

**Univerzita Karlova v Praze**

**1. lékařská fakulta**

Studijní program: Specializace ve zdravotnictví

Studijní obor: Adiktologie



**Kristýna Vitásková**

Obaly cigaret z pohledu mezinárodní legislativy a kuřáků – přehledová práce  
Cigarette packages from the view of international legislation and smokers - review

Bakalářská práce

Vedoucí závěrečné práce: doc. MUDr. Eva Králíková, Ph.D.

Praha 2014

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem závěrečnou práci zpracovala samostatně a že jsem řádně uvedla a citovala všechny použité prameny a literaturu. Současně prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

Souhlasím s trvalým uložením elektronické verze mé práce v databázi systému meziuniverzitního projektu Theses.cz za účelem soustavné kontroly podobnosti kvalifikačních prací.

V Praze 21. července 2014

Kristýna Vitásková

.....

### **Identifikační záznam**

VITÁSKOVÁ, Kristýna. *Obaly cigaret z pohledu mezinárodní legislativy a kuřáků – přehledová práce. [Cigarette packages from the view of international legislation and smokers - review]*. Praha, 2014. 55 s., 2 příl. Bakalářská práce (Bc.). Univerzita Karlova v Praze, 1. lékařská fakulta, Klinika adiktologie 1. LF UK 2014. Vedoucí závěrečné práce doc. MUDr. Eva Králíková, Ph.D.

## **Poděkování**

Na tomto místě bych chtěla poděkovat doc. MUDr. Evě Králíkové, Ph.D. za vedení této práce, cenné rady a materiální podporu. Dále bych ráda vyjádřila díky všem, kteří mě během psaní této práce podporovali.

## **ABSTRAKT**

**Východiska:** Krabička cigaret je důležitá jak pro spotřebitele, tak pro tabákový průmysl a je významnou součástí celkové marketingové strategie. K dispozici je mnoho důkazů, dokládajících kauzální souvislost mezi tabákovým marketingem a mírou kouření. Zdravotní varování na obalech patří mezi přímé a významné prostředky komunikace s kuřáky, proto je potřeba zavádění legislativních opatření v oblasti tabákové kontroly.

**Cíle:** Práce si klade za cíl sestavit aktuální přehled výsledků výzkumných studií, zabývajících se přístupem různých států světa v ovlivňování kuřáků prostřednictvím obalů a zjistit, jaké dopady na kuřáky mají legislativní opatření, týkající se jednotného balení a obrázkových varování. Prostřednictvím této práce bych chtěla dokázat, že zavádění legislativních opatření, propagujících obrázková varování na krabičkách cigaret a propagující jednotná balení cigaret, se jeví jako efektivní.

**Metody:** Výzkumný soubor tvoří publikované studie odborné literatury, které byly vyhledány v anglickém jazyce prostřednictvím elektronické databáze PubMed a následně analyzovány. Sběr dat byl proveden v období dubna až července 2014 a do výzkumného souboru byly zahrnuty ty studie, jež byly publikovány od roku 2001 a splňovaly stanovená kritéria. Finálně zařazeno tak bylo 30 článků, zahrnujících 25 kvantitativních studií, 3 kvalitativní studie a 1 studie s kvalitativními i kvantitativními prvky: USA (n = 6), Kanada (n = 3), Mexiko (n = 3), Německo (n = 3), Austrálie (n = 2), Itálie (n = 2), Norsko (n = 2), Velká Británie (n = 2), Čína (n = 1), Indie (n = 1), Malajsie (n = 1), Mauricius (n = 1), Thajsko (n = 1), Vlámko (n = 1). Dále je zahrnuto review, shrnující celkem 94 studií z více než 14 zemí.

**Výsledky:** Obrázková zdravotní varování na přední části balíčků slouží jako významný zdroj informací o zdraví pro kuřáky i nekuřáky, může zvýšit znalosti o zdraví a vnímání rizik a podporovat odvykání kouření. Výsledky také naznačují, že komplexní varování jsou účinná mezi mladými lidmi, a mohou pomoci zabránit iniciaci kouření. Taktéž barva obalu hraje důležitou roli ve vnímání rizik spojených s kouřením, což jen dokládá další důkaz o efektivitě a vhodnosti zavedení jednotného balení.

**Závěr:** Zavádění legislativních opatření, podporujících obrázková varování na krabičkách cigaret a jednotná balení cigaret, se jeví jako efektivní. Zavedení jednotného balení v České republice by vzhledem k současnému stavu naší legislativy bylo více než žádoucí a v návaznosti na zjištěné výsledky bych si jej dovolila doporučit.

**Klíčová slova:** obaly cigaret - zdravotní obrázková varování - jednotná balení – kuřáci – legislativa

## **ABSTRACT**

**Background:** Cigarette package is important for consumers and the tobacco industry. It is important part of the overall marketing strategy as well. There is a lot of evidence showing a causal relationship between tobacco marketing and smoking rate. Health warnings on packages are direct and important means of communication with smokers therefore the introduction of legislative measures in the field of tobacco control is needed.

**Objectives:** Main objectives are to complete a current overview of the results of research studies dealing with the approaching of different countries of the world in influencing smokers through packaging and to see what impacts on smokers have legislative measures relating to plain packages and picture warnings. Through this work I would like to prove the introduction of legislative measures promoting health picture warnings and plain packaging appear to be effective.

**Methods:** The research group consists of published scientific articles searched in the English language identified through electronic databases PubMed and subsequently analyzed. Data collection was conducted in the period from April to July 2014, relevant articles available were included. A total of 30 original articles met inclusion criteria, including 25 quantitative studies, 3 qualitative studies, 1 study with both qualitative and quantitative components, and 1 review paper: USA (n = 6), Canada (n = 3), Mexico (n = 3), Germany (n = 3), Australia (n = 2), Italy (n = 2), Norway (n = 2), United Kingdom (n = 2), China (n = 1), India (n = 1), Malaysia (n = 1), Mauritius (n = 1), Thailand (n = 1), Flanders (n = 1). Review paper summarize total of 94 studies from more than 14 countries.

**Results:** Pictorial health warnings on the front of the packages are an important source of health information for smokers and non-smokers, can increase health knowledge and risk perception and promote smoking cessation. The results also suggest that comprehensive warnings are effective among young people, and can help as prevention in the initiation of smoking. The color of the packaging plays an important role in the perception of risks associated with smoking as well and demonstrates further evidence based on the effectiveness and appropriateness of introducing plain package.

**Conclusions:** The implementation of legislative measures, supporting picture warnings on cigarette packages and plain packages of cigarettes, appears to be effective. The implementation of a plain package in the Czech Republic regarding the present state of our legislation was more than desirable and I would allowed to recommend it in relation to the obtained results.

**Key words:** cigarette packages - health pictorial warnings - plain packages – smokers - legislation

## Obsah

1. Úvod .....	9
TEORETICKÁ VÝCHODISKA .....	11
2. Obaly cigaret v kontextu historie tabákové epidemie .....	11
3. Kontrola tabáku v mezinárodním právu obecně.....	12
3.1. Rámcová úmluva Světové zdravotnické organizace o kontrole tabáku.....	12
3.1.1. Framework convention alliance.....	13
3.1.2. MPOWER WHO .....	13
3.2. Obaly cigaret ve vztahu k mezinárodnímu právu.....	13
3.2.1. Umístění .....	13
3.2.2. Tvar.....	14
3.2.3. Barva .....	14
3.2.4. Obrázky .....	14
3.2.5. Obsah varování.....	15
3.3. Jednotné balení (Plain package) .....	16
3.3.1. Historie jednotného balení .....	16
3.3.2. Článek 13 FCTC pokynů .....	17
3.4. Obrázková zdravotní varování .....	17
4. Kontrola tabáku v unijním právu EU obecně .....	21
4.1. Obaly cigaret ve vztahu k unijnímu právu.....	21
4.1.1. Kombinované varování .....	21
4.1.2. Nová směrnice Evropského parlamentu .....	22
5. Kontrola tabáku v českém právu obecně.....	26
5.1. Obaly cigaret ve vztahu k českému právu.....	26
5.1.1. Oblast výroby cigaret .....	26
5.1.2. Oblast tabákové reklamy .....	27
6. Tabákový průmysl .....	28
PRAKTICKÁ ČÁST .....	30
7. Cíl, design, výzkumné otázky.....	30
8. Výzkumný soubor, metody získání dat, analýza dat .....	31
9. Výsledky .....	32

9.1.	Vnímání míry rizik spojených s kouřením .....	32
9.1.1.	Ovlivnění respondentů barvou obalu cigaret .....	32
9.1.2.	Hodnocení dopadu obrázkového varování na respondenty.....	32
9.1.3.	Ovlivnění respondentů logem a designem obalu cigaret .....	35
9.2.	Vnímání jednotlivých balení respondenty.....	36
9.3.	Ovlivnění motivace respondentů přestat kouřit prostřednictvím obalu .....	37
9.4.	Vnímání obalů cigaret mladými respondenty.....	38
10.	Diskuze a závěr .....	41
11.	Seznam citované literatury .....	45
12.	Přílohy .....	53
12.1.	Ukázky obalů cigaret .....	53
12.2.	Seznam tabulek.....	54



## 1. Úvod

Dle nejnovějších dat v roce 2011 zemřelo na světě v důsledku užívání tabáku téměř šest milionů lidí. Kouření cigaret je hlavní příčinou úmrtí na infarkt myokardu či cévní mozkovou příhodu. Celosvětově se kouření podílí až na 80% případů rakoviny plic u mužů a okolo 50% u žen. Celosvětově zemřelo v roce 2011 na následky expozice sekundárnímu kouři přibližně 600 000 nekuřáků. V důsledku tabáku zemřelo v průběhu 20. století 100 milionů lidí, a pokud tento trend bude kontinuálně pokračovat, během 21. století zemře na světě kvůli užívání tabáku přibližně 1 bilion lidí. Dle dat z Tabákového atlasu (Eriksen et al., 2012) v roce 2009 na světě kouřilo přibližně 20% dospělé populace, z toho 800 milionů mužů a 200 milionů žen.

Tento fakt tak dokazuje nutnost a potřebnost legislativních opatření, týkajících se regulace tabákové kontroly.

Krabička cigaret je důležitá jak pro spotřebitele, tak pro tabákový průmysl. Obal cigaret je důležitou součástí celkové marketingové strategie, cílené na spotřebitele (Slade, 1997). Balení je důležité zejména u spotřebního zboží s vysokým stupněm sociální viditelnosti, jako jsou cigarety. Ty jsou obsaženy v balíčcích, které jsou vystaveny okolním očím pokaždé, když se výrobek používá (Wakefield et al., 2002).

K dispozici je mnoho důkazů, které dokládají kauzální souvislost mezi tabákovým marketingem a mírou kouření mladých lidí. Tento důkaz obecně demonstruje, že propagace tabákového obalu je v příčinné souvislosti s chováním, spojeným s kouřením (DiFraza et al., 2006).

Užívání tabáku představuje pro populaci zdravotní (je spojeno s řadou nemocí) i ekonomickou zátěž (WHO, 2011). Pro zmírnění těchto dopadů v důsledku kouření je klíčové, aby se snížila prevalence užívání tabáku, zejména u dětí a mladistvých. U těch, kteří začnou kouřit až po osmnáctém roce, je již malá pravděpodobnost, že se stanou kuřáky (Ellickson et al., 2001). K tomu, aby se snížila prevalence užívání tabáku, jsou účinná celoplošná a koncepční opatření, mezi které bezpochyby patří i zavádění jednotných balení či obrázkových varování. K těmto opatřením přistupuje čím dál více států. V České republice je však míra těchto opatření nedostatečná (WHO, 2011). O tom hovoří i fakt, že Česká republika ratifikovala FCTC teprve v roce 2012 a možných opatřeních, která by bylo vhodné zavést, ale nejsou povinná, jako např. zvýšit daň tabákových výrobků, více omezit reklamu na tabákové výrobky, nevyužívá (Greplová, 2013). Česká republika se také doposud řídí pouze nejnutnějšími požadavky směrnic Evropské unie a nástroje, které není nutné aplikovat, nevyužívá (Kindl, 2013).

Dokumenty tabákového průmyslu ukazují, že výrobci cigaret pečlivě sledovali kuřácké návyky teenagerů v průběhu posledních několika desítek let. Mladí lidé hrají zásadní roli pro přežití tabákového průmyslu. Tyto dokumenty ukazují, že vlastnosti cigaretových značek (použití filtrů, málo dehtu, nevýrazná chuť, atd.), balení (velikost, barva a design), a reklama, (splňující mnoho aspirací dospívajících jako je svoboda, osvobození, atraktivita, dobrodružství, rebelie, sexuální přitažlivost a atraktivita...), byly vyvinuty za účelem apelovat na nové mladé kuřáky (Cummings et al., 2002).

Politiky, které se týkají označování a balení tabákových výrobků se ukázaly efektivní v opatřeních kontroly tabáku. Zavedení jednotného balení si klade za cíl zvýšit pozornost,

věnovanou zdravotním varováním a ostatním informacím na krabičce, redukovat chybné domněnky kuřáků, že některé produkty jsou více škodlivé než jiné a dále redukovat atraktivitu tabákového produktu pro děti i dospělou populaci (Hammond, 2014).

V souvislosti s následujícími cíli existují důkazy, dokládající efektivitu jednotného balení. Jedná se o zabránění nekuřákům začít kouřit, podporovat a motivovat nekuřáky přestat kouřit, dále jde o snahu snížit míru recidivy u těch, kteří již kouřit přestali. Jedná se taktéž o cíl omezit dopady kouření na společnost a chránit ji. To se týká zejména mladších 18let, kteří by měli být ochráněni před praktikami tabákového průmyslu (Hammond, 2014).

Tato práce se zabývá obaly cigaret v kontrole tabáku. Jejím cílem je sestavit aktuální přehled výsledků výzkumných studií, zabývajících se přístupem různých států světa v ovlivňování kuřáků prostřednictvím obalů a zjistit, jaké dopady na kuřáky mají legislativní opatření, týkající se jednotného balení a obrázkových varování. Prostřednictvím této práce bych chtěla dokázat, že zavádění legislativních opatření, propagujících obrázková varování na krabičkách cigaret a jednotná balení cigaret, se jeví jako efektivní. Výsledným produktem praktické části práce je tedy review, hlavním zdrojem dat je odborná literatura.

Tyto výstupy mají teoretické ukotvení v legislativních podkladech, zabývajících se obaly cigaret jak v mezinárodním, evropském, tak i v českém právu.

Tímto tématem se zabývám jak pro jeho aktuálnost a potřebnost výše zmíněných legislativních opatření, tak proto, že závěry citovaných výzkumů prakticky nejsou dostupné v českém jazyce.

# TEORETICKÁ VÝCHODISKA

## 2. Obaly cigaret v kontextu historie tabákové epidemie

Počátky kouření tabáku můžeme vysledovat ke starověkým civilizacím okolo roku 5000 – 3000 př. n. l. Rostlina se kouřila v rámci rituálních praktik v Severní i Jižní Americe, určitou formu tabáku kouřili také Mayové, Aztékové a nespočet dalších národů na západní polokouli. Počátek střetu mezi oběma kulturami kouření a počátky obchodního využití tabáku se datují k 13. století a jsou spojeny s okolnostmi příchodu objevitelů Nového světa (Gilman et Xun, 2006).

Kouření tabáku bylo bráno jako lék a tabák byl užíván také pro náboženské účely, brzy se však stalo jeho užívání vášní a tak elita začala kouřit pro potěšení. Tento luxus byl později přístupný i pro ostatní společenské vrstvy a kouření cigaret se tak postupně, především v první polovině 17. století rozšiřovalo mezi zbytek populace (Gilman et Xun, 2006).

Postupně se vyvíjela také forma užívání tabáku. Přes žvýkání, šňupání tabáku a kouření doutníků se začala rozmáhat výroba cigaret. Ve druhé polovině 19. století se začaly cigarety ručně vyrábět (Gilman et Xun, 2006) a s příchodem 20. století a vynálezem stroje na výrobu cigaret začala spotřeba tabáku vzrůstat tak, že můžeme hovořit o počátcích tabákové epidemie. Stejný člověk, který zmechanizoval výrobu cigaret, James Buchanan Duke, byl také prvním člověkem, který si uvědomil, že stejně důležitý jako samotný výrobek je i reklama. Díky pokrokům v oblastech rychlosti, počtu vyrobených cigaret a transportu, se zrodil prostor pro inzerci a reklamu. Síla moderní reklamy vycházela a dodnes také vychází zejména z psychologických a sociologických teorií doby. Spotřebitelé vycházeli ze sloganu „Vhodný pro každého“. Prostor pro reklamní ilustrace se rozvíjel především ve 20. století. Kouření značilo sílu, potěšení, touhu. Cigareta dle inzertů prý „uklidňovala nervy“, „poskytovala povzbuzení“, byla „nejlepším přítelem“, „podporovala zdravou výživu“, nabízela odpočinek (Brandit, 2006, p. 380). Moderní reklama se také zaměřovala na ženy a děti, neboť byla potřeba nových potencionálních konzumentů tabáku a kouření, spojováno s emancipací, se tak stalo na počátku 20. století znakem „Nové ženy“ (Gilman et Xun, 2006). Z tohoto faktu vyplývá, že obal cigaret, který je součástí reklamy je nepochybně prostředkem marketingu tabákového průmyslu, který nejenže reagoval na vývoj módy a vkusu, ale také tyto trendy sám vytvářel a agresivně je propagoval (Brandit, 2006). Důkazem je návrh prodejce cigaret Lucky Strike: „Vymyslete příběh pro redaktory módní rubriky, v němž by se psalo o významu krabiček a cigaretových špiček jakožto doplňků každé vkusně oblečené ženy. Totéž se týká fotografií. Propaganda vložená do příběhu...“ (Brandit, 2006, p. 383).

Již v 19. století však byla lékaři objevena rizika tabákového kouře pro lidské zdraví, avšak až po druhé světové válce se díky epidemiologickým studiím rakoviny plic Sira Richarda Dolla začaly objevovat kampaně veřejného zdravotnictví proti kouření.

V reakci na to Světová zdravotnická organizace začala roku 1977 usilovat o mezinárodní smlouvu o kontrole tabáku a v návaznosti na to se začaly rozvíjet kampaně za nekuřáctví a legislativní opatření (Gilman et Xun, 2006).

### 3. Kontrola tabáku v mezinárodním právu obecně

#### 3.1. Rámcová úmluva Světové zdravotnické organizace o kontrole tabáku

Rámcová úmluva Světové zdravotnické organizace o kontrole tabáku (anglicky Framework Convention on Tobacco Control, dále jen FCTC či Úmluva) je první mezinárodní světovou úmluvou o tabáku a veřejném zdraví, formulující právně závazné cíle a zásady, kterými se musí řídit země či organizace (označované jako smluvní strany), jež tuto úmluvu ratifikovaly, čímž vyjádřily souhlas s jejím prováděním. Úmluva byla přijata dne 21. 5. 2003 rezolucí Světového zdravotnického shromáždění (WHA) a v platnost vstoupila 27. 2. 2005 (Neubauerová, 2013). Dle nejnovějších údajů z webových stránek Světové zdravotnické organizace (aktualizováno 27. 3. 2014), má v současné době FCTC 178 smluvních stran, zahrnujících také Evropskou Unii. Nejnovější stranou je Etiopie, jež ji ratifikovala 23.6.2014. Rámcovou úmluvu dle informací na serveru WHO FCTC (2014) dodnes neratifikovaly státy, jako jsou USA, Argentina či Indonésie. Právě na tyto státy se zaměřuje tabákový průmysl.

Cílem úmluvy je ochrana lidského zdraví před negativními zdravotními, sociálními, globálními a ekonomickými důsledky spotřeby tabáku na celém světě. Potřebnost úmluvy vychází z faktů, týkajících se tabákové epidemie (viz kapitoly 1 a 2). Tuto epidemii ovlivňuje rozličné množství faktorů, proto se vytvořením tohoto mezinárodního dokumentu zefektivňuje kontrola tabáku (Reflektor Rámcové úmluvy o kontrole tabáku, 2008).

Mezi hlavní ustanovení FCTC (2003) patří zejména Snížení poptávky po tabáku (popsány ve člancích FCTC 6-14), snížení dostupnosti tabáku (ve člancích 15-17 FCTC) a další ustanovení, popsány ve člancích 18-26 FCTC (Neubauerová, 2013).

Úmluva stanovuje pouze všeobecné cíle a zásady v kontrole tabáku. Ty je třeba dále konkrétněji rozpracovat. Tyto závazky jsou značeny jako protokoly a jsou navrhovány smluvními stranami FCTC (Reflektor Rámcové úmluvy o kontrole tabáku, 2008).

Úmluva také ustanovuje dva hlavní orgány, dohlížející na fungování FCTC. Jedná se o Konferenci smluvních stran (Conference of the Parties, COP) a Sekretariát FCTC.

COP zasedá každé 2 roky a zastupuje také všechny smluvní strany, které FCTC ratifikovaly. Na základě zásad FCTC přijímá protokoly a směrnice, kontroluje dodržování Úmluvy a kontroluje zprávy o stavu implementace, které předkládá Sekretariát FCTC. Sekretariát tak COP a jejím pomocným orgánům asistuje.

Implementaci FCTC usnadňují Prováděcí pokyny (dále jen Pokyny), obsahující klíčové legislativní prvky, které jsou nezbytné k tomu, aby byla Úmluva účinně prováděna (Neubauerová, 2013). Pro účely této práce je klíčový prováděcí protokol ke článku 11 Úmluvy – Balení a označování tabákových výrobků a protokol ke článku 13 Úmluvy – Tabáková reklama, propagace a sponzorování.

### 3.1.1. Framework convention aliance

Na poli mezinárodní kontroly tabáku hraje důležitou roli také nevládní organizace Framework Convention Aliance (dále FCA), založena roku 1999, sdružuje 350 organizací ve většině zemí světa. FCA reprezentuje hlas občanů společnosti a podílí se na ratifikaci, vývoji, a implementaci FCTC. FCA má status pozorovatele FCTC, který ji opravňuje mj. zveřejnit doporučení pro zasedání COP (Tous, 2013).

### 3.1.2. MPOWER WHO

Ve snaze usnadnit jednotlivým zemím implementační proces FCTC, byla WHO vypracována tzv. opatření MPOWER. Tato opatření řeší v rámci šesti tematických okruhů obsah vybraných ustanovení FCTC. Jedná se o oblasti monitorování užívání tabáku, poskytnutí ochrany před tabákovým kouřem, pomocí přestat s užíváním tabáku, varováním před nebezpečím tabáku, prosazováním zákazu reklamy na tabákové výrobky a zvyšování daní z těchto výrobků.

Pro účely této práce je klíčový okruh Varování před nebezpečím spojeným s užíváním tabáku. Umístěním konkrétních varování na obaly tabákových výrobků bude docíleno zvýšení míry informovanosti kuřáků o zdravotních rizicích spojených s kouřením. K snížení prevalence kouření může dojít také prostřednictvím cílených vzdělávacích kampaní a spoluprací s médii (Neubauerová, 2013).

## 3.2. Obaly cigaret ve vztahu k mezinárodnímu právu

Dobře navržené zdravotní varování a zprávy jsou součástí řady účinných opatření, vedoucích ke sdělení zdravotních rizik a ke snížení spotřeby tabáku.

Pro účely této práce jsou nejvýznamnější především články 11 FCTC upravující podmínky „*Balení a označování tabákových výrobků*“ a dále článek 13 FCTC s názvem „*Reklama, propagace a sponzorování reklamními společnostmi*“.

Ve spojitosti s obaly cigaret, zejména se zdravotním varováním, je třeba zmínit, že v odstavci (dále odst.) 4, písmene (dále písm.) b článku (dále čl.) 13 FTCT (2003) je uvedeno, že každá smluvní strana v souladu se svou Ústavou nebo ústavními předpisy bude požadovat, aby „*zdravotní nebo další vhodná varování nebo sdělení doprovázela veškerou reklamu tabáku a, dle potřeby, jeho propagaci a sponzorování tabákovými společnostmi*“.

### 3.2.1. Umístění

Čl. 11, odst. 1, písm. b (iii) Úmluvy stanovuje, že každá smluvní strana přijme a provede účinná opatření k zajištění toho, aby zdravotní varování a zprávy byly velké, jasné, viditelné a čitelné. Umístění a uspořádání zdravotních varování a zpráv na obalu by mělo zajistit maximální viditelnost.

Varování by mělo být jak na přední, tak na zadní straně balení, nejlépe v horní, viditelnější části, a obrázky by měly být kontrastní a barevné. Jako efektivní se jeví pravidelně střídání několika variant varování (body 12-22, Pokyny čl. 11 FCTC, 2008). Dále by mělo popisovat konkrétní choroby, které jsou spojeny s kouřením (bod 8, Pokyny čl. 11 FCTC, 2008).

Dle bodů 9-10 Pokynů by mj. měly smluvní strany zvážit, zda kromě základních zdravotních varování a zpráv podle odst. 8 neuvést další zdravotní varování a zprávy i na ostatní strany obalu. Také by mělo být zajištěno, aby žádná část zdravotních varování a zpráv dle požadavků článku 15 Úmluvy nebyla kryta (např. kolký).

### 3.2.2. Tvar

V článku 11.1 (b) (iv) Úmluvy je stanoveno, že zdravotní varování musí pokrýt alespoň 30 % hlavní plochy balení tabákového výrobku, doporučuje se však 50% a více. Bod č. 12 Pokynů ke čl. 11 FCTC hovoří o tom, že vzhledem k důkazům o účinnosti zdravotních varování, která rostou s jejich velikostí, by smluvní strany měly zvážit použití zdravotních varování a zpráv v pokrytí co největší části hlavní plochy. Text varování by měl tučný, čitelný a ve viditelné barvě. Bod 13 Pokynů pojednává o tom, že pokud je požadováno ohraničení varování, mělo by být procento, zabírající orámování při procentuálním výpočtu, přidáno k celkovému procentu prostoru obsazeného zdravotními varováními.

Jako účinný efekt se jeví použití odstrašujících obrázků na obalech tabákových výrobků. Zavedení těchto opatření spatřují výhodu v tom, že vláda na ně nemusí vynaložit prostředky z národních rozpočtů (Pokyny čl. 11, odst. 12, FCTC, 2008).

### 3.2.3. Barva

Dle bodu 18 Pokynů FCTC (2008) použití barvy, na rozdíl od černé a bílé, ovlivňuje celkovou pozornost prvků obrázkových zdravotních varování a zpráv. Proto by měly smluvní strany pro účely zdravotních varování raději než bílou a černou požadovat plně barevný tisk. Kontrastující barva pozadí zvýší zaznamenání a čitelnost prvků textu zdravotních varování.

### 3.2.4. Obrázky

Čl. 11, odst. 1 body b) Úmluvy stanoví, že zdravotní varování a zprávy značené na obalech tabákových produktů, mohou být uvedeny ve formě obrázků nebo piktogramů. Text v bodu 14 v Pokynech čl. 11 FCTC (2008) hovoří o tom, že dle důkazů jsou zdravotní varování a zprávy, které obsahují jak obrázky, tak text, mnohem účinnější než ty, kde je uveden pouze text. Smluvním stranám je doporučeno zvážit použití obrázkových zdravotních varování na obou zobrazovacích plochách tabákového obalu.

Smluvní strany by taktéž měly zvolit kulturně vhodné obrázky nebo piktogramy a vyžadovat jejich značení na tabákových obalech v plné barvě.

Bod 15 Pokynů k čl. 11. FCTC (2008) uvádí, že v porovnání textového a obrázkového zdravotního varování, jsou obaly obsahující varování obrázkové:

- s větší pravděpodobností zaznamenány

- hodnoceny kuřáky tabáku jako více efektivní
- s větší pravděpodobností zůstanou déle nápadné a výrazné
- lépe informují o zdravotních rizicích spojených s kouřením tabáku
- podněcují více přemýšlet o zdravotních rizicích spojených s kouřením a možnosti přestat
- zvyšují motivaci a myšlenky o pokusu přestat kouřit
- jsou spojeny s více pokusy přestat kouřit

V bodech 16 výše zmíněných Pokynů je dále uvedeno, že obrázkové zdravotní varování pravděpodobně naruší vliv značky tabákového průmyslu na balení, a sníží tak celkovou atraktivitu obalu.

### 3.2.5. Obsah varování

Informace o obsahu varování jsou obsaženy v bodech 23-27 Pokynů FCTC (2008). Zde je uvedeno, že použití řady zdravotních zpráv a varování zvyšuje pravděpodobnost dopadů na různé typy lidí. Měly by být řešeny otázky, týkající se škodlivosti tabáku na zdraví, vlivu expozice tabákovému kouři, poradenství při rozhodnutí přestat kouřit, návykové povaze tabáku či dopadů užívání tabáku na druhé.

Smluvní strany by dále měly zvážit inovativní obsah zpráv, týkajících se nepříznivých výsledků v oblasti životního prostředí a tabákového průmyslu. Varování by mělo být sděleno efektivně – autoritativním a informativním, ale nikoli kritickým tónem. Sdělení by měla být také jednoduchá, jasná, stručná, vyjádřena jazykem dané kultury.

Zdravotní varování a zprávy budou pravděpodobně účinnější, pokud budou vytvářet negativní emoce, a to zvláště v kombinaci s informacemi zaměřenými na zvýšení motivace a sebevědomí ve schopnosti kuřáků přestat. Přispět uživatelům tabáku ke změně jejich chování může např. adresa webové stránky nebo číslo bezplatné telefonní linky pro pomoc s odvykáním kouření.

Dle FCTC značení tabákových výrobků nesmí „vytvářet nesprávný dojem, že daný tabákový výrobek je méně škodlivý než jiné tabákové výrobky. Jedná se zejména o pojmy jako: „*low tar (nízký obsah dehtu), light, ultra light či mild*“ (čl. 11, odst. 1, bod a, FCTC).

FCTC též vyžaduje, aby byly na balení tabákových výrobků uvedeny informace o významných složkách tabákových výrobků včetně jejich emisí dle definování příslušnými národními orgány“ (čl. 11 odst. 2, FCTC, 2003).

V bodu 7, v Pokynech čl. 11 FCTC (2008) je dále uvedeno: „*Většího varování s obrázky si lze pravděpodobněji všimnout, lépe informuje o zdravotních rizicích, podněcuje silnější emocionální odezvu a zvyšuje motivaci konzumentů tabáku k tomu, aby s kouřením přestali, a snižuje jejich spotřebu tabáku.*“ V některých zemích mohou být obrázky dobrým nástrojem, jak zpřístupnit informace i negramotným lidem (bod 14, Pokyny čl. 11 FCTC, 2008), dětem a mladistvým (bod 7, Pokyny čl. 11 FCTC, 2008).

V bodu 46 Pokynů FCTC je smluvním stranám doporučeno zvážit možnosti jednotného balení tabákových výrobků. To je dále rozvedeno v bodech 15 až 17 Pokynů čl. 13, FCTC (2008).

### 3.3. Jednotné balení (Plain package)

Pojem jednotné balení (v angličtině Plain package) se vztahuje k obalu, který omezuje nebo zakazuje použití loga, barev, image značky či propagačních informací na obalech cigaret (Cunningham, 2014). Deník Irish Sun (2014) popisuje jednotné balení jako formu marketingového omezení. Navzdory rozdílným značkám a variacím je díky regulaci jednotného balení barva obalu standardizovaná, uniformní. Název značky cigaret má nejen určenou velikost, barvu a font písma, ale také umístění na obalu. Právně pověřené informace, jako jsou zdravotní varování, obsah toxických složek v cigaretě, a informace o dani, zůstávají. Regulací se také standardizuje šířka a tvar balíčku cigaret.

Obrázky jsou účinnější než textová varování a také jsou (zejména pro mladé lidi) méně atraktivní. Dále přispívají k lepší informovanosti o vlivu tabákových výrobků na lidské zdraví a pomoci, když se kuřáci rozhodnou přestat kouřit (Králíková, 2013).

Jednotné balení je také důležitou součástí prevence kouření, neboť zejména děti a dospívající dají na vnější dojem obalů cigaret. Proto při úspěšné prevenci není možné spolupracovat s tabákovým průmyslem, jehož výrobky jsou původcem tabákové epidemie, neboť výrobci cigaret se snaží mladými lidmi nahradit ty, kteří již jejich výrobky neužívají. Jednotné balení cigaret je tak v naprosté kontraindikaci k činnosti tabákového průmyslu (Králíková, 2013).

#### 3.3.1. Historie jednotného balení

V roce 1989 legislativní orgány na Novém Zélandě poprvé doporučily, že by se cigarety měly prodávat pouze v bílém balení s černým textem a bez barvy nebo loga (Raw et al., 1993).

Roku 1990 byl v Kanadě vytvořen návrh na obaly tabákových výrobků. Parlamentní výbor po přezkoumání důkazů dospěl k závěru, že jednotný obal může být rozumným krokem ve strategii snížení tabákové spotřeby. Výbor doporučil tento návrh implementovat, avšak díky lobování tabákového průmyslu a změny vládních ministrů bylo od tohoto návrhu upuštěno (Dangoor, 1994).

První zemí, která přijala jednotné balení, byla Austrálie. Stejně vypadající krabičky jsou v prodeji od prvního prosince 2012. Následně tabákový průmysl neúspěšně žaloval australskou vládu za omezení práva používat registrované logo (Králíková, 2013).

Thompson, J. (2011) uvádí, že dle vládních výzkumů je olivově zelená barva nejméně atraktivní, obzvláště pro mladé lidi, proto je tato barva použita u jednotných balení. Ukázka jednotného australského balení je k nalezení v příloze č. 1 na konci této práce.

Dle internetového deníku Irish Sun (2014) první zemí v Evropské unii a druhou zemí světa s jednotným balením se od 10. června 2014 stalo i Irsko. Ve vládním návrhu z tohoto dne s názvem „*Public Health (Standardised Packaging of Tobacco) Bill 2014*“, irský Ministr zdravotnictví zveřejnil podrobnosti o tomto rozhodnutí.

Zavedení jednotných balení zvažují i další země jako jsou například Kanada, Norsko a Indie (Zappone, 2012), Francie (Heurataut, 2012), Nový Zéland (Tariana, 2013), Turecko (Harvey, 2011) či Velká Británie (Department of health's quality, 2011).



### 3.3.2. Článek 13 FCTC pokynů

Jak je již zmíněno výše, v bodu Pokynů čl. 13, FCTC (2008) je rozvedeno doporučení zvážit možnosti jednotného balení tabákových výrobků.

Dle bodů 15 – 17 Pokynů čl. 13, FCTC (2008) je balení důležitým prvkem propagace a reklamy. Balení často láká spotřebitele, rozvíjí a podporuje identitu značky – pomocí loga, barvy, obrázků, tvarem, velikostí balení či fontu písma.

Vliv reklamy na obalech lze eliminovat jednotným obalem. Je doporučeno obal zkonstruovat v podobě černé a bílé barvy, či dvou jinak kontrastujících barev. Obal má obsahovat „*pouze název značky, název výrobku a/nebo jméno výrobce*“. Dále má zobrazovat informace o množství produktu v obalu a zdravotní varování. Jednotná balení nezobrazují logo tabákové značky, mají předepsaný styl a velikost písma a dále také standardizovaný tvar, velikost a materiál, jak je již zmíněno výše. Přijetím jednotného balení mluvnickými stranami se vyloučí vliv reklamy či propagace na obalu (Body 15-17 Pokynů čl. 13, FCTC, 2008).

### 3.4. Obrázková zdravotní varování

Přibližně od šedesátých let 20. století se na krabičkách cigaret objevují textová zdravotní varování. Obrázková varování se začala objevovat s rokem 2001 a jako průkopníka tohoto fenoménu můžeme uvést Kanadu. V současné době formu obrázkových varování implementovalo ve svých zákonech již více než 60 zemí (Králíková, 2013). Ukázka obrázkového varování v Kanadě je uvedena v příloze č. 2 na konci této práce.

Cunningham v únoru 2014 ve svém mezinárodním shrnutí, týkající se velikosti obrázkových balení na obalech cigaret popisuje, že v současné době má zdravotní varování na obalech tabákových výrobků minimálně 60 zemí. Níže jsou uvedeny tabulky s aktualizovanými daty, zabývajícími se velikostí obrázkových varování (Cunningham, 2014). V tabulce č. 1 níže jsou uvedena data implementace obrázkových varování v daných státech, další letopočty v tomto sloupci pak udávají datum revize, kdy se obrázková varování mění. Tabulka č. 2 shrnuje velikosti obrázkových varování, pokrývajících přední i zadní plochu obalu cigaret zvlášť, čísla v posledním sloupci udávají průměrnou velikost obrázkového varování celé plochy krabičky a jsou udávána v procentech.

**Tabulka 1**

Země, které přijaly obrázková varování na obalech cigaret (podle Cunningham, 2014).

	Stát	Rok implemmentace		Stát	Rok implemmentace
1.	Kanada	2001, 2012	34.	Mexiko	2010, 2011, 2012
2.	Brazílie	2002, 2004, 2009	35.	Norsko	2011
3.	Singapur	2004, 2006, 2013	36.	Malta	2011
4.	Thajsko	2005, 2007, 2010, 2013	37.	Francie	2011
5.	Venezuela	2005, 2009	38.	Guernsey	2011
6.	Jordánsko	2006, 2013	39.	Španělsko	2011
7.	Austrálie	2006, 2012	40.	Bolívie	2011
8.	Uruguay	2006, 2008, 2009, 2010, 2012	41.	Jersey	2010
9.	Panama	2006, 2009, 2010, 2012	42.	Ukrajina	2012
10.	Belgie	2006, 2011	43.	Honduras	2012
11.	Chile	2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012	44.	Madagaskar	2012, 2013
12.	Hongkong	2007	45.	Dánsko	2012
13.	Nový Zéland	2008	46.	Ekvádor	2012
14.	Rumunsko	2008	47.	Argentina	2012
15.	Velká Británie	2008	48.	Bahrajn	2012
16.	Egypt	2008, 2010, 2012	49.	Kuvajt	2012
17.	Brunej	2008, 2012	50.	Omán	2012
18.	Cookovy ostrovy	2008	51.	Katar	2012
19.	Irán	2009	52.	Saúdská Arábie	2012
20.	Malajsie	2009	53.	SAE	2012
21.	Tchaj-wan	2009	54.	Maďarsko	2012
22.	Peru	2009, 2011	55.	Macao	2013
23.	Džibutsko	2009	56.	Island	2013
24.	Mauricius	2009	57.	Irsko	2013
25.	Indie	2009, 2011, 2013	58.	Rusko	2013
26.	Kajmanské ostrovy	2009	59.	Kazachstán	2013
27.	Litva	2010	60.	Seychely	2013
28.	Pákistán	2010	61.	Fidži	2013
29.	Švýcarsko	2010	62.	Vietnam	2013
30.	Lichtenštejnsko	2010	63.	Indonésie	2014
31.	Mongolsko	2010	64.	Srí Lanka	2014
32.	Kolumbie	2010, 2011, 2012	65.	Nepál	2014
33.	Turecko	2010	66.	Šalamounovy ostrovy	2015
			67.	Trinidad a Tobago	2015

**Tabulka 2**

Velikost obrázkových varování na obalech cigaret v daných zemích (podle Cunningham, 2014).

	Stát	Velikost varování (v %)				Stát	Velikost varování (v %)		
		Přední strana	Zadní strana	Průměr			Přední strana	Zadní strana	Průměr
1.	Austrálie	75	90	82,5	36.	Argentina	50	50	50
2.	Uruguay	80	80	80	37.	Bahrajn	50	50	50
3.	Srí Lanka	80	80	80	38.	Kuvajt	50	50	50
4.	Kanada	75	75	75	39.	Omán	50	50	50
5.	Brunej	75	75	75	40.	Katar	50	50	50
6.	Nepál	75	75	75	41.	Saúdská Arábie	50	50	50
7.	Mauricius	60	70	65	42.	Sp. arabské emiráty	50	50	50
8.	Mexiko	30	100	65	43.	Macao	50	50	50
9.	Nový Zéland	30	90	60	44.	Seychely	50	50	50
10.	Cookovy ostrovy	30	90	60	45.	Vietnam	50	50	50
11.	Ekvádor	60	60	60	46.	Šalamounovy ostrovy	70	30	50
12.	Fidži	30	90	60	47.	Trinidad a Tobago	50	50	50
13.	Belgie*	48	63	56	48.	Albánie	50	50	50
14.	Švýcarsko*	48	63	56	49.	Kamerun	50	50	50
15.	Lichtenštejnsko*	48	63	56	50.	Ghana	50	50	50
16.	Thajsko	55	55	55	51.	Rumunsko	43	53	48
17.	Turecko*	65	43	54	52.	Velká Británie	43	53	48
18.	Irsko*	45	58	52	53.	Litva	43	53	48
19.	Finsko*	45	58	52	54.	Norsko*	43	53	48
20.	Kyrgyzstán	52	52	52	55.	Guernsey*	43	53	48
21.	Brazílie	100/0	0/100	50	56.	Španělsko	43	53	48
22.	Singapur	50	50	50	57.	Jersey*	43	53	48
23.	Venezuela	100/0	0/100	50	58.	Island*	43	53	48
24.	Panama	50	50	50	59.	unilingual EC*	43	53	48
25.	Chile	50	50	50	60.	Pákistán	40	40	40
26.	Hongkong	50	50	50	61.	Rusko	30	50	40
27.	Egypt	50	50	50	62.	Kazachstán	40	40	40
28.	Írán	50	50	50	63.	Indonésie	40	40	40
29.	Malajsie	40	60	50	64.	Malta	32	45	38,5
30.	Peru	50	50	50	65.	Tchaj-wan	35	35	35
31.	Džibutsko	50	50	50	66.	Francie	30	40	35
32.	Bolívie	50	50	50	67.	Jordánsko	33	33	33
33.	Ukrajina	50	50	50	68.	Mongolsko	33	33	33
34.	Honduras	50	50	50	69.	Kolumbie	30	30	30
35.	Madagaskar	50	50	50	70.	Indie	40	0	20

V souladu s Cunninghamovými (2014) tabulkami je níže přiloženo několik poznámek k tabulkám č. 1 a 2:

- U států označených symbolem hvězdičky \* v tabulce č. 1 je v celkovém počtu procent zahrnuta i plocha rámečku, lemujícího obrázkové varování
- Obrázková varování na Cookových ostrovech jsou v souladu s australskými nebo novozélandskými požadavky
- Austrálie vyžaduje kromě pokrytí 90 % plochy varováním na zadní straně balíčku také 10 % spodní části zadní strany obalu pokrytí prohlášením o nebezpečí vzniku požáru
- Implementace obrázkových varování v Thajsku a na Srí Lance byla odložena

Cunningham (2014) také zmiňuje, že příprava legislativy, zabývající se obrázkovými varováními již v mnoha státech probíhá nebo se plánuje.

Jím zpracovaná data taktéž uvádí informace, že jednotlivé sety obrázků se obměňují vždy po 12měsících, a to zejména ve státech Austrálie, Belgie, Nový Zéland (ukázka obrázkového varování v příloze č. 3 na konci dokumentu) a Trinidad a Tobago. Po roce se obrázková varování mění ve Švýcarsku a Lichtenštejnsku.

Z tabulky dále vyplývá, že první zemí, která implementovala do své legislativy obrázková varování, byla Kanada. Hned za ní se drží Brazílie a Singapur. Průměrně největší plochu obrázkových varování, pokrývajících obal cigaret mají v Austrálii a Uruguayi. (Ukázka takového varování je k nalezení v příloze č. 4 na konci dokumentu). Naopak nejmenší plochu s varováními z výše jmenovaných států využívají Norsko, Jersey a Island.

## 4. Kontrola tabáku v unijním právu EU obecně

Politiky Evropské unie (dále jen EU) v kontrole tabáku staví na třech pilířích. Jsou jimi legislativa, kampaně a mezinárodní úmluvy.

Legislativa si za cíl klade regulovat tabákové výrobky a sladit s nimi spojené evropské standardy. Dále informovat veřejnost a regulovat marketing tabákových výrobků na trhu v rámci EU. EU spolupracuje také s FCTC a členské státy EU se aktivně podílí na procesu implementace FCTC (Neubauerová, 2013).

Dvěma klíčovými legislativami EU jsou v současné době směrnice o tabákových výrobcích (směrnice Evropského parlamentu a Rady 2001/37/ES ze dne 5. června 2001 o sblížení právních a správních předpisů členských států týkajících se výroby, obchodní úpravy a prodeje tabákových výrobků) a dále směrnice o tabákové reklamě (směrnice Evropského parlamentu a Rady 2003/33/ES ze dne 26. května 2003 o sblížení právních a správních předpisů členských států týkajících se reklamy na tabákové výrobky a sponzorství souvisejícího s tabákovými výrobky). Směrnici 2001/37/ES má však brzy nahradit směrnice nová. Jedná se o směrnici Evropského parlamentu a Rady 2014/40/EU o sblížení právních a správních předpisů členských států týkajících se výroby, obchodní úpravy a prodeje tabákových a souvisejících výrobků (viz kapitola 3.2.1.2. níže).

### 4.1. Obaly cigaret ve vztahu k unijnímu právu

Důležité je zmínit směrnice 2001/37/ES, stanovující požadavky označování obalů tabákových výrobků a maximální množství obsah dehtu, nikotinu a oxidu uhelnatého u cigaret. Tuto část směrnice kopíruje vyhláška 344/2003 Ministerstva zemědělství a je podrobněji popsána v kapitole 2.3.1.1. s názvem Oblast výroby cigaret.

#### 4.1.1. Kombinované varování

V rámci zmocnění čl. 5 odst. 3 směrnice 2001/37/ES (dále v této kapitole jen směrnice) přijala Komise rozhodnutí 2003/641/ES ze dne 5. září 2003 o používání barevných fotografií nebo jiných ilustrací, sloužících jako zdravotní varování na obalech tabákových výrobků.

Bylo zavedeno tzv. kombinované varování, které sestává z textu a fotografie či ilustrace. Doporučení tohoto varování je členským státům pouze doporučeno (což se podstatně změní s platností směrnice 2014/40/EU, 2014), přičemž dle odstavce 6 směrnice je k dispozici několik barevných variant s ohledem na kulturní odlišnosti v rámci EU.

Článek 4 směrnice (2001) potom dále rozvádí používání kombinovaných varování. Ty mají dle písmen b, e odst. 2, čl. 4 dané směrnice zabírat celý povrch vyhrazený pro další zdravotní varování (popsané v tabulce č. 2.) a mají být umístěna rovnoběžně s horním okrajem balení. Varování dále mají být ohraničena černým okrajem širokým minimálně 3 mm a maximálně 4 mm. Tento okraj by neměl narušovat text či obrázek. Kombinované varování má pokrývat alespoň 40%

vnější plochy druhého nejvíce viditelného povrchu obalu tabákového výrobku (odst. 3, čl. 4, směrnice 2001/37/ES, 2001).

Fotografie k výběru jsou k dispozici ve zdrojových dokumentech Komise. V čl. 4 odst. směrnice (2001) se stanovuje, že „kombinovaná varování mohou obsahovat jiné vizuální prvky, jako jsou loga s telefonními čísly nebo bez nich, e-mailové adresy a/nebo internetové stránky k informování spotřebitelů...“.

Technická specifikace a konkrétní vzory varování jsou k nalezení v příloze rozhodnutí Komise (2005) o elektronické knihovně vybraných zdrojových dokumentů, které obsahují barevné fotografie nebo jiné ilustrace pro každé z dalších varování uvedených v příloze I směrnice Evropského parlamentu a Rady 2001/37/ES.

V bodu 4 preambule tohoto rozhodnutí stojí: „Za účelem různorodosti obrázků, od racionálních po emocionální, a na základě výsledků předběžných testů byly pro každé ze 14 dalších varování vybrány tři obrázky, které se po provedených testech jeví jako nejúčinnější“.

#### 4.1.2. Nová směrnice Evropského parlamentu

Evropský parlament a Rada Evropské unie s ohledem na Smlouvu o fungování Evropské unie přijaly dne 3. 4. 2014 novou směrnici. Jedná se o směrnici Evropského parlamentu a Rady 2014/40/EU o sblížení právních a správních předpisů členských států týkajících se výroby, obchodní úpravy a prodeje tabákových a souvisejících výrobků a o zrušení směrnice 2001/37/ES.

Tato směrnice byla schválena Evropským parlamentem v březnu roku 2014 s ohledem na Smlouvu o fungování Evropské unie, a zejména s ohledem na čl. 53 odst. 1 a články 62 a 114 této smlouvy. Nahrazení stávající směrnice 2001/37/EC směrnici novou je předpokládáno od května 2016.

Nahrazovat se bude z nutnosti stanovení řady nových definic a změn, aby mohlo být zajištěno jednotné uplatňování nové směrnice členskými státy EU v souladu s FCTC (bod 9 směrnice 2014/40/EU, 2014). „V určitých oblastech, na které se vztahuje směrnice 2001/37/ES, je členskými státy právně nebo fakticky znemožňováno, aby účinně přizpůsobily své právní předpisy novému vývoji...“ (odst. 3 preambule směrnice 2014/40/EU, 2014).

Pro lepší orientaci v problematice si zde dovoluji vysvětlit základní pojmy týkající se balení.

V odst. 29 čl. 2 směrnice 2014/40/EU (2014) se „vnějším balením“ rozumí jakýkoliv obal, ve kterém jsou tabákové výrobky nebo související výrobky uváděny na trh a který obsahuje jednotkové balení nebo soubor jednotkových balení; transparentní obaly se nepovažují za vnější balení. Jednotkové balení je nejmenší jednotlivé balení tabákového nebo souvisejícího výrobku, který je uveden na trh (odst. 30, čl. 2, 2014/40/EU, 2014).

Dle odstavce 10 preambule nové směrnice, stanovila předchozí směrnice (2001/37/ES) maximální hodnoty pro obsah dehtu, nikotinu a oxidu uhelnatého v cigaretách. Tyto hodnoty zůstávají i nadále zachovány.

Cílem nové směrnice je sblížit právní a správní předpisy členských států v oblastech, které se týkají složek a emisí tabákových výrobků a příslušných povinností oznamování, označování a balení tabákových výrobků včetně zdravotních varování, přeshraničního prodeje tabákových výrobků na dálku, zákazu uvádět na trh tabákové výrobky pro orální užití, povinnosti oznámit nové

tabákové výrobky a také uvádění na trh a označování zejména elektronických cigaret (Hlava I., článek 1, směrnice 2014/40/EU, 2014).

Mělo by být usnadněno fungování vnitřního trhu s tabákovými a souvisejícími výrobky. Základní myšlenkou je zabezpečit ochranu lidského zdraví. To se týká zejména mladých lidí. Dále se usiluje o to, aby byly plněny povinnosti Unie dle FCTC (Hlava I., článek 1, směrnice 2014/40/EU, 2014).

Pro účely této práce je důležitý bod b, čl. 1 hlavy I. směrnice 2014/40/EU, týkající se *„některých aspektů označování a balení tabákových výrobků včetně zdravotních varování, která musí být uvedena na jednotkových baleních tabákových výrobků a jakémkoliv vnějším balení, jakož i opatření týkajících se sledovatelnosti a bezpečnostních prvků, které se použijí na tabákové výrobky v zájmu zajištění jejich souladu s touto směrnicí“*.

#### **4.1.2.1. Označování a balení cigaret**

Označováním a balením cigaret se zabývá čl. 8, kapitoly II směrnice 2014/40/EU (2014). Uvádí, že na každém jak jednotkovém, tak každém vnějším balení tabákového výrobku musí být uvedeno zdravotní varování a jsou zde uvedena opatření, která mají zajistit jeho viditelnost a zabránit narušení či odstranění varování.

V odst. 5 téhož čl. jsou dále popsány rozměry zdravotních varování, které se dle čl. 9, 10, 11, 12 vypočítávají dle povrchu balení. Pro účely této práce však budou popsány pouze čl. 9 a 10, neboť pouze tyto bezprostředně souvisí s obaly cigaret.

Dle odst. 6 čl. 8 kapitoly II směrnice 2014/40/EU (2014) mají být varování obalů cigaret lemovaná černým okrajem. Ten má být široký 1 mm uvnitř povrchu, který je vyhrazen pro toto varování.

#### **4.1.2.2. Obecná varování a informační sdělení na tabákových výrobcích ke kouření**

Obecná varování jsou popsána v čl. 9 Směrnice 2014/40/EU (2014). Na každém jednotkovém či vnějším balení tabákového výrobku se dle odst. 1 tohoto čl. uvede jedno z následujících varování: *„Kouření zabíjí – přestaňte nyní“* a *„Kouření zabíjí“*. Tato varování jsou nazvána jako obecná a o výběru použití rozhodnou členské státy.

Také se na každém jednotkovém i vnějším balení tabákového výrobku uvede následující sdělení: *„Tabákový kouř obsahuje přes 70 látek, které prokazatelně způsobují rakovinu“* (odst. 2, čl. 9, Směrnice 2014/40/EU, 2014).

Jedná-li se o balíčky cigaret v balení kvádrového tvaru, potom se obecné varování nachází ve spodní části jedné z bočních stran jednotkových balení. Informační sdělení se pak nachází ve spodní části druhé boční strany. Zdravotní varování mají být nejméně 20 mm široká (odst. 3, čl. 9, Směrnice 2014/40/EU, 2014). V tomto odstavci se také popisuje, že u balení, které má krabičku se sklopným víčkem, kdy se boční strany rozdělí na dvě části po otevření, se celé obecné varování i s informačním sdělením nacházejí na té části rozděleného povrchu, která je větší. Obecné

varování se potom nachází ještě na vnitřní straně horní části daného povrchu – tj. na té, která je po otevření balení vidět. Boční strana takového typu balení měří na výšku alespoň 16 mm. Obecné varování i informační sdělení musí pokrývat polovinu obsahu ploch, na kterých jsou vytištěna. Dle odst. 4, čl. 9 směrnice 2014/40/EU (2014) mají tato varování a sdělení být vytištěna černým tučným písmem Helvetica, a to na bílém podkladu. Jednotlivé členské státy mohou rozhodovat o tom, jak bude písmo velké. Dále mají být umístěna ve středu povrchu, který je pro ně vyhrazen.

#### **4.1.2.3. Kombinovaná zdravotní varování pro tabák ke kouření**

V textu nové směrnice (2014) je uvedeno, že dle důkazů velké kombinované zdravotní varování složené z textového varování a odpovídající barevné fotografie jsou účinnější, než varování sestávající pouze z textu. Krom toho by kombinovaná zdravotní varování měla být povinná v celé EU a zahrnovat výrazné a viditelné části povrchu jednotlivých balení.

Odst. 1, čl. 10 směrnice (2014) uvádí, že *„na každém jednotkovém balení tabákového výrobku ke kouření a jakémkoliv vnějším balení musí být uvedena kombinovaná zdravotní varování“*, přičemž tato varování musí obsahovat jedno textové varování uvedeno v příloze I této směrnice (viz tabulka č. 3.) a dále příslušnou barevnou fotografii. Tyto fotografie jsou specifikovány v knihovně obrazových varování v příloze II zmiňované směrnice.

Varování dále musí zahrnovat informace, týkající se odvykání kouření, které informují o pomoci při odvykání kouření. Jedná se např. o telefonní čísla, emailové adresy, webové stránky aj. V písm. c tohoto čl. je dále stanoveno, že příslušná varování mají pokrývat *„65 % vnějšího povrchu přední i zadní strany jednotkového balení a jakýchkoliv vnějších balení. Na baleních cylindrického tvaru jsou dvě kombinovaná zdravotní varování v rovnoměrné vzdálenosti od sebe a každé zdravotní varování pokrývá 65 % své poloviny zaobleného povrchu“*.

V písm. d až f odst. 1 čl. 10 směrnice 2014/40/EU (2014) jsou dále specifikovány informace o umístění varování (ty mají být zobrazeny na obou stranách balení a nacházet se na horním okraji balení) a o výjimkách některých členských států.

Bod 1 tohoto čl. také uvádí rozměry krabiček. Ty mají být vysoké nejméně 44 mm a široké nejméně 52 mm.

Odst. 2 této směrnice (2014) popisuje, že kombinovaná zdravotní varování se dle pokynů uvedených v příloze II seskupí do tří souborů. Tyto soubory se budou každým rokem střídat. Členské státy pak mají povinnost zajistit používání variací jednotlivých kombinovaných zdravotních varování u jednotlivých značek tabákových výrobků pokud možno ve stejném počtu.

Technická specifikace a tvar těchto varování jsou vymezeny Komisí prostřednictvím jejich prováděcích aktů (odst. 4, čl. 10, směrnice 2014/40/EU, 2014).

Článek 14 směrnice (2014) upravuje vzhled a obsah jednotkových balení. Ty musí mít kvádrový tvar a obsahovat alespoň 20 ks cigaret.



### Tabulka 3

Seznam textových varování uvedených v čl. 10 a čl. 11 odst. 1 Směrnice 2014/40/EU

Kouření je příčinou rakoviny plic v 9 z 10 případů
Kouření způsobuje rakovinu úst a krku
Kouření poškozuje Vaše plíce
Kouření způsobuje infarkt
Kouření způsobuje mrtvici a zdravotní postižení
Kouření ucpává Vaše tepny
Kouření zvyšuje riziko oslepnutí
Kouření poškozuje Vaše zuby a dásně
Kouření může zabít Vaše nenarozené dítě
Svým kouřem škodíte Vaším dětem, rodině a přátelům
U dětí kuřáků je vyšší pravděpodobnost, že začnou kouřit
Přestaňte nyní – zůstaňte naživu pro své blízké
Kouření snižuje plodnost
Kouření zvyšuje riziko impotence

## 5. Kontrola tabáku v českém právu obecně

Právní úprava kontroly tabáku je oblast práva, která se vyvíjí na celosvětové, unijní i národní úrovni. Jedná se o soubor právních norem, usilujících o ochranu před kouřením a o celkové snížení spotřeby tabáku a jeho škodlivých dopadů v oblastech zdravotní, ekonomické a sociální. Tyto normy obsahují národní předpisy a musí naplňovat minimální požadavky práva unijního a mezinárodního (Kindl, 2013).

Kontrolu tabáku tak můžeme rozdělit do tematických okruhů, regulujících výrobu, zdanění, prodej, reklamu a zákazy kouření (Kindl, 2013). Pro účely této práce je směrodatná především oblast výroby, neboť do této kategorie spadá taktéž regulace balení tabákových výrobků a dále oblast reklamy, neboť obaly cigaret v reklamě hrají důležitou roli.

### 5.1. Obaly cigaret ve vztahu k českému právu

#### 5.1.1. Oblast výroby cigaret

Výroba tabákových výrobků je na národní úrovni regulována zákonem č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů. Dále je tato oblast regulována vyhláškami Ministerstva zemědělství, a to zejména vyhláška 344/2003 Sb. ze dne 30. září 2003, kterou se stanoví požadavky na tabákové výrobky a vyhláška 113/2005 Sb. ze dne 4. března 2005 o způsobu označování potravin a tabákových výrobků.

Paragraf 3 vyhlášky 344/2003 Sb. mimo jiné uvádí požadavky označování obalů tabákových výrobků, hovoří se zde o tom, jakým způsobem se na obal uvedou údaje o obsahu dehtu, nikotinu a oxidu uhelnatého. Dalšími významnými paragrafy jsou §4-8, týkající se varování na obalech tabákových výrobků. Zde v odst. 1, §4 obecně platí, že „*U tabákových výrobků určených ke kouření musí být na obalech pro spotřebitele uvedeno jedno obecné varování*“ (viz Tabulka č. 4 níže) a „*jedno dodatečné varování*“ (viz Tabulka č. 5 níže). Obecné varování musí pokrýt nejméně 30% vnější plochy daného obalu, dodatečné varování pokrývá alespoň 40% odpovídajícího povrchu, typicky se jedná o zadní stranu obalu.

V paragrafu 9 této vyhlášky je dále stanoven maximální obsah dehtu, nikotinu a oxidu uhelnatého. Jedná se o nejvýše 10 mg dehtu, 1 mg nikotinu a 10 mg oxidu uhelnatého na cigaretu. Tyto informace musí být vytištěny na jedné straně balíčku cigaret a pokrývat minimálně 10% povrchu této strany. Vyhláška (2003) mj. dále upravuje taktéž požadavky, vztahující se k údajům o velikosti, barvě a stylu písma.

#### Tabulka 4

Druhy dodatečných varování dle § 4, odstavce 3 vyhlášky 344/2003 Sb.

Kouření zabíjí
Kouření může zabít
Kouření vážně škodí Vám i lidem ve Vašem okolí

### Tabulka 5

Druhy dodatečných varování dle § 4, odstavce 3 vyhlášky 344/2003 Sb.

Kuřáci umírají předčasně
Kouření ucpává tepny a způsobuje infarkt a mrtvici
Kouření způsobuje smrtelnou rakovinu plic
Kouření v těhotenství škodí zdraví Vašeho dítěte
Chraňte děti: nenuťte je vdechovat Váš kouř
Váš lékař nebo lékárník Vám může pomoci přestat s kouřením
Kouření je vysoce návykové, nezačínajte s ním
Přestat kouřit znamená snížit riziko vzniku smrtelných onemocnění srdce a plic
Kouření může způsobit pomalou a bolestivou smrt
Požádejte o pomoc při odvykání kouření: poraďte se se svým lékařem nebo lékárníkem
Kouření může zpomalovat krevní oběh a způsobuje neplodnost
Kouření způsobuje stárnutí kůže
Kouření může poškodit sperma a snižuje plodnost
Kouř obsahuje benzen, nitrosaminy, formaldehyd a kyanovodík

Z těchto dokumentů obecně vyplývá, že popis výrobku nesmí spotřebitele klamat. Dále je vyžadováno povinné zdravotní varování. Možnost kombinovaného varování, tj. textové varování doplněné o ilustrace či fotografie, je v České republice nevyužívá (Kindl, 2013).

#### 5.1.2. Oblast tabákové reklamy

Tabákovou reklamu v oblasti českého práva v současné době upravují následující zákony. Zákon č. 40/1995 Sb. Ze dne 9. 2. 1995, o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů. Dále zákon č. 231/2001 Sb. ze dne 17. 5. 2001 o rozhlasovém a televizním vysílání, ve znění pozdějších předpisů a zákon č. 132/2010 Sb. Ze dne 13. 4. 2010 o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a o změně některých zákonů.

Tabáková reklama, sponzorství i propagace jsou zakázány. Za stanovených podmínek je však umožňována reklama například v místech prodeje. Tento fakt je však v rozporu s mezinárodními závazky dle Rámcové úmluvy o kontrole tabáku a v praxi se ukazuje, že tyto výjimky jsou často zneužívány k širší reklamě (Kindl, 2013).

## 6. Tabákový průmysl

Tabákový průmysl se krom vysokých daní či nekuřáckého vnějšího prostředí obává právě jednotného balení. Pokud by byly zásady kontroly tabáku dodrženy, logicky by se tak snížila celosvětově prevalence užívání tabáku. Některé země už vypracovávají plány, jak působení tabákového průmyslu ukončit. Jedná se například o Finsko či Nový Zéland, který plánuje do roku 2025 snížit prevalenci kouření pod 5% (Králíková, 2013).

K dnešnímu dni bylo publikováno minimum empirických výzkumů prováděných pod záštitou tabákových společností, které by dokládali škodlivost cigaret. V posledních 20 letech však vydali tabákové společnosti více než 14 milionů interních dokumentů zaměřujících se na praktiky, jak přilákat co nejvíce nových spotřebitelů a udržet stávající. Tyto dokumenty tak představují bohatý zdroj informací, týkajících se obchodních praktik, marketingových strategií a interních výzkumů a významně přispívají k důkazům potřebnosti atraktivních tabákových obalů tabákovými firmami (Hammond, 2014).

Jako příklad Hammond (2014) ve své přehledové práci uvádí výzkumy tabákových firem, zkoumající spotřebitelské vnímání cigaret například dle konkrétní barvy obalu cigaret. Různé odstíny stejné barvy a podílu bílého prostoru na obalu jsou běžně používány k manipulaci vnímání síly produktu a potenciálního rizika. Výzkumy tabákových průmyslů ukazují, že barva a design obalu účinně ovlivňují smyslové vjemy kuřáků, spojené s kouřením cigaret.

Jedním z dalších cílů tabákového marketingu je také vytvořit image, na kterou se bude produkt odvolávat a prostřednictvím které se budou dané tabákové výrobky propagovat. To obrazně odkazuje na vnější vlastnosti značky, které dále formují vnímání spotřebitelů. Jedná se zejména o identitu značky, loga, o slogany a hesla, obrázkové prvky a cílené použití barev (National Cancer Institute, 2008).

Tabáková reklama a marketingové triky apelují na psychologické nebo sociální potřeby spotřebitelů. Výzkum v oblasti psychologie a kognitivní neurovědy ukazuje, jak silný jako metafor může být, zejména pro mladé lidi, v potlačení vnímání rizika a podporování chování (Hammond, 2014).

Barva je jedním z nejdůležitějších atributů balení. Tabákové společnosti prováděly rozsáhlé průzkumy trhu o vlivu barev. Například, stříbrné a zlaté barvy mohou být použity k vyjádření postavení a prestiže. Červené balíčky a loga mohou zprostředkovat vzrušení, sílu, moc nebo bohatství, zatímco pastelové barvy jsou spojeny s čerstvostí, relaxací či neviností, a jsou častěji zobrazeny na značkách, cílených na spotřebitelky ženy (Pollay, 2001).

Z výsledků přehledového článku Hammonda (2014) vyplývá, že průzkumy firem tabákového průmyslu často nemají dostatek věrohodných důkazů, obsahují nespolehlivé výsledky v oblasti vnímání a postojů tabákových výrobků spotřebiteli. Tabákový průmysl dále tvrdí, že tahy tabákového marketingu nemají vliv na kouření mladistvých, což si protirečí se zcela opačnými zjištěními výsledky zmíněnými výše. Dle tohoto přehledového článku také několik tabákových společností předpokládá vzrůst prevalence kouření či zvýšení míry nedovoleného obchodování s tabákovými výrobky na černém trhu. Dále jsou kuřáci údajně dostatečně informováni o rizicích

spojených s kouřením a úloha zdravotních varování na obalech cigaret při sdělování informací a rizik prý přesahuje základní znalosti spotřebitelů.

Tabákový průmysl šíří mnoho dalších mýtů. Jedná se například o mýtus, že jednotlivé státy na kouření vydělávají. Jedná se také o lži na téma pasivního kouření či o lživé tvrzení z roku 1994, kdy vrchní představitelé tabákového průmyslu před americkým Kongresem popírali návykovost nikotinu. Následně se ukázalo, že tabákový průmysl minimálně 30 let o této informaci věděl a navíc se snažil přijít na to, jak zvýšit vstřebávání nikotinu, tudíž i jeho návykovost (Králíková, 2013).

Některé současné obaly cigaret podkopávají pravidla stávající směrnice EU o tabákových výrobcích 2001/37/ES, která zakazuje zavádějící popis. Možným řešením tohoto manévru tabákového průmyslu, je jednotné balení (Hammond, 2014).

## PRAKTICKÁ ČÁST

### 7. Cíl, design, výzkumné otázky

Jak již bylo zmíněno výše, obal cigaret je důležitou součástí celkové marketingové strategie, cílené na spotřebitele. Zdravotní varování na obalech patří mezi přímé a významné prostředky komunikace s kuřáky (Slade, 1997). Propagace tabákového obalu je v příčinné souvislosti s chováním, spojeným s kouřením (DiFraza et al., 2006). Tento fakt tak dokazuje nutnost a potřebnost legislativních opatření, týkajících se regulace tabákové kontroly.

Tato práce se proto zabývá obaly cigaret v kontrole tabáku. Klade si za cíl sestavit aktuální přehled výsledků výzkumných studií, zabývajících se přístupem různých států světa v ovlivňování kuřáků prostřednictvím obalů a zjistit, jaké dopady na kuřáky mají legislativní opatření, týkající se jednotného balení a obrázkových varování. Výsledným produktem práce je tedy systematická review a hlavním zdrojem dat je proto odborná literatura.

Prostřednictvím této práce bych chtěla ukázat, že zavádění legislativních opatření, propagujících obrázková varování na krabičkách cigaret a jednotná balení cigaret se jeví jako efektivní.

K pomoci naplnit cíl byly stanoveny následující výzkumné otázky:

- Jak jednotná balení cigaret a obrázková varování na obalech cigaret ovlivňují vnímání míry rizik spojených s kouřením?
- Jak jednotná balení cigaret a obrázková varování na obalech cigaret ovlivňují myšlenky spojené s rozhodnutím přestat kouřit?
- Jaký je dopad jednotných balení cigaret a obrázkových varování na obalech cigaret na efektivitu tabákových varování?
- Liší se dopad zavádění obrázkových varování na obalech cigaret a jednotných balení cigaret u dospělých a adolescentů, a pokud ano, jak?

## 8. Výzkumný soubor, metody získání dat, analýza dat

Výzkumný soubor tvoří publikované studie odborné literatury, které byly vyhledány v anglickém jazyce prostřednictvím elektronické databáze PubMed. Při získávání relevantní literatury byla použita následující klíčová slova: cigarette packages, health pictorial warnings s minimálně jedním z následujících slov: smokers, impact, legislation, packages, plain packages.

Odborná literatura zahrnuje heterogenní směs výzkumných designů s výstupy z rozdílných polí. Studie, týkající se jednotných balení a obrázkových varování jsou podrobeny informační analýze v souvislosti se zaměřením na kategorie dopadů v oblastech 1) vnímání míry zdravotních rizik spojených s kouřením, 2) dopadů těchto balení na mladé kuřáky a 3) míry motivace přestat kouřit. Závěry těchto studií jsou podrobeny kritické diskuzi. Výzkumné vzorky analyzovaných studií byly tvořeny kuřáky i nekuřáky, mládeží i dospělými.

Sběr dat byl proveden v období dubna až července 2014 a zahrnuty byly všechny studie, jež byly publikovány od roku 2001, neboť tohoto roku Kanada zavedla obrázková zdravotní varování na krabičkách cigaret (Králíková, 2013). Dále byly vyřazeny články, jež se zabývaly pouze textovým varováním, studie, zabývající se zdravotními varováními v souvislosti s jejich propagací v reklamě a marketingu. Vyloučeny byly také studie, které se týkaly jiné formy kouření tabáku, než jsou průmyslově balené cigarety a studie, jejichž výzkumný soubor nebyl příliš reprezentativní, byl zaměřen na určitou subpopulaci (např. zdravotní sestry, žáky konkrétní školy, pouze ženy atp.). Vyřazeny byly i články, ve kterých bylo srovnáváno několik druhů obrázkových varování mezi sebou a bylo posuzováno, která z konkrétních variací obrázkových varování má největší smysl.

Studie byly jednotlivě přezkoumány a při splnění následujících kritérií byly zařazeny:

- studie, mající jasně formulované výzkumné cíle či výzkumné otázky,
- studie s jasně definovaným výzkumným souborem,
- studie s konzistentními metodami sběru dat,
- studie, jejichž výstupy jsou jasně a srozumitelně vysvětleny
- a jsou měřitelné a zdají se být validní

Při zadání výše uvedených kombinací klíčových slov bylo z celkového počtu 198 vybráno 45 studií, které odpovídaly daným kritériím, a po následujícím podrobném přezkoumání bylo vyřazeno dalších 15 studií pro nedostačující metodologické informace. Finálně zařazeno tak bylo 30 článků. Těchto zařazených studií bylo u 24 k dispozici plné znění článku, u 6 byly k dohledání pouze metodologické informace či abstrakt. Třicet originálních článků zahrnovalo 25 kvantitativních studií, 3 kvalitativní studie a 1 studii s kvalitativními i kvantitativními prvky. Dále byla zařazena také 1 studie přehledová.

Články tvořící výsledný výzkumný soubor pocházejí z následujících zemí: USA (n = 6), Kanada (n = 3), Mexiko (n = 3), Německo (n = 3), Austrálie (n = 2), Itálie (n = 2), Norsko (n = 2), Velká Británie (n = 2), Čína (n = 1), Indie (n = 1), Malajsie (n = 1), Mauricius (n = 1), Thajsko (n = 1), Vlámsko (n = 1). Některé články zahrnují data, sbíraná v několika zemích – tyto články byly počítány jako jedna studie a ve výčtu výše zařazeny k zemi, jež výzkum primárně realizovala. Dále je zahrnuto review, shrnující celkem 94 studií z více než 14 zemí.

## 9. Výsledky

Výzkumný soubor podrobený analýze byl pro přehlednost rozčleněn do níže uvedených podkategorií, které souvisí s výzkumnými otázkami.

### 9.1. Vnímání míry rizik spojených s kouřením

Riziky spojenými s kouřením a dopadem designu krabičky cigaret se zabývalo 17 studií. Ve většině případů byly studie experimentálního rázu, založeny na srovnávání cigaretových krabiček a výběru potenciálního balení z hlediska zdraví, dehtu, nikotinu, značky, vnímání chuti a celkové image krabičky – tedy obrázky, barva a fonty.

#### 9.1.1. Ovlivnění respondentů barvou obalu cigaret

Jako nejbezpečnější barvu obalu cigaret z hlediska vnímání škodlivosti dopadů na zdraví, volili ve většině případů respondenti barvu bílou. Z dotazníkové studie Bansal-Traversal et al., (2011), které se účastnilo 193 respondentů, vyplývá, že bílá barva nejvíce ovlivňuje pocit bezpečí. Odstranění popisků na obalech cigaret, nikoli však odstranění barev, je významné pro snížení nedorozumění ohledně rizik spojených s kouřením. Stejná studie dokazuje, že barva obalu úzce souvisí s představami o obsahu dehtu a nikotinu v cigaretách. Kuřáci totiž zvolili nejbělejší balíček s nejmenšími obavami o zdraví, v domněnku že cigarety obsahují méně dehtu a nikotinu.

Stejně tak experimentální studie Scheffelse et al. (2013), zkoumající vliv cigaretové značky a jednotného balení na vnímání produktu a rizik mezi mladými dospělými v Norsku, při porovnání balíčků uvádí, že balení s deskriptory vyvolává v kuřácích představu o nižším obsahu škodlivých látek, a spolu se světlejšími barvami bylo více kladně hodnoceno. Studie Bansal-Traversal (2011) svými výsledky přímo poukazuje na fakt, že barva produktu je často spojena s mylnými přesvědčeními o rizicích. O snížení těchto rizik vlivem jednotného balení je dále podrobněji rozebráno níže (viz. kapitola 9.2.).

#### 9.1.2. Hodnocení dopadu obrázkového varování na respondenty

Některé studie již vycházely z hodnocení dopadu obrázkových varování. Tyto intervence se jeví jako vysoce efektivní. Obrázková varování mají daleko větší dopad na vnímání a následné zvýšení povědomí u kuřáků, tedy znalosti o rizicích kouření. Z výsledků americké studie Bansal-Traversal (2011) vyplývá, že větší pozornost přilákaly obaly s velkým, obrázkovým varováním. Tyto obaly podněcovaly myšlenky přestat kouřit a přemýšlet o zdravotních rizicích spojených s kouřením. Závěry podporují větší grafické zdravotní varování, které se jeví jako nejefektivnější při komunikaci zdravotních rizik mezi dospělými kuřáky v USA.

Experimentální studie zaměřená na vnímání jednotného balení a „klasického“ obalu cigaret s logem výrobce (dále „branded“ obalu) mezi mladými lidmi ve Velké Británii (Hammond et al., 2013) zjistila, že typ varování byl významně spojen s následujícími šesti výstupy: obaly s větším obrázkovým varováním byly spíše vnímány jako méně atraktivní, méně chuťově jemné,



s větším zdravotním rizikem, vyšším obsahem dehtu, s účinnějším zdravotním varováním a menší pravděpodobností, že dojde k iniciaci kouření u nekuřáků. Devadesát pět procent respondentů by si ke kouření vybralo „branded“ obal a 4,9 % by vybralo jednotné balení.

Rovněž malajsijská varování na obalech cigaret mají vliv na povědomí kuřáků o zdravotních rizicích (Fathelrahman, 2010). Cílem studie bylo porovnat reakci dospělých na nově zavedená obrázková varování na rozdíl od předchozích pouze textových varování. Dospělým kuřákům byla ukázána nová i stará varování. Poté dokončili pre-expoziční a post-expoziční dotazníky, hodnotící jejich povědomí o zdravotních rizicích spojených s kouřením, reakcemi na varování balení a zájmem o odvykání kouření. Expozice obrazovým varováním vedla ke zvýšení povědomí o rizicích kouření, zájmu o odvykání a silnější behaviorální reakci na varování. Z této studie vycházel i Yong et al. (2013), který zde čerpal data pro studii, zabývající se reakcí dospělých kuřáků na obrázková zdravotní varování na obalech cigaret v Thajsku.

Průřezová studie Thrashera et al. (2012), jejímž cílem bylo vyhodnotit zavedení prvních obrázkových varování v Mexiku, dokazuje na reprezentativním vzorku 1765 dospělých kuřáků z Guadalajary, že obrázková varování přimělo 25 % kuřáků více přemýšlet o rizicích spojených s kouřením a 14 % o možnosti přestat kouřit. Expozice obrázkovým varováním byla u 87 % asociována s akceptací obrázkových varování jako prostředkem ke komunikaci s kuřáky prostřednictvím obalů, vnímání informovanosti o rizicích spojených s kouřením prostřednictvím vlády vnímalo 55 %. K podobným závěrům dochází i kohortová studie Thrashera et al. (2012). Cílem studie bylo zhodnotit dopad prvních obrázkových varování na krabičkách cigaret u mexických kuřáků. Data byla sbírána od aktivních kuřáků v sedmi městech před a po implementaci (2010, 2011). Od roku 2010 do 2011 výrazně vzrostly znalosti kuřáků o rizicích spojených s kouřením, znalosti o toxických složkách v cigaretách, a zvýšily se počty rozhodnutí přestat kouřit a to o 95 % ve srovnání s rokem předchozím.

Kohortová studie Greena et al. (2014) o účinnosti obrázkových varování na Mauriciu vyústila v závěry, že zavedení obrázkových varování na Mauriciu výrazně zvyšuje účinnost varování. Zavedení varování jasně demonstruje pozitivní vliv změny tabákové politiky. Sběr dat byl prováděn ve třech vlnách, z čehož první byla provedena půl roku před zavedením obrázkových zdravotních varování (2009), druhá a třetí se prováděly 12 a 20 měsíců po implementaci.

Výsledky Hammondova review (2011) poskytují rovněž silnou podporu pro zavádění nových zdravotních varování na obalech cigaret a dokazují účinnost větších obrázkových varování.

O'Hegarty et al. (2007) zkoumal reakce na textové varovné informace a grafická varování na kanadských obalech cigaret u amerických mladých kuřáků a nekuřáků. Studie se zabývala vnímáním krabiček respondenty a potenciálním dopadem na kouření. Během 11 testovacích skupin 54 kuřáků a 41 nekuřáků posuzovalo v průběhu ledna a února 2002 varování současných amerických značek cigaret ve srovnání s varováním používaným na kanadských značkách cigaret. Ze studie vyplývá, že kanadské varování bylo výraznější a tedy mnohem účinnější, než jak je tomu u varování amerických značek cigaret. Dopadem nyní již obrázkových varování a jednotného balení mezi dospělými kuřáky ve Spojených státech se zabýval Trasher et al. (2011). Cílem jeho zkoumání bylo odhadnout rozdíly v poptávce po cigaretových balíčcích s různým obalem. Účastníci hodnotili obaly cigaret s rozdílně vyobrazeným zdravotním varováním – 1) text na 50 % boční

strany balení, 2) text na 50 % na přední i zadní straně balení, 3) text s grafickým obrázkem a logem značky na 50 % přední i zadní strany obalu a 4) obrázek na 50% přední i zadní strany ale bez značky – tzn. jednotné balení. Výsledky ukázaly, že poptávka byla nižší u balení s předními obrázkovými varováními, nejnižší u jednotného balení. Z výsledků tedy vyplývá, že obrázková varování by mohla snížit poptávku po cigaretách. Jiná americká studie ukazuje, že obrázková zdravotní varování na krabičkách cigaret mají na kuřáky větší vliv než slova. (Mayor, 2012).

Výsledky této studie poskytují další důkaz pro zvýšení účinnosti obrazových zdravotní varování. Ty naznačují, že větší grafická varování by se měla objevovat na obalech namísto stávajícího textu. Tím by se maximalizoval dopad varování mezi různými populacemi dospělých kuřáků, včetně více znevýhodněných (např. negramotných) kuřáků.

Změnami v účinnosti zdravotních varování v průběhu času v letech 2002 – 2011 v Kanadě a Spojených státech se zabýval Hitchman et al. (2014). Data byla čerpána ze vzorků národní studie ITC (International Tobacco Control). Respondenti byli kontaktováni telefonicky, náhodným výběrem. Výzkum probíhal v průběhu deseti let v osmi vlnách. Z výsledků vyplývá, že účinnost varování v USA i Kanadě v průběhu let poklesla, proto je vhodné obměňovat zdravotní varování v průběhu času k udržení efektivity.

Podobně zkoumala účinnost zdravotních varování na krabičkách cigaret ve čtyřech zemích (Kanada, Spojené státy, Austrálie, Velká Británie) kvazi-experimentální studie Hammonda et al. (2007). Průzkumy byly provedeny v letech 2002 a 2005, ve třech časových vlnách před a po zavedení nových varování na obalech cigaret ve Velké Británii. Před zavedením uváděli z daných čtyř zemí nejvyšší úroveň povědomí o zdravotních varováních kanadští kuřáci, následovali australští kuřáci. Šedesát procent Kanadčanů zaznamenalo varování často nebo velmi často, ve srovnání s 52 % Australanů, 44 % britských kuřáků a 33 % amerických kuřáků. Po zavedení nových varování ve Velké Británii hlásili britští kuřáci vyšší úroveň povědomí o zdravotních varováních (ve srovnání s první vlnou je zaznamenalo a četlo o 37,6 % více), i když kanadští kuřáci nadále celkově vykazovali úroveň vyšší. Američtí kuřáci uváděli v obou vlnách úroveň nejnižší. Velké, komplexní varování na cigaretových krabičkách jsou nejvýraznější a u kuřáků hodnocené jako účinné. Změny ve zdravotním varování jsou rovněž spojeny se zvýšenou účinností.

Podobná experimentální studie byla provedena rovněž Fongem et al. (2010). Cílem bylo posoudit vnímání efektivity varování na cigaretách v Číně ve srovnání s jinými zeměmi. Respondenti ze čtyř čínských měst hodnotili efektivitu zdravotních varování na cigaretových krabičkách, které zahrnovaly 1) současný čínský text varování pokrývající 30 % přední/zadní strany (zaveden od r. 2008); 2) předchozí čínský text varování, který se nacházel na boční straně obalu; (c) čtyři obrázková varování pokrývající 50 % přední/zadní strany obalu z Kanady, Singapuru, Hong Kongu a Evropské unie; a (d) tytéž čtyři varování bez obrázku. Výsledky ukázaly, že obrázková varování jsou hodnocena jako mnohem účinnější než stejná varování, bez obrázků. Revidovaná zdravotní varování v Číně, jsou jen nepatrně účinnější než předchozí varování a méně efektivní, než textová varování z jiných zemí. Tyto výsledky naznačují, že obrázková varování by výrazně zvýšila dopad na povědomí o zdravotních rizicích.

Z výsledků studií této kapitoly obecně plyne, že obrázková varování jsou efektivnější než varování bez obrázku. S rostoucí velikostí grafického varování se zvyšuje jeho efektivita, která je

podpořena i výrazností varování. Obrázková varování ve srovnání s textovými zvyšují povědomí o zdravotních rizicích spojených s kouřením a četnost myšlenek o rozhodnutí přestat kouřit. Jako účinné se ukázalo zdravotní varování obměňovat.

### 9.1.3. Ovlivnění respondentů logem a designem obalu cigaret

Vnímáním výraznosti loga různých značek cigaret a rolí designu obrázkového varování v komunikaci značky, a faktem, jak účastníci vnímají cigaretové obaly, na kterých byly odstraněny důležité konstrukční prvky, jako jsou barvy, symboly, loga a písma typická pro dané tabákové značky, se zabývala studie Scheffelse et Sæbø (2013) s názvem Vnímání jednotného a „branded“, tedy s atributy loga, balení cigaret mezi norskou mládeží a dospělými. Tato studie využívala metodu focus group, tedy testovací skupiny. Z výsledků vyplývá, že výrazná loga a obrázky značek jsou spojována v souvislosti s prvky designu „branded“ obalů cigaret. Zejména barvy, obrázky a fonty byly popsány jako sestava image značky. Ve srovnání „branded“ obalů s baleními jednotnými, které zobrazují postupně méně designových prvků, byly jednotné obaly vnímány více nepříznivě, neboť se vzdalovaly klasickému designu, kterým balíčky jinak komunikují. Stejně tak americká studie Bansal-Traversal et al. (2011) dokazuje, že respondenti byli přesnější, když vybírali deskriptory pro značku Marlboro, než pro značku Peter Jackson (kterou neznali, neboť je prodávána v Austrálii). Dopadem designu cigaretového balení na vnímání rizik se rovněž zabývala kanadská experimentální studie Hammonda et Parkinsona (2009). Kuřákům byly ukazovány dvojice balení cigaret, které byly rozděleny podle jednotlivých atributů a účastníci je měli hodnotit podle vnímání chuti, obsahu dehtu a zdravotních rizik. Respondenti významně kladněji hodnotili balení s nápisy „light“, „smooth“, „silver“, „mild“ s pocitem jemnější chuti, nižším obsahem dehtu a nižšími zdravotními riziky. Obdobně hodnotili balení se světlými barvami a s obrázky filtrů. Vnímání chuti bylo významně spojeno s obsahem dehtu a s mírou zdravotních rizik. Celkem 80 % kuřáků si myslí, že obsah dehtu uvedený na obalu cigaret odpovídá obsahu dehtu, který vykouří. Tuto hypotézu potvrzuje i (Brown et al., 2012) ve své studii. Jednalo se o průřezovou analýzu na vzorku aktivních kuřáků z Německa, Francie a Velké Británie. Asi čtvrtina britských a francouzských kuřáků a třetina německých věří, že některé cigarety jsou méně škodlivé než jiné. Celkově lze říci, že z kuřáků, kteří falešně věřili, že některé cigarety jsou méně škodlivé, 86,3 % mělo špatné domněnky o obsahu dehtu a nikotinu, 48,7 % mělo špatná přesvědčení o chuti, 40,4 % se chybně domnívalo, že obaly označené pojmy „smooth“ nebo „ultra“, jsou méně škodlivé. Asi pětina kuřáků napříč všemi zeměmi si vybírala značku na základě vnímání zdravotních rizik a podobně tomu bylo i se značením dehtu.

Obecně lze z výsledků těchto studií usuzovat, že obaly s nápisy „light“, „smooth“ apod. jsou respondenty mylně vnímány jako méně rizikové pro zdraví, obdobně je tomu u balení se světlými barvami. Respondenti mají taktéž mylné představy o rozdílech ve škodlivosti různých cigaret a obsahu škodlivých látek.

## 9.2. Vnímání jednotných balení respondenty

Jak je již uvedeno v kapitole 9.1., studie (Bansal-Travers, 2011) svými výsledky přímo poukazuje na fakt, že barva produktu je často spojena s falešnými přesvědčeními o zdravotních rizicích. Z tohoto závěru tedy vyplývá, že jednotné balení může snížit mnoho chybných nepochopených rizik spojených se sdělením prostřednictvím obalu cigaret.

Tuto skutečnost ve svém závěru potvrzuje řada jiných studií. Tato část práce se věnuje studiím především z pohledu různých zemí na zavedení jednotného obalu, či z pohledu zemí, kdy respondenti byli vystaveni výběru a srovnání, jak dokazuje např. mezipředmětová experimentální norská studie Scheffelse et Lunda (2013), zkoumající vliv cigaretové značky a jednotného balení na vnímání produktu a rizik mezi mladými dospělými. Výsledky ukazují, že jednotná balení byla hodnocena méně příznivě než „branded“ balení a to v oblastech atraktivity, chuti a vnímání škodlivosti. Porovnání balíčků ukázalo, že „branded“ balení představuje pro kuřáky nižší obsah škodlivých látek než balení jednotné, a spolu se světlejšími barvami bylo více kladně hodnoceno. Pro 95 % respondentů by bylo jednodušší přestat kouřit s jednotným balením. Z výsledků tedy vyplývá, že posun od „branded“ obalu k obalu jednotnému by mohlo vést ke snížení pozitivního vnímání cigaret a to zejména mezi mladými lidmi, jak je rovněž uvedeno v kapitole 9.4.

Další rovněž norská studie (Scheffles et Saebo, 2013), viz kapitola 9.1., dokazuje, že politika jednotného balení by mohla být užitečná při snižování vlivu obalů na propagaci tabákových výrobků.

Studie, zkoumající podporu jednotného balení Indy (Arora et. al., 2013) dokazuje, že jednotné obaly byly oblíbené u 69 % respondentů. Přes 80 % účastníků se domnívá, že jednotný obal by snížil atraktivitu a propagační hodnotu tabáku balení, nad 60 % si myslí, že by jednotné balení snížilo četnost zahájení užívání tabáku u dětí a mládeže, přibližně 80 % se domnívá, že by jednotný obal motivoval uživatele tabáku k ukončení kouření, více než 90 % je přesvědčeno o účinnosti obrázkových zdravotních varování, 75 % respondentů se domnívá, že by klesla spotřeba tabáku. Většina účastníků by při tvorbě jednotného balení zvolila světle šedou barvu. Tato studie poskytuje klíčový důkaz, který podporuje indickou vládu a ostatní země regionu jižní Asie ve snaze prosadit jednotný obal u tabákových výrobků.

Austrálie je zemí, zabývající se již skutečnými dopady politiky australského jednotného balení na dospělé kuřáky (Wakefield et al., 2013). Cílem průřezové studie bylo zjistit, zda ti, kteří kouří cigarety z jednotných balení, měli rozdílné názory o kouření a myšlenky přestat, ve srovnání s těmi, kteří ještě kouřili z „branded“ krabiček během přechodného období těsně po implementaci jednotného balení. Sedmdesát dva a tři desetiny procenta respondentů kouřilo cigarety z jednotného balení a 27,7 % z „branded“ obalu. Výsledky ukázaly, že ve srovnání kuřáků cigaret z „branded“ obalu s těmi, kteří kouří z jednotného balení, vnímají cigarety v nižší kvalitě a jako méně uspokojující než před rokem, mají myšlenky o odvykání nejméně jednou denně a odvykání označili jako vyšší prioritu v životě. Kuřáci jednotného balení více podporovali politiku tohoto balení než kuřáci „branded“ obalu. Oba druhy kuřáků se nelišili ve frekvenci myšlenky na rizika spojené s kouřením. Dále bylo zjištěno, že 30 % kuřáků jednotného balení a 20,1 % kuřáků „branded“ balení si myslí, že kvalita jejich cigaret je nižší než před rokem a 25,1 % kuřáků

jednotných balení a 16,2 % kuřáků „branded“ balení si myslí, že jejich spokojenost je nižší než před rokem. Ze studie vyplývá, že jednotné balení je spojováno s nižší atraktivitou, větší podporou této politiky a vyšší mírou nutnosti odvykat u dospělých kuřáků.

Jak vyplývá z výše uvedeného, kapitoly 9.1 a tato kapitola spolu úzce souvisí. Stejně tak je tato kapitola propojena i s následující částí 9.3. Důkaz o tom podává nejedna studie. Např. (Mannocci et al., 2013) se snaží ve svém výzkumu posoudit vliv jednotného balení a obrázkového varování na omezení kouření, jeho ukončení a zahájení. Porovnáním tří obalů – 1) „branded“ obalu, 2) jednotného obalu s textovým varováním a 3) jednotného obalu s textovým i obrázkovým varováním, většina respondentů prohlásila, že poslední varianta je dle nich neúčinnější.

Výsledky výše uvedených studií naznačují, že jednotné balení může snížit některá chybně pochopená rizika sdělená prostřednictvím obalu. Jednotný obal rovněž podněcuje četnost myšlenek na odvykání a je vnímán méně pozitivně než „branded“ obal, a to zejména v oblastech atraktivity, chuti a vnímání škodlivosti.

### **9.3. Ovlivnění motivace respondentů přestat kouřit prostřednictvím obalu**

Hypotézu, že jednotné obaly cigaret mají vliv na odvykání kouření, potvrzuje nejedna studie. Mays et al. (2014) zkoumal dopad obrázkových varování a jednotných balení na motivaci přestat kouřit u mladých kuřáků. Respondenti byli náhodně rozděleni do 4 skupin, kde jim byly následovně ukázány 4 typy obalů cigaret, mezi kterými byl zahrnut design jednotného balení a obrázkového varování. Tyto obaly se lišily orámováním a velikostí varování. Obrázková varování o onemocnění plic a rakoviny vykazovala u mladých dospělých nejsilnější motivaci přestat kouřit. Orámované zprávy vykazovaly mezi kuřáky větší motivaci přestat kouřit než neorámované. Významné se jevíly varování týkající se onemocnění plic, rakoviny a varování o úmrtnosti spojené s kouřením. Z výsledků této studie vyplývá, že varování, kombinující obrázky a text odkazující na pomoc v odvykání kouření, mohou dosáhnout lepších výsledků u mladých dospělých, a to zejména v zemích, kde je již implementováno nebo se zvažuje jednotné balení. V kapitole 9.2. byla uvedena studie Scheffelse at Lunda (2013), dokazující, že pro 95 % respondentů by bylo jednodušší přestat kouřit s jednotným balením.

Dalším faktorem ovlivňujícím motivaci přestat kouřit je dopad obrázkových varování na krabičkách cigaret. Rozvinutou studii na toto téma na reprezentativním vzorku italských kuřáků zpracoval Mannocci et al. (2012). Hlavním cílem průřezové studie bylo posoudit dopad zdravotních varování na cigaretových krabičkách v Itálii a snížení denního počtu cigaret ve vztahu k závislosti a motivaci přestat s kouřením. Díky zdravotním varováním, bylo 95 % účastníků informováno o škodlivosti kouření, 14 % snížilo počet cigaret denně, a 5 % se pokusilo přestat. Čtyřicet pět procent kuřáků neznalo skutečný dopad lehkých cigaret na jejich zdraví a 47 % si myslí, že zdravotní varování s textem a obrázky by mohlo mít větší dopad ve srovnání s pouze textovým varováním. Mnoho kuřáků stále věří, že přechod na lehčí cigarety (např. ty s menším obsahem nikotinu a dehtu), snižuje onemocnění související s kouřením. Více než 50 % kuřáků uznalo důležitost zdravotních varování na sdělení zdravotních rizik spojených s kouřením. V podobné studii se shodnými cíli Mannocci et al. (2013) zjistil, že 35,8 % považovalo obrázky

s gangrénou a dále rakovinou plic (32,1 %) za nejvíce efektivní ve vyjádření zdravotních rizik. Pokud by cigaretové obaly měly tato obrázková varování, 57,9 % by změnilo značku cigaret. 66,7 % by se cítilo nepříjemně, kdyby jim byl ukázán takový obal cigaret. Porovnáním tří obalů – 1) „branded“ obalem, 2) jednotným balením s textovým varováním, 3) jednotným balením s textovým i obrázkovým varováním, 90,9 % respondentů prohlásilo, že poslední varianta je dle nich nejúčinnější v prevenci zahájení kouření, pro 84,9 % tato varianta podněcuje motivaci přestat kouřit a na 80,5 % působí na změnu návyků spojených s kouřením. Výsledky této studie ukazují, že jednotné balení s obrázkovým varováním je nejpřesvědčivější.

Motivaci přestat kouřit spojenou s obrázkovým varováním dokládá i (Thrasher et al., 2012), na základě studie uvedené v kapitole 9.1. Jejím cílem bylo zhodnotit dopad prvních obrázkových varování na krabičkách cigaret u mexických kuřáků, se závěrem, že počet rozhodnutí přestat kouřit se zvýšil a to o 95 % ve srovnání s rokem předchozím. Z výsledků vyplývá, že obrázková varování v Mexiku jsou efektivní. Což potvrzuje i (Bansal-Travers, 2011) v průřezové studii rovněž v kapitole 9.1., kdy z výsledků vyplynulo, že větší pozornost přilákaly obaly s velkým, obrázkovým varováním. Tyto obaly podněcovaly myšlenky přestat kouřit a přemýšlet o zdravotních rizicích spojených s kouřením. Rovněž malajsijská varování na obalech cigaret mají vliv na zájem přestat kouřit (Fathelrahman, 2010), viz kapitola 9.1. Nové varování v Malajsii zvýšilo znalosti kuřáků o nepříznivých účincích kouření na zdraví a mají pozitivní vliv na zájem o odvykání. Experimentální studie Fonga et al., (2010), viz. kapitola 9.1., mimo jiné zkoumala, jak efektivní by byly různé typy obalů cigaret na motivaci přestat kouřit. Výsledky ukazují, že obrázková varování jsou hodnocena jako mnohem účinnější než stejné varování, bez obrázků. Americká studie Villantiho et al. (2014) dokazuje, že 53 % kuřáků respondentů potvrdilo, že nové obrázkové varování by je přimělo přemýšlet nad možností nekouřit. Tato studie podporuje dřívější zjištění, že obrázková varování hrají krom podpory abstinence důležitou roli také v prevenci kouření. Taktéž studie Schneidera et al., (2012) zjišťuje, že obrázková varování vedou k výrazně vyšší motivaci přestat kouřit ve srovnání s obyčejným zdravotním varováním textovým. Hlavním výsledkem bylo měřit motivaci přestat kouřit, s intenzitou strachu jako jeden z vedlejších výstupů. Obrázková varování byla také spojena s vyšší intenzitou strachu. Vliv varování se zdál být nezávislý na míře závislosti na nikotinu. Celostátní realizace obrazových varování může být efektivní ve zvyšování motivace těžkých kuřáků přestat kouřit.

Z výsledků studií této kapitoly vyplývá, že jednotný obal zvyšuje motivaci a míru myšlenek přestat kouřit a že obrázková varování, vyobrazující zdravotní dopady kouření tyto myšlenky ještě více podněcují.

#### **9.4. Vnímání obalů cigaret mladými respondenty**

Na téma zabývajícího se dopady na adolescenty v oblastech zavedení legislativních opatření jednotného balení cigaret a obrázkových varování na obalech cigaret, bylo nalezeno několik studií. Z toho u některých byl výzkumný vzorek tvořen pouze mladistvými, u jiných vzorek tvořili jak mladiství, tak dospělí.

Ve studii Fonga et al. (2010), účastníci hodnotili mj. i efektivitu varování v souvislosti s motivací přestat kouřit a iniciací kouření u mladých lidí. Z výsledků této studie vyplývá, že obrázková varování jsou hodnocena jako mnohem účinnější než stejné varování, bez obrázků.

Výsledky experimentální studie Scheffelse et Lunda (2013), viz. kapitoly 9.2., 9.3., ukazují, že jednotná balení s deskriptory byly hodnoceny méně příznivě než „branded“ balení a to v oblastech atraktivity, chuti a vnímání škodlivosti. Porovnání balíčků ukázalo, že balení s deskriptory představuje pro kuřáky nižší obsah škodlivých látek a spolu se světlejšími barvami bylo v porovnání s jednotným balením pozitivněji hodnoceno. Z výsledků tedy vyplývá, že posun od „branded“ obalu k obalu jednotnému by mohlo vést ke snížení pozitivního vnímání cigaret a to zejména mezi mladými lidmi.

Další experimentální studie (viz. kapitola 9.1.) se zabývala vnímáním jednotných a „branded“ balení cigaret mezi mladými lidmi ve Velké Británii (Hammond et al., 2013). Úkolem bylo vybrat balíčky založené na přitažlivosti, chuti, obsahu dehtu, zdravotních rizicích, dopadech zdravotních varování na zdraví a lákadlo začít kouřit. Z výsledků této studie vyplývá, že zvýšení velikosti obrázkových zdravotních varování a standardizovaný tvar obalu může odradit začínající mladistvé kuřáky.

Vnímáním jednotných balení cigaret vlámskými adolescenty se zabývala kvalitativní studie se zaměřením na diskuze formou focus group. (Van Hal et al., 2012). Cílem bylo zjistit, zda má jednotné balení vliv na chování spojené s kouřením mezi vlámskými dospívajícími. Výsledky ukazují, že jednotné balení jsou vnímána jako méně atraktivní. Vzhledem k neatraktivitě jednotného obalu, zdravotní varování upoutají mnohem silněji. Ve všech diskusních skupinách respondenti reagovali spontánně na klady a zápory jednotlivých zdravotních varování na obalech. Názory na možný dopad varování byly smíšené. Obecně lze říci, že zdravotní varování byly mnohem výraznější a viditelnější na jednotných baleních. Kromě toho respondenti uvedli, že zdravotní varování na jednotném balení bylo mnohem důvěryhodnější. V této první vědecké studii ve Flandrech na toto téma, se ukázalo, že jednotný obal by mohl být silným politickým nástrojem ke snížení počtu mladistvých, kteří teprve začínají kouřit.

Závěry ze studie Scheffelse et Sæbø, (2013), viz kapitoly 9.1., 9.2., ukazují, že obal je klíčový pro identifikaci spotřebitele diferenciovat se mezi značkami cigaret a že politika jednotného balení by mohla být užitečná při snižování vlivu obalů na propagaci tabákových výrobků.

Studie Hammonda et al. (2012) přináší závěry, že obrázková zdravotní varování byla hodnocena jako efektivnější než pouze textová. U mladých lidí bylo grafické vyobrazení onemocnění vnímáno jako nejúčinnější varování.

Poslední z řady studií zaměřených pouze na mladé lidi byla experimentální studie zabývající se vnímáním image jednotného balení (Germain et al., 2010). Cílem bylo zaměřit se na vliv zvýšení velikosti obrázkových zdravotních varování na hodnocení jednotných balení. Dospívající respondenti hodnotili různé typy balení cigaret. Když byly postupně z krabiček cigaret odstraňovány prvky, jako jsou barva či fonty, adolescenti začaly vnímat balíček méně přitažlivě a měli více negativních očekávání od chuti cigaret. Atraktivita balení byla snížena ještě více, když se velikost varování zvýšila z 30 % na 80 % na přední straně obalu. Tento efekt byl nejzjevnější u

nekuřáků a příležitostných kuřáků. Z výsledků vyplývá, že odstraněním co nejvíce informací o značce, se pravděpodobně sníží pozitivní asociace spojené s vnímáním značky cigaret mezi adolescenty. Zvětšením obrázkových varování dojde nejspíše k poklesu pravděpodobnosti, že by se mladí lidé stali pravidelnými kuřáky.

Dle studie Arory et al. (2013), viz kapitola 9.3., se většina účastníků domnívá, že jednotný obal by snížil atraktivitu a propagační hodnotu tabáku balení (> 80 %) a snížil četnost zahájení užívání tabáku u dětí a mládeže (> 60 %).

Z výsledků studií zabývajících se dopady jednotných a obrázkových balení na adolescenty vyplývá, že dopady ve zkoumaných oblastech jsou shodné se závěry předcházejících kapitol. Od dopadů na dospělé se liší tím, že mladí lidé dají více na estetický vzhled obalu. Proto je jednotné balení silným politickým nástrojem ke snížení počtu mladistvých, kteří začínají kouřit.



## 10. Diskuze a závěr

Tato práce si kladla za cíl sestavit aktuální přehled výsledků výzkumných studií, zabývajících se přístupem různých států světa v ovlivňování kuřáků prostřednictvím obalů a zjistit, jaké dopady na kuřáky mají legislativní opatření, týkající se jednotného balení a obrázkových varování. Výsledným produktem je tedy systematická review a jako hlavní zdroj dat posloužila odborná literatura.

Prostřednictvím této práce bych chtěla dokázat, že zavádění legislativních opatření, propagujících obrázková varování na krabičkách cigaret a jednotná balení cigaret se jeví jako efektivní.

Troufám si říci, že výzkumný cíl se mi podařilo naplnit. Tento fakt dokládají výsledky níže: Zdravotní varování na obalech patří mezi přímé a významné prostředky komunikace s kuřáky. Větší varování s obrázky jsou podstatně efektivnější než menší, pouze textové zprávy. S rostoucí velikostí grafického varování se zvyšuje jeho efektivita, která je podpořena i výrazností varování. Obrázková varování ve srovnání s textovými zvyšují povědomí o zdravotních rizicích spojených s kouřením a četnost myšlenek o rozhodnutí přestat kouřit. Jako účinné se ukázalo zdravotní varování obměňovat.

Tato zjištění jsou v souladu s rostoucím množstvím literatury, která naznačuje, že obrázková varování vyvolávají spíše emocionální reakce, zvyšují povědomí o zdravotních rizicích a posilují motivaci přestat kouřit, a to ve větší míře než textová upozornění.

Z výsledků analyzovaných studií lze usuzovat, že obaly s nápisy „light“, „smooth“ apod. jsou respondenty mylně vnímány jako méně rizikové pro zdraví, obdobně je tomu u balení se světlými barvami. Respondenti mají taktéž mylné představy o rozdílech ve škodlivosti různých cigaret a obsahu škodlivých látek.

Výsledky také naznačují, že jednotné balení může snížit některá chybně pochopená rizika sdělená prostřednictvím obalu. Politika balení a označování tabákových výrobků se rychle stala jednou z nejdůležitějších a nákladově efektivních opatření kontroly tabáku. Standardizace barvy a designu u balení tabákových výrobků je důležitou součástí komplexního omezení uvádění na trh. Jednotný obal rovněž podněcuje četnost myšlenek na odvykání a je vnímán méně pozitivně než „branded“ obal, a to zejména v oblastech atraktivity, chuti a vnímání škodlivosti.

Z výsledků dále vyplývá, že jednotný obal zvyšuje motivaci a míru myšlenek přestat kouřit, a že obrázková varování, vyobrazující zdravotní dopady kouření tyto myšlenky ještě více podněcují.

Dopady obalů cigaret na mladé lidi ve zkoumaných oblastech jsou stejné jako u dospělých, shodují se s výše uvedenými závěry. Tato skupina se od dospělých liší tím, že mladí lidé dají více na estetický vzhled obalu. Proto je jednotné balení silným politickým nástrojem ke snížení počtu mladistvých, kteří začínají kouřit.

V porovnání s výsledky této práce je činnost tabákového průmyslu v kontradičce s činností Světové zdravotnické organizace a při zavádění jednotných balení či obrázkových varování tak lze jen těžko s tabákovým průmyslem spolupracovat, neboť je-li tabákový průmysl úspěšný, potom je

neúspěšná kontrola tabáku a naopak. Při implementaci jednotného balení je tudíž důležité mít na paměti i tabákový průmysl a jeho naprosto protichůdné cíle.

Důležité je taktéž zmínit, že závěry citovaných výzkumů prakticky nejsou dostupné v češtině. Jazyková bariéra se tak zdá být bariérou v pochopení významu tohoto jednoduchého legislativního opatření.

Konzistentní výsledky napříč různými studii s různými výzkumnými metodami jsou důležitými kritérii při posuzování kauzality obalů cigaret souvisejícími s jejich dopady na kuřáky. Fakt, že výsledky jednotlivých studií jsou v souladu, poskytuje silný důkaz o tom, že jednotné balení dělá kouření méně atraktivní a je tudíž efektivní. Při posuzování kauzality daných jevů je ovšem důležité brát v potaz také věrohodnost studií. Lze předpokládat, že výzkumné studie reklamního průmyslu, který se snaží minimalizovat vnímání rizik spojených s kouřením a zvýšit poptávku, je třeba brát v potaz s určitou rezervou. Proto byly pro účely této práce z výzkumného vzorku vyčleněny.

Literatura, tvořící výzkumný soubor sestává z třiceti studií z různých zemí, k jejichž realizaci bylo využito jak kvantitativních, tak kvalitativních výzkumných metod.

Většina výzkumných studií pochází ze zemí s vysokým stupněm kontroly tabáku. Je třeba si uvědomit, že země s málo rozvinutou oblastí kontroly tabáku mohou vnímat problematiku jednotných a obrázkových varování velmi vzdáleně a do budoucna by bylo vhodné se na tyto země zaměřit a snažit se aktivně zvyšovat stupeň tabákové kontroly, například pomocí výzkumné činnosti.

Jednotlivé regiony světa – například západní země či region jihovýchodní Asie či Spojené státy jsou si podobné kulturními zvyklostmi a smýšlením, proto si troufám tvrdit, že je odůvodněné zobecnit výsledky např. z Indie na celý region jižní Asie apod. Podobnost závěrů napříč různými zeměmi celého světa podporuje hypotézu, že výsledky lze do jisté míry zobecnit na celou kuřáckou populaci.

Heterogenní povaha výzkumné literatury je na jednu stranu přínosem, na druhou stranu má řadu limitů. Jedním z limitů je fakt, že se výzkumný vzorek skládá z celé řady studií, které byly provedeny v rozdílných geografických i kulturních podmínkách, proto mohlo dojít ke zkreslení dat. Aby k tomuto fenoménu nedošlo, bylo by třeba věnovat se v práci podrobněji i tomuto tématu, což ovšem daný rozsah práce neumožňuje. S tímto souvisí další limit této práce, neboť jsem se nezabývala ukazateli, jako jsou např. pohlaví, vzdělání, míra závislosti na nikotinu, kterými se populace liší.

V důsledku toho jsou kritéria výběru výzkumného vzorku založena z převážné části na kritériích metodologických a v budoucnu by bylo vhodné tuto práci o danou problematiku rozšířit.

Další omezení vnímám v poměrně malém vzorku výzkumných studií. Mohly být vynechány důležité publikace z chudších zemí, jež nemusí být rozšířeny v anglickém jazyce. S tímto souvisí i omezení výzkumného souboru pouze na anglickou literaturu a limit následující, a sice to, že studie byly vyhledány pouze z jednoho zdroje, tj., databáze PubMed. Výsledný přehledový článek tak

mohl být obohacen o významné studie i z jiných zdrojů. Na druhou stranu bych při těchto podmínkách nebyla schopna dodržet stanovený limit délky práce.

Další nedostatek práce shledávám v poměrně velkém množství experimentálních výzkumů ze zemí, kde dosud nebylo implementováno jednotné balení. Výsledky jsou tudíž pouze hypotetické a hodnotí dopad potencionální. Skutečné dopady jednotného balení lze zjistit pouze z Australských a nyní nově i Irských studií. Vzhledem k poměrně nedávnému fenoménu je těchto studií málo. Proto je také potřeba dalších výzkumů, zabývajících se dopady jednotných balení na kuřáky.

Studie, využívající kvalitativních metod sběru dat poskytly pro účely této práce jedinečný vhled do názorů a vnímání obrázkových varování a jednotných obalů kuřáky. U těchto typů studií by bylo dále vhodné doporučit validizaci kvantitativním výzkumem.

Limitem, který by taktéž mohl snížit validitu práce, je kombinace zvolených klíčových slov. V případě zadání širších pojmů bych dosáhla rozsáhlejšího spektra nalezených výsledků. Důvodem, proč jsem zvolila právě daná klíčová slova je nalezení neadekvátně rozsáhlého množství odborné literatury, které neodpovídá požadovanému obsahu v souvislosti se zaměřením na cíle této práce.

Ze závěrů některých evropských studií vyplývá, že současná evropská směrnice o tabákových výrobcích je neadekvátní v eliminování nedorozumění o relativních rizicích spojených s kouřením prostřednictvím deskriptorů na značkách cigaret. Je proto nezbytně nutné kuřáky v Evropě proti těmto nedorozuměním chránit. Tomu se bude dít díky nové směrnici Evropského parlamentu a Rady 2014/40/EU o sblížení právních a správních předpisů členských států týkajících se výroby, obchodní úpravy a prodeje tabákových a souvisejících výrobků, která byla dne 3. 4. 2014 přijata Evropským parlamentem a Radou Evropské unie. Dle této směrnice budou mimo jiné na obalech cigaret užita kombinovaná varování. Dalším, silnějším opatřením, jak ochránit kuřáky a tím i veřejné zdraví proti výše uvedeným nedorozuměním, je zavedení jednotného obalu.

K těmto typům opatření přistupuje čím dál více států. S přihlédnutím na míru legislativních opatření v kontrole tabáku v České republice zjistíme, že je nedostatečná (WHO, 2011). To dokládá např. fakt, že Česká republika ratifikovala FCTC teprve v roce 2012, nevyužívá nepovinných možných opatření v oblasti kontroly tabáku, které by bylo vhodné zavést (Greplová, 2013) a řídí se pouze nejnужnějšími požadavky směrnic Evropské unie (Kindl, 2013). Domnívám se, že vstoupením nové směrnice 2014/40/EU v platnost se pravděpodobně eliminují některé nedostatky současné legislativy v kontrole tabáku a zpřísní se dohled nad jejím dodržováním. Česká republika by tak měla co nejdříve realizovat požadavky Rámcové úmluvy o kontrole tabáku a direktivy včetně obrázkových varování. Je to účinná a ekonomicky výhodná forma prevence a motivace k odvykání kouření. Nicméně si troufám tvrdit, že zavedení jednotného balení v České republice by vzhledem k současnému stavu naší legislativy a vzhledem k výsledkům vyplývajícím z této přehledové práce – tj. že zavádění legislativních opatření, podporujících obrázková varování na krabičkách cigaret a jednotná balení cigaret se jeví jako efektivní – bylo více než žádoucí a v návaznosti na zjištěné výsledky bych si ho dovolila doporučit. Ovšem, je třeba poznamenat, že důkazy o pozitivním dopadu na kuřáky zjištěné ze studií různých států nemohou být dostačující

pro samostatnou realizaci jejich implementace v České republice. Tyto závěry jsou pouze informativní a mohou posloužit jako vodítko pro již konkrétněji zaměřené studie.

Jak je již uvedeno výše, do budoucna by bylo vhodné tuto práci rozšířit např. o témata míry závislosti na nikotinu, s ohledem na vzdělání či pohlaví respondentů a jiné demografické ukazatele, nebo s přihlédnutím na kulturní a geografické podmínky respondentů. Dále by bylo vhodné tuto práci rozšířit o odbornou literaturu z dalších zdrojů a také se zaměřit na výzkumné studie zemí s nízkým stupněm kontroly tabáku.

## 11. Seznam citované literatury

1. Arora, M., et al. (2013). Exploring Perception of Indians about Plain Packaging of Tobacco Products: A Mixed Method Research [Electronic version]. *Front Public Health*, 1:35.
2. Author n. a. (2014). Ireland to become firsts country in Europe to restrict tobacco companies on packaging. Irish Sun. Retrieved June 22, 2014 from <http://www.irishsun.com/index.php/sid/222782481/scat/aba4168066a10b8d/ht/Ireland-to-become-first-country-in-Europe-to-restrict-tobacco-companies-on-packaging>.
3. Bansal- Travers, M., Hammond, D., Smith, P., & Cummings, K. M. (2011). The impact of cigarette pack design, descriptors, and warning labels on risk perception in the U.S. [Electronic version]. *Am J Prev Med.*, 40(6):674-82.
4. Bansal- Travers, M., O'Connor, R., Fix, B. V., & Cummings, K. M. (2011). What do cigarette pack colors communicate to smokers in the U.S.? [Electronic version]. *Am J Prev Med.*, 40(6):683-9.
5. Brandit, A. (2006). Umělé vytváření sebedůvěry zákazníka ve 20. století. In Gilman, S., Xun, Z., Příběh kouře – člověk a kouření od úsvitu dějin až po současnost. Praha: Dybbuk.
6. Brown, A., McNeill, A., Mons, U., & Guignard, R. (2012). Do smokers in Europe think all cigarettes are equally harmful? [Electronic version] *Eur J Public Health*, 22(1): 35-40.
7. Cummings, K. M., Morley, C. P., Horan, J. K., Steger, C., & Leavell, N. R. (2002). Marketing to America's youth: evidence from corporate documents. [Electronic version]. *Tob Control*. 11(1):15-17.
8. Cunningham, R. (2013). Canada. Tobacco Labelling Resource. Retrieved June 27, 2014 from <http://www.tobaccolabels.ca/countries/Canada/>.
9. Cunningham, R. (2013). New Zeland. Tobacco Labelling Resource Centre. Retrieved June 27, 2014 from <http://www.tobaccolabels.ca/countries/New-Zeland/>.
10. Cunningham, R. (2013). Plain Packaging. Tobacco Labelling Resource Centre. Retrieved June 27, 2014 from <http://www.tobaccolabels.ca/plain-packaging/>.
11. Cunningham, R. (2013). Uruguay. Tobacco Labelling Resource Centre. Retrieved June 27, 2014 from <http://www.tobaccolabels.ca/countries/Uruguay/>.
12. Cunningham, R. (2014). Cigarette Packages Warning Size and Use of Pictures: International Summary. Tobacco labeling resource centre. Retrieved June 27, 2014 from

<http://www.tobaccolabels.ca/wp/wp-content/uploads/2014/04/Cigarette-Package-Warning-Size-and-Use-of-Pictures-International-Summary-Cunningham-Feb-2014.pdf>.

13. Dangoor, D. (1994). Results of plain packaging committee hearings. Legacy Tobacco Documents Library. Retrieved June 27, 2014 from <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/vnz71c00>.
14. Davis, R. M., Giplin, E. A., Loken, B., Viswanath, K., & Wakefield, M. A. (2008). The Role of the Media in Promoting and Reducing Tobacco Use. Tobacco Control Monograph No. 19. Bethesda (MD): U.S. Department of Health and Human Services, National Institutes of Health, National Cancer Institute.
15. Department of health's quality (2011). Healthy lives, healthy people: a tobacco control plan for England. Department of Health. Retrieved June 27, 2014 from <https://www.gov.uk/government/publications/the-tobacco-control-plan-for-england>.
16. DiFranza, J. R., Wellman, R. J., Sargent, J. D., Weitzman, M., Hipple, B. J., & Winickoff, J. P. (2006). Tobacco promotion and the initiation of tobacco use: assessing the evidence for causality. [Electronic version]. *Pediatrics*. 117:1237-48.
17. Ellickson, P. L., McGuigan K. A., & Klein D. J. (2001). Predictors of late onset smoking and cessation over 10 years. [Electronic version]. *Journal of Adolescent Health*, 29 (2):101 – 108.
18. Eriksen, M., Mackay, J., & Ross, H. (2012). Tobacco Atlas. Atlanta: ACS, WLF.
19. Fathelrahman, A. I., Omar, M., Awang, R., Cummings, K. M., Borland, R., & Bin Mohd Samin, A. S. (2010). Impact of the new Malaysian cigarette pack warnings on smokers' awareness of health risks and interest in quitting smoking [Electronic version]. *Int J Environ Res Public Health*, 7(11):4089-99.
20. Fong, G. T., et al. (2010). Perceptions of tobacco health warnings in China compared with picture and text-only health warnings from other countries: an experimental study [Electronic version]. *Tob Control*, 19(2):69-77.
21. Germain, D., Wakefield, M. A., & Durkin, S. J. (2010). Adolescents' perceptions of cigarette brand image: does plain packaging make a difference? [Electronic version]. *J Adolesc Health*, 46(4):385-92.
22. Gilman, S., & Xun, Z. (2006). Příběh kouře – člověk a kouření od úsvitu dějin až po současnost. Praha: Dybbuk.

23. Green, A. C., Kaai, S. C., Fong, G. T., Driezen, P., Quah, A. C., & Burhoo, P. (2014). Investigating the Effectiveness of Pictorial Health Warnings in Mauritius: Findings From the ITC Mauritius Survey [Electronic version]. *Nicotine Tob Res.*, 16(4):381-505.
24. Greplová, J. (2013). Prevalence a kouření a postoje k užívání tabáku mezi nezletilými v České republice. *Adiktologie*, 13(3-4):240-247.
25. Hammond, D. (2010). Plain packaging regulations for tobacco products: the impact of standardizing the color and design of cigarette packs. [Electronic version]. *Salud pública de Mexico*, 52 (2):226-232.
26. Hammond, D. (2011). Health warning messages on tobacco products: a review [Electronic version]. *Tob Control*, 20(5):327-37.
27. Hammond, D. (2014). Standardized packaging of tobacco products: Evidence review. Irish Department of Health. Retrieved July 10, 2014 from <http://www.tri.ie/media/3364/standardized-packaging-of-tobacco-products-evidence-review.pdf>.
28. Hammond, D., & Parkinson, C. (2009). The impact of cigarette package design on perceptions of risk [Electronic version]. *J Public Health (Oxf.)*, 31(3):345-53.
29. Hammond, D., Fong, G. T., Borland, R., Cummings, K. M., McNeill, A., & Driezen, P. (2007). Text and graphic warnings on cigarette packages: findings from the international tobacco control four country study [Electronic version]. *Am J Prev Med.*, 32(3):202-9.
30. Hammond, D., Thrasher, J., Reid, J. L., Driezen, P., Boudreau, C., & Santillán, E. A. (2012). Perceived effectiveness of pictorial health warnings among Mexican youth and adults: a population-level intervention with potential to reduce tobacco-related inequities [Electronic version]. *Cancer Causes Control*, 23(1):57-67.
31. Hammond, D., White, C., Anderson, W., Arnott, D., & Dockrell, M. (2013). The perceptions of UK youth of branded and standardized, 'plain' cigarette packaging [Electronic version]. *Eur J Public Health*.
32. Harvey, B. (2011). Turkey Working on Cigarette Branding Ban Law, Milliyet Says. Bloomberg. Retrieved June 27, 2014 from <http://www.bloomberg.com/news/2011-09-07/turkey-working-on-cigarette-branding-ban-law-milliyet-says.html>.
33. Heurataut, D. (2012). Tabac: la Ligue contre le cancer veut des paquets de cigarettes "neutres". LCI, TF1. Retrieved June 27, 2014 from <http://lci.tf1.fr/science/tabac-la-ligue-contre-le-cancer-veut-des-paquets-de-cigarettes-6968916.html>.

34. Hitchman, S. C., Drizen, P., Logel, C., Hammond, D., & Fong, G. T. (2014). Changes in effectiveness of cigarette health warnings over time in Canada and the United States, 2002-2011 [Electronic version]. *Nicotine Tob Res.*, 16(5):536-43.
35. Kindl, T. (2011). Protikuřácká legislativa, Diplomová práce, Univerzita Karlova v Praze, Česká republika.
36. Kindl, T. (2013). Legislativa kontroly tabáku v ČR. In Králíková, E. et al., *Závislost na tabáku – epidemiologie, prevence a léčba*. Břeclav: Adamira.
37. Králíková, E. (2013). Obaly tabákových výrobků: zdravotní varování, jednotné balení. In Králíková, E. et al., *Závislost na tabáku – epidemiologie, prevence a léčba*. Břeclav: Adamira.
38. Králíková, E. (2013). Původce a zdroj tabákové epidemie: tabákový průmysl. In Králíková, E. et al., *Závislost na tabáku – epidemiologie, prevence a léčba*. Břeclav: Adamira.
39. Loeber, S., et al. (2011). The effect of pictorial warnings on cigarette packages on attentional bias of smokers [Electronic version]. *Pharmacol Biochem Behav.*, 98(2):292-8.
40. Mannocci, A., Antici, D., Boccia, A., & La Torre, G. (2012). Impact of cigarette packages warning labels in relation to tobacco-smoking dependence and motivation to quit [Electronic version]. *Epidemiol Prev.*, 36(2):100-7.
41. Mannocci, A., Colamesta, V., Mipatrini, D., Boccia, A., Terzano, C., & La Torre, G. (2013). How would plain packaging and pictorial warning impact on smoking reduction, cessation and initiation? [Electronic version]. *Epidemiol Prev.*, 37(6):400-5.
42. Mayor, S. (2012). Pictorial health warnings on cigarette packs have more impact on smokers than words, US study shows [Electronic version]. *BMJ*, 345.
43. Mays, D., Niaura, R. S., Evans, W. D., Hammond, D., Luta, G., & Tercyak, K. P. (2014). Cigarette packaging and health warnings: the impact of plain packaging and message framing on young smokers [Electronic version]. *Tob Control.*, 23(1):1-87.
44. Neubauerová, B. (2013). Evropská unie a kontrola tabáku. In Králíková, E. et al., *Závislost na tabáku – epidemiologie, prevence a léčba*. Břeclav: Adamira.
45. Neubauerová, B. (2013). MPOWER WHO. In Králíková, E. et al., *Závislost na tabáku – epidemiologie, prevence a léčba*. Břeclav: Adamira.
46. Neubauerová, B. (2013). Rámcová úmluva o kontrole tabáku WHO. In Králíková, E. et al., *Závislost na tabáku – epidemiologie, prevence a léčba*. Břeclav: Adamira.



47. O'Hegarty, M., Pederson, L. L., Yenokyan, G., Nelson, D., & Wortley, P. (2007). Young adults' perceptions of cigarette warning labels in the United States and Canada [Electronic version]. *Prev Chronic Dis.*, 4(2):27.
48. Pokyny týkající se balení a značení tabákových výrobků provádějící čl. 11 FCTC (2008). Retrieved June 21, 2014 from [http://www.who.int/fctc/guidelines/article\\_11.pdf](http://www.who.int/fctc/guidelines/article_11.pdf).
49. Pokyny týkající se tabákové reklamy, propagace a sponzorství provádějící čl. 13 FCTC (2008). Retrieved June 20, 2014 from [http://www.who.int/fctc/guidelines/article\\_13.pdf](http://www.who.int/fctc/guidelines/article_13.pdf).
50. Pollay, R. W. (2001). The role of packaging seen through industry documents. Expert Report prepared for: JTI-Macdonald., Imperial Tobacco Canada Ltd and Rothmans, Benson & Hedges Inc. v. Attorney General of Canada and Canadian Cancer Society (intervenor). Supreme Court, Province of Quebec, District of Montreal. Defense Exhibit D-116.
51. Rámcová úmluva o kontrole tabáku (2003). Retrieved June 20, 2014 from <http://www.who.int/fctc>.
52. Raw, M. et al. (1993). Generic Packaging Meeting 22/9/93: Reference Documents. Legacy Tobacco Documents Library. Retrieved June 27, 2014 from <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/msq47a99>.
53. Reflektor Rámcové úmluvy o kontrole tabáku (2008). Retrieved June 20, 2014 from <http://www.smokefreepartnership.eu>.
54. Rozhodnutí komise 26/V/2005 o elektronické knihovně vybraných zdrojových dokumentů, které obsahují barevné fotografie nebo jiné ilustrace pro každé z dalších varování uvedených v příloze I směrnice Evropského parlamentu a Rady 2001/37/ES (2005). Retrieved June 21, 2014 from [http://www.slzt.cz/dokumenty/rozhodnuti\\_2005\\_1452\\_prilohy\\_spojene.pdf](http://www.slzt.cz/dokumenty/rozhodnuti_2005_1452_prilohy_spojene.pdf).
55. Rozhodnutí komise o používání barevných fotografií nebo jiných ilustrací jako zdravotních varování na balení tabákových výrobků (2003). Retrieved June 21, 2014 from [http://www.slzt.cz/dokumenty/rozhodnuti\\_2003\\_641\\_ES.pdf](http://www.slzt.cz/dokumenty/rozhodnuti_2003_641_ES.pdf).
56. Scheffels, D., & Sæbø, G. (2013). Perceptions of plain and brandy cigarette packing among Norwegian youth and adults: a focus group study [Electronic version]. *Nicotine Tob Res.*, 15(2):450-6.
57. Scheffels, J., & Lund, I. (2013). The impact of cigarette branding and plain packaging on perceptions of product appeal and risk among young adults in Norway: A between-subjects experimental survey [Electronic version]. *BMJ Open*, 3(12).

58. Schneider, S., Gadinger, M., & Fischer, A. (2012). Does the effect go up in smoke? A randomized controlled trial of pictorial warnings on cigarette packaging [Electronic version]. *Patient Educ Couns.*, 86(1):77-83.
59. Slade, J. (1997). The pack as advertisement. [Electronic version]. *Tob Control*, 6 (1):169-170.
60. Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2001/37/ES o sblížení právních a správních předpisů členských států týkajících se výroby, obchodní úpravy a prodeje tabákových výrobků (2001). Retrieved June 21, 2014 from [http://www.slzt.cz/dokumenty/smernice\\_2001\\_37\\_ES.pdf](http://www.slzt.cz/dokumenty/smernice_2001_37_ES.pdf).
61. Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2014/40/EU o sblížení právních a správních předpisů členských států týkajících se výroby, obchodní úpravy a prodeje tabákových a souvisejících výrobků a o zrušení směrnice 2001/37/ES (2014). Retrieved June 22, 2014 from [http://www.slzt.cz/dokumenty/EU\\_direktiva\\_2014.pdf](http://www.slzt.cz/dokumenty/EU_direktiva_2014.pdf).
62. Tariana, T. (2013). Government moves forward with plain packaging of tobacco products. Press release. New Zealand Government. Retrieved June 27, 2014 from <http://www.beehive.govt.nz/release/government-moves-forward-plain-packaging-tobacco-products>.
63. Text direktivy EU o tabákových výrobcích (2014). Retrieved June 22, 2014 from <http://www.slzt.cz/novinky/text-direktivy-eu-o-tabakovych-vyrobcich-214>.
64. Thompson, J. (2011). Cigarette rethink: Logos out, death and disease in. ABC News. Retrieved June 27, 2014 from <http://www.abc.net.au/news/2011-04-07/cigarette-rethink-logos-out-death-and-disease-in/2626702>.
65. Thrasher, J. F., Pérez-Hernández, R., Arillo-Santillán, E., & Barrientos-Gutiérrez, I. (2012). Impact of cigarette package health warnings with pictures in Mexico: results from a survey of smokers in Guadalajara [Electronic version]. *Salud Publica Mex.*, 54(3):254-63.
66. Thrasher, J. F., Pérez-Hernández, R., Arillo-Santillán, E., & Barrientos-Gutiérrez, I. (2012). Towards informed tobacco consumption in Mexico: effect of pictorial warning labels in smokers [Electronic version]. *Salud Publica Mex.*, 54(3):242-53.
67. Thrasher, J. F., Rousu, M. C., Hammond, D., Navarro, A., & Corrigan, J. R. (2011). Estimating the impact of pictorial health warnings and "plain" cigarette packaging: evidence from experimental auctions among adult smokers in the United States [Electronic version]. *Health Policy*, 102(1):41-8.

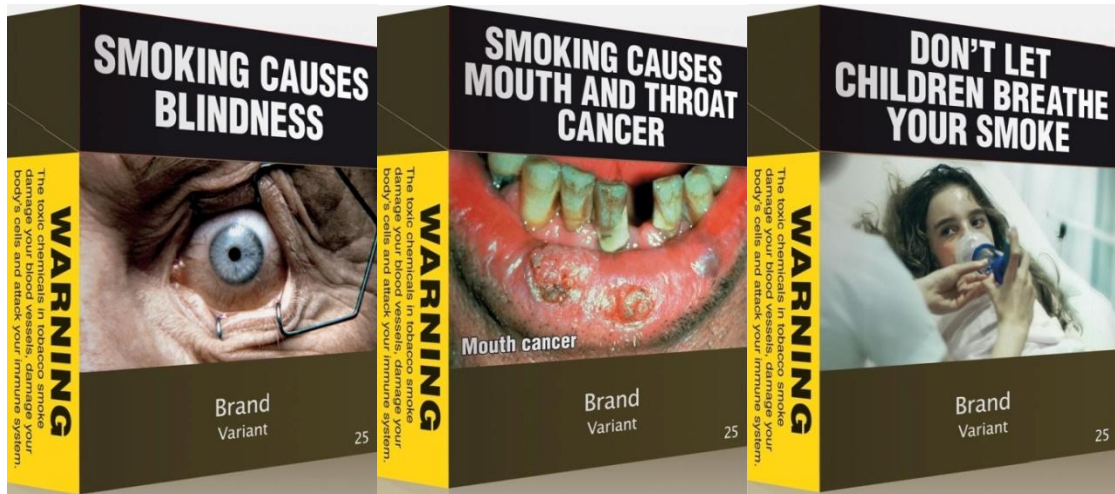
68. Tous, Y. (2013). Framework convention alliance. In Králíková, E. et al., *Závislost na tabáku – epidemiologie, prevence a léčba*. Břeclav: Adamira.
69. Van Hal, G., Van Roosbroeck, S., Vriesacker, B., Arts, M., Hoeck, S., & Fraeyman, J. (2012). Flemish adolescents' perceptions of cigarette plain packaging: a qualitative study with focus group discussions [Electronic version]. *BMJ Open*, 2(6).
70. Vianti, A. C., Cantrell, J., Pearson, J. L., Vallone, D. M., & Rath, J. M. (2014). Perceptions and perceived impact of graphic cigarette health warning labels on smoking behavior among U.S. Young adults [Electronic version]. *Nicotine Tob Res.*, 16(4):469-77.
71. Vyhláška 113/2005 Sb., o způsobu označování potravin a tabákových výrobků (2005). Retrieved June 20, 2014 from [http://www.slzt.cz/dokumenty/113\\_2005\\_Sb.pdf](http://www.slzt.cz/dokumenty/113_2005_Sb.pdf).
72. Vyhláška 344/2003 Sb., kterou se stanoví požadavky na tabákové výrobky (2013). Retrieved June 20, 2014 from [http://www.slzt.cz/dokumenty/344\\_2003\\_Sb.pdf](http://www.slzt.cz/dokumenty/344_2003_Sb.pdf).
73. Wakefield, M. A., Hayes, L., Durkin, S., & Borland, R. (2013). Introduction effects of the Australian plain packaging policy on adult smokers: a cross-sectional study. [Electronic version] *BMJ Open*, 3(7).
74. Wakefield, M. A., Morley, C., Horan, J. K., & Cummings, K. M. (2002). The cigarette pack as image: new evidence from tobacco industry documents. [Electronic version]. *Tob Control*. 11(1):73-80.
75. WHO (2011). WHO report on the global tobacco epidemic, 2011. Warning about the dangers of tobacco. Geneva, Switzerland: World Health Organization.
76. WHO (2014). Parties to the WHO Framework Convention on Tobacco Control. WHO Framework Convention on tobacco Control. Retrieved July 29, 2014 from [http://www.who.int/fctc/signatories\\_parties/en/](http://www.who.int/fctc/signatories_parties/en/).
77. Young, H. H., et al. (2013). Adult smokers' reactions to pictorial health warning labels on cigarette packs in Thailand and moderating effects of type of cigarette smoked: findings from the international tobacco control southeast Asia survey [Electronic version]. *Nicotine Tob Res.*, 15(8):1339-47.
78. Zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů (1997). Retrieved June 20, 2014 from [http://www.slzt.cz/dokumenty/40\\_1995\\_Sb.pdf](http://www.slzt.cz/dokumenty/40_1995_Sb.pdf).

79. Zákon č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a o změně některých zákonů (2010). Retrieved June 20, 2014 from [http://www.slzt.cz/dokumenty/132\\_2010\\_Sb.pdf](http://www.slzt.cz/dokumenty/132_2010_Sb.pdf).
80. Zákon č. 231/2001 Sb., o rozhlasovém a televizním vysílání, ve znění pozdějších předpisů (2001). Retrieved June 20, 2014 from [http://www.slzt.cz/dokumenty/231\\_2001\\_Sb.pdf](http://www.slzt.cz/dokumenty/231_2001_Sb.pdf).
81. Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů (1995). Retrieved June 20, 2014 from [http://www.slzt.cz/dokumenty/40\\_1995\\_Sb.pdf](http://www.slzt.cz/dokumenty/40_1995_Sb.pdf).
82. Zappone, Ch. (2012). Tobacco fight not over, Phillip Morris says. The Age. Retrieved June 27, 2014 from <http://www.theage.com.au/business/tobacco-fight-not-over-phillip-morris-says-20120815-2488s.html#poll>.

## 12. Přílohy

### 12.1. Ukázky obalů cigaret

- Č. 1: Ukázky jednotných balení (Austálie),  
Zdroj z webových stránek Cunninghama (2013)



- Č. 2: Ukázky obrázkových varování na Novém Zélandu  
Zdroj z webových stránek Cunninghama (2013)



### Č. 3: Ukázky obrázkových varování v Kanadě

Zdroj z webových stránek Cunninghama (2013)



### Č. 4: Ukázky obrázkových varování v Uruguayi

Zdroj z webových stránek Cunninghama (2013)



## 12.2. Seznam tabulek

1. Země, které přijaly obrázková varování na obalech cigaret (dle Cunningham, 2014).....	18
2. Velikost obrázkových varování na obalech cigaret v daných zemích (dle Cunningham, 2014)....	19
3. Seznam textových varování uvedených v čl. 10 a čl. 11 odst. 1 Směrnice 2014/40/EU .....	25
4. Druhy dodatečných varování dle § 4, odstavce 3 vyhlášky 344/2003 Sb. ....	26
5. Druhy dodatečných varování dle § 4, odstavce 3 vyhlášky 344/2003 Sb. ....	27

## EVIDENCE VÝPUJČEK

Prohlášení:

Beru na vědomí, že odevzdáním této závěrečné práce poskytuji svolení ke zveřejnění a k půjčování této závěrečné práce za předpokladu, že každý, kdo tuto práci použije pro svou přednáškovou nebo publikační aktivitu, se zavazuje, že bude tento zdroj informací řádně citovat.

V Praze, 21. 07. 2014

Kristýna Vitásková

Jako uživatel potvrzuji svým podpisem, že budu tuto práci řádně citovat v seznamu použité literatury.

<b>Jméno</b>	<b>Ústav/pracoviště</b>	<b>Datum</b>	<b>Podpis</b>