

K novému vizuálu kampaně Centra veřejného zdraví se zaměřením na alkohol 1. LF UK a VFN v Praze pro cílovou skupinu dospívajících

PhDr. Miroslav Barták, Ph.D.

Klinika adiktologie 1. LF UK a VFN v Praze, Centrum veřejného zdraví se zaměřením na alkohol

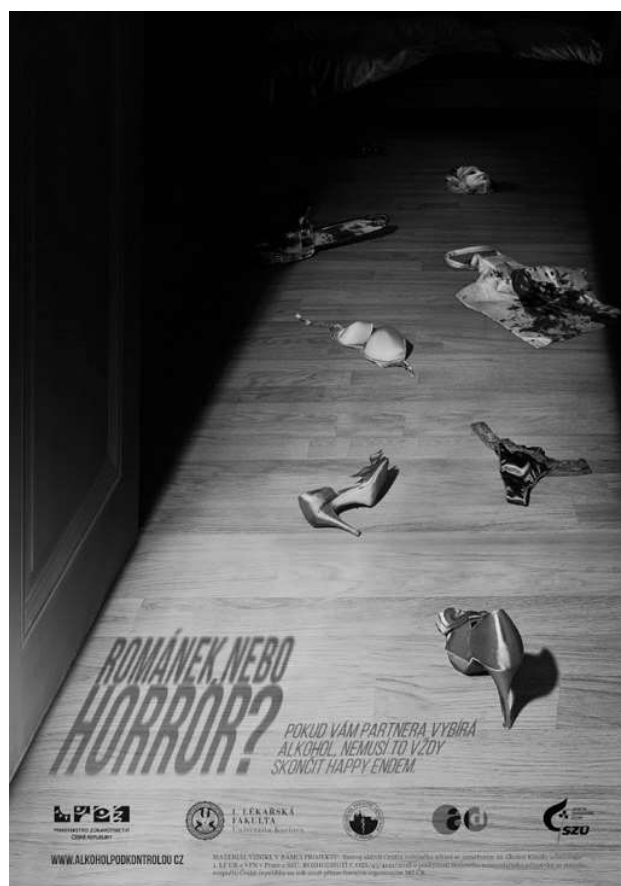
e-mail: miroslav.bartak@lf1.cuni.cz

V letošním roce došlo ke zpracování a prozatím dílčí implementaci grafického vizuálu se zaměřením na cílovou skupinu mladých a dospívajících.

Zaměření a vyznění tohoto plakátu může být chápáno jako provokativní, popřípadě jako možná až příliš silné či dokonce pohoršující. Zpracování právě tohoto vizuálu má však své opodstatnění. Téma rizikového sexuálního chování je relevantní pro mladé lidi, se kterými se ve své praxi často potkáváte. Z domácích i zahraniční zkušeností vyplývá, že právě alkohol má negativní vliv na výskyt rizikového sexuálního chování.

Mladí lidé slyší různá varování a moralizování ze všech stran – od příbuzných, ve škole, z rozmanitých kampaní. Díky tomu jsou proti této tonalitě podle mnoha zkušeností už poněkud odolní a považují ji za „malování čerta na zeď“. Kampaně zaměřené na mladé lidi se často snaží šokovat, ale jsou si podobné jako vejce vejci. Abychom se vymanili z komunikačního průměru a upoutali pozornost, sdělení jsme zabalili do překvapivého kontextu. Pro tento vizuál jsme si zvolili prostředí filmových hororů, téma oblíbené a blízké mladým lidem. Filmoví zabijáci jsou odjakživa ztělesněním odvrácené stránky lidské sexuality. Násilí ve filmech jako Psycho, Halloween nebo Texaský masakr je vždy silně sexualizované. Mnoho mladých lidí tyto filmy sleduje.

Záměrem vizuálu není zastrašovat, ale upoutat pozornost cílové skupiny. Proto jsme se vydali až na samou hranu (pro někoho vkusu, pro jiného možná profesionální komunikace veřejnozdravotních témat). Vizuál říká jasné sdělení – vybíráme-li si pod vlivem alkoholu sexuálního partnera, nemusí to dopadnout dobře. Bez ohledu na to, zda se jedná o pohlavně přenosnou nemoc, neplánované těhotenství, znásilnění, jde zkrátka o nebezpečí, jehož je motorová pila (a ostatní atributy hororových výrazových prostředků) metaforou. Zvolené ob-



jekty navíc slouží jako silný vizuální magnet – vaši mladí lidé pravděpodobně budou vždy raději věnovat pozornost vizuálu, kde vidí nečekané a atraktivní, než dalšímu, byť dobře míněnému, předání informací. V prvotní rovině nechceme hned předat sdělení na první dobrou. Důležitým momentem je po zachycení pozornosti sdělovat témata cílové skupině věcně a pravdivě. Záměrem je

publikum dovést k zamyšlení o vizuálu, čímž i zvyšujeme jeho zapamatovatelnost.

Umístění tohoto vizuálu plánujeme jak v tištěné reklamě, tak i na internetu a sociálních sítích, které mladí lidé ve věku 15–18 let hojně využívají. Například na Facebooku je to profi @alkoholpodkontrolou.cz nebo na Instagramu alkohol_pod_kontrolou. K dispozici jsou také průběžně aktualizované webové stránky www.alkoholpodkontrolou.cz

Alkohol, jeho užívání a následky, ať již dlouhodobé nebo krátkodobé, jsou u skupiny mladých lidí velmi dobře popsány a hojně diskutovány. Víme, že téma negativních účinků užívání alkoholu u mladých lidí je vám dobře známo a velmi si v této souvislosti vážíme vašeho přínosu pro zdraví a kvalitu života mladých lidí. V případě vašeho zájmu nás, prosím, neváhejte kdykoliv kontaktovat. Oceníme všechny vaše náměty a připomínky na toto téma, které můžete směřovat na adresu miroslav.bartak@lf1.cuni.cz

Článek vznikl v rámci realizace projektu „Rozvoj aktivit Centra veřejného zdraví se zaměřením na alkohol Kliniky adiktologie 1. LF UK a VFN v Praze a SZÚ“. Rozhodnutí č. OZS/45/4141/2018 o poskytnutí účelového neinvestičního příspěvku ze státního rozpočtu České republiky na rok 2018 přímo řízeným organizacím MZ ČR.