



Ljubljana, 12. november 2019

Štiri največje mreže na področju zasvojenosti pozivajo k podpori ukrepom na področju alkoholne politike

Sporočilo za javnost - za takojšnjo objavo

Štiri največje mreže na področju preprečevanja zasvojenosti v Sloveniji, Preventivna platforma, NVO varujejo naše zdravje, Mreža 25x25 ter Mladinska zveza Brez izgovora Slovenija, ki so se pred nedavnim združile v Združenju za kronične nenalezljive bolezni, so danes javno predstavile spletno stran www.keralkoholnimleko.si, ki je namenjena zbiranju podpore odločnejšim ukrepom na področju alkohola pri nas. Od junija dalje je sicer istoimenska kampanja ozaveščala javnost o pomenu neponujanja alkohola otrokom in mladostnikom ter je na družbenih omrežjih do danes zbrala že preko 3 tisoč podpornikov.

Koordinator kampanje, **Jan Peloz**, je ob tem povedal: »Kampanja je nastala kot odgovor na dejstvo, da se Slovenija uvršča v sam svetovni vrh po porabi alkohola za osebe starejše od 15 let. Kljub temu, da 6 od 10 slovenskih sedmošolcev do alkohola pride doma, verjamejo da so starši in stari starši le del problema, težava pa je predvsem vsesplošna sprejetost alkohola – od dostopnosti na vsakem koraku, zelo nizkih cen, oglasov, ki ciljajo na vse mlajše osebe, do alarmantno nizkega upoštevanja zakona o prepovedi prodaje alkohola mladoletnim. Skoraj polovica otrok, ki prične piti v osnovnošolskih letih, od njega postane zasvojen, zasvojenost pa se lahko razvije že po enem letu. Zato danes uradno lansiramo kampanjo zbiranja podpisov za uvedbo celostnih ukrepov na področju alkoholne politike pri nas, kar pa ne pomeni, da mora na tej točki ukrepati samo država. Veliko lahko pri tem storijo tudi npr. gostinci, prodajalci, starši, oglaševalci, zdravniki, nevladne organizacije, stari starši, medicinske sestre, učitelji, predvsem pa znane osebnosti in vplivneži.« Primer dobre prakse pri podpori kampanji sta vplivneža Teja in Jani, znana pod psevdonimi »Cool Fotr« in »Cool Mamacita«, ki imata na družbenih omrežjih zelo veliko skupino sledilcev in podpornikov.

Socialno-marketingška kampanja »Ker alkohol ni mleko«, ki je bila od maja letos pretežno vidna preko slovenskih družbenih omrežij, je jasno pokazala, da jemljemo pitje alkohola med slovenskimi otroki kot nekaj samo po sebi umevnega. Začetni video, ko trener na zrežiranem končnem izletu ponuja alkohol 12-letnikom, je postal viralen, pobudnike kampanje pa je zmotilo predvsem večinsko opravičevanje in neobsojanje početja trenerja. Video (dostopen na povezavi <https://tinyurl.com/alkoholnimleko>) si je od takrat ogledalo že preko 140 tisoč ljudi s preko 10 tisoč odzivi nanj.

Čeprav bodo podpisi, zbrani na spletni strani www.keralkoholnimleko.si, po koncu zbiranja predani Ministru za zdravje, ki je končno odgovoren za pripravo zakonodajnih ukrepov na tem področju, se pobudniki kampanje zavzemajo za začetek dialoga tudi z različnimi interesnimi združenji, ki bi lahko alarmantno situacijo na tem področju še dodatno zajezili s svojim proaktivnim delovanjem. Podpisi podpore posameznikov ter privatnih, javnih, profitnih in neprofitnih organizacij, se bodo na spletni strani kampanje zbirali do decembra letos, ko bo javnosti tudi uradno sporočen rezultat.



Sanela Talić, Inštitut Utrip, Mreža Preventivna platforma:

»Živimo v obdobju, ko nam znanost (tudi preventivna) z neverjetno hitrostjo streže informacije in nam jih dobesedno polaga na krožnik. In mi? Družba odraslih, ki ima nalogo zagotavljati kar se da zdravo in varno okolje za naše otroke in mladostnike, se vztrajno "marinara" v starih razmišljanjih in vzorcih. Klišejsko bi bilo reči: "čas je, da se končno premaknemo". Upoštevajoč vse, kar imamo na voljo že nekaj časa, lahko trdimo, da smo izgubili precej priložnosti in tudi denarja. Vseeno življenje ponuja nove priložnosti, mi odrasli pa smo tisti, ki bomo s pravimi odločitvami doprinesli k pozitivnim spremembam.«

Urška Erklavec, Mladinska zveza Brez izgovora Slovenija

»Kampanja naslavlja tolerantnost naše družbe do alkohola med mladoletnimi, kar se v naših raziskavah skritih kupcev pokaže kot dostopnost alkohola v trgovinah, ki je nad 92 %. Visoka dostopnost omogoča, da vsak četrti 17-letnik (25,9 %) pije alkoholne pijače vsaj enkrat na teden. V kampanji se je pokazalo, da so številni mnenja, da se bodo mladi naučili bolj kulturnega pitja, če se jim alkohol čim prej doma ponudi v manjših količinah, raziskave pa kažejo, da tako toleranten odnos do alkohola v domačem okolju nima zaščitne vloge. Raziskave so pokazale, da je bolj zdravo za mlado osebo, da starši omejijo pitje do polnoletnosti, da so zgled in so na voljo za pogovor o tem. Predvsem pa je potrebno področje urediti celostno z Zakonom o omejevanju porabe alkohola, vendar lahko to doseže le država, zato tudi ta pobuda.«

Miha Lovše, Slovenska zveza za javno zdravje, okolje in tobačno kontrolo, Mreža NVO varujejo naše zdravje

»Kot vemo, v Sloveniji obstaja t.i. mokra kultura pitja alkoholnih pijač. Predvsem je pomembno, da omogočimo odraščanje otrok in mladostnikov v zdravem okolju brez alkohola. Bistveno je, da dosežemo mladostnike, preden jih doseže okolica, ki ima lahko na njih negativen vpliv. Pravočasno bi jih morali naučiti, da odločno rečejo ne, saj so posledice, ki jih alkohol lahko pusti na njihova življenja, velike. Namen kampanje je učinkovitejša preventiva. Na predavanjih vedno znova dobimo odgovore najstnikov, da so njihovi starši tudi pili alkohol v tem obdobju, celo med nosečnostjo, kar je zelo škodljivo za razvoj še nerojenega otroka, posledice pa so lahko tudi dolgoročne. Naš cilj je, da zaščitimo naše otroke in jih skupaj poučimo o pomembnosti zdravega načina življenja, ki ne vključuje alkohola. Pri tem jim moramo odrasli dajati dober zgled.«

Franc Zalar, Društvo za zdravje srca in ožilja, Mreža 25x25

»Vse vrste odvisnosti močno povečujejo tveganja za nastanek bolezni srca in ožilja. Te pa so še vedno vodilni vzrok smrti v razvitem svetu. Pretirano pitje alkohola je pogost vzrok srčnih aritmij, še zlasti atrijske fibrilacije, posledično pa tudi možganske kapi. Naš poziv je zato zelo jasen: mislimo na svoje srce. Srce in alkohol nista prijatelja. S podporo ostrejšim ukrepom na področju alkohola, predvsem pa z lastnim zgledom, zmanjšujemo dejavnike tveganja za nastanek bolezni srca in ožilja.«