



ALKOL RAPORU



Hazırlayan
Mehmet VAROL



TÜRKİYE YEŞİLAY CEMİYETİ



● Türkiye YeŖilay Cemiyeti
● Genel BaŖkanı
● Sayın Avukat Muharrem BALCI'ya
● Ŗkranımızla

● **Türkiye YeŖilay Cemiyeti 2**

● **Alkol Raporu**

● **Baskı Hazırlık** Hüseyin Gl

● **Kapak Tasarım** Halime ağdır

● **Baskı**

● Türkiye YeŖilay Cemiyeti

● İstanbul, Mayıs 2011

● Tel.: (0 212) 527 16 83

● © Yazıların içeriğinden ilgili bölüm yazarları sorumludur.



İÇİNDEKİLER

TAKDİM	5
GENEL BİLGİ	7
TANIMLAR	8
TÜRKİYE'DE ALKOL KULLANIMI	23
ALKOL KONTROLÜNE İLİŞKİN MEVZUAT	35
ALKOLİZMİN TEDAVİSİ.....	73
ALKOL VE DİN	81
VERGİSEL BOYUT.....	81
SORUNLAR	86
ÖNERİLER	89
DEĞERLENDİRME VE SONUÇ	94
KAYNAKÇA	96



TAKDİM

Zararlı maddeler içinde kullanıcılarını saldırganlaştırıcı özelliği ile uyuşturucu ve uçucu maddelerden daha tehlikeli olan madde alkoldür. Ayrıca “her bir bağımlılık bir diğeri tetikler” tespiti uyarınca uyuşturucu madde bağımlılarının bu kapıdan girerken ilk kullandıkları maddeler de sigara ve alkoldür. Bu özellikleriyle, kullanıcılar ve de diğeri insanlar üzerinde oluşturduğu sonuçlar bakımından alkol, zararlı maddeler içinde ilk sırayı almaktadır.

Alkol, günümüzde ulusların en önemli mücadele alanlarından biri olmaktadır. BM, 2011 yılını alkolle mücadeleye ayırırken, bir başka konsept daha belirlemektedir ki bu konsept, alkol veya diğeri bağımlılık yapan madde kullanmayanları, kullanıcıların tesirlerinden korumaktır. Bu kapsamda Dünya Sağlık Örgütü Avrupa Ofisi alkolün Avrupa ülkelerinde tüketiminin %25 azaltılması için programlar ve kampanyalar düzenlemektedir. Ülkemizde de bu gelişmelere uyumlu olarak TAPDK tarafından gerekli yasal düzenlemeler yapılmakta, ancak şimdilik alkolün sigara gibi yazılı basında da ilan ve reklamının önlenmesi gerçekleştirilmiş bulunmaktadır.

Bağımlılığın bir nevi ikinci sınıf insan oluşturduğu artık genellikle kabul edilmektedir. İkinci sınıf insan tanımı, toplum içinde toplum dışı tavırlar sergileyen

ve/veya özgürlüklerini istediği gibi kullanamayan insanlara atfedilir. Polonya’da alkole karşı 2000 yılından bu yana yürütülen kampanyalardan en etkili olanının adı, “Alkol Özgürlüğümüzü Çalar” olarak belirlenmiştir. Özgürlüklerin çalınmasının karşılığını, “bağımlılık köleliktir” şeklinde de okuyabiliriz. Bir başka ifadeyle, bağımlılık yapıcı madde üretimi, insanlığı köleleştirmekle eş değerdir.

Bağımlılık konusunun biraz da hukuk yanını irdelediğimizde insanların, sağlık yönünden bedenlerini, ikinci sınıf insan oluşturarak onurlarını, kitlesel saldırı şeklindeki üretimleri ile tüm insanlığı hedef alarak kitleselliği ifade eden zararlı ve bağımlılık yapıcı madde üreticiliği, artık bir suç kategorisine sokulma yönünde mesafe almaktadır. Ulusal ve uluslararası hukukta yukarıda tarifini bulan bu suç kategorisi, “İnsanlığa Karşı Suçlar” kategorisidir. Yakın bir gelecekte alkol ve diğer madde üreticiliği, insanlığa karşı suçlar kategorisine girecek, bağımlılıklar özgürlüğe yelken açacaktır. Özellikle olası bağımlılar olarak gençlerimizin özgürlüklerinin farkına varmalarında konunun sağlık ve hukuk yönü ve dolayısıyla bilimsel çalışmalar öncelik kazanmaktadır.

Türkiye Yeşilay Cemiyeti gönüllüleri değerli akademisyenlerimizin çalışmalarını, hem “sağlıklı nesil, sağlıklı gelecek”, hem de farkındalık oluşturarak onurlarımızı her türlü tehdit ve saldırılardan korumak anlamında insanlık adına önemsiyoruz. Umuyoruz ki, bilimsel çalışmalar, sivil toplum aktivistleri için birer bilgi kaynağı ve yol gösterici olacaktır.

Yeşilay aktivistleri olarak değerli hocalarımıza çalışmalarından ve bağımlılıklara karşı mücadelelerinden dolayı teşekkür ve takdirlerimi sunuyorum.

Av. Muharrem BALCI
Türkiye Yeşilay Cemiyeti Genel Başkanı

GENEL BİLGİ

Tarih boyunca, ilk insanla başlayıp günümüze değin çığgın bir hızla süregelen gelişmeler akıl almaz boyutlara ulaşmış bulunuyor. Eski çağların sırları birer birer bilinir hale gelirken, insanlığı tehdit eden birçok konuda gözle görünür ilerlemeler kaydedilmiştir.

Alkol, asırlardır insanlığın başına musallat edilen ve mutsuzluğa, hastalıklara, çoğu zaman felakete sürükleyen en büyük tehlikelerden biridir. Sadece kullanıcıları tehdit etmekle kalmamakta, çevrelerinde, ailelerinde ve ülkelerin ekonomilerinde de çok korkunç tahribatlar yapmaktadır.

Son yıllarda Dünya Sağlık Örgütünün başını çektiği dünyanın alkole karşı savaşında alkol alışkanlığının artışı dikkat çekici bulunmakta ve bu tedirginlik yaratmaktadır.

İş bu raporumuzda; Türkiye'deki alkol tüketim miktarlarını, alkolün zararlarını, devletin sorumluluklarını; toplumun bu konuda bilinçlenmesi için gerekenleri ve daha güzel bir dünya için önerilerimizi bulacaksınız.

Gerek bireysel gerekse toplumsal zararları net bir şekilde bilinmesine rağmen görmezden gelinen alkol problemi iş bu raporumuzun konusunu teşkil etmektedir.

TANIMLAR

Alkollü içecek, ya da kısaca içki, etanol içeren bir içecektir. Etanol ilaç ya da sakinleştirici olarak da kullanılmakta olup, kullanımı ve satışı pek çok ülkede kanunlarla kontrol altına alınmıştır.

Alkolün çeşitli türleri vardır. Parfüm, ispiroto, boya ve diğer birçok maddenin içeriğinde alkol bulunur. Ayrıca, sanayide birçok üretim aşamasında da alkol kullanılır.

İçkilerde kullanılan etil alkoldür (etanol). Bu alkolün saf hali renksizdir ve acı ve yakıcı bir tadı vardır. Etil alkol, arpa ve üzüm gibi tahıl ve meyvelerin doğal yapısında bulunan şekerlerin fermantasyonundan elde edilir.

Geçmişte alkolün “yaşam iksiri” olduğuna ve yaşamı uzattığına inanılırdı. Ancak zaman geçtikçe bu inanın doğru olmadığı kanıtlandı. Alkol merkezi sinir sistemini baskılayarak sakinleştirir ve bilinç durumunu da değiştirir. Çok fazla içildiğinde alkol öldürücü bir zehir olabilir. Alkol, bir gram yağın içerdiği kalori-den biraz daha az kalori içerir.

Ne yazık ki milyonlarca insan aşırı miktarlarda alkol tüketmektedir. İnsanların büyük çoğunluğu genç yaştan başlayarak alkol kullanmaktadır. Bu insanların bir bölümünün alkolizm tedavisi görüyor olması da olayın acı tarafıdır. İnsanların alkolden uzak durmaları için kendilerinin alkol hakkında bilgi sahibi olması gerekir.

1. Alkollü İçecek

Etanol ($\text{CH}_3\text{CH}_2\text{OH}$), alkollü içeceklerin etkin katkı maddesidir. Çoğunlukla fermantasyon (bazı maya çeşitlerinin etkisi ile karbonhidratların oksijensiz ortamda alkole dönüşmesi) yöntemi ile elde edilir. Alkol

üretmek amacıyla mayanın kültürlendirilmesi işlemine mayalama denir. %55'ten fazla etanol içeren alkollü içecekler yanıcı sıvılar olarak anılır ve kolay alev alırlar.

Kimya biliminde alkol, içinde bir karbon atomuna bağlı bulunan bir hidroksil grubu (-OH) ve devamında diğer karbon atomları ile hidrojenlere bağlı bulunan herhangi bir organik bileşiği ifade eden genel bir terimdir. Propilen glikol ya da şeker alkolü gibi yiyecek ve içeceklerde bulunabilen diğer alkoller, alkollü kapsamına girmezler.

Bir alkollü içkideki alkol konsantrasyonu genellikle hacimsel veya kütsel yüzde ile ifade edilir. Alkol konsantrasyonunu ifade etmek için Standart derece de kullanılabilir. Standard derece yaklaşık olarak alkol yüzdesinin iki katına karşılık gelir (örneğin 80 standart derece \approx %40 hacimsel alkol). Yaygın damıtma yöntemi ile 192 standart dereceden daha fazla alkol elde edilemez. Çünkü bu sınırın ötesinde etanol su ile azotrop oluşturur.

Pek çok maya, alkolün hacimsel olarak %18'den fazla olduğu ortamda gelişemez. Dolayısıyla şarap ve bira gibi fermente içkiler için %18, doğal bir sınır değeridir. Çözelti içerisinde %25 alkol oranına kadar gelişebilen maya türleri de geliştirilmiştir. Ancak bu tür mayalar içki üretiminde değil, etanol üretiminde kullanılırlar. Bazı alkollü içkiler (spiritler) fermente edilmiş çözeltinin damıtılması yoluyla üretilirler. Böylece alkol konsantre edilirken bazı yan ürünlerinden arındırılır. Bazı şaraplar, fermantasyon yolu ile ulaşılabileceğinden daha yüksek alkol yüzdesi elde etmek amacıyla, içerisine ilave alkol karıştırılarak zenginleştirilmiş şaraba dönüştürülürler.¹

¹ Vikipedi, Özgür Ansiklopedi.

2. Alkol Çeşitleri

Kaynak	Fermente Edilen İçkinin Adı	Damıtılmış İçkinin Adı
Arpa	Bira, ale	İskoç viskisi
Çavdar	Çavdar Bırası	Çavdar viskisi
Mısır	Mısır Bırası	Borbon viskisi
Buğday	Buğday Bırası	Buğday viskisi, Korn (Almanya)
Pirinç	Saki, sonti, makkoli, tuak	Shochu (Japonya), Soju (Kore), Huangjiu ve Baijiu (Çin)
Armut ve elma dışındaki meyve suları	Şarap (genellikle üzüm-den)	Rakı, brendi, konyak (Fransa), Brantwein (Almanya), Pisco (Peru/Şili)
Elma suyu	Elma Şarabı, apfelwein	Applejack (ya da elma brendisi), Calvados, cider, lambig
Armut suyu	Perry veya armut şarabı	Armut brendisi
Şeker kamışı suyu ya da molasses	Basi, betsa-betsa (yöresel)	Rom, cachaça, aguardiente, guaro
Kaktüs Meyvesi (agave) suyu	Pulque	Tekila, mezcal
Erik suyu	Erik Şarabı	Slivovitz, tzuica, palinca
Pomace	Pomace Şarabı	Grappa (İtalya), Trester (Almanya), Marc (Fransa)
Bal	Mead	Damıtılmış mead ("mead brendisi" ya da "bal brendisi")
Patates ve/veya tahıl	Patates bırası	Votka: Ukrayna'da yetişen bir patates, aksi takdirde tahıl ya da normal patates. İsveç'te aquavit ya da brännvin, Danimarka'da akvavit, Norveç'te akevitt ve İzlanda'da brennivín diye anılan, patates veya tahıldan yapılan sert bir içki.
Süt	Kımız	Araka

Alkol Alımları Genellikle Bira ile Başlamaktadır

Alkolün uyuşturucu kadar tehlikeli olduğu genellikle düşünülmez. Onun için alkole birçok kişi tarafından, oldukça mülayim gözle bakılmaktadır. Hatta bazı kültürlerde alkol dini ve sosyal etkinliklerin bir parçasıdır. Ancak unutulmaması gereken bir gerçek vardır ki, o da alkolün modern toplumun en önemli problemlerinden biri olduğudur. Alkol serbestçe satılabilmektedir. Uyuşturucu gibi yasak değildir. Diğer yandan bira ve bira gibi içecekler alkol sınıfı içerisinde değerlendirilmemektedir. İçki üreten ve satanların “*Bira bir şey yapmaz.*” “*Alkolsüz olanı da var.*” gibi propagandalarla insanları alıştırmaya çalıştıkları bira aslında, en ağır alkollü içkilere ve diğer uyuşturuculara giden yolun başlangıcıdır.

Bira üretici ve satıcılarının “*Bira hafif alkollü, gazoz görünümlü*” şeklindeki propagandalarına rağmen %5 ile %15 oranında alkol bulunmaktadır. Bunun ötesinde alkol bağımlılığına düşen insanların %80’ini bu uçuruma iten alkollü bira içecekleri olmaktadır.

3. Alkolizm

Alkolizm, alkollü içkilere kişinin fiziki ve psikolojik sağlığına zarar verecek şekilde olan aşırı tutkunluk. Alkolizm sorunu olan kişiye ise alkolik denir. Alkolik, alkolün kendisine zararlı olduğunu bildiği halde içmekten kendini alamayan kişidir. Alkolizm, alkol alımının bağımlılığa dönüştüğü bir hastalıktır.²

² Vikipedi, Özgür Ansiklopedi.

Genellikle alkole karşı düşkünlüğün başlaması, sinir gerginliğini yok etmek için içme ihtiyacının duyulmasıyla olur. Bunun arkasından yalnız olunduğu zaman alkolle meyil ve uzun sarhoşluk devreleri gelir. Normal alkol alımının üzerinde, uzun süre boyunca yüksek oranlarda alkol alımı gerçekleşir.

Alkole alışkanlık kazanmış kişinin kontrolü kaybetmesi ve davranışlarını özürlerle kapatmak istemesi kritik devrede olduğunun işaretleridir. Saldırgan olur, içki depolar ve sabahları alkol alma alışkanlığını kazanır. Bu noktadan sonra işini de ihmal etmeye başlar ve kendisinde titremeler, düşünme yetersizliği baş gösterir. Alkol alışkanlığının soya çekime bağlı olduğu söylenmişse de bugün bütün dikkatler olayın psikolojik ve sosyal (toplumsal) sebeplerine çevrilmiştir.³ Alkolizm önemli bir sosyal, ekonomik ve halk sağlığı sorunudur.

a. Alkolizm ve Aile Hayatı

Çoğu uzmana göre **alkolizmin** kökeni, annenin çocuğu fazla koruyucu ve zevke düşkün olduğu bozuk aile düzeninde yatmaktadır. Bozuk aile düzeninden toplum içine çıkan genç, hayal kırıklığına uğramakta ve insanlara kızıp küsmekte ve hatta depresyona itilmektedir. Bütün bunlarda son çare alkolde aranmaktadır. Hayal kırıklıklarının ve sinir gerginliklerinin ortadan kaldırılması için alkolün seçilmesinde, babanın da alkol sorunu olan biri olmasının büyük etkisi vardır.

³ Prof. Dr. Cahit Babuna.

b. Kişilik ve Alkolizm

Öteden beri tartışılan bir konu alkoliklerin ortak özelliklerinin bulunup bulunmadığıdır. Çok değişiklik göstermekle birlikte alkoliklerde genellikle şu özellikler bulunur:

- a) Gözle görünür bir samimiyet ve kaynaşmanın altında derin bir güvensizlik ve insanlardan uzak durma.
- b) Can sıkıntılığı ve yalnızlık hissi olarak ortaya çıkan depresyon hali. Bu sırada intihar sık sık akla gelen bir fikirdir.
- c) Alkolik devamlı isteklerde bulunur. Başkalarının onun ihtiyaçlarını ve isteklerini karşılmasını çok tabii bulur.
- d) Alkolik, ailesine ve arzularını yerine getirmeyenlere karşı merhametsiz ve çoğunlukla saldırgan dır.⁴

c. Bağımlılığın Belirtileri**Bağımlılığın ön işaretleri:**

- a) Her gün aynı şekilde içki içilir.
- b) Sınır konur ama bu sınır aşılır.
- c) İçkinin içilmediği faaliyetler bırakılır.
- d) İçkiden kaynaklanan sorunlar yaşanır ama bunlar fark edilmez ve/veya yapmasına izin verilir.

⁴ Halzer J. H. Canino, Alkolizm in Nord America.

⁵ Alkol ve İçki Sorunları, Dr. Jonathan Chic, 2004.

e) Aynı etkiyi yapması için daha fazla içkiye gereksinim duyulur.

Bağımlılığın ileri işaretleri:

a) Uyku sorunları yaşanır.

b) Sabahları sinirli, hasta, terlemiş veya titreyerek uyanır.

c) Uyandıktan sonra üç saat içinde içki içilir.

d) Bazen aşırı çekilme belirtileri yaşanabilir: Kişiler içki içmeyi bıraktıktan saatler veya günler sonra sara nöbetleri yaşayabilir, bilinçlerini yitirebilir, bazen kollarda ve bacaklarda çekilme hissedilebilir, nefes kesilebilir, kişi sayıklayabilir, nerede veya kiminle olduklarını bilmeyebilir ve sanrı görebilir.

d. Alkolün Etki ve Zararları

1. Alkolün Neden Olduğu Sağlık Sorunları

Alkolün Bedensel ve Psikolojik Etkileri

Alkol uyuşturucu sınıfına girmektedir. İnsanlarda önce masum zevk içiciliği, sonra alışkanlık ve sonunda “bağımlılık” oluşturmaktadır. Ancak onunla da kalmakta, en sonunda alkol insanları tam bir alkol tutsağı haline getirmektedir.

Diğer uyuşturucu kullanımlarında olduğu gibi alkol de alındıktan sonra büyük bir hızla organ zarlarından emilmekte ve kana karışmaktadır. Bu emilme ağız ve yemek borusundan başlamakta ve mide ile bağırsaklarda hızla devam etmektedir.

Alkollü içkiler tesirlerini ihtiva ettikleri etil alkol ile sağlarlar. Bu maddenin az miktarı (kan seviyesi 100-200 mg/cc iken) zahiri olarak (görünüşte) canlılık sağlar zannedilirse de daha çok alınır ve 200-300 mg/cc kan seviyesine ulaşırsa depresyon ve fiziki güçlerin yönlendirilmesinde güçlükler ve azalmalar olur. Kişiyeye ve bünyeye göre değişmekle beraber miktarın daha da arttırılması ve 500 mg/cc'yi bulmasıyla nefes alma güçleşebilir ve hatta ölüme sebebiyet verebilir. Bunlar alkolün birden alınmasında ortaya çıkan belirtilerdir. Devamlı alanlarda ise vücut işleyişinde kalıcı bozukluklar olur.

Alkol ve Epilepsi (Sar'a) Hastalığı

Epilepsinin değişik sebepleri arasında alkol kullanımı da etken olarak zikredilmektedir. Kronik alkol kullanımında, alkolün fazla kullanılmasından veya ani olarak kesilmesinden sara hastalığı tetiklenebilmektedir.

Alkolle İlgili Görme Bozuklukları

Alkoliklerin gözlerinde özellikle göz dibinde ve diğer görme merkezlerinde değişik karakterli bozukluklar izlenmektedir. Bunları kısaca şöyle özetlenebilir:

- Gece Körlükleri,
- Konjoktiva Serozisi,
- Kornea Serozisi
- Kornea Ülserasyonu Keratonmalazasi
- Kornea Skarları ve Nedbeleri,
- Göz dibinde kseroftalmik değişmeleri

Beyin Alkole Karşı En Hassas Merkezdir

Delirium Tremens genellikle alkoliklerin karakteristik hastalıklarındandır. En çok da alkol kesildikten sonra oluşur.

Delirium Tremens alkol kesildikten sonra husule gelen en tehlikeli rahatsızlık olmaktadır. Bu hastalık özellikle alkol perhizlerinde yani yoksunluklarında oluşmaktadır. Genellikle alkol kesilmesinin 4. veya 5. günlerinde görülmektedir. Bu durumdaki hastalarda aşağıdaki bulgular izlenmektedir:

- Tahrik edici sinirlilik
- Oryantasyon bozukluğu
- Titremeler
- Görme hayalleri
- Aşırı terlemeler
- Kalp çarpıntısı
- Hızlı soluma
- Hummalı ateşin yükselmesi
- Kusmalar, dehidratasyon, sıvı kaybı
- Karaciğer hastalıkları
- Enfeksiyon gelişmeleri

Alkoliklerde kalp adale yetmezliği, beş duyularda zayıflama ve bozukluklar, hormonal dengesizlikler, omuriliği arızası

Alkoliklerin en az 1/4'i karaciğer yetersizliği, beslenme yetersizliği ve mide rahatsızlıklarıyla karşı kar-

şıyadır. Psikolojik durum bozuklukları ise bunlarda çok daha yaygındır.

Alkolizmin erken devresinde hastalar ekseri normal ağırlıktadır veya kilo fazlalığı vardır. İleri devrelerinde gözle fark edilen bir zayıflama görülür. Hastalar iyice zayıfladıklarından sık sık enfeksiyon hastalıklarına yakalanırlar. İştahları yoktur ve iştahlarının olmayışının sebebi; hem alkolün merkezi sinir sistemine hem de bağırsak kanalına yaptıkları zararlı tesirlerdendir. Vitamin B12 ve folik asit eksikliği sebebiyle alkoliklerde kansızlık baş gösterir. En hafif vakalarda bile karaciğerde toksin (zehirli) yağ birikimi olur. Bazı hastalarda alkolik hepatit (karaciğer iltihabı) ortaya çıkabilir. Müzminleşmiş alkol alımı, karaciğer sirozuna sebebiyet vermektedir. Bilhassa günde 80 gram alkol alanlar (ve daha fazlasını alanlar) bu tehlikeye maruzdurlar. Günde 160 gram alanlarda ise tehlike son derece fazladır. Östrojen denilen ve kadınlarda erkeklerden daha yüksek yoğunlukta bulunan bir hormonun yıkımı karaciğerde olur. Alkoliklerde karaciğer harabiyeti sebebiyle bu hormonun yıkımı azaldığından kandaki konsantrasyonu yükselir ve erkek alkoliklerde erkeklik hislerinin azalmasına sebebiyet verir.

Midede asit salgılanmasını arttırarak mide ve onikiparmak bağırsağı ülserlerinin gelişmesine yol açabilir. Akut gastritlere (had mide rahatsızlıklarına) alkol alanlarda sık sık rastlanmaktadır.

Uzun seneler devamlı alkol alanlarda müzmin pankreas iltihapları ortaya çıkar ve sık sık bu hastalığın tekrarlaması sonucu tam bir pankreas yetmezliği

gelişir. Tam pankreas yetmezliği ise alınan gıdaların sindirimini ve bağırsaklardan emilimini bozar. Vücutta vitamin yetersizlikleri baş gösterir. Şeker hastalığının ortaya çıkışını kolaylaştırır. Ayrıca böbreklerde de toksik etki yapıp nefrite yol açabilmektedir. Çok mühim bir tesiri de çevre sinirlerine olan toksik tesiri ve bunun sonucu polinevrit denilen sinir iltihaplarına sebep olmasıdır.

Alkol, kalp hastalarına da negatif (olumsuz) etki eder, kalp kasları önce hacim genişlemesine uğrar ve sonra kalp yetmezliği meydana gelir. Koronerler (kalbi besleyen damarlar) de spazma ve göğüs ağrılarına sebep olur. Alkol genel olarak damar sertliğini hızlandıran faktörlerdendir. Alkoliklerde ruhi bozukluklara da rastlanır. Kronik alkolizmde zekâ geriler. Öğrenme kapasitesi zayıflar ve hafıza kusurları ortaya çıkar.⁶

Aile Yapısının Bozulması

Başta aile içi huzursuzluk ve şiddet olmak üzere aile düzeninin bozulması, toplumun temel taşı olan ailenin yıkımı anlamına gelmektedir.

2006 TUIK raporuna göre ülkemizdeki boşanmaların %12,2'si içki ve kumar sebebiyledir. 2008 yılında 99.663 çift boşanmıştır. Verilen yüzde dikkate alındığında alkol sebebiyle boşanan çift sayısı 12.158'dir. Ancak diğer boşanma sebepleri olan sorumsuzluk ve ilgisizlik, evin geçimini sağlayamama, saygısız davranma, dayak, eşe ve çocuklara karşı kötü muamelenin ana faktörlerinden birinin de alkol olabileceği düşünüldüğü

⁶ Prof. Dr. Cahit Babuna, Alkol Esareti ve Sağlık Sorunları.

takdirde alkolün boşanmalardaki etkisi belirtilen yüzdenin üzerine çıkmaktadır.

Türk halkının %83'ü ana boşanma sebepleri arasında alkolü saymaktadır.

Alkole harcanan paranın aile içi gelir gider dengesini bozmasıyla, hesaplanamayan birçok zararın da varlığı söz konusudur.

Toplumsal Yapının Bozulması

Dünya Sağlık Örgütü (WHO)'nun Türkiye dahil 30 ülkeyi ihtiva eden araştırmaya göre olaylarda alkolün etki yüzdeleri:

Olay	Yüzde (%)
Cinayet	85
Boşanma	80
Eşler arası şiddet	70
Tutukluluk	78
Serserilik	70
Mala yönelik suçlar	77
Hırsızlık ve yankesicilik	71
İşe gitmeme	60
İntihara teşebbüs	90
Irza tecavüz	50
Trafik kazaları	70
Akıl hastalıkları	60

Görüldüğü üzere tüm toplumu etkileyen olayların başrol oyuncusu alkol olarak görülmektedir.

Her gün televizyonlarında alkolü özendirici dizi ve filmlerle yüz yüze gelen Türkiye insanı, kaçınılmaz bir şekilde alkolün kötü etkilerine maruz kalmaktadır. Özellikle örnek teşkil eden karakterlere biçilen rolde içki kullanımı ön plana çıkarılarak özendirilmektedir. Ayrıca bu sahnelerle içki reklam yasağı da delinmektedir. İçki reklam yasağı ile ilgili cezai yaptırımların uygulanmaması ise reklama teşvik olarak görülmektedir.

Dünya Sağlık Örgütü (WHO)'ne göre trafik kazaları için risk faktörlerinin başında "alkollü araç kullanma" yer almaktadır. Bu sebeple trafik kazalarını azaltmak için sunulan önerilerin başında da "Alkolle ilgili kanun ve yaptırımların düzenlenmesi" gelmektedir.

2003 yılında sürücü belgesinin geri alınmasını gerektiren trafik kuralı ihlallerinde bulunanlar arasında, belirlenen limitin üzerinde alkollü araç kullananların sayısı; polis istatistiklerine göre 65.851, jandarma istatistiklerine göre 10.411 kişidir.

2000 yılı istatistiklerine göre ölümlü+yaralanmalı kazaya sebebiyet veren alkollü sürücüler (kontrol edilen) arasında otomobil sürücülerinin (1.182 kişi) ilk sırada geldiği, bunu kamyonet sürücülerinin (123 kişi) izlediği belirlenmiştir.

Ülkemizde yapılan bir araştırmaya göre, kendileriyle mülakat yapılan ağır vasıta sürücülerinin arasında en önemli kaza nedenleri olarak; "alkollü iken araç kullanma" diyenlerin oranı %23,5'dir.

Oysaki Karayolları Trafik Kanunu'nun 48. maddesi "Uyuşturucu veya keyif verici maddeleri almış olanlar ile alkollü içki almış olması nedeniyle güvenli sürme yeteneklerini kaybetmiş kişilerin karayolunda araç sürmeleri yasaktır." şeklindedir.

Aynı kanunda Ek Madde 12'de "Konaklama yerleri ve belediye mücavir alanları hariç olmak üzere, otoyollarda ve devlet karayollarında yapılacak ve açılacak yapı ve tesislerde alkollü içki satılmasına izin verilmez." denilmesine rağmen, benzin istasyonlarında alkol satışının yapılması düşündürücüdür.

Trafik kazaları ve suç oranlarındaki artışı değerlendirirken, alkolle mücadele konusunda yetersiz kalınmışlığın özellikle incelenmesi gerekmektedir.

Ülke Ekonomisine Negatif Etkileri

Ayrıca alkolün parasal maliyeti dikkate alındığında toplumsal yapının deformasyonuna etkisi daha net görülmektedir.

Alkol Araştırma Enstitüsü'nün 2006 yılı raporuna göre; Alkolün AB ülkelerine ve dolayısıyla bu ülkelerde yaşayan kişilere toplam somut maliyeti 2003 yılında, **125 milyar euro**dur. Bu oran brüt yurt içi hâsılanın %1,3'üne eşittir. Görünmeyen (soyut) sonuçlar giderler, alkolün neden olduğu sağlık, sosyal ve adli suçlara bağlı olarak oluşan, acı, ıstırap ve kaybedilen yaşamlardır. 2003 yılında, soyut giderlerin **270 milyar euro** olduğu tahmin edilmektedir, bu değerlerin değişik yollarla hesap edilmesinde ise 150 ile 760 milyar euro arasında olduğu hesaplanmaktadır. Bu tahminler insan yaşamında alkolün etkisinin olacağı düşünülen çok

sayıdaki faktör göz önüne alınarak yapılsa da, veri toplamının mümkün olmadığı ve tahmin yapılmayacak birçok faktör de bulunmaktadır. Benzer olarak, kaybedilen yıllar (görünmeyen zararlar) ve alkolün sağlık sistemine faydalarını dikkate alan tahminler yapılırken, diğer sosyal faydaların değerlendirilebileceği herhangi bir çalışma bulunmamaktadır.

Türkiye de ise alkol tüketimine ödenen bedel yıllık **15,3 milyar TL** olup birçok bakanlığın bütçesinden fazladır. Maddi hasar, tedavi masrafları, iş gücü kaybı gibi görünen giderlerin dışında görünmeyen (soyut) giderlerin **31 milyar TL** olduğu tahmin edilmektedir. Alkolün neden olduğu sağlık, sosyal ve adli suçlara bağlı olarak oluşan, acı, ıstırap ve kaybedilen yaşamlardır.

4. Alkol testi

Alkol aldığından şüphelenilen kişinin kanındaki alkol miktarını tespit etmek amacıyla polisler tarafından tatbik edilen bir testtir. Teste tabi tutulan kişinin üfleyerek verdiği nefes, test cihazının içindeki potasyum bikromat ve sülfürik asit çözeltisinden geçirilir. Nefesteki alkol miktarıyla orantılı olarak çözeltinin görünüşünde değişiklik meydana gelir. Kandaki alkol oranı 100 mililitrede 80 miligramın üstüne çıktığı zaman trafiğe çıkmak tehlikeli olur.⁷

Alkol için yapılmakta olan kan testi kusursuz sonuçlar vermektedir. Nefes yoluyla yapılan testler de başarılıdır. Kanda alkol belirli bir dereceyi aşmış olduğu zaman, o adamın sarhoş olduğu kabul edilebilir.

⁷ www.doktorsitesi.com.

TÜRKİYE'DE ALKOL KULLANIMI

Son yıllarda Dünya Sağlık Örgütünün başını çektiği dünyanın alkole karşı koyma savaşında alkol alışkanlığının artışı dikkat çekici bulunmakta ve bu tedirginlik yaratmaktadır.

Gerek bireysel gerekse toplumsal zararları net bir şekilde bilinmesine rağmen görmezden gelinen alkol problemi, her geçen gün zararları önlenemez bir hal almaktadır.

Türkiye Cumhuriyeti Anayasasının 58. maddesinde yer alan **“...Devlet, gençleri alkol düşkünlüğünden, uyuşturucu maddelerden, suçluluk, kumar ve benzeri kötü alışkanlıklardan ve cehaletten korumak için gerekli tedbirleri alır.”** hükmünün yerine getirilmemesi de bu problemin büyümesinde en büyük etkidir.

Gerek devlet ve devlete bağlı ilgili kurum ve kuruluşların ihmalkârlığı, gerekse özel sektör alkollü içecek üreticilerinin sadece para kazanmaya yönelik yaklaşımları ile alkol sorununun günden güne daha da rahatsız edici boyuta varması, dünyada söz sahibi olmak isteyen bir milletin önünde ne denli büyük bir engel olduğu ve tek başına ciddi bir sorun olmakla beraber suç işlemeyi arttırıcı yönüyle de toplumsal barışa zarar verdiği inkâr edilemez bir gerçektir.

1. Türkiye’de Alkol Kullanımını İzleyen Bir Kurul Yoktur

a. Dünyadaki Diğer Ülkelerdeki Durum

Alkol nedeniyle oluşan üretim kaybı ve sağlık harcamaları milyarlarca lira tutmaktadır. Kazalara bağlı

ölümlerin, intiharların ve cinayetlerin yarısından fazlası ve trafik kazalarına bağlı ölümlerin yarısından biraz daha azı alkolle ilişkilidir. Alkole bağlı iş kazaları, yaralanma ve hastalıklar nedeniyle oluşan iş günü kayıpları, mali kayıpların doğrudan görünmeyen bölümüdür

İngiltere’de bir öğrencinin yılda 600 ünite alkol tükettiği ortaya çıktı. Tüyleler ürperten gerçek, İngiliz Sağlık İstatistikleri Departmanı’nın hazırladığı “şok” edici raporla ortaya çıktı.

İngiliz Sağlık İstatistikleri Departmanı hazırladığı bir raporla yaz tatilinde kız ve erkek öğrencilerin aldığı alkol oranını açıkladı. Raporda, yaşları 11 ile 15 arasında değişen bir kız ve bir erkek öğrencinin, 1 yılda aldığı alkol oranının 600 ünite olduğu belirtildi.⁸

Dünya uygulamalarında alkollü içkilerde özel izlemeler yapılmakta ve istatistikî veriler sağlıklı bir şekilde değerlendirilmektedir. Eldeki mevcut verilerle önleyici ve tedavi edici önlemler alınmaktadır.

b. Türkiye’deki Mevcut Durum

Ülkemizde distile alkollü içkilerin üretim ve denetlenmesi, 28.06.1995 tarih ve 22327 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan 560 sayılı “Gıdaların Üretimi, Tüketimi ve Denetlenmesine Dair Kanun Hükmünde Kararname” ve buna bağlı yayımlanan mevzuat çerçevesinde yürütülmektedir.

⁸ Sağlık Dergisi, Mart 2009 sayısı.

Tekel'in alkol imalat ve satışlarının 2004 yılında özelleştirilmesi sonrasında **Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu**, 4733 sayılı Kanun ile 15.04.2008 tarih 26848 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 4733 sayılı Kanun'da değişiklik yapılması hakkındaki 5752 sayılı Kanun ve diğer kanunlarla Kuruma verilen görevleri yerine getirmek ve yetkileri kullanmak üzere kamu tüzel kişiliğine haiz, idari ve mali özerkliğe sahip olarak kurulmuştur. Kurum daha çok Tütün, Tütün Mamulleri, Tuz ve Alkol İşletmeleri Genel Müdürlüğünün yeniden yapılandırılması ile Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumunun kurulmasına, bu Kurumun görev ve yetkilerinin düzenlenmesine ve tütün ve tütün mamullerinin Türkiye'de üretimine, iç ve dış alım ve satımına ilişkin usul ve esasları düzenlemeye yönelik görevler üstlenmiştir.

Ülkemizde alkol ve alkollü içkiler yerli üretim, ithalat, kaçakçılık, kaçak üretim ve yolcu beraberinde getirilmekte ve bu şekillerde arz oluşturulmaktadır. İçki kullanımının alanları, yaş grupları, imal edilen ve ithal edilen içkilerin ihraç durumu, kaçak üretim ve kaçakçılık yoluyla ülkeye sokulan miktarlar gibi istatistikî verilerin oluşturulacağı ve izleneceği bir yapı bulunmamaktadır.

Bütün ülkeler alkol bağımlılık araştırmaları yaparken ve önlemler alırken Türkiye'deki ilgili kurumların kanunların amir hükümlerine rağmen bu görevlerini yerine getirmediği görülmektedir.

Unutulmamalıdır ki ölçülemeyen bir alanın yönetilmesi ve denetlenmesi mümkün değildir.

2. Ülkemizde Alkol Tüketimine Ait Veriler

Medya ve pazarların küreselleşmesi ile gelişen satış ve pazarlama teknikleri, alkol gibi potansiyel zararlı maddelerin tüketimi de dahil olmak üzere, tüketimi arttırmak için saldırgan hale gelmiştir. Bu tetikleyici sebep yanında, hızlı sosyal ve ekonomik değişiklik, sivil çatışma, yoksulluk, evsizlik ve izolasyon da alkol tüketimini artırmış ve insanların hayatlarında alkolün yıkıcı bir rol oynama ihtimalini yükseltmiştir.

Alkol alışkanlığının bazı kesimde sınıf atlama aracı olarak yorumlanması; genç ve güçlü olmanın göstergesi olarak sunulması; dostluğu pekiştirici, dertleri unutturucu olarak gösterilmesi sonucu her kesimin bilincine alkol kullanma zorunluluğu yerleştirilmiştir. Özellikle yılbaşı kutlamaları, gençlik partileri, doğum günü partileri ve kokteyller ile insanlar ve özellikle gençler alkol kullanımına teşvik edilmiştir.

Acı gün, mutlu gün derken alkolün hayatımızdaki yeri günden güne artmaktadır. Alkollü içkiler sektöründe faaliyette bulunan dağıtım yetki belgesi bulunan firmalarca TAPDK'ya yapılan bildirimlere göre 2009 yılında iç piyasaya arz edilen (satışı gerçekleştirilen) alkollü ürünlerin miktarları aşağıdaki gibidir.⁹

⁹ TAPDK.gov.tr Faaliyet Raporu.

Ürün Kategorisi	İç Piyasa Arz Edilen				İhraç Edilen	
	Üretim (litre)	Üretim (litre mA)	İthalat (litre)	İthalat (litre mA)	İhracat (litre)	İhracat (litre mA)
Bira	923.115.658	47.074.563	392.472	19.145	98.813.349	5.207.569
Köpüren Şaraplar	195.999	22.991	40.137	4.632	4.820	625
Şarap	45.162.887	5.323.088	980.151	125.701	2.415.059	296.366
Aromatize Şarap	4.411	795	274.088	46.131	5	1
Diğer Fermente Alkollü İçkiler	1.021.184	73.197	70	5	45.824	2.642
Kaynak, Brendi	239.957	98.383	175.042	63.983	17	7
Viski	0	0	2.544.165	1.017.542	0	0
Rom	0	0	313.223	117.779	0	0
Ardıç Aromalı İçkiler	1.058.723	408.333	202.773	77.864	252	95
Votka	8.909.995	3.462.151	1.455.560	570.075	116.978	46.264
Likörler	627.164	132.632	573.659	111.726	2.389	562
Rakı	44.698.058	20.083.777	0	0	2.456.330	1.105.420
Diğer Distile Alkollü İçkiler	7.228	3.252	268.988	102.373	0	0
Genel Toplam		76.683.162		2.256.956		6.659.550

Yine TAPDK verilerine göre; dağıtım yetki belgesi bulunan firmalarca aylık satış miktarları dikkate alınarak yapılan 2004-2008 yılları itibariyle satış miktarları ise şöyledir:¹⁰

¹⁰ TAPDK.gov.tr Faaliyet Raporu.

Kategori	GTİP	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Bira	2203.00	51.567.277	40.117.950	40.649.759	42.733.054	47.018.412	47.093.708
Köpüren Şaraplar	2204.10	63.050	59.156	44.498	49.604	56.752	27.623
Şarap	2204	3.328.322	3.115.222	2.791.847	2.802.115	4.473.931	5.448.790
Aromatize Şarap	2205	10.094	8.136	28.722	26.541	39.672	46.926
Diğer Fermente Alkollü İçkiler	2206.00	1.908	11.407	6.586	23.267	38.064	73.202
Kaynak, Brendi	2208.20	331.361	223.557	234.316	198.768	187.839	162.366
Viski	2208.30	767.578	313.736	641.912	573.706	668.597	1.017.542
Rom	2208.40	19.445	39.742	62.232	75.401	94.447	117.779
Ardıç Aromalı İçkiler	2208.50	700.600	622.638	566.799	449.690	478.698	486.197
Votka	2208.60	2.391.315	2.421.773	2.514.369	2.352.098	3.443.942	4.032.226
Likörler	2208.70	236.119	150.082	193.269	148.876	278.047	244.358
Rakı	2208.90	19.925.338	20.145.894	20.926.726	19.197.711	20.042.090	20.083.777
Diğer Distile Alkollü İçkiler	2208.90	19.563	34.306	73.658	58.432	80.310	105.625
TOPLAM		69.361.970	67.263.598	68.734.692	68.689.262	76.900.803	78.940.118

* mA: Mutlak alkol = Hacmen %100'lük alkol

Bu verilere ülkemize kaçak yollarla gelenler ve kaçak olarak üretilenler ile yolcu beraberinde getirilen ürünler dâhil değildir. Yukarıdaki tablodan da açık olarak görüleceği üzere; ülkemizde her yıl alkol tüketimi artmaktadır.

a. Alkol ve Gençlik

İngiltere’de ilk karaciğer nakli programının kurucularından George Best, Sağlık İstatistikleri Departmanı’nın açıkladığı rakamların korkutucu olduğunu söyledi. Best, alkolün uzun dönemde genç bedenlere verdiği zararın kendisini endişelendirdiği ifade etti.¹¹

Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkındaki Yönetmeliğin 4. maddesinin 1 fıkrasının (ç) bendinde Genç “*On beş ile yirmi dört yaş arası dönem içinde bulunan kişiyi*” ifade eder demek suretiyle genç tanımlanmıştır. Oysaki ülkemizde yapılan araştırmalar sırasında 11-15 yaşları arasında 7.700 kişiyle yüz yüze görüşme yapıldığı, 18 yaş altı 200 kişinin her hafta alkol bağlantılı yaralanmalar nedeniyle hastanede tedavi gördüğü ifade edildi.

Türkiye’de de Yeşilay’ın, yaptığı araştırmalara göre 2006 yılı itibariyle alkole başlama yaşı 11’e kadar düşmüştür. 15 yaş üzeri kişi başı saf alkol tüketimi 1-1,29 litre olmakla birlikte, ilköğretim öğrencileri arasında alkol kullananların oranı %15,4, ortaöğretimde yaşamı boyunca en az bir kez alkol kullananların oranı %45-%50, son bir ayda en az bir defa alkollü içki içme oranı %16,5, (erkeklerde %31,5 ve kızlarda %10,6) üniversite öğrencilerinde alkol kullanım yaygınlığı %43,0-53,9 ve hâlen içenlerin oranı %22,9’dur.

Arkadaş baskısı, sosyal ve psikolojik sebeplerle gençlerimizde ilk **alkol alma yaşı maalesef 11’e kadar düşmüştür.**

¹¹ Alkol ve İçki Sorunları, George Best.

Uzmanlar, gençler arasında alkol kullanımının şaşırtıcı bir şekilde arttığına dikkat çekiyorlar. Tam fiziksel olgunluğa 20'li yaşlarda ulaşan gençlerin, alkol alarak gelişmenin en önemli aşamasında organlarını toksinle doldurduklarının altını çizen uzmanlar, bu şekilde hayatlarını tehlikeye attıklarını vurguluyorlar.

Türkiye'nin En Büyük İli İstanbul'da Durum

İstanbul'daki lise öğrencileri arasında yapılan araştırmada, ekonomik durumu çok kötü olan ailelerin çocuklarının daha fazla alkol, sigara ve esrar tükettikleri belirlendi.

İstanbul Emniyet Müdürlüğü Narkotik Suçlarla Mücadele Şube Müdürlüğü Madde Kullanımını Önleme ve İzleme Büro Amiri Ali Ünlü, Antalya'da sona eren TUBİM Uyuşturucu Konferansı'nda, İstanbul'daki lise-lerde yaptıkları araştırmanın sonuçlarını açıkladı. Ünlü'nün verdiği bilgiye göre, Mayıs-Haziran 2010 tarihlerinde İstanbul'daki 28 ilçede, 154 lisedeki 31 bin 272 öğrenciye anket uygulandı.¹²

Öğrencilerin madde bağımlılığına yönelik araştırmada, "Hayatım boyunca en az bir kez sigara içtim", "Hayatımda herhangi bir türden alkollü içki kullandım" ve "Hayatımda en az bir kez esrar kullandım" cevabını verenlere, madde kullanımına neden olan bireysel, çevresel ve sosyal faktörleri belirlemek için sorular soruldu.

Orta Gelir Grubu

Araştırmaya göre, ailesinin ekonomik durumu çok kötü olan öğrencilerde sigara, alkol ve esrar kullanımı

¹² İstanbul Emniyet Müdürlüğü Anketi.

daha yaygın. Bu öğrencilerin yüzde 51'i en az bir kez sigara ve yüzde 7'si en az bir kez esrar içtiklerini belirtirken, yüzde 36,3'ü de alkollü içki kullandıklarını ifade etti.

Araştırmada, orta gelir sınıfındaki ailelerin çocuklarında esrar kullanımının en az olduğu belirlendi. Ailesinin ekonomik durumu çok iyi olan öğrencilerin yüzde 4'ü hayatlarında en az bir kez esrar kullanırken, orta sınıf gelir grubundaki ailelerin çocuklarında bu oran yüzde 2,8-3,1 olarak belirlendi.

Kardeşi Olmayan Çocuklarda Alkol Kullanımı Daha Yaygın

Araştırmada, tek çocuk olan öğrencilerde alkol kullanımının daha yaygın olduğu ortaya çıktı. Tek çocuk olan öğrencilerin yüzde 50,4'ü alkollü içki kullandıklarını belirtirken, bu oran 4 kardeş olanlarda yüzde 23,9'a, 7 kardeş olanlarda yüzde 19,7'ye geriliyor. 8 ve daha fazla kardeşi olduğunu beyan eden öğrencilerde ise sigara ve esrar kullanımı daha çok görülüyor. 8 ve daha fazla kardeşi olan öğrencilerin yüzde 52,9'u sigara, yüzde 5,1'i ise esrar içiyor.

Ailelerin Eğitim Düzeyinin Etkisi

Araştırmanın ilginç sonuçlarından biri ise ailelerin eğitim düzeylerinde ortaya çıktı. Annesi üniversite mezunu olan gençlerin, yaşlılarına göre daha az oranda sigara ve esrar içtikleri, buna karşın daha çok alkol tükettikleri belirlendi.

Annesi üniversite mezunu olan öğrencilerin yüzde 38'i en az bir kez sigara içerken, bu oran okuryazar olmayan ebeveynlerin çocuklarında yüzde 46,6'ya çıktı.

Üniversite mezunu anneye sahip çocukların yüzde 2,6'sı esrar içerken, aynı oran okuryazar olmayan ebeveynde yüzde 3,5 olarak belirlendi. Annesi üniversiteden mezun gençlerin yüzde 53,5'i ise hayatlarında en az bir kez alkol tükettiklerini ifade etti. Bu oran okuryazar olmayan anneye sahip gençlerde ise yüzde 21,1 olarak dikkati çekti.

İstanbul'da Doğanlar Daha Çok Alkol Tüketiyor

Araştırmada İstanbul'da doğan gençlerin diğerlerine oranla daha fazla alkol kullandıkları ortaya çıktı. İstanbul'da doğanların yüzde 33,9'u alkol kullandığını bildirirken, bu oran İstanbul'da doğmayanlarda yüzde 28'e geriledi.

Bu arada annesi çalışan gençlerin yüzde 46,3'ünün hayatları boyunca en az bir kez sigara içtiği, yüzde 43,6'sının alkol kullandığı, yüzde 4,1'inin ise esrar içtiği belirlendi. Annesi ev hanımı olan çocukların ise yüzde 43,9'unun sigara, yüzde 28,8'inin alkol, yüzde 3'ünün ise esrar kullandığı ortaya çıktı.

Ebeveynlerin Etkisi

Hafta içi okuldan sonra vaktini ebeveynleri ile geçiren öğrencilerde madde kullanımı yaşıtlarına göre anlamlı oranda az çıktı. Bu çocukların yüzde 36,4'ü en az bir kez sigara, yüzde 23,9'u alkol, yüzde 1,7'si ise esrar içtiklerini vurgularken, zamanlarını aileleriyle geçirmeyen öğrencilerin yüzde 54'ünün sigara, yüzde 37,5'inin alkol, yüzde 6,8'inin ise esrar kullandıkları saptandı.

Hafta sonlarını aileleriyle geçiren öğrencilerin yüzde 35'inin sigara, yüzde 21,8'inin alkol, yüzde 1,9'unun

hayatları boyunca en az bir kez esrar içtiklerini ortaya koyan araştırmada, hafta sonlarını aileleriyle geçirmeyen öğrencilerdeki madde kullanımı yaygınlığı dikkati çekti. Bu öğrencilerin yüzde 58,3'ünün sigara, yüzde 41,4'ünün alkol, yüzde 8,3'ünün ise esrar içtikleri belirlendi.

Araştırmada, saat 20.00'den sonra dışarı çıkan öğrencilerde madde kullanımına da bakıldı. Her akşam dışarı çıkan öğrencilerin yüzde 60,7'sinin sigara, yüzde 42,8'inin alkol, yüzde 9,2'sinin ise esrar içtikleri belirlendi. Buna karşın hiç dışarı çıkmayan öğrencilerin yüzde 37,1'inin sigara, yüzde 24,4'ünün alkol, yüzde 1,9'unun ise esrar kullandığı belirlendi.

Araştırmaya göre, ebeveynlerin çocuklarının arkadaşlarını tanıması sigara, içki ve alkol kullanımını azaltıyor.

Ebeveynleri arkadaşlarını tanıyan gençlerin yüzde 42'si en az bir kez sigara içerken, bu oran anne-babası arkadaşlarını tanımayan gençlerde yüzde 56,7'e çıkıyor. Alkol kullanan gençlerin yüzde 31'inin ailesi arkadaşlarını tanıırken, bu oran tanımayanlarda yüzde 35,6'ya yükseliyor. Ebeveynleri arkadaşlarını tanımayan gençlerin yüzde 8,2'si esrar kullandığını belirtirken, bu oran anne-babası arkadaşlarını tanıyan öğrencilerde yüzde 2,5'e geriliyor.

c. Alkol Kullanımın Diğer Ülkeler İle Karşılaştırılması

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) Sağlık Verilerine göre, en fazla alkolü Lüksemburglu tüketiyor. Avrupa'da 30 ülke içinde en fazla alkol tüke-

tilen ülke kişi başına 15,5 litre ile Lüksemburg oldu. Lüksemburg'u, 14 litre ile Estonya, 12,6 litre ile Macaristan ve Fransa takip etti.¹³

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) Sağlık Verileri 2010, Eurostat İstatistik Veritabanı ve Dünya Sağlık Örgütüne göre, Avrupa'da 30 ülke içinde en az alkol tüketen ülke kişi başına 1,4 litre ile Türkiye oldu. Türkiye'nin ardından 5,3 litre ile Malta, 6,8 litre ile Norveç, 6,9 litre ile İsveç en az alkol tüketilen Avrupa ülkeleri olarak yer aldılar.

Kişi başına alkol tüketiminde, alkollü içeceğin içindeki alkol miktarı baz alınıyor. Örneğin 1 litre rakıdaki alkol miktarı 0,45 litre (derecesi 45), 1 litre biradaki alkol miktarı derecesine göre 0,04-0,08 litre (derecesi 4-8), 1 litre şaraptaki alkol miktarı ise derecesine göre 0,11-0,20 litre (derecesi 11-20) arasında değişiyor.

OECD'nin raporunda, Avrupa Birliği ülkeleri içinde kişi başına alkol tüketimi ortalamasının 10,8 litre olduğu kaydedildi.

Bu ülkede yerleşik olmayanların yüksek oranda alkol satın aldığı Lüksemburg dışında bırakıldığında, Estonya, Macaristan ve Fransa 2007-2008 yıllarında kişi başına 12,5 litreden fazla alkol tüketilen ülkeler oldu.

Türkiye, Malta ve bazı İskandinav ülkeleri (Norveç, İsveç ve İzlanda) en düşük alkol tüketiminin olduğu ülkeler olarak sıralandı.

Rapora göre, ortalama alkol tüketimi birçok Avrupa Birliği ülkesinde 1980-2008 döneminde düşse de bazı-

¹³ Eurostat İstatistik Veritabanı.

larında da yükselme kaydedildi. Örneğin, şarap üreticisi İtalya'da yüzde 50, Fransa'da yüzde 35 ve İspanya'da yüzde 36 kişi başına alkol tüketimi düştü. Slovakya'da yüzde 34, Yunanistan'da yüzde 32, Almanya'da yüzde 30 kişi alkol tüketiminde düşüş yaşanırken, 1980 yılından bu yana, İzlanda'da yüzde 70, Kıbrıs Rum Kesimi yüzde 50, Finlandiya yüzde 30 ve İrlanda'da yüzde 29 kişi başına alkol tüketiminde artış yaşandı. Ancak İzlanda ve Kıbrıs Rum Kesimi, hâlâ görece olarak az alkol tüketen ülkeler arasındaki yerine koruyor.

ALKOL KONTROLÜNE İLİŞKİN MEVZUAT

Anayasa, Uluslararası Sözleşmeler ve yasal düzenlemeler, alkol kullanımının ve reklamların engellenmesine, gençliğin ve toplumun korunmasına dair hükümler içerirken, uygulamada herhangi bir adımın atılmaması, açık alanlarda içki içmenin bireyin özgürlüğü olarak yorumlanması kabul edilemez.

Anayasa'nın 58. maddesini işler hale getiren aktif uygulamalar yapılmamaktadır.

Tütün Alkol Piyasası Düzenleme Kurulu, reklam yasağına uymayan firmalar ve mecralara karşı herhangi bir cezai işlem uygulamaması keyfi uygulamalara devamlılık kazandırmıştır.

Mesken mahallerinde içki satışının yapılması, toplumsal huzuru olumsuz etkileyecek vakalara neden olmaktadır. Birçok satış büfesinin gizli bölmelerinin içki içmek isteyenler için ayarlanması suç merkezlerinin artmasını sağlamıştır.

Petrol istasyonlarında alkollü içki satışı yasak olmasına, ruhsat dahi verilmemesine karşın içki satışının yapılması, mülki idare ve yerel yönetimlerce denetimlerin yapılmaması sonucu, sürücülerimizin alkollü araç kullanmasına ve elim trafik kazalarına zemin hazırlamaktadır.

1. Alkol Kontrolünde Türkiye Uygulamaları

Ülkemiz mevzuatı incelendiğinde; alkol konusunda var olan kanunlar halkın sağlığından çok kamu düzeninin sağlanması veya alkol piyasasının düzenlenmesi amacıyla yapılmıştır. Alkol Kontrolüne ilişkin derlenen mevzuat ve mevzuata ait hükümler aynen aşağıdaki gibidir.¹⁴

a. T.C. Anayasası

Madde-58: Devlet, gençleri alkol düşkünlüğünden, uyuşturucu maddelerden, suçluluk, kumar ve benzeri kötü alışkanlıklardan ve cehaletten korumak için gerekli tedbirleri alır.”

b. Kanunlar

4733 Sayılı “Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun”¹⁵

Madde-2: Bu Kanunla ve diğer kanunlarla verilen görevleri yerine getirmek ve yetkileri kullanmak üzere... kurulmuştur.

¹⁴ Başbakanlık Mevzuat Bilgi Sistemi.

¹⁵ UYAP Mevzuat.

Madde-3: a) Bu Kanun gereğince Kurum tarafından yürütülecek görevler ile ilgili düzenlemeleri yapmak.

d) 4207 sayılı Tütün Mamullerinin Zararlarının Önlenmesine Dair Kanun'da yer alan hükümler saklı kalmak kaydıyla, tütün ve alkol tüketiminden kaynaklanan kamusal, toplumsal ya da tıbbi nitelikteki her türlü zararlı etkileri önleyecek düzenlemeleri yapmak, bunlarla ilgili kararları almak.

e) Bu Kanunun uygulanmasıyla ilgili sektörel düzenlemeler yapmak.

4/A: b) Tütün mamullerinin üretimi, iç ve dış ticareti,

c) Alkollü içkilerin iç ve dış ticareti,

e) 5179 sayılı Kanun hükümleri hariç olmak üzere, Kurumun yetki alanına giren ürünlerin satış ve sunum faaliyetleri, bu faaliyetlere ilişkin piyasa takip ve kontrolünün sağlanması, tütün ve alkol piyasalarına ilişkin düzenlemeler ve uygulamalar, tüketicilerin seçeneklerini azaltabilecek rekabet ve reklam koşullarının belirlenmesi çalışmaları,

f) Tütün ve alkol tüketiminden kaynaklanan kamusal veya tıbbi nitelikteki zararlı etkilerin önlenmesi amacıyla, Dünya Sağlık Örgütü Tütün Kontrolü Çerçeve Sözleşmesinin ve 7/11/1996 tarihli ve 4207 sayılı Tütün Ürünlerinin Zararlarının Önlenmesi ve Kontrolü Hakkında Kanun'un uygulamasına yönelik çalışmalar, tütün ve alkol tüketimini teşvik edecek faaliyetleri ve yasadışı ticareti önleyecek çalışmaların yürütülmesi,

Madde-8: 5/1) Tütün mamulleri veya alkollü içkileri satış yerlerindeki raf veya stantlara, her türlü teşhir

ünitesine, reklam ve tanıtımına ilişkin mevzuata ve Kurum düzenlemelerine aykırılık oluşturacak veya herhangi bir firmaya üstünlük sağlayacak şekilde yerleştirenlere otuz bin Yeni Türk Lirası idari para cezası verilir.

m) Tütün mamulleri veya **alkollü içkilerin kullanımını ve satışını özendirici veya teşvik edici kampanya, promosyon, reklam ve tanıtım yapılmasını önlemek** amacıyla Kurum tarafından bu Kanun uyarınca yapılan düzenlemelere aykırı hareket edenlere otuz bin Yeni Türk Lirası idari para cezası verilir.

Madde-8: 6/ Yukarıda sayılan fiiller dışında, bu Kanun ile 4250 sayılı Kanuna veya bu kanunlara göre yürürlüğe konulmuş yönetmeliklere ya da Kurumca verilen belgelerde yer alan şartlara uyulmadığının tespiti halinde, (uyarı, iptal).

Madde-9: (B) Tütün ve tütün mamulleri ile alkol ve alkollü içkilerin iç ve dış ticareti, ...bayilikler verilmesi... ve 4250 sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İhisarı Kanunu ile bu Kanunun uygulanmasıyla ilgili diğer usul ve esaslar Kurum tarafından çıkarılacak yönetmeliklerle düzenlenir.

5179 sayılı “Gıdaların Üretimi, Tüketimi ve Denetlenmesine Dair Kanun Hükmünde Kararnamenin Değiştirilerek Kabulü Hakkında Kanun¹⁶

Reklam ve Tanıtım

Madde-21: Gıda maddeleri ve gıda ile temasta bulunan madde ve malzemelerin etiketlenmesi, reklam

¹⁶ Başbakanlık Mevzuat Bilgi Sistemi.

ve tanıtımı; sahte, yanıltıcı veya gıdanın karakterine, yapısına, özellikle doğasına, özelliklerine, bileşimine, miktarına, dayanıklılığına, orijinine, üretim metoduna göre hatalı bir izlenim yaratacak, gıdanın sahip olmadığı etki ve özelliklere atıfta bulunacak, tüm benzer gıda maddeleri ile aynı özelliklere sahip olduğu halde gıda maddesinin özel karakteristiklerine sahip olduğunu bildiren veya ima eden ifadeleri ve tüketicuyu yanıltacak yazı, resim, şekil ve benzerlerini içermemelidir.

Reklam ve tanıtım ile ilgili usul ve esaslar yönetmelikle belirlenir.

Ancak, bilimsel yöntemler ve klinik testlerle kanıtlanmış ve Bakanlık tarafından kabul edilen, fonksiyonel gıdalar/özel beyanlı gıdalar ve genetik modifiye gıdalar ile benzeri diğer konulara ilişkin usul ve esaslar, Bakanlıkça çıkarılacak yönetmeliklerle belirlenir.

Tüketici Haklarının Korunması

Madde-22: Tüketici haklarının korunması amacıyla, tüketiciler; her türlü gıda maddesi ve gıda ile temasta bulunan madde ve malzemeleri üreten, ithal eden ve satan gerçek veya tüzel kişiler tarafından bilgilendirilir. Lüzumu halinde gıdaların içeriği ve özelliği hakkında tüketicilerin bilgi sahibi olmaları sağlanır. Gıda maddeleri ile ilgili olarak tüketiciler yanıltılamaz ve yanlış yönlendirilemez.

Gıda konusunda, tüketici haklarının korunması ve toplumun bütün kesimlerinin gıda kontrol safhalarına katılmasını sağlayacak tedbirler ve buna ilişkin usul ve esaslar yönetmelikle belirlenir.

4250 Sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisarı Kanunu (08.06.1942)¹⁷

Madde–19: İspirto ile bira ve şarap dahil her çeşit ispirotolu içki satmak isteyenler İnhisarlar İdaresinden ruhsat almaya mecburdurlar. Bu ruhsatın esasları Maliye ve Gümrük Bakanlığınca objektif kurallar belirleterek düzenlenecek bir yönetmelikle tespit edilir.

Öğrenci yurtları, spor kulüpleri, her türlü öğretim ve eğitim kurumları, kahvehane, kıraathane, pastane, bezik ve briç salonlarında alkollü içkilerin satışı için ruhsat verilmez. Akaryakıt istasyonlarının mağaza ve lokantalarında ise, hacmen %5 alkolden fazla alkol içeren yüksek alkollü içkilerin satışı için ruhsat verilmez.

Alkol, bira ve şarap dâhil her çeşit alkollü içkinin televizyon, kablolu yayın, radyo ve kamu yayın araçlarıyla reklamının yapılması, ayrıca, içki satış yerleri ile tüm ticari ve kamuya açık yerlerde, tüketilmek veya beraberinde götürülmek üzere on sekiz yaşından küçüklere alkollü içecek satılması veya sunulması yasaktır.”

4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun¹⁸

Madde–16: Ticari reklam ve ilânların kanunlara, Reklam Kurulunca belirlenen ilkelere, genel ahlaka, kamu düzenine, kişilik haklarına uygun, dürüst ve doğru olmaları esastır. Tüketiciyi aldatıcı, yanıltıcı veya onun tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici, tüketicinin can ve mal güvenliğini tehlikeye düşürücü, şiddet hareketlerini ve suç işlemeyi özendirici, kamu

¹⁷ Hukuki.net.

¹⁸ Tüketicihakları.org.tr.

sağlığını bozucu, hastaları, yaşlıları, çocukları ve özür-
lülere istismar edici reklam ve ilânlar ve örtülü reklam
yapılamaz.

2918 Sayılı Karayolları Trafik Kanunu

Madde-48: Uyuşturucu veya keyif verici maddeleri almış olanlar ile alkollü içki almış olması nedeniyle güvenli sürme yeteneklerini kaybetmiş kişilerin kara yolunda araç sürmeleri yasaktır.

(Değişik: 8/1/2003 - 4785/3 md.) Uyuşturucu veya keyif verici maddelerin cinsleri ile alkollü içkilerin etki dereceleri ve kandaki miktarlarını tespit amacıyla, trafik zabıtasınca teknik cihazlar kullanılır. Tespit usulleri ve muayene şartları, Sağlık Bakanlığının görüşüne uygun olarak hazırlanacak yönetmelikte düzenlenir.

c. İkincil Düzenlemeler

Alkol ve Alkollü İçkilerin İç ve Dış Ticaretine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmeliğin 19. Maddesi

Madde-19: Her çeşit alkol ve alkollü içkinin televizyon, kablolu yayın, radyo ve kamu yayın araçları ile reklamının yapılması yasaktır. Bunlar haricinde yapılacak reklam ve tanıtımın, alkollü içki tüketiminden kaynaklanan kamusal, toplumsal ve tıbbi herhangi bir zararlı etki oluşturmayacak içerikte, ürünün özelliklerini tanıtarak ve tüketicuyu doğru bilgilendirerek marka seçimini kolaylaştırmaya yönelik olması gerekir. Alkollü içkilerin kullanılmasını teşvik ve özendirici kampanyalar düzenlenemez, gençleri hedef alan ve sportif faaliyetler ile alkol kullanımını teşvik eden reklam yapılamaz.”

Alkollü İçki Reklamlarında Uyulacak İlkeler Hakkında Tebliğ¹⁹

(18/01/2005 tarihli ve 25704 sayılı Resmî Gazete)

Madde-1: Bu Tebliğ, 4733 sayılı Kanununun 3'üncü maddesinin 1'inci fıkrasının (a), (d) ve (e) bentlerinde tanınan görev ve yetkiye dayanılarak, "Alkol ve Alkollü İçkilerin İç ve Dış Ticaretine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik" in "Reklam ve Tanıtım" başlıklı 19'uncu maddesinin uygulanmasına yönelik olarak hazırlanmıştır.

Madde-2: 4077 sayılı "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun" un 4822 sayılı Kanunla değişik 16'ncı maddesi hükümleri uyarınca belirlenen ilkeler saklı kalmak üzere, alkollü içki reklamlarında uyulacak ilkeler aşağıda gösterilmiştir.

- a)* Alkollü içki reklamları, ergin olmayan (18 yaşından küçük) gençlere ve çocuklara yönelik olmamalı ve ergin olmayan gençler, ergin olduğu halde fiziki olarak ergin görünmeyen kimseler ve çocuklar alkollü içki reklamlarında kullanılmamalıdır.
- b)* Alkollü içki reklamlarında, alkol tüketiminin araç kullanımı ile ilişkilendirilmesine dair içerik kullanılmamalıdır.
- c)* Alkollü içki reklamlarında, alkollü içkilerin tedavi edici özelliklere sahip olduğu, uyarıcı ve rahatlatıcı etkisinin bulunduğu dair içerik kullanılmamalıdır.
- d)* Alkollü içki reklamlarında, alkollü içkilerin kişisel sorunları çözebileceği teması işlenmemelidir.

¹⁹ TAPDK.gov.tr.

- e)* Alkollü içki reklamlarında alkolün bırakılması, az içilmesi veya hiç içilmemesine ilişkin olumsuz bir imaj verilmemelidir.
- f)* Alkollü içki reklamlarında içki içmemek bir zafiyet olarak gösterilmemelidir.
- g)* Alkollü içki reklamlarında, içkilerin alkol derecesi tüketiciyi yanıltmayacak şekilde ve doğru olarak gösterilmeli, alkollü içkideki alkol oranının yüksekliğinin, içkinin kalitesi ile doğru orantılı olduğu şeklinde mesaj verilmemelidir.
- h)* Alkollü içki reklamlarında, daha yüksek alkol ihtiva eden içkilerin daha fazla sarhoş etme etkisine sahip olduğu mesajı verilmemelidir.
- i)* Alkollü içki reklamlarında, içki içmenin statü sembolü olduğu mesajı verilmemelidir.
- j)* Alkollü içki reklamlarında, içki içenlerin içki içmeyenlere nazaran daha cesur ve gözüpek olduğuna ilişkin tema işlenmemelidir.
- k)* Alkol tüketmemenin zihinsel ve sosyal bakımdan bir eksiklik olduğunu gösteren reklamlara yer verilmemelidir.
- l)* Alkollü içki reklamlarında, içki içmenin yetişkinlik işareti olduğu mesajı verilmemelidir.
- m)* Alkollü içki reklamlarında, alkol tüketiminin sportif başarıları arttırdığı vurgulanmamalıdır.
- n)* Alkollü içki reklamlarında, alkollü içkilerin susuzluğu giderici etkisi olduğu mesajı verilmemelidir.
- o)* Alkollü içki reklamlarında, herhangi bir alanda özel başarıya sahip veya kamuoyunun güvenini

kazanmış veya yardım kuruluşları ile işbirliği içinde olan veya çocuklar yararına faaliyette bulunan veya medyada isim yapması gibi nedenlerle, ergin olmayanlar için açıkça veya zımnen örnek teşkil eden veya edebilecek herhangi bir kişi, karakter veya grup yer almamalıdır.

p) Alkollü içki reklamlarında, ürün, önemli derecede yetenek veya dikkat veya zihin açıklığı gerektiren faaliyetlerle birlikte tanıtılmamalıdır.

Madde-3: Bu Tebliğ, reklamlar konusundaki diğer mevzuatın bu mevzuata aykırı olmayan hükümlerinin uygulanmasını engellemez.

Madde-4: Bu Tebliğ hükümlerine aykırılık halinde, 4822 sayılı Kanunla değişik 4077 sayılı “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun”un ilgili hükümleri uygulanır.

Alkollü İçki Reklamlarında Uyulacak İlkeler Hakkında Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ²⁰
(Resmi Gazete, 20 Haziran 2009 Sayı: 27264)

Madde-1: 18/01/2005 tarihli ve 25704 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan Alkollü İçki Reklamlarında Uyulacak İlkeler Hakkında Tebliğin 2’nci maddesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Madde-2: 4077 sayılı “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun”un 4822 sayılı Kanunla değişik 16’ncı maddesi hükümleri uyarınca belirlenen ilkeler saklı kalmak üzere, alkollü içki reklamlarında uyulacak ilkeler aşağıda gösterilmiştir.

²⁰ TAPDK.gov.tr.

- a)* Alkollü içki reklamlarında hedef kitle olarak gençler ve çocuklar seçilmemeli; gençler, çocuklar ile genç veya çocuk olmadığı halde böyle bir imaj veren veya verdirilen kimseler alkollü içki reklamlarında kullanılmamalıdır.
- b)* Alkollü içki reklamlarında, alkollü içki tüketiminin araç kullanımı ile ilişkilendirilmesine dair içerik kullanılmamalıdır.
- c)* Alkollü içki reklamlarında, alkollü içki tüketiminin diğer gıda maddeleri ile ilişkilendirilmesine dair içerik kullanılmamalıdır.
- d)* Alkollü içki reklamlarında, alkollü içki tüketiminin coğrafi, tarihi, kültürel, sanatsal vb. ortak değerleri ile ilişkilendirilmesine dair içerik kullanılmamalıdır.
- e)* Alkollü içki reklamlarında, alkollü içkilerin tedavi edici özelliklere sahip olduğu, uyarıcı, rahatlatıcı, güçlendirici, üstünlük sağlayıcı vb. etkilerinin bulunduğu dair içerik kullanılmamalıdır.
- f)* Alkollü içki reklamlarında, alkollü içkilerin kişisel sorunları çözebileceği veya tıbbi koruyucu etkiye sahip olabileceği temaları işlenmemelidir.
- g)* Alkollü içki reklamlarında alkolün bırakılması, az içilmesi veya hiç içilmemesini olumsuz yönde etkileyebilecek bir içerik kullanılmamalıdır.
- h)* Alkollü içki reklamlarında içki içmemek bir zafiyet olarak gösterilmemelidir.
- i)* Alkollü içki reklamlarında, içkilerin alkol derecesi tüketiciyi yanıltmayacak şekilde ve doğru ola-

rak gösterilmeli; alkollü içkinin kalitesi ile etkisini içerdiği alkol oranı ile ilişkilendirecek yönde mesaj verilmemelidir.

j) Alkollü içki reklamlarında, içki içmenin statü sembolü olduğu mesajı verilmemelidir.

k) Alkol tüketmemenin zihinsel ve sosyal bakımdan bir eksiklik olduğunu gösteren reklamlara yer verilmemelidir.

l) Alkollü içki reklamlarında, içki içmenin yetişkinlik işareti olduğu mesajı verilmemelidir.

m) Alkollü içki reklamlarında, alkol tüketiminin sportif başarıları arttırdığı vurgulanmamalıdır.

n) Alkollü içki reklamları cinselliğin istismarı ile pornografi içeren ifade ya da görüntüler içermemelidir.

o) Alkollü içki reklamlarında doğru, açık ve anlaşılabilir bir Türkçe kullanılmalı, argo kelimelere yer verilmemeli; çeşitli anlamlara gelebilecek ifade veya kelimelerin aldatıcı nitelikteki anlam ya da anlamları kullanılmamalıdır.

p) Alkollü içki reklamlarında, alkollü içkilerin susuzluğu giderici etkisi olduğu mesajı verilmemelidir.

r) Alkollü içki reklamlarında, herhangi bir alanda özel başarıya sahip veya kamuoyunun güvenini kazanmış veya yardım kuruluşları ile işbirliği içinde olan veya çocuk ve gençler yararına faaliyette bulunan veya medyada isim yapması gibi nedenlerle, çocuk ve gençler için açıkça veya zım-

nen örnek teşkil eden veya edebilecek herhangi bir kişi, karakter veya grup yer almamalıdır.

s) Alkollü içki reklamlarında, ürün, önemli derecede yetenek, dikkat veya zihin açıklığı gerektiren faaliyetlerle birlikte tanıtılmamalıdır.

t) Alkollü içkilerin tanıtımına münhasır neşriyat hariç olmak üzere; gazete, dergi, broşür, katalog, ilan ile diğer yazılı medya ve elektronik iletişim araçları vasıtasıyla reklam yapılması halinde; çocuklara ve gençlere yönelik hazırlanan sayfa, ek, program, bölümler ile spor sayfalarında alkollü içki reklamları yer almamalıdır.

u) Alkollü içkilerin reklamının sinema filmleri gösterimi vasıtasıyla yapılması halinde; bu tür reklamlar sadece Kültür ve Turizm Bakanlığı Değerlendirme ve Sınıflandırma Kurulunun (18+) olarak sınıflandırdığı sinema filmleri gösterimlerinin sonunda yayınlanmalıdır.”

Madde-2: Aynı tebliğin 4'üncü maddesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Madde-4: Bu tebliğ hükümlerine aykırılık halinde, 4733 sayılı “Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun” ile 4077 sayılı “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun”un ilgili hükümleri uygulanır.”

**Tütün Mamulleri, Alkol ve Alkollü İçkilerin
Toptan ve Perakende Satışı İle
Satış Belgelerine İlişkin Yönetmelik 13/1**

“Alkollü içki kullanımını teşvik edici ve özendirici kampanyalar düzenlenemez.”

Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik

(Resmi Gazete, 14 Haziran 2003 - Sayı: 25138)

Madde-5: *i)* Reklamlar, kamu düzenini bozucu nitelikte olamaz;

j) Reklamlar, dil, din, ırk, mezhep, felsefi düşünce ve cinsiyete dayalı ayrımcılık üzerine kurulamaz, ... istismar edemez.”

a) Bir başka firma, kurum ya da kuruluşun adı veya amblem, logo ve diğer özgün kurumsal kimlik unsurları, tüketicinin aldanmasına yol açacak şekilde kullanılamaz. (15. madde)

Madde-17: Reklamlar, kamu sağlığını bozucu nitelikte olamaz.

Çocuklara veya Reşit Olmayan Gençlere Yönelik Reklamlar

Madde-18: Çocuklara veya reşit olmayan gençlere yönelik olan veya onları etkileme olasılığı bulunan reklamlar ile içinde çocukların veya reşit olmayan gençlerin kullanıldığı reklamlar;

a) Safhıklarını, bilgi eksikliklerini ve tecrübesizliklerini istismar edemez.

b) Fiziksel, zihinsel, ahlaki, psikolojik ve toplumsal gelişim özelliklerini olumsuz etkileyecek hiçbir ifade ya da görüntü içeremez.

c) Bir mala veya hizmete sahip olmalarının ya da kullanmalarının veya yararlanmalarının tek başına yaşlılarına göre fiziksel, sosyal ve psikolojik bir avantaj sağlayacağını veya bu mala veya hiz-

mete sahip olmamanın veya yararlanmamanın aksi yönde bir sonuç yaratacağını ileri sürecek mesajlar içeremez.

h) Önlem alınmadığı takdirde kendilerinin yahut çevrelerinin sağlığına zarar verebilecek mal veya hizmetlerin reklamları, gerekli önlemlerin alınmasını sağlayan hatırlatıcı simge ve uyarıları kullanmak zorundadır.”

Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü Sponsorluk Yönetmeliği²¹

Sponsorluk alınmasında uyulacak hususlar

Madde–13: Sponsorluk iş ve işlemleri ile reklamlarda kamu düzenini bozucu, siyasi, etnik, dil, din, ırk, mezhep ve cinsiyet ayrımı yapan, genel ahlak ve adaba aykırı, zararlı ve kötü alışkanlıkları özendirici, kanunlarla yasaklanmış yazı, logo, amblem ve benzeri işaretler kullanılamaz.”

Alkollü İçkilerin Reklamlarında Uyulması Gerekten Esasları İçeren Gıdaların Üretimi Tüketimi ve Denetlenmesine Dair Yönetmelik²²

Reklam

Reklam Yayınlama İlkeleri

Madde–15: Gıdaların etiketlenmesi ve sunumuna ilişkin tüm reklamlar;

a) Yasal, ahlaki, dürüst ve doğru olmalıdır. Bu reklamlar gıdaya ilişkin düzenlemelere ve Gıda Ko-

²¹ www.gsgm.gov.tr.

²² www.zmo.tr.

deksine uygun olmalıdır. Aynı zamanda iş hayatında genel kabul gören rekabet ilkelerine de uygun olmalıdır. Hiçbir reklam ya da talep kamuoyunun reklama olan güvenini sarsacak nitelikte olmamalıdır.

Tüketicilerin gıda konusundaki duyarlılığını ya da bu alandaki olası bilgisizliğini istismar edecek biçimde tasarlanmamalıdır.

- b)* Gıdaların ambalajlanması, etiketlenmesi ve işaretilenmesi Gıda Kodeksine uygun olmalı ve içerdikleri istisnaların belirtilmesi zorunludur.
- c)* Etiketleme ve etiketlemede kullanılan yöntemler, gıda maddesinin fiyatı, bileşimi, özellikleri, miktarı, dayanıklılığı, orijin veya kökeni ve üretim tarihi, yöntemi ve koşulları, amaç için uygunluğu, kullanımı, onun kullanımından beklenen sonuçlar, yapılan test ve kontrollerin önemli özellikleri, resmi onayı, madalya, ödül ve diplomalar hakkında; yanıltıcı, gıda maddesinin sahip olmadığı etkileri veya özellikleri atfederek veya tüm benzer gıda maddeleri aynı karakteristiklere sahip olduğu halde, gıda maddesinin özel karaktere sahip olduğunu ileri sürecektir şekilde olmamalıdır.
- d)* Özel beslenme amaçlı gıdalar dahil herhangi bir gıda maddesinin hastalıkları önleme, iyileştirme ve tedavi özellikleri olduğunu bildirmek veya bu özellikleri ima etmek yasaktır.
- e)* Yukarıdaki (c) ve (d) bentlerinde belirtilen yasaklama ve sınırlamalar; gıda maddesinin şekil, görünüm ve paketlenmiş olarak sunumuna, kullanılan paketleme materyali ve düzenlemelerine, vitrinde yerleşimine ve reklamlarına da uygulanacaktır.

- f)* Gıdaya ilişkin reklamlar araştırma sonuçlarını veya teknik ve bilimsel yayınlardan yapılan alıntıları çarpıtmamalıdır. İstatistikler gerçekte olduklarından daha fazla geçerlilik taşıyormuş gibi sunulmamalıdır. Bilimsel terimler yanıltıcı biçimde kullanılmamalıdır. Reklamlarda iddiaları, gerçekte sahip olmadıkları bir bilimsel temele sahipmiş gibi göstermek üzere bilimsel terminoloji ve yersiz bilimsel ifadeler kullanılmamalıdır.
- g)* Gıda karşılaştırmalarını içeren reklamlarda karşılaştırma yanıltıcı olmamalı ve rekabet ilkelerine uyulmalıdır. Karşılaştırma konuları doğrulanabilir gerçeklere dayanmalıdır.
- h)* Gerçek olmayan ve tanıklığına başvuru yapılan kişinin tecrübesine dayanmayan hiçbir tanıklık ya da onay ifadesine yer vermemeli veya atıfta bulunmamalıdır. Gerçekliliğini yitiren ya da başka nedenlerle uygulanamaz duruma gelen tanıklık ya da onay ifadeleri kullanılmamalıdır.
- ı)* Doğrudan doğruya ya da ima yoluyla hiçbir firmayı, hiçbir endüstriyel veya ticari faaliyeti, mesleği, hiçbir ürünü küçümseyerek veya alay konusu ederek ya da benzer şekilde kötülememelidir.
- j)* Reklamlar bir başka firma, şirket ya da kurumun adını, patent, marka veya amblem, logo ve diğer özgün kurumsal kimlik unsurlarını haksız biçimde kullanmamalıdır.
- k)* Rakip firma, ya da firmalar, yanıltıcı olduğu gerekçesiyle, bir gıda reklamının önlenmesini istediği hallerde yargı yollarına başvurabilir.

l) Gıda reklamlarında genel ahlaki kurallara aykırı beyanlar, kelimeler, resim ya da görüntüler bulunmamalıdır.

m) Gıda reklamları başka reklamların genel kompozisyonunu, metnini, sloganını, görüntü düzenini, müzik ve ses efektlerini tüketiciyi yanıltacak ya da karışıklığa yol açacak biçimde taklit etmemelidir.

n) Gıda satışlarını teşvik için tüketiciyi çekilişlere ya da yarışmalara katılmaya davet eden reklamlar, tüketiciye indirimler ya da armağanlar teklif eden reklamlar, pul, kupon ve bunlardan birkaçının bir arada sunulduğu reklamlar, teşvik kampanyalarında bütün şartları açıkça belirtmelidir. Böyle reklamlarla yapılan teklifler ürünü, tüketicinin olduğundan daha çekici görmesine yol açmamalıdır.

o) Esaslara ters düşen bir gıda reklamı, reklam verenin ya da reklam veren adına hareket eden bir başka kişinin daha sonra tüketiciye doğru bilgi verdiği gerekçesiyle savunulamaz.

p) Yanıltıcı reklam teşkil eden bazı haller şunlardır:

1) Abartma,

2) Mukayeseli reklamlarda, mukayesesi yapılan malın kime ait olduğunun belirtilmediği haller veya mukayesesi yapılan malın kime ait olduğunun belirtildiği ve en iyi kaydıyla yapılan reklamlar,

3) Hatalı bilimsel araştırma sonuçlarına ve tanık beyanlarına dayandırılan reklamlar,

4) Reklamlarda fiyatların kullanılması durumunda özel indirim iddiaları, hediyeli satışlar, toptan sa-

tış fiyatına satışlar, tahliye dolayısıyla satış iddiaları,

- 5) Gıdanın belli bir ödül kazandığını belirten reklamlar,
- 6) Reklamlarda yanlış unvan veya mesleki adların kullanılması,
- r) Yukarıdaki (p) bendinde belirtilen hususlarla birlikte reklamın yanıltıcı olmaması için ayrıca gıda reklamında:
 - 1) İfadenin vaadi desteklemesi,
 - 2) İfade ile gösteri arasındaki ilişkinin birbirini desteklemesi,
 - 3) Önemli noktaların açıklanması,
 - 4) İfadenin birden fazla anlamının olmaması,
 - 5) Belirsiz ifadeler kullanılmaması gerekir.
- s) Bakanlığın ilgili Genel Müdürlüğüne bağlı olarak bir "Gıda Reklamları Denetleme Komisyonu" kurulur. Bu komisyon ayda bir toplanarak bu Yönetmeliğe uygunluğunu denetler. Bu komisyonun çalışma esas ve usulleri Bakanlıkça belirlenir.
- t) Bu maddedeki hususlara uyulmaması durumunda Kararnamenin 4128 sayılı Kanun'la eklenen 18/A ve 18/B maddelerine göre işlem yapılır.

2. Alkol Kontrolünde Dünya Uygulamaları

Alkollü içkiler sektörü dünya genelinde düzenleme ve denetim kavramlarının sıklıkla kullanıldığı piyasaların başında gelmektedir. Bunda hiç şüphesiz sosyal

sorumluluk temelinde halk sağlığına verilmesi gereken önem ve hassasiyet başta gelmektedir. Alkollü içki tüketiminin halk sağlığının zararına olduğu yıllar boyunca yapılan sayısız bilimsel araştırmalarla ortaya konmuştur. Alkol bağımlılığının yol açtığı zararlar sağlık problemleri ile sınırlı kalmayıp, sosyal hayatın çeşitli alanlarına da yayılarak; gerek ulusal gerekse global refahı, her nevi sağlık sorunu, suç işleme ve intihar oranları gibi nedenlerle olumsuz şekilde etkilemektedir.

Alkol ve alkollü içkiler sektörü; belirgin ekonomik getirileri ve istihdam yaratma potansiyeli nedeniyle önem arz etmekle birlikte, belirgin olarak halk sağlığını tehdit etme potansiyeli taşıdığı için mümkün olan en sıkı ve en etkin şekilde düzenlenmesi, denetlenmesi ve kontrol edilmesi gereken bir sektör olarak öne çıkmaktadır.

Alkol kullanımından kaynaklanan sosyal, psikolojik, tıbbi ve ekonomik zararlar tüm dünyada yaygın hale gelmiş ve dünya ülkelerini bu salgına karşı önlemler almaya itmiştir. Avrupa'da alkol tüketim oranının dünya ortalamasının iki katı olduğu, hastalık yükü değerlendirmelerine göre alkolün, 26 risk faktörü içinde tütün ve hipertansiyondan sonra 3. sırada yer aldığı ve şiddet, suç, intihar, aile içi sorunlar, sosyal problemler, alkollü araç kullanımı ve işyeri problemleri gibi birçok toplumsal sorunun da nedeni olduğu belirtilerek neredeyse birçok AB üyesi ülkede oldukça sıkı önlemler göze çarpmaktadır. Ülkemizde de arkadaş baskısı, sosyal ve psikolojik nedenlerle gençlerimizde ilk alkol alma yaşının ne yazık ki 11'e kadar düştüğu ve alkol sorununun hızla büyüdüğu tespitinde bulunmaktadır.

a. Dünya Sağlık Örgütü Alkol Kontrolü

Alkol konusunda çok aktif olan uluslararası örgütlerden biri de Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ)'dür. DSÖ'nün Avrupa bölge ofisi kendi üyesi olan 52 ülkede alkole bağlı zararların azaltılması amacıyla birçok faaliyet yürütmektedir. Bunlardan, "Avrupa Bölgesinde Alkol Politikaları Çerçevesi", "Alkol Konusunda Avrupa Sözleşmesi" ve düzenlenen iki "Bakanlar Konferansı"nda, ekonomik veya ticari çıkar çevrelerinin müdahalesi olmadan alkol politikasının (ve daha geniş olarak halk sağlığı politikasının) geliştirilmesinin önemi teyit edilmiştir.²³

Alkol pazarlaması, pazarlama faaliyetlerinin türüne bağlı olarak değişik derecelerde kontrol edilmektedir. Avrupa'daki ülkelerin yarısından fazlasında televizyonlarda bira reklâmları yasal sınırlamalara tabidir, buna beş ülkedeki tamamen yasaklar ve sayıları 14'e yükselen sert içki reklâm yasağı olan ülkeler de dâhildir.

Alkol politikası oluşturmada DSÖ ile diğer uluslararası ve hükümetler arası örgütlerin etkili rol oynaması hususunda oluşan güçlü beklenti sonucunda, DSÖ Avrupa Bölgesel Ofisince (WHO-EURO), bölgenin alkol politikasında yeni bir dönem başlatılmış, 1992'de söz konusu Ofis, alkol konusunda bölgesel çapta bir eylem planı başlatmak konusunda girişimde bulunmuştur. Son 20 yılı aşkın süredir anılan Ofis üye ülkelerde alkol ile ilgili konularda politika oluşturulmasında önemli rol üstlenmektedir.

²³ Avrupa Bölgesinde Alkol Politikaları Çerçevesi.

Bu kapsamda, WHO-EURO Üye Ülkeleri 1992'de genel alkol tüketimini azaltmayı amaçlayan ve tehlikeli içki alışkanlıkları ile mücadele için tedbirler içeren Bölgesel Eylem Planını (1993-2000 European Alcohol Action Plan) kabul etmiştir.

Buna göre; Avrupa'da alkollü içki tüketimindeki artış trendine dair bilgiler ve buna karşın alınacak eylemler dizisi ele alınmıştır. Hedef olarak alkollü içki tüketimini tüm Avrupa Bölgesi ülkelerinde ortalama %25 oranına düşürmek belirlenmiştir. Ev, okul, işyerleri ve sağlık kuruluşlarında, sağlıklı yaşamak konusunda yaklaşımlar geliştirilmesi işbu hedefe yönelik bir strateji olarak belirtilmiştir.

1999'da ülkesel planlama ve denetlemeye vurgu yapan yeni Bölgesel Eylem Planı (2000-2005) kabul edilmiştir.²⁴ Buna göre 5 temel eylem;

- Alkolün zararlarını önleyecek halk sağlığı politikaları için destek tesis etmek, eğitim sağlamak ve daha büyük **farkındalık meydana getirmek,**
- Ev, iş yeri, cemiyet veya içilen çevrede meydana gelebilecek olan **alkole ilişkin problemlerin riskini azaltmak,**
- Felaketler, kazalar, şiddet, çocuk istismarı ve ihmali ile aile krizleri gibi **alkolle ilgili zararın hem büyüklüğünü hem de derinliğini azaltmak,**
- Tehlikeli ve zararlı alkol tüketimi ve alkol bağımlılığı olan kişiler için **erişilebilir ve etkin tedaviyi sağlamak,**

²⁴ Bölgesel Eylem Planı (2000-2005).

- Çocukları, **gençleri ve alkol içmemeyi seçenleri, içenlerin baskılarından korumayı sağlamak,**

olarak belirlenmiştir.

2001'de gençlik ve alkol konularına yönelen ikinci DSÖ Bakanlar Konferansı sonucunda "Stockholm Deklarasyonu" olarak da bilinen "Gençlik ve Alkol Deklarasyonu" ile "Avrupa Alkol Belgesi" desteklenmekle kalmamış, başka hedefler de belirlenmiştir. Bu hedefler aşağıdaki gibi sıralanabilir;²⁵

- Alkollü içki kullanımını, pazarlamayı da içeren baskıları, alkole dayalı zararları azaltmak,
- Gençler arasında alkol kullanımını azaltmak,
- İçki kullanımına alternatifler yaratmak, gençlerin sağlık politikaları ile daha fazla ilgilenmelerini ve daha fazla eğitim sağlamak.

DSÖ Avrupa bölgesindeki 51 ülke temsilcileri, 2006 yılına kadar on ortak hedefin başarılması konusunda mutabakata varmıştır. Kültürel ve sosyal farklılaşmasına uygun olarak, aşağıdakileri amaç edinmişlerdir:

Alkol tüketmeye başlayacak gençlerin sayısını kayda değer şekilde azaltmak,

- Gençlerin içkiye başlama yaşlarını geciktirmek,
- Özellikle küçükler ve genç yetişkinler arasındaki yüksek riskli içme sıklığını ve meydana gelişini tam olarak azaltmak,

²⁵ Stockholm Deklarasyonu.

- Gençlerle çalışanların eğitim ve öğretim imkanlarını artırmak ve alkol ve uyuşturucuya alternatifler geliştirmek,
- Özellikle alkolle ilgili sağlık sorunlarında gençleri desteklemek,
- Alkol konusunda gençlerin eğitimini artırmak,
- Alkol promosyonları, bedava dağıtımlar, reklam, sponsorluk vb. faaliyetler aracılığıyla gençlerin alkol kullanması üzerindeki baskıları minimize etmek,
- Yasadışı alkol satışlarına karşı olan faaliyetleri desteklemek,
- Özellikle alkol problemi olan gençleri ve/veya alkol bağımlısı aile fertleri için sağlık ve tedavi hizmetlerinden faydalanmalarını sağlamak/artırmak,
- Özellikle gençlerin maruz kaldığı kazalar, saldırı ve şiddete ilişkin alkol kaynaklı zararları *azaltmak*.

Söz konusu Deklarasyon sağlık ve alkol politikalarının ticari ve ekonomik çıkarların etkisinde kalınmadan geliştirilmesi gerektiğini teyit etmektedir. Ayrıca, 2005 DSÖ Akıl Sağlığı Bakanlar Konferansı, Çocuk ve Genç Sağlığı ve Gelişimi Avrupa Stratejisi taslağı gibi ilgili diğer alanlarda yürütülen faaliyetlerde de alkole göndermeler yapılmıştır.

2005 yılında sona eren ikinci Bölgesel Eylem Planını takiben WHO-EURO Bölgesel Komitesi yeni bir "Alkol Politikası Çerçevesi"ni onaylamıştır. Söz konusu

çalışmada, Bölgesel Eylem Planının özünü oluşturan ilkeler korunmakla birlikte, uluslararası işbirliğinin yanı sıra başka alternatif politikalara da vurgu yapılmıştır. Konsey ilk defa **1986 yılında alkolü kamu sağlığı ve sosyal açıdan sorun** olarak belirtmiştir.

19-24 Mayıs 2008 tarihinde, Cenevre’de 61. DSÖ Asamblesinde Slovenya Hükümeti temsilcisi Sağlık Eski Bakanı Dr. Bozidar Voljç tarafından DSÖ yönetim Kuruluna yaptığı bir anlamda alkol kullanımının zararlarına karşı alınacak önlemlere değinilen rapor bildirgesinde aşağıda sıralanan görüşler belirtilmiştir;²⁶

- Alkolün zararlı kullanımını azaltma stratejileri paylaşılmalıdır.
- Alkol ilişkili problemler dünya çapında hızla artmakta olduğundan bu durum küresel bir girişimi ve yönlendirmeyi gerektirmektedir.
- Yerel, bölgesel ve ulusal düzeyde acil önlemler alınmalıdır.
- Tüm üye ülkeler ve DSÖ alkolün zararlarından ortak sorumludurlar ve konuyu uzun süredir ihmal etmişlerdir.
- Alkolün yol açtığı psikolojik, sosyolojik, ekonomik zararlar ortadadır, özellikle gençler bundan çok etkilenmektedir.
- Fakirlik ve kötü beslenme alışkanlığını alkol kullanma körüklemekte ve içki kullanandan diğer insanlara zarar vermektedir.

²⁶ Dünya Sağlık Asamblesi, Cenevre,2008

- Tüm DSÖ bölgeleri bu farkındalığı paylaşmalıdır. 2006 yılında AB, üye devletleri alkol ilişkili zararları önlemede desteklemek üzere bir strateji kabul etmiştir. Barselona'daki üçüncü alkol konferansı boyunca sadece problemlerin ne olduğu değil alınacak önlemler de tartışıldı. Örnek uygulamalar mevcut olsa da daha etkili önlemlerin uygulanmasına ve tecrübe ve birikimlerin paylaşılmasına şiddetle ihtiyaç vardır. Bu alandaki stratejik liderliği DSÖ acilen yürütmelidir ve bölgelere ve uluslara alkolle mücadelede destek olmalıdır.
- Küresel bir strateji belirlenmeli ve bu amaca tüm gücüyle hizmet etmelidir.

b. Alkol İle İlgili Avrupa Şartı²⁷

Etik İlkeler ve Amaçlar

Paris Konferansı, Avrupa Alkol Eylem Planı desteğinde bütün üye ülkeleri, kapsamlı alkol politikaları düzenlemeye ve farklı kültürlerine, sosyal, yasal ve ekonomik şartlarına uygun olarak aşağıda yer alan etik ilkeleri ve amaçları ifade eden programları uygulamaya davet etmektedir.

- 1) Bütün insanların kazalardan, şiddetten ve alkol tüketiminin diğer olumsuz sonuçlarından korunmuş bir aile, toplum ve iş yaşamına sahip olma hakkı vardır.
- 2) Bütün insanların alkol tüketiminin sağlık, aile ve toplum üzerine etkileri konusunda yaşamın er-

²⁷ Sağlık, Toplum ve Alkol Üzerine Avrupa Konferansı, Paris, 12-14.12.1995.

ken dönemlerinde başlayan, doğru ve tarafsız bilgi ve eğitim alma hakkı vardır.

- 3) Bütün küçükler ve genç yetişkinler, alkol tüketiminin olumsuz etkilerinden ve imkânların elverdiği ölçüde alkollü içki reklamlarından arındırılmış bir çevrede büyümeye hakları vardır.
- 4) Tehlikeli veya zarar verici boyutta alkol tüketen bütün insanların ve onların aile üyelerinin tedavi ve bakıma ulaşma ve alma hakları vardır.
- 5) Alkol tüketmek istemeyen veya sağlık sorunları ya da diğer nedenlerle alkol tüketemeyen herkesin içmek için zorlanmamaya ve alkol kullanmama davranışlarının desteklenmesine hakları vardır.

Alkol Eylemi İçin On Strateji

Her üye ülkenin birbirlerinden farklı kültürleri, sosyal, yasal ve ekonomik koşulları ile uyumlu olarak, yukarıda listelenen etik ilkeleri ve amaçları etkin kılmaya yönelik aşağıda yer alan alkol eylemi ile ilgili olarak sağlığın geliştirilmesi konusunda 10 strateji uygulanırsa; bunun Avrupa Bölgesinin sağlık ve ekonomisine belirgin yarar sağlayabileceği, araştırmalar ve ülkelerdeki başarılı örnekler tarafından gösterilmektedir.

- 1) İnsanları, erken çocukluk döneminde başlayan yaygın eğitim programları oluşturarak, alkol tüketiminin sağlığa, aile ve topluma etkileri ve zararlarının önlenmesi veya en aza indirilmesine yönelik etkili önlemler konusunda bilgilendirmek.

- 2) Kazalardan, şiddetten ve alkol tüketiminin diğer olumsuz sonuçlarından korunmuş kamu alanı, özel yaşam alanı ve çalışma ortamı geliştirmek.
- 3) Alkollü araba kullanımını caydırıcı yasaları çıkarmak ve yaptırımını sağlamak.
- 4) Sağlık hizmetlerinin varlığını denetleyerek –örneğin gençler için– ve alkollü içkilerin fiyatlarını etkileyerek –vergilendirme gibi– sağlığı geliştirmek.
- 5) Bazı ülkelerde var olan kısıtlama ve yasalara benzer şekilde alkollü içkilerin dolaysız ve dolaylı reklamları üzerinde sıkı denetim uygulamak ve reklamların hiçbir şekilde, alkol ile spor arasında kurulan bağ örneğinde olduğu gibi genç insanları hedef almasını engellemek.
- 6) Tehlikeli ve zararlı alkol tüketimi içinde olan kişiler ve aile üyeleri için eğitimli personel tarafından sunulan etkili tedavi ve rehabilitasyon hizmetlerinin ulaşılabilirliğini sağlamak.
- 7) Alkollü içkilerin pazarlama ve sunumunda yer alan kişilerin etik ve yasal sorumluluklarının bilincinde olmalarını teşvik etmek, güvenli üretim konusunda sıkı kontrol sağlamak ve alkollü içkilerin yasal olmayan üretim ve satışına karşı uygun önlemler almak.
- 8) Toplumun gelişiminin ve liderliğinin güçlendirilmesi ile birlikte; sağlık, sosyal güvenlik, eğitim ve yargı gibi farklı sektörlerdeki meslek insanların eğitimi ile toplumun alkol ile ilgilenme kapasitesini arttırmak.

- 9) Sağlıklı yaşam tarzlarını teşvik eden, özellikle alkolün zararlarını önlemeyi veya azaltmayı amaçlayan sivil toplum örgütlerine ve kendi kendine yardım hareketlerine destek vermek.
- 10) Alkol ile İlgili Avrupa Şartı'nı dikkate alarak, üye ülkelerde, geniş tabanlı programlar formüle etmek; açık hedefler ve sonuç göstergeleri belirlemek; gelişmeyi izlemek ve programların değerlendirilerek süreli güncelleştirilmelerini sağlamak.

c. Avrupa Birliğinde Alkol Kontrolü

II-1 89/552//EC Direktifi/Md. 15

Direktifte alkollü içkiler reklamlarının bağlı olacağı ölçülere yer verilmiştir. Bunlar;

- Küçükler hedef alınmamalı ve özellikle küçükler içki içer halde tasvir edilmemelidir.
- Alkol tüketimi ile fiziksel performans veya araç kullanma arasında bağ kurulmamalıdır.
- Alkol tüketiminin cinsel gücü arttırdığı imajı oluşturulmamalıdır.
- Alkolün tedavi edici özellik taşıdığı veya kişisel problemleri çözücü ve yatıştırıcı olduğu iddia edilmemelidir.
- Aşırı alkol tüketimini teşvik etmemelidir.
- Yüksek alkol içeriğinin içkilerin kalitesini gösterdiği vurgulanmamalıdır.

**III.2. Gençlerin, Özellikle Ergen ve Çocukların Alkol Kullanımına İlişkin
5 Haziran 2001 Tarih ve 2001/458/EC
sayılı Konsey Tavsiye Kararı**

I. Konsey Üye Ülkelere, gençlerin, özellikle çocuk ve ergenlerin alkolle ilişkisi konusunda aşağıdaki, düzenlemeleri hayata geçirmelerini tavsiye eder.

- 1) Gençlerin alkol tüketiminden kaynaklanan çeşitli problemler ve bu problemlerin çözümüne ilişkin yapılacak araştırmaların teşvik edilmesi.
- 2) Çocuk, ergen, ebeveynler, öğretmenler ve bakıcıların, alkol konusu da dahil olmak üzere kapsamlı sağlık teşvik politikaları içerisinde yer almasının sağlanması; bu konuda eğitim sisteminde gerekli düzenlemelerin yapılması.
- 3) Gençleri alkol içmeye teşvik eden faktörlerin belirlenmesi için araştırmalar yaptırılması.
- 4) Gençlerin alkol ve alkol tüketiminin negatif etkileri konusunda eğitilmesine destek olunması, bu doğrultuda medya kampanyaları düzenlenmesi.
- 5) Alkol kullanımının, gençler üzerinde etkisi konusunda birey ve toplumsal düzeylerde bilinç düzeyinin artırılması.
- 6) Gençlerin sağlıkla ilgili politika ve kampanyalara bilfiil katılımının artırılması.
- 7) Alkolün gençler üzerine etkileri konusunda kılavuz materyaller hazırlanmasının teşvik edilmesi.
- 8) Alkollü araç kullanımının tehlikelerinin okullar, sürücü kursları ve eğitim müesseselerinde aktarılması.

9) Reşit olmayan kişilere alkolün yasadışı olarak satılmasının önlenmesine yönelik düzenlemeler yapılması.

10) Gençlerin alkol bağımlısı olmasının önlenmesi yönünde erken uyarı ve erken müdahale yaklaşımlarının oluşturulmasının desteklenmesi.

II. Üye Devletler, kendi hukuki sistemleri ve normları çerçevesinde aşağıdaki düzenlemeleri yapmalıdırlar.

1) Alkollü içki üreticileri ve satıcıları ile sivil toplum kuruluşları; sunum, satış ve pazarlama konularında etkin mekanizmalar kurmaları yolunda teşvik edilmelidir.

a) Üreticilerin çocuk ve ergenleri özel olarak hedef alan alkollü içkileri üretmemesi sağlanmalıdır.

b) Alkollü içkiler üretilip satışa sunulurken, aşağıdaki hususlar dikkate alınmalıdır:

- Gençlikle ilgili tarzların (karakter, motif ve renk) kullanılmaması.
- Promosyon kampanyalarında çocuk, ergen ve reşit olmayan görünümde kişilerin kullanılmaması.
- İlaç ve tütün gibi diğer zararlı maddelere ilişkin imalarda bulunulmaması.
- Şiddet ve anti sosyal davranışlarla ilişki kurulmaması.
- Sosyal, cinsel veya sportif başarı vurgusu olmaması.
- Düşük fiyathlı satış yapılması da dahil olmak üzere çocuk ve ergenleri içki içmeye özendirilmemesi.

- Çocuk ve gençlerin katılımının yoğun olduğu spor, müzikal ve diğer organizasyonlarda reklam ve promosyon yapılmaması.
- Çocuk ve gençlere yönelik yayın yapan medya organlarına reklam verilmemesi.
- c) Garson ve satış temsilcilerine, gençlere ve çocuklara satış yapmamaları için özel eğitim verilmesi.
- d) Üreticilerin bir malı piyasaya sunmadan, medya lansmanına başlamadan, tavsiye almasının sağlanması.
- e) Yukarıdaki maddelere uymayan şekilde üretilerek satılan ürünlerin piyasadan men edilmesi ve gerekli piyasa tedbirlerinin alınması.
- 2) Üretici ve satış örgütlerinin bu prensiplere uymalarının sağlanması.

Komisyon, bu maddelerin uygulanmasını teminen Üye Devletlere bilgi, AR-GE, iletişim desteği vermeye ve gelişmeleri rapor etmeye davet edilmiştir.

III.3. Alkolle İlgili Zarara İlişkin Topluluk Stratejisi Hakkında 5 Haziran 2001 Tarih ve 2001/C 175/01 Sayılı Konsey Sonuç Bildirgesi

Konsey,

- 1) Alkol ile ilgili Avrupa Sağlık Konferansının sonucunda oluşturulan hedefleri dikkate alır.
- 2) 29 Mayıs 1986 Alkol Suiistimali Tebliğini anımsar.
- 3) Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) Avrupa Bölgesinin hazırlamış olduğu Eylem Planını anımsar.
- 4) DSÖ Gençlik ve Alkol Konferansı sonuçlarını dikkate alır.

- 5) Komisyon'un Topluluk Sağlık Stratejisi Tebliğini anımsar.
- 6) ECAS araştırması raporunu dikkate alır.
- 7) Alkolün Avrupa Topluluğunun anahtar sağlık bileşenlerinden biri olduğunu vurgular.
- 8) Alkol tüketiminin çeşitli sağlık zararlarına yol açtığını beyan eder.
- 9) Avrupa yollarındaki kazaların temel sebeplerinden birinin alkol kullanımı olduğunu kabul eder.
- 10) Alkol kullanımı ile işsizlik, verimsizlik, şiddet, aile müessesesinin yıpranması arasındaki bağını altını çizer.
- 11) Gençler arasında eğlence âlemleri ile aşırı alkol tüketimi yaratıldığını kabul eder.
- 12) Alkol ve Tütün alışkanlığına karşı tedbirler alınması gerektiği yönündeki AB stratejisini kabul eder.
- 13) Bahsi olunan konuların aynı zamanda aday ülkelerde de mevcut bulunduğunun farkındadır.
- 14) Üye Devletler arasında alkollü içki tercihleri, tüketimi ve politikaları konusunda farklılıklar olduğunu farkındadır.
- 15) Konsey Tavsiye Kararı'nın çıkmasından memnuniyet duyar.
- 16) Aday ülkelerin de bu konuda yapılacak çalışmalara yardımlara dahil edilmesi gereğinin farkındadır.
- 17) Komisyonu, alkolle ilişkili zararların azaltılması için kapsamlı Topluluk Stratejisi oluşturmaya ve takvim belirlemeye davet eder.

III.4. AB Ulusal Alkol Politikası ve Eylem Komitesi Alkol Stratejisi

AB Ulusal Alkol Politikası ve Eylem Komitesi, “Üye Devletlerde Alkole Bağlı Zararların Azaltılmasına Destek İçin Bir AB Stratejisi” isimli Komisyon Tebliğinin 24 Ekim 2006 tarihinde kabulünü takiben (COM(2006) 625 final), Komisyonun ilgili birimlerince kurulmuştur.

Bu Strateji, genel olarak zararlı ve tehlikeli boyutta alkol kullanımı sonucu ortaya çıkan sağlık sorunları ile beraberinde oluşan sosyal ve ekonomik maliyetleri ile de ilgilenmektedir.

III.5. Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi'nin Onaylanmasına Dair Karar

Bakanlar Kurulu Karar Sayısı: 93/5038

Karar Tarihi: 22 Kasım 1993

Resmi Gazete Tarihi: 12 Aralık 1993

Resmi Gazete Sayısı: 21786

Madde–15: Belirli Ürünlerin Reklâmları:

- 1) Tütün ürünleri reklâmlarına izin verilmez.
- 2) Her çeşit alkollü içki reklâmları aşağıdaki kuralara uygun olacaktır:
 - a) Bu reklâmlar, özellikle reşit olmayan küçüklere yönelik olmayacak ve alkollü içkilerin tüketimine ilişkin reklâmlarda görülenler reşit olmayan bir kişi izlenimi uyandırmayacaktır.
 - b) Alkol tüketimi fiziksel bir etkinliğe veya araba kullanmaya bağlı olarak sunulmaz.
 - c) Reklâmlarda, alkolün tedavi edici özellikler taşıdığı veya uyarıp, yatıştırıcı ve özel sorunların çö-

zülmesinde yararı olduğu gibi unsurlara yer verilmez.

d) Reklâmlar, aşırı alkol tüketimini teşvik edici biçimde düzenlenmeyecek veya alkol kullanmama-yı yahut ılımlı içmeyi olumsuz bir özellik olarak göstermeyecektir.

e) Reklâmlar, içkideki alkol muhtevası konusunda gereksiz ibarelere yer vermeyecektir.

1 Ocak 2007 itibariyle oluşturulan AB Alkol Stratejisinde mücadele stratejisi ortaya konulmakta ve AB-27'deki Doğru Uygulamaların İzlenmesi sağlanmaktadır. Ülkelerdeki kıyaslamalı olarak alkol kontrol stratejileri irdelenmektedir.

d. Alkol Kontrolü İle İlgili Diğer Ülkelerdeki Uygulamalar

Ülkemiz Uygulamalarına yön vermek amacıyla alkol kontrolüne ilişkin diğer ülkelerde yapılan uygulamaların bazıları kısaca şöyledir;²⁸

Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'nde alkollü içki satışı federal düzeyde 21 yaş altı için yasaklanmıştır. Ayrıca, otoyollarda alkollü araç kullanmak tutuklanma sebebidir.

Tekساس eyaletinde alkollü içki reklamlarıyla ilgili genel hükümler arasında; kamuya açık sokak ve cadde veya karayollarında sesli bir taşıtın kullanılması veya el ilanlarının dağıtılması vasıtasıyla alkollü içkilerin reklamının veya satışının yapılamayacağı hususu ve alkollü ürünlere ilişkin promosyon ve eşantiyon faaliyetlerini sınırlayan hususlar yer almaktadır.

²⁸ Dünya Sağlık Örgütü Çalışmalarından.

Örneğin, 1 Kasım 2003 tarihli Alkollü İçki Kanununun reklama ilişkin Yanıltıcı, Kötüleyici Yahut Başka Şekillerde Yasadışı Olan Reklamlar bölümünde;

“Aşağıdaki özellikleri taşıyan alkol ürünü reklâmları yayınlanamaz veya yayılamaz ya da bunların yayılmasına ya da yayımlanmasına izin verilemez;

- 1) müşterinin reklâmı yapılan ürün konusunda aldatan yahut bu amaçla hazırlanmış reklâmlar;
 - 2) doğrudan veya belirsizlik oluşturma, eksik bilgi verme yahut sonuç çıkarma yoluyla yanlış yönlendirici bir izlenim bırakma eğiliminde olan reklâmlar;
 - 3) herhangi bir ayrıntısı gerçek dışı olan reklâmlar;
 - 4) ürün alkol içeriğine atıfta bulunan reklâmlar;
 - 5) rakip ürünleri kötüleyen reklâmlar veya
 - 6) müstehcen veya adaba aykırı reklâmlar.
- b) Bu bölümün kapsamına giren medya organları arasında şunlar vardır:

- 1) radyo yayıncılığı;
- 2) gazeteler, süreli yayınlar ve diğer basılı yayınlar;
- 3) tabelalar ve açık alan reklâmları ve
- 4) tüm basılı ve grafik yayınlar.

Aynı yasanın Yasaklanan Reklâm Türleri bölümünde ise; Hiç kimse kamuya açık sokak cadde veya karayollarında sesli bir taşıtın kullanılması yahut el ilanlarının dağıtılması vasıtasıyla alkollü içkilerin reklamını ya da satışını yapamaz.

İskoçya'da, alkollü içkilerin tanıtımlarında, gençlerin hedef alınmamasını sağlamak sponsorluğun temel dayanağı olarak kabul edilmiş, tüm sponsorlukların “Alkollü İçkilerin Üretimi ve Satışı hakkında Sosyal Sorumluluk Standartları Rehberi”nde yer alan uygulama kurallarına uyumlu olması koşulu konulmuş ve alkol markalarının 18 yaş altı spor takımlarının, spor kutlamalarının, faaliyetlerinin ve 18 yaş altı bireylerin sponsorluğunda kullanılmayacağı yönünde karar verilmiştir.

Polonya kanunlarında sadece biranın reklâmlarına izin verilmektedir. Hatta bira bile birçok sınırlamalara tabiidir. Örneğin küçükleri hedef alan reklâma izin verilmemektedir. Dergilerde alkol reklâmları üzerinde yasak söz konusudur. Ayrıca yaygın görsel medyada gündüz 06.00 ile akşam 08.00 arası bira reklâmlarına izin verilmemektedir.

Hindistan'da spor faaliyetlerinin alkol endüstrisi tarafından sponsorluğu ve promosyonu tamamen yasaktır.

Arjantin, Meksika ve Kanada'da, alkol endüstrisinin sportif faaliyetlere ve gençlerin katıldığı faaliyetlere sponsor olması hususlarında kısıtlamalar söz konusudur.

Almanya'da, 1997 yılında çıkarılan bir Ulusal Alkol Kanunu mevcuttur. 2003 yılında bu kanun “Gençliği Koruma Kanunu” olarak revize edilmiştir. Örneğin bu kanuna göre sinemalarda 18.00'dan önce alkollü içki yasağı söz konusudur.

Belçika'da, çocuklara yönelik etkinliklerde sponsorluk yasaklanmıştır. Gençleri hedef alan reklamların yapılmamasına yönelik özen gösterilmektedir.

Finlandiya’da, bira ve şarapta kısmi, yüksek alkollü içkilerde mutlak reklam yasağı bulunmaktadır. Reklamda ve bu kapsamda sponsorlukta gençlerin hedef alınmaması yönünde sınırlamaları mevcuttur. Toplumun 26 yaşına kadar olan kesimi gençlik olarak kabul edilmektedir.

Fransa’da, gençleri hedef alan reklam yasaklarının uygulanmasına dair katı yaptırım mekanizmaları mevcuttur. Gençlere dair organizasyonların sponsorluğu da yasaktır. Nitekim Avrupa Ragbi Birliğinin başta gelen organizasyonu olan “Heineken Kupası”, alkol reklamlarındaki kısıtlamalar sebebiyle Fransa’da “H. Kupası” olarak adlandırılmakta, alkollü içki markasını taşıyan formalar ile Fransa’da spor müsabakalarında oynamak yabancı ülke takımları için dahi mümkün bulunmamaktadır.

İngiltere’de, Alkolün Zararlarını Azaltma Stratejisi kabul edilmiştir. Sağlık Komitesi’nin raporunda, 18 yaş altı katılımcıların, tüm katılımcıların %10’undan fazla olması durumunda hiçbir faaliyet ve etkinliğe sponsor olunmaması bir yöntem olarak belirlenmiştir.

İrlanda’da 2003 yılında, Sağlık Bakanlığı Alkollü Ürünler Kanun Tasarısı için hükümet onayını almıştır. Tasarıda alkol reklamlarının koyulacağı yer, içerikleri, alkol reklamlarının üzerindeki sağlık uyarıları gibi konular yer almıştır. Eylül 2005’te alkol reklamlarında yeni gönüllük yasasının endüstri tarafından uygulanabilmesi için Alkol Ürünleri Kanun Tasarısını ertelemeye karar verilmiştir. Yeni gönüllük yasası içki, reklâm ve medya endüstrilerinin bu konudaki toplum hassasiyetini de dikkate alarak gerekli sınırlamaları yapmalarını öngörmektedir.

İrlanda'da sert alkollü içkilerde televizyon ve radyolarda reklâm yasağı mevcuttur. Alkol reklâmları spor programlarından önce gösterilemez. Aynı reklâm bir kanalda bir gecede ikiden fazla yer alamaz.

İtalya'da çocuklara ve genç yetişkinlere yönelik programlarda (15 dakika öncesi ve sonrası) alkol reklâmı yasaktır. Distile alkollü içki reklâmları öğleden sonra 14.00 ilâ 19.00 arası yasaktır. İhlal durumunda 2.500-10.000 avro arası para cezaları öngörülmektedir.

“Alkol ve Alkol Kaynaklı Problemler (2001)” kanununda ve İtalya Reklâm Kanunu'nda (self-regulation) alkol reklâmlarına yönelik ilkeler belirlenmiştir. İtalyan Reklâm Kanunu 2005 yılında güncellenmiş ve güçlendirilmiştir. Kanunun 22'nci maddesine göre küçükler hedef alınmamalı ve küçükler alkol kullanırken tasvir edilmemelidir. İhlal durumunda reklâmlar yayından kaldırılır.

Dünyadaki modern ve gelişmiş birçok ülke örnekleri de dikkate alınarak ülkemizin uluslararası platformlarda onayladığı strateji ve ilkelere uyumlu, açıklığı ve uygulamaların kolaylaştırılmasını temin edecek hükümler ihdas edilmelidir.

ALKOLİZMİN TEDAVİSİ

Ani alkol hastalığı, yani aşırı sarhoşluk halinde şok durumu ortaya çıkmazsa bir tedavi gerekmez. Şok ortaya çıkarsa hemen hastane bakımı gerekir. Müzmin alkol hastalığında ise tehlike çok ciddidir ve çeşitli usullerle tedaviye çalışılır:

İlaç Tedavisi: ilaç, alkollü içkiyi kullanma halinde son derece kuvvetli etkiler meydana getirir. Bu şekilde

alkolün kendisine yaramadığına inanan kişi alkolden soğur. İlacın tesirli olması için düzenli olarak her gün alınması gereklidir. İlaç tedavisinin mutlaka uygun bir klinikte ve yetkili doktor kontrolünde yapılması (en azından başlatılması) hayati ehemmiyeti haiz bir husus olduğu unutulmamalıdır.

Alkolün pençesinden kurtulanların pek çok ülkede kurduğu alkoliklere yardım “**Adsız Alkolikler**” (Alcoholics Anonymous) teşkilatı hem alkolden kurtulmada hem de alkole dönmeme savaşında kişilere yardım etmektedir.

Psikoterapi (ruhsal tedavi)nin de tedavi edici nitelikte olduğu son zamanlarda kanıtlanmıştır.²⁹

1. Alkoliklerin Tedavi Safhaları

Alkoliklerin iyileşmesi, yoksunluk devresinin tedavisi ve sıkı kontrol altında tutulmasıyla başlamaktadır. O yoksunluk devresinin tedavisi kesinlikle hastanede yapılmalıdır. Çünkü hasta bu devreyi atlattıncaya kadar, ona çok değişik tedavi ve uzman müdahaleleri uygulanmalıdır.

Alkolizmin tedavi safhaları ve uygulamaları aşağıdaki gibi olmalıdır:

- a) Hastanın evde alkol kullanmaması,
- b) Hastanın eski alkol kullanan arkadaşlarından ve o bölgeden uzak tutulması,
- c) Sonunda hastanın periyodik olarak izlenmesi ve tedavi merkezleri ile görüşmelere devam etmesi gerekir. Bunun yanında hastanın hastaneyle ve

²⁹ Wikipedia.org.

doktorlarıyla ilgisinin kesilmemesi ve onlardan devamlı moral takviyesi alması şarttır.

- d)* Grup tedavilerinin uygulanmasında, tedavi bittikten sonra dahi zaman zaman katılması ve alkolden vazgeçme arzusunun sürekli canlı tutulması iyileşme şartlarından biridir.
- e)* Yapılan etkin tedavi zamanının ilk 6-8 ayı oldukça önemlidir. Çünkü bu devrede alkole geri dönüşler oldukça sık olmaktadır
- f)* Ancak alkol tedavisinin değişik kısımları olan patolojik (hastalıklı organ tedavisi) fizyolojik ve psikolojik tedavilerinin de birlikte yönetilmesi ve bunların bazılarının ihtiyaca göre yönetilmesi de gereklidir.³⁰

2. Alkolizmin Tedavi Zorlukları

Alkolikler ilk zamanlarda alkolün bazı zararlı yönlerini kısmen de olsa idrak edebilmektedirler. Ancak alkoliklerin zamanla, gerek zihinleri gerekse idrak güçleri zayıflamaktadır. O duruma gelmiş olanların artık alkolün kötülüğünü anlamaları mümkün değildir. Çünkü alkolsüz kalmak onlar için dünyanın en kötü durumudur. Onlar için alkol adeta bir hayat iksiri gibidir. Bu tür içiciler ilk önceleri içmek için sebep arayıp buluyorlar. Ancak daha sonraları bu tür sebeplere hiç gerek kalmaz, çünkü bu dönemdeki alkolikler günün 24 saatini alkol almak için uygun görmektedir. Artık onlar için en iyi dost alkoldür. Alkol onların en iyi sırdaşı ve sığınma nesnesidir.

³⁰ Prof. Dr. Cahit Babuna, Alkol Esareti ve Sağlık Sorunları.

Bunlara rağmen alkolikler çoğu zaman bir suçluluk kompleksi içinde olmaktadır. Bazen içlerinde pişmanlık duyguları oluşmaktadır. Bu sefer o duyguları bastırmak için içmeye devam etmektedirler. Bütün bu karışık duygular insanlara aşırı sinir gerginliği ve büyük stres yapmaktadır. Zamanla bu durumun içindeki insanlar içe dönük duruma gelmekte ve bu sefer depresyona yenik düşebilmektedir. Depresyon sürekli huzursuzluklara, panik nöbetlere de dönüşebilmektedir. Bu tür hastalarda ayrıca çarpıntı, tıkanmalar ve göğüs ve kalp rahatsızlıkları da sıklıkla görülmektedir. Bu durumda nefes alma zorlukları ve adeta boğulmalar da hissedilebilmektedir.

3. Toplumun Bağımlıya Bakışı

Alkolizm ve alkoliklerin durumları cemiyet tarafından genellikle utanç verici ve ahlaksızlık olarak kabul edilmektedir. Aslında bu hatalı bir tutum ve anlayıştır. Tüm dünyada alkolizm kronik bir hastalık olarak kabul edilmekte ve ona göre tedavi uygulanmaktadır.

Toplum uygulamalarında alkoliklerin evlerinden atıldığı, boşanmalar ve yalnızlaştıkları görülür. **Alkolikler bir hastadır ve diğer psikiyatrik TBC, kalp, karaciğer ve kronik böbrek hastaları gibi ciddi şekilde bıkmadan usanmadan tedavi edilmelidir.**

Alkole bağımlı kişi suçlu değildir. O birtakım gelişmelerin etkisinde kalan kimsedir. Kronik hastalığa yakalanmış kimse gibidir. Bağımlılık bir davranış bozukluğu kabul edilirse onu tedavi etmek ve düzeltmek mümkün değildir.

Bağımlılık tuzağına yakalanmış olana eğer dışarıdan el uzatılmazsa, yakınlık duyulmazsa veya bilgili

bir şekilde yardım edilmezse durum kendiliğinden düzelmez ve düzeltilemez. Alkoliklere dışarıdan uzman eli uzman yardımı gerekir. Ancak alkol bağımlısı genellikle direnir, yardım istemez, hasta olduğunu kabul etmez ve yardımı reddeder. Ancak onu sabır ile ikna etmek ve tedavisini yaptırmak gerekir.

4. Alkolik Tipleri

Değişik alkolik tipleri vardır. Genelde A ve B olmak üzere iki tipten bahsedilir.

a) Tip A. Alkolizmi, bu tip alkolizm çok erken daha çocuk yaşlarında başlayabilmektedir. Bu kişilerin ailelerinde de alkolizmin öyküsü var ve alkolizmin anti sosyal kişilik bozukluğu ile birlikte sıklıkla izlenmektedir. Bu tip alkolizm çok kötü ve sinsi bir şekilde gelişmektedir.

b) Tip B. Alkolizmi ise daha iyi gidişli alkolizm tipini oluşturmaktadır. Bu tipte alkolizm daha geç yaşlarda başlar. Onlarda aile öyküsü yoktur. Alkoliklerde görülen alkolizm depresyonları vardır. İkinci tip alkoliklerin tedavileri çok daha kolaydır.

5. Türkiye’de Bağımlılık Hızla Artmakta

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) Sağlık Verileri 2010, Eurostat İstatistik Veritabanı ve Dünya Sağlık Örgütü’ne göre, Avrupa’da 30 ülke içinde en az alkol tüketen ülke kişi başına 1,4 litre ile Türkiye oldu. Türkiye’nin ardından 5,3 litre ile Malta, 6,8 litre ile Norveç, 6,9 litre ile İsveç en az alkol tüketilen Avrupa ülkeleri olarak yer aldılar.³¹

³¹ Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) Alkol Kullanım Raporu, 2010.

Kişi başına alkol tüketiminde, alkollü içeceğin içindeki alkol miktarı baz alınıyor. Örneğin 1 litre rakıdaki alkol miktarı 0,45 litre (derecesi 45), 1 litre biradaki alkol miktarı derecesine göre 0,04-0,08 litre (derecesi 4-8), 1 litre şaraptaki alkol miktarı ise derecesine göre 0,11-0,20 litre (derecesi 11-20) arasında değişiyor.

OECD'nin raporunda, Avrupa Birliği ülkeleri içinde kişi başına alkol tüketimi ortalamasının 10,8 litre olduğu kaydedildi.

Bu ülkede yerleşik olmayanların yüksek oranda alkol satın aldığı Lüksemburg dışında bırakıldığında, Estonya, Macaristan ve Fransa 2007-2008 yıllarında kişi başına 12,5 litreden fazla alkol tüketilen ülkeler oldu.

Türkiye, Malta ve bazı İskandinav ülkeleri (Norveç, İsveç ve İzlanda) en düşük alkol tüketiminin olduğu ülkeler olarak sıralandı.

Rapora göre, ortalama alkol tüketimi birçok Avrupa Birliği ülkesinde 1980-2008 döneminde düşse de bazılarında da yükselme kaydedildi. Örneğin, şarap üreticisi İtalya'da yüzde 50, Fransa'da yüzde 35 ve İspanya'da yüzde 36 kişi başına alkol tüketimi düştü. Slovakya'da yüzde 34, Yunanistan'da yüzde 32, Almanya'da yüzde 30 alkol tüketiminde düşüş yaşanırken, 1980 yılından bu yana, İzlanda'da yüzde 70, Kıbrıs Rum Kesimi yüzde 50, Finlandiya yüzde 30 ve İrlanda'da yüzde 29 kişi başına alkol tüketiminde artış yaşandı. Ancak İzlanda ve Kıbrıs Rum Kesimi, hala görece olarak az alkol tüketen ülkeler arasındaki yerine koruyor.

Türkiye'de bu dönemde kişi başına alkol tüketimi yüzde 22 oranında düştü ve 1,4 litreye indiği ve Türkiye, Letonya ile birlikte kişi başına alkol tüketimini en

fazla azaltan 9'uncu ülke olduğu belirtilmektedir. OECD raporunda kişi başına düşen saf alkol miktarı düşük olarak değerlendirilse de bu rakamlar 15 yaş ve üzerine aittir. Gerçekte nüfus artış hızının yüksekliği, Türkiye'de etkin bir izleme komitesinin bulunmaması, kaçak alkol üretimi, uluslararası alkol kaçakçılığı ve yolcu beraberinde getirilen alkollü içeceklerin miktarlarının bilinmemesi, nüfus içerisinde çocuk nüfusunun diğer ülkelere göre çok daha fazlalığı dikkate alındığında kişi başına alkol tüketiminin azaldığı tespitinin doğru olmadığı görülecektir. Raporun (3.2) bölümünde yer alan veriler de bu durumun doğru olmadığını ortaya koyacaktır. Dünya Sağlık Örgütü'nün araştırmasına göre, Türkiye'de **4 milyon alkolik, 13 milyonda alkole meyilli kişi bulunmaktadır. Türkiye'de 1970 yılında kişi başına düşen alkol tüketimi 1,5 litre iken, bu rakam 1980 yılında 6 litre, 1995 yılında ise 15 litreye, günümüzde ise 20 litreye** ulaşmıştır.

Nitekim AMATEM'in kuruluşundan (1983) bu yana başvurulardaki artış hızı inanılmaz derecededir. Örneğin 1983 yılında AMATEM'e 1983 yılında 78 kişi başvurmuş iken 2003 yılında 6129 kişi başvurmuştur.³² AMATEM'e başvuranlar genellikle çaresiz kalanlardır. Geniş bağımlı kitleler ise bunun dışında kalmaktadır. Son zamanlarda tüm dünyada bağımlılık adeta bir sarı hastalık olarak kabul edilmektedir. Bu tür hastalar ve hastalıklar genelde insanlar ve cemiyet tarafından gizlenmeye çalışılmaktadır.

OECD raporuna göre, Avrupa genelinde 2008 yılında (veya veri elde edilebilen en yakın yılda) kişi başına tüketilen **saf alkol** miktarı ile 1980-2008 yılları arası

³² AMATEM Verilerinden.

kişi başına saf alkol tüketime değişimi yüzde olarak şöyledir:

Ülke	Kişi Başına Tüketim (litre)	1980-2008 Arası Kişi Başına Alkol Tüketime Değişimi (%)
Lüksemburg	15,5	16
Estonya	14,0	-
Macaristan	12,6	-15
Fransa	12,6	-35
Avusturya	12,5	-14
İrlanda	12,4	29
Çek Cumhuriyeti	12,1	3
İspanya	11,7	-36
Portekiz	11,4	-23
Danimarka	10,9	-7
İngiltere	10,8	15
Polonya	10,8	24
Avrupa Birliği Ortalaması	10,8	-13
Belçika	10,7	-21
Finlandiya	10,3	30
İsviçre	10,2	-24
Letonya	10,2	-22
Almanya	9,9	-30
Romanya	9,7	-11
Slovakya	9,6	-34
Hollanda	9,6	70
Yunanistan	9,0	-32
İtalya	8,1	-50
İzlanda	7,3	70
İsveç	6,9	3
Norveç	6,8	28
Malta	5,3	-
Türkiye	1,4	-22

ALKOL VE DİN

İslam dini, insan sağlığına büyük önem vermiş, beden ve ruh sağlığımıza zarar veren şeylerin yenilmesini, içilmesini, kullanılmasını ve hangi yoldan olursa olsun vücuda alınmasını kesinlikle yasaklamıştır.

Bu konuda Kur'an-ı Kerim'de şöyle buyrulmaktadır: *“Ey iman edenler! Şarap, kumar, dikili taşlar (putlar) ve şans okları birer şeytan işi pisliktir. Onlardan uzak durun ki, kurtuluşa eresiniz. Şeytan içki ve kumar yoluyla arınıza düşmanlık ve kin sokmak ve sizi Allah'ı anmaktan ve namaz kılmaktan alıkoymak ister. Artık (bunlardan) vazgeçmez misiniz?”*³³ Peygamberimiz (s.a.v.) ise “İçkiden sakının, çünkü o, bütün kötülüklerin anasıdır.”³⁴ buyurarak pek çok kötülüğün ortaya çıkmasının sebebinin alkollü içkiler ve uyuşturucu maddeler olduğunu belirtmektedir. Bu sebeple Müslüman, içkinin ve uyuşturucunun her çeşidinden mutlaka sakınmalı, bu zararlı maddeleri kullanmaya teşvik edici ortamlardan kendisini, çevresini uzak tutmalıdır.

VERGİSEL BOYUT

Türkiye'de alkollü içkilerin ithalatı veya imal ya da inşa edenler tarafından teslimi üzerinden “Özel Tüketim Vergisi (ÖTV)” alınmaktadır. ÖTV'nin oranı ve asgari tutarı alkollü içkinin türüne göre değişebilmektedir.

³³ Kur'an-ı Kerim, Mâide Suresi 5/90-91.

³⁴ Nesai, “Eşribe” 44.

Alkollü içeceklerden ayrıca “Katma Değer Vergisi” (KDV) alınmaktadır. Ancak KDV matrahına daha önceden tahsil edilen ÖTV de eklenmektedir. Kısaca alkollü içeceklerden ÖTV hesaplanarak fiyata dahil edilmekte ve bu fiyat aynı zamanda KDV matrahı olarak kabul edilmektedir. Bu durum, verginin de vergisinin alınmasına neden olmaktadır.

Maliye Bakanlığının 2011 Merkezi Yönetim Bütçesinde alkollü içkilerden **3 milyar 760 milyon 598 bin lira** ÖTV alınması öngörüldü. 2010 Bütçesinde alkollü içkilerle ilgili **2 milyar 166 milyon 762 bin liralık** ÖTV gelirine yer verilmiş, ancak, 8 aylık gerçekleştirmelerde bu hedef aşılarak alkollü içkilerdeki ÖTV geliri **2 milyar 831 milyon 558 bin liraya** çıktı.

Türkiye’de Alkollü İçkilerden Alınan ÖTV Oranları ve
Asgari Maktu Vergi Tutarları

İçkinin Türü	Verginin Oranı (%)	Asgari Maktu Vergi Tutarı (YTL)
Taze Üzüm Şarabı	63,3	3,28
Köpüklü Şarap	275,6	11,212-51,36
Votka-Cin	275,6	41,423
Rakı	275,6	35,848

60 Yeni Kuruşluk sofran şarabının toplam vergisi, şarabın çıplak bedelinin %630’u olmaktadır.

AB’nin, ÖTV konusundaki uygulaması, birlik üyesi ülkeler için son derece gevşek. Dikkatle incelediğimizde, standardı sağlayabilmek için “**minimum oran**” uygulaması getirildiğini fark ediyoruz. Ancak, şarapta minimum bir ÖTV şartı aranmıyor.

Açık İstisna ve Düşük Vergi

AB mevzuatının, bazı ülkelere “açık istisna” imkanı verdiği görülmektedir.

1. Açık İstisnalar

Yunanistan, milli içkisi olarak AB'ye kabul ettirdiği Uzo'dan aldığı ÖTV'yi, aynı kategoriye giren diğer alkollü içkilerden (viski, votka, cin vs.) aldığı ÖTV'nin yüzde 50'si düzeyine kadar düşürme hakkına sahip olup, bu hakkı da kullanmaktadır.

Fransa ise, aynı hakka “rom” için sahip.

2. Düşük Vergi Uygulamaları

Şarap: 12 AB ülkesi, şarap üretiminden, ÖTV almıyor. İki AB üyesi ülke (Fransa ve Macaristan) ise, 1 litre şaraptan sadece üç cent (5 Yeni Kuruş) tutarında, ÖTV alıyor. Türkiye'de şaraptan alınan ÖTV, AB ülkeleri ortalamasının, yüzde 360 fazlası.

Avrupa Ortalaması

Türkiye'de, alkollü içkilerden alınan ÖTV, Avrupa ortalamasının üzerinde. Örneğin 1000 litre alkollü içki üzerindeki ÖTV, euro olarak aşağıdaki gibi.

Bira'da ÖTV Türkiye'de 707,74; Avrupa ortalaması 333,32

Şarapta ÖTV Türkiye'de 1.952,14; Avrupa ortalaması 483,38

Yüksek alkollü içkide ÖTV Türkiye'de 9.602,14; Avrupa ortalaması 6.271,20

Dikkate alınması gereken önemli bir nokta da AB ve Türkiye'deki tüketicilerin satın alma gücü arasındaki büyük farkla ilgili. Ödenen vergileri, kişi başı GSMH'ye göre endeksleyerek yapılan analiz, çok çarpıcı sonuçlar ortaya çıkarıyor. Türkiye'de tüketicilerin ödediği reel vergi, AB'de vergilerin en yüksek olduğu İsveç'in bile dört katı.

Buna göre, endeksleme yaptığımızda, euro olarak yüksek alkollü içkide ÖTV, Türkiye'de 9,60 iken; İsveç'te 2,50, İrlanda'da 1,57, İngiltere'de 1,41, Portekiz'de 0,97, Yunanistan'da 0,88, Belçika ve Hollanda'da 0,86, Fransa'da 0,77, Almanya'da 0,68, Avusturya'da 0,48, İtalya'da 0,44 olarak göze çarpıyor.

AB üyesi bir ülke, kendi ülkesinde üretilen içkiden de birlik üyesi ülkeden gelen içkiye de aynı vergi oranını uygulamak zorunda. Örneğin, İngiltere kendi ürettiği "cin"e de Fransa'dan ithal edilen "cin"e de aynı vergi oranını uyguluyor. Nitekim Türkiye'de de yerli viski ile ithal edilen viskiye aynı oran uygulanmaktadır.

Ülkelerin ulusal vergi oranları, birbirinden farklı olabiliyor. Örneğin bir litre votkadan İngiltere'nin aldığı vergi ile Almanya'nın aldığı vergi farklı olabilir. Buradaki ölçü; alınan verginin, AB'nin minimum oranından yüksek olmasıdır.

Hektolitrede bir birim alkolden euro bazında alınan tüm vergiler ülkeler bazında aşağıdaki gibidir.³⁵

³⁵ European Commission Directorate General Taxation and Customs Union Tax Policy.

Hektolitrede 1 Birim Alkolden Euro Bazında Alınan Tüm Vergiler				
Ülkeler	Yüksek Alkollüler	Orta Alkollüler (%18 alkol üzerinden)	Biralar (%5 alkol üzerinden)	Şaraplar (%11 alkol üzerinden)
Almanya	1.303	850	197	0
Avusturya	1.000	406	520	0
Belçika	1.661	551	428	428
Büyük Britanya	2.776	1.718	1.787	2.109
Çek Cumhuriyeti	832	831	188	0
Danimarka	2.020	789	931	863
Estonya	927	568	352	604
Finlandiya	2.825	2.356	1.945	1.927
Fransa	1.450	1.189	260	31
Hollanda	1.775	570	502	537
İrlanda	3.925	2.201	1.987	2.482
İspanya	740	275	177	0
İsveç	5.519	2.762	1.618	2.209
İtalya	731	312	398	0
Kıbrıs	599	250	479	0
Latvia	847	599	197	420
Letonya	927	370	203	395
Lüksemburg	1.041	372	198	0
Macaristan	756	289	413	29
Malta	2.332	259	187	0
Polonya	963	147	375	270
Portekiz	898	291	310	0
Slovakya	606	323	182	0
Slovenya	707	354	698	0
Yunanistan	945	260	282,5	0
Türkiye	4.197	4.119	993	837

Kaynak: European Commission Directorate General Taxation and Customs Union Tax Policy, Excise duties and transport, environment and energy taxes, Mayıs 2005.

SORUNLAR

1) Önümüzdeki aylarda, alkollü içki vergilerinin yeniden düzenlenmesi söz konusu. AB ile müzakerelerde, ülkemizde bazı içkilere uygulanan vergilerin tıkanıklığa yol açtığı iddia edilerek, ithal içkilerde (örneğin viskide) ÖTV'nin indirilmesi, yerli içkilerde (örneğin rakıda) artırılması isteniyor. Peki istenen tam olarak nedir?

AB, örneğin “viskide ÖTV tutarını indirin, rakıda da yükseltin” diyor.

- Viskide ÖTV indirilmesi demek, viski fiyatlarının ucuzlaması ve ithal edilen viskide artış anlamına geliyor.
- Rakı ÖTV'sinin artırılması demek, rakı fiyatlarının, kayıtdışı üretimin ve kaçak rakı satışının artması anlamına geliyor. Olay bununla da bitmiyor. Sağlıksız kaçak üretimden kaynaklanan zehirlenme ve ölümlerin de yeniden başlaması söz konusu. Nitekim 2000 yılında 68,6 milyon litre olan rakı üretiminin, 2005 yılında 50 milyon litreye düşmesi, kaçak rakı üretiminin arttığının işareti olarak gösterilebilir.³⁶

AB'ye Türkiye'de Euro Bazında Bira, Şarap ve Yüksek Alkollü İçkilerden Alınan Minimum ÖTV ve Ortalama ÖTV

	Bira	Şarap	Yüksek alkollü içki
AB Minimum	0,09	0,00	2,48
AB Ortalaması	0,29	0,48	6,27
Türkiye	0,68	1,85	9,22

³⁶ Tisk.org.tr, Prof. Dr. Şükrü Kızılot.

Tabloda da görüldüğü gibi, AB, üye ülkelerden alkollü içki türüne göre minimum bir vergi istiyor, ötesine karışmıyor. **Türkiye'deki alkollü içkilerden alınan vergiler, AB'nin belirlediği minimum vergilerin çok üzerinde.** AB bir de yerli üretime ve ithal içkiye farklı ÖTV olmaz diyor. Türkiye'de de örneğin, yerli ve ithal viskinin ÖTV'si aynı. AB ayrıca, ulusal içkilere yüzde 50 civarında ÖTV indirimi kabul ediyor.

Sonuçta fazla vergi, kaçak yerli içki imalatını ve kaçak ithal içkiyi körüklüyor. "Dimyat'a pirince giderken, evdeki bulgurdan olma" benzeri kayıtdışılığı körüklüyor ve büyük vergi kaybı oluyor.

Yüksek ÖTV ve üzerine eklenen KDV ile fiyatı vergi nedeniyle artan alkollü içkiler bu sektörde kayıtdışılığın artmasına neden olmaktadır.

a) Şarapta ÖTV: 12 AB ülkesinde, şarap üretiminden ÖTV almazken, iki AB ülkesi (Fransa ve Macaristan) sadece 0,03 euro vergi almaktadır ve şaraptan alınan ÖTV bakımından AB ortalaması 0,58 euro. Türkiye'de ise şaraptan alınan ÖTV 1,85 euro yani AB ortalamasının yüzde 310'u kadardır. Böyle olunca, Türkiye'de üretilen şarabın yüzde 70'i kayıtdışı!.. İşin doğrusu, şarapta ÖTV artırılsa, kayıtdışılık da artar. Bu nedenle, yapılması gereken ÖTV artırımını değil, indirimidir.

b) Birada ÖTV: AB, bir litre biradan 0,09 minimum ÖTV ödenmesi koşulunu arıyor. Biradan alınan ÖTV'de, AB ortalaması 0,29 euro. Türkiye'de biradan alınan ÖTV 0,68 euro yani AB ortalamasının yüzde 234'ü kadar! Birada 2002 sonunda 0,17 euro olan ÖTV,

şu anda, bu tutarın yüzde 400'ü kadar. Sektörün fazla artışa tahammülü yok.

c) Rakıda ÖTV: AB viski, cin, votka, likör, rakı gibi içkilerde 2,48 euro, minimum ÖTV ödenmesi koşulunu arıyor. Yüksek alkollü içkilerden alınan ÖTV'de, AB ortalaması 6,27 euro. Türkiye'de alınan ÖTV ise; rakıda 9,22, votkada ve cinde 9,47, likörde 13,03, viskide ise 16,21 euro.

Görüldüğü gibi, Türkiye'de yüksek alkollü içkilerden alınan ÖTV, AB ortalamasının rakıda yüzde 147'si, votkada ve cinde yüzde 151'i, viskide ise yüzde 259'u kadar. Alkollü içkilerden, AB ülkelerinde de Türkiye'de olduğu gibi yüksek vergiler alınıyor. En çok vergi de "yüksek alkollü" içkilerden alınıyor. AB mevzuatı, içki kategorisi bazında, yalnızca "minimum vergi" tutarını belirlemiş olup, genel özellik; her ülkenin, kendi ürettiği ürünlerde, göreceli olarak düşük, ithal ettiği ürün sınıflarında ise, yüksek ÖTV uygulanmasıdır.

Ne yazık ki vergilerin yüksekliğine kişi başına düşen milli gelirin diğer karşılaştırma konusu ülkelere göre düşüklüğüne rağmen Türkiye'de alkol kullanımı hızla artıyor. Sonuçta fazla vergi, kaçak yerli içki imalatı ve kaçak ithal içkiyi körüklüyor. Kayıt dışılık nedeniyle tüketilen içki miktarı tespit edilememekte buna bağlı olarak da insan sağlığına daha çok zararlı ürünler kullanılmaktadır. Bu nedenle konuya ilişkin çok yönlü tedbirler alınması gerekir.

ÖNERİLER

Gençleri ve toplumu alkolden korumak için eylem planları ve stratejiler, etik ilkeleri ve amaçları ifade eden programlar, hedefler ile alkol kullanımının zararlarına karşı alınacak önlemlerin kamusal alanda belirlenmesi ve uygulanması gerekir.

1. Amaçlar

- Alkollü içki kullanımını, pazarlamayı da içeren baskıları, alkole dayalı zararları azaltmak,
- Gençler arasında alkol kullanımını azaltmak,
- İçki kullanımına alternatifler oluşturmak, gençlerin sağlık politikaları ile daha fazla ilgilenmelerini ve daha fazla eğitim sağlamak.

amacıyla aşağıda belirtilen ilkeler ve stratejiler çerçevesinde hareket edilmesi faydalar sağlayacaktır.

2. Gençlerin, Özellikle Çocuk ve Ergenlerin Alkolden Korunması için Öneriler

- a) Gençlerin alkol tüketiminden kaynaklanan çeşitli problemler ve bu problemlerin çözümüne ilişkin yapılacak araştırmaların teşvik edilmesi.
- b) Çocuk, ergen, ebeveynler, öğretmenler ve bakıcıların, alkol konusu da dahil olmak üzere kapsamlı sağlık teşvik politikaları içerisinde yer almasının sağlanması; bu konuda eğitim sisteminde gerekli düzenlemelerin yapılması.
- c) Gençleri alkol içmeye teşvik eden faktörlerin belirlenmesi için araştırmalar yaptırılması.

- d)* Gençlerin alkol ve alkol tüketiminin negatif etkileri konusunda eğitilmesine destek olunması, bu doğrultuda medya kampanyaları düzenlenmesi.
- e)* Alkol kullanımının, gençler üzerinde etkisi konusunda birey ve toplumsal düzlemlerde bilinç düzeyinin artırılması.
- f)* Gençlerin sağlıkla ilgili politika ve kampanyalara bilfiil katılımının artırılması.
- g)* Alkolün gençler üzerine etkileri konusunda kılavuz materyaller hazırlanmasının teşvik edilmesi.
- h)* Alkollü araç kullanımının tehlikelerinin okullar, sürücü kursları ve eğitim müesseselerinde aktarılması.
- ı)* Reşit olmayan kişilere alkolün yasadışı olarak satılmasının önlenmesine yönelik düzenlemeler yapılması.
- ö)* Gençlerin alkol bağımlısı olmasının önlenmesi yönünde erken uyarı ve erken müdahale yaklaşımlarının oluşturulmasının desteklenmesi.

3. Öneriler İçin İlkeler

- a)* Bütün insanların kazalardan, şiddetten ve alkol tüketiminin diğer olumsuz sonuçlarından korunmuş bir aile, toplum ve iş yaşamına sahip olma hakkı vardır.
- b)* Bütün insanların alkol tüketiminin sağlık, aile ve toplum üzerine etkileri konusunda yaşamın erken dönemlerinde başlayan, doğru ve tarafsız bilgi ve eğitim alma hakkı vardır.

- c)* Bütün küçükler ve genç yetişkinler, alkol tüketiminin olumsuz etkilerinden ve imkânların elverdiği ölçüde alkollü içki reklamlarından arındırılmış bir çevrede büyümeye hakları vardır.
- d)* Tehlikeli veya zarar verici boyutta alkol tüketen bütün insanların ve onların aile üyelerinin tedavi ve bakıma ulaşma ve alma hakları vardır.
- e)* Alkol tüketmek istemeyen veya sağlık sorunları ya da diğer nedenlerle alkol tüketemeyen herkesin içmek için zorlanmamaya ve alkol kullanmama davranışlarının desteklenmesine hakları vardır.

4. Stratejik Belirlemeler

- a)* İnsanları, erken çocukluk döneminde başlayan yaygın eğitim programları oluşturarak, alkol tüketiminin sağlığa, aile ve topluma etkileri ve zararlarının önlenmesi veya en aza indirilmesine yönelik etkili önlemler konusunda bilgilendirmek.
- b)* Kazalardan, şiddetten ve alkol tüketiminin diğer olumsuz sonuçlarından korunmuş kamu alanı, özel yaşam alanı ve çalışma ortamı geliştirmek.
- c)* Alkollü araba kullanımını caydırıcı yasaları çıkarmak ve yaptırımını sağlamak.
- d)* Sağlık hizmetlerinin varlığını denetleyerek –örneğin gençler için– ve alkollü içkilerin fiyatlarını etkileyerek –vergilendirme gibi– sağlığı geliştirmek.

- e)* Bazı ülkelerde var olan kısıtlama ve yasaklara benzer şekilde alkollü içkilerin dolaysız ve dolaylı reklamları üzerinde sıkı denetim uygulamak ve reklamların hiçbir şekilde, alkol ile spor arasında kurulan bağ örneğinde olduğu gibi genç insanları hedef almasını engellemek.
- f)* Tehlikeli ve zararlı alkol tüketimi içinde olan kişiler ve aile üyeleri için eğitimli personel tarafından sunulan etkili tedavi ve rehabilitasyon hizmetlerinin ulaşılabilirliğini sağlamak.
- g)* Alkollü içkilerin pazarlama ve sunumunda yer alan kişilerin etik ve yasal sorumluluklarının bilincinde olmalarını teşvik etmek, güvenli üretim konusunda sıkı kontrol sağlamak ve alkollü içkilerin yasal olmayan üretim ve satışına karşı uygun önlemler almak.
- h)* Toplumun gelişiminin ve liderliğinin güçlendirilmesi ile birlikte; sağlık, sosyal güvenlik, eğitim ve yargı gibi farklı sektörlerdeki meslek insanlarının eğitimi ile toplumun alkol ile ilgilenme kapasitesini arttırmak.
- ı)* Sağlıklı yaşam tarzlarını teşvik eden, özellikle alkolün zararlarını önlemeyi veya azaltmayı amaçlayan sivil toplum örgütlerine ve kendi kendine yardım hareketlerine destek vermek.
- i)* Alkol ile İlgili Avrupa Şartı'nı dikkate alarak, üye ülkelere, geniş tabanlı programlar formüle etmek; açık hedefler ve sonuç göstergeleri belirlemek; gelişmeyi izlemek ve programların değerlendirilerek süreli güncelleştirilmelerini sağlamak.

- j)* Yasal mevzuat en üst düzeyde denetimle birlikte uygulanmalıdır.
- k)* Ülkemizdeki alkol kullanımının izlenmesi ve istatistikî verilerin etkin bir şekilde değerlendirilmesi,
- l)* Gençlerin içki içmeye başlama yaşını geciktirmek ve alkol tüketmeye başlayan genç insan sayısını azaltmak amacıyla, alkol ve madde kullanımına anlamlı alternatifler sağlanmalı ve özellikle gençlerin alkol konusundaki eğitimi artırılmalıdır.
- m)* Yasadışı alkol satışının ve üretimin önüne geçilmelidir.
- n)* **Televizyonlarda** özendiricilikten kaçınılmalıdır.
- o)* Yasalara aykırı yapılan alkol reklâmları ile ilgili cezai yaptırımlar arttırılmalı ve mutlaka uygulanmalıdır.
- p)* Devlet, kanunların uygulanmasını sağlamalı ve yerinde denetimlerle aksaklıklar giderilmelidir. Özellikle şehirlerarası yollardaki benzin istasyonları mülki amirlik tarafından periyodik olarak denetlenmelidir.
- r)* Alkollü içkilerin satışı için ruhsat standartları yükseltilmeli ve sıkı denetime tabi tutulmalıdır.
- s)* Piknik alanları ve mesire yerleri gibi halka açık yerlerde alkol kullanımı engellenerek özellikle çocuk ve gençlerin *alkole teşvikinin önüne geçilmelidir.*

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Alkol alışkanlığının bazı kesimlerde sınıf atlama aracı olarak yorumlanması; dostluğu pekiştirici, dertleri unutturucu, genç ve güçlü olmanın göstergesi olarak sunulması sonucu her kesimin bilinçaltına alkol kullanma zorunluluğu yerleştirilmiştir. Bunların sonucu ise Türkiye’de **4 milyon alkolik, 13 milyon da alkole meyilli kişi bulunmaktadır. Türkiye’de 1970 yılında kişi başına düşen alkol tüketimi 1,5 litre iken, bu rakam 1980 yılında 6 litre, 1995 yılında ise 15 litreye, günümüzde ise 20 litreye** ulaşmıştır. Türkiye’de Alkol tüketimine ödenen bedel yıllık **15,3 milyar TL** olup birçok bakanlığın bütçesinden fazladır. Maddi hasar, tedavi masrafları, iş gücü kaybı gibi görünen giderlerin dışında görünmeyen (soyut) giderlerin **31 milyar TL** olduğu tahmin edilmektedir. Alkolün neden olduğu sağlık, sosyal ve adli suçlara bağlı olarak oluşan, acı, ıstırap ve kaybedilen yaşamlardır.

Alkol ve alkollü içkiler sektörü; belirgin ekonomik getirileri ve istihdam oluşturma potansiyeli nedeniyle cazip görülmekle birlikte, belirgin olarak halk sağlığını tehdit etme potansiyeli taşıdığı için mümkün olan en sıkı ve en etkin şekilde düzenlenmesi, denetlenmesi ve kontrol edilmesi gereken bir sektördür. Alkol kullanımından kaynaklanan sosyal, psikolojik, tıbbi ve ekonomik zararlar tüm dünyada yaygın hale gelmiş ve dünya ülkelerini bu salgına karşı önlemler almaya itmiştir. Avrupa’da alkol tüketim oranının dünya ortalamasının iki katı olduğu, hastalık yükü değerlendirmelerine göre alkolün, 26 risk faktörü içinde tütün ve hipertansiyondan sonra üçüncü sırada yer aldığı ve şiddet, suç, intihar, aile içi sorunlar, sosyal problemler,

alkollü araç kullanımını ve işyeri problemleri gibi birçok toplumsal sorunun da temeli olduğu tespit edilerek dünyanın çoğu gelişmiş ülkeleri gibi birçok AB üyesi ülkede de oldukça sıkı önlemler alınmaktadır. Ülkemizde de ilk alkol alma yaşının ne yazık ki **11'e kadar düştüğü** ve alkol sorununun hızla büyüdüğü gerçeği karşısında, acilen sıkı önlemler alınması artık bir zureet haline gelmiştir.

Bu nedenle Anayasamız ile Uluslararası Sözleşmeler ve yasal düzenlemelerle, alkol kullanımının ve reklamların engellenmesine, gençliğin ve toplumun korunmasına dair hükümler içerirken bile, uygulamada herhangi bir adımın atılmaması, açık alanlarda içki içmenin bireyin özgürlüğü olarak yorumlanması kabul edilemez. Ülkemizin geleceği ve nesillerimizin sağlıklı olması için, öncelikle alkolün kötülüklerinin halka anlatılmasında yazılı ve görsel yayın organlarına, kamu kurumlarına özellikle okullarımıza ve sivil toplum kuruluşlarına önemli görevler düşmektedir.

Devletin alkolü, vergi gelirleri yönüyle, sektörü ise düzenleme ve denetleme yönüyle değil halk sağlığı yönüyle de ele alması gerekli koruyucu ve önleyici tedbirleri almak üzere, yasal düzenlemeleri dünyadaki diğer ülkeler uygulamalarını da dikkate alarak yapması Anayasa'nın 58. maddesi ve diğer kanunların amir hükümleri gereğince ilgili kurumlar tarafından yerine getirmesi zorunludur.

Kamuoyuna saygı ile sunulur.

Türkiye Yeşilay Cemiyeti Genel Başkanlığı



KAYNAKÇA

- 1 Wikipedia.Org
- 2 Vikipedi Özgür Ansiklopedi
- 3 Prof. Dr. Cahit Babuna, Alkol Esareti ve Sağlık Sorunları
- 4 Halzer J. H. Canino, Alkol in Nord America
- 5 Dr. Johathan Chic, 2004, Alkol ve İçki Sorunları
- 6 Sağlık Dergisi, Mart 2009
- 7 TAPDK.gov.tr
- 8 www.doktorsitesi.com
- 9 George Best, Alkol ve İçki Sorunları
- 10 Eurostat İstatistik Veri Tabanı
- 11 İstanbul Emniyet Müdürlüğü
- 12 Tüketicihakları.org.tr
- 13 Başbakanlık Mevzuat Bilgi Sistemi
- 14 www.gsgm.gov.tr
- 15 www.zmo.tr
- 16 UYAP
- 17 www.hukuki.net
- 18 Dünya Sağlık Örgütü Çalışmaları
- 19 Dünya Sağlık Asamblesi Cenevre Kararları, 2008
- 20 Avrupa Bölgesinde Alkol Politikaları Çerçevesi
- 21 Sağlık, Toplum ve Alkol Üzerine Avrupa Konferansı, Paris, 12,14-12-1995
- 22 www.tisk.org.tr Prof. Dr. Şükrü Kızılot