



jasne, że  
**CZĘSTOCHOWA.pl**  
it's clear



# Kampania profilaktyczno-interwencyjna na rzecz odpowiedzialnej sprzedaży i podawania alkoholu

## *„Dorośli?”*

## **UDOWODNIJ!”**

Częstochowa 2016

## **Wstęp**

Zasady sprzedaży, podawania oraz spożywania alkoholu reguluje ustawa o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi z dnia 26 października 1982 roku. Zgodnie z jej art. 15 ust. 1 pkt 2 zabrania się sprzedaży i podawania napojów alkoholowych osobom do lat 18. W art. 15 ust. 2 doprecyzowano, że „w przypadku wątpliwości co do pełnoletności nabywcy, sprzedający lub podający napoje alkoholowe uprawniony jest do żądania okazania dokumentu stwierdzającego wiek nabywcy”. Istotne znaczenie w przeciwdziałaniu sprzedaży alkoholu małoletniemu ma właściwa postawa i reakcja dorosłych.

Przeprowadzone w ostatnich latach w mieście Częstochowa badania pokazały, że ww. przepisy nie zawsze są respektowane. Kampania profilaktyczno-interwencyjna na rzecz odpowiedzialnej sprzedaży i podawania alkoholu „Dorosły? UDOWODNIJ!” służy zwiększeniu skuteczności ich egzekwowania oraz zmianie postaw w tym zakresie. Powstała ona z myślą o młodych mieszkańcach Częstochowy, ich przyszłym, dorosłym, wolnym od alkoholu życiu oraz podkreśleniu roli osób dorosłych w kształtowaniu odpowiednich zachowań.

## **Diagnoza problemu**

Alkoholizm, narkomania i przemoc w rodzinie są problemami społecznymi, które stanowią obecnie poważne zagrożenie dla życia społecznego mieszkańców Częstochowy, w tym dzieci i młodzieży. Informacji na temat ich skali i charakteru dostarczają prowadzone w mieście badania (w tym dotyczące używania środków psychoaktywnych przez młodzież szkolną), a także dane podmiotów działających na jego terenie w obszarze przeciwdziałania uzależnieniom i przemocy w rodzinie.

Wyniki badań podjętych wśród młodzieży uczęszczającej do częstochowskich szkół wskazują na obniżanie się wieku inicjacji alkoholowej (obecnie 14-15 lat), przy czym chłopcy przechodzą ją wcześniej niż dziewczęta. Wcześniej i częściej sięgają oni również po mocniejsze alkohole. Przed osiągnięciem 14 roku życia więcej chłopców po raz pierwszy pije piwo i wódkę, z kolei zdecydowanie więcej dziewcząt w wieku do 13 lat wcześniej sięga po wino (23% w stosunku do 4%).

Badania pokazały również, że używki towarzyszą młodzieży na co dzień. Powszechnym zjawiskiem jest spożywanie alkoholu podczas spotkań grup rówieśniczych, zarówno w dni powszednie, jak i wolne od zajęć w szkole. Sprzyja temu względnie łatwy do niego dostęp, w Częstochowie jest bowiem wiele miejsc pozwalających na zakup tańszego trunku, np. pochodzącego z przemytu, bez potrzeby okazania dokumentu potwierdzającego pełnoletność.

Przeprowadzone badania pozwoliły również poznać opinię młodzieży na temat skutków picia alkoholu. Zdaniem większości spożywanie napojów alkoholowych ma dobroczynne skutki, pozwala bowiem zapomnieć o codziennych problemach, odprężyć, wywołuje uczucie szczęścia, zwiększa otwartość i pewność siebie.

Za najmniej prawdopodobne skutki picia alkoholu młodzi ludzie uważają z kolei konflikt z prawem, kłopoty z policją. Co warto podkreślić, nastawienia do napojów alkoholowych nie zmieniają nawet doświadczane przez młodzież nieprzyjemne konsekwencje ich spożywania, np. bójki, wypadki czy

problemy z rodzicami.

Przyczyny spożywania alkoholu przez częstochowską młodzież szkolną wpisują się w opracowany pod auspicjami Państwowej Agencji Rozwiązywania Problemów Alkoholowych „katalog” powodów, dla których nieletni sięgają po tego rodzaju używki. Zalicza się do nich:

- 1) chęć dopasowania się do grupy rówieśniczej, zdobycia kolegów,
- 2) pozbycie się napięcia,
- 3) poprawa samopoczucia, humoru, dobra zabawa, rozluźnienie,
- 4) zwalczenie braku pewności siebie, zdobycie odwagi do działania,
- 5) ciekawość, chęć doświadczenia „czegoś nowego”,
- 6) bunt przeciwko zakazowi spożywania alkoholu,
- 7) pozbycie się przykrych wspomnień, chęć zapomnienia o nieprzyjemnych doświadczeniach.<sup>1</sup>

Młodzi ludzie bardzo często szukają wszelkich sposobów, by poczuć się dorosłymi. Jednym z nich jest sięganie po alkohol. Niejednokrotnie przyczyna takiego zachowania tkwi w niewłaściwych wzorcach przekazywanych przez osoby dorosłe z ich najbliższego otoczenia. Młodzież sięga po alkohol, ponieważ uważa, że dzięki temu będzie lepiej funkcjonować w grupie rówieśniczej, a co za tym idzie zyska więcej znajomych.

Światło na problematykę uzależnień wśród młodych mieszkańców Częstochowy rzucają również wyniki przeprowadzonego pod koniec 2013 roku badania przy zastosowaniu metody „Tajemniczy klient”. Objęto nim 84 punkty sprzedaży napojów alkoholowych, a jego celem było sprawdzenie przestrzegania zakazu sprzedaży i podawania alkoholu osobom nieletnim (ważne było również poznanie reakcji sprzedawców na interwencję osoby dorosłej przy próbie sprzedaży alkoholu nieletnim oraz zachowania innych, dorosłych świadków zdarzenia).

W 74 punktach sprzedaży napojów alkoholowych sprzedawcy poprosili kupującego o okazanie dowodu osobistego, natomiast w 10 punktach, pomimo reakcji osoby dorosłej, alkohol podano, nie żądając dowodu. Odmienne wyniki przyniosły badania przeprowadzone rok później w 32 losowo wybranych punktach sprzedaży napojów alkoholowych – w 16 małych i średnich sklepach, 12 super- i hipermarketach oraz w 4 sklepach zlokalizowanych na stacji paliw. Na 32 próby zakupu alkoholu, tylko w 5 przypadkach sprzedawcy zażądali dowodu osobistego i przy jego braku automatycznie odmówili sprzedaży alkoholu. Gotowość sprzedaży alkoholu nieletnim wyrażono w 27 sklepach, przy czym po interwencji osoby dorosłej, w 22 z nich odmówiono zakupu.

Cenne informacje na temat uzależnień wśród częstochowskiej młodzieży zawierają również dane przekazane przez działające w mieście: Komendę Miejską Policji, Straż Miejską oraz Ośrodek Pomocy Osobom z Problemami Alkoholowymi. W 2014 roku i do końca października 2015 roku Komenda Miejska Policji odnotowała odpowiednio 19 i 5 przypadków przestępstw popełnionych przez nieletnich będących pod wpływem alkoholu, natomiast Straż Miejska zatrzymała, na gorącym uczynku lub bezpośrednio po dokonaniu przestępstwa, odpowiednio 5 i 6 osób nieletnich, które były pod wpływem

---

<sup>1</sup> *Jak pomóc dziecku nie pić?*, Alicja Pacewicz, Państwowa Agencja Rozwiązywania Problemów Alkoholowych, Warszawa 1999.

alkoholu. Z kolei wśród osób przebywających w analizowanym okresie w Ośrodku Pomocy Osobom z Problemami Alkoholowymi, odpowiednio 5 i 6 nie miało ukończonych 18 lat (działający przy Ośrodku zespół ds. przeprowadzania rozmów profilaktyczno-wychowawczych z nieletnimi wezwał na rozmowy w tym czasie odpowiednio 31 i 47 osób nieletnich).

Przedstawione wyniki badań oraz przeprowadzona analiza danych wskazują, że dla większości ludzi młodych alkohol jest środkiem ogólnodostępnym. Jego nabycie, niezależnie od rodzaju, nie stanowi większego problemu.

Młódzież spożywa napoje alkoholowe często i stało się to w ich codzienności normą. Do tego inicjacja alkoholowa następuje w bardzo wczesnym wieku, a spożyciu alkoholu towarzyszy przeświadczenie, że nie ma w tym nic złego. „Korzyści” z sięgania po środki alkoholowe (odprężenie, dobra zabawa, możliwość zapomnienia o bieżących problemach) biorą górę nad negatywnymi dla zdrowia i życia skutkami ich spożycia. Co równie istotne, tych ostatnich nie są i nie chcą być świadomi, nie zdają sobie z nich do końca sprawy.

**Cel główny:** ograniczenie rozmiarów zjawiska sprzedaży alkoholu nieletnim

**Koordynator:** Wydział Polityki Społecznej Urzędu Miasta Częstochowy

**Termin realizacji:** sierpień 2016 – sierpień 2017 roku

**Realizatorzy:** Miejska Komisja Rozwiązywania Problemów Alkoholowych w Częstochowie we współpracy z realizatorami Miejskiego Programu Profilaktyki i Rozwiązywania Problemów Alkoholowych oraz przedsiębiorcami prowadzącymi sprzedaż napojów alkoholowych

### **Opis Kampanii**

Jak wspomniano, Kampania profilaktyczno-interwencyjna na rzecz odpowiedzialnej sprzedaży i podawania alkoholu „Dorosły? UDOWODNIJ!” powstała z myślą o młodych częstochowianach oraz ich przyszłym, dorosłym, wolnym od uzależnień życiu. U jej podstaw leży potrzeba kreowania na szerszą skalę pożądanego wzorców zachowań wśród młodzieży i osób dorosłych, co ma przynieść pozytywne skutki w przyszłości. Im bowiem więcej osób zwróci uwagę na problem sprzedaży i podawania alkoholu nieletnim, tym skuteczniej uda się mu przeciwdziałać.

Z uwagi na to, że rozpoznanie wieku osoby kupującej napoje alkoholowe i inne używki na podstawie wyglądu jest trudne, niezwykle ważne jest zwrócenie uwagi na konieczność wnikliwej kontroli dowodów osobistych, a także odpowiednio asertywnego podejścia do osób nieletnich próbujących zakupić alkohol. Równie istotne jest ukazanie ludziom młodym alternatywnych sposobów spędzania czasu wolnego, uświadomienie im, że można się równie dobrze bawić bez alkoholu. Nie bez znaczenia jest także uzmysłowienie osobom dorosłym, że oni sami i ich zachowania stanowią dla młodzieży przykład, a poprzez odpowiednią postawę, mogą znacząco wpłynąć na zmniejszenie skali problemu sięgania przez nieletnich po alkohol i przyczynić się do ich postaw w dorosłym życiu.

## Cele Kampanii

Celem głównym Kampanii jest ograniczenie rozmiarów zjawiska sprzedaży alkoholu nieletnim. Zakłada się, że zostanie on osiągnięty poprzez realizację następujących celów szczegółowych:

- 1) zwiększenie poziomu wiedzy młodzieży dotyczącej zagrożeń i konsekwencji wynikających ze spożywania napojów alkoholowych oraz substancji psychoaktywnych,
- 2) zwiększenie świadomości i uwrażliwienie społeczeństwa na problem nabywania i spożywania alkoholu przez osoby niepełnoletnie,
- 3) zwiększenie dostępności alternatywnych form spędzania czasu wolnego dla dzieci i młodzieży, m.in. poprzez wzbogacenie oferty pozaszkolnych zajęć sportowych i rekreacyjnych,
- 4) zapewnienie prawidłowego procesu wychowawczego dzieci i młodzieży.

## Działania

W ramach Kampanii przewidziano do realizacji następujące działania:

- 1) organizowanie szkoleń dla sprzedawców dotyczących odpowiedzialnej sprzedaży alkoholu,
- 2) zorganizowanie konferencji dla nauczycieli gimnazjów i szkół średnich poświęconej problemowi spożywania alkoholu przez młodzież, formom przeciwdziałania oraz pomocy uczniom nim dotkniętym,
- 3) zorganizowanie konferencji dla rodziców uczniów gimnazjów i szkół ponadgimnazjalnych mającej na celu uwrażliwienie ich na problem picia alkoholu przez młodzież oraz na symptomy o tym świadczące, które jako rodzice są w stanie wykryć i w odpowiednim czasie zareagować,
- 4) organizowanie w placówkach oświatowych spotkań z ekspertami i przedstawicielami instytucji udzielających wsparcia osobom uzależnionym od alkoholu, służących zaprezentowaniu uczniom skutków spożywania alkoholu, realnych zagrożeń z tym związanych oraz różnorodnych form spędzania czasu wolnego stanowiących alternatywę dla spożywania alkoholu,
- 5) organizowanie szkoleń o tematyce uzależnień dla przedstawicieli instytucji pomocowych na terenie Miasta Częstochowy,
- 6) przeprowadzenie badania metodą „Tajemniczy Klient” w punktach sprzedaży alkoholu,
- 7) zorganizowanie konkursu literackiego, w ramach którego uczniowie będą mogli opisać negatywne skutki spożywania alkoholu w formie opowiadania, rozprawki itp.,
- 8) organizowanie lub zapewnienie dostępu do zajęć teatralnych, konkursów fotograficznych, plastycznych o tematyce związanej z profilaktyką uzależnień i promocją zdrowego stylu życia itp.,
- 9) organizowanie zajęć sportowych i ogólnorozwojowych, konkursów sprawnościowych, turniejów międzyszkolnych w grupach rówieśniczych,
- 10) rozpropagowanie plakatów informacyjnych w szkołach oraz w sklepach i innych obiektach zajmujących się sprzedażą alkoholu,
- 11) realizacja założeń Częstochowskiej Międzypokoleniowej Koalicji Nieobojętnych.

Kampania przyjęta na plenarnym posiedzeniu Miejskiej Komisji Rozwiązywania Problemów Alkoholowych w Częstochowie w dniu 18 sierpnia 2016 r.

Uchwała Nr 4 Miejskiej Komisji Rozwiązywania Problemów Alkoholowych w Częstochowie z dnia 18 sierpnia 2016 r.