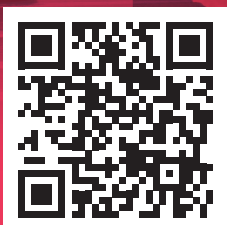


Inicjacja alkoholowa dzieci i młodzieży w Polsce

diagnoza problemu,
przyczyny i konsekwencje

RAPORT INSTYTUTU
CZŁOWIEKA ŚWIADOMEGO

www.instytutczlowiekaswiadomego.pl



SPIS TREŚCI

Słowo wstępu	3
Kluczowe wnioski z raportu	4
I. Alkohol a nieletni – skala problemu	6
01. Inicjacja alkoholowa po 10. roku życia	7
02. Rodzice a pierwszy kontakt dzieci z alkoholem	11
03. Napoje alkoholowe na imprezach 15 – 16 latków	12
04. Polskie nastolatki na tle europejskiej młodzieży	15
05. Nieletni najchętniej piją piwo	16
06. Łatwy dostęp młodych do napojów alkoholowych	18
II. Wczesna inicjacja alkoholowa a rozwój nastolatków	22
01. Wpływ na zdrowie fizyczne i rozwój	23
02. Alkohol a przemoc	27
III. Czynniki ryzyka spożywania alkoholu przez nieletnich	28
01. Rodzice na pierwszym miejscu	29
02. Przynależność do grupy i rówieśnicza presja	32
03. Reklama	35
IV. Wizerunek napojów alkoholowych w percepcji młodych dorosłych	39
01. Jak je widzą, tak je piją	40
02. Wino	40
03. Piwo	41
04. Wódka	43
05. „Oswajanie” obecności alkoholu w życiu młodych	44
Słowo końcowe i rekomendacje	46
Przypisy	49
Biogramy ekspertów	50

SŁOWO WSTĘPU

Szanowni Państwo!

Oddajemy w Państwa ręce kolejną z cyklu monografii dotyczących największych wyzwań zdrowotnych polskiego społeczeństwa opisanych w dokumencie programowym pt. „Kluczowe Ryzyka Zdrowotne w Polsce”, zbieżnym z wizją działań i priorytetami zdrowotnymi przedstawionymi w Krajowym Planie Transformacji (KPT), przygotowanym przez Ministerstwo Zdrowia w 2021 roku na podstawie rekomendacji Unii Europejskiej.

Niniejsza publikacja dotyczy jednego z najważniejszych problemów zdrowotnych Polaków, jakim jest nadmierne i szkodliwe picie alkoholu, które znajduje się na trzecim miejscu w Europie wśród czynników ryzyka zdrowotnego populacji, przyczyniając się do 12 proc. (u mężczyzn) i 2 proc. (u kobiet) przedwczesnych zgonów oraz niesprawności.

Instytut Człowieka Świadomego postanowił skoncentrować się na praprzyczynie problemów zdrowotnych, wynikających ze szkodliwej i nadmiernej konsumpcji alkoholu, czyli inicjacji alkoholowej dzieci i młodzieży w Polsce.

Alkohol jest jedną z najbardziej rozpowszechnionych substancji psychoaktywnych wśród młodzieży szkolnej – 80 proc. nastolatków w wieku 15-16 lat piło alkohol i to głównie piwo, a ponad 30 proc. doświadczyło stanu upojenia.

We współpracy z ekspertami podjęliśmy się diagnozy zarówno skali zjawiska inicjacji alkoholowej wśród polskich nastolatków, jak i omówienia wpływu alkoholu na rozwój młodego człowieka oraz analizy czynników ryzyka picia napojów alkoholowych przez osoby niepełnoletnie. W opracowaniu wykorzystane zostały dane epidemiologiczne z międzynarodowych badań HBSC (Health Behaviours in School-aged Children), European School Survey Project on Alcohol and Drugs (ESPAD) oraz zrealizowanych na zlecenie Instytutu ilościowych i jakościowych badań postaw i opinii dotyczących różnych napojów z procentami i inicjacji alkoholowej, przeprowadzonych na grupie młodych dorosłych w wieku 18-22 lata.

*Przegląd ponad setki badań i metaanaliz naukowych, do których nawiązują poszczególne rozdziały niniejszej publikacji, pozwala ponad wszelką wątpliwość stwierdzić, że **picie każdego rodzaju alkoholu, w tym niskoprocentowego, jak piwo w wieku adolescentycznym zwiększa ryzyko uzależnienia w dorosłym życiu.***

Badania wskazują, że prawdopodobieństwo uzależnienia maleje o 14 proc. z każdym rokiem opóźnienia wieku inicjacji alkoholowej, a prawdopodobieństwo nadużywania o 8 proc. Dla profilaktyki uzależnienia od alkoholu kluczowe jest zrozumienie, jakie czynniki wpływają na to, kiedy, w jaki sposób i w jakich okolicznościach niepełnoletni sięgają po napoje alkoholowe. Tutaj również badania nie pozostawiają żadnych wątpliwości, wskazując na trzy główne determinanty: rodzina, grupa rówieśnicza i reklama piwa (w Polsce reklamować się może tylko piwo), których współoddziaływanie normalizuje obecność tych produktów w życiu młodych ludzi od najmłodszych lat.

To my, dorośli, jesteśmy odpowiedzialni za łatwy dostęp niepełnoletnich do napojów alkoholowych, za kreowanie iluzji atrakcyjnego stylu życia w reklamach piwa i traktowanie piwa na równi z soft drinkami, zapominając, że każdy rodzaj alkoholu, słaby czy mocny, zawiera tę samą substancję – alkohol etylowy (etanol), która ma dokładnie takie samo działanie. Dlatego jeśli chcemy wpłynąć na opóźnienie wieku inicjacji alkoholowej i zmniejszyć skalę zjawiska picia alkoholu przez nieletnich, niezbędna jest szeroka debata społeczna i wypracowanie takich rozwiązań, które skutecznie sprostają wyzwaniom nadmiernej i szkodliwej konsumpcji alkoholu w Polsce.



KLUCZOWE WNIOSKI Z RAPORTU

PODSUMOWANIE

Spożywanie każdego rodzaju alkoholu w młodym wieku, w tym niskoprocentowego, jak piwo zwiększa ryzyko uzależnienia w przyszłości – im wcześniejszy wiek inicjacji alkoholowej, tym ryzyko to jest większe.

Prawdopodobieństwo uzależnienia maleje o 14% z każdym rokiem opóźnienia wieku inicjacji, a prawdopodobieństwo nadużywania – o 8%.

Istnieją trzy główne determinanty wczesnej inicjacji alkoholowej: rodzina, grupa rówieśnicza i reklama piwa – w przypadku Polski jest to jedyna prawnie dozwolona reklama - których współoddziaływanie normalizuje obecność napojów alkoholowych, a szczególnie piwa w życiu młodych ludzi od najmłodszych lat.

Nie ma znaczenia, pod jaką postacią nieletni piją alkohol – napoje niskoprocentowe również są szkodliwe dla zdrowia psychicznego i fizycznego rozwijającego się nastolatka.

Pierwszy etap inicjacji alkoholowej odbywa się w domu, za wiedzą i zgodą rodziców, w wieku 10-12 lat. Problem dotyczy 85% badanych młodych. Drugi etap inicjacji odbywa się poza domem, w gronie rówieśników – mediana wieku to 16 lat.

Polska młodzież pod względem wieku inicjacji oraz innych wskaźników spożycia alkoholu, takich jak częstotliwość picia, wielkość spożycia, częstotliwość picia nadmiernego lub upijania się, nie należy do przodującej w Europie - lokuje się w grupie krajów o średniej wartości wskaźników (ESPAD). Pod tym względem w Polsce od 2007 r. notuje się trendy spadkowe, dlatego należy podkreślić, iż teza o szczególnym rozpiciu polskich nastolatków nie znajduje potwierdzenia w badaniach.

Pierwszym alkoholem, po który sięgają niepełnoletni jest piwo. Aż 78% badanych miało okazję za przyzwoleniem rodziców poznać smak piwa (alkoholowego bądź bezalkoholowego). Jest to więcej niż w przypadku wszystkich innych rodzajów alkoholu razem wziętych (68%).

We wzorze picia polskiej młodzieży dominuje piwo, co spotykamy także w większości krajów uczestniczących w badaniu ESPAD.

64% badanych młodych uważa, że nieletni mają łatwy dostęp do alkoholu – najłatwiejszy do piwa, kupowanego przez 66% niepełnoletnich z uwagi na niską cenę (59%) i dobrą dostępność w sklepach (52%).

77% respondentów badania stwierdziło, że spotkało się z reklamami piwa, kiedy byli niepełnoletni. Główny sposób oddziaływania reklam na niepełnoletnich to nie sam produkt, ale kreowane w reklamie pozytywne emocje, styl życia i atrakcyjny świat, których spoiwem staje się piwo.

Promowany w reklamach atrakcyjny styl życia, któremu towarzyszy spożywanie piwa, może prowadzić do szybkiego ukształtowania systemu przekonań poznawczych wśród nieletnich, w którym wiele osób zapomina, że piwo to też alkohol, jak każdy inny napój alkoholowy.

Stwierdzenie „piwo to nie alkohol” pada często na imprezach. Jednocześnie uczestnicy badania ICŚ nie potrafili ocenić, jaka jest zawartość alkoholu w kieliszku wina (150 ml), kieliszku wódki (50 ml) i kuflu piwa (500 ml).

44% dorosłych Polaków deklaruje, że reklamy piwa są im obojętne, a tylko 8% twierdzi, że zachęcają ich do picia piwa. Ten negowany przez respondentów wpływ reklamy piwa na zakup i spożycie jest często kwestionowany przez psychologów i socjologów, szczególnie, że badani, jednak inaczej oceniają ich wpływ na innych: 28% uważa, że przyczyniają się do zwiększenia spożycia alkoholu; 22% uważa, że zachęcają młodzież do picia piwa; 26% jest zdania, że nie powinny być dostępne dla niepełnoletnich.

Na picie piwa, w tym przez nieletnich, jest większe społeczne przyzwolenie niż na spożywanie innych napojów alkoholowych, nawet w przestrzeni publicznej. 62% dorosłych Polaków ocenia, że picie piwa w miejscach publicznych jest bardziej społecznie akceptowane niż mocniejszych alkoholi.

Sponsoring wydarzeń sportowych, muzycznych czy filmowych, często transmitowanych do milionów odbiorców, buduje pozytywne nastawienie do piwa jako kategorii oraz zwiększa jego społeczną akceptację jako części kultury i społeczeństwa.

Wykorzystując współczesne trendy pokolenia Z, koncerty piwowskie, dzięki nowym produktom funkcjonalnym, o niskiej lub zerowej zawartości alkoholu, ograniczonej zawartości cukru czy szerokiej gamie smaków wchodzi w nowe segmenty konsumentów i nowe obszary w percepcji konsumentów skoncentrowane na „zdrowym stylu życia”. Takie produkty są reklamowane pod tymi samymi markami, co ich alkoholowe odpowiedniki, przez co osławiają obecność piwnych marek i smak piwa w życiu młodych odbiorców.

Rozróżniamy dwie grupy potrzeb związane z piciem alkoholu przez niepełnoletnich: potrzeba przynależności – bycia częścią grupy rówieśniczej oraz spełnienie oczekiwań grupy, potrzeba emocjonalna – rozluźnienia, poprawy nastroju, zwiększenia pewności siebie, odreagowania czy uczczenia czegoś.

Młodzi ludzie są szczególnie narażeni na szkodliwe działanie alkoholu, ponieważ ich mózgi i ciała wciąż się rozwijają. Spożywanie przez nich alkoholu w różnych ilościach i upijanie powoduje nieodwracalne uszkodzenie młodych ewolucyjnie części mózgu, związanych z wyższymi funkcjami psychicznymi i pogorszenie funkcji poznawczych młodzieży, co przekłada się na gorsze radzenie sobie z nauką i zmniejszenie szansy osiągnięcia sukcesu życiowego.

Wg ESPAD rośnie odsetek nastolatków przekonanych o ryzykach zdrowotnych związanych z piciem napojów alkoholowych.



I. ALKOHOL A NIELETNI - skala problemu

icś
INSTYTUT CZŁOWIEKA ŚWIADOMEGO

8 na 10 nastolatków w wieku 15-16 lat w Polsce ma za sobą pierwsze doświadczenia z napojami alkoholowymi, a 30% z nich przynajmniej raz w życiu upiło się.

Piwo jest głównym alkoholem inicjacji – trzy czwarte nieletnich piło piwo (zwykłe lub smakowe) przed ukończeniem 16. roku życia.

Piwo jest najłatwiejszym do kupienia napojem alkoholowym dla nastolatków (szeroka dostępność w sklepach, niska cena, pobłażliwe traktowanie przez sprzedawców).

01. Inicjacja alkoholowa po 10. roku życia

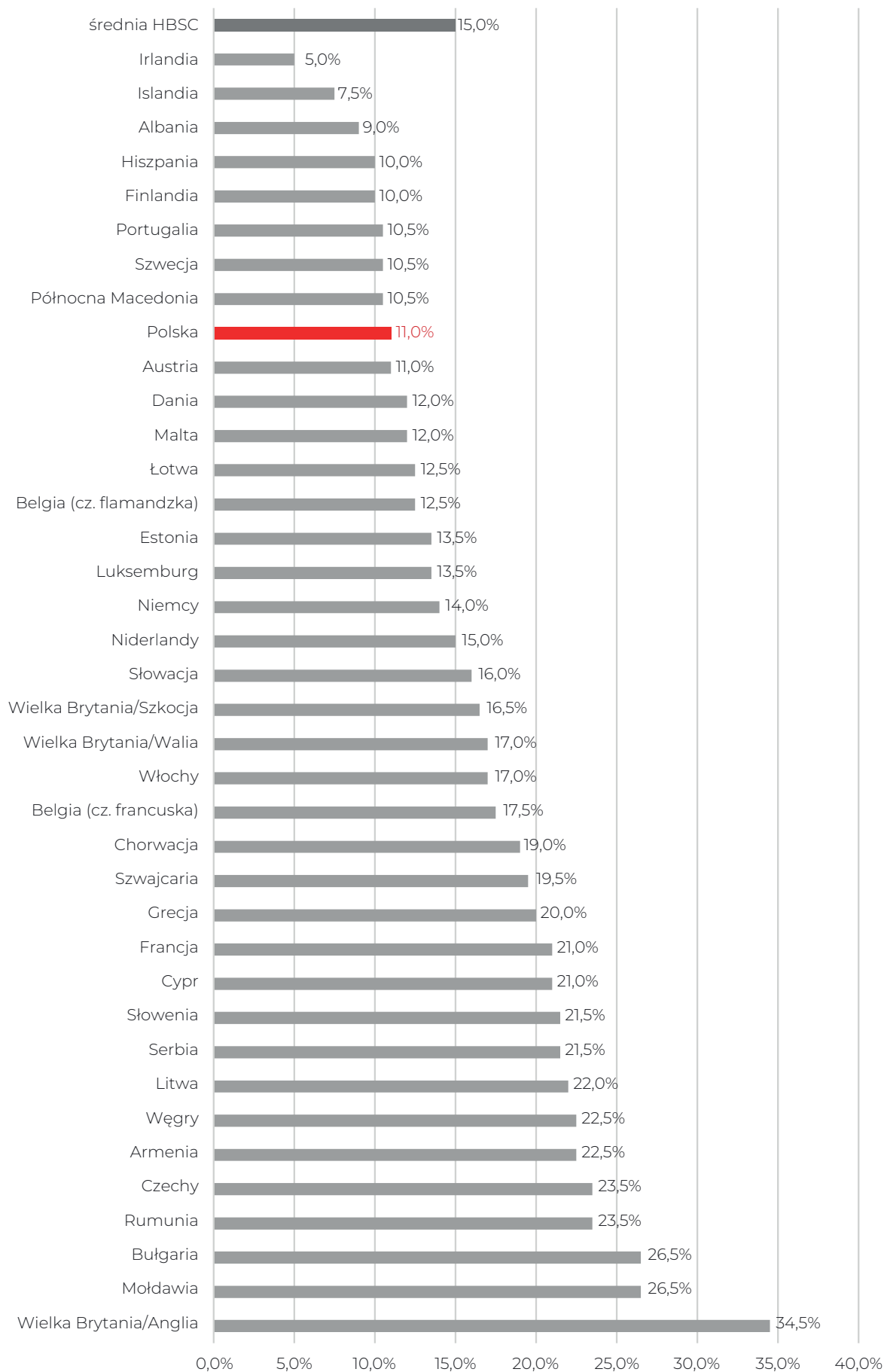
Choć zapewne jest to trudne do wyobrażenia i przyjęcia przez większość dorosłych czytelników tego raportu, musimy zdać sobie sprawę, że część dzieci w wieku 11 lat ma już za sobą inicjację alkoholową. Są i młodsi, ale to właśnie grupę od 11. roku życia obejmują cykliczne międzynarodowe badania HBSC (Health Behaviours in School-aged Children), przeprowadzane co cztery lata we współpracy z Europejskim Biurem Regionalnym WHO. Gromadzą one dane na temat zachowań zdrowotnych i środowiska społecznego nastolatków w wieku 11, 13 i 15 lat. Najnowsza edycja HBSC (2021/2022) została przeprowadzona w 44 krajach Europy, Azji Środkowej i Kanadzie. Jej wyniki wskazują, że **średnio 15% uczniów w wieku 11 lat, 33% uczniów w wieku 13 lat oraz 57% piętnastolatków ma za sobą próby picia alkoholu.**¹ W przypadku Polski odsetek dzieci, które już piły alkohol w tych grupach wiekowych jest mniejszy:

Wśród jedenastolatków - 9% dziewcząt i 13% chłopców jest po inicjacji alkoholowej (dla tej grupy wiekowej wszystkie kraje Europy Zachodniej odnotowują wyższe wskaźniki, najwyższe w Wielkiej Brytanii, gdzie 34% dziewcząt i 35% chłopców w wieku 11 lat już piło alkohol)².

Wśród trzynastolatków - 26% dziewcząt i 21% chłopców ma za sobą próby picia (mniej niż pokazują wyniki dla krajów Europy Zachodniej, Południowej i Bałkan)³.

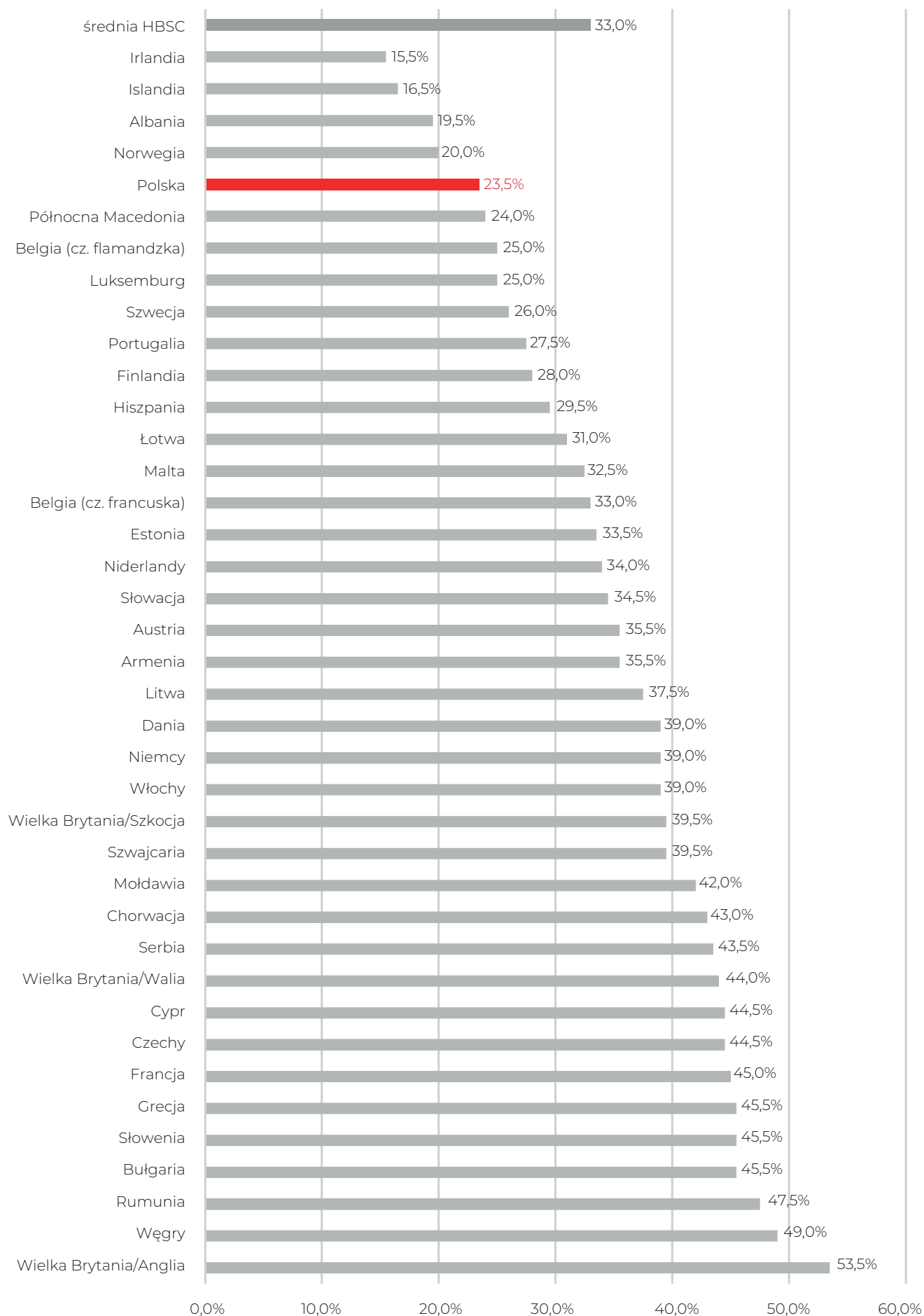
Natomiast w grupie wiekowej piętnastolatków, wyniki dla Polski odpowiadają średniej HBSC – 54% dziewcząt i 58% chłopców w tym wieku jest po inicjacji alkoholowej.

Odsetek dzieci w wieku 11 lat, które piły alkohol kiedykolwiek w życiu



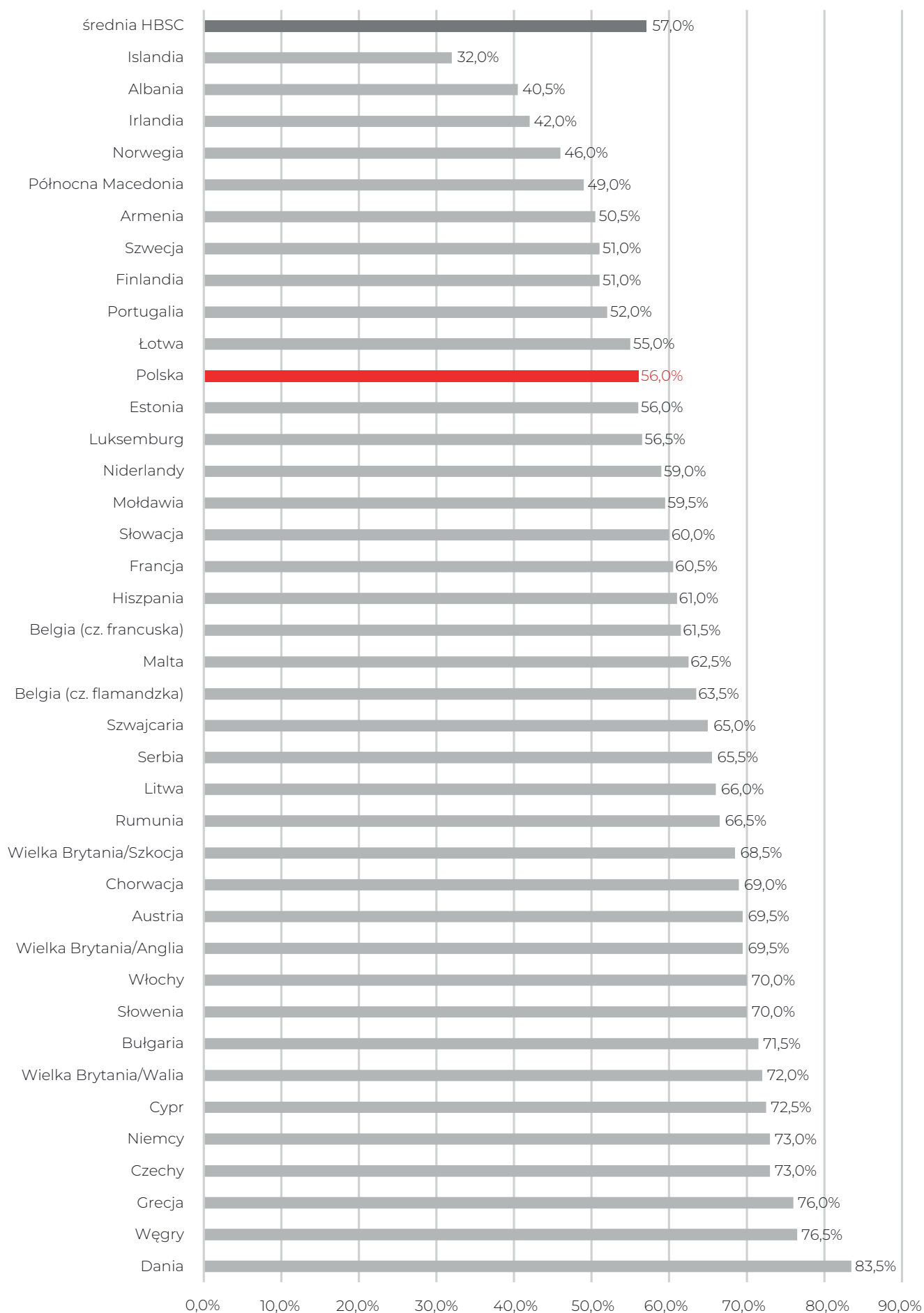
Opracowano na podstawie danych HBSC 2022

Odsetek nieletnich w wieku 13 lat, którzy pili alkohol kiedykolwiek w życiu



Opracowano na podstawie danych HBSC 2022

Odsetek nieletnich w wieku 15 lat, którzy pili alkohol kiedykolwiek w życiu



Opracowano na podstawie danych HBSC 2022

W badaniu HBSC sprawdzono również odsetek dzieci, które przynajmniej dwa razy w życiu upiły się oraz upiły się w ciągu ostatnich 30 dni poprzedzających badanie. Średnie wyniki dla badanych krajów to 2% jedenastolatków, 5% trzynastolatków oraz 20% piętnastolatków, którzy byli pijani co najmniej dwa razy w życiu. Wyniki dla Polski są identyczne w przypadku grup młodszych i wyższe w przypadku grupy piętnastolatków (21,5%). Niestety, odsetek polskich dzieci, które przyznały się do upicia w ciągu ostatnich 30 dni plasuje nasz kraj w pierwszej dziesiątce państw, gdzie wyniki są bardziej niepokojące: 3,5% jedenastolatków, 7,5% trzynastolatków oraz 18,5% piętnastolatków (21% chłopców) doświadczyło stanu upicia się w ostatnich 30 dniach.⁴ Niezależnie od tego, czy analizujemy wiek inicjacji alkoholowej, czy przypadki upojenia alkoholowego, wyraźny wzrost tych negatywnych zjawisk następuje pomiędzy 13. a 15. rokiem życia. Wyniki badań postaw i opinii zrealizowanych przez Instytut Człowieka Świadomego w maju 2024 roku pozwalają nam lepiej zrozumieć doświadczenia młodych z alkoholem we wczesnym i późniejszym wieku nastoletnim.

02. Rodzice a pierwszy kontakt dzieci z alkoholem

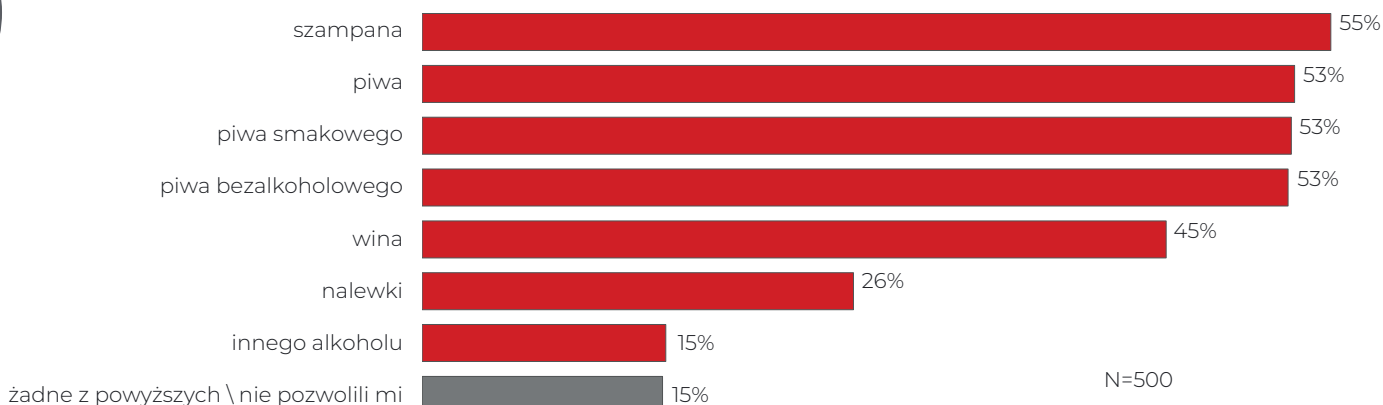
Na zlecenie ICS zrealizowane zostały jakościowe i ilościowe badania pt. „Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu” na grupie młodych respondentów w wieku 18-22 lata, podczas których zapytano ich o doświadczenia z alkoholem, zanim stali się pełnoletni oraz ich obecne postawy wobec napojów z procentami. Zarówno podczas rozmów z respondentami w czasie realizacji zogniskowanych wywiadów grupowych, jak i w badaniu ilościowym wyłonione zostały dwa momenty inicjacji alkoholowej wśród polskich nastolatków – ten pierwszy, wcześniejszy, w obecności rodziców lub szerzej – w gronie rodzinnym i drugi, późniejszy – bez wiedzy rodziców, w gronie rówieśników.

Pierwszy etap inicjacji alkoholowej to moment, w którym próbuje się smaku alkoholu i wypija niewielką ilość, często w towarzystwie rodziców, za ich wiedzą i pozwoleniem. Z taką sytuacją zetknęło się aż 85% badanych⁵.

Wielu rodziców woli, aby dzieci po raz pierwszy spróbowały alkoholu w ich obecności i „pod kontrolą”. Pozwalają dziecku spróbować, gdy sami go piją: podczas przyjęcia w domu, na sylwestra, na ognisku czy na rybach itd. Najczęściej pozwalano dzieciom na spróbowanie piwa i szampana. Aż 78% badanych miało okazję za przyzwoleniem rodziców poznać smak piwa (alkoholowego bądź bezalkoholowego). Jest to więcej niż w wypadku wszystkich innych rodzajów alkoholu razem wziętych (68%).⁶

Gdy byłeś niepełnoletni, jakiego alkoholu pozwolili Ci spróbować rodzice w ich obecności?

Odsetek osób wskazujących poszczególne rodzaje alkoholu



Motywacją do sięgnięcia po alkohol jest ciekawość smaku i chęć spróbowania tego, co piją dorośli, a dla dzieci jest zakazane. Dla młodych ten pierwszy etap kontaktu z napojami z procentami nie jest uważany za inicjację alkoholową i pomijany jako nieistotny. Dlatego trudno im podać dokładny wiek, kiedy miał on miejsce, jednak najczęściej między 10. a 12. rokiem życia.

„Mogłem mieć tak około 10/11 lat. Tata sobie siedział na pomoście i łowił ryby. I piwko mu przyniosłem z domu i mi dał spróbować, bo się go zapytałem jaki to ma smak i powiedział żebym sobie małego tyka wziął. No i sobie wziąłem i nie chciałem już więcej”.
Grupa FGI: mężczyźni, 21-23 lata, Kielce

„Od taty spróbowałam „na język” whisky z colą, byłam nastolatką”. Grupa FGI: kobiety 18-20 lat, Kielce

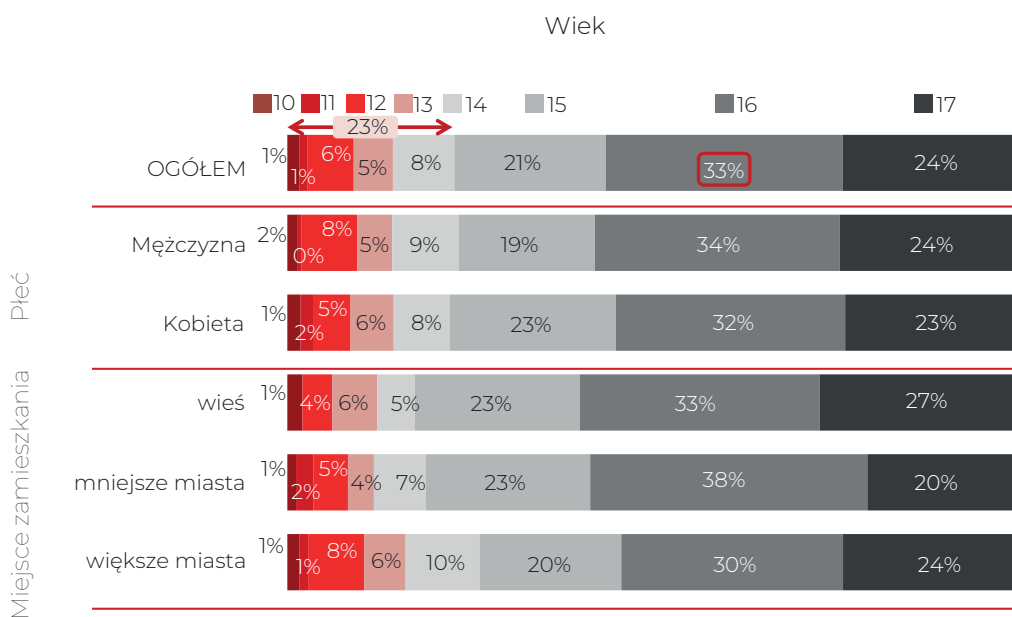
„Mama się nie zgadzała, a tata przyzwalał na próbowanie”. Grupa FGI: kobiety 21-23 lata, Warszawa

„Na Sylwestra mama nalala mi kieliszek białego wina i spróbowałam”.
Grupa FGI: kobiety 18-20 lat, Kielce

„Rodzice zachęcali mnie do szampana (12 lat), ale mi nie smakował. Mama wołała, żebym pierwszy raz przy niej spróbowała”.
Grupa FGI: kobiety 21-23 lata, Warszawa

W efekcie tej domowej inicjacji za przyzwoleniem rodziców, co 4. czternastolatek (23%) ma już za sobą pierwsze doświadczenie smaku alkoholu. Proces ten przyspiesza w kolejnych latach. Najwięcej takich „domowych” inicjacji odbywa się wśród 16-latków (33%). Płeć dziecka nie wpływa istotnie na wiek inicjacji alkoholowej pod okiem rodziców, jednak nieco wcześniej smak alkoholu poznają nastolatki z większych miast.

W jakim wieku rodzice pozwolili Ci spróbować alkoholu?



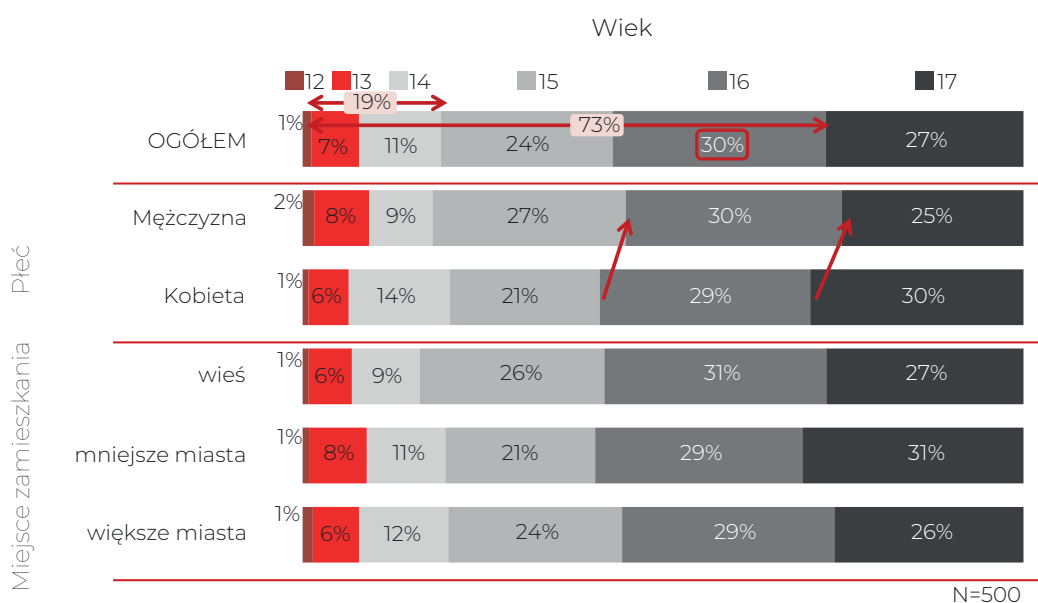
N=500

Źródło: „Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu”, maj 2024, Delikatesy Badawcze

03. Napoje alkoholowe na imprezach 15 – 16 latków

Drugi etap inicjacji alkoholowej odbywa się najczęściej w towarzystwie znajomych, poza domem i bez wiedzy rodziców. Nie chodzi wówczas o poznanie smaku alkoholu, a bardziej o poznanie efektów jego działania. Większość badanych zaczęła pić alkohol ze znajomymi przed ukończeniem 18. r.ż. Ważnym momentem w tym kontekście była zwykle zmiana szkoły podstawowej lub gimnazjum na szkołę średnią. Najczęstszy wiek samodzielnej inicjacji to 16. rok życia, na który przypada mediana wieku inicjacji. **Po ukończeniu 16 r.ż. 73% nastolatków ma już za sobą pierwsze własne doświadczenia z alkoholem⁷**, odsetek chłopców w wieku 15 i 16 lat, którzy mają za sobą inicjację bez wiedzy rodziców jest nieco wyższy, niż dziewcząt w tym wieku. Bardzo nieliczne osoby zaczęły pić alkohol dopiero w okolicach osiemnastki.

W jakim wieku napiłeś/aś się alkoholu bez wiedzy rodziców?



Źródło: „Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu”, maj 2024, Delikatesy Badawcze

Pierwsze doświadczenia z napojami alkoholowymi w większej ilości bez pozwolenia i wiedzy rodziców mają miejsce zazwyczaj w towarzystwie znajomych (równolatków lub starszych), w większym gronie, na imprezie, domówce, na ognisku / w plenerze lub podczas wakacji. Młodzi wskazali trzy najważniejsze powody, które skłoniły ich do sięgnięcia po alkohol, kiedy byli niepełnoletni⁸:

1. dopasowanie się do grupy – presja pośrednia (niechęć do odstawania, bycia innym) oraz bezpośrednia (zachęcanie, namowy, stawianie wyzwania);
2. potrzeba podkreślenia własnej dorosłości – w percepcji nastolatków picie alkoholu jest czymś, co kojarzy się z dorosłością i niezależnością, chcą w ten sposób pokazać sobie i otoczeniu, że przestali być dziećmi;
3. chęć poznania efektów działania alkoholu - chcą zrozumieć, jakie uczucia i doznania wiążą się z jego działaniem.

„Miałam z 15 lat, domówka u znajomego na mojej wsi, ktoś starszy poczęstował piwem, spróbowałam, sączyłam jedno przez całą imprezkę”. Grupa FGI: kobiety 18-20 lat, Kielce

„Pierwszy raz to była ciekawość, jakie to uczucie się wstawić, co się wydarzy, jak się będę czuć”. Grupa FGI: kobiety 21-23 lata, Warszawa

„Wakacje między 1 a 2 klasą, integracja, chodziło się na piwo. Bałem się konsekwencji, stres, że ktoś się dowie, policja złapie”. Grupa FGI: mężczyźni 18-20 lat, Warszawa

„Pierwszy alkohol, który wypilem, to robiliśmy imprezę na majówkę w mieszkaniu jednej osoby i wszyscy byli niepełnoletni i jakoś tam zdobyliśmy alkohol. To było między gimnazjum i liceum”. Grupa FGI: mężczyźni 18-20 lat, Warszawa

„Długo się trzymałem, znajomi zawsze pili na wyjazdach, a ja nie. W 2 klasie liceum, na większej imprezie domówce, napiłem się piwa”. Grupa FGI: mężczyźni 18-20 lat, Warszawa

„14/15 lat, wakacje między podstawówką a średnią. Grill z kolegami i oni mnie zachęcili do tego. Parę osób wtedy zezgonowało. Presja grupy, no weź, no weź...”. Grupa FGI: mężczyźni 18-20 lat, Warszawa

„Szampan na urodzinach u starszych znajomych (miałam 16-17 lat). To był przyjemny stan”. Grupa FGI: kobiety 18-20 lat, Kielce

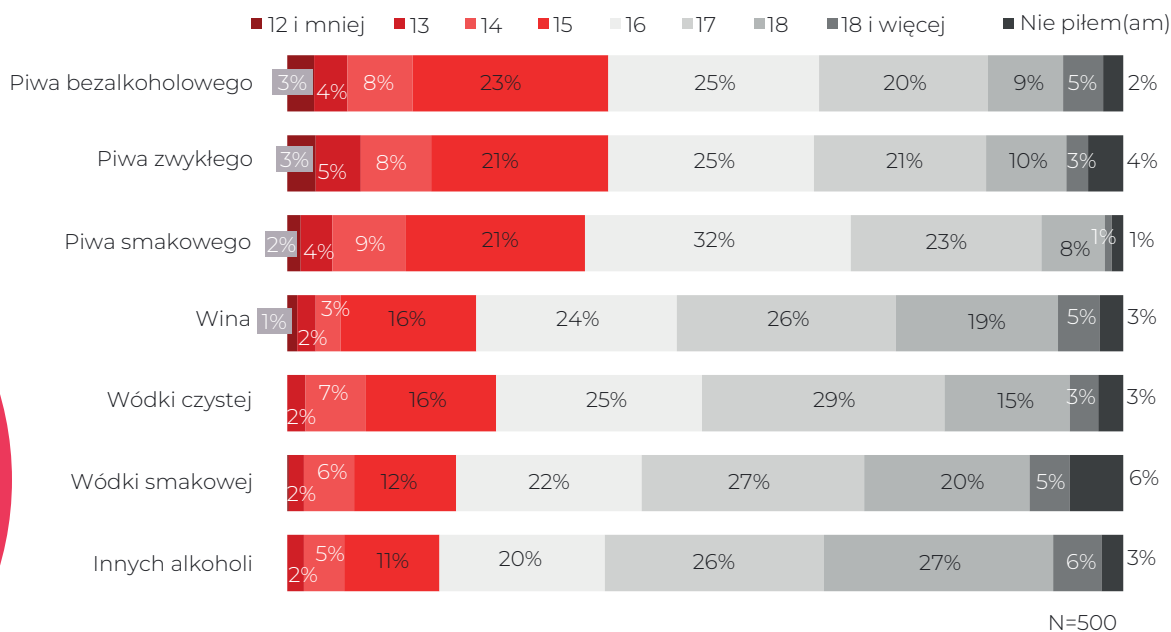
„Ja miałem 16 lat. To był przełom trzeciej klasy gimnazjum i pierwszej klasy liceum, w wakacje. To była domówka u kolegi i było całkiem sporo tego alkoholu. Już nie pamiętam dokładnie komu i jak się udało go zdobyć”. Grupa FGI: mężczyźni 18-20 lat, Warszawa

Niezależnie od tego, jakie wrażenia towarzyszyły młodym po inicjacji w gronie znajomych, picie alkoholu stało się elementem wpasowania się w towarzystwo rówieśnicze i normą na imprezach nastolatków. Badani przyznali, że intensywność konsumpcji alkoholu wzrastała aż do osiągnięcia pełnoletniości. Po przekroczeniu 18. roku życia, kiedy przestał on być „zakazany owocem”, wielu z nich doświadczyło momentu przesytu. W rezultacie zaczęli pić bardziej rozsądnie, a alkohol stał się dla nich mniej atrakcyjny, bo nie był już formą buntu czy wyrazem niezależności.

Napojem alkoholowym najczęściej spożywanym przez nieletnich po raz pierwszy w gronie rówieśników jest piwo (zwykłe lub smakowe). Piwo smakowe piło 68% młodych przed ukończeniem 16. roku życia i aż 91% siedemnastolatków.

Ile miałeś (aś) lat, kiedy po raz pierwszy napiłeś (aś) się

Wiek inicjacji alkoholowej (bez wiedzy rodziców)

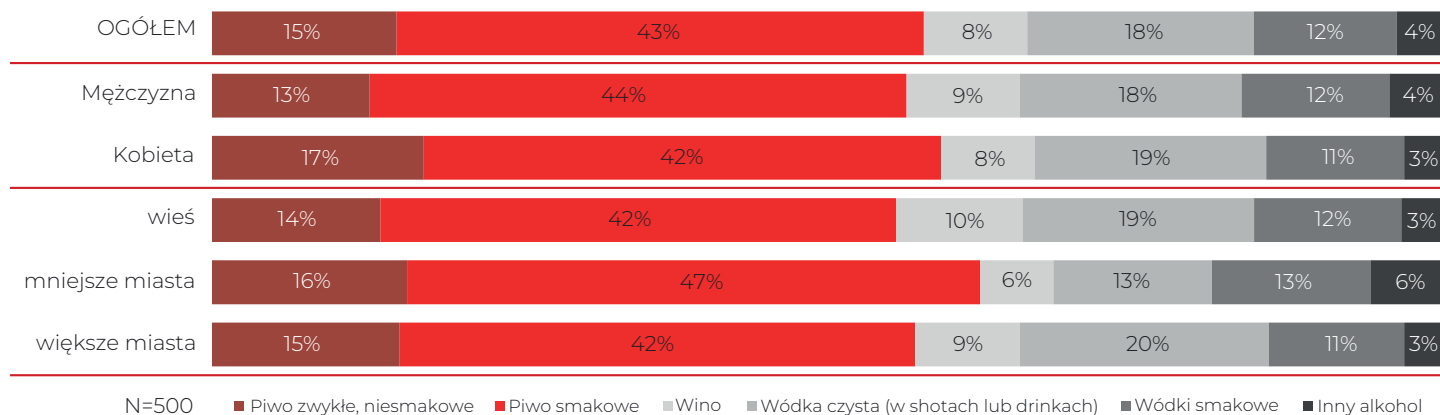


Źródło: „Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu”, maj 2024, Delikatesy Badawcze

Według deklaracji badanych, zanim ukończyli 18. rok życia najczęściej sięgali po piwo (58% wskazań), a zwłaszcza piwo smakowe, które wskazało 43% respondentów.

Najczęściej pity alkohol przed 18 r. ż.

Miejsce zamieszkania Płeć

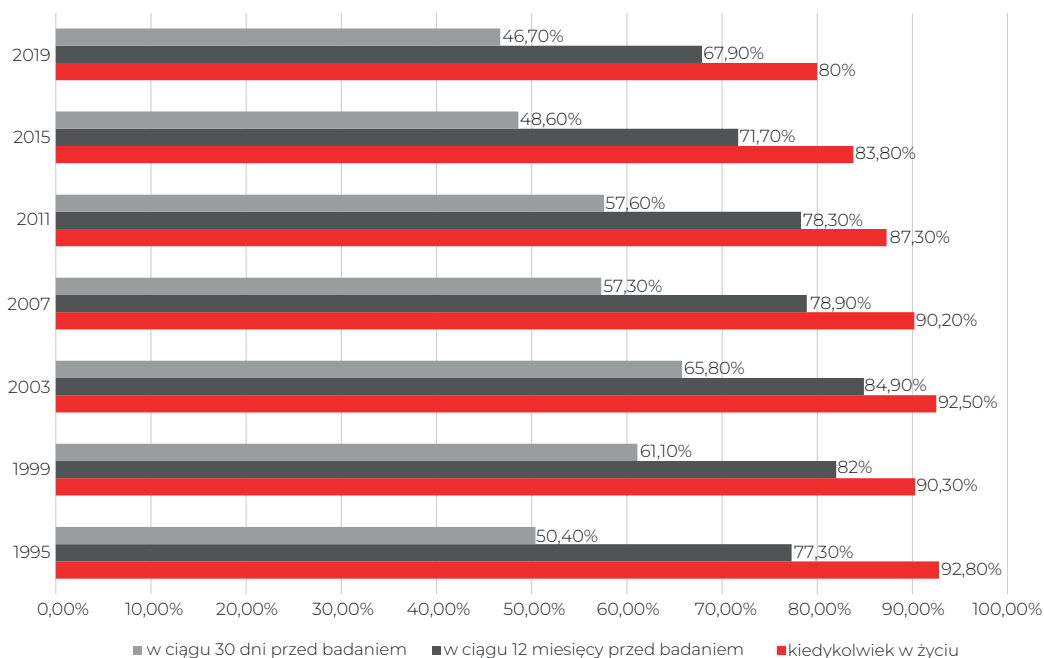


Źródło: „Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu”, maj 2024, Delikatesy Badawcze

04. Polskie nastolatki na tle europejskiej młodzieży

Autorzy międzynarodowego badania ESPAD (European School Survey Project on Alcohol and Drugs), które jest w Polsce realizowane od 1995 roku na dwóch grupach wiekowych – młodszej 15-16 lat i starszej 17-18 lat, przyznają, że alkohol jest najbardziej rozpowszechnioną substancją psychoaktywną wśród młodzieży szkolnej (ostatni pomiar ESPAD w 2019, kolejny będzie w 2024). Wyniki z 2019 roku pokazują, że 80% 15-16 latków ma za sobą próby picia, a w grupie starszej odsetek wyniósł 92,8%. Co więcej, blisko 88% nastolatków w wieku 15-16 lat twierdzi, że ma w swoim gronie przyjaciół i znajomych spożywających alkohol⁹. Badania ESPAD nie obejmują młodszych grup wiekowych, potwierdzają natomiast dane z raportów HBSC, że **8 na 10 polskich nastolatków w wieku 15-16 lat ma za sobą inicjację alkoholową**. To wysoki odsetek, choć systematycznie malejący - o 12,8 p. p. od 1995 roku, gdzie wskaźnik inicjacji w tej grupie wyniósł 92,8%. Do picia napojów z procentami w ciągu ostatnich 30 dni poprzedzających badanie przyznało się 46,7% uczniów 15-16 lat, czyli niemal połowa z nich używała alkoholu w ciągu roku szkolnego (badania były prowadzone w maju i czerwcu). I w tym wypadku obserwujemy spadek na przestrzeni lat, szczególnie w porównaniu z „rekordowym” rokiem 2003, kiedy dane pokazały 65,8% spożywających napoje alkoholowe w ciągu ostatnich 30 dni.¹⁰

ESPAD 2019: Młodzież w Polsce 15-16 lat pijąca napoje alkoholowe



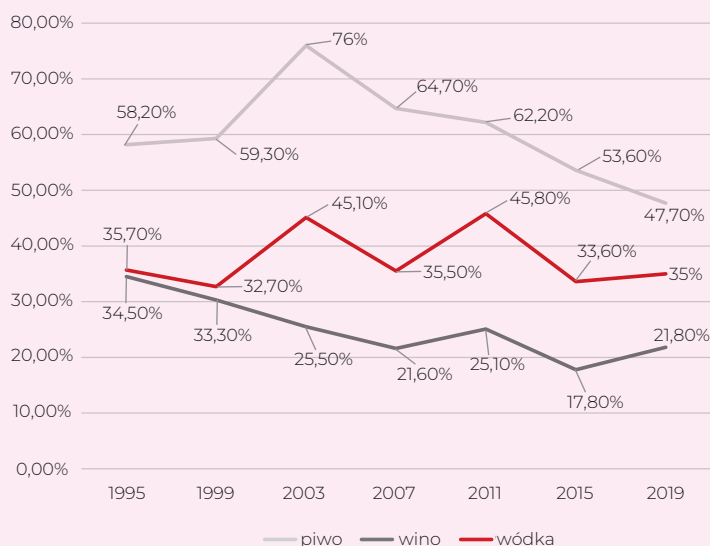
W grupie piętnasto- i szesnastolatków jedna trzecia młodych (33%) przynajmniej raz w życiu upiła się, a w czasie ostatnich 30 dni przed badaniem do stanu upojenia doprowadziło się 11,3% uczniów w tym wieku. Co ważne, dane te są bardzo podobne dla chłopców i dla dziewcząt. Według ESPAD odsetek upijającej się młodzieży w Polsce systematycznie spada od 2011 roku.

Na 34 kraje badane w ramach ESPAD wyniki dla polskiej młodzieży wypadają nieco powyżej średniej, jednak zdecydowanie lepiej niż dla 20 krajów, w tym z regionu Europy Środkowo-Wschodniej, a także lepiej niż np. w Niemczech, gdzie alkohole niskoprocentowe, jak piwo są legalnie dostępne od 16. roku życia. W Czechach 95% niepełnoletnich ma za sobą inicjację alkoholową, w Niemczech, Chorwacji, Słowacji, na Węgrzech i w Danii jest to co najmniej 90% nieletnich. W kilku bliskich nam geograficznie krajach odsetek upijającej się młodzieży jest na poziomie 20% i więcej (Austria, Niemcy, Węgry), a w Danii wyniósł aż 40%.

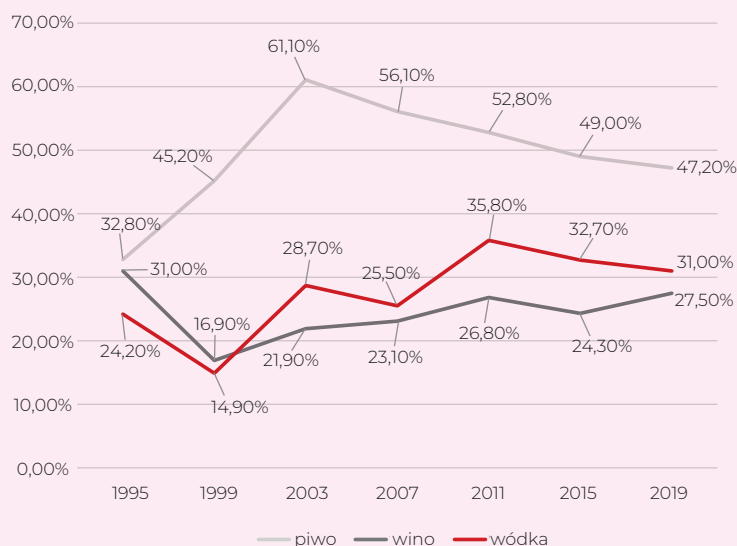
05. Nieletni najchętniej piją piwo

Podobnie jak wśród konsumentów dorosłych w Polsce, piwo jest najczęściej pitym alkoholem przez niepełnoletnią młodzież, wybieranym przez ok. 50% pijących nastolatków (ESPAD 2019). Dotyczy to zarówno wszystkich doświadczeń nieletnich z alkoholem, jak i ostatniej okazji, kiedy go spożywali. Analizowane w poprzednim rozdziale wyniki badania zrealizowanego w 2024 r. na zlecenie ICS pt. „Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu” również wskazują na największą popularność piwa wśród nastolatków.

ESPAD 2019: Chłopcy 15-16 lat - picie alkoholu w ciągu ostatnich 30 dni przed badaniem



ESPAD 2019: Dziewczęta 15-16 lat - picie alkoholu w ciągu ostatnich 30 dni przed badaniem



Według ESPAD 2019 **wysoki odsetek konsumujących piwo wśród młodzieży w wieku 15-16 lat wynika z jego powszechnej dostępności – 46% stwierdziło, że jest ono „bardzo łatwe do zdobycia” oraz ceny – 48% nastolatków 15-16 lat deklarowało, że przy jednej okazji wypijali od 0,5 do 1 litra piwa (1-2 piwa).** W krajach sąsiadujących z Polską nieletni również najchętniej wybierają piwo, które jest najbardziej popularnym alkoholem także wśród dorosłych (Niemcy, Czechy, Słowacja).



Janusz Sierosławski – socjolog, pracownik Zakładu Badań nad Alkoholizmem i Toksykomaniami Instytutu Psychiatrii i Neurologii w Warszawie, autor polskich badań prowadzonych w ramach międzynarodowego projektu ESPAD

Napoje alkoholowe to jedne z najbardziej rozpowszechnionych substancji psychoaktywnych w naszym kręgu cywilizacyjnym. Chociaż ich picie zarówno zwyczajowo, jak i prawnie zarezerwowane jest dla osób dorosłych, to powszechnie obserwuje się sięganie po nie przez niepełnoletnich. Wiek, od którego dopuszcza się picie alkoholu w poszczególnych krajach europejskich jest silnie zróżnicowany i waha się od kilkunastu lat w krajach kultury śródziemnomorskiej do 21 lat w niektórych krajach usytuowanych na północy kontynentu. Jednak nawet w krajach o liberalnej granicy wieku, przynajmniej część młodzieży sięga po napoje alkoholowe wcześniej, niż zezwalają im na to prawo i obyczaj. Badanie ankietowe Europejskiego Programu Badań Szkolnych na temat alkoholu i narkotyków (ESPAD) pozwala na śledzenie trendów w zachowaniach młodzieży w wieku 15-16 lat, począwszy od 1995 r., obecnie w 34 krajach naszego kontynentu. W ESPAD zawsze badana jest jedna kohorta młodzieży definiowana przez rok urodzenia, który lokuje respondentów w tej kategorii wiekowej. Wybór tej kohorty nie jest przypadkowy – w większości europejskich krajów młodzi ludzie w tym wieku wkroczyli już w okres fizycznego i społecznego dojrzewania, co znajduje swoje odzwierciedlenie w podejmowaniu zachowań ryzykownych, do jakich należy używanie substancji psychoaktywnych, w tym alkoholu. W Polsce, podobnie jak w większości krajów, zdecydowana większość nastolatków w tym wieku zna już smak alkoholu, a udział aktualnych konsumentów tych napojów jest dostatecznie duży, aby można była prowadzić pogłębione analizy.

Jako wskaźnik wieku inicjacji niektórzy stosują średni wiek pierwszych doświadczeń alkoholowych deklarowany przez badanych. Tak skonstruowany wskaźnik może być mylący i w zasadzie nie nadaje się do śledzenia trendów, bowiem jego wartość zależna jest od wieku badanych. Czym młodsze osoby poddajemy badaniu, tym niższą średnią otrzymujemy jako wynik. Wskaźnikiem wczesnej inicjacji alkoholowej stosowanym w ESPAD jest odsetek badanych podejmujących próby picia w określonym wieku, np. w wieku 13 lat lub wcześniej. W Polsce w 2019 r. odsetek ten wyniósł 29% i był niższy od średniej ze wszystkich 34 krajów uczestniczących w badaniu (33%). Najniższy odsetek inicjacji w wieku 13 lat lub wcześniej odnotowano na Islandii (7,2%), zaś najwyższy w Gruzji (60%). Polska młodzież, także pod względem innych wskaźników spożycia alkoholu, takich jak częstotliwość picia, wielkość spożycia, częstotliwość picia nadmiernego lub upijania się, nie należy do przodującej w Europie. Raczej lokuje się w grupie krajów o średniej wartości wskaźników. Także pod tym względem w Polsce od 2007 r. notujemy trendy spadkowe. Trzeba zatem podkreślić, iż teza o szczególnym rozpiciu polskiej młodzieży nie znajduje potwierdzenia w badaniach.

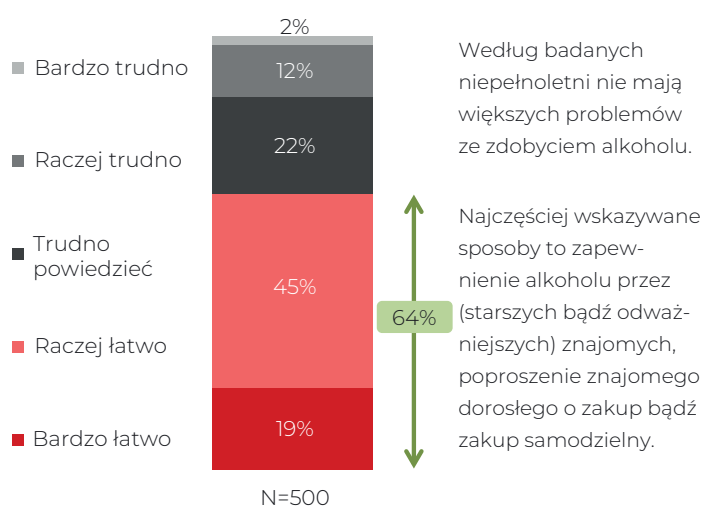
We wzorze picia polskiej młodzieży dominuje piwo, co spotykamy także w większości krajów uczestniczących w ESPAD. Polska młodzież ocenia swój dostęp do napojów alkoholowych jako względnie łatwy, chociaż w ostatnich latach obserwujemy trend spadkowy dostępności. Rośnie natomiast odsetek nastolatków przekonanych o ryzykach zdrowotnych związanych z picciem napojów alkoholowych.

06. Łatwy dostęp młodych do napojów alkoholowych

Pomimo obowiązującego w Polsce zakazu sprzedaży napojów alkoholowych osobom poniżej 18. roku życia, niepełnoletnia młodzież nie ma problemu, by je zdobyć. Zakaz stanowi dla nich pewną przeszkodę formalną, ale da się ją obejść. **64% respondentów uczestniczących w badaniu ICS wskazało, że napoje alkoholowe były dla nich łatwe do zdobycia, zanim osiągnęli wiek pełnoletni.** 31% z nich podejmowało samodzielne i udane próby ich zakupu w sklepach. W większości przypadków potrzebna była jednak pomoc pełnoletnich kupujących.

Czy kiedy byłeś(aś) osobą niepełnoletnią łatwo było Ci uzyskać dostęp do alkoholu?

Dostęp do alkoholu osób poniżej 18 r. ż.



Z których sposobów na zdobycie alkoholu korzystałeś(aś)?

Stosowane sposoby zdobywania alkoholu



Źródło: „Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu”, maj 2024, Delikatesy Badawcze

Alkohol jest zwykle dostępny w większości domów, zatem jednym ze sposobów na jego zdobycie jest barm rodziców (23% wskazań). Badani przyznali jednak, że rzadko decydowali się na tę metodę „pozyskania” trunków z obawy przed wykryciem przez rodziców i karą. Najpewniejszą metodą dostępu do napojów z procentami dla nieletnich jest ich zakup przez pełnoletnich znajomych lub nieznanymi oraz zakup samodzielny przez bardziej odważnych i bezczelnych niepełnoletnich rówieśników. Brak dowodu osobistego nie stanowi dużej przeszkody, bo młodzi stosują różne taktyki:

wyszukują sklepy z pobłażliwymi sprzedawcami, którzy nie weryfikują wieku młodych, sprzedając im alkohol, co w szczególności dotyczy piwa, wobec którego pobłażliwość sprzedawców jest największa;

próbują zakupu „na bezczelnego” – zachowując się pewnie, udając dorosłego, który zapomniał dowodu albo obcokrajowca niemówiącego po polsku;

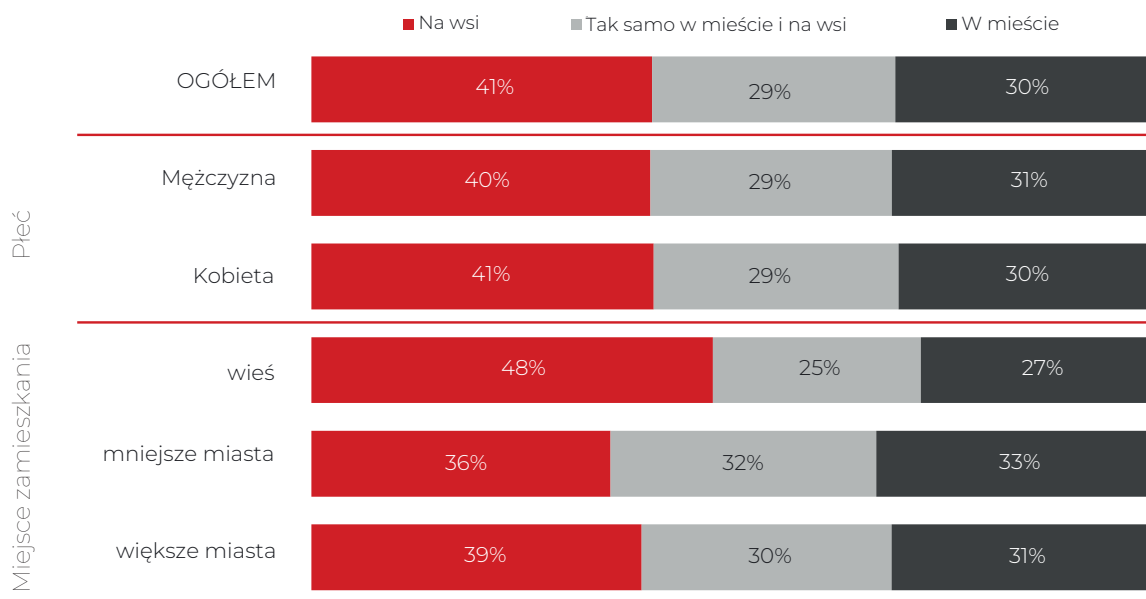
preparują różne dokumenty z odpowiednią datą urodzenia (legitymację, zdjęcie z aplikacji mObywatel, kartę medyczną z telefonu etc.).



Według badanych respondentów osobie niepełnoletniej najłatwiej jest kupić alkohol na wsiach, pomimo, że kupujący często nie są anonimowi w małych społecznościach. Jednak większe przyzwolenie społeczne na wsi na sprzedaż napojów alkoholowych niepełnoletnim rekompensuje ten brak anonimowości kupującego.

Gdzie według twojego i twoich znajomych doświadczenia, łatwo jest kupić alkohol osobie niepełnoletniej?

Gdzie łatwiej kupić alkohol?



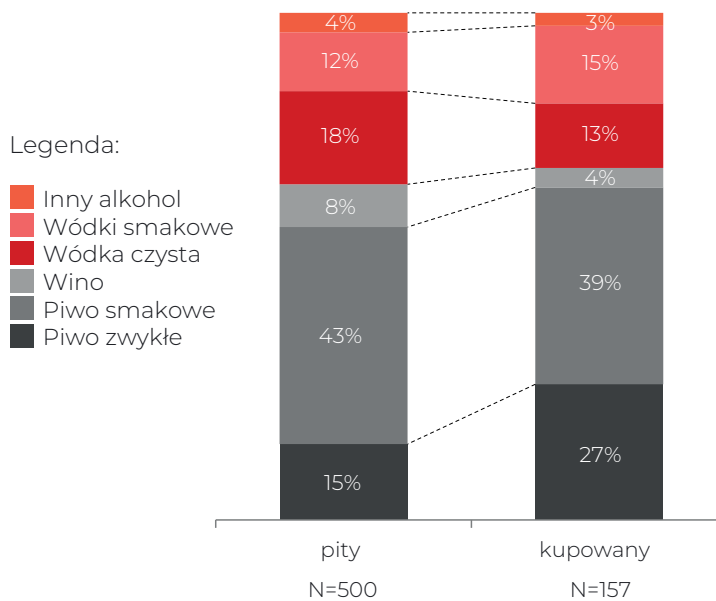
N=500

Źródło: „Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu”, maj 2024, Delikatesy Badawcze

Wśród alkoholi kupowanych samodzielnie przez niepełnoletnich w sklepie (31% sytuacji) najczęściej pojawia się piwo: smakowe (39%) i zwykłe (27%).

Jaki rodzaj alkoholu najczęściej kupowałeś(aś) samodzielnie przed 18 rokiem życia?

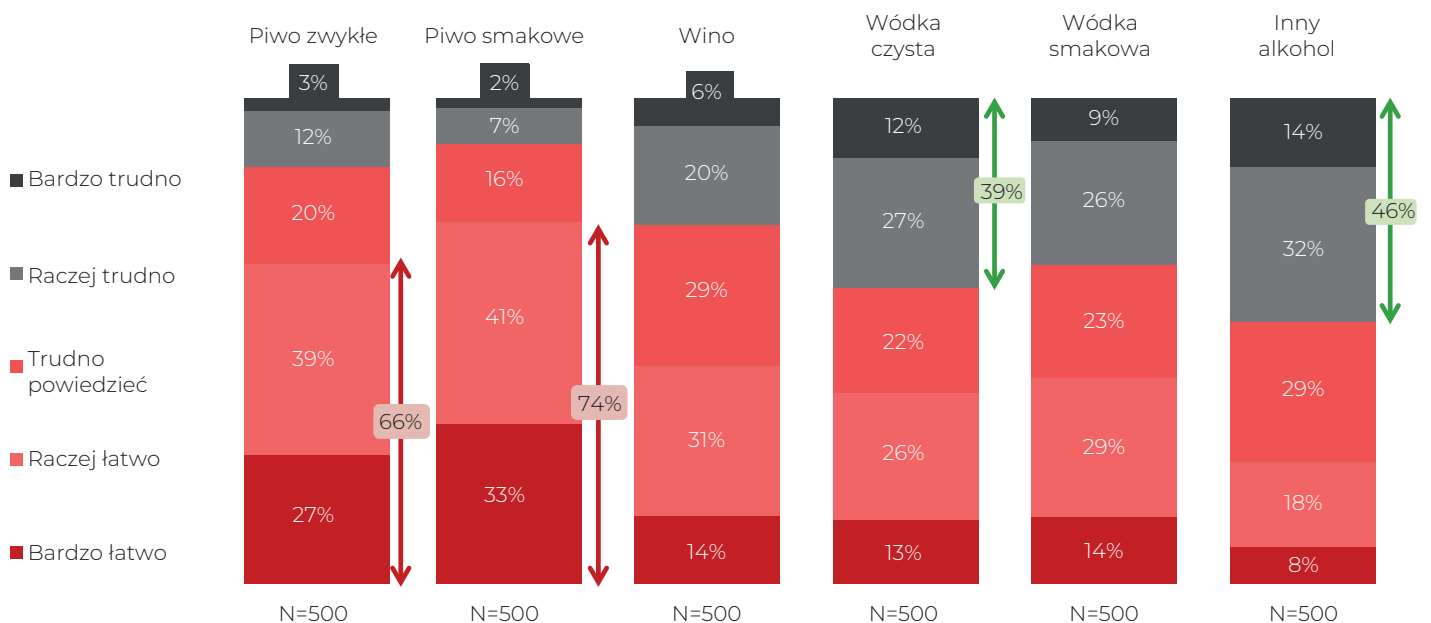
Alkohol najczęściej pity vs kupowany samodzielnie przed 18 r. ż.



Źródło: „Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu”, maj 2024, Delikatesy Badawcze

Respondenci badania ICŚ, podobnie jak uczestnicy ESPAD, potwierdzają, że dla niepełnoletnich nastolatków najłatwiejszym do kupienia napojem alkoholowym jest piwo. Trudniej jest im kupić wino, a najtrudniejsze w zdobyciu są wódka i inne gatunki alkoholi.

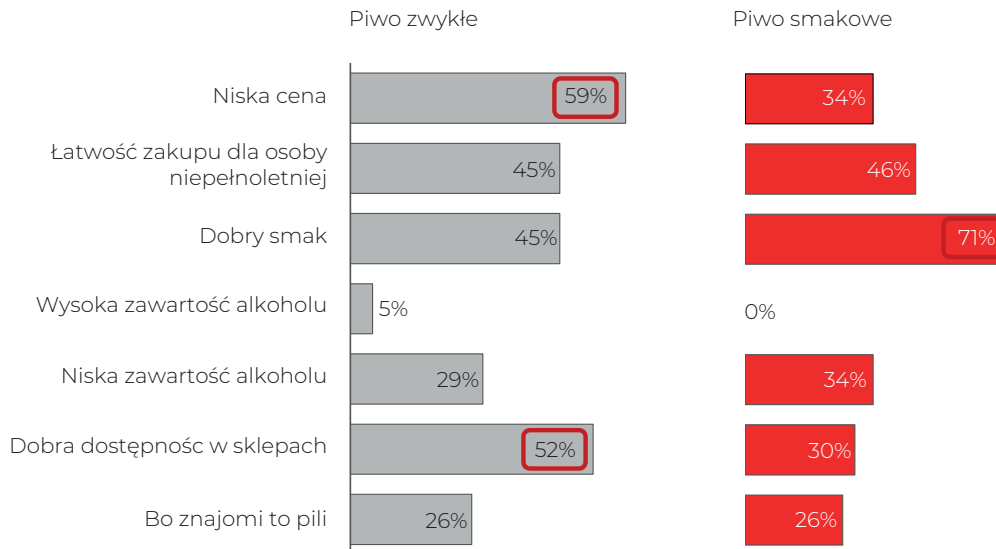
Jak łatwo jest Twoim zdaniem kupić poniższe typy alkoholi przez osoby niepełnoletnie?



Źródło: „Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu”, maj 2024, Delikatesy Badawcze

Łatwość zakupu piwa przez niepełnoletnich konsumentów wynika w dużym stopniu z większej pobłażliwości sprzedających. Są bardziej skłonni przymknąć oko na zakup napoju o niskiej zawartości alkoholu osobie, która nie jest pełnoletnia lub też bez weryfikacji pełnoletniości kupującego, niż ma to miejsce w przypadku alkoholi mocniejszych. Z kolei dla nastolatków wybór piwa wynika też z innych przesłanek: jego szerokiej dostępności w sklepach (łatwiej im znaleźć taki, w którym kupią je bez problemu) i niskiej ceny.

Powody kupowania piwa przez niepełnoletnich



Zródło: „Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu”, maj 2024, Delikatesy Badawcze





II. WCZESNA INICJACJA ALKOHOLOWA a rozwój nastolatków

Piwo, wino i mocne alkohole zawierają tę samą substancję – alkohol etylowy. W przypadku nieletnich każda ilość i każdy rodzaj spożywanego alkoholu są tak samo szkodliwe.

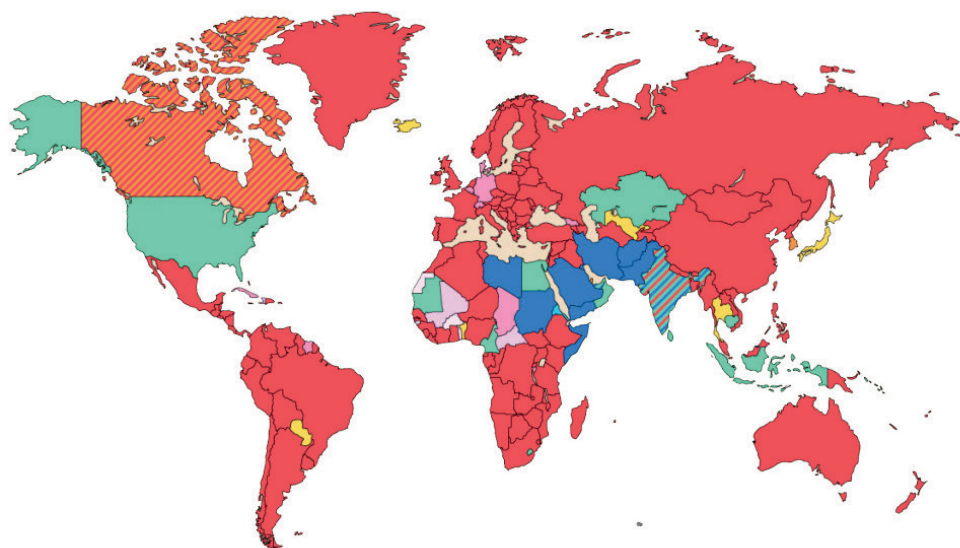
Spożywanie jakichkolwiek napojów alkoholowych w okresie dojrzewania nie tylko upośledza funkcjonowanie mózgu w krótkim i długim okresie, ale także predysponuje do uzależnienia w przyszłości.

Im wcześniejszy wiek inicjacji alkoholowej, tym ryzyko uzależnienia w wieku dorosłym jest większe.

01. Wpływ na zdrowie fizyczne i rozwój

Alkohol jest jedną z najstarszych używek, znaną ludzkości już ok. 7 000 lat p.n.e. Pomimo że towarzyszy nam od wieków, w zdecydowanej większości państw świata może być kupowany i spożywany przez osoby, które ukończyły 18 lat. W krajach takich jak Litwa, Japonia czy Islandia granica wieku jest wyższa i wynosi 20 lat, z kolei w Stanach Zjednoczonych oraz w Indiach alkohol mogą kupować i spożywać osoby, które ukończyły 21. rok życia.

WIEK LEGALNEGO SPOŻYWANIA ALKOHOLU NA ŚWIECIE



LEGENDA
wiek
legalnego
picia
podany
w latach

Poniżej 15 roku życia	15	16	17	18	19	20	21	22	NIELEGALNE
-----------------------	----	----	----	----	----	----	----	----	------------

*Wiek różni się w zależności od regionu / prowincji w następujących krajach: Kanada (18 i 19 lat), Indie (18 i 21 lat lub nielegalne), Zjednoczone Emiraty Arabskie

Źródło: opracowano na podstawie danych WHO i AAWF

Nie dzieje się tak bez powodu. Według Światowej Organizacji Zdrowia (WHO), alkohol niesie ze sobą szereg szkodliwych dla zdrowia młodych ludzi skutków natury fizycznej, psychicznej oraz behawioralnej. Powoduje zaburzenia rozwojowe i prowadzi do licznych problemów zdrowotnych. Zwiększa ryzyko wystąpienia zaburzeń psychicznych oraz uzależnień, izolacji społecznej, a także niebezpiecznych zachowań, które mogą prowadzić do uszkodzeń ciała lub śmierci. Niezależnie od postaci, pod którą jest pity – czy to niskoprocentowych napojów jak piwo, czy alkoholi mocnych - może być szczególnie niebezpieczny dla tych, których mózg wciąż się rozwija (zwłaszcza w okresie adolescencji), ponieważ zakłóca proces rozwojowy i wpływa negatywnie na struktury mózgowe i funkcje poznawcze takie jak pamięć, uczenie się i kontrola impulsów.



Prof. dr hab. n. med. i n. o zdrowiu Marek Krzystanek,
lekarz psychiatra, seksuolog i psychoterapeuta

W odniesieniu do zdrowotnej granicy ilości spożywanego alkoholu WHO wskazuje dawki alkoholu, których spożycie nie powoduje szkód dla organizmu lub prawdopodobieństwo takich szkód jest niewielkie. Dawki te to 20 gramów czystego alkoholu (96% etanolu, alkohol absolutny) dla kobiet oraz 40 gramów dla mężczyzn dziennie. 10 gramów czystego alkoholu znajduje się w 250 ml piwa, 100 ml wina lub 30 ml napoju spirytusowego. WHO zaleca jednak dwa dni abstynencji w ciągu tygodnia.

Zalecenia WHO odwołują się do wiedzy, świadomości i woli człowieka dorosłego, który sam podejmuje decyzje dotyczące swojego zdrowia i życia, w żaden jednak sposób nie odnoszą się do osób małoletnich. Już dawno wykazano (np. Silveri i wsp. 2012)¹¹, że młody organizm jest bardziej narażony na negatywne skutki działania alkoholu, będąc bardziej podatnym na jego działanie uspokajające (sedacyjne) i zakłócające funkcje ośrodkowego układu nerwowego. Jego używanie prowadzi do zaburzeń poznawczych, utrudniających adaptację do otoczenia, kontrolę i planowanie działań. Każdy narząd młodego organizmu w okresie proliferacji komórek i wzrostu jest bardziej podatny na działanie etanolu jako toksyny; szczególnie dotyczy to układu nerwowego.

Alkohol pod każdą postacią i niezależnie od mocy napoju alkoholowego wpływa na mózg młodego człowieka inaczej niż na mózg dorosłego. Narażenie w młodym wieku na działanie alkoholu może prowadzić do długotrwałych problemów emocjonalnych i trudności z uczeniem się, planowaniem oraz pamięcią, co może ograniczać zdolności młodej osoby do osiągnięcia pełnego potencjału, w tym w szkole czy na studiach. Jeżeli efektem wczesnej inicjacji alkoholowej jest dalsze picie w sposób nadmierny i ryzykowny w czasie trwania szkoły ponadpodstawowej, znaczna część pijących młodych ludzi kończy swoją edukację na tym poziomie¹².



Prof. dr hab. n. med. i n. o zdrowiu Marek Krzystanek,
lekarz psychiatra, seksuolog i psychoterapeuta

Rozwój układu nerwowego człowieka nie kończy się w okresie płodowym. Neurogeneza, czyli powstawanie nowych komórek nerwowych oraz ich migracja w obrębie rozwijającego się układu nerwowego trwa przez całą ciążę oraz jeszcze przez dwa tygodnie po urodzeniu się dziecka. Przez cały ten okres układ nerwowy jest szczególnie podatny na etanol jako neurotoksynę. Z tego powodu spożycie nawet niewielkiej ilości alkoholu przez kobietę ciężarną może prowadzić do uszkodzenia płodu i płodowego zespołu alkoholowego (FAS) z niedorozwojem fizycznym i psychicznym dziecka. Ośrodkowy układ nerwowy uzyskuje pełną dojrzałość dopiero po dwóch dekadach życia po urodzeniu i w okresie tych dwóch dekad nadal się rozwija. Rozwój w okresie postnatalnym polega na mielinizacji włókien nerwowych oraz kompetencyjnej eliminacji synaps, która prowadzi do uformowania matrycy dorosłego mózgu. Mózg w tym czasie jest nadal bardziej podatny na uszkodzenie lub zakłócenie procesu rozwoju przez neurotoksynę – etanol niż mózg dorosłego człowieka. Nie oznacza to jednak, że osiągnięcie dojrzałości mózgu w dorosłości chroni go przed działaniem alkoholu. Medycyna opisuje liczne negatywne fizyczne i psychiczne następstwa nadużywania alkoholu, jednak w tym okresie człowiek osiąga już dojrzałość psychiczną i staje się odpowiedzialny za swoje zdrowie. Zanim to się jednak stanie, za zdrowie fizyczne i psychiczne dzieci odpowiedzialni są rodzice i cały świat dorosłych. To na nich spoczywa podejmowanie działań, mających chronić dojrzewające młode organizmy przed szkodami związanymi z ekspozycją na etanol.

Przegląd 31 badań de Goede i wsp.¹³ opublikowany w 2021 roku pokazał, że alkohol powoduje u młodych ludzi zanikanie komórek nerwowych w istocie szarej mózgu i zmniejszenie grubości istoty szarej mózgu. Istota szara mózgu jest najmłodszą ewolucyjnie częścią mózgu, najbardziej podatną na czynniki uszkadzające i decydującą o ewolucyjnym sukcesie człowieka. Determinuje ona wyższe funkcje psychiczne człowieka – funkcje osobowości, intelektu, kontrolę nad emocjami i działaniem oraz zdolność do szybkiej adaptacji do zmieniających się warunków środowiskowych. Zniszczenie komórek szarej kory mózgu przez alkohol upośledza wszystkie te funkcje, a ponieważ w okresie poporodowym w szarej korze nie powstają już nowe komórki nerwowe, takie upośledzenie funkcjonowania mózgu jest trwałe i nieodwracalne. Zanik komórek nerwowych i ścięnczenie szarej kory mózgu spowodowane używaniem alkoholu przez młodych ludzi są tym bardziej widoczne, im częstsza i większa jest ilość spożywanego alkoholu. Jak pokazują przytoczone wcześniej dane epidemiologiczne obrazujące częstość spożywania alkoholu i upijania się przez młodych ludzi, zjawisko niszczenia neuronów w szarej korze mózgu dotyczy dużego odsetka nastolatków.

Logiczną konsekwencją zmniejszania się objętości szarej kory decydującej o inteligencji człowieka u młodych ludzi pijących alkohol jest osłabienie i pogorszenie ich funkcji poznawczych. Pomimo trudności w oszacowaniu dawkozależnego wpływu alkoholu na funkcje poznawcze u młodych ludzi, którzy piją często lub regularnie się upijają, wyniki przeprowadzonych badań potwierdzają związane z używaniem alkoholu pogorszenie koncentracji uwagi, pamięci, zdolności uczenia się, podejmowania decyzji i planowania. Pogorszenie funkcji poznawczych powodowane u młodych ludzi przez alkohol jest z kolei przyczyną ich gorszego radzenia sobie z nauką, otrzymywania gorszych ocen,

słabszego wykształcenia i co za tym idzie – zmniejszenia w przyszłości ich szans na dobrą pracę, dochody, poziom życia, status społeczny, zdrowie oraz dobrą jakość życia. Badania naukowe pokazują jeszcze jedną ważną zależność, oprócz ilości i częstości spożywania alkoholu, mającą wpływ na przyszłość młodego człowieka. Im wcześniej w życiu młodego człowieka ma miejsce inicjacja alkoholowa, tym większy jest wpływ alkoholu na ostatecznie osiągnięty poziom funkcji poznawczych. Pomimo niewielkiej liczby badań tego tematu wnioski z tych, które zostały przeprowadzone, wystarczą, żeby uświadomić sobie, jak wielkie znaczenie ma opóźnienie wieku inicjacji alkoholowej oraz ograniczenie ilości alkoholu spożywanego w okresie dojrzewania układu nerwowego młodych ludzi.

Spożywanie alkoholu w młodym wieku zwiększa ryzyko wystąpienia zaburzeń psychicznych, w tym depresji, stanów lękowych i zaburzeń osobowości¹⁴. W przypadku osób, które już borykają się z zaburzeniami psychicznymi, picie alkoholu może jeszcze pogorszyć objawy. Zakłóca on bowiem równowagę neurochemiczną w mózgu, w tym poziomy neuroprzekazników, jak serotonina i dopamina, które regulują nastrój i emocje. Badanie zrealizowane przez ICS pokazało, że co piąty niepełnoletni nastolatek, który spożywał napoje alkoholowe, doświadczył pogorszenia nastroju¹⁵. Picie alkoholu wpływa też na funkcjonowanie społeczne i emocjonalne młodej osoby. Może generować problemy z relacjami interpersonalnymi oraz prowadzić do ostracyzmu społecznego. **Co najważniejsze, alkohol spożywany w młodym wieku zwiększa ryzyko uzależnienia w przyszłości – im wcześniejszy wiek inicjacji alkoholowej, tym ryzyko to jest większe.** Amerykańskie badania¹⁶ zrealizowane w latach dziewięćdziesiątych XX wieku, w których analizowano związek między wiekiem inicjacji alkoholowej a rozpowszechnieniem nadużywania alkoholu i uzależnienia od niego w ciągu całego życia, wykazały, **że prawdopodobieństwo uzależnienia zmniejszyło się o 14% z każdym rokiem wzrostu wieku inicjacji, a prawdopodobieństwo nadużywania – o 8%.** Wskaźnik uzależnienia w ciągu całego życia spadł z ponad 40% wśród osób, które zaczęły pić w wieku 14 lat i młodszych do ok. 10% wśród osób, które sięgnęły po alkohol w wieku 20 lat i starszych. Spożywanie jakiegokolwiek rodzaju alkoholu w okresie dojrzewania nie tylko upośledza funkcjonowanie mózgu w krótkim i długim okresie, ale także predysponuje do uzależnienia w przyszłości.



Prof. dr hab. n. med. i n. o zdrowiu Marek Krzystanek,
lekarz psychiatra, seksuolog i psychoterapeuta

Spożywanie alkoholu w młodym wieku ma wpływ nie tylko na poziom funkcji poznawczych w przyszłości, ale determinuje również ryzyko uzależnienia w wieku dorosłym. Wykazano, że im większa jest częstość przyjmowania alkoholu w okresie adolescencyjnym, tym większe jest ryzyko późniejszej choroby alkoholowej. W jednym z niewielu badań prospekcyjnych (McCambridge i wsp. 2011)¹⁷, trwającym powyżej trzech lat wykazano, że ryzyko późniejszego uzależnienia jest tym większe, im większe jest spożycie alkoholu w okresie późnej adolescencji. Przeprowadzone dotąd badania wskazują również, że im młodszy jest wiek inicjacji alkoholowej, jak również im krótszy jest czas między wiekiem pierwszego spożycia alkoholu a incydentami upijania się, tym większe jest ryzyko uzależnienia w dorosłym życiu. Zależności te są szczególnie silne, jeżeli spożywanie alkoholu w młodym wieku jest regularne. Z całą mocą należy podkreślić, że najsilniejszym predykatorem uzależnienia od alkoholu w dorosłości jest wczesny wiek pierwszego upicia się.

02. Alkohol a przemoc

Statystyki policyjne pokazują, że nadużywanie alkoholu jest jednym z czynników kryminogennych. Często jest motywem, dla którego przestępstwo zostaje popełnione oraz w dużej mierze oddziałuje na sposób jego realizacji. Po spożyciu obniża się poziom krytycyzmu, maleje możliwość obiektywnej oceny własnego zachowania oraz może wyzwolić się agresja, która często idzie w parze z przemocą na gruncie grupy rówieśniczej lub rodziny. Sami uczestnicy badania zrealizowanego na zlecenie ICS przyznali, że pijąc alkohol jako osoby niepełnoletnie, tracili kontrolę nad swoim zachowaniem i puszczały im hamulce (16% wskazań) oraz stawali się bardziej agresywni (6% wskazań). Około 19% wszystkich przestępstw popełnianych przez nieletnich jest dokonywanych pod wpływem alkoholu¹⁸.

Analizy Instytutu Badań Gospodarczych im. Leibniza w Essen (Niemcy) wskazują na wyraźne skorelowanie alkoholu i przestępczości. Zaobserwowano wzrost przestępczości wśród nastolatków po 16. roku życia, co bezpośrednio powiązано z faktem, że właśnie od tego wieku można w Niemczech legalnie kupić napoje z niższą zawartością alkoholu, takie jak piwo, wino oraz wino musujące. Wykazano, że wraz ze wzrostem spożycia alkoholu przez osoby powyżej 16. roku życia, gwałtownie wzrasta również liczba przestępstw popełnianych pod jego wpływem. Do najczęstszych należą uszkodzenia ciała, wandalizm oraz kradzieże, szczególnie w weekendy, gdy młodzież nie ma rutynowych zajęć szkolnych.¹⁹

Wśród nieprzyjemnych sytuacji, z którymi spotkali się respondenci badania ICS, kiedy jako nieletni spożywali alkohol, jedna trzecia wiązała się tym, że „urwał im się film” i mieli luki w pamięci, w 6% przypadków utracili przytomność, a w 5% - utracili orientację co do miejsca, w którym się znaleźli.²⁰ Tego typu sytuacje pozbawiają samokontroli i zwiększają prawdopodobieństwo doświadczania przemocy seksualnej. Młodzież pod wpływem alkoholu jest bardziej narażona zarówno na bycie jej ofiarą, jak i sprawcą. Aż 9% badanych przyznało, że została naruszona ich nietykalność cielesna bez ich zgody. W dużych miastach odsetek był jeszcze większy i wyniósł 11% wskazań respondentów badania ICS.

Z kolei z badań ESPAD wynika, że młodzież pijąca alkohol często rozpoczyna życie seksualne wcześniej niż ich rówieśnicy, którzy nie piją. Wśród uczniów w wieku 15-16 lat, którzy regularnie spożywają alkohol, 40% miało już doświadczenia seksualne, w porównaniu do 17% ich niepijących rówieśników²¹.





III. CZYNNIKI RYZYKA SPOŻYWANIA ALKOHOLU przez nieletnich

Najważniejsze czynniki wczesnej inicjacji alkoholowej: rodzina, grupa rówieśnicza i reklama (w Polsce jest to reklama piwa, jedyna prawie dozwolona), których współoddziaływanie normalizuje obecność napojów alkoholowych, a szczególnie piwa w życiu młodych ludzi od najmłodszych lat.

77% respondentów badania stwierdziło, że spotkało się z reklamami piwa, kiedy byli niepełnoletni.

Główny sposób oddziaływania reklam na niepełnoletnich to nie sam produkt, ale kreowane w reklamie pozytywne emocje, styl życia i atrakcyjny świat, których spoiwem staje się piwo.

01. Rodzice na pierwszym miejscu



Prof. dr hab. n. med. i n. o zdrowiu Marek Krzystanek,
lekarz psychiatra, seksuolog i psychoterapeuta

Najlepszą formą medycyny jest medycyna prewencyjna. W aspekcie zapobiegania problemowi alkoholowemu konieczna jest więc analiza czynników ryzyka picia alkoholu przez młodych ludzi. Przeglądy i metaanalizy badań wskazują na ich dużą różnorodność, jednak niektóre z nich powtarzają się w różnych badaniach i mają szczególnie wysoką wagę statystyczną. Yap i wsp.²² W 2017 opublikowali usystematyzowany przegląd aż 131 badań, z których wynika, że trzy czynniki ryzyka mają związek z wczesną inicjacją alkoholową oraz częstotścią i ilością alkoholu spożywanego przez młodych ludzi: umożliwianie picia alkoholu przez rodziców, przychylne nastawienie rodziców do spożywania alkoholu i spożywanie alkoholu przez rodziców. Ta sama analiza wskazała na cztery najważniejsze czynniki ochronne i zapobiegające wczesnej inicjacji oraz używaniu alkoholu przez adolescentów: monitorowanie i nadzór przez rodziców, jakość relacji rodzic-dziecko, zaangażowanie rodzica w życie dziecka i wspieranie go. Wydaje się, że właśnie wyniki tej analizy mają największe znaczenie dla tworzenia programów prewencyjnych. Wskazują one na kluczową rolę jakości systemu rodzinnego oraz modelowania postaw przez rodziców. Analiza ta pokazuje również pewną hierarchię i wagę czynników ryzyka – największy wpływ na spożywanie alkoholu przez młodych ludzi mają czynniki związane z rodziną nuklearną, natomiast mniejsze znaczenie, choć również ważne, mają czynniki wykraczające poza najbliższe środowisko życia adolescenta.

Przegląd 58 badań przeprowadzony przez van der Kruk i wsp. (2023)²³ dotyczył wspomnianego wyżej czynnika ryzyka w postaci umożliwiania picia alkoholu nieletnim przez ich rodziców, które to w przekonaniu rodziców ma chronić dzieci przed szkodliwością i nadmiernym spożywaniem napojów alkoholowych poza domem. Zjawisko to, w zależności od badania, występuje według danych uzyskanych od nieletnich w 7-60% rodzin w USA, a według rodziców nieletnich w 24-48% rodzin i narasta wraz z wiekiem nastolatków. Częściej dotyczy dziewcząt, jak również nieletnich przyznających się rodzicom do picia alkoholu.

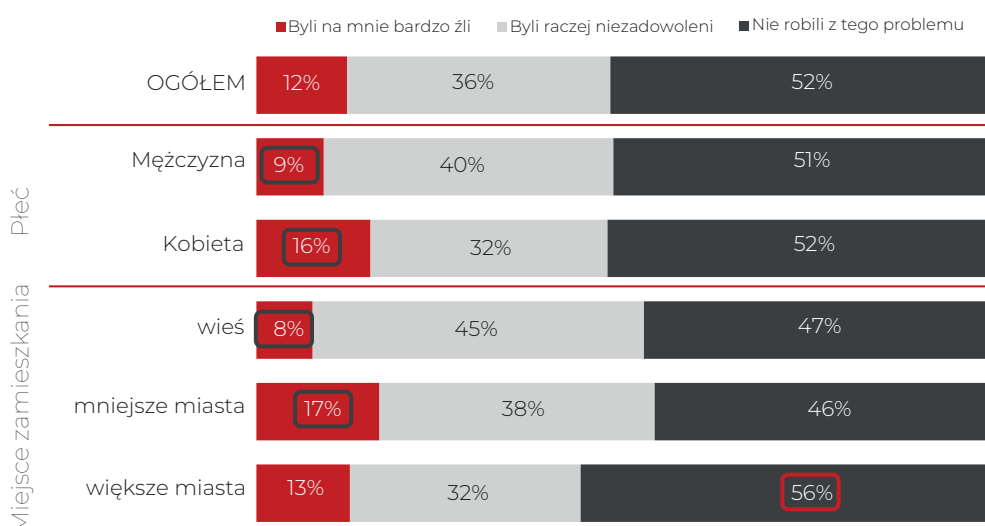
Cyklicznie realizowane w Polsce badania ESPAD pokazują, że tylko połowa rodziców dzieci 15-16 lat zdecydowanie zabrania im picia napojów alkoholowych, przy czym ojcowie są bardziej permissywni w tym względzie. Dane ESPAD 2019 wskazują, że rodzice mają niestety coraz bardziej liberalne postawy w kwestii picia przez nieletnich. W edycji ESPAD z 2015 roku 55,2% ojców i 58,1% matek nie pozwalało swoim dzieciom w wieku 15-16 lat na picie alkoholu. Jednocześnie i ojcowie, i matki w równym stopniu godzą się, aby nastoletnie dzieci spożywały alkohol w ich obecności (22%).

ESPAD 2019: Pozwolenie rodziców na picie alkoholu – grupa 15-16 latków – dane w %

	Nigdy nie pozwala	Pozwala tylko przy rodzicach	Pozwala także bez obecności rodziców	Trudno powiedzieć
Ojciec	49,5%	22,4%	7%	21,1%
Matka	53,6%	22,1%	7,5%	16,8%

Na liberalne postawy rodziców wskazują również przeprowadzone przez ICŚ badania w grupie respondentów 18-22 lata. 85% badanych przyznało, że ich pierwsze próby z alkoholem w okresie niepełnoletnim miały miejsce w domu, za wiedzą i zgodą rodziców, a wręcz z ich aktywnym udziałem. Również w momencie, kiedy rodzice respondentów zorientowali się, że ich niepełnoletnie nastolatki piją alkohol poza domem (zwykle ok. 16-17 roku życia), ich reakcje były raczej łagodne, choć bardziej zdecydowane i wymagające wobec córek niż synów. 52% rodziców w ogóle nie robiło dzieciom problemów z powodu tego, że piją napoje alkoholowe podczas imprez i spotkań ze znajomymi.

Jak zareagowali rodzice, kiedy zorientowali się, że jako nieletni pijesz alkohol poza domem?



Źródło: „Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu”, maj 2024, Delikatesy Badawcze

N=500

W większości domów badanych respondentów napoje alkoholowe pojawiały się przy różnych okazjach (imieniny, święta, grill, sylwester). Rodzice, którzy sami spożywali alkohol, nie byli surowi ani restrykcyjni wobec swoich dzieci, nie zakazując im kategorycznie picia alkoholu przed osiągnięciem pełnoletności. Nierzadko sami rodzice pozwalali spróbować dzieciom smaku alkoholu w ich obecności bądź kupowali dla nich bezalkoholowe wersje trunków, jak szampan Piccolo czy piwo 0%.



Karolina Krzysik-Klemań, psycholożka i psychoterapeutka, członkini Polskiego Towarzystwa Psychoterapii Psychoanalitycznej

Czym skorupka za młodu nasiąka? Otóż młodzież nasiąka przekonaniem, że picie to stały element życia, który pomoże im radzić sobie z bolączkami codzienności. Badanie „Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu” pokazuje, jak aktualnie młodzi ludzie podchodzą do konsumpcji trunków i na jakiej bazie konstruują swoje postawy. Jego głębsza lektura odsłania coś więcej: osamotnienie nastolatków oraz zagubienie wychowawcze dorosłych, objawiające się m.in. w podejściu do spożywania alkoholu przez nieletnich.

Okres dojrzewania to gwałtowna burza. Na poziomie psychologicznym młody człowiek potrzebuje się zbuntować przeciwko najbliższym sobie dorosłym, aby nauczyć się, jak samodzielnie myśleć i funkcjonować. W mózgu nastolatka szaleje wichura polegająca na tzw. przycinaniu i mielinizacji neuronów. Te dwa słowa opisują szalenie skomplikowane procesy, w wyniku których dziecięce mózgi dojrzewają; pozbywając się zbędnych połączeń neuronalnych, usprawniają przekazywanie informacji, utrwalają zdolności i rozwijają nowe funkcje. Rośnie aktywność tzw. układu dopaminowego, powiązanego z dążeniem do doświadczenia przyjemności, który ma ośmielać nastolatka do próbowania nowości. Młodzież eksperymentuje, odkrywając świat dorosłych, którego częścią jest alkohol. Jednocześnie to czas, kiedy targany impulsywnością i silnymi emocjami młody człowiek szczególnie potrzebuje czuć, że ma obok siebie przytomnego, odpowiedzialnego i dostępnego emocjonalnie dorosłego, który przetrwa jego bunt i zaoferuje wsparcie oraz postawi bezpieczne granice. Przykładowo, bez uciekania się do kar czy awantur, wytłumaczy mu, dlaczego picie alkoholu w okresie dorastania jest bardzo złym pomysłem.

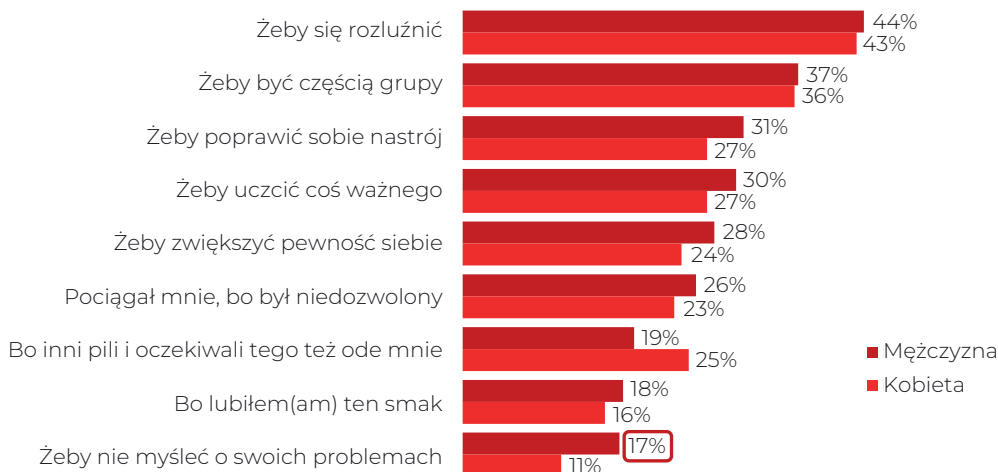
Czy dorośli wiedzą, co alkohol robi mózgom dzieci? I czy potrafią im to przekazać? Jestem przekonana, że nie, a wyniki badań potwierdzają moje gabinetowe doświadczenia pracy psychoterapeutycznej z nastolatkami i ich rodzicami. Młodzi ludzie biorący udział w badaniach obnażają braki dorosłych w tym zakresie. Niepełnoletni bez większych problemów nabywają napoje alkoholowe, często przy pomocy dorosłych. Większość osób badanych była od dzieciństwa oswajana przez rodziców z tym, że picie to element codzienności: spędzania wolnego czasu, świętowania, bycia z ludźmi. Bo obecność na rodzinnych imprezach bezalkoholowego szampana u 81% badanych czy bezalkoholowego piwa u 50% jest oswajaniem. Co więcej, w większości polskich domów to rodzice wprowadzają dziecko w picie alkoholu! To porażające dane: aż 85% badanych otrzymało takie pozwolenie od swoich opiekunów, niektórzy z nich mieli wówczas zaledwie 10 lat. Co 4. nastolatek przed 14 r.ż. miał już takie doświadczenie za przyzwoleniem rodzica. Można sobie wyobrazić, że wielu rodziców uznało, że tak będzie bezpieczniej dla ich dzieci, że w ten sposób niwelują efekt „zakazanego owocu” i mają większą kontrolę nad zachowaniem dziecka. Uważam, że to iluzja i efekt braku wiedzy. Dzieci uczą się postaw poprzez obserwację zachowań dorosłych. Dla dziecięcego umysłu bezalkoholowy szampan na urodzinach stanowi na nieświadomym poziomie jasny przekaz: przyzwolenie na picie. Z tej przyczyny rodzicielskie zakazy picia nie są skuteczne: w dziecku utrwali się to, co zaobserwuje u rodziców, nauczycieli, autorytetów, idoli, a nie to, co usłyszy. Tak działa podstawowy mechanizm społecznego uczenia się.

Źródło odpowiedzialnych i bezpiecznych dla zdrowia młodych ludzi postaw wobec alkoholu nie tkwi w czynnikach zewnętrznych typu „zła telewizja” czy „koledzy, którzy sprowadzają na złą drogę”. Korzenie postaw i zachowań młodzieży wobec spożywania alkoholu sięgają przede wszystkim domu rodzinnego, jakości relacji dzieci z rodzicami, ich poczucia bycia zauważonym, możliwości bezpiecznego przeżywania emocji i tego, jakie zachowania dotyczące picia będzie prezentować ich otoczenie. Nastolatek, który nasiąknie poczuciem, że jest ważny, chciany, wartościowy i widziany, może się zdrowo rozwijać. Nie musi potem posiłkować się alkoholem, by wyłączać czucie i za wszelką cenę zaskarbiać sobie uwagę rówieśników.

02. Przynależność do grupy i rówieśnicza presja

W dyskusjach z młodymi respondentami biorącymi udział w badaniu ICS przewijają się dwie grupy potrzeb związane z piciem alkoholu w okresie przed ukończeniem 18. roku życia. Jedną jest potrzeba przynależności – bycia częścią grupy rówieśniczej oraz spełnienie oczekiwań grupy czy też odpowiedź na pewną presję ze strony grupy. Drugą jest potrzeba emocjonalna – rozluźnienia, poprawy nastroju, zwiększenia pewności siebie, odreagowania czy uczczenia czegoś. Dziewczyny częściej niż chłopcy wskazywały na presję i oczekiwanie ze strony grupy. Chłopcy częściej poszukiwali w alkoholu pomocy w poprawie nastroju, zwłaszcza ucieczki od problemów.

Dlaczego piłeś(aś) alkohol przed ukończeniem 18 roku życia?



Źródło: „Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu”, maj 2024, Delikatesy Badawcze

W badaniu ESPAD analizowany jest z kolei wskaźnik rozpowszechnienia używania alkoholu w najbliższym otoczeniu badanych, co można też, z pewnymi zastrzeżeniami, interpretować jako wskaźnik ryzyka sięgania po napoje alkoholowe. Znaczne rozpowszechnienie alkoholu wśród przyjaciół respondenta może zwiększać szanse na to, że i on będzie go używał. I tak w grupie 15 i 16-latków badanych w ESPAD 2019, 12,4% stwierdziło, że nie ma wśród przyjaciół osób, które piją alkohol, co oznacza, że w przypadku pozostałych 87,6% są osoby go pijące (kilkoro, dużo, większość, wszyscy). Z kolei 28,5% nastolatków w tym wieku przyznało, że nie ma wśród przyjaciół osób, które upijają się, co oznacza, że pozostała grupa ponad 70% respondentów ma wokół siebie upijających się znajomych. Przegląd 22 badań opublikowany przez Leung i wsp. w 2011²⁴ roku również wykazał, że picie napojów alkoholowych przez rówieśników w otoczeniu nieletniego jest czynnikiem ryzyka sięgania przez niego po alkohol.

W projekcie naukowo-badawczym pt. „Młode Głowy. Otwarcie o zdrowiu psychicznym” zrealizowanym w 2023 roku przez Fundację UNAWĘZA na próbie ponad 180 tys. uczniów ze szkół podstawowych (56,5%) i ponadpodstawowych (43,5%) wykazano, że poczucie chronicznej samotności jest jednym z ważniejszych czynników ryzyka, prowadzącym do zachowań autodestrukcyjnych, w tym picia alkoholu i upijania się. Badani, którzy odczuwali ciągłą samotność, deklarowali, że w ciągu ostatnich 3 miesięcy przed badaniem:

~ często pili alkohol (12,3% badanych)

~ często upijali się (8,9% badanych)

Jednocześnie odsetek odpowiedzi na te same pytania wśród ich rówieśników, którzy nie odczuwali samotności, wyniósł odpowiednio 2,8% i 1,8%. W przeprowadzonym badaniu wyraźnie dostrzeżono związek pomiędzy niską samooceną i samotnością życiową a podejmowaniem zachowań ryzykownych i autodestrukcyjnych przez dzieci i młodzież w Polsce, w tym używanie substancji psychoaktywnych, jak alkohol.



Karolina Krzysik-Klemań, psycholożka i psychoterapeutka, członkini Polskiego Towarzystwa Psychoterapii Psychoanalitycznej

Kolejna kwestia, która wyłania się pośrednio z badań, a która wydaje mi się bardzo ważna, to przeświadczenie młodych, że alkohol może być cudownym panaceum na przeżywane emocje i trudności społeczne. W trakcie psychoterapii zauważam, że dla moich pacjentów używki stają się "magicznym" obiektem, w doskonały sposób kojącym cierpienie, frustrację i zaspokajającym potrzeby. Obiektem dużo bardziej atrakcyjnym od drugiego człowieka, bo zawsze dostępnym na ich żądanie. To ułuda, którą żyje wiele osób uzależnionych. Blisko połowa młodych badanych szuka w alkoholu ukojenia od niepokoju, sposobu na rozluźnienie i odreagowanie napięcia. Dla 1/3 z nich to środek poprawiający nastrój, co 10. badany chciał dzięki picciu przestać myśleć o tym, co przeżywa. Alkohol ma sprawić, że zniknie smutek, strach, skrępowanie, kompleksy. To pokazuje, jak poważne problemy młodzież ma z regulacją własnych emocji i z tym, by w momentach cierpienia psychicznego szukać oparcia w innym człowieku: w mamie, tacie, przyjacielu, nauczycielu, zamiast w używce. Wydaje mi się, że te dzieci, teraz już dorosłe, prawdopodobnie nie zostały w taką zdolność wyposażone w domach rodzinnych ani w szkołach. To przejmujące wyniki, bowiem ilustrują skalę osamotnienia emocjonalnego nastolatków. Doświadczam jej w mojej pracy. Często dopiero w trakcie psychoterapii młoda osoba uczy się w relacji ze mną, jak rozpoznać to, co czuje, jak to wyrazić, że można rozmawiać o swoich przeżyciach, że obecność emocjonalna drugiej osoby pomaga im się uspokoić.

Nastolatki są złaknione bliskości, ale często nie potrafią jej budować i utrzymywać. Pragną przynależać do grupy rówieśników, mieć znajomych, spędzać z nimi czas, czuć się chciane, popularne, lubiane. Dla wielu z nich, zwłaszcza tych, których okres dojrzewania zbiegł się z miesiącami pandemicznej izolacji i wycofania ze szkół, jest to zadanie, któremu nie potrafią podołać. Szczególnie ciężko jest w tych kwestiach młodzieży neuroatypowej – rozwijającej się w spektrum autyzmu i ADHD, bo dla nich komunikacja i relacje społeczne są sporym wyzwaniem. I tu alkohol staje się iluzorycznym kołem ratunkowym. Co piąty z młodych badanych przyznał, że po alkoholu czuje się bardziej pewny siebie, blisko 40 proc. z nich piło, by czuć się częścią grupy, presja rówieśnicza bardzo była silna. Te wyniki korespondują z moimi doświadczeniami z pracy terapeutycznej. Nastolatki garną się do rówieśników, wskakują „na główkę” w przypadkowe relacje, szybko je gloryfikują, nazywając przyjaźniami. W Warszawie istnieją popularne wśród młodzieży przestrzenie spotkań, jak „Schodki” czy „Centrum”, w których podstawową wspólną aktywnością nastolatków jest picie alkoholu i sięganie po inne używki. Do takich grup łączy młodzież, której brakuje umiejętności społecznych. Kopiując wyraziste zachowania, jak picie, obniżając alkoholem napięcie i niepokój wewnętrzny, mogą przez chwilę ulec złudzeniu, że są dla kolegów ważni, zauważeni, że tworzą tam głębokie i autentyczne przyjaźnie. To kosztowne złudzenie, niektóre dzieciaki płacą za nie cenę w postaci uzależnień, kłopotów ze szkołą, sądem rodzinnym i nierzadko doświadczają w stanie nietrzeźwości zachowań autodestrukcyjnych, przemocy i nadużyć seksualnych. Z moich doświadczeń psychoterapeutycznych wynika, że spotkania towarzyskie nastolatków przy alkoholu mogą prowadzić do nieplanowanych inicjacji seksualnych, przypadkowych i ryzykownych kontaktów erotycznych i sprzyjają przemocy seksualnej częściej, niż można by przypuszczać. Do takich doświadczeń przyznaje się zresztą około 1/10 badanych.



Prof. dr hab. n. med. i n. o zdrowiu Marek Krzystanek,
lekarz psychiatra, seksuolog i psychoterapeuta

Przeprowadzono przegląd 32 badań dotyczących psychologicznych czynników ryzyka, które mogą być uwzględnione w tworzeniu psychologicznych form prewencji picia alkoholu w grupie nastolatków. Cechy osobowości, które wskazano jako czynniki ryzyka picia w tej grupie to impulsywność, poszukiwanie stymulacji, sensytywność na lęk, neurotyczność, ekstrawersja i niski poziom sumienności. Identyfikacja takich cech osobowości w psychologicznych programach przesiewowych mogłaby być częścią złożonych oddziaływań prewencyjnych, zapobiegających picciu alkoholu w grupie małoletnich.

Warto podkreślić, że młodzi ludzie od kilkadziesiątu lat dorastają w zmienionym środowisku. W wyniku poprawy sytuacji materialnej większości rodzin i zmianie modelu życia na konsumpcyjny oraz promujący wagę kariery i sukcesu ekonomicznego, dzieci i nastolatki zostały pozbawione codziennego kontaktu z rodziną wielopokoleniową (dziadkowie) oraz możliwości codziennego popołudniowego fizycznego kontaktu z grupą rówieśniczą. Młodzi ludzie większość wolnego czasu spędzają kontaktując się przez komunikatory i media społecznościowe, które uniemożliwiają im bezpośredni kontakt oraz bezpośrednio emocjonalne i intelektualne doświadczanie rówieśników, obserwowanie ich form radzenia sobie z nawiązywaniem kontaktu, tworzenia i utrzymywania więzi, rozwiązywania konfliktów i problemów. Powoduje to ograniczenie doświadczania drugiego człowieka i doświadczania siebie w relacji z drugim człowiekiem, a przez to zmniejszenie możliwości nabywania kompetencji regulowania emocji, kształtowania więzi i radzenia sobie z konfliktami. Dodatkowym czynnikiem jest deprivacja emocjonalna młodych ludzi związana z brakiem wielogodzinnego codziennego uczestniczenia w życiu rodziców. Obecny model pracy osób dorosłych i model kształcenia dzieci, wprowadzający uczestniczenie w rozwijających, ale zabierających popołudniowy czas wolny zajęciach dodatkowych, ogranicza kontakt dzieci z rodzicami, którzy sami są wtedy zajęci swoimi aktywnościami zawodowymi, zakupami i korzystaniem z rozrywki i rekreacji. Życie w takim środowisku może zakłócać młodym ludziom zaspokajanie podstawowych potrzeb emocjonalnych, sprzyjać powstawaniu zaburzeń osobowości oraz przeżywaniu negatywnych emocji, takich jak smutek, frustracja, samotność czy złość, z którymi młodzi ludzie nie nauczyli się i nie zostali nauczeni sobie radzić. Tworzy to sprzyjające podłoże dla patologicznych form regulowania negatywnych emocji, na przykład w postaci sięgania po alkohol, szczególnie jeżeli jest on obecny w życiu rodziców, towarzyszy spotkaniom towarzyskim i posiłkom oraz jest promowany w reklamach i obecny we wszystkich sklepach spożywczych. Opisana sytuacja jest jednym wielkim czynnikiem ryzyka picia alkoholu jako sposobu regulacji negatywnych emocji, związanym z obecnym modelem życia. Żeby ją zmienić, konieczne są programy społeczne uświadamiające rodzicom zagrożenia, ich odpowiedzialność za dzieci, ochronną rolę dobrze funkcjonującego systemu rodzinnego w stosunku do ryzyka spożycia alkoholu oraz ryzyka modelowania dzieciom i młodym ludziom stylu życia, któremu na co dzień towarzyszy spożywanie alkoholu. Jednym z elementów promocji picia w środowisku rodzinnym już w wieku dziecięcym jest na przykład zapewnianie dzieciom w czasie celebrowania urodzin szampana bezalkoholowego i serwowanie napojów w kieliszkach czy zachęcanie dzieci do toastów. Behawioralnie taki sposób picia napojów bezalkoholowych przygotowuje dzieci kulturowo do picia napojów z procentami.

Rodzice nie powinni mieć złudzeń, że w wychowywaniu ich dzieci zastąpi ich szkoła i inne instytucje. Należy mieć świadomość niewielkiej skuteczności oddziaływań prewencyjnych prowadzonych przez szkoły w zakresie nie tylko używania alkoholu (Tinner i wsp. 2020²⁵; badania prospekcyjne dotyczące kolejnego roku), ale również w odniesieniu do używania tytoniu czy marihuany. Wyniki przeglądu Yap i wsp. (2018)²⁶ wskazują, że najważniejsze znaczenie ochronne i postawotwórcze w stosunku do używania alkoholu mają rodzice i rodzina nuklearna. Brakuje świadomej swojej roli rodziny i rodziców będących przykładem postaw w stosunku do alkoholu, którzy nie spożywają alkoholu w obecności dzieci, którzy wprowadzają restrykcje w zakresie spożywania alkoholu przez dzieci, interesują się dziećmi, mają dla nich czas i wspierają je.

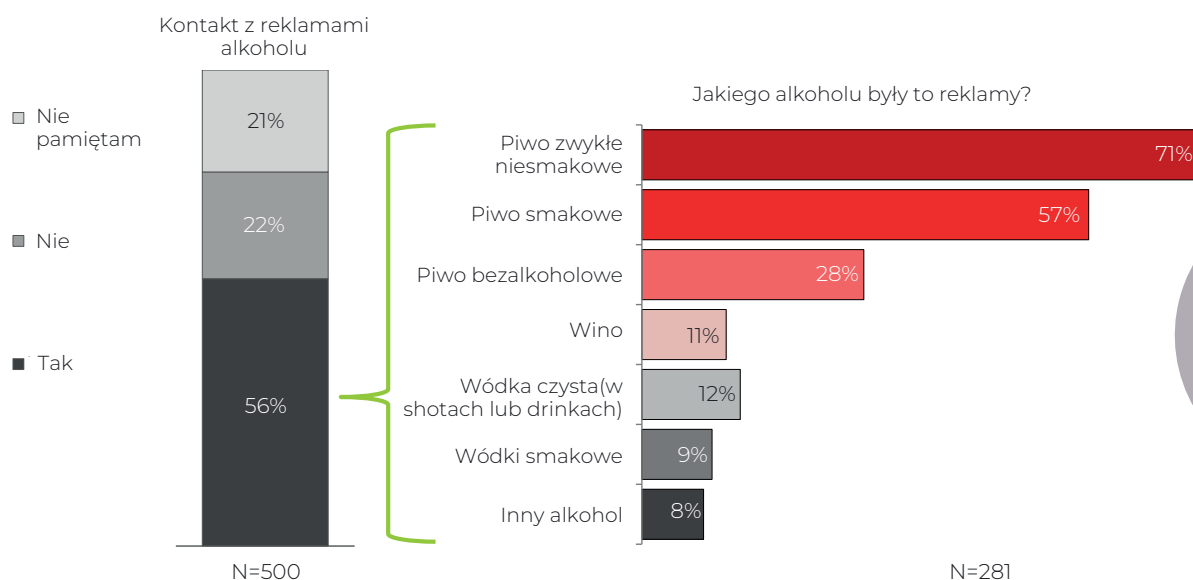
Wnioski z metaanalizy 29 badań wpływu postaw rodziców na picie alkoholu przez ich dzieci (Tael-Öeren i wsp., 2019)²⁷ nie pozostawiają żadnych wątpliwości – im rodzice są mniej restrykcyjni, tym większa jest częstość spożywania alkoholu przez ich dzieci oraz częstsze incydenty nietrzeźwości dziecka. Rodzice muszą w pełni zrozumieć, że świadomość dzieci dotycząca ich mniejszej restrykcyjności w stosunku do obecności alkoholu w domu, w czasie wspólnego spędzania czasu na prywatkach czy wyjazdach wielorodzinnych jest związana z promocją picia alkoholu i zwiększeniem spożywania alkoholu przez dzieci.

03. Reklama

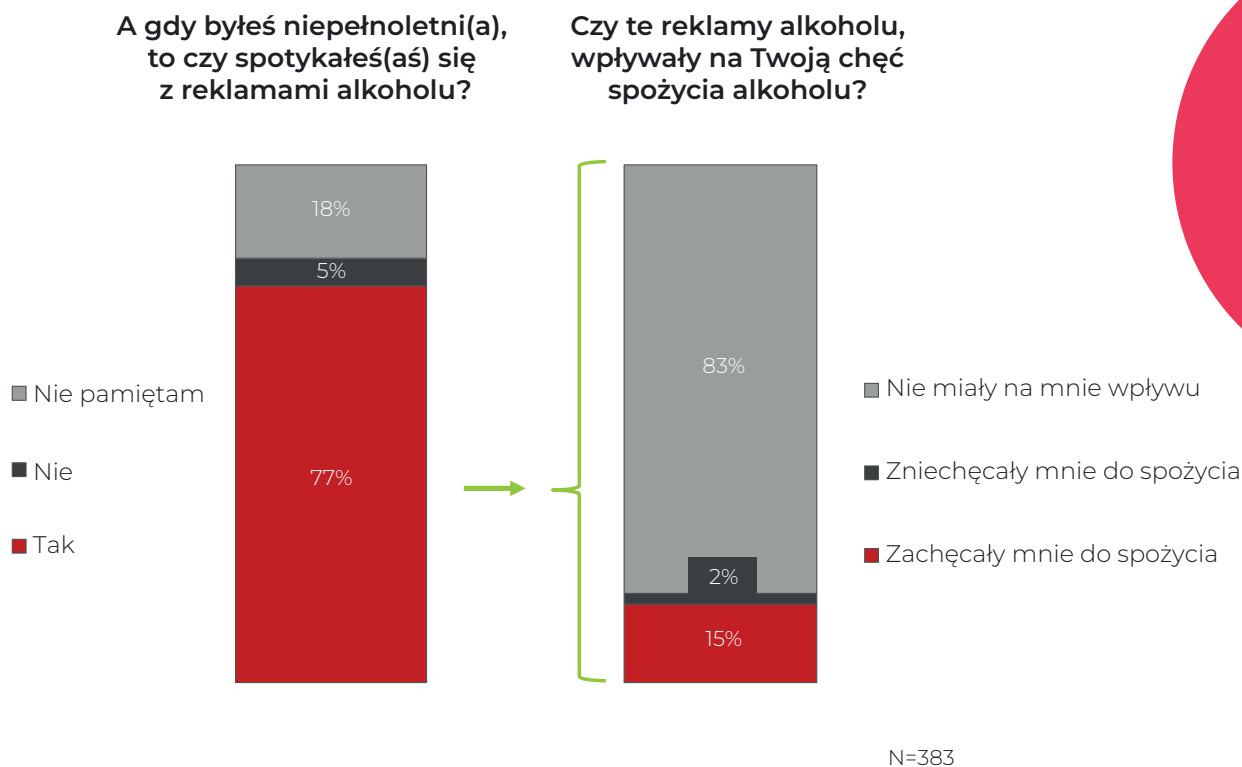
Podczas realizacji zogniskowanych wywiadów grupowych z respondentami w wieku 18 – 22 lata w ramach badania „Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu” w maju 2024, poruszony został w dyskusji temat reklamy. Uczestnicy badania mieli poczucie wszechobecności reklam piwa. Stwierdzili również, że jako niepełnoletni stykali się często z takimi reklamami. Najczęściej mieli do czynienia z reklamami marek piwnych promowanych w telewizji i w przestrzeni miejskiej, a najbardziej zapadły im w pamięć reklamy w formie animowanej, kolorowe i dynamiczne, z udziałem młodych ludzi.

Wiedzę pozyskaną w ramach zogniskowanych wywiadów grupowych zweryfikowano w badaniu ilościowym na reprezentatywnej grupie respondentów 18 – 22 lata, które potwierdziło uzyskane wcześniej informacje. 71% badanych zetknęło się z reklamą piwa zwykłego, a 57% z reklamą piwa smakowego w ciągu ostatnich 30 dni poprzedzających badanie i były to głównie reklamy piwa widziane w telewizji w 3/4 przypadków.

Czy w ciągu ostatnich 30 dni widziałeś(aś) gdzieś reklamy alkoholu?



77% respondentów badania stwierdziło, że spotkali się z reklamami piwa, kiedy byli niepełnoletni. Ten wysoki wskaźnik nie powinien nikogo dziwić. Z danych Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji wynika, że w 2022 roku w samej tylko telewizji wyemitowano 2 972 godziny reklam piwa. Dodajmy do tego reklamę piwa na tablicach reklamowych i w innych mediach, czy też sponsoring sportowy i kulturalny, a co za tym idzie obecności piwa na przykład na stadionach. Przy tak dużej ekspozycji reklamowej, szczególnie kierowanej do młodych dorosłych odbiorców, niemożliwa jest całkowita ochrona nieletnich przed przekazem reklamowym.



Źródło: „Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu”, maj 2024, Delikatesy Badawcze

Badani stwierdzili, że reklamy piwa nie zachęcały ich do picia alkoholu (83% respondentów), dla 2% wręcz zniechęcały do alkoholu, a 15% badanych przyznało, że zachęcały ich do sięgania po piwo. Należy jednak zaznaczyć, że obojętność wobec reklam i negowanie ich wpływu na zachowania zakupowe czy konsumpcyjne jest dość powszechną postawą respondentów w badaniach – nie lubimy przyznawać, że podejmujemy decyzje pod wpływem przekazów reklamowych. Uzyskane w badaniu dotyczącym inicjacji alkoholowej wyniki w obszarze postrzegania reklamy piwa przez respondentów 18-22 lata nie są więc zaskoczeniem. Zostały one zderzone z opiniami na temat reklam piwa w populacyjnej próbie dorosłych Polaków (18+) w ramach badania omnibusowego na panelu Ariadna (N= 1152). Wyniki Omnibusu pokazują, że respondenci najczęściej spotykali się z reklamą piwa (ponad 80% wskazań w każdej grupie wiekowej). Spośród opinii o reklamach piwa 44% Polaków deklaruje, że reklamy te są im obojętne, a tylko 8% twierdzi, że zachęcają ich do picia piwa i 6% - że się im podobają. Jednak zupełnie inaczej badani oceniają wpływ tych reklam na innych:

~ 28% uważa, że przyczyniają się do zwiększenia spożycia alkoholu w Polsce;
~ 22% uważa, że zachęcają młodzież do picia piwa;
~ 26% jest zdania, że nie powinny być dostępne dla niepełnoletnich.

Co sądzisz o reklamach piwa?



Źródło: Omnibus, panel Ariadna, maj 2024

Negowany przez respondentów każdego z tych badań wpływ reklamy piwa na zakup i spożycie jest często kwestionowany przez psychologów i socjologów. Uważają oni, że nawet jeśli to nie produkt w reklamach przyciąga odbiorców, to kreowane w reklamie pozytywne emocje, styl życia i barwny świat są na tyle dla nich atrakcyjne i zachęcające, że chcą w nich uczestniczyć. A nieodłącznym elementem i spoiwem tego świata jest piwo.



Prof. dr hab. n. med. i n. o zdrowiu Marek Krzystanek,
lekarz psychiatra, seksuolog i psychoterapeuta

Mózg nastolatka jest bardziej narażony na kontekstowe sygnały, które najpierw towarzyszą, a potem kojarzą się ze spożywaniem alkoholu, takie jak muzyka, zapachy czy dźwięki. Ich pojawianie się może powodować odczuwanie chęci picia. Wydaje się, że niedojrzały mózg młodego człowieka jest bardziej podatny na takie błędy poznawcze związane z alkoholem i łatwiej może stać się nadwrażliwy na poszukiwanie w otoczeniu kontekstowych sygnałów, prowadzących do spożywania napojów alkoholowych. Ta obserwacja ma ogromne znaczenie dla problemu reklamy w otoczeniu młodych ludzi, szczególnie przez promowane w reklamach atrakcyjny styl życia, któremu towarzyszy picie piwa. Taka reklama może

prorowadzić do szybkiego ukształtowania systemu przekonań poznawczych, w którym piwo, które jest takim samym alkoholem, jak każdy napój zawierający etanol, jest normalną częścią zdrowej rzeczywistości. Zjawisko to może być świadomie wykorzystywane przez kampanie reklamujące piwo do programowania młodych ludzi pożądaną marketingowo i kreowaną przez producentów piwa wizją rzeczywistości, mającą zwiększyć ich dochody.

Usystematyzowany przegląd 22 badań, przeprowadzony przez Henehan i wsp. (2020)²⁸ wykazał, że w odbiorze nieletnich reklamy napojów alkoholowych zachęcają ich do picia. W ich ocenie tym, co przyciąga i co podoba się młodym ludziom, nie jest sam produkt, ale prezentowany w spotach reklamowych styl życia osób pijących alkohol. Ta analiza wpływu reklam na świadomość młodych ludzi wskazuje, że są oni podatni na pozytywne warunkowanie picia alkoholu przez reklamę, a sama reklama pobudza ich ciekawość, zainteresowanie i wywołuje pozytywne nastawienie do alkoholu. Z taką sytuacją mamy do czynienia w Polsce, gdzie powszechna jest reklama piwa, obecna we wszystkich mediach. Dlatego wiedza o opisanym wyżej wpływie reklamy powinna pociągać za sobą odpowiedzialną zmianę zawartości reklam piwa, na które ekspozowane są dzieci i młodzi ludzie, z całkowitym zakazem tych modelujących atrakcyjny styl życia, w którym obecne jest piwo.

We współczesnym świecie wpływ rówieśników na młodych ludzi odbywa się również przez media społecznościowe. Przegląd systematyczny 33 badań spożywania alkoholu przez młodych ludzi (Cheng i wsp. 2024)²⁹ wykazał, że ekspozowanie ich na treści prywatnych postów dotyczących picia alkoholu przez inne młode osoby powoduje zwiększenie ich konsumpcji napojów alkoholowych. Co ciekawe, self-posting jest również związany ze zwiększeniem spożywania alkoholu przez osoby zamieszczające informacje o piciu przez nich alkoholu. Podobną tematykę miał przeprowadzony przez Purba i wsp. w 2023³⁰ roku przegląd 126 badań obejmujących ogromną populację (1 431 534 osób) adolescentów. Dotyczył on wpływu czasu spędzanego w mediach społecznościowych na ryzyko spożywania alkoholu. Wniosek z tego przeglądu i metaanalizy brzmiał jednoznacznie: częste używanie mediów społecznościowych (>2h/d) zwiększa ryzyko spożywania napojów alkoholowych przez młodych ludzi (podobnie jak nikotyny i narkotyków). Wykazano jednocześnie, że w porównaniu z reklamą produktową i stronami produktowymi **większy wpływ na ryzyko picia mają treści postów innych użytkowników mediów społecznościowych. Potwierdza to wcześniejszy wniosek o dużej wadze wpływu opinii rówieśników na decyzje, wybory i światopogląd adolescenta.**





IV. WIZERUNEK NAPOJÓW ALKOHOLOWYCH w percepcji młodych dorosłych

Nastolatki wyrastają w domach, gdzie alkohol często towarzyszy różnym sytuacjom i wydarzeniom, a obserwując zachowania dorosłych, powielają je.

Wchodząc w wiek dorosły, młodzi ludzie niosą ze sobą obraz napojów alkoholowych jako naturalnej części życia społecznego, a przekazy w reklamach piwa tylko ich w tym przekonaniu utwierdzają.

Napoje o niskiej lub zerowej zawartości alkoholu, funkcjonalne, sprzedawane pod markami alkoholowymi, w szczególności piwa, oswiają obecność marek produktów alkoholowych w życiu młodych odbiorców.

01. Jak je widzą, tak je piją

Istnieje dość wyraźne kulturowe i zwyczajowe przyporządkowanie poszczególnych rodzajów napojów alkoholowych do odmiennych okoliczności, podczas których konsumuje się alkohol. Nastolatki wyrastają w domach, gdzie alkohol często towarzyszy różnym sytuacjom i wydarzeniom. Jego obecność na rodzinnych uroczystościach, spotkaniach towarzyskich czy codziennych chwilach relaksu tworzy określony obraz tego, jak poszczególne rodzaje alkoholu są przypisane do różnych okazji. W ten sposób młodzi ludzie uczą się, że wino jest idealne na kolację, piwo towarzyszy grillom i spotkaniom z przyjaciółmi, a mocniejsze alkohole są zarezerwowane na specjalne okazje i święta. Dzieci obserwują zachowania dorosłych i przyswajają wzorce, które potem przenoszą w swoje własne doświadczenia z alkoholem, zwykle zanim osiągną wiek pełnoletni. Widząc, jak alkohol jest częścią celebracji, relaksu czy nawet rozwiązywania problemów, mogą uznawać, że jest on nieodłącznym elementem dorosłości i normalnego życia. Wchodząc w wiek dorosły, młodzi ludzie niosą ze sobą ten obraz alkoholu jako naturalnej części życia społecznego, a przekazy w reklamach tylko ich w tym przekonaniu utwierdzają.

W badaniu ICS zapytano młodych ludzi w wieku 18 – 22 lata o ich opinie na temat różnych rodzajów napojów alkoholowych i osób je pijących, a także o czynniki, które ukształtowały ich postawy, wpłynęły na to czy i w jaki sposób je piją, jak postrzegają ich poszczególne rodzaje i jakie skojarzenia w nich wywołują.

Młodzi przyznali, że od najmłodszych lat przyzwyczajani byli do celebracji urodzin czy Nowego Roku w towarzystwie „dziecięcego” szampana bezalkoholowego, który pojawiał się w 81%³¹ domów, a jego główną atrakcją był wystrzał korka, jak w „prawdziwym szampanie”. Połowa badanych przyznała, że przed osiągnięciem pełnoletności, rodzice pozwalali im pić piwo bezalkoholowe, szczególnie w sytuacjach, gdy dorośli w tym czasie pili piwo alkoholowe. W ślad za tymi doświadczeniami idzie wczesna inicjacja alkoholowa w domu, pod okiem rodziców, której mechanizmy zostały dokładnie opisane w pierwszym rozdziale tego raportu i z którą zetknęło się 85% badanych³². Na kolejnym etapie nastolatki próbują alkoholu poza kontrolą rodzicielską w gronie znajomych i trzy czwarte z nich w wieku 16 lat ma sobą nie tylko inicjację³³, ale i szereg własnych doświadczeń z różnymi rodzajami alkoholu. I pomimo tego, że czasami są to doświadczenia bardzo złe i przykre, w wiek pełnoletności wkraczają ze złudnym i wyidealizowanym obrazem napojów alkoholowych.

02. Wino „Kobięcy rodzaj alkoholu”

Młodzi uważają, że wino to alkohol przede wszystkim dla kobiet. Kojarzy im się również z dojrzałością, bo jego smak można docenić dopiero z wiekiem. Ich zdaniem to najbardziej elegancki napój alkoholowy, na specjalne i ważne okazje, elegancką kolację i przyjęcia. Dla 85% badanych młodych to najlepszy alkohol na romantyczną randkę, dla 33% na rodzinne przyjęcie³⁴. Wino wydaje się im bezpieczniejsze niż napoje spirytusowe, bo pozwala lepiej się kontrolować, być na rauszu, ale się nie upić. Można je pić w towarzystwie rodziców i nie czuć się skrępowanym.

Wino pije się także dla smaku i nastroju, dlatego zdaniem młodych lampkę wina można wypić w samotności, po pracy, do filmu czy książki. Wyobrażenie typowego konsumenta wina w oczach młodych wiąże się z elegancją, klasą i wysokim poziomem kultury. To stylowa ok. 30-letnia kobieta, która po pracy wraca do domu, zrzuca szpilki i relaksuje się wypijając lampkę wina na kanapie³⁵. Uczestniczący w badaniu ICS respondenci przyznali, że w czasie, gdy byli niepełnoletni, wiele dziewcząt preferowało picie wina i na imprezy zabierały swoją butelkę wina, żeby móc pić taki alkohol, który im odpowiada.

„Dziewczyny na imprezę wolą ze sobą przynieść swoje wino, żeby pić coś, co lubią”. Grupa FGI: kobiety 18-20 lat, Kielce

„Wino to jest taki alkohol na randkę z chłopakiem, na romantyczne okazje”
Grupa FGI: kobiety 21-23 lata, Warszawa

„Wino się pije bardziej dla smaku, jest dużo rodzajów, jest takie bogate. To może być też taki rodzaj pasji”
Grupa FGI: kobiety 18-20 lat, Kielce

„To jest alternatywa wobec mocnego alkoholu na uroczystościach”.
Grupa FGI: kobiety 18-20 lat, Kielce

03. Piwo „Taki alkohol – nie alkohol”

Wizerunek piwa w oczach młodych jest dokładnie taki, jak kreują go piwne reklamy. Piwo budzi pozytywne skojarzenia z bez troską, relaksem, towarzyskimi spotkaniami, wakacjami, bliskością natury, orzeźwieniem i ogólnie niezobowiązującą atmosferą pełnego luzu. Pasuje do wielu sytuacji towarzyskich, ale też do picia w pojedynkę. Problem w tym, że dzięki reklamom, wiele osób zapomina, że piwo to też alkohol, jak każdy inny napój alkoholowy.

Plenerowa sceneria, która jest bardzo często tłem dla reklam ilustruje faktycznie sytuację, w której badani najczęściej piją piwo (86% respondentów)³⁶. Bar czy pub, to również miejsce, gdzie głównie sięga się po piwo (54% wskazań). „Chodź na piwo” jest taką zachętą do spotkania i rozmowy, dlatego młodzi najczęściej piją piwo (62%), kiedy celem spotkania ze znajomymi nie jest upojna zabawa, tylko rozmowa w gronie znajomych³⁷. Piwo dla młodych pasuje też do picia bez okazji, tak na co dzień, kiedy się po prostu jest w domu i chce się rozluźnić, zrelaksować (66%)³⁸.

Typowy konsument piwa, zdaniem badanych, jest inny w przypadku piwa „zwykłego” typu lager, a inny w przypadku piwa smakowego typu radler. Ten pierwszy to mężczyzna, bo świat piwa lager to męski świat. Raz jest to student, pijący piwo często i w dużych ilościach na wszystkich imprezach, grający w „beer ponga”. To również pan w średnim wieku z rozwiniętym „mięśniami piwnym”, siedzący przed telewizorem z butelką piwa w jednym ręku i pilotem w drugim. Typowy konsument piwa typu lager to także pracownik fizyczny, jak budowlaniec, który przed i po pracy sięga po piwo.

W przypadku piw smakowych typu radler, młodzi mają zupełnie inne wyobrażenia na temat tego, kto jest ich konsumentem. Po pierwsze kobiety w różnym wieku, pijące piwo smakowe ze względu na dobry, słodki smak, lekkość, duży wybór wariantów. Po drugie osoby niepełnoletnie, zaczynające pić alkohol, więc wybierają piwo smakowe, bo, mimo że zawiera alkohol, to nie czuć mocno jego smaku i „łatwiej wchodzi”. To drugie skojarzenie badani wywodzą ze swoich własnych doświadczeń z inicjacją alkoholową³⁹, opisaną w rozdziale pierwszym raportu.



Piwo jest bardzo niezobowiązujące, a jego picie bardziej akceptowane społecznie niż picie mocnych trunków. Nawet publiczne picie piwa, na ulicy czy w plenerze nie budzi takich negatywnych reakcji, jak picie innego alkoholu. 62% dorosłych Polaków przebadanych w ramach badania omnibus na panelu Ariadna w maju 2024 ocenia, że picie piwa w miejscach publicznych jest bardziej społecznie akceptowane niż mocniejszych alkoholi. Najsilniej o akceptacji społecznej piwa są przekonane osoby w wieku 45-54 lata (69% zgadza się z tą opinią)⁴⁰, czyli mniej więcej w wieku rodziców respondentów uczestniczących w badaniu „Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu” (18-22 lata).

Badana młodzież jest zdania, że społeczeństwo na swój sposób lekceważy piwo, traktuje je zbyt lekko, bo ma niską zawartość alkoholu. Stwierdzenie „piwo to nie alkohol” pada często na imprezach, niby żartem, pod adresem kogoś, kto pije tylko piwo, ale jest wykorzystywane przez ludzi do bagatelizowania piwa i picia go również w sytuacjach, kiedy żaden napój alkoholowy nie powinien być spożywany. Jednocześnie uczestnicy badania nie potrafili ocenić, jaka jest zawartość alkoholu w kieliszku wina (150 ml), kieliszku wódki (50 ml) i kuflu piwa (500 ml).⁴¹

Zdaniem respondentów w starszych pokoleniach jest większe pobłażanie i przyzwolenie na picie piwa, co jednoznacznie pokazują ich doświadczenia z wczesną inicjacją alkoholową w domu, za przyzwoleniem rodziców, opisaną w pierwszym rozdziale raportu (78% badanych miało okazję za zgodą rodziców poznać smak piwa)⁴². 65% młodych przyznało również, że ich rodzice bardziej łagodnie traktowali wypicie piwa przez niepełnoletniego, niż mocniejszego alkoholu.⁴³

Podczas wywiadów z badanymi w dyskusji na temat piwa pojawił się również temat piwa bezalkoholowego. Respondenci mieli duży problem z jednoznacznym zakwalifikowaniem tego napoju do jednej kategorii – z jednej strony nie jest to alkohol, bo nie zawiera etanolu, z drugiej strony nazywa się tak samo jak napój alkoholowy – piwo i co więcej, zwykle występuje pod tymi samymi markami, co alkoholowe piwo, na tych samych półkach sklepowych⁴⁴. **W ich ocenie brak takiego jednoznacznego oddzielenia napojów alkoholowych i bezalkoholowych jest szkodliwy i powoduje, że nieletni już od wczesnych lat mogą uczyć się pić piwo, zaczynając od jego bezalkoholowych wersji.**

04. Wódka „Dobra na imprezę, ale łatwo z nią przesadzić”

Zacytowana powyżej opinia, zaczerpnięta z dyskusji podczas zogniskowanych wywiadów grupowych, dość dobrze oddaje sposób, w jaki postrzegana jest przez młodych dorosłych wódka. Łączą się z nią pozytywne i negatywne skojarzenia, przy czym tych drugich jest zdecydowanie więcej. Wódka jest uważana za najbardziej ryzykowny alkohol, przez który łatwo popaść w nałóg. Picie wódki w samotności wskazuje na problemy alkoholowe, a jej działanie może prowadzić do utraty kontroli nad swoim zachowaniem.

Zdaniem respondentów wódka najbardziej pasuje do imprezy klubowej (65% wskazań), z głośną muzyką i tańcami na parkiecie. Ułatwia w tej sytuacji wyluzowanie się, dodaje pewności siebie – zarówno kobietom, jak mężczyznom. Idealnie pasuje do domowych imprez ze znajomymi (54% wskazań), a także do napicia się w barze (25% wskazań). Wpisuje się również w imprezy rodzinne (34% wskazań) z okazji świąt, imienin czy urodzin, ale młodzi dorośli niechętnie piją ją w otoczeniu rodziny, czują się tym skrępowani i uważają, że rodzice krytycznie na to patrzą.⁴⁵

„Najbardziej rozluźnia przy rozmowach. To jest dobry ice breaker, jeżeli chodzi o jakieś takie spotkania w większym gronie”. Grupa FGI: mężczyźni 21-23 lata, Kielce

„Ja piję częściej czystą, ale to przez presję towarzystwa. Koleżdy mówią, że pijemy czystą i koniec kropka”. Grupa FGI: mężczyźni 21-23 lata, Kielce

„Z rodzicami bym się nie napiła wódki – najwyżej na weselu. Nie umiałabym tak na luzie usiąść z nimi”. Grupa FGI: kobiety 18-20 lat, Kielce

„Można było się przyznać rodzicom do picia piwka, ale już picie wódki ukrywałam”. Grupa FGI: kobiety 21-23 lata, Kielce

„Łatwo zezgonować, nowicjusz może łatwo skończyć w krzakach”. Grupa FGI: mężczyźni 18-20 lat, Warszawa

„Mam zasadę, że nie piję wódki w domu rodzinnym. Nie czuje się komfortowo pijąc przy rodzicach”. Grupa FGI: mężczyźni 18-20 lat, Warszawa

„Jakby mi się chciało tak bez niczego napić wódki, to bym się zastanawiała, czy nie mam problemu”. Grupa FGI: kobiety 21-23 lata, Warszawa

Według respondentów wódka jest niesmaczna, ale pomaga się wyluzować, nabrać pewności siebie, a co za tym idzie – lepiej się bawić na imprezie. Ośmiela i przełamuje lody, dzięki czemu łatwiej się integrować. Wódkę pije się zazwyczaj w towarzystwie. Oczekiwane działanie wódki budzi też szereg negatywnych skojarzeń i obaw wśród badanych, którzy twierdzą, że picie wódki „trzeba się nauczyć”, bo łatwo z nią przesadzić i może działać w sposób nieprzewidywalny. Obraz typowego konsumenta wódki w oczach młodych dorosłych jest niejednoznaczny. Ich zdaniem jest to student (rzadziej studentka), pijący wódkę w różnej postaci (szoty, drinki) na imprezach, spotkaniach ze znajomymi i w akademiku. Jest to również wąsaty wujek na imieninach, pijący czystą wódkę, zagryzając ją kiszonym ogórkiem, co obrazuje tradycyjne, „polskie” picie alkoholu.

05. „Oswajanie” obecności alkoholu w życiu młodych

Na sposób postrzegania napojów alkoholowych przez niepełnoletnią młodzież i młodych dorosłych wpływają nie tylko czynniki kulturowe, doświadczenia i obserwacje wyniesione z domu czy działania reklamowe producentów alkoholu. W raporcie WHO nt. transgranicznego marketingu alkoholu⁴⁶ z maja 2022 roku autorzy wskazują jak ogromny wpływ na percepcję zarówno danej kategorii alkoholowej, jak i poszczególnych marek mają duże wydarzenia sportowe i festiwale muzyczne czy filmowe, sponsorowane przez producentów, głównie piwa. Ten wpływ nie jest do końca uświadomiony przez odbiorców, ale został udowodniony w kilku pracach badawczych⁴⁷. Sponsoring tego typu wydarzeń, często transmitowanych do milionów odbiorców, buduje pozytywne nastawienie do piwa jako kategorii oraz zwiększa jego społeczną akceptację jako części kultury i społeczeństwa. Powiązanie piwa ze sportem, nie tylko z największymi wydarzeniami, ale także podczas biegów czy maratonów, gdzie piwo serwowane jest jako izotonik, kreuje bardzo niebezpieczne skojarzenia piwa – napoju alkoholowego ze zdrowym stylem życia. Niebezpieczne, bo utrwalają fałszywy mit, że piwo to taki „nie alkohol” i całkowicie ignorują fakt, że piwo zawiera dokładnie ten sam etanol, co każdy inny napój alkoholowy, który nie powinien być spożywany przez niepełnoletnich.

Również trend NoLo (skrót od: no alcohol, low alcohol) jest inspiracją dla producentów alkoholu na świecie do kreowania lepszego, spełniającego społeczne oczekiwania wizerunku ich produktów alkoholowych. W jaki sposób? NoLo to trend, który wpisał się w styl życia lansowany przez pokolenie Z. Od kiedy zdrowa, wysportowana sylwetka, którą można się pochwalić w mediach społecznościowych, stała się synonimem pozycji społecznej, coraz więcej młodych ludzi wybiera „clean life”, czyli zdrowy tryb życia wolny od cukru, tłuszczu, glutenu i alkoholu. Nie znaczy to, że zupełnie rezygnują z napojów procentowych, ale ograniczają ich spożycie – albo wybierając produkty bezalkoholowe, albo z niską zawartością alkoholu lub też przyłączając się do akcji typu „Dry January” czy „Sober October”.

Pozwala on producentom alkoholu, a w Polsce dotyczy to producentów piwa, dzięki nowym produktom funkcjonalnym, o niskiej lub zerowej zawartości alkoholu czy ograniczonej zawartości cukru, wejść w nowe segmenty konsumentów i nowe obszary w umysłach konsumentów, te skoncentrowane na zdrowym stylu życia, jak dotąd niedostępne dla napojów alkoholowych. To być może nieco pokrętna ścieżka, ale w perspektywie długoterminowej niestety z dużym potencjałem na oswajanie obecności piwnych marek alkoholowych w życiu młodych odbiorców.



Dr Adam Kłodecki, *psycholog kliniczny, certyfikowany specjalista i supervisor psychoterapii uzależnień*

Cywilizacyjnie inicjację alkoholową mamy za sobą od ponad 5 000 lat, bo już wtedy warzono i pito piwo w Mezopotamii. Od tamtej pory alkohol jest wpisany w nasze życie od urodzenia aż do śmierci. Po drodze tysiące okazji, żeby się napić. I przeżyć wzruszenia, poczucie bliskości, radość, rozluźnienie, ekscytację, uśmierzyć cierpienie, dodać sobie odwagi, poczuć rozczarowanie, irytację, gniew, ból, rozpacz, wstręt itd. Alkohol pomaga nam się integrować, załatwiać biznesy, celebrować sukcesy – lista mogłaby być dłuższa, ale i tak wszyscy na całym świecie wiemy, że picie alkoholu jest – w większości przypadków – integralną częścią nas, ludzi.

Nadmierna konsumpcja, a właściwie nadużywanie alkoholu ma też inne oblicze – dramatów, tragicznych zdarzeń, destrukcji. Wiemy o tym bardzo dobrze, nawet bez badań naukowych. Alkohol jest dla zdrowych i dorosłych osób. Około 80% ludzi, którzy są konsumentami napojów alkoholowych, nie doznaje z tego powodu istotnych szkód. Pozostałe 20% ma kłopoty, czasami bardzo poważne. To są ci, o których mówimy, że nadużywają alkoholu. Każdy z nas może znaleźć się w tej grupie. Kiedy pojawiają się kłopoty?

Pierwszym sygnałem, że mogą pojawić się problemy związane z piciem alkoholu jest – potwierdzono to licznymi badaniami przeprowadzonymi na świecie – wczesna inicjacja alkoholowa. Większość ludzi przed ukończeniem 13-15 lat ma już za sobą pierwsze kontakty z alkoholem. W badaniach ESPAD z 2019 roku okazało się, że dwie trzecie chłopców (68,4%) oraz ponad połowa dziewcząt (54,1%) uczących się w pierwszych klasach szkół ponadpodstawowych (15-16 lat) piła już wtedy alkohol. 84% dzieci 15-16-letnich i 95% 17-18 latków przy najmniej raz w życiu piło alkohol.

Na całym świecie prawo zabrania sprzedaży napojów alkoholowych osobom przed ukończeniem 18. roku życia, a w niektórych krajach 21. roku życia. Poza Niemcami, gdzie alkohole niskoprocentowe, jak piwo, dozwolone są już od 16. roku życia. Lekarze i psycholodzy poprzez liczne badania nad piciem młodzieży wskazują, że nawet niewielkie ilości alkoholu, niegroźne dla dorosłych, mogą uszkadzać procesy rozwojowe u dzieci i młodzieży. Dotyczy to nie tylko rozwoju biologicznego, ale również procesów związanych z uczeniem się i zapamiętywaniem oraz z rozwojem uczuciowym. Gdy człowiek ma kilkanaście lat, budują się fundamenty jego umysłu i osobowości. Często młodzież uczy się wiązać swoje przyjemne stany emocjonalne z alkoholem, a nie z konkretnymi wydarzeniami życiowymi i w ten sposób oddala się od rzeczywistości. Młodzi ludzie mają niższą tolerancję na alkohol i znacznie szybciej się uzależniają. Potwierdzają to moje doświadczenia w psychoterapii uzależnień. Na terapię coraz częściej przychodzą ludzie młodzi, 20-25-letni, którzy swoją „przygodę” z alkoholem rozpoczęli w wieku 12-13 lat. Podobne spostrzeżenia mają psychoterapeuci w placówkach terapii uzależnień, w których prowadzą superwizje kliniczne.

Dlaczego nastolatki sięgają po alkohol? Nie brak w tej kwestii badań dociekających przyczyn picia napojów alkoholowych przez nieletnich. To może być chęć uczestniczenia we wspólnocie rówieśniczej, a alkohol, zdaniem młodych ludzi, daje im przyjemne doświadczenie bliskości i bycia akceptowanym. To mogą być doświadczenia wyniesione z rodzinnego środowiska, gdzie alkohol jest takim samym produktem, jak chleb czy mleko. To również przekonanie, że po wypiciu alkoholu jest się lepszym, mocniejszym, dowcipniejszym. To także chęć znalezienia się w świecie kreowanym poprzez przekaz medialny, gdzie picie alkoholu jawi się jako symbol luzu, zabawy i fajnego życia.

Czy można coś więcej zrobić, żeby młodzież zrozumiała, że alkohol „oszukuje” i może wciągać w niebezpieczne pułapki? Już działają w Polsce oraz na świecie liczne programy profilaktyczne i na pewno do wielu młodych trafia przekaz o szkodliwości picia alkoholu i sprawia, że uważniej po niego sięgają. W tych programach najczęściej przywołuje się kierunki działań podkreślających znaczenie dobrych relacji w rodzinie i pomagających w ich tworzeniu, pokazujących świat pozytywnych wartości, zachęcających do aktywnego, sportowego spędzania wolnego czasu oraz umożliwiających sięgnięcie po specjalistyczną pomoc, jeśli zaczyna się dostrzegać problem.

SŁOWO KOŃCOWE I REKOMENDACJE

Przedstawiona analiza badań wpływu spożywania alkoholu przez dzieci i młodzież tworzy jasny obraz, niepozostawiający żadnych wątpliwości. Regularne przyjmowanie alkoholu uszkadza rozwijający się mózg młodego człowieka, zmniejszając jego możliwości osiągnięcia sukcesu życiowego. Im wcześniejsza jest inicjacja alkoholowa, im wcześniejszy jest epizod pierwszego upicia się i im większa jest częstotliwość i ilość spożywanego alkoholu w młodym wieku, tym większe jest ryzyko dewastującej choroby alkoholowej w życiu dorosłym. Nakładając ten obraz na przedstawione wcześniej wskaźniki epidemiologiczne spożycia alkoholu w grupie niepełnoletniej młodzieży, otrzymuje się biopsychospołeczną diagnozę istnienia poważnego problemu zdrowotnego i społecznego, który wymaga podjęcia natychmiastowego, systemowego działania przez dorosłych.

Od momentu, kiedy jako rodzice w obrębie rodziny lub dorośli decydenci kształtujący politykę całego państwa uświadamiamy sobie zagrożenie, jakim dla dzieci i nastolatków jest alkohol, przestaje usprawiedliwiać nas niewiedza, a brak reakcji, szczególnie w postaci działań długoterminowych jest, z etycznego punktu widzenia, zaniedbaniem. W tym kontekście warto przywołać pogląd moralny wyrażony w „Boskiej Komedii” Dantego, według którego siódmy krąg piekieł (czyli ten najgorszy) zarezerwowano dla ludzi, którzy wykazali obojętność w czasach kryzysu moralnego.

Za postawioną w tym opracowaniu diagnozą muszą iść konkretne działania prewencyjne, a w ich realizacji wszyscy powinni aktywnie uczestniczyć – od rodziców przez nauczycieli, policjantów, zawody medyczne na właścicielach sklepów, urzędnikach i politykach kończąc. Wyniki są alarmujące i wskazują na potrzebę reagowania w zakresie zarówno szeroko pojętej pomocy medycznej (lekarze, psychologowie, terapeuci uzależnień), jak również prewencyjnych działań systemowych realizowanych na poziomie polityki społecznej oraz ekonomicznej. Z medycznego punktu widzenia, każdy napój alkoholowy – i słaby, i mocny – jest równie niebezpieczny i szkodliwy dla małych dzieci, bo zawiera tę samą substancję chemiczną: etanol. Dlatego nie można przejść obojętnie wobec faktu, że państwo polskie traktuje jeden napój alkoholowy - piwo - w sposób pobłażliwy i uprzywilejowany, zezwalając na jego powszechną reklamę, szeroką dostępność fizyczną i cenową, w szczególności poprzez dopuszczenie promocji cenowych, które wprost są zachętą do kupowania i picia więcej piwa. To wszystko w sposób bezpośredni wpływa zarówno na społeczną percepcję piwa, jak i na jego łatwą dostępność dla nieletnich, a od piwa zaczyna się ich inicjacja alkoholowa. Systemowe działania prewencyjne w tym obszarze są obowiązkiem państwa. Bowiem to świat ludzi dorosłych jest odpowiedzialny za świat dzieci i adolescentów, w szczególności za ich zdrowie i bezpieczeństwo. W tej wielkiej grze o przyszłość niezbywalną rolę odgrywa właśnie państwo, dla którego wychowanie zdrowego, funkcjonalnego pokolenia z fundamentami prozdrowotnych postaw jest gwarantem dalszego istnienia.



**Prof. dr hab. n. med. i n. o zdrowiu
Marek Krzystanek**



Celem Krajowego Planu Transformacji (KPT) jest wzmocnienie zasobów i procesów ochrony zdrowia oraz poprawa efektywności wydatkowania środków publicznych na świadczenia opieki zdrowotnej i na inwestycje w sektorze ochrony zdrowia, na poziomie krajowym i regionalnym, uwzględniając potrzeby zdrowotne mieszkańców. Pierwszy Krajowy Plan Transformacji został ustalony przez Ministra Zdrowia na okres od dnia 1 stycznia 2022 r. do dnia 31 grudnia 2026 r. KPT jest dokumentem wdrożeniowym, który określa konkretne działania, jakie należy podjąć, aby zapewnić mieszkańcom kraju dostęp do wysokiej jakości usług zdrowotnych. Działania te wynikają z rekomendacji płynących z Map Potrzeb Zdrowotnych oraz innych dokumentów strategicznych w sektorze zdrowia. Nadużywanie alkoholu jest na 6. miejscu zidentyfikowanych w KPT najważniejszych czynników ryzyka utraty lat życia w zdrowiu, po tytoniu, nadciśnieniu tętniczym, wysokim BMI, cukrzycy i ryzykach żywieniowych.

W KPT zarekomendowano między innymi działania w obszarze szeroko rozumianej profilaktyki zdrowotnej poprzez wzmocnienie rozwoju działań badawczych i projektowanie nowych rozwiązań w zakresie zdrowia publicznego, w szczególności w zakresie zmiany nawyków i postaw zdrowotnych Polaków. Ich oczekiwanym rezultatem ma być realizowanie nowatorskich i wysokiej jakości działań z zakresu zdrowia publicznego. Przykładem jest wdrożenie modelu edukacji zdrowotnej w szkołach i przedszkolach (Edukacyjny Program dla Zdrowia).

Wyspecjalizowaną agendą Ministerstwa Zdrowia zajmującą się profilaktyką dzieci i młodzieży w zakresie uzależnienia od alkoholu jest Krajowe Centrum Przeciwdziałania Uzależnieniom (KCPU), które na 2024 rok opracowało rekomendacje dotyczące realizowania i finansowania gminnych programów profilaktyki i rozwiązywania problemów alkoholowych, w tym związanych z profilaktyką wśród dzieci i młodzieży. Samorządy lokalne finansują tego typu działania ze środków pochodzących z opłat za wydanie zezwolenia na sprzedaż napojów alkoholowych. Nie zawsze jednak powszechność realizowanych działań idzie w parze z ich wysoką jakością, a decyzje o realizacji konkretnych przedsięwzięć podejmowane są bez należytego oparcia na diagnozie i bez wykorzystania wiedzy naukowej na temat skutecznych strategii profilaktycznych. Dlatego w pierwszej kolejności powinna zostać opracowana Narodowa Strategia, której celem będzie opóźnienie inicjacji alkoholowej nieletnich oraz ograniczenie spożywania napojów alkoholowych przez nieletnich. W ramach działalności Krajowego Centrum Przeciwdziałania Uzależnieniom należy wyodrębnić strukturę związaną z analizą przyczyn wczesnej inicjacji dzieci i młodzieży oraz opracowaniem skutecznych programów profilaktycznych. Wszelkie programy ukierunkowane na dzieci i młodzież, finansowane ze środków samorządów terytorialnych powinny być realizowane wyłącznie z pozytywną opinią KCPU. Edukacja nieletnich na temat konsekwencji zdrowotnych używania napojów zawierających alkohol powinna być realizowana w ramach tzw. lekcji o zdrowiu.

Konieczne jest również przeprowadzenie ogólnopolskiej akcji edukacyjno-Informacyjnej skierowanej do dorosłych – rodziców, na temat szkodliwości spożywania alkoholu przez osoby niepełnoletnie, ze szczególnym uwzględnieniem napojów niskoalkoholowych, jak piwo, których wpływ jest często bagatelizowany.

Państwo, mając na względzie jak najpełniejszą ochronę nieletnich przed wczesną inicjacją alkoholową oraz w konsekwencji potencjalnymi problemami alkoholowymi w ich dorosłym życiu, powinno ograniczyć przepisy prawa w zakresie dopuszczalności reklamy piwa w mediach i kanałach publicznych, dostępnych dla osób niepełnoletnich, która obecnie jest powszechna w telewizji, na billboardach i boiskach sportowych.

Produkty takie, jak piwo 0% czy nawet tzw. szampan dla dzieci, które są dostępne dla osób nieletnich, mogą przyczyniać się do wprowadzania młodzieży w świat napojów alkoholowych oraz do postrzegania ich spożycia jako normy w różnych sytuacjach, takich jak mecz piłkarski, grill ze znajomymi czy urodziny. Dlatego warto rozważyć traktowanie ich na równi z napojami alkoholowymi, co oznaczałoby sprzedaż wyłącznie dorosłym oraz wprowadzenie ograniczeń reklamy piwa zarówno alkoholowego, jak i produktów 0%. Takie środki mogą przyczynić się do odpowiedzialnego podejścia do konsumpcji tych napojów w przyszłości, jednocześnie wspierając zdrowe nawyki wśród młodzieży.

Opierając się o dowody i analizy naukowe, ustawodawca powinien wypracować bardziej restrykcyjne przepisy w zakresie sprzedaży napojów alkoholowych osobom nieletnim. Sprzedawca powinien mieć obowiązek sprawdzenia dowodu tożsamości osoby, która chciałaby zakupić napój alkoholowy. Dodatkowo, kara za dokonanie zakupu przez osobę pełnoletnią, ale z zamiarem przekazania zakupionego alkoholu osobie nieletniej, powinna być na tyle dotkliwa, żeby skutecznie odstraszać od takich działań.

Mechanizmy promocyjne napojów niskoalkoholowych, jak np. „kup 12 puszek piwa, a 12 otrzymasz gratis”, sprawiają, że napoje te sprzedawane są po cenach niższych niż napoje gazowane, a nawet woda. Jednocześnie polityka fiskalna państwa wobec napojów alkoholowych powinna być spójna i jednoznaczna dla wszystkich rodzajów napojów alkoholowych, a wysokość podatku akcyzowego uzależniona jedynie od zawartości czystego alkoholu (etanolu) w napoju, a nie od innych zmiennych.



dr Jerzy Grylewicz
Instytut Zarządzania w Ochronie
Zdrowia Uczelni Łazarskiego



PRZYPISY

¹ HBSC 2021/2022

² HBSC 2021/2022

³ HBSC 2021/2022

⁴ HBSC 2021/2022

⁵ Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu, maj 2024, Delikatesy Badawcze

⁶ Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu, maj 2024, Delikatesy Badawcze

⁷ Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu, maj 2024, Delikatesy Badawcze

⁸ Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu, maj 2024, Delikatesy Badawcze

⁹ ESPAD 2019

¹⁰ ESPAD 2019

¹¹ Silveri MM. Adolescent brain development and underage drinking in the United States: identifying risks of alcohol use in college populations. *Harv Rev Psychiatry*. 2012 Jul-Aug;20(4):189-200. doi:10.3109/10673229.2012.714642.

¹² Państwowa Agencja Rozwiązywania Problemów Alkoholowych

¹³ De Goede J, van der Mark-Reeuwijk KG, Braun KP, le Cessie S, Durston S, Engels RCME, Goudriaan AE, Moons KGM, Vollebergh WAM, de Vries TJ, Wiers RW, Oosterlaan J. Alcohol and Brain Development in Adolescents and Young Adults: A Systematic Review of the Literature and Advisory Report of the Health Council of the Netherlands. *Adv Nutr*. 2021 Jul 30;12(4):1379-1410. doi: 10.1093/advances/nmaa170.

¹⁴ Mattick, R., Clare, P., Aiken, A., Wadolowski, M., Hutchinson, D., & Najman, J. et al. Association of parental supply of alcohol with adolescent drinking, alcohol-related harms, and alcohol use disorder symptoms: a prospective cohort study. 2018. *The Lancet Public Health*

¹⁵ Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu, maj 2024, Delikatesy Badawcze

¹⁶ B.F. Grant, D.A. Dawson: 1992 National Longitudinal Alcohol Epidemiologic Survey/*Journal of Substance Abuse*, volume 9, 1997.

¹⁷ McCambridge, 2011, badanie prospekcyjne >3 lata. McCambridge J, McAlaney J, Rowe R. Adult consequences of late adolescent alcohol consumption: a systematic review of cohort studies. *PLoS Med*. 2011 Feb 8;8(2):e1000413. doi: 10.1371/journal.pmed.1000413.

¹⁸ Statystyki Komendy Głównej Policji (<https://statystyka.policja.pl/st/informacje/83916,Nietrzezwi-podejrzeni-pod-wplywem-alkoholu-lub-narkotykow.html>)

¹⁹ Dehos, F. (2022), Underage Access to Alcohol and Its Impact on Teenage Drinking and Crime. *Journal of Health Economics*, 81, 102555

²⁰ Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu, maj 2024, Delikatesy Badawcze

²¹ ESPAD 2019

²² Yap MBH, Cheong TWK, Zaravinos-Tsakos F, Lubman DI, Jorm AF. Modifiable parenting factors associated with adolescent alcohol misuse: a systematic review and meta-analysis of longitudinal studies. *Addiction*. 2017 Jul;112(7):1142-1162. doi: 10.1111/add.13785.

²³ van der Kruk S, Harrison NJ, Bartram A, Newton S, Miller C, Room R, Olver I, Bowden J. Prevalence of parental supply of alcohol to minors: a systematic review. *Health Promot Int*. 2023 Oct 1;38(5):daad111. doi: 10.1093/heapro/daad111.

²⁴ Leung RK, Toumbourou JW, Hemphill SA. The effect of peer influence and selection processes on adolescent alcohol use: a systematic review of longitudinal studies. *Health Psychol Rev*. 2014;8(4):426-57. doi: 10.1080/17437199.2011.587961.

²⁵ Tinner L, Palmer JC, Lloyd EC, Caldwell DM, MacArthur GJ, Dias K, Langford R, Redmore J, Wittkop L, Watkins SH, Hickman M, Campbell R. Individual-, family- and school-based interventions to prevent multiple risk behaviours relating to alcohol, tobacco and drug use in young people aged 8-25 years: a systematic review and meta-analysis. *BMC Public Health*. 2022 Jun 3;22(1):1111. doi: 10.1186/s12889-022-13072-5.

²⁶ Yap MBH, Cheong TWK, Zaravinos-Tsakos F, Lubman DI, Jorm AF. Modifiable parenting factors associated with adolescent alcohol misuse: a systematic review and meta-analysis of longitudinal studies. *Addiction*. 2017 Jul;112(7):1142-1162. doi: 10.1111/add.13785.

²⁷ Tael-Öeren M, Naughton F, Sutton S. The relationship between parental attitudes and children's alcohol use: a systematic review and meta-analysis. *Addiction*. 2019 Sep;114(9):1527-1546. doi: 10.1111/add.14615.

²⁸ Henehan ER, Joannes AE, Greaney L, Knoll S, Wong QW, Ross CS. Youth Cognitive Responses to Alcohol Promotional Messaging: A Systematic Review. *J Stud Alcohol Drugs Suppl*. 2020 Mar;Suppl 19(Suppl 19):26-41. doi: 10.15288/jsads.2020.s19.26. PMID: 32079560; PMCID: PMC7063996

²⁹ Cheng B, Lim CCW, Rutherford BN, Huang S, Ashley DP, Johnson B, Chung J, Chan GCK, Coates JM, Gullo MJ, Connor JP. A systematic review and meta-analysis of the relationship between youth drinking, self-posting of alcohol use and other social media engagement (2012-21). *Addiction*. 2024 Jan;119(1):28-46. doi: 10.1111/add.16304.

³⁰ Purba AK, Thomson RM, Henery PM, Pearce A, Henderson M, Katikireddi SV. Social media use and health risk behaviours in young people: systematic review and meta-analysis. *BMJ*. 2023 Nov 29;383:e073552. doi: 10.1136/bmj-2022-073552.

³¹ Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu, maj 2024, Delikatesy Badawcze

³² Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu, maj 2024, Delikatesy Badawcze

³³ Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu, maj 2024, Delikatesy Badawcze, ESPAD 2019, HBSC 2021/2022

³⁴ Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu, maj 2024, Delikatesy Badawcze

³⁵ Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu, maj 2024, Delikatesy Badawcze

³⁶ Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu, maj 2024, Delikatesy Badawcze

³⁷ Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu, maj 2024, Delikatesy Badawcze

³⁸ Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu, maj 2024, Delikatesy Badawcze

³⁹ Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu, maj 2024, Delikatesy Badawcze

⁴⁰ Omnibus, panel Ariadna, maj 2024

⁴¹ Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu, maj 2024, Delikatesy Badawcze

⁴² Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu, maj 2024, Delikatesy Badawcze

⁴³ Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu, maj 2024, Delikatesy Badawcze

⁴⁴ Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu, maj 2024, Delikatesy Badawcze

⁴⁵ Inicjacja alkoholowa i postawy wobec alkoholu, maj 2024, Delikatesy Badawcze

⁴⁶ WHO. Reducing the harm from alcohol – by regulating cross-border alcohol marketing, advertising and promotion: a technical report, may 2022.

⁴⁷ Zerhouni O, Begue S, O'Brien K (2019). How alcohol advertising and sponsorship works: Effects through indirect measures. *Drug Alcohol Rev*. 38(4), 391–8.; Casswell S, Carah N, Babor T, Amul G, Dumbili E, Gallopel-Morvan K et al. (2021). Harmful use of alcohol related to cross-border alcohol marketing, advertising and promotional activities, including targeting youth and adolescents: scoping review. Auckland: SHORE & Whariki Research Centre, Massey University.

BIOGRAMY EKSPERTÓW



**Prof. dr hab. n. med. i n. o zdrowiu
Marek Krzystanek,**

Psychiatra, seksuolog i psychoterapeuta poznawczo-behawioralny. Kierownik Katedry i Kliniki Rehabilitacji Psychiatrycznej Śląskiego Uniwersytetu Medycznego w Katowicach i lekarz prowadzący oddziałów dziennych rehabilitacji psychiatrycznej w Górnośląskim Centrum Medycznym im. prof. Leszka Gieca SUM w Katowicach. Innowator, wynalazca i prekursor telemedycyny w Polsce. Popularyzator nowej psychiatrii i psychiatrii prewencyjnej w postaci kosmetologii psychiatrycznej. Tworzy nowe aplikacje mobilne dla sektora e-health/mobile health wykorzystujące rzeczywistość wirtualną i algorytmy sztucznej inteligencji dla poprawy zdrowia oraz dla jego optymalizacji i utrzymania w nurcie antiaging. Przewodniczący Naukowej Sekcji Telepsychiatrii Polskiego Towarzystwa Psychiatrycznego. Wielokrotnie nagradzany za osiągnięcia naukowe i wdrożeniowe, m.in. w 2019 r. Indywidualną Nagrodą Ministra Zdrowia, w 2021 r. Srebrnym Krzyżem Zasługi, a w 2024 Orderem Komisji Edukacji Narodowej. Autor ponad 350 publikacji naukowych w tym 4 autorskich książek. Twórca idei kosmetologii psychiatrycznej jako psychiatrii wczesnej interwencji i przekazywania pacjentom umiejętności utrzymywania dobrego zdrowia.



Janusz Sierosławski

Socjolog, pracownik Zakładu Badań nad Alkoholizmem i Toksykomaniami Instytutu Psychiatrii i Neurologii w Warszawie, Prezes Zarządu Pracowni Badań i Inicjatyw Społecznych. Od przeszło 35 lat zajmuje się badaniami problemów związanych z alkoholem i innymi substancjami psychoaktywnymi. Autor polskich badań prowadzonych w ramach międzynarodowego projektu European School Survey Project on Alcohol and Drugs (ESPAD). Przedstawiciel (Permanent Correspondent) Polski w Grupie Pompidou (Rada Europy) oraz w Grupie Ekspertów do Spraw Nadużywania Alkoholu i Innych Substancji Partnerstwa Wymiaru Północnego w Zakresie Zdrowia Publicznego (Expert Group on Alcohol and Substance Abuse of Northern Dimension Partnership in Public Health and Social Well-Being), ekspert Centrum Informacji o Narkotykach i Narkomanii Krajowego Centrum Przeciwdziałania Uzależnieniom. Autor 130 recenzowanych publikacji naukowych – polskich i o zasięgu międzynarodowym, a także autor wielu publikacji w czasopiśmie specjalistycznych adresowanych do profesjonalistów w zakresie problemu uzależnień.



dr Adam Kłodecki

Psycholog kliniczny, certyfikowany specjalista i superwizor psychoterapii uzależnień, certyfikowany specjalista hipnoterapii, superwizor Polskiego Towarzystwa Pomocy Telefonicznej (Telefon Zaufania), specjalista psychoterapii NLP. Ma 40 lat praktyki psychoterapeutycznej wspierającej ludzi z zaburzeniami nerwicowymi, uzależnionymi od alkoholu i innych substancji psychoaktywnych, współuzależnionymi, DDA, z depresją, z zaburzeniami osobowości, z tzw. podwójną diagnozą. Przez 33 lata szef Ośrodka Terapeutycznego „Goplańska” Instytutu Psychiatrii i Neurologii w Warszawie, w dorobku zawodowym: wiceprezes Zarządu Głównego Polskiego Towarzystwa Pomocy Telefonicznej, 20 lat aktywności jako biegły sądowy w zakresie uzależnień, wykładowca Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej (w zakresie psychoterapii zaburzeń nerwicowych). Zdobył wieloletnie doświadczenie w prowadzeniu szkoleń, konferencji dotyczących różnych obszarów psychoterapii (w Polsce, Szwecji, Szwajcarii, Finlandii – tematy obejmowały m.in. koncepcje psychoterapii, sposoby radzenia sobie ze stresem, przeciwdziałanie wypaleniu zawodowemu, problematykę zaburzeń lękowych, depresji, samobójstw, relacji terapeutycznej i in). Autor wielu specjalistycznych artykułów na temat psychoterapii i leczenia uzależnień.



Karolina Krzysik-Klemanów

Psycholożka i psychoterapeutka. Ukończyła studia magisterskie z psychologii na Uniwersytecie Marii Curie - Skłodowskiej w Lublinie i całościowe szkolenie psychoterapeutyczne w Krakowskiej Szkole Psychoterapii Psychoanalitycznej. Należy do Polskiego Towarzystwa Psychoterapii Psychoanalitycznej. W latach 2020 - 2023 r. członkini zespołu terapeutycznego w Środowiskowym Centrum Zdrowia Psychicznego dla Dzieci i Młodzieży przy Szpitalu Wolskim w Warszawie, gdzie prowadziła psychoterapię indywidualną dzieci oraz spotkania terapeutyczne z rodzinami. Aktualnie pracuje w praktyce prywatnej z dziećmi i osobami dorosłymi.



dr Jerzy Gryglewicz

Absolwent Akademii Medycznej w Warszawie, studiów podyplomowych z zarządzania jednostkami służby zdrowia na Uniwersytecie im. Mikołaja Kopernika w Toruniu oraz aplikacji Najwyższej Izby Kontroli. Obecnie Wykładowca i Lider Projektu MBA – Uczelnia Łazarskiego w Warszawie oraz ekspert Center of Value Based Healthcare. Były Zastępca Dyrektora ds. klinicznych Instytutu Reumatologii w Warszawie, Zastępca Dyrektora Biura Polityki Zdrowotnej Miasta Stołecznego Warszawy, Główny Specjalista w Departamencie Świadczeń Opieki Zdrowotnej i Departamencie Kontroli Centrali NFZ. Autor wielu raportów i analiz dotyczących systemu opieki zdrowotnej, rynku medycznego i zdrowia publicznego.

Instytut Człowieka Świadomego

Al. Jerozolimskie 44
00-024 Warszawa

biuro@instytutczlowiekaswiadomego.pl

www.instytutczlowiekaswiadomego.pl

