

Zkratky změnily postoje Čechů k drogám a výrazně zvýšily informovanost

Praha, 7. 10. 2024 | Přelomová kampaň Zkratky, společný projekt České asociace pojišťoven (ČAP) a Policie ČR, během čtyř měsíců významně změnila postoj Čechů k problematice drog. Ukázaly to rozsáhlé průzkumy společnosti STEM/MARK. Kampaň propojila odborníky, umělce, média, preventisty, policii i státní správu s cílem snížit rizika spojená s užíváním návykových látek. Nyní ČAP startuje její druhou část.

Osvětová kampaň, která zahrnovala seriál Adikts, dokumentární cyklus Česko na drogách a minipořady upozorňující na závažná fakta spojená s užíváním drog, podle průzkumu oslovila takřka každého obyvatele České republiky ve věku nad 15 let. V rámci kampaně byly také vysílány televizní spoty upozorňující na nebezpečí spojená s užitím drog za volantem, součástí byly i rozsáhlá PR komunikace a masivní debata na sociálních sítích. Kampaň tak zanechala výraznou stopu v postojích obyvatel k užívání nelegálních drog. Průzkumy před, během a po hlavní části kampaně ukázaly, že více než polovina lidí si všimla zintenzivnění komunikace na téma užívání drog a dalších návykových látek. Více než 80 % lidí ve věku 15-54 let zaznamenalo obecně intenzivnější komunikaci nebezpečnosti drog nebo dokonce některý z konkrétních formátů kampaně.¹

Odborné diskuze podporují důležitost kampaně

Zkratky přinesly podle výzkumů zásadní proměnu v postojích občanů k drogám. V kampani jsme upozorňovali na to, že drogy jsou zkratky a mohou vést do slepé uličky. Šest z deseti lidí vidí v drogách zkratky a podíl lidí, kteří považují drogy za berličku, roste. Došlo, ale také k výraznému snížení počtu lidí, kteří upřednostňují

¹ Výzkum STEM/MARK. POSTOJ K DROGÁM V ČR. Průběžný test komunikační kampaně, březen 2024.

Kontaktní osoby:

Daniela Kalinová

+420 734 140 770

daniela.kalinova@heroandoutlaw.com

impulsivní životní styl. Asociace drog s nebezpečím, rizikem a obavami se v důsledku kampaně zvýšila.²

„V českém prostředí unikátní a formátově velkorysá kampaň vzbudila žádoucí pozornost a rozproudila debatu o vnímání závislostního chování a přístupu k němu, v kontextu doby a formou, která nemoralizuje, ale klade otázky a nasvědčuje jej z mnoha netradičních názorových úhlů jako reálný společenský fenomén, který nemá černobílá řešení,“ uvádí ředitel Národní protidrogové centrály Služby kriminální policie a vyšetřování, brig. gen. PhDr. Jakub Frydrych.

Podstatné změny v postojích k drogové problematice

Podle předkampaňového průzkumu téměř polovina české populace neměla o drogách dostatek informací a ani o ně nejevili zájem.³ V tomto ohledu zaznamenal ČAP velmi pozitivní dopad, vzrostla informovanost a snížil se podíl lidí, kteří se o téma nezajímají. Navíc více než třetina lidí zná název Zkratky nebo zaznamenali kampaň, která o drogách jako o „zkratkách“ mluví. Z konkrétních formátů byly nejčastěji zaznamenány reklamní spoty a seriál Adikts.⁴

Kampaň také pozitivně rezonovala mezi lidmi napříč věkem i vzděláním. Nejvíce ohroženou skupinu představují mladí lidé, na které také Zkratky cílily, ti z nich, kteří se s kampaní ztotožnili, uvažují o drogách nyní mnohem zodpovědněji. Průzkum také potvrdil, že u nezletilých je hlavním zdrojem informací škola a sociální sítě, u mladých dospělých, pak spíše filmy a seriály. I z tohoto důvodu se potvrdila správnost taktiky a většina respondentů považovala kampaň za srozumitelnou, užitečnou a originální, s motivací zamyslet se nad individuálními i celospolečenskými dopady.⁵

Zaměření na mládež: moderní metody vzdělávání a osvěty

„Podle mého názoru byla kampaň moderní a atraktivní, rozpoutala i odbornou a laickou diskuzi a vyvolala kontroverze,“ vysvětluje odborník na vzdělávání

² Výzkum STEM/MARK. POSTOJ K DROGÁM V ČR. Průběžný test komunikační kampaně, březen 2024.

³ Agentura STEM/MARK pro ČAP 2023.

⁴ Výzkum STEM/MARK. POSTOJ K DROGÁM V ČR. Průběžný test komunikační kampaně, březen 2024.

⁵ Výzkum STEM/MARK. POSTOJ K DROGÁM V ČR. Průběžný test komunikační kampaně, březen 2024.

Kontaktní osoby:

Daniela Kalinová

+420 734 140 770

daniela.kalinova@heroandoutlaw.com

a inovace ve výuce Petr Chára. „Určitě je dobře, že vznikl také hraný high-end seriál, který je pojat v duchu současných světových seriálů pro mladé a který je digitálně dostupný. Je zřejmé, že klasické besedy a pasivní přijímání informací už nejsou pro dnešní mládež atraktivní a neplní svůj účel. Kombinace otevřené komunikace, atraktivního digitálního obsahu, příběhů z reálného života a interaktivních forem výuky může být naopak velmi efektivní a zábavná,” pokračuje dále Chára.

Průzkum, který byl proveden za účelem zjištění názorů na seriál Adikts, jeho vyznění a vnímání z pohledu mladých diváků, tedy generace Z, ukázal, že seriál je vnímán jako vhodná součást osvětové kampaně. Je natočený dostatečně poutavě pro binge-watching, má zajímavě vykreslené charaktery, vzbudil zájem a rozpoutal diskuzi. O uživatelích drog a drogách obecně vypráví realistickým a věrohodným způsobem, ale obsahuje zároveň i dostatek nepříjemných momentů, které upozorňují na škodlivost drog, jako agresi, změny chování, vedlejší účinky. Z dalších součástí kampaně jsou nejlépe hodnoceny minipořady, které jsou považovány za úderné, graficky pěkné a informačně zajímavé.⁶

„Naším hlavním cílem bylo oslovit mladé lidi tam, kde tráví nejvíce času – tedy na sociálních sítích a online. Zvolili jsme inovativní mediální mix, který se ukázal jako velmi efektivní. Kampaň zasáhla mnohem širší publikum, než jsme očekávali. Čtyři z pěti lidí ve věku 15-54 let zaznamenalo zvýšenou komunikaci o tomto tématu nebo se setkalo s některým z našich formátů. Například naše videa na sociálních sítích zhlédlo přes 2,5 milionů uživatelů. Výsledky potvrzují, že nástroje, které jsme zvolili, jsou skutečně účinné a kampaň má pozitivní ohlas a plní svůj účel,” uvádí Milada Veselá, vedoucí oddělení komunikace a vzdělávání ČAP.

Více o kampani najdete na webu [DROGY JSOU ZKRATKY](#).

⁶ Výzkum STEMMARK Závěrečná zpráva z kvalitativního výzkumu únor 2024.

Kontaktní osoby:

Daniela Kalinová

+420 734 140 770

daniela.kalinova@heroandoutlaw.com