

## **Abstrakt**

Diplomová práce pojednává o tématu regulace reklamy na tabákové výrobky a její dopad na vybraná média v ČR. První část práce je věnována historii kouření, reklamě obecně a propagaci tabákových výrobků s výčtem zdraví škodlivých vlivů na lidský organismus. Jsou představeny tabákové společnosti působící na českém trhu po roce 1993 a především vývoj legislativy v oblasti omezování reklamy na tabákové výrobky v médiích, který byl v rámci České republiky zaváděn postupně ve třech fázích v horizontu let 1995 – 2004. Část této práce je rovněž zaměřena na kontext vývoje jednotného zákazu tabákové reklamy v zemích Evropské unie v roce 2005.

Druhá část práce se soustředí na rozbor a vliv rozrůstajících se zákazů na vybraná česká média. Z televizních stanic je konkrétně analyzována Česká televize a TV NOVA, za tištěná média jsou prezentovány deníky Mladá fronta Dnes a Lidové noviny. Významnou součástí práce tvoří také analýza dat získaných o inzerentech jednotlivých médií a změn v reklamní a marketingové strategii čtyř největších tabákových koncernů, včetně jejich přizpůsobování se omezením a definitivnímu zakazu reklamy na jejich produkty. Samostatná kapitola je věnována dopadům na dotčené subjekty, jak z řad zkoumaných médií, tak i z řad tabákových firem, s uveřejněním výsledků pokusu o získání subjektivního vyjádření oslovených zástupců sledovaných médií a společností.