

## **Abstrakt**

Diplomová práce si klade za cíl zmapovat současnou propagaci moderních tabákových výrobků na Instagramu. Práce se zaměřuje na hlavní témata, která jsou v současné době v propagaci těchto výrobků aktuální, využití influencer marketingu, ale také eticky sporné body v této komunikaci. Pro naplnění cíle práce bylo využito kvalitativní obsahové analýzy, pomocí které mohla být komunikace tabákových firem zkoumána do hloubky. Mezi hlavními tématy zkoumaných značek bylo využití motivů designu, módy a umění. Značky ve své komunikaci pracovaly s tím, že zařízení uživatel může používat vesměs kdykoli a kdekoli (na rozdíl od klasické cigarety). Především značky zaměřené na zařízení na zahřívání tabáku měly tendenci prezentovat svůj výrobek jako luxusní, technologicky vyspělé zařízení a skvělý módní doplněk. Ve sledovaném období se značky na českém Instagramu zaměřovaly na mladou generaci především skrze pořádání či sponzoring různých akcí, a ve své komunikaci zdatně využívaly řeč mladých. Značky se také dotýkaly témat spojených s nižší škodlivostí jejich výrobků. Tato témata komunikovaly samotné značky skrze své vlastní profily, ale i skrze influencery. Marketingová komunikace značek byla ve zkoumaném období často velmi nenásilná, někdy bez přímé spojitosti se samotným produktem. V rámci výzkumu bylo také upozorněno na několik eticky sporných bodů komunikace.