

# Kako marketing čini čovjeka žednim- online kockanje i klađenje



## Kako marketing čini čovjeka žednim- online kockanje i klađenje

Objavio [Hrvatska uživo](#) u 2. rujna 2023.

Tagovi ▼ Kategorija ▼



Creative background, online casino, in a man's hand a smartphone with playing cards, roulette and chips, black-gold background. Internet gambling concept. Copy space.

U kontekstu agresivnog marketinškog oglašavanja, industrija igara na sreću, uz medije i državu, možda je najbolji iskaz hipokrizije suvremenog društva u kojoj se moralne i etičke vrijednosti krše, a moralna prosudba već je davno dovedena u pitanje. I dok licemjerni pojedinac, nanoseći štetu drugome nije svjestan svojih postupaka, isto se ne može reći za navedene aktere i tu, u osnovi leži težina problema, posebno kada govorimo o državnim medijima, gdje se državno vlasništvo nad medijima smatra javnim, odnosno općim dobrom.

Licemjerje pa i paradoks potvrđuje se i kroz komparaciju igara na sreću, kockanja i klađenja s duhanskom industrijom koja je zakonski znatno bolje regulirana, i gdje se nameće i pitanje, zašto je onda zabranjeno reklamiranje cigareta. Zbog zdravlja i stvaranja ovisnosti? Sigurno, no ne utječe li reklamiranje i oglašavanje igara na sreću na potencijalnu ovisnost pojedinca i njegovo zdravlje, a posljedično i na život i zdravlje njegove obitelji, prijatelja, radnih kolega i cjelokupnog društva. Drugim riječima, moralnu i etičku odgovornost, unatoč sve većem broju ovisnika o kockanju i klađenju bilo bi naivno očekivati jer su usko vezani zajedničkim interesom. Industrija zabave ima veliki udio u ekonomiji jedne zemlje i radi se o industriji koja vrijedi stotine milijardi dolara u svijetu, dok je Hrvatskoj vrijedna više od milijardu eura.

Prema dostupnim pokazateljima, internetske kockarnice za licencu plaćaju godišnje oko

DM RADIO



NAJNOVIJE



Aktualno [Hrvatska](#)

Politika [Vijesti](#)

**Europarlamenta Sunčana Glavak: "Ursula von der Leyen je jasno podcrtala da posao nije završen"**

14. RUJNA 2023.



Aktualno

Gospodarstvo

Hrvatska [Vijesti](#)

FACEBOOK



pola milijuna eura, a kad se tome na mjesečnoj razini doda još 15% na dobit, slika je jasna. S druge strane privatne televizije ulažu u proizvodnju i distribuciju medijski atraktivnog sadržaja koji privlači oglašivače i koji predstavljaju primarni izvor prihoda za medije.

Za svakodnevno marketinško oglašavanje online kockanja kojem svjedočimo može se, čak reći da se ne radi o nikakvom sofisticiranom i inovativnom dizajnerskom rješenju, naprotiv, međutim sve to šarenilo boja, nasmijana lica u veselim kostimima ima svoj vizualni identitet koji ciljano privlači konzumente. Tu je niz igri, besplatne vrtnje, gratis financijska sredstva po posebnim uvjetima, lov na jackpot nagrade na slotovima koje su postale najpopularnije, zahvaljujući internetskim kockarnicama, rulet, kartaške igre, grebalice, do niza drugih primamljivih zabavnih igara koje su dostupne 24 sata. Takvoj ponudi, ali i činjenici da konzumenti online kockanja ne plaćaju porez na dobitak, kao što je to slučaj u sportskom klađenju i lutrijskim igrama te činjenici da je Hrvatska u igrama na sreću jedno od najliberalnijih tržišta nije lako odoliti i, upravo brzorastući sektor online kockanja to pokazuje.

Kada govorimo o sportskom klađenju, nekada se, dok je sport imao drugačiji karakter moglo govoriti o apsurdima i kontradiktornostima, no danas je to gotovo nemoguće zbog komercijalizacije sporta koja je, uz prisutnu komponentu potrošačkog društva omogućila ovoj industriji da nađe način kako se zabaviti i kako doći do nekog financijskog dobitka. Povećanje dostupnosti online kladionica popraćeno je, uz stalno dostupne mobilne aplikacije i učestalost televizijskih reklama i marketinškog sadržaja koji se distribuira putem društvenih mreža i koji se povezuju sa sportskim događajima. Ako navedenom dodamo transparente oko sportskog stadiona, sponzorstva, promotivne proizvode..., razvidno je da stalno poticanje na igranje može i utječe na stavove, namjere i ponašanja pojedinaca pa čak i na pojedince koji su stručni i svjesni da su meta reklama.

O potencijalnim opasnostima igara na sreću, istraživanja su pokazala kako je u Hrvatskoj preko 50 tisuća ovisnika o kockanju, a čak 10% (oko 380 tisuća Hrvata) ima neke probleme s kontroliranjem navika kockanja. Vjerojatno se može govoriti i o većem broju, ako se u obzir uzme činjenica da mnogi ne priznaju ovisnost ili kockanje ne prepoznaju kao potencijalnu ovisnost. Važno je reći da ovisnost utječe i na troškove države, i prema nalazu istraživanja skupine hrvatskih znanstvenika objavljenog u Ljetopisu socijalnog rada 2021., ukupni godišnji trošak po problematičnom kockaru iznosi 6555 kuna, od čega najveći udio (78 posto) čine troškovi povezani s tržištem rada, poput gubitka posla i socijalnih naknada. S druge strane, ukupni godišnji trošak po ovisniku o kockanju iznosi 11.380 kuna. Iako su i kod ove kategorije kockara najznačajniji troškovi povezani s tržištem rada, osjetan udio u ukupnoj strukturi imaju i zdravstveni te financijski troškovi. U osnovi radi se o sve zastupljenijem javnozdravstvenom problemu i ako istom dodamo transgeneracijski prijenos nezadovoljstva, agresivnosti, promjene raspoloženja koje se pojavljuju kod ovisnika, tada je i više nego razvidna važnost pristupa problemu te potrebi edukacije javnosti.

Jedan od razloga ovakve slike je i već spomenuta činjenica da je Hrvatska jedna od najliberalnijih tržišta igara na sreću te činjenica da, kada se govori o online igrama, odnosno inozemnim organizatorima ne postoji regulacija pa ni u smislu zaštite igrača. To što su Zakonom o igrama na sreću regulirani kriteriji raspodjele prihoda na financiranje programa koji doprinose borbi protiv zlouporabe droga, promicanju sporta, zadovoljavanju potreba osoba s invaliditetom, naobrazbi i odgoju djece i mladih, kulturi... ili što svaka internetska kockarica potiče kulturu umjerenog i kontroliranog online kockanja je za pohvalu, no ne predstavlja utjehu za one koji su prešli granicu zabave i postali ovisnici, kao ni za njihove obitelji. Što će donijeti novi Zakon o elektroničkim medijima kojim bi se trebala zaštititi djeca i maloljetnici te Pravilnik o zaštiti maloljetnika u elektroničkim medijima koji postavlja standarde o dozvoljenom i nedozvoljenom načinu oglašavanja igara na sreću, ostaje za vidjeti. Međutim, ostaje nejasno je zašto se sve nije stavilo pod „kapu“ Zakona o igrama na sreću jer, čini se da ovakva rascjepkanost razvodnjava pravno reguliranje ove industrije. U kontekstu regulacije i Europska komisija podupire napore zemalja EU-a da moderniziraju svoje nacionalne pravne okvire za online kockanje, posebno u okviru administrativne suradnje između regulatornih tijela za kockanje te pruža podršku kako bi se osigurala visoka razina zaštite potrošača i ranjivih osoba, uključujući maloljetnike. S druge strane i samu civilizaciju možemo suditi prema zakonima i koliko je istima izrazila svoju ljubav prema čovjeku. Naravno, ovo potonje sa sadašnje pozicije zvuči kao utopija, no idealu osobnog i zajedničkog dobra treba težiti.

NAŠ YOUTUBE  
KANAL

Code 150: Unknown error.

Preuzmi zapis:

[https://www.youtube.com/watch?v=ocREggJEMrk&\\_11](https://www.youtube.com/watch?v=ocREggJEMrk&_11)

v=ocREggJEMrk&\_11



KOLUMNNE

Aktualno Kolumne

Zdravlje

**Čovjek je  
čovjeku lijek i  
ako razum nije  
omekšan  
empatijom  
može odvesti u  
moralnu  
provaliju-  
odnos liječnika i  
pacijenta**

12. RUJNA 2023.

Aktualno Kolumne

• ••

Iako posljednjih desetak godina znanost i struka ukazuju na negativne posljedice industrije igara na sreću, upozorenja ne dopiru do politike. Poprilično je i iluzorno i očekivati da ovaj problem bude zastupljeniji u relevantnijem medijskom prostoru, jer teško da će netko reklamirati kockanje, a onda pričati kako ovakav pristup uništava pojedinca, a posljedično i cijelo društvo. S druge strane industrija online igara, zbog svoje složenosti dovodi do velike zaposlenosti, uglavnom IT stručnjaka koji u velikoj mjeri pomažu tvrtkama u razvoju strategije marketinga, a prema dostupnim podacima mnogi od njih su iz Hrvatske i među vodećim europskim tvrtkama ove industrije kotiraju kao stručni i cijenjeni.

Sve su to elementi koji priječe rješavanje problema pa se postavlja pitanje gdje je rješenje kada se govori, prije svega o marketingu.

Podrazumijeva se da reklamiranje neće imati isti utjecaj na svakoga i da neće svi postati ovisnici, no što je veća raširenost marketinških aktivnosti to je i veća mogućnost usvajanja poruka koje se plasiraju. Dokazano je da kada igramo igre na sreću, kladimo se i kockamo, mozak oslobađa dopamin ili hormon sreće koji u velikoj mjeri doprinosi i našem preživljavanju i traženju rješenja, no rješenje i razuman pristup kada treba prestati kod ovisnika često zakazuje.

Ovisno o percepciji svakoga od nas, neki će zagovarati potpunu zabranu oglašavanja, netko drugačiju regulaciju načina oglašavanja, no ono što je ključno je politička volja da se u suradnji sa znanostu i strukom, uopće krene u rješavanje problema. Politika mora prvo prihvatiti znanstvene pokazatelje negativnog učinka marketinškog oglašavanja i postaviti ograničenja i standarde jer nisu sve igre štetne i nemaju sve istu potencijalnu opasnost. Međutim, kada se govori o igrama u casinu, nedvojbeno se govori o visokom riziku opasnosti od stvaranja ovisnosti. To što online kockarnice imaju zakonsku obvezu da na svojim svojim web stranicama postave upozorenje o odgovornom igranju koje sadrži informacije o borbi i prevenciji ovisnosti o kockanju ili što igrač može postaviti neka ograničenja za sebe ili mu se privremeno ili trajno može ograničiti pristup resursu, zasigurno predstavlja mehanizam zaštite, no isti je nedovoljan.

Država mora razmišljati o ovom javnozdravstvenom problemu, ali i apsurdno, u kojem s jedne strane zbog interesa štiti ili donosi polovična rješenja, a s druge joj se povećavaju troškovi liječenja.

Igre na sreću mogu biti i jesu zabava, no kad ta zabava, kroz marketinško oglašavanje, posebno preko platformi društvenih medija koje su u potpunosti promijenile marketinški krajolik i koji brendovima pruža način da se povežu s potrošačima i ciljaju ih oglasima po relativno niskoj cijeni, tada sve postaje daleko pristupačnije i socijalno prihvatljivije.

I to treba uvijek imati u vidu, kao i činjenicu da je jedini dobitnik sama industrija zabave.

Piše: Tina Tomašić /Demos media

OVAJ PROJEKT FINANCIRAN JE SREDSTVIMA ZA POTICANJE NOVINARSKO IZVRSNOSTI AGENCIJE ZA ELEKTRONIČKE MEDIJE



Hrvatska uživo

---

## Slični članci

14. rujna 2023. &gt;



screenshot/n1

**Europarlamentarka Sunčana Glavak: "Ursula von der Leyen je jasno podcrtala da posao nije završen"**

[Opširnije](#)

14. rujna 2023. &gt;



FOTO: PEXELS

**Lidl počeo snižavati cijene, podržali Vladinu inicijativu**

[Opširnije](#)

14. rujna 2023. &gt;



**Dvije dojave o bombama u Splitu, evakuiran Županijski sud: 'Svi moramo van!'**

[Opširnije](#)

## KATEGORIJE

Umjetnost    Podcast studio  
Nekategorizirano    Općine  
Županija    Udruge građana  
Obrazovanje    Gradovi

## PRATITE

### NAS



## NEWSLETTER

Za naše novosti pretplatite se na naš newsletter.  
Možete se odjaviti u bilo kojem trenutku.

 Pročitao sam i slažem se s uvjetima i odredbama

Pretplatite se

[Impresum](#)[Kontakt](#)[O nama](#)[Uvjeti korištenja](#)[Prodaja i marketing](#)[Redakcija](#)[Pravila privatnosti](#)