



LIETUVOS SVEIKATOS MOKSLŲ UNIVERSITETAS
MEDICINOS AKADEMIJA
VISUOMENĖS SVEIKATOS FAKULTETAS
SVEIKATOS TYRIMŲ INSTITUTAS

Viešoji įstaiga, A. Mickevičiaus g. 9, 44307 Kaunas, tel. (8 37) 407930, el. p. sti@ismuni.lt, www.ismuni.lt
Duomenys kaupiami ir saugomi Juridinių asmenų registre, kodas 302536989

Originalas paštu nebus siunčiamas

Lietuvos Respublikos Vyriausybei

2017-05-05 Nr. VSF6-2-3

Lietuvos Respublikos Seimui

**DĖL INFORMACIJOS APIE MOKSLO ĮRODYMAIS GRĮSTĄ ALKOHOLIO
VARTOJIMO MAŽINIMĄ**

Vienas iš Lietuvos sveikatos mokslo universiteto Sveikatos tyrimų instituto, kaip Pasaulio sveikatos organizacijos (PSO) bendradariaujančio centro, tikslų skleisti pasaulines mokslo žinias ir patirtį lėtinių neinfekcinių ligų profilaktikos ir kontrolės užtikrinimo srityse, todėl LR Vyriausybei inicijavus politinę diskusiją apie alkoholio vartojimo prevencijos priemones ir viešoje erdvėje pasipylus įvairioms egzistuojančių mokslo įrodymų interpretacijoms, kreipiamės į jus pateikdami informacijos apie mokslo įrodymais grįstą alkoholio vartojimo mažinimą.

Norime pabrėžti, kad visuomenės sveikatos moksle alkoholio kontrolės politikos priemonių veiksmingumas vertinamas būtent pagal tai, kiek priemonė sumažina bendrą ir tikslinių grupių alkoholio vartojimą. Yra įrodyta, kad didesnis vartojimas, sukelia didesnę žalą ir asmeniui, ir visuomenei. Raginame atsakyti buitinių ir realybėje neegzistuojančių sąvokų – kaip „kova su alkoholizmu“. Alkoholizmas (tiksliau, priklausomybė nuo alkoholio), kaip liga – tai tik viena vartojimo pasekmių, tuo tarpu vartojimo sukeliama žala gali pasireikšti pavartojus net ir vieną vienintelį kartą (pvz., avarijos, smurtas, nusikaltimai, traumos ir t.t.), ir nesaikingai vartojant (rizikingas ar žalingas alkoholio vartojimas pasireiškiantis pasekmėmis sveikatai, šeimai, aplinkiniams), ir išsivysčius priklausomybei, kai prireikia profesionalios medikų pagalbos ir pasiryžimo sveikti visą likusį gyvenimą.

PSO leidinyje „Pasaulio ataskaita apie alkoholio vartojimą ir sveikatą 2014“ nurodoma, kad Lietuva pagal alkoholio suvartojimą tenkantį vyresniam nei 15 metų gyventojui pirmauja tarp Europos šalių: išgeriama 15,4 l grynojo etilo alkoholio. Nesaikingas alkoholinių gėrimų vartojimas – viena pagrindinių priešlaikinių mirčių, ligų ir traumų priežasčių¹, kasmet Lietuvai kainuojanti daugiau nei 200 mln eurų².

Vertinant įvairių alkoholio vartojimo mažinimo priemonių veiksmingumą ir jų įgyvendinimo kaštus visuomenei, mokslinėje literatūroje **išskiriamos trys pagrindinės priemonių grupės („best buys“), kurios turi būti kaip alkoholio kontrolės politikos pagrindas ir kompleksiskai stiprinamos, jei valstybė susiduria su neigiamomis alkoholio vartojimo pasekmėmis**^{3,4,5,6,7,8,9}.

¹ Suaugusių Lietuvos žmonių gyvenamosios tyrimas, 2014 / Vilius Grabauskas, Jūratė Klumbienė, Janina Petkevičienė, Edita Šakytė, Vilma Kriaučionienė, Aurelijus Vėryga. Kaunas: Lietuvos sveikatos mokslų universitetas, 2015.

² Vėryga, A., Procharskas, R., Štelemėkas, M. Alkoholio kontrolės politikos vertinimas, alkoholio vartojimo daromos žalos vertinimas. Vilnius: 2013.

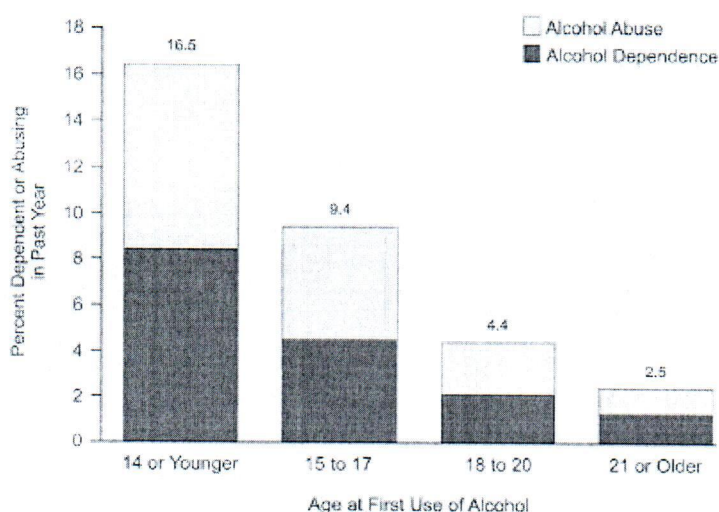
³ The AMPHORA Manifesto for effective alcohol policy in Europe. EASL. Available from: http://www.easl.eu/_newsroom/latest-news/the-amphora-manifesto-for-effective-alcohol-policy-in-europe

- 1) alkoholinių gėrimų kainos didinimas (akcizo mokestis);
- 2) alkoholinių gėrimų reklamos draudimas;
- 3) alkoholinių gėrimų prieinamumo mažinimas.

Apibendrinti mokslinių tyrimų¹⁰ rezultatai rodo, kad alkoholinių gėrimų suvartojimas mažėja, jei kainos yra didesnės, jo įsigyti yra sunkiau ir yra pašalinta alkoholinių gėrimų reklama. Šios alkoholio vartojimo prevencijos priemonės paveikia bendrąją populiaciją, įskaitant jaunimą ir žalingai alkoholinius gėrimus vartojančius asmenis.

Lietuvoje įvertinus probleminio alkoholio vartojimo paplitimą tarp 15-74 metų amžiaus asmenų paaiškėjo, kad dažniausiai žalingai alkoholį vartoja 35-44 metų vyrai ir 25-34 metų moterys¹¹. Mėginimus nemokslinėmis pramonės finansuojamomis apklausomis formuoti nuomonę, kad Lietuvoje didžiąją dalį alkoholinių gėrimų išgeria maža grupė vyresnio amžiaus probleminių vartotojų kaime, laikome sąmoningu bandymu iškraipyti realybę.

Norime pažymėti, kad legalaus pardavimo amžiaus didinimas yra mokslu grįsta veiksminga alkoholio vartojimo mažinimo priemonė, mažinanti alkoholinių gėrimų vartojimą.¹² Mokslinių tyrimų duomenimis, vėlesnis alkoholio vartojimo pradžios amžius patikimai siejasi su mažesne tikimybe tapti priklausomu nuo alkoholio^{4,13} (žr. 1 pav.).



1 pav. Alkoholio vartojimo pradžios ir alkoholinės priklausomybės sąsajos.

⁴Babor TF, Caetano R, Casswell S, Edwards G, Giesbrecht N, Graham K, et al. Alcohol: No Ordinary Commodity. Oxford University Press; 2003.

⁵Anderson P, Baumber B. Alcohol in Europe: A Public Health Perspective. A report for the European Commission. Institute of Alcohol Studies, UK. 2006 Available from: http://ec.europa.eu/health/ph_determinants/life_style/alcohol/documents/alcohol_europe.pdf

⁶Babor TF. Alcohol research and the alcoholic beverage industry: issues, concerns and conflicts of interest. *Addiction*. 2009;104:34–47.

⁷Babor TF, Winstanley EL. The world of drinking: national alcohol control experiences in 18 countries. *Addiction*. 2008;103(5):721–5.

⁸Madden S. Alcohol: No Ordinary Commodity. Research and Public Policy. By T. F. Babor, R. Caetano, S. Casswell, G. Edwards, N. Giesbrecht, K. Graham, J. Grube, P. Gruenewald, L. Hill, H. Holder, R. Homel, E. Osterberg, J. Rehm, R. Room and I. Rossow. Oxford University Press. 290 pgs. ISBN 019 263261 2. Alcohol and Alcoholism. 2005 Mar 1;40(2):157–157.

⁹Babor TF, Sartor CE, Lynskey MT, Grant JD, Pergadia ML, Gruzza R, Bucholz KK, Nelson EC, Madden PA, Martin NG, Heath AC. Evidence for an interaction between age at first drink and genetic influences on DSM-IV alcohol dependence symptoms. *Alcohol Clin Exp Res*. 2009 Dec;33(12):2047–56.

¹⁰Anderson P, Møller L, Galea G. Alcohol in the European Union. Consumption, harm and policy approaches. WHO Regional Office for Europe, Copenhagen. 2012. Available from: <http://www.euro.who.int/en/what-we-publish/abstracts/alcohol-in-the-european-union.-consumption.-harm-and-policy-approaches>

¹¹Veryga, A., Stanislavovienė, J., Ignatavičiūtė, L., Štelemėkas, M., Liutkutė, V. Probleminio alkoholio vartojimo įvertinimas tarp 15-74 metų amžiaus Lietuvos gyventojų naudojant audit metodiką // Sveikatos mokslai = Health sciences. Vilnius: Sveikata. (Visuomenės sveikata). ISSN 1392-6373. 2013, t. 23, Nr. 5, 22-28.

¹²Agrawal A, Sartor CE, Lynskey MT, Grant JD, Pergadia ML, Gruzza R, Bucholz KK, Nelson EC, Madden PA, Martin NG, Heath AC. Evidence for an interaction between age at first drink and genetic influences on DSM-IV alcohol dependence symptoms. *Alcohol Clin Exp Res*. 2009 Dec;33(12):2047–56.

¹³Buchmann AF, Schmid B, Blomeyer D, Becker K, Treutlein J, Zimmermann US, Jenen-Steinmetz C, Schmidt MH, Esser G, Banaschewski T, Rietschel M, Schumann G, Laucht M. Impact of age at first drink on vulnerability to alcohol-related problems: testing the marker hypothesis in a prospective study of young adults. *J Psychiatr Res*. 2009 Oct;43(15):1205–12.

Taip pat būtina paminėti, kad svarbus ne tik teisiškai nustatytas ir įstatymuose įtvirtintas pilnametystę nusakantis amžius, tačiau ir su teisine norma nesusijusi psichologinė branda. Šiuo metu esantys tyrimai leidžia teigti, kad psichologinė branda, kai jau sąmoningai priimami su sveikatos išsaugojimu ir galima rizika susiję sprendimai, pasiekiami būtent 21 – 25 metų amžiuje.

Kitų šalių geroji praktika rodo, kad alkoholio prieinamumo mažinimas, trumpinant prekybos alkoholiniais gėrimais laiką, sumažino alkoholio vartojimą ir jo sukeliamas pasekmes: smurto atvejus, savižudybių skaičių^{14,15,16,17,18}. Pavyzdžiui Norvegijoje apskaičiuota, kad prekybos alkoholiu laiko prailginimas viena valanda nusikalstamumą padidina 16 proc.¹⁹.

Šiai dienai nebetruksta mokslinių įrodymų, kad **alkoholio reklama skatina vaikus pradėti vartoti alkoholį anksčiau, o jau vartojančius paauglius paskatina vartoti alkoholį intensyviau.** Žemiau pateikiamos nuorodos į kai kuriuos mokslinius tyrimus apie alkoholinių gėrimų reklamą:

1) JAV mokslininkai H.Saferis (Saffer) ir D. Deivas (Dave) pirmieji pagal mokslinę metodiką 2001 m. ėmėsi spręsti ginčą, kilusį tarp visuomenės sveikatos gynėjų, teigusių, kad reklamos įtaka jaunimo nusiteikimui yra didelė ir alkoholio pramonės, kurios atstovai tvirtino, kad jų reklama turi reikšmės tik suaugusiems ir, kad jos paskirtis - suteikti galimybę vartotojui pasirinkti gėrimo rūšį (firmą), o ne sprendimą gerti ar negerti. Mokslininkai, remdamiesi 63000 mokinių apklausomis, padarė išvadą, kad nepriklausomai nuo reklamuotojų tikrųjų ketinimų, alkoholio reklama turi įtakos nepilnamečių gėrimo įpročiams. *Advertising and Price Effects on Adolescent Drinking. Paper presented at the Biennial Conference of the Society for Research in Child Development, Minneapolis, MN, April 19-22, 2001).*

2) Kitame šių mokslininkų skelbtame darbe teigiama, kad, remiantis jų tyrimais, visiškai uždraudus alkoholio reklamą paauglių dalyvavimas išgeruvėse sumažėtų 24 proc., o gausių išgėrimų („binge drinking“, kai geriama po 5 ir daugiau kartus) paauglių tarpe sumažėtų net 42 proc. *Henry Saffer, Dhaval Dave, NBER Working Paper No. 9676 Issued in May, 2003, NBER Program(s).*

3) Ištyrus namų ūkio statistiką 24 svarbiausiose JAV žiniasklaidos rinkose, buvo nustatyta, kad 15-26 metų amžiaus jaunuoliai, kurie matė daugiau alkoholio reklamos, gėrė daugiau (kiekviena papildoma reklama didino išgėrimų skaičių 1 proc.). Žiniasklaidos rinkose, kuriose išlaidos alkoholio reklamai yra didesnės, jaunimas gėrė daugiau (kiekvienas papildomas doleris alkoholio reklamai, skaičiuojant vienam jaunuoliui, didino išgėrimų skaičių 3 proc.). *Snyder LB, Milici FF, Slater M, Sun H, Strizhakova Y. Effects of alcohol advertising exposure on drinking among youth, Department of Communications Sciences and Center for Health Communication and Marketing, University of Connecticut, Storrs, CT 06269-1085, USA, 2006.*

4) Grupė JAV mokslininkų, tyrusių alaus reklamos įtaką 7-12 klasės paauglių žinioms apie alaus logotipus (prekių ženklus), nusistatymą gerti ir gėrimo įpročius, nustatė, kad reklamos poveikį mokiniais sudaro būtent tai, ko siekia alaus pramonė – (a) paskleisti žinias apie logotipą, kad jis būtų atpažįstamas, (b) pasiekti, kad šiam logotipui būtų teikiama pirmenybė, (c) pasiekti, kad produktas būtų pardavinėjamas ir vartojamas ir (d) formuoti vartotojo ištikimybę logotipui. Nustatyta, kad šių šių tikslų alaus pramonė paauglių tarpe pasiekia pagal visus 4 punktus ir, kad reklamos sėkmė priklauso nuo tam skirtų lėšų. Buvo taip pat ištirta nusistatymas gerti ir išgėrimų dažnis priklausomai nuo kitų veiksnių, lemiančių esamus gėrimo įpročius. Nustatyta, kad didžiausią reikšmę turi žiniasklaidos (21%) ir bendraamžių įtaka (30%). Autoriai daro išvadą, kad žiniasklaida

¹⁴ Hahn RA, Kuzara JL, Elder R, Brewer R, Chattopadhyay S, Fielding J, et al. Effectiveness of policies restricting hours of alcohol sales in preventing excessive alcohol consumption and related harms. *Am J Prev Med.* 2010;39:590–604. [PMC free article] [PubMed]

¹⁴ Popova S, Giesbrecht N, Bekmuradov D, Patra J. Hours and days of sale and density of alcohol outlets: impacts on alcohol consumption and damage: a systematic review. *Alcohol Alcohol.* 2009;44:500–16. [PubMed]

¹⁵ Malaga H, Gonzalez M, Huaco C, Sotelo M. The Relation between the Number of Hours That Authorize the Sale of Alcoholic Beverages and Violence. *Health Promotion Perspectives.* 2012;2(1):60-71. doi:10.5681/hpp.2012.008.

¹⁶ Stockwell T, Chikritzhs T. Do relaxed trading hours for bars and clubs mean more relaxed drinking? A review of international research on the impacts of changes to permitted hours of drinking. *Crime Prev Community Saf.* 2009;11:153–

¹⁷ Carpenter C, Dobkin C. Alcohol regulation and crime. In: Cook P, Ludwig J, McCrary J, editors. *Controlling Crime: Strategies and Tradeoffs.* Chicago: University of Chicago Press; 2011. pp. 291–329.

¹⁸ Carpenter C, Dobkin C. Alcohol regulation and crime. In: Cook P, Ludwig J, McCrary J, editors. *Controlling Crime: Strategies and Tradeoffs.* Chicago: University of Chicago Press; 2011. pp. 291–329.

¹⁹ Rossow I, Norström T. The impact of small changes in bar closing hours on violence. The Norwegian experience from 18 cities. *Addiction (Abingdon, England).* 2012;107(3):530-537. doi:10.1111/j.1360-0443.2011.03643.x.

ir reklama yra svarbūs, bene svarbiausi veiksniai, lemiantys paauglių gėrimo įpročius. *Frogs Sell Beer: The Effects of Beer Advertisements on Adolescent Drinking Knowledge, Attitudes, and Behavior.* Douglas A. Gentile at al. Paper presented at the Biennial Conference of the Society for Research in Child Development (April, 2001), Minneapolis, Minnesota.

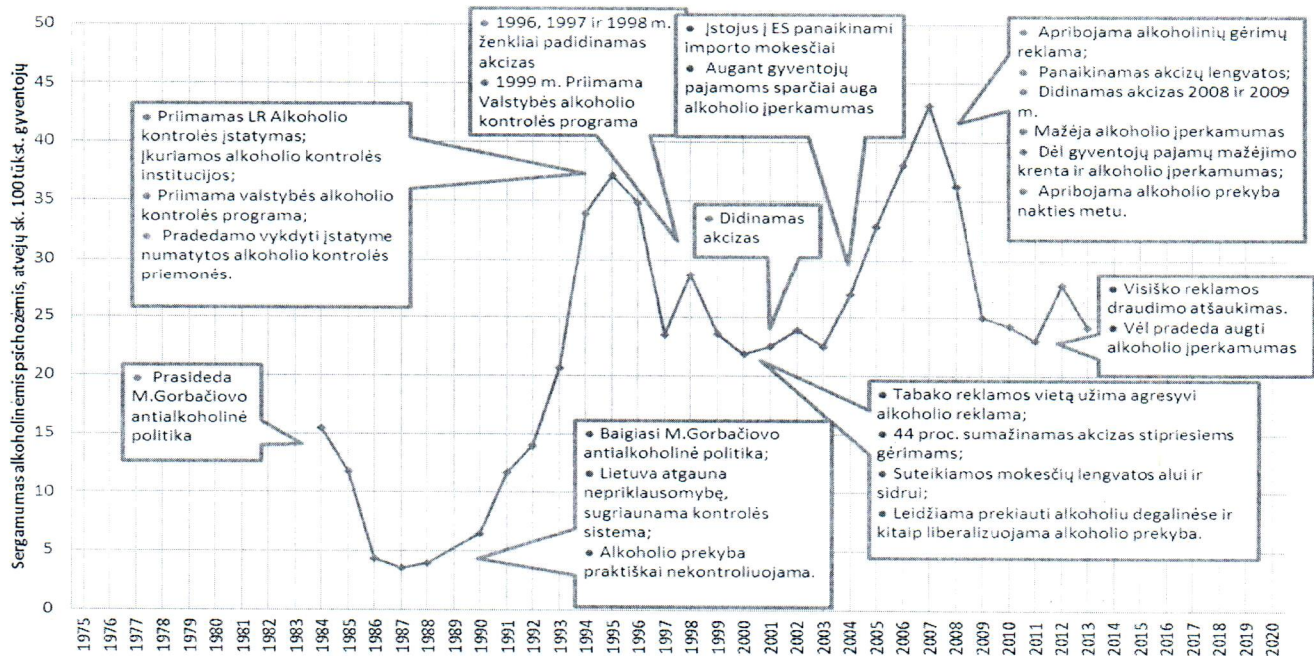
5) Dešimtį metų (1990-1999) trukusiais Naujosios Zelandijos mokslininkų tyrimais buvo nustatyta, kad tipišku išgertuvių tarp 14-17 m. amžiaus paauglių atveju 1990 m. buvo geriama 2-3 kartus, o 1999 m. tokiu pat atveju jau buvo geriama 5-6 kartus. Ir kad tai sutampa su alkoholio reklamos per televiziją pradžia. *Casswell, S., and Bhatta, K., A Decade of Drinking. APHRU 2001.*

6) Remiantis Pasaulio sveikatos organizacijos sukurta metodika, apskaičiuota, kad įvedus Europoje alkoholio reklamos draudimą, būtų įmanoma išvengti 202 tūkst. neįgalumo ir ankstyvos mirties atveju. *Alcohol in Europe: A public health perspective. A report for the European Commission. Peter Anderson and Ben Baumberg Institute of Alcohol Studies, UK June 2006.*

7) Higienos instituto atliktoje mokslinių tyrimų sisteminėje apžvalgoje apibendrinama, kad Alkoholinių gėrimų reklama skatino jaunos žmones pradėti vartoti alkoholį bei jo vartojimą tarp vartojančiųjų,

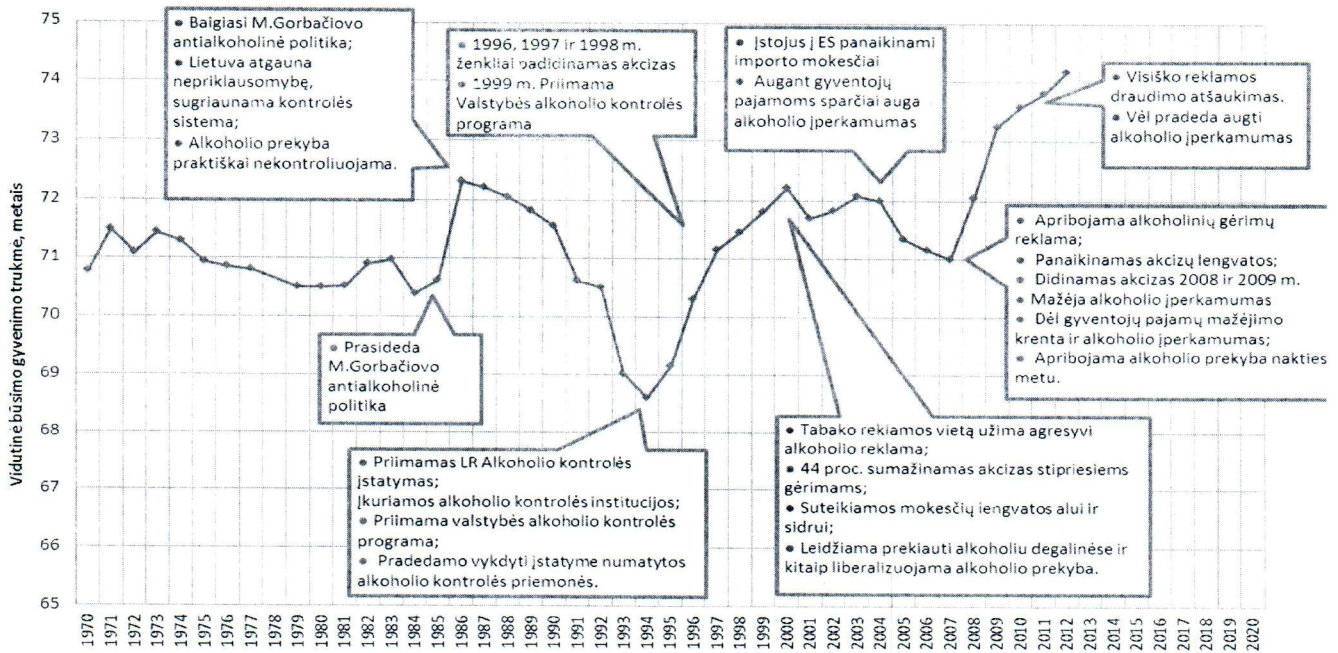
o alkoholio reklama pardavimo vietose ir nuolaidų stendai didino alkoholio, ypač alaus, vartojimą. Alkoholio reklamos ir nuolaidų alkoholiniams gėrimams draudimas yra ekonomiškai efektyvi priemonė, siekiant sumažinti alkoholio vartojimą. Didesnis ekonominis efektyvumas būtų pasiektas alkoholio kontrolei skirtas priemonės diegiant kartu, o ne pavieniui. *Petronytė, Gintarė, et al. "Alkoholinių gėrimų reklamos įtaka jų vartojimui: mokslo įrodymų apžvalga." Redaktorių taryba: 9.*

Taip pat atkreipiame dėmesį, kad Lietuva turi gerosios praktikos pavyzdžių mažinant alkoholio vartojimą ir neigiamas alkoholio vartojimo pasekmes šalyje (žr. 2 ir 3 pav.). Faktas, kad alkoholio kontrolės politika daro poveikį ne tik tiesiogiai su vartojimu susijusiems (žr. 2 pav.), bet ir apibendrintiesiems rodikliams, pavyzdžiui, tikėtinai vidutinei gyvenimo trukmei (žr. 3 pav.), atskleidžia, kad alkoholio sąlygotas mirtingumas sudaro didelę šalies gyventojų mirtingumo dalį.²⁰



2 pav. Įgyvendintų alkoholio kontrolės politikos priemonių poveikis alkoholinių psichozijų rodikliui Lietuvoje 1984–2013 m.

²⁰Veryga, A., Procharskas, R., Štelemėkas, M. Alkoholio kontrolės politikos vertinimas, alkoholio vartojimo daromos žalos vertinimas. Vilnius: 2013.



3 pav. Įgyvendintų alkoholio kontrolės politikos priemonių sąsajos su vidutine būsimo gyvenimo trukme 1970–2012 m.

Vykdydami savo, kaip mokslo institucijos misiją, esame pasirengę suteikti jums informacijos apie mokslu grįstą sveikatos stiprinimo, rizikos veiksnių mažinimo ir sveikatos priežiūros politiką ir tokiu būdu padėti priimti moksliniais įrodymais grįstus šalies politiką formuojančius sprendimus.

l.e.p. vadovo pareigas

dr. Mindaugas Štelemėkas