

Téma mé diplomové práce „Sociální a právní regulace alkoholismu“ je téma značně obsáhlé, široké a závažné. Vždyť alkohol a závislost na něm, je stará jako lidstvo samo. Nebezpečnost této legální drogy je právě v její dostupnosti. Jak při řešení otázky ekonomické (nepříliš drahá cena), při řešení otázky legálnosti (mohu si alkohol koupit v obchodě, eventuálně jej veřejně konzumovat v restauracích) tak i v neposlední řadě v otázce šíře reklamy ve všech dostupných médiích. S alkoholem se tedy setkáváme již v raném dětství, kdy během sledování filmů v televizi se nejen my, ale i děti dozvědí, které druhy alkoholických nápojů lze koupit a konzumovat. Děti již na základních školách díky médiím dokážou rozdělit alkoholické nápoje na pivo, víno a další. A nejen to. Není zvláštností, že již děti osmileté mají s alkoholem nějakou zkušenost. Toto je jeden z atributů, které mě vedly k tomu, abych se tímto závažným tématem začala zabývat.

Ve své práci se zaměřuji na objasňování definice alkoholu, jeho historii, závislosti na alkoholu, její typy a vývojová stádia. Tak jak alkohol má určitá historická pojetí, má tato pojetí i historie léčby etiologie. V těchto kapitolách jsem se snažila shrnout především obecně platná stanoviska k těmto tématům. Tato problematika je tak složitá, že bychom se k vlastnímu tématu „Sociální a právní regulace alkoholismu“ ani nedostali. Abych se mohla zpracováním mého tématu zabývat, je nezbytné zpracovat nejen již uvedenou kapitolu, ale je nutné upozornit i na další stati a touto je prevence a v neposlední řadě léčba.

Tímto se dostávám k předmětu mé práce. Právní rámec je tvořen především zákon č. 379/2005 Sb., o opatřeních před škodami působenými tabákovými výrobky, alkoholem a jinými návykovými látkami a o změně souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů. Především se zabývám těmi ustanoveními tohoto zákona, která pojednávají o omezujících opatření a opatření snažící se předcházet škodám, které jsou způsobeny nadměrným užíváním alkoholu. V další části se zabývám problematikou reklamy na alkoholické nápoje. Upozorňuji na ta ustanovení, která stanovují pravidla a zároveň omezení pro reklamy, jejichž cílem je prezentace konkrétního alkoholického nápoje.

Právní předpisy, ze kterých jsem čerpala byly platné k 28. 9. 2009.