

# #nepitjeumenie

Tlačová sPRAVA



## Suchý február maľuje Slovensko na triezvo.

Vlani si v ČR mesiac bez alkoholu vyskúšalo vyše 900 tisíc ľudí  
– každý druhý konzumáciu obmedzí aj po februári.

**Skúsme to aj na Slovensku!**

*Celé Suché Česko-Slovensko, pondelok 16. januára*

[PRESS KIT](#) | [social kit](#) | [Dopad](#) | [web](#) | [ČLÁNOK](#)

[petr@suchejunor.cz](mailto:petr@suchejunor.cz) | +420 721 530 199

Nepiť je umenie! S týmto heslom štartuje ďalší ročník zdravotne osvetovej kampane Suchý február, ktorá pomáha širokej verejnosti preveriť jej vzťah k alkoholu a zmeniť zabehnuté návyky. Dôvodom je nadmerná spotreba alkoholu v SR. Rizikovo u nás pije viac ako 400 000 ľudí. Vlani sa podľa prieskumov v ČR zúčastnilo Sucháča viac než 13,5 % dospeljej populácie. Zvládneme dosiahnuť na toto číslo aj na Slovensku? Ročník 2023 rámuje tému triezveho posúvania hraníc cez autentickú tvorbu a kreativitu.



Pravidlá sú jednoduché. Celý február ani kvapku alkoholu. Účastníci "Sucháča" sa môžu **registrovať** k výzve na **stránkach** [www.suchyfebruar.sk](http://www.suchyfebruar.sk) „Tento rok si môžete zasušiť viac, než kedykoľvek predtým. Máme pre účastníkov pripravené tematické oSušky a obrazy s unikátnou autorskou kresbou. Všetkých registrovaných účastníkov tiež opäť prevedieme celým Sucháčom od začiatku až do konca. Kúpou ertovej oSušky podporíte našu



dlhodobú činnosť na poli osvetu, vzdelávania a prevencie rizikového správania,” vysvetľuje za organizátorov **Petr Freimann**, riaditeľ neziskovej organizácie Suchej únor, ktorá kampaň organizuje.



## Tohtoročná Suchá téma - „Nepiť je umenie”

„Skúsiť mesiac bez alkoholu vyzerá na prvú dobrú jednoducho. Lenže v skutočnosti je za tým odvaha skúsiť niečo nové, schopnosť pozrieť sa úprimne sám na seba, sila vykročiť zo zabehnutých kolají a ísť svojou vlastnou cestou. **To všetko sa dá povedať aj o umení:** z diaľky možno žiadna veľká veda, ale vo chvíli, keď človek sám čelí prázdnemu plátnu, svetlu na javisku alebo bielej stránke, chápe hodnotu diela úplne inak. V Sucháči si myslíme, že svoje umenie môže objaviť každý – ak hľadá mimo vlastných hraníc všednosti a komfortu,“ opisuje tohtoročnú tému **Petr Freimann**.

Ľudia sa môžu zapojiť tak, že predvedú pre Sucháč 2023 svoje umenie! Môžu sa držať svojho talentu alebo skúsiť niečo úplne nové. Dielo potom natočiť, odfoťiť, nahráť, napísať, namaľovať, vymodelovať, ale hlavne **zdieľať!** A to s hashtagmi #nepitjeumenie a #suchyfebruar. Tému sprevádza aj grafika od slovenskej výtvarníčky **Báry Kmecovej**, ktorá sa premietne do všetkých výstupov kampane, vrátane unikátnej oSušky pre kvalitné sušenie, ktorú je možné zaobstaráť si v rámci registrácie na stránkach [www.suchyfebruar.sk](http://www.suchyfebruar.sk).



Opäť nebude chýbať ani [Test nezávislosti](#), ktorý slúži aj na meranie dopadu kampane a vyplnilo ho už vyše 30 000 ľudí, úspešná [skupina na facebooku](#) na zdieľanie zážitkov a rad online aj offline materiálov pre potešenie i osvetu, vrátane [tematických článkov](#), plagátov, alebo príspevkov na sociálne siete. Všetko je opäť zabalené do kompletného → [PRESS KITu](#)

Vzťah alkoholu a umenia je hojne diskutovanou témou. Že alkohol tvorivej duši skôr uberá na potenciáli opisuje **Ladislav Csémy** z Národného ústavu duševného zdravia ČR (NUDZ): „Je alkohol inšpirujúcou múzou uvoľňujúcou imagináciu a tvorivú fantáziu, alebo deštruktívnym démonom ničiacim tvorivý potenciál aj rodinné a sociálne vzťahy? Spomínam na tridsať rokov starú knihu Toma Dardisa o alkohole v živote a tvorbe štyroch veľkých amerických spisovateľov, Faulknera, Fitzgeralda, Hemingwaya a O'Neilla. Na začiatku ich tvorivej dráhy bol alkohol vnímaný ako benefit stimulujúci ich umeleckú produktivitu, postupne však viedol nielen **k erózii ich talentu**, ale aj **k vážnym duševným poruchám**. Výnimkou z menovanej štvorice bol len O'Neill, ktorý v 38 rokoch prestal piť a potom napísal svoje najslávnejšie hry. Aj u nás máme mnoho vynikajúcich umelcov, ktorí by mohli rozprávať (a niektorí aj rozprávali) o tom, čo im alkohol dal a vzal. Teším sa, že nás snád' niečo z toho obohatí v tohtoročnom ročníku Sucháča.”

Podobne o tejto téme hovorí aj **Petr Popov**, primár Kliniky adiktológie 1. LF UK a VFN v Prahe a predseda Sekcie pre alkohol a iné toxikománie Psychiatrickej spoločnosti ČLS JEP: „Medzi ľuďmi s tvorivým nadaním a ľuďmi výrazne senzitivnými, nie je výnimočná vysoká pravidelná konzumácia alkoholických nápojov. Väčšina umelcov, ktorí majú skúsenosť s intenzívnym pitím, ale potvrdzuje, že alkohol, pokiaľ vôbec, na nich pôsobí pozitívne nie vo fáze inšpirácie a vlastnej tvorby, ale ako relaxačný prvok. Prostriedok, ako sa **naopak uvoľniť, resp. „vypnúť“**. Pokiaľ ide o niekoho, kto má dispozíciu k nejakej forme duševnej poruchy, napr. úzkostnej, či depresívnej poruche, je takéto „úľavové pitie“ veľmi nebezpečné.”

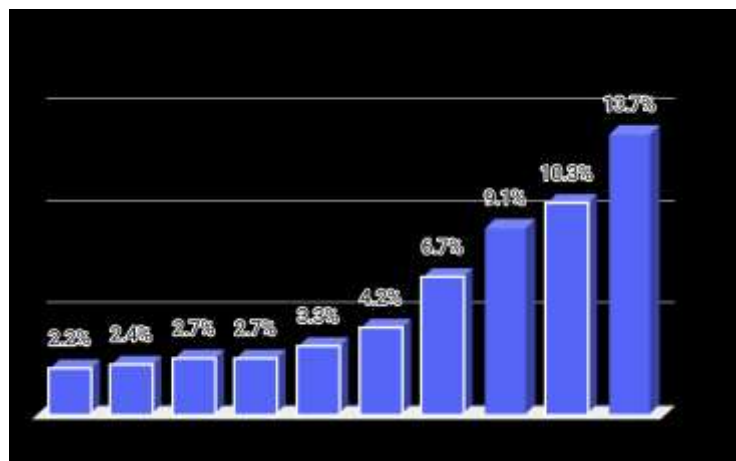
Tvorivé konanie naopak môže hrať dôležitú úlohu v liečebnom procese, pokiaľ sa niekto na hranu akejkoľvek závislosti dostane. „Najčastejšie sa využíva arteterapia – kreatívna neverbálna terapia. Ide o veľmi účinný prostriedok, ako pracovať s využitím výtvarných techník a procesom tvorby. Tvorba môže byť pozitívnu



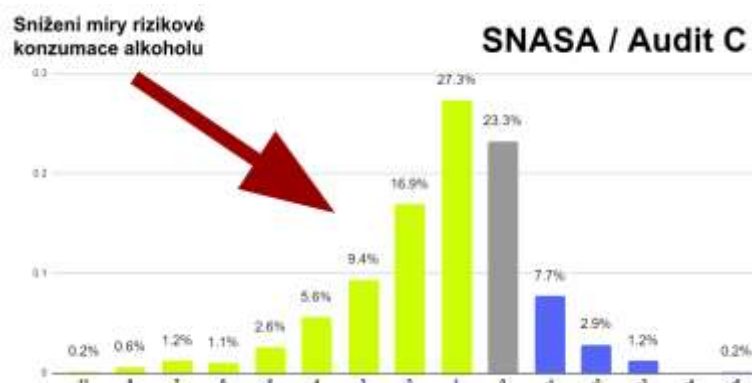
alternatívou k sebadeštruktívnemu jednaniu a strate zmyslu života/existencie, ktorou sa závislosť na alkohole často prejavuje,” dodáva Popov.

## Dopad kampane je potvrdený niekoľkými výskumami – riziková konzumáciu zníži každý druhý registrovaný –

**Kampaň Suchý február pozná už 84% českej populácie vo veku 18+.** Počet ľudí, ktorí v minulom roku deklarovali účasť, sa vyšplhal na 13,5 %, teda v prepočte na 900 000 ľudí. Dôležitá je aj úspešnosť účastníkov kampane v sušení, ktorá je pomerne vysoká. „Úspešne dokončenú mesačnú abstinenciu deklaruje zhruba 90 % ľudí, ktorí sa do kampane zapoja. Kampaň v Čechách známu ako Sušej únor poznajú viac ako štyri pätiny oslovených a významná väčšina z nich – 78 % – s ňou tiež sympatizuje,“ komentuje čísla **Hana Friedlaenderová** z agentúry Nielsen Admosphere, ktorá pre Sušej únor realizuje pravidelné výskumy na Českom národnom paneli.



**Kľúčový je však objektívne pozitívny vplyv kampane na účastníkov.** Suchý február im umožňuje dať si na jeden mesiac od alkoholu odstup, vďaka čomu môžu zistiť, ako veľmi svoje pitie ovládajú a ako veľmi alkohol ovláda ich. Podľa prieskumu medzi 706 účastníkmi v roku 2021 deklaruje zníženie spotreby alkoholu ešte 4 mesiace po kampani 53 % z nich. Ešte dôležitejšie je porovnanie spotreby podľa **adiktologického testu Audit C**. Ten bol vykonaný na 662 účastníkoch, ktorí vyplnili v roku 2020 aj 2021 tzv. Test nezávislosti (celkom ho už vyplnili desaťtisíccky Sušičov). **Lepší výsledok v tomto teste vykazuje po 4 mesiacoch 65 % účastníkov. Po celom roku od kampane potom 47 %.** Viac informácií o výskume medzi účastníkmi môžete nájsť na [www.suhejunor.cz/vyskum](http://www.suhejunor.cz/vyskum)



# #nepitjeumeniE

Tlačová sPRAVA



Procento účastníkov kampane, u ktorých došlo po roce k pozitívnemu vývoji ve spotrebe alkoholu. Zmena v indexu Audit C. N=662.

Vplyv kampane potvrdil aj prieskum **Národného monitorovacieho strediska pre drogy a závislosti (NMS)** v Česku, ktorý bol realizovaný na reprezentatívnej vzorke 3542 respondentov z populácie vo veku 15+ rokov v roku 2020. Podľa tohto výskumu deklarovalo účasť v kampani v roku 2020 (8. ročník kampane) celkom 6,2 % opýtaných. **Približne tretina zo zúčastnených respondentov spotrebu alkoholu vplyvom kampane obmedzila dlhodobo** (celkom 2,1 % respondentov, z toho 0,4 % úplne prestalo piť alkohol). „Z výsledkov je zrejmé, že kampaň v súčasnej podobe má potenciál znížiť celkovú spotrebu alkoholu rádovo o jednotky percent, pričom najväčší dopad je vplyvom redukcie konzumácie v skupine užívateľov s frekvenciou užívania alkoholu 1–4-krát týždenne.“ Doplna k výstupom výskumov **Viktor Mravčík**, jeden z jeho autorov a bývalý šéf NMS, teraz riaditeľ výskumu v Spoločnosti Podané ruce.

## U nás Suchá február v Česku Suchej únor

Kampaň Suchej únor v susednom Česku funguje už 11 rokov, u nás je s názvom Suchý február spustená s podporou košického Centra pre liečbu drogových závislostí (CPLDZ Košice). Jeho riaditeľ **Boris Bodnár** na zapojenie do kampane Suchý únor hovorí: „*Sekcia medicíny závislosti Slovenskej psychiatrickej spoločnosti chce podporiť kampaň Suchý február, pretože máme záujem, aby bežná populácia vzala na vedomie riziká, ktoré vyplývajú z užívania alkoholu v akomkoľvek množstve. Iba necelých 20 % našej populácie neužíva alkohol vôbec. Väčšina populácie teda patrí medzi konzumentov. Konzum alkoholu však nie je samozrejmosť, ktorú by nebolo možné zmeniť a ktorú musíme akceptovať. Preto chceme v rámci tejto kampane podporiť jednotlivcov aj skupiny v tom, aby zmenili konzum alkoholu aspoň na krátke obdobie a posúdili benefity tejto zmeny. Chceme tiež podporiť snahu a vytrvalosť tých, ktorí vo februári vylúčia konzum alkoholu, aby túto svoju výzvu naplnili aj napriek tomu, že v našej spoločnosti ten kto alkohol neužíva musí takýto svoj postoj vysvetľovať.*”

Boris Bodnár sa tak pridáva k mnohým českým odborníkom, ktorí kampaň dlhodobo podporujú a mnoho z nich tiež prispelo do [knihy Suchej únor](#), ktorá vyšla v roku 2021.



## Čo prinesie Suchý február svojim účastníkom?



ČISTÁ HLAVA  
78 %



OSOBNÁ HRDOSŤ  
86 %



LEPŠÍ SPÁNOK  
58 %



VIAC ENERGIE  
58 %



ZHODENÉ KILÁ  
35 %



OBMEDZENÉ FAJČENIE  
44 %



VĎAČNÁ PEŇAŽENKA  
59 %



## Široká podpora kampane naprieč spoločnosťou – kraje, mestá, dopravné podniky, firmy, inštitúcie... –

V Česku je už kampaň dobre známa, odborné partnerstvá akcii tradične poskytla Klinika adiktológie 1. lekárskej fakulty Univerzity Karlovej a Všeobecnej fakultnej nemocnice (KAD) alebo Národný ústav duševného zdravia (NUDZ). Kampaň pravidelne podporujú aj mnohé verejné inštitúcie. Záštitu a komunikačnú podporu udelilo 13 krajov a 8 krajských miest, mnoho okresných miest a mestských častí Prahy poskytlo komunikačnú podporu. Kampaň ďalej podporila **Polícia ČR, ZZS a niekoľko MP** ([kompletný zoznam tu](#)). **Zapojilo sa aj mnoho českých a medzinárodných firiem** ako Česká sporiteľňa, Albert, ISIC, SIKO, OEZ, Mondí Štetí, Faurencia, O2, Adient, ŠkoFIN, Valeo, Dormer Pramet, Trigema, 4TransFactoring alebo T-Mobile. Novinka sú firemní ambasádori, ktorými sa v roku 2023 stali napríklad Tomáš Kresťan z Košík.cz, Simona Zábřžová zo Soulmia, Eva Hlavsová za Fondee, Ján Kluson z Welcome to the Jungle, Michaela Tumpachová za #suHR, David Krajíček z DK Family Office Tomáš Vala zo SIKO, alebo Ján Mašek z Red Button.



**Pozadu nezostalo ani Slovensko**, u nás záštitou kampaň podporia Bratislavský a Žilinský kraj, mestá Trnava, Žilina, Trenčín, komunikačnú podporu Suchý február získal od mesta Nitra, Policajného zboru Banskej Bystrice, ISIC, Fakultnej nemocnice v Nitre, Fakultnej nemocnice s poliklinikou F. D. Roosevelta v Banskej Bystrici, Univerzity Komenského v Bratislave, Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre, ďalej od DÔVERA zdravotná poisťovňa, Stratégie, Interež, RKC Prievidza a iných.

Kampaň oslovuje aj množstvo známych osobností, ktoré pomáhajú šíriť osvetu. Vlni to boli napríklad Terézia Kovalová, Jiří Procházka, Martina Viktória Kopecká, Roman Vojtek, Berenika Kohoutová, Václav Noid Barta, Adela Elbel, David Kraus, Nikol Moravcová, Daniela Písařovicová, Janka Chudlíková, Jiří Tkadlčík, Kristína Frejová, Marian Vojtko, Leona Machálková, Vendula Pizingerová, Pavlína Louženská, Peter Harazin, Lukáš Vácha, Anna Julia Slováčková, Michelle Losekoot, Tomáš Babek, Denisa Pfauserová, Lena Brauner, Jaro Slávik, Nicole Ehrenbergerová a.

**Na Slovensku nám tento rok pomoc so šírením osvetu prispúbili** Andrea Zahurancová, Martin Šmahel, Miriam Kalisová, Nikoleta Kováčová, Zlatica Švajdová Puškárová, Zuzana Vačková, Kvetka Horváthová, Maroš Molnár, Miki Plichta a ďalší. Na sociálnych sieťach tento rok kampaň spája hashtag odkazujúci na vedomé a trpezlivé posúvanie hraníc a na objavovanie seba samého prostredníctvom tvorby. Pretože #NEPITJEUMENIE.

[PLAGÁTY](#) | [SOCIAL POSTY](#) | [ČLÁNKY](#)





## Pre média, partnerov a firmy

### Kompletný [PRESS KIT](#) na stiahnutie

- Fotografie, logá a grafika kampane
- [ALKOFAKTY](#) so základnými číslami ohľadom spotreby alkoholu
- [Plagáty](#) do verejných priestorov
- [Dopad kampane 2022](#)

**Petr Freimann**, manažér kampane  
petr@suchejunor.cz, + 420 721 530 199

Viac informácií nájdete na  
[www.suchyfebruar.sk](http://www.suchyfebruar.sk)

 [instagram.com/suchyfebruar/](https://www.instagram.com/suchyfebruar/)

 [facebook.com/suchyfebruar/](https://www.facebook.com/suchyfebruar/)

## PARTNERI KAMPANE SUCHEJ ÚNOR 2022

### partneri



Klinika adiktologie



1. LÉKAŘSKÁ  
FAKULTA  
Univerzita Karlova



VŠEOBECNÁ FAKULTNÍ  
NEMOCNICE V PRAZE



Národní ústřední důstojnostní zpráva

### za podpory





## Udelené záštity 2023

### 03 Záštity a komunikační podpora veřejný sektor SU 2023



## Suchá kniha destilovaného poznania

V roku 2020 Suchej únor vydal knihu, ktorá bude opäť dostupná registrovaným účastníkom a aj na pultoch českých kníhkupectiev. [V 28 kapitolách](#) predstavuje alkohol s ľahkosťou aj vážnosťou – vo všetkých jeho spoločenských rolách. Či už je to spánok, sex, šport, práca, výchova detí, závislosť a liečba, zdravie alebo alkohol za volantom. [Viac informácií o knihe a RECENZIE.](#)



# #nepitjeumeniE

Tlačová sPRAVA

