**Námět do výuky**

**Téma:** Reklama a propagace nikotinových výrobků

**Délka:** 20 - 30 minut

**Forma výuky:** Skupinová a kooperativní výuka

V rámci výuky lze využít mezipředmětové vztahy tohoto tématu, které zasahuje do několika životních oblastí. Délku a zařazení jednotlivých činnosti lze libovolně přizpůsobit dle časových možností.

**Dostupné materiály:**

* [Video WHO: Tabákový průmysl lže](https://www.who.int/multi-media/details/tobacco-industry-lies)
* [Reklama na cigarety Camel 1950’s](https://www.youtube.com/watch?v=sxrCjmqRTz0)

**Vstupní brainstorming**

Žáci se mohou zamyslet nad tím, co je napadá, když se řekne „Reklama“. Učitel jejich nápady zapisuje na tabuli a případně komentuje či doplňuje.

* K čemu slouží reklama?
* Kde všude ji najdeme?
* Všimli jste si někdy skryté reklamy ve filmech nebo seriálech (product placement)?

Reklama je propagace výrobku či služby. Může být placená i neplacená a jejím cílem je přesvědčit cílovou skupinu k nákupu či akci. Reklama může být například v tisku, v televizi nebo online. Ne vždy je hned zřejmé, že se jedná o reklamu, například product placement atd. Marketing je založený na vybrání správné cílové skupiny a na přilákání, udržení a rozšiřování počtu zákazníků, kteří by firmě přinášeli zisk. Cílem marketingu je tak poznání, předvídání a ovlivňování potřeb a přání zákazníka.

**Video WHO: Tabákový průmysl lže**

Můžete s žáky shlédnout video připravené Světovou zdravotnickou organizací WHO. Video se týká marketingových strategií tabákového průmyslu, který platí skupiny vědců, influencerů a aktivistů za šíření dezinformací. Video je možné využít i v rámci výuky anglického jazyka.

* Koho využívají tabákové společnosti k šíření informace o svých výrobcích?
* Všimli jste si někdy podobné (i skryté) reklamy u influencera, kterého sledujete?
* Můžeme věřit výzkumům týkajících se nikotinových výrobků, které byly financovány tabákovou společností? Myslíte si, že jsou objektivní?

**Diskuze**

Žáci mohou pracovat samostatně nebo ve skupinách a diskutovat i mezi sebou.

Možné otázky:

**Proč výrobci nikotinových výrobků cílí na mladou generaci?**

Výrobci nikotinových výrobků cílí zejména na děti a mladistvé, protože si potřebují vychovat novou generaci uživatelů. Hlavním důvodem jsou zisky těchto společností.

**Proč začaly tabákové firmy vyrábět nové alternativy klasických cigaret?**

Klesající společenská akceptace kouření – kouří stále méně lidí a tabákové firmy musí přijít na trh s jinou alternativou, která by klasické cigarety nahradila. Chtějí, aby bylo užívání nových nikotinových výrobků vnímáno jako méně škodlivé než kouření klasických cigaret a hlavně společensky přijatelné.

**Jak cílí výrobci nikotinových výrobků na mladou generaci?**

Snaží se, aby pro ně byly nikotinové výrobky lákavé a atraktivní. Využívají barevný a stylový design obalu, širokou škálu příchutí (např. ovoce, sladkosti), reklamu a propagaci influencery. Také vyzdvihují diskrétnost –⁠⁠⁠⁠⁠⁠⁠⁠⁠⁠⁠⁠⁠⁠⁠ používání nemusí být na první pohled vidět.

**Proč nemůžeme věřit všem informacím, které nám tabákové firmy poskytují?**

Řada výzkumů je přímo financována tabákovými firmami. Již v minulosti se stalo, že tabákové firmy představovaly cigarety jako zdraví neškodlivé (např. uvádělo se, že kouření v těhotenství neškodí miminku) a dokonce je vydávaly za zdraví prospěšné. Často kvůli tomu spolupracovali i s lékaři, které sponzorovali. Až pozdější dlouhodobé studie prokázaly jejich škodlivost. (Na ukázku můžete žákům pustit [Reklama na cigarety Camel 1950’s](https://www.youtube.com/watch?v=sxrCjmqRTz0), kde v reklamě na cigarety vystupuje doktor.)

[Reklama s těhotnou ženou](https://www.google.com/search?q=cigarettes+pregnant+ads&client=firefox-b-e&sca_esv=7e6ba2047fcb60f3&udm=2&biw=1920&bih=1047&ei=WY8fZsfXJuqK9u8Pw9KRsA8&ved=0ahUKEwiH6OWI8ciFAxVqhf0HHUNpBPYQ4dUDCBA&uact=5&oq=cigarettes+pregnant+ads&gs_lp=Egxnd3Mtd2l6LXNlcnAiF2NpZ2FyZXR0ZXMgcHJlZ25hbnQgYWRzSMMoUKMbWOclcAN4AJABAJgBSqAB-gOqAQE4uAEDyAEA-AEBmAIFoAKZAcICBxAAGIAEGBPCAggQABgIGAcYHpgDAIgGAZIHATWgB_cE&sclient=gws-wiz-serp#imgrc=u65FwMbmantT8M&imgdii=fnNbvk4_I-FJEM)

[Reklama se zubařem](https://www.google.com/imgres?q=cigarettes%20are%20healthy%20ads&imgurl=https%3A%2F%2Fmetro.co.uk%2Fwp-content%2Fuploads%2F2018%2F09%2Fsei_29456430-dba8.jpg%3Fquality%3D90%26strip%3Dall&imgrefurl=https%3A%2F%2Fmetro.co.uk%2F2018%2F09%2F12%2Fthese-are-the-insane-adverts-that-told-people-smoking-was-good-for-them-7936951%2F&docid=sTBRquuHMYA7nM&tbnid=McBUBJYqs4pBZM&vet=12ahUKEwiH6OWI8ciFAxVqhf0HHUNpBPYQM3oECG4QAA..i&w=1200&h=821&hcb=2&ved=2ahUKEwiH6OWI8ciFAxVqhf0HHUNpBPYQM3oECG4QAA)

Historie se může opakovat. Dlouhodobý zdravotní dopad **nových** nikotinových výrobků na lidské tělo je dosud neznámý, protože v současnosti neexistuje dostatek nezávislých důkazů o jejich zdravotním riziku.

**Proč využívají tabákové firmy k propagaci jejich výrobků spolupráce s influencery?**

Influenceři efektivně oslovují cílovou skupinu, mají velký dosah, vzbuzují důvěru, zvyšují povědomí o produktu, jedná se o atraktivní/zábavnou formu reklamy. Často jsou pro jejich sledující vzorem.

**V čem spočívá riziko propagace nikotinových a tabákových výrobků influencery?**

Nikotinové a tabákové výrobky propagují i influenceři, kteří mají nezletilé sledující, což může vést k tomu, aby právě nezletilí začali daný produkt používat. Tato forma reklamy může vyvolávat touhu daný výrobek vyzkoušet, neboť influenceři mají mnohdy velký vliv na své sledující.

**Závěrečný brainstorming**

* Jak by podle vás měla vypadat efektivní reklama cílená na mladou generaci, která by naopak upozorňovala na rizika nikotinových výrobků?