

SPIS TREŚCI

Przedmowa	5
Zalecenia dotyczące minimalnego wieku zakupu i dostępności alkoholu	9
Młodzi dorośli i nastolatki.	9
Inicjacja alkoholowa	10
Gdzie młodzi ludzie piją?	10
Co piją nastolatki?	11
Częstość picia i całkowite spożycie.	12
Celowe upijanie się i nietrzeźwość wśród nastolatków.	16
Ryzyko związane z piciem a młodzi ludzie.	17
Postrzeganie alkoholu i oczekiwania, co do jego działania	19
Dlaczego młodzi ludzie piją?	20
Tendencje w piciu młodzieży.	21
Płeć a picie wśród młodych ludzi.	23
Picie i uzależnienie wśród młodych dorosłych.	27
Sprzedaż alkoholu nieletnim.	28
Złożoność kulturowa i trendy wśród młodzieży w spożywaniu alkoholu.	29
Wpływ ceny na młodych ludzi i osoby pijące ryzykownie.	30
Znaczenie egzekwowania przepisów.	31
Godziny i dni otwarcia punktów sprzedaży detalicznej.	32
Reklama alkoholu, promocja i sponsorowanie.	34
Opracowywanie nowych produktów.	34
Muzyka i wideoklipy muzyczne.	36
Filmy.	37
Płatne umieszczanie wizerunku alkoholu.	38
Internet	38
Marketing wśród zwykłych ludzi i tzw. „wirusowy”.	39
Sponsorowanie sportu.	39
Kontrola sprzedaży alkoholu młodzieży.	40
Bibliografia	44