagů odkazující na Nespresso a připojení popisku „spolupráce“, který je jasně viditelný vedle modrých hashtagů. I přestože Bé Hà nepoužila funkci Placeného partnerství, nahradila ji funkcí Instagram Collab. Ta je patrná z toho, že vedle názvu jejího instagramového profilu vidíme označení druhého instagramového profilu („*beha_nguyen a nespresso.cz*“). Tento příspěvek se díky této funkci zobrazují nejen na jejím profilu, ale zároveň ho můžeme najít i na profilu Nespresso. Ani v tomto případě není pochyb o reklamní povaze příspěvku, jedná se o chytrě vyřešené označení reklamy bez použití Placeného partnerství a zároveň reklama je jasně rozpoznatelná.

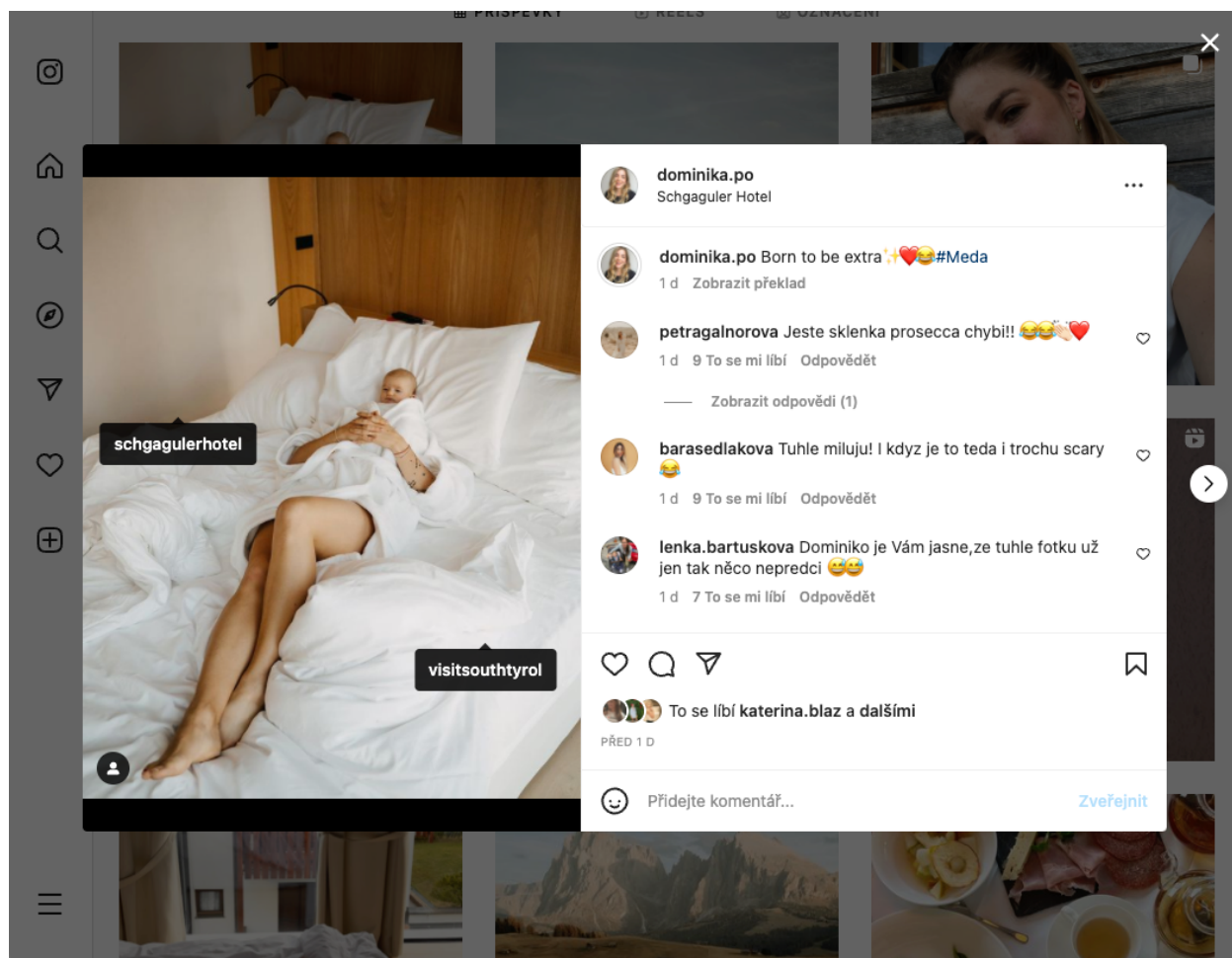
Příloha č. 17 - Instagramový příspěvek Štěpánky Zaspalové ze dne 31. října 2022



Zdroj: Instagram

Na tomto instagramovém příspěvku Štěpánky Zaspalové ze dne 31. října 2022 můžeme vidět další příklad skryté reklamy. Influencerka označila na své fotografii instagramový účet @shelfstore.cz, kterému v popisku dále děkuje za nové boty na fotografii. Nevidíme zde označení skrze funkci Placené partnerství, ani zmínku v popisku příspěvku zmiňující reklamu nebo spolupráci. Z výše uvedeného bude vhodné i k tomuto příspěvku přistupovat jako ke skryté reklamě.

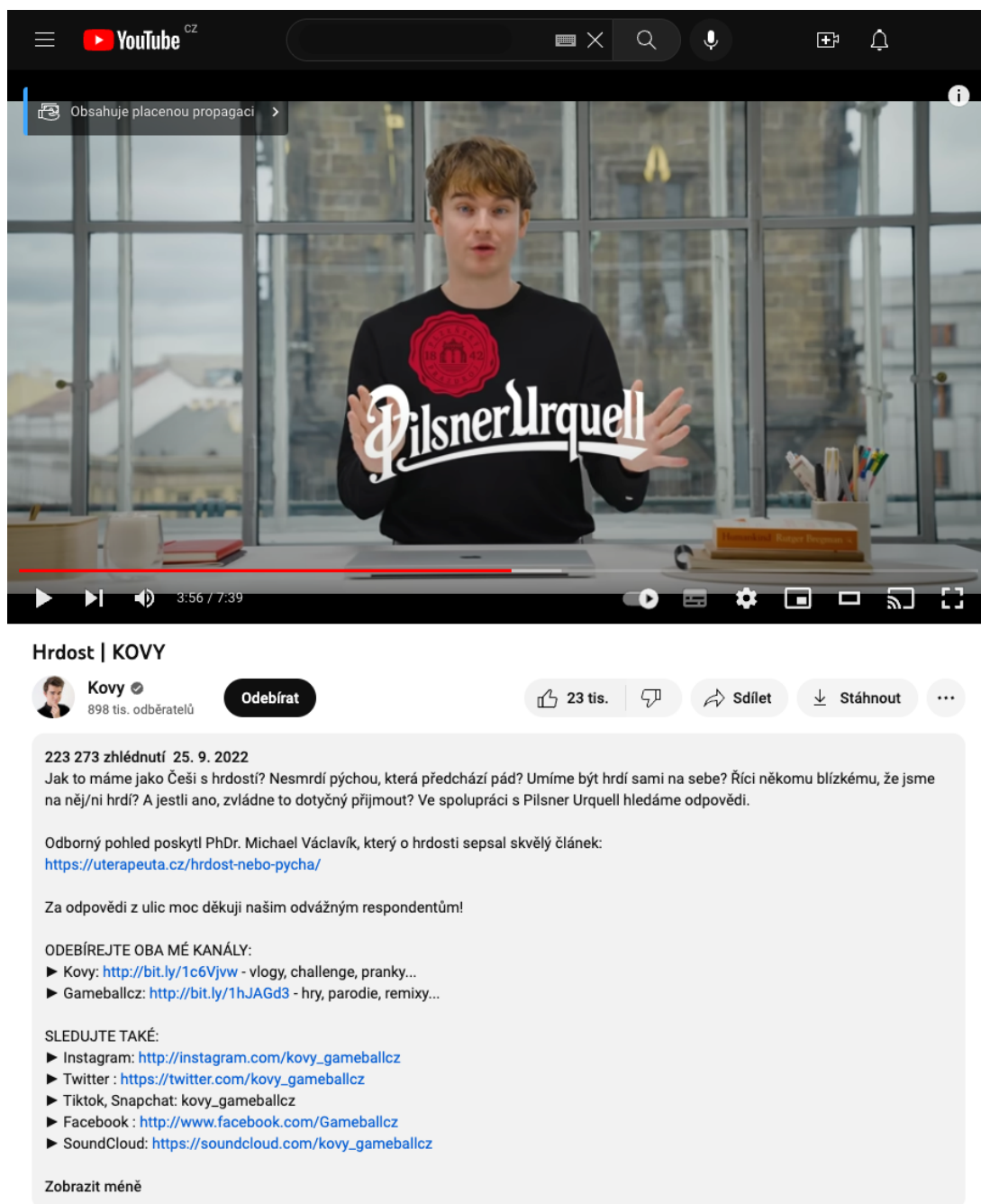
Příloha č. 18 - Instagramový příspěvek Dominiky Pokludové ze dne 11. listopadu 2022



Zdroj: Instagram


V této příloze vidíme instagramový příspěvek influencerky Dominiky Pokludové ze dne 11. listopadu 2022. Na fotografii vidíme dva označené profily patřící hotelovému resortu a turistický profil propagující region jižního Tyrolska. Před zveřejněním tohoto příspěvku influencerka přidala na svůj profil několik příspěvků obsahující označení reklamy na tyto dva instagramové profily. Tento příspěvek už nejspíše nebude součástí domluvené spolupráce a influencerka zde označila tyto dva profily jen ze své dobré vůle. To nic nemění na skutečnosti, že pro její sledující může být tento příspěvek matoucí, pokud si nebudou pamatovat předešlé příspěvky a můžou nabýt dojmu, že se jedná o skrytou reklamu.





Příloha č. 19 - Ukázka z YouTube videa Karla Kováře ze dne 25. září 2022



Obsahuje placenou propagaci

Hrdost | KOVY

Kovy  898 tis. odběratelů **Odebrat**

23 tis.   Sdílet  Stáhnout 

223 273 zhlédnutí 25. 9. 2022

Jak to máme jako Češi s hrdostí? Nesmrdí pýchou, která předchází pád? Umíme být hrdí sami na sebe? Říci někomu blízkému, že jsme na něj/ni hrdí? A jestli ano, zvládne to dotyčný přijmout? Ve spolupráci s Pilsner Urquell hledáme odpovědi.

Odborný pohled poskytl PhDr. Michael Václavík, který o hrdosti sepsal skvělý článek:
<https://uterapeuta.cz/hrdost-nebo-pycha/>

Za odpovědi z ulic moc děkuji našim odvážným respondentům!

ODEBÍREJTE OBA MÉ KANÁLY:

- ▶ Kovy: <http://bit.ly/1c6Vjvw> - vlogy, challenge, pranky...
- ▶ Gameballcz: <http://bit.ly/1hJAGd3> - hry, parodie, remixy...

SLEDUJTE TAKÉ:

- ▶ Instagram: http://instagram.com/kovy_gameballcz
- ▶ Twitter: https://twitter.com/kovy_gameballcz
- ▶ Tiktok, Snapchat: kovy_gameballcz
- ▶ Facebook: <http://www.facebook.com/Gameballcz>
- ▶ SoundCloud: https://soundcloud.com/kovy_gameballcz

Zobrazit méně

Zdroj: YouTube

Tato příloha zobrazuje ukázkou z YouTube videa Karla Kováře alias Kovyho ze dne 25. září 2022. Video obsahuje placenou propagaci značky piva Pilsner Urquell, což je patrné již ze štítku v levém horním rohu videa. Informace o reklamní povaze videa zazní taktéž přímo ve videu a zároveň se ji můžeme dočíst i v popisku videa. Video tak přiznává otevřeně svůj reklamní charakter. Otázka však zůstává s ohledem na propagaci alkoholového nápoje, zda se v tomto případě nejedná o možnou reklamu cílenou na dětské publikum.

Příloha č. 20 - Ukázka z YouTube videa Kateřiny Doleželové ze dne 23. září 2022



VLOG | Podzimní haul, nákup z lidlu & je tu čas na dýňovku! ❤️



Kateřina Doleželová
72,4 tis. odběratelů

Odebírat

👍 2,1 tis.



🔗 Sdílet

📄 Stáhnout



80 588 zhlédnutí 23. 9. 2022

Ahoj! Dnes pro Vás mám další obyčejný vlog z pár našich dní ❤️...

Snad se Vám videa budou líbit!
Mějte se krásně!

Kde mě najdeš:
INSTAGRAM: (@katerinadolezelovaaa)
<https://www.instagram.com/katerinadol...>

E-mail: katerina.kladivova@email.cz

MÁRA: <https://www.instagram.com/maradolezel...> (@maradolezel)

Zobrazit méně

Zdroj: YouTube

Zde můžeme vidět ukázkou z YouTube videa influencerky Kateřiny Doleželové ze dne 23. září 2022. Influencerka ve svém videu ukazuje věci pořízené v rámci nákupu v řetězci Takko Fashion a potraviny zakoupené v Lidlu. Jelikož video není označené štítkem placené propagace, ve videu ani popisku není zmíněná informace o reklamní povaze videa, můžeme nabýt dojmu, že video neobsahuje reklamu. Je ale více než pravděpodobné, že influencerka zapojila tento obsah do svého videa, aby svým sledujícím doporučila, co si mohou koupit bez dalšího reklamního záměru.