

## O MLADIH IN ALKOHOLU

### NEKAJ PODATKOV

**Alkohol in mladi – Kako velik je problem?** Podatki za Slovenijo kažejo, da je alkoholne pijače že pilo približno 85 % slovenskih 15-letnikov, nekaj več kot dve tretjini 13-letnikov in dobrih 40 % 11-letnikov (Bajt, 2007; Currie et al., 2008). Povprečni slovenski mladostnik je ob prvem pitju alkoholne pijače star 13,3 let, ob prvi opitosti pa 14 let (Bajt, 2007; Currie et al., 2008). V skoraj vseh državah, vključno s Slovenijo, dečki s pitjem alkohola pričnejo prej in se prvič opijejo pri nižji starosti v primerjavi z deklicami (Currie et al., 2008; Hibell et al., 2009). Starost ob prvem pitju alkohola je pomemben dejavnik kasnejših težav zaradi alkohola, zato se morajo preventivni ukrepi usmerjati v zviševanje starosti ob prvem pitju alkohola.

**Večina slovenskih 15-letnikov ne pije redno.**

**Med slovenskimi 15-letniki je 27,5% rednih pivcev (alkohol pijejo vsaj enkrat tedensko). S tem odstotkom se uvrščamo nekje na sredino lestvice 41 držav, ki so o tem podatku poročale. Višji odstotek rednih pivcev alkohola med otroci in mladostniki imajo v Ukrajini, Italiji, Angliji ter na Malti, Škotskem in na Hrvaškem. Odstotek otrok in mladostnikov, ki vsaj enkrat na teden pijejo alkohol, pa je nižji na Portugalskem, Irskem in v Skandinavskih državah (Currie et al., 2008). Med rednimi pivci je več dečkov kot deklic.**

**V porastu so visoko tvegane oblike pitja.** Podatki o rabi alkohola med evropskimi otroci in mladostniki kažejo, da je odstotek mladostnikov, ki so že poskusili alkohol med letoma 1995 in 2007 ostal nespremenjen, v porastu pa so visoko tvegane oblike pitja alkohola (pet ali več enot alkohola ob eni priložnosti) (Hibell et al., 2009). Te so bile v preteklosti značilne predvsem za fante, danes pa so razlike med spoloma manjše, na račun pogostejšega visoko tveganega pitja deklet (Anderson in Baumberg, 2006; Hibell et al., 2009). Ob tem je zanimiva ugotovitev, da le 40 % mladostnikov iz evropske regije visoko tvegane oblike pitja zaznava kot škodljive za zdravje (Anderson in Baumberg, 2006).

### KAJ PRAVIJO MLADI?

**Zakaj mladi pijejo alkohol?** Mladi poročajo, da pijejo alkohol zato, ker se na ta način zabavajo, se sprostijo, si več upajo, so bolj komunikativni, lažje navezujejo stike, so bolj samozavestni, se dobro počutijo in pozabijo na probleme. Piti alkohol pomeni biti »cool« in če piješ, si bolj podoben svojim vrstnikom (Ramovš in Ramovš, 2007; Tivadar in Kamin, 2005; Hibell in dr., 2009, Bajt in Zorko, 2009). Poročajo tudi o tem, da pijejo alkohol za preganjanje dolgčasa in tudi zato, ker jim je alkohol lahko dostopen, saj je cenejši od mnogih drugih nealkoholnih pijač. Med vzroki za njihovo pitje so še radovednost, želja po priljubljenosti v družbi, všečnost oz. dober okus alkoholnih pijač, dolgčas ter dejstvo, da je alkohol družbeno sprejemljiv.

**Kaj o alkoholu in preventivnih programih pravijo mladi?** V pogovorih z mladostniki ugotavljamo (Bajt in Zorko, 2009):

## O mladih in alkoholu

Prispeval VP

Sreda, 20 Julij 2011 10:56 - Zadnjič posodobljeno Sreda, 20 Julij 2011 11:03

---

- da so po mnenju večine mladostnikov dobre zabave deloma povezane tudi z uživanjem alkohola. Mladostniki sicer navajajo, da so ključnega pomena dobra družba, pestro dogajanje in to, da se posameznik zna zabavati, vendar pa poudarjajo, da naredi prisotnost alkohola zabavo drugačno – bolj sproščeno. Pri tem opozarjajo, da je pomembna prava mera alkohola, saj preveč alkohola zabavo lahko pokvari (pretepi, bruhanje, različne nesreče);
- da so dokaj dobro informirani o negativnih posledicah tveganega pitja alkohola;
- da kljub zakonskim omejitvam (prepoved prodaje mlajšim od 18. let) večinoma alkohol kupijo v trgovinah ali lokalih. Nakup v trgovini opisujejo kot razmeroma preprost, saj prodajalci večinoma ne preverjajo osebnih dokumentov kupca, če nastopijo težave pa mladoletniki za nakup prosijo nekoga, ki je starejši ali nakup opravijo v trgovini, kjer vedo, da ne bo težav. Podobno velja za lokale, saj mladostniki navajajo, da točno vedo v katerih lokalih je možno kupiti alkoholne pijače brez nadzora/preverjanja.

Kampanje, namenjene mladim, bi po njihovem mnenju sicer morale biti usmerjene v informiranje mladih o škodljivih učinkih pitja alkohola (vožnja pod vplivom alkohola, pitje večjih količin alkohola, učinki na zdravje), vendar opozarjajo naj bodo usmerjeni na posledice tveganega pitja, ki so za njih trenutno aktualne in ne na posledice, ki jih bodo lahko zaradi pitja alkohola doletele v starosti. Slednje lepo ponazori stavek ene izmed mladostnic: »Mene ne briga ali bom čez 40 let zbolela za cirozo, meni je pomembno, da mojemu fantu ne smrdi iz ust po alkoholu.«

**Kakšne ukrepe predlagajo mladi?** Mladostniki predlagajo boljše izvajanje obstoječih zakonodajnih ukrepov (večji nadzor izvajanja prepovedi prodaje mladoletnim v trgovinah in lokalih) ter ukrepe, ki smo jih razvrstili v naslednje kategorije:

- spodbujanje in nagrajevanje neuživanja alkohola (nagrade za mlade, ki ne pijejo; prednost pri

sprejemu v SŠ, dijaške domove...);

- posebni prostori namenjeni zabavi mladih (brez strežbe alkoholnih pijač; lokali z glasbo, prireditvami in aktivnostmi za mlade, npr. biljard, namizni nogomet);

- okusne in privlačne brezalkoholne pijače, ki bodo cenejše od alkohola;

- širjenje informacij o škodljivih učinkih pitja alkohola, pri čemer poudarjajo, da so jim zanimive predvsem informacije, ki so za njih trenutno aktualne. Pri tem lahko snovalci programov izhajamo iz tega kaj alkohol mladostnikom pomeni; v negativnem pomenu jim predstavlja nepremišljena dejanja, slabši spomin (ne veš kaj delaš), pretep, nasilje, družinske težave, odvisnost (alkoholizem, odvisnost od drog), avtomobilske nesreče, pijanost, zasvojenost, zastrupitev z alkoholom, bolj intenzivno občutenje »negativnih« čustev (jeza, žalost), težave s policijo, slabe izkušnje, omamljenost, bruhanje, nezavest, črpanje želodca (povzeto po Bajt in Zorko, 2009).

**Kje mladi dobijo informacije o alkoholu?** Mladostniki informacije o alkoholu pridobivajo iz različnih virov. Navajajo dve vrsti informacij. Prve so t.i. izkušnje iz prve roke – informacije o alkoholnih pijačah in njihovih učinkih, ki jih mladostniki pridobivajo od svojih vrstnikov. Navajajo, da so takšne informacije koristne, posebej pri izbiri alkoholnih pijač in pridobivanju lastnih izkušenj povezanih z uživanjem alkohola (npr. kako ravnati v primeru pijanosti; koliko pijače moraš spiti, da si pijan; kje dobiti alkoholno pijačo po ugodni ceni...). T.i. »pozitivne« informacije o alkoholu mladi dobijo tudi iz filmov, nadaljevanj, sveta zabave, kjer so priča pogostemu in pozitivno obarvanemu uživanju alkohola (v filmih pijejo ko so veseli, depresivni, na zabavah, pijejo idoli). Druga vrsta informacij so t.i. informacije o škodljivem pitju alkohola, ki jih mladostniki dobijo iz različnih medijev (TV, radio, internet), v šoli (različna predavanja) in doma. Slišali so že za različne kampanje, ki mladim prepovedujejo pitje alkohola, vendar menijo, da obstaja nevarnost da bo alkohol ob tovrstnih opozorilih (in prepovedih) mladim še bolj privlačen, hkrati pa tovrstne kampanje mladim niso zanimive. Podobnega mnenja so glede predavanj v šoli o posledicah pitja, ki se jim sicer zdijo relativno zanimiva, hkrati pa menijo, da niso učinkovito sredstvo za odvrčanje mladih od pitja alkohola. Po njihovem mnenju namreč alkohol prevečkrat prepovedujejo ne povedo pa kako naj se varno zabavajo (povzeto po Bajt in Zorko, 2009).

### **Alkohol je v slovenski kulturi lahko dostopen oz. kje do alkohola dostopajo mladi?**

Pomemben dejavnik tveganja škodljive rabe alkohola med otroci in mladostniki je finančno gospodarski interes določenih deležnikov (alkoholne industrije, gostincev in prodajalcev) za enostaven dostop mladih do alkohola. Alkoholna industrija na različne načine oglašuje svoje izdelke, pri čemer se je izkazalo, da oglasi, oddaje in filmi, ki spodbujajo pitje alkohola, pri otrocih in mladostnikih povečujejo željo po alkoholu, vzpodbujajo pozitivna pričakovanja v zvezi s pitjem alkohola in pospešujejo pitje alkohola (Anderson, 2007; Wills, Sargent, Gibbons, Gerrard in Stoolmiller, 2009; Anderson, de Bruijn, Angus, Gordon in Hastings, 2009). Zato si večina držav EU prizadeva k odgovornemu odnosu do alkohola in prepovedi oglaševanja, strežbe in prodaje alkohola mladoletnim. Države EU področje oglaševanja alkohola različno urejajo. Večina držav prepoveduje oglaševanje alkohola mladoletnim, nekatere pa so se omejile le na določene medije, npr. prepovedujejo oglaševanje na TV, dovoljujejo pa oglaševanje v tiskanih medijih, druge so prepovedale oglaševanje le nekaterih alkoholnih pijač, npr. žganih (za pregled glej Institute of Alcohol Studies, 2008). Oglaševanje alkohola v Sloveniji ureja Zakon o zdravstveni ustreznosti živil in izdelkov ter snovi, ki prihajajo v stik z živili (Uradni list RS, št. 52/2000; Uradni list RS, št. 42/2002). Dostop do alkohola mladoletnim v lokalih in trgovinah pa ureja Zakon o omejevanju porabe alkohola (ZOPA; UR, št. 15/2003), ki v 7. členu prepoveduje prodajo in ponudbo alkoholnih pijač in pijač, ki so jim dodane alkoholne pijače, osebam, mlajšim od 18 let. S tem skušamo mladostnikom omejiti dostop do alkohola ter posledično preprečevati tvegano pitje in opijanje. Kljub ustrezni zakonski ureditvi prihaja na tem področju do nekaterih kršitev. Slednje potrjujejo raziskave, ki ugotavljajo, da je alkohol v Sloveniji mladim dokaj enostavno dostopen, saj je več kot 90 % udeležencev raziskave ESPAD (Stergar, Pucelj in Scagnetti, 2003) odgovorilo, da če bi želeli piti alkohol, bi do njega prišli zelo lahko. Podobno alkohol kot lahko dostopno pijačo zaznavajo tudi mladostniki iz drugih evropskih držav (Hibell in dr., 2009). Slovenski mladostniki do alkohola najpogosteje dostopajo v barih ali gostinskih lokalih, pijejo ga na cesti, doma, v diskoteki ali pri nekom drugem doma (Stergar, Pucelj in Scagnetti, 2003).

### VIRI:

Anderson, P. (2007). Commercial communications and alcohol. Utrecht: National Foundation for Alcohol Prevention. Dostopno na: [www.stap.nl/content/bestaden/elsa\\_4\\_report\\_on\\_impact.pdf](http://www.stap.nl/content/bestaden/elsa_4_report_on_impact.pdf)

Anderson, P. in Baumberg, B. (2006). Alcohol in Europe. London: Institute of Alcohol Studies.

Anderson, P., de Bruijn, A., Angus, K., Gordon, R. in Hastings, G. (2009). Impact of alcohol advertising and media exposure on adolescent alcohol use: a systematic review of longitudinal studies. *Alcohol Alcohol*, 44(3), 229-43.

Bajt, M. In Zorko, M. (2009). Uživanje alkoholnih pijač med mladostniki. Izsledki fokusnih skupin. Ljubljana: Inštitut za varovanje zdravja (neobjavljeno gradivo).

Bajt, M. (2007). Tvegana vedenja: uporaba tobaka, alkohola in marihuane. V H. Jeriček, D. Lavtar in T. Pokrajac. (ur.), *HBSC Slovenija 2006 – Z zdravjem povezano vedenje v šolskem obdobju*. Ljubljana: Inštitut za varovanje zdravja Republike Slovenije.

Currie, C., Gabhainn, S.N., Godeau, E., Roberts, C., Smith, R. in dr. (2008). Inequalities in young people's health. Health behaviour in school-aged children – international report from the 2005/2006 survey. Copenhagen: Svetovna zdravstvena organizacija.

Hibell, B., Guttormsson, U., Ahlström, S., Balakireva, O., Bjarnason, T., Kokkevi, A., Kraus, L. (2009). The 2007 ESPAD Report. Substance Use Among Students in 35 Countries. Stockholm: CAN.

Ramovš, J. In Ramovš, K. (2007). *Pitje mladih*. Ljubljana: Inštitut Antona Trstenjaka.

Stergar, E., Pucelj, V., Scagnetti, N. (2005). Evropska raziskava o alkoholu in preostalih drogah med šolsko mladino, Slovenija 2003. Ljubljana: Inštitut za varovanje zdravja RS.

Tivadar, B. in Kamin, T. (2005). Razvoj pristopov za spodbujanje zdrave prehrane in gibanja v srednjih šolah. Ljubljana: Inštitut za varovanje zdravja Republike Slovenije.

## O mladih in alkoholu

Prispeval VP

Sreda, 20 Julij 2011 10:56 - Zadnjič posodobljeno Sreda, 20 Julij 2011 11:03

---

Wills, T.A., Sargent, J.D., Gibbons, F.X., Gerrard, M. in Stoolmiller, M. (2009). Movie exposure to alcohol cues and adolescent alcohol problems: a longitudinal analysis in a national sample. *Psychol Addict Behav.*, 23(1), 23-35.