



ALKOHOLIO REKLAMOS ĮTAKA ALKOHOLIO VARTOJIMUI

Vertinimo vadovas: Raimonda Janonienė

Atsakingas vykdytojas(-ai): Gintarė Petronytė

Vykdytojas(-ai): Ieva Radzevičiūtė, Iveta Petraitytė

Vertinimo tipas: visuomenės sveikatos technologijos trumpas vertinimas

Vertinimo laikotarpis: 2016 m. gegužė – birželis

Vertinimo pagrindimas. Lietuva kaip ir daugelis šalių įgyvendina alkoholio vartojimo mažinimo politiką bei alkoholio kontrolės priemones valstybės ir savivaldybių lygiu, tačiau šalyje alkoholio vartojimas išlieka aukštas. Alkoholio reklamos draudimas įvardijamas kaip viena iš ekonomiškai efektyvių priemonių, kurios duoda didžiausią grąžą visuomenės sveikatai už mažiausias investicijas. Lietuvos teisės aktuose įtvirtinti įvairūs alkoholio reklamos ribojimai, tačiau nėra atlikta mokslinių tyrimų, kuriais vertintas alkoholio reklamos įtaka alkoholio vartojimui.

Vertinimo tikslas. Atlikti mokslinių publikacijų apžvalgą apie alkoholio reklamos įtaką alkoholio vartojimui bei pateikti informaciją apie Europos šalyse taikomus alkoholio reklamos ribojimus.

Vertinimo klausimai.

1. Ar alkoholio reklama turi įtakos jaunimo alkoholio vartojimui?
2. Ar alkoholio reklamos draudimas yra ekonomiškai efektyvi priemonė?
3. Kokie taikomi alkoholio reklamos ribojimai / draudimai Europos šalyse?

Vertinimo metodai. Vertinant alkoholio reklamos įtaką alkoholio vartojimui buvo atlikta sisteminė mokslinių publikacijų paieška duomenų bazėse: MEDLINE (PubMed), The Cochrane Library, Ebsco, PsycINFO, Econlit. Mokslinių publikacijų paieškos kriterijai: sisteminės apžvalgos, ekonominio vertinimo tyrimai ir tyrimai, publikuoti anglų kalba nuo 2013 m. iki 2016 m. gegužės mėn. Sisteminių apžvalgų ir ekonominio vertinimo tyrimų paieškai netaikyti publikavimo datos ribojimai. Informacijos apie Europos šalių alkoholio reklamos draudimo ir ribojimo praktiką buvo ieškoma naudojant specializuotos informacijos paieškos sistemą (angl. *google scholar*).

Rezultatai. Duomenų bazėse buvo rasta 3457 straipsniai, iš jų atrankos kriterijus atitiko ir į šį vertinimą įtraukti 24 straipsniai: 4 sisteminės apžvalgos, 10 vienmomentinių stebėjimo tyrimų, 1 atsitiktinis imčių kontroliuojamas tyrimas, 3 laiko eilučių tyrimai, 2 longitudinaliniai tyrimai ir 4 ekonominio vertinimo tyrimai.

Analizuotuose tyrimuose buvo vertintos įvairių alkoholio reklamos formų (reklama žiniasklaidoje, filmuose, daiktų su alkoholio prekės ženklu turėjimas, išorinė reklama ir kt.) sąsajos su alkoholio vartojimu (dažniu, kiekiu, vartojimo pradžia), o ekonominio vertinimo tyrimuose buvo vertintas alkoholio reklamos draudimo bei nuolaidų alkoholiui draudimo efektyvumas.

3 iš 4 sisteminių apžvalgų duomenimis, alkoholio reklama skatina paauglius pradėti vartoti alkoholį. Atsitiktinių imčių kontroliuojamas tyrimas nenustatė alkoholio reklamos poveikio jaunimo suvartoto alkoholio kiekiui. Trijuose tyrimuose buvo vertintas įvairiose šalyse taikomų alkoholio reklamos ribojimų poveikis alkoholio vartojimui. Rezultatai rodo, kad alkoholio reklamos ribojimai yra susiję su mažesniu alkoholio vartojimu. Likę 12 tyrimų taip pat nustatė ryšį tarp alkoholio reklamos ir alkoholio vartojimo. Dviejų ekonominių vertinimo tyrimų duomenimis, reklamos draudimas yra ekonomiškai efektyvi priemonė (išvengta žala sveikatos sektoriui būtų didesnė nei patiriami reklamos draudimo kaštai). Anglijoje atlikto tyrimo duomenimis, visiškai uždraudus nuolaidas alkoholiui išvengiama žala sveikatos sektoriui per 10 metų siektų iki 2,5 mlrd. svarų sterlingų. Tyrimu, kuriuo vertintas alkoholio reklamos draudimas PSO Europos regiono šalyse, nustatyta, kad ekonominis šios intervencijos efektyvumas galėtų kisti nuo 138 iki 201 tarptautinių dolerių, tenkančių vieneriems negalios koreguotiems gyvenimo metams (*angl. disability adjusted life years - DALY*).

Apžvelgus alkoholio reklamos draudimo ir ribojimo praktiką 24 Europos šalyse matyti didelė alkoholio reklamos reglamentavimo įvairovė. Visos šalys taiko ribojimus alkoholio reklamos turiniui. 20 Europos šalių alkoholio reklamai taiko vietas ir laiko ribojimus. Iš analizuotų 24 Europos šalių griežtesni alkoholio reklamos draudimai taikomi Suomijoje, Norvegijoje, Švedijoje bei Prancūzijoje.

Daugiau informacijos Jums gali suteikti Higienos instituto Visuomenės sveikatos technologijų centro Technologijų vertinimo skyriaus vadovė Raimonda Janonienė, tel. (8 5) 262 8513, el. paštu raimonda.janoniene@hi.lt