



21.12.2010



**TSEMPPAAJAT-
uutiskirjeen 10/2010
sisältö:**

- * **Sosiaali- ja terveysalan järjestöt vaativat ministeri Risikolta esitystä alkoholimainonnan rajaamisesta vain tuotetietoihin**
- * **Tipaton tammikuu**
- * **NYTT: Rökarens kostcirkel -poster**



Rökarens kostcirkel – Recept på ett kort liv!
Poster med gifterna i cigaretter och rökningens skadeverkningar.
Storlek A2 (420 x 594 mm).
0,50 €. Beställningar
www.terveysry.fi

Terveys ry on Facebookissa, www.facebook.com/terveysry. Tule ja tykkää!



TSEMPPAAJAT-verkosto päihteettömyyden puolesta Uutiskirje 10/2010



Tsemppajat-verkostossa on mukana 460 ammattilaista perusopetuksesta, toisen asteen oppilaitoksista, ammattikorkeakouluista ja nuorisotoimesta ympäri Suomen.

SOSIAALI- JA TERVEYSALAN JÄRJESTÖT VAATIVAT MINISTERI RISIKOLTA ESITYSTÄ ALKOHOLIMAINONNAN RAJAAMISESTA VAIN TUOTETIETOIHIN

Ministeri Risikko on ilmoittanut sosiaali- ja terveysministeriön valmistelevan lakiesitystä alkoholimainonnan rajaamiseksi. Sosiaali- ja terveysalan järjestöt vaativat, että esityksessä tulee alkoholimainonta rajata tuotetietojen esittämiseen. Päätös asiasta on saatava aikaan tämän eduskuntakauden aikana.

Alkoholin mielikuvamainonta nousi esille eduskunnassa vuonna 2008, joten aikaa on kulunut runsaasti. Useita työryhmiä on perustettu, mutta päätöksiä odotetaan yhä. Alkoholiteollisuuden vahva vaikutus on hidastanut asian eteenpäin viemistä ihmisten terveyden kustannuksella.

Prosessin aikana on tullut esille, että tutkimusnäyttöä alkoholimainonnan vaikutuksista erityisesti nuorten alkoholin käyttöön on riittävästi, ja kaikki asiantuntijatahot ovat yksimielisiä siitä, että alkoholimainonta tulisi rajata tuotetietoihin. Muun muassa kansanterveyden neuvottelukunta esittää alkoholimainonnan rajamista tuotetietoihin. Asia-ala on myös sekä eduskunnan että kansalaisten enemmistön tuki.

Käytettävissä oleva tutkimustieto vahvistaa, että mitä vähemmän nuoret altistuvat kiinnostaville ja mielenkiintoa herättäville alkoholimainoksille, sitä vähemmän heille koituu haittaa alkoholista. Suomessa yli 90 % 13-17 -

vuotiaista on ilmoittanut kohtaavansa alkoholi- mainontaa. Nykyinen alkoholin mielikuvamainonta vaikuttaa nuoriin, vasta identiteettiään rakentaviin ihmisiin, paljon voimakkaammin kuin aikuisiin.

Lakiesityksen ytimen pitää olla alkoholimainonnan rajaaminen tuotetietoihin. Sitä voidaan tukea nyt esitetyllä mainonnan aikarajoitusten kiristämällä. Järjestöt pitävät erinomaisena sitä, että lainsäädäntöä tuetaan myös muilla toimilla, ja kannattavat alkoholiohjelman jatkamisen seuraavalla hallituskaudella. (17.12.2010)

A-klinikkasäätiö
Elämäntapaliitto
Mannerheimin Lastensuojeluliitto
to
Raittiuden Ystävät
Suomen Vanhempainliitto ry
Terveyden edistämisen keskus
Terveys-Hälsan ry

Tipaton tammikuu

Ehkäisevän päihdetyön järjestöt markkinoivat vuosittain tipattoman tammikuun ideaa suomalaisille. Taustalla on ajatus, että jokaisen meistä on hyvä edes silloin tällöin arvioida oma alkoholin käyttöönsä ja kokeilla elämää ilman alkoholia. Vuosien varrella on järjestöyhteistyössä



kehitetty erilaisia työkaluja ja toimintamalleja

tipattomuuden tueksi. Mm. sähköinen kalenteri tipattomien päivien ylöskirjaamiseksi ja siihen liittyvä kilpailu innostavat alkoholinkulutuksen omaehtoiseen tarkasteluun. Tipatontam-

mikuu.fi -verkkosivut tarjoavat faktaa ja toimintaideoita niin työyhteisöjen kuin yksittäisten kansalaistenkin käyttöön. Tipattoman viettoa tuetaan vuosittain myös radio- ja ilmoitus- kampanjalla. Vuosittain useampi kuin joka kymmenes suomalainen kertoo viettävänsä tipatonta tammikuuta.