

학부모용

청소년 음주예방 교육



청소년의 건강하고
밝은 미래를 아름답게
채워 나가도록!

청소년 음주예방 교육프로그램

발행일	2016년 12월
발행처	한국건강증진개발원
발행인	정기혜
기획	박언아 팀장 김수진 선임연구원 황준하 5급행정원
집필진	제갈정 인제대학교 보건대학원 교수 유승현 서울대학교 보건대학원 교수 이지현 서울시 건강증진사업지원단 팀장 조정연 부산하남중학교 교사
주소	04554 서울시 중구 퇴계로 173 남산스퀘어빌딩 24층
전화	02-3781-3500(대표)
홈페이지	www.khealth.or.kr
등록번호	2016-05-008
인쇄처	한국교원단체총연합회





01

무심코 자녀에게 술을 주는 일은 없나요?



내용

- 01 | 무심코 자녀에게 술을 주는 일은 없나요? 05
- 02 | 우리 집 냉장고에 있는 술이 자녀의 호기심을 자극합니다. 11
- 03 | 넘쳐나는 술 광고 속에 노출되는 우리 아이들 15
- 04 | 청소년 음주와 관련된 법, 얼마나 알고 계신가요? 19
- 05 | 청소년 음주, 왜 못하게 할까요? 23
- 06 | 음주에 대해 자녀들과 이야기 나누기 27



질문하기

청소년 자녀에게 술을 권하지 않아야 하는 것을 이해하고,
앞으로 자녀에게 술을 권하지 않을 것을 다짐한다.



학습내용

우리나라에서 음주와 관련하여 흔히 하는 말 중에 어른 앞에서 술을 배워야 한다는 이야기가 있습니다. 그 말이 아주 틀린 말이라고 할 수는 없습니다만, 아직 미성년인 청소년 자녀에게도 해당되는 것인지는 한번 생각해볼 필요가 있을 것 같습니다.

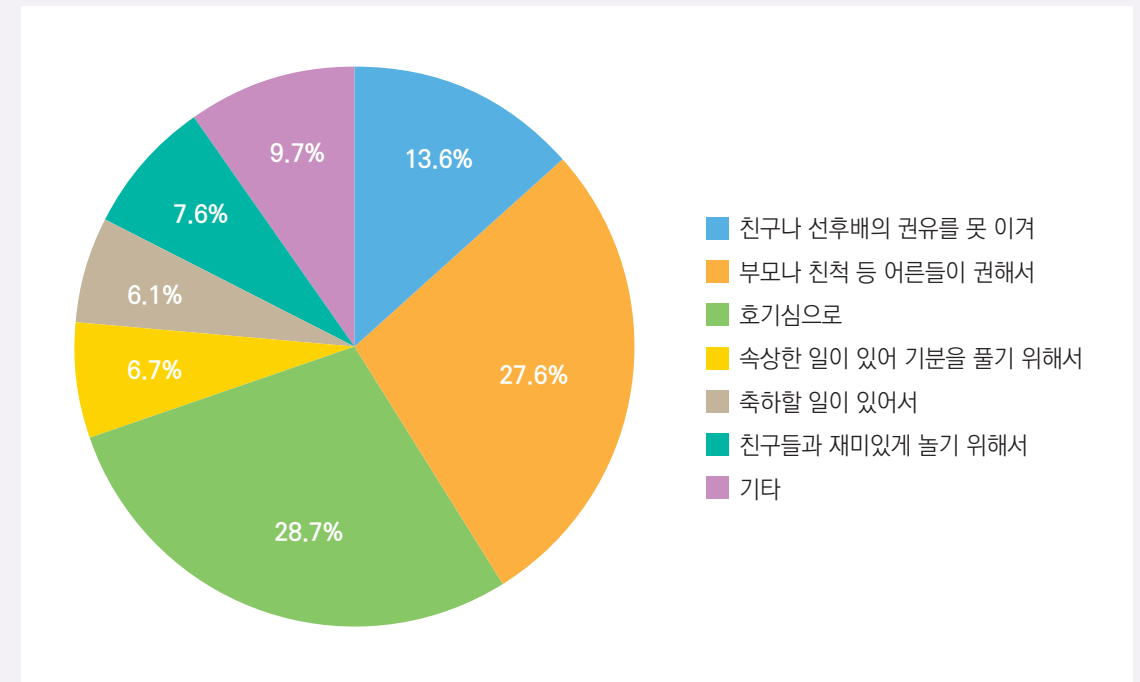
그래서 이 시간에는 명절이나 제사 후 음복하면서 자녀에 술을 권하거나 가족 모임 자리에서 어른 앞에서 술을 배워야 한다면서 자녀들에게 술을 주는 일은 없는지, 그래도 괜찮은 것인지 한번 생각해보았으면 합니다.

청소년이 술을 마시는 계기는?

여성가족부에서 우리나라 청소년을 대상으로 조사하는 「청소년유해환경종합실태조사」 자료에서 청소년들이 술을 마신 계기를 물어본 결과, 호기심으로 술을 마셔보았다는 응답이 가장 많지만(28.7%), 이와 비슷하게 많은 비중을 차지하는 것이 부모나 친척, 어른들이 권해서 마셨다는 응답(27.6%)이었습니다. 생각보다 어른들이 청소년이 음주를 시작하는 계기를 제공해주는 비율이 높다는 것을 알 수 있습니다(여성가족부, 2012).

특히 우리나라에는 명절이나 제사와 같은 의례에서 이루어지는 음복문화가 있는데, 이때 미성년인 자녀들에게도 술을 권하는 경우가 있습니다. 이러한 문화가 청소년의 음주에 대해 관대한 분위기를 만든다고 합니다.

〈그림 1〉 청소년의 음주시작 동기



자료: 여성가족부(2012), 청소년유해환경종합실태조사

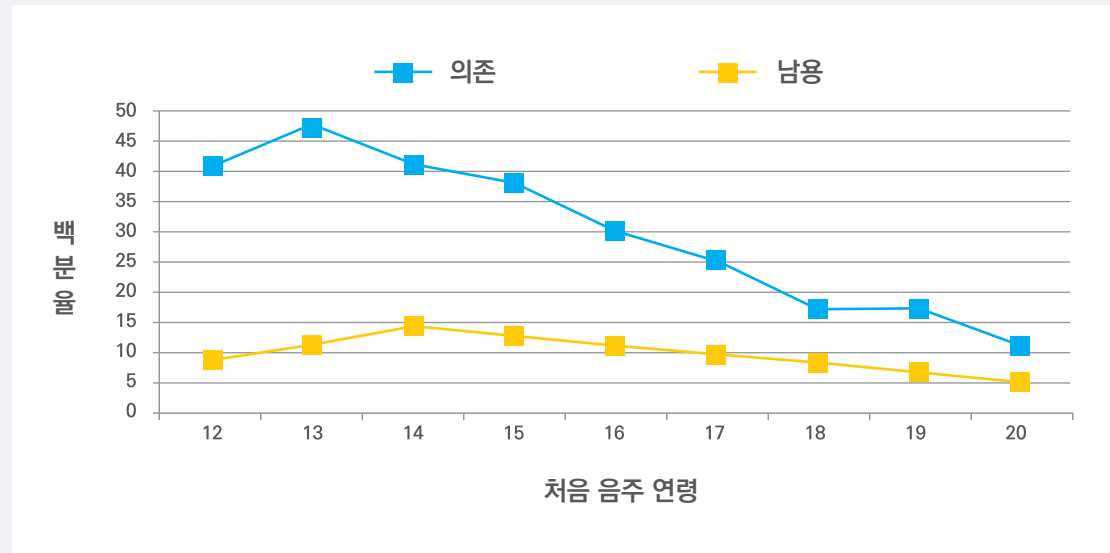
어릴 때 마셔본 경험이 어른이 되었을 때의 음주습관으로 이어집니다.

어릴 때 술을 마셔본 경험이 있는지, 그 때 기분이 어땠는지는 어른이 되었을 때 음주 행태와 밀접하게 관련이 있다고 합니다. 처음 술을 마셨을 때 좋은 기분을 느낀 경우에는 술에 대해 긍정적인 이미지를 가지게 되어 어른이 되었을 때 과음이나 폭음을 할 가능성이 높아지고, 알코올 의존자가 될 가능성이 더 높아진다고 합니다.

그리고 일찍 술을 마셨을 경우에 문제음주자가 될 가능성이 더 높아진다고 합니다. 그것을 잘 보여주는 것이 다음 그래프입니다. 처음 술을 마신 나이가 어릴수록 알코올 의존자나 남용자가 될 가능성이 높아진다는 것을 알 수 있는데, 특히 알코올 의존자가 될 가능성은 더욱 높습니다. 처음 술을 마신 연령이 13세일 때 알코올 의존이 될 가능성이 가장 높고, 처음 술

을 마신 연령이 높아질수록 그 비율이 낮아지는 것을 알 수 있습니다.

〈표 1〉 처음 음주한 연령과 알코올 남용 및 의존과의 관계



자료: Grant & Dawson (1997), Ages of Initiation and Levels of DSM Diagnoses for Abuse and Dependence

19세 미만 청소년의 음주는 법으로 규제하고 있습니다.

청소년 시기의 음주가 성인의 음주행태에 영향을 준다는 사실을 고려해볼 때 청소년 자녀가 음주하지 않도록 하는 것이 중요합니다. 그래서 우리나라에서는 19세가 될 때까지는 술에 접근하지 못하도록 법을 통해 여러 가지 제한을 하고 있습니다. 바로 청소년보호법입니다.

청소년보호법에서는 술을 청소년에게 유해한 약물로 규정하고, 19세 미만 청소년에게는 술을 판매하거나 제공, 배포, 대여, 제공하지 못하도록 규제하고 있습니다. 만약 청소년처럼 보이는 사람에게 술을 판매할 경우에는 반드시 신분증 등을 통해 연령을 확인하도록 하고 있습니다.

법은 사회생활을 하는데 필요한 최소한의 규제라고 합니다. 적어도 자녀에게는 법을 잘 지키는 부모의 모습을 보여주는 것이 좋지 않을까 합니다.

청소년 자녀에게는 절대로 술을 권하지 않도록 합니다.

어른 앞에서 술을 배우는 것이 좋기는 하겠지만 그것이 청소년기 자녀에게 해당되는 말은 아닙니다. 자녀들이 학교에서 19세가 될 때까지는 술을 마시면 안된다고 배웠는데, 집에서는 어른 앞에서 배우는 것은 괜찮다고 한다면 얼마나 혼란스러울까요? 우리 자녀들의 건강과 행복을 위해, 그리고 부모가 법을 준수하는 모습을 보여주기 위해 19세가 될 때까지는 술을 마시지 않도록 잘 지켜줄 수 있도록 노력하면 좋겠습니다.





02

우리 집 냉장고에
있는 술이 자녀의
호기심을 자극합니다.



학습목표

집안에서 쉽게 찾아볼 수 있는 술이 자녀의 호기심을 일으키는 것을 인식하고,
집안의 술을 모두 치우도록 한다.

학습내용

우리 집에 있는 술을 찾아봅시다.



어떻습니까? 생각보다 술이 여기저기 많이 널려 있는 것을 알고 놀라지 않았는지요? 가정
에 술이 이렇게 많이 있는 줄 미처 생각하지 못하셨을 겁니다. 지금 당장 우리 집은 어떤지
한번 확인해보시기 바랍니다.

집에 있는 술이 자녀의 음주와 무슨 관계?

그런데 집 안에, 냉장고에 술이 있는 것과 자녀의 음주가 무슨 관계가 있다는 것인지 궁금
하실 겁니다.

예를 들어 보겠습니다. 목이 말라서 물을 마시려고 냉장고 문을 열었는데 눈 앞에 시원해 보
이는 맥주가 있다면, “아, 물보다 맥주를 마셔볼까?” 라고 생각할 수 있습니다. 원래는 물을
마시려고 했는데 맥주가 눈에 보였기 때문에 마음이 바뀐 것입니다. 즉 맥주를 선택할 수 있
는 기회가 생긴 겁니다.

이것은 청소년 자녀도 마찬가지입니다. 집안의 눈에 잘 띄는 곳에 술이 있다는 것은 술을 마
실 수 있는 기회를 제공해주는 것과 같습니다. 실제로 그 동안 여러 연구들에서도 청소년이
술을 쉽게 구하게 되면 술을 마시게 될 가능성도 높아진다고 보고하였습니다. 그러니까 청
소년들에게 술을 선택할 수 있는 기회를 주지 않는 것이 좋습니다.

술을 쉽게 접할 기회를 주지 않도록 합시다.

우리가 미처 생각하지 못한 어른들의 행동이 자녀들에게는 크게 영향을 줄 수 있습니다.
음주도 마찬가지입니다. 자녀들의 눈에 쉽게 띄는 곳, 손이 닿기 쉬운 곳에 술을 두는 것은
언제든지 마셔도 좋다는 메시지로 보일 수도 있습니다. 지금 당장 자녀들 눈에 쉽게 띄고 손
이 닿은 곳에 있는 술을 잘 보이지 않는 곳에 옮겨두는 것이 어떨까요?



03

넘쳐나는 술 광고 속에
노출되는 우리 아이들



학습목표

술 광고가 청소년에게 미치는 영향을 이해한다.

학습내용

광고의 홍수, 그 안에는 술 광고도 있습니다.

우리는 광고의 홍수 속에 살고 있습니다. 그 많은 광고 중에 술 광고도 빠지지 않습니다. 우리가 얼마나 많은 술 광고 속에 살고 있는지 생각해보신 적이 있으십니까?



술 광고가 청소년 음주에 영향을 줍니다.

우리는 알게 모르게 광고의 영향을 받고 있습니다. 어른이나 청소년 모두 예외가 아닙니다. 우리가 접하는 많은 광고들 중에는 술 광고도 있습니다. 광고에서 보여주는 이미지와 음주 장면은 사람들의 음주태도, 음주방식, 음주의도 등에 영향을 미친다고 합니다. 특히 청소년은 이러한 술 광고의 영향을 더 많이 받는다고 합니다.

청소년들은 광고를 통해 술에 대한 좋은 이미지와 음주에 대한 긍정적인 기대를 가지게 됩니다. 이런 점을 잘 알고 있는 주류회사는 광고에 10대들에게 인기있는 배우나 가수, 운동선수를 등장시키고, 낭만적이고 매력적인 이미지를 전달하며, 사람들이 함께 술을 마시면서 여유 있고 재미있게 즐기는 모습을 보여줌으로써 최대한 술에 대한 긍정적인 면을 최대한 보여주고 합니다. 왜냐하면 청소년은 머지않은 미래의 주류 소비자이기 때문입니다.

주류광고로부터 청소년을 보호하기 위한 조치들

이러한 관점에서 세계보건기구와 각 국가들은 주류광고를 규제하기 위한 다양한 노력을 하고 있습니다. 우리나라에서는 청소년의 주류 광고에 대한 접근성을 낮추기 위해 법적으로 제한하고 있습니다. 청소년보호법에서는 TV와 라디오와 같은 방송에서의 주류광고를 청소년보호시간대에는 방송하지 못하도록 하고 있습니다. 이 때문에 TV의 주류광고는 밤 10시 이후부터 할 수 있게 되어 있습니다. 그리고 국민건강증진법(시행령 제10조, 제13조)에서는 다음 사항들에 대해 금지하고 있습니다.

- 지나친 음주분위기를 묘사하거나 음주행위를 지나치게 미화하는 표현
- 음주가 체력 또는 운동능력을 향상시키거나 근심, 걱정을 없애준다거나 질병의 치료에 도움이 된다는 표현
- 운전이나 작업 중에 음주하는 행동을 묘사하는 표현
- 임신부나 미성년자의 인물 또는 목소리를 묘사하는 표현
- 주류의 판매 촉진을 위해서 광고노래 금지, 경품, 금품제공 금지
- 방송광고의 경우 알코올 성분이 17도 미만의 주류만 허용
- 음주가 사회적 인정이나 성공에 필요하다고 주장하거나 이를 암시하는 표현
- 적당한 음주가 건강에 해롭지 않다는 표현

그리고 이와 관련하여 인터넷광고심의규정에서는 위의 국민건강증진법에서 금지하는 표현

뿐만 아니라 주류에 대한 인터넷 광고에 등장하는 인물은 19세 이상이어야 한다고 규정하고 있습니다.

주류광고로부터 자녀를 지킵시다.

주류회사의 광고 전략을 법이나 제도가 바로 따라가며 대응하기는 쉽지 않습니다. 법이나 제도는 일반 기업의 전략만큼 빨리 변화할 수 있는 것이 아니기 때문입니다. 예를 들어 최근에는 SNS를 활용한 광고가 이슈가 되고 있지만 법과 제도는 최신의 매체와 전략을 사용하는 주류회사의 마케팅 속도를 따라가지 못하는 것이 사실입니다.

게다가 최근에는 17도 미만의 주류에 대한 광고가 가능하다는 점에 맞추어 17도 미만의 소주도 생산하고 광고를 시작했습니다. 단순히 술 광고 하나를 하느냐 안하느냐의 문제가 아니라 이러한 다양한 주종의 광고를 통해 우리 청소년들이 더 다양한 주류를 접하게 된다는 것을 생각해야 합니다.

그러면 이런 술 광고의 홍수 속에서 우리 자녀를 어떻게 지켜낼 수 있을까요? 자녀와 같이 TV를 보다가 오후 10시가 되면 “자, 이제 청소년보호 시간대이므로 TV를 그만보자”라고 하면 될까요? 아마 그렇게 한다면지라도 컴퓨터나 핸드폰 등으로 인터넷을 접하고 SNS 등의 다양한 매체를 통해 술 광고를 쉽게 접하게 될 것입니다. 그래서 부모의 이야기는 그저 잔소리에 그치게 될 수 있습니다.

그보다는 청소년 자녀가 술 광고에 접근할 수 있는 가능성을 낮출 수 있도록 제도를 강화해 달라고 정부에 요구하는 것은 어떨까요? 부모로서의 권리를 행사하여 술 광고를 더 강하게 규제하도록 옹호활동을 하는 겁니다. 예를 들어 정부 부처 게시판에 의견 올리기, 국회의원에게 편지쓰기, 언론에 댓글 달기 등의 활동을 통해 법을 개정하고 제도를 강화하도록 하는 것은 어떨지 한 번 생각해 보면 좋겠습니다. 그리고 행동으로 옮기면 더 좋겠습니다.



04

청소년 음주와 관련된 법, 얼마나 알고 계신가요?





학습목표

청소년 음주와 관련된 법률에 대해 정확하게 인지하고,
자녀들에게 이야기해 줄 수 있다.



학습내용

술과 음주에 대한 법

우리가 살아가는 사회의 질서를 유지하기 위한 최소한의 기준으로 법을 만들어서 지키도록 하고 있습니다. 술과 음주에 대해서도 마찬가지입니다. 음주한 상태에서의 운전으로 인한 사고를 예방하기 위하여 음주운전을 규제하는 도로교통법, 방송에서의 술 광고가 가능한 시간대와 광고에 등장하는 사람과 목소리, 방송 프로그램의 종류, 영화 등급을 비롯한 매체 등을 제한하는 청소년보호법과 국민건강증진법이 있습니다. 그리고 경고문구 부착과 청소년의 술 이용을 규제하는 청소년보호법도 있습니다. 이 중에서 청소년 음주와 가장 밀접하게 관련이 있는 것은 청소년보호법이라고 할 수 있습니다.

청소년의 음주와 관련된 법

청소년보호법은 청소년에게 유해한 물질이나 매체 등으로부터 청소년을 보호하기 위한 것입니다. 청소년보호법에서는 술을 청소년 유해물질로 규정하고 청소년들이 술에 대한 접근성을 차단하기 위해 다음과 같은 규제를 하고 있습니다.

〈그림 2〉 청소년 음주 규제들



- **나이 제한** : 누구든지 청소년 유해약물인 술을 만 19세 미만 청소년에게 판매 하거나 제공할 수 없고, 청소년 대신 술을 사서 청소년에게 술을 주면 안 됩니다.



- **판매하지 않는다는 표시** : 판매 장소에서는 청소년에게는 술을 팔지 않는다는 표시를 해야 합니다.,



- **제품에 유해 표시** : 술 제품의 상표에도 청소년에게 유해하다는 표시를 해야 합니다.



- **신분증으로 나이 확인** : 술을 사고 팔 때에는 판매자는 반드시 사는 사람의 나이를 신분증을 통해 확인해야 합니다.



- **신분증 위조, 도용 금지** : 술을 사기 위해서 다른 사람의 신분증을 사용 하거나 가짜 신분증을 만드는 것은 범죄에 해당합니다.



- **청소년 고용 금지** : 그 밖에, 술집 등 청소년출입·고용금지업소에서는 청소년이 일을 할 수 없습니다.

청소년보호법에서 제시하는 청소년이란 만 19세 미만인 자로, 만 19세가 되는 해 1월 1일부터 청소년에서 제외됩니다. 즉 만 19세가 되는 해 1월 1일부터 청소년이 아닌 성인으로 됩니다. 법에서는 만 19세 미만 청소년에게는 술을 판매, 대여, 배포하거나 무상으로 제공해서는 안되며, 청소년의 의뢰를 받아 대신 사 주는 것도 안된다고 규정하고 있습니다. 따라서 청소년처럼 보이는 사람에게 술을 판매, 대여, 배포할 경우에는 반드시 신분증 등을 통해 연령을 확인하도록 되어 있습니다. 인터넷 등을 통한 통신판매의 경우에도 성인 인증을 받은 사람에 한해 판매하도록 되어 있습니다(국세 청고시 제2015-03호). 아주 가끔이긴 하지만 청소년들 중에서 어른의 신분증을 빌리거나 위조해서 술을 사는 경우도 있다고 하는데, 이런 경우에는 형법의 적용을 받게 됩니다.

이와 함께 청소년에게 술을 판매, 대여, 배포하지 않도록 하기 위해서 “19세 미만 청소년에

게 술 판매 금지”라는 표시문구를 영업장에서 가장 잘 보이는 곳에 게시하도록 하고 있으며, 표시문구의 크기, 게시 장소 등은 시행령에서 정하고 있습니다.

술의 광고에 있어서도 청소년보호법, 국민건강증진법과 광고자율심의규정에 의해 다음과 같은 규제를 받고 있습니다.

- **술 광고시간 제한** : 술 광고를 할 수 있는 시간과 방송프로그램 종류는 법으로 정해져 있습니다.
- **미성년자 출연·묘사 금지** : 술 광고에 만 19세 미만의 미성년자가 등장하거나 미성년자 모습과 목소리를 묘사할 수 없습니다.
- **영화 상영 전후 술 광고 제한** : 영화의 등급에 따라 술 광고가 제한됩니다.
- **대중교통에 술 광고 제한** : 도시철도 역사나 차량에서의 동영상 광고 또는 스크린도어에서 술 광고를 할 수 없습니다.

술 광고를 할 수 없는 시간은 원칙적으로 평일 오전 7시부터 오전 9시까지, 오후 1시부터 오후 10시까지, 토요일과 공휴일, 방학기간 동안에는 오전 7시부터 오후 10시까지입니다(청소년보호법, 시행령 제19조). 그리고 술 광고에서 미성년자가 출연하거나 미성년자의 목소리를 표현할 수 없습니다.

이 법들을 알고만 있으면 될까요?

법은 우리 사회의 질서와 국민들의 행복한 삶을 위해 합의한 것들입니다. 특히나 청소년을 보호하기 위한 법은 더욱 더 그러합니다. 부모님들이 청소년 자녀의 건강한 성장을 위한 보호조치로 마련된 법을 잘 알고 있는 것과 이 법이 지켜지도록 살펴보는 것은 매우 중요합니다. 그리고 부모님만 알고 있는 것보다는 자녀들에게도 잘 이해할 수 있도록 알려주고 함께 이야기해보는 것이 더 좋겠습니다.



05

청소년 음주, 왜 못하게 할까요?





학습목표

청소년 음주 현황을 파악하고, 청소년기의 음주가 미치는 부정적 영향에 대해 인지한다.

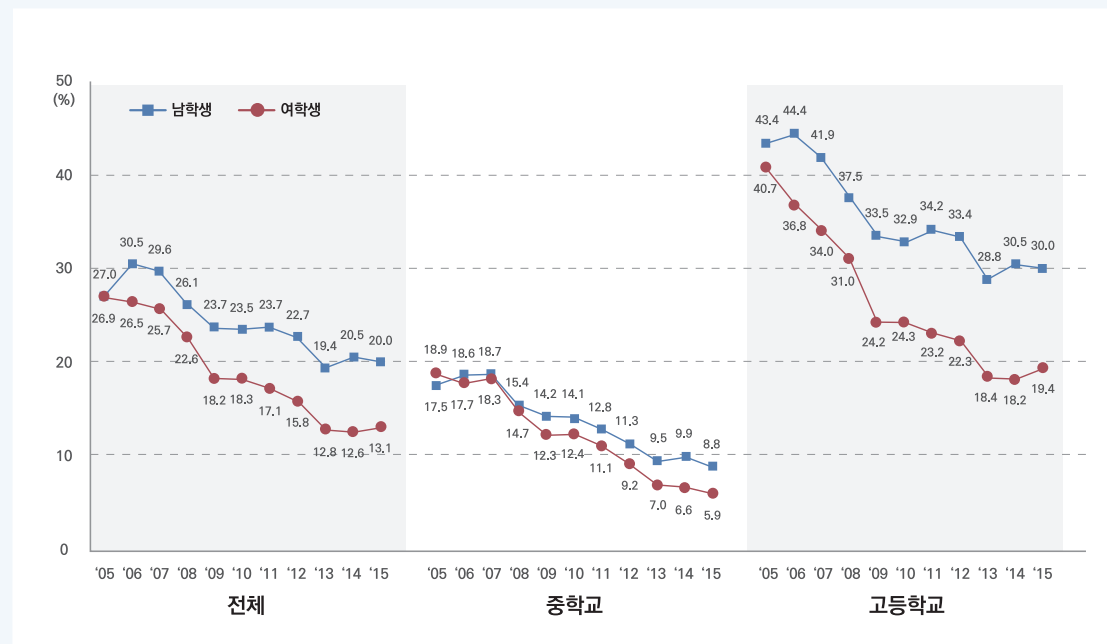


학습내용

우리나라 청소년의 음주가 문제가 될 정도인가요?

우리나라 청소년의 음주율은 매년 감소하는 추세입니다. 중학생, 고등학생, 남학생과 여학생 모두에게서 공통적으로 나타나는 양상입니다. 매우 다행스러운 일입니다.

〈그림 3〉 청소년 현재음주율 추이

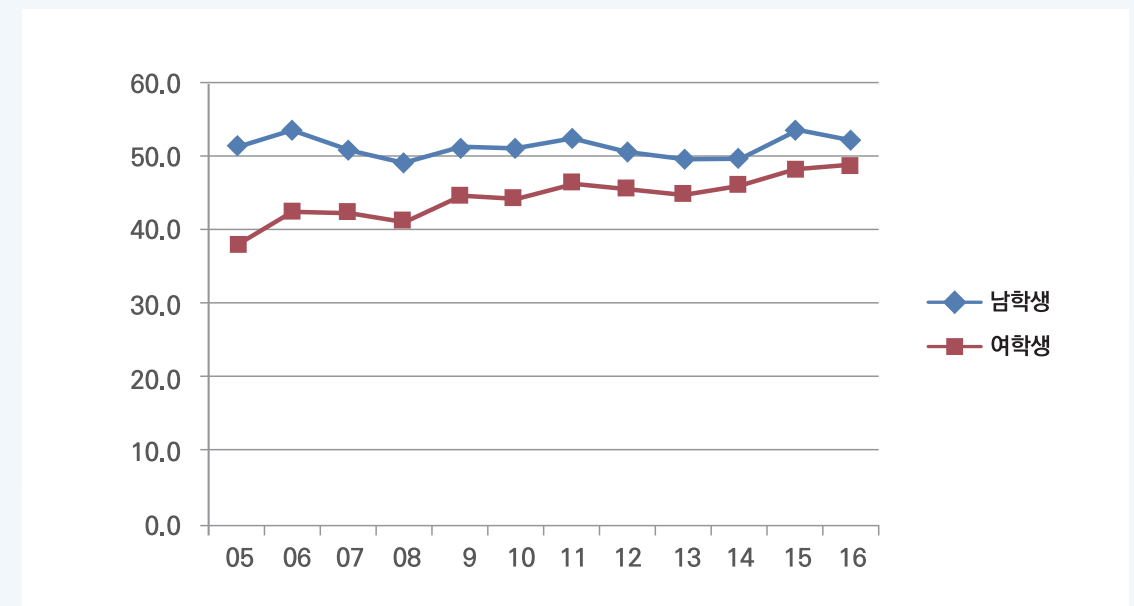


주) 현재음주율: 지난 30일간 1잔이상 술을 마신 경험이 있는 비율

자료: 질병관리본부(2016), 청소년건강행태온라인조사

그러나 음주하는 청소년 중 위험음주를 하는 청소년의 비율은 남학생의 52.3%, 여학생의 49.4%로 음주하는 청소년 2명 중 1명꼴입니다. 그리고 위험음주를 하는 청소년의 비율은 줄어들지 않고 있으며, 여학생의 경우에는 오히려 약간씩 늘어나고 있습니다. 따라서 음주하는 청소년에 대한 관심은 더 필요함을 알 수 있습니다.

〈그림 4〉 청소년 현재음주자의 위험음주율



자료: 질병관리본부(2016), 청소년건강행태온라인조사

청소년기 음주의 영향

우리나라 주세법에서는 알코올이 1%이상 함유되면 술이라고 정의합니다. 술의 주성분인 알코올은 뇌와 간을 비롯한 신체 대부분에 영향을 미치며 중독성이 있기 때문에 청소년뿐만 아니라 어느 연령대에서라도 많이 마시면 위험할 수 있습니다. 오랜 기간 동안 지속적으로 술을 마시면 뇌와 간, 췌장 등 신체 여러 기관에 영향을 미쳐서 여러 가지 질환의 원인이 되며, 알코올이 없으면 생활할 수 없는 상태 즉, 알코올 중독 이 되기도 합니다. 또한 술을 마시면

처음에는 몸이 이완되고 기분이 좋아지는 느낌이 들 수 있지만, 계속 마시면 몸의 움직임이 둔해지고 사고나 판단 능력이 떨어지게 됩니다. 이 때문에 음주운전이나 상해, 폭력, 자살 등의 사회문제로 이어지게 됩니다. 청소년기는 몸과 마음의 성장이 완전히 이루어진 것이 아니라 계속 성장해 가는 시기이므로 알코올의 영향을 더 많이 받게 됩니다. 신체적으로는 키가 잘 자라지 않고, 2차 성징이 늦게 나타날 수 있으며, 뇌세포가 파괴되어 기억력과 집중력이 떨어져서 공부하는데 장애가 일어날 수도 있습니다. 특히 청소년기에 파괴된 뇌세포는 다시 회복 되지 않기 때문에 치명적일 수 있습니다.

〈그림 5〉 음주의 신체에 미치는 영향



청소년기 음주의 영향

청소년 자녀와 음주에 대해 이야기할 기회가 생기면 청소년기의 음주는 성장과 뇌 발달에 좋지 않은 영향을 미치고, 그래서 법으로 금지하고 있다는 점을 이야기해주면 좋겠습니다. 부모님의 말 한마디가 청소년기의 올바른 생각, 건강한 성장을 이끌어낼 수 있기 때문입니다.





학습목표

자녀와의 의사소통 방법을 습득하고, 음주를 주제로 이야기하는 방법을 이해한다.



학습내용

평소 자녀들과 어떤 이야기를 주로 하시나요?

여러분들은 평소에 자녀와 이야기를 많이 하시는 편이신가요? 이야기를 한다면, 주로 어떤 이야기를 하시나요? 혹시 자녀와 나누는 이야기의 대부분이 숙제하러거나 학원 가라거나 하는 공부 이야기는 아닌가요? 이야기를 나누는 방법은 어떤가요? 혹시 일방적으로 훈계나 잔소리를 하고 있지는 않으신가요?

자녀와의 대화도 훈련이 필요합니다.

청소년 자녀들은 부모와의 대화를 “대놓고 화내기”라고 한답니다. 부모님과 이야기를 하다 보면 대부분은 부모님이 잔소리를 하거나 화를 내는 것으로 끝을 맺게 되기 때문 이라고 합니다. 공감에 가지 않나요? 아마도 우리는 다른 사람의 이야기를 끝까지 잘 들어주지 못하는 경향이 있는 것 같습니다. 다른 사람과의 의사소통에서는 내가 하고 싶은 말을 잘 전달하는 것도 중요 하지만 그보다 더 중요한 것은 남의 이야기를 끝까지 들어주는 것이라고 합니다. 내 이야기를 잘 들어줄 때 상대방에 대한 신뢰가 생기고, 그래야 자신의 이야기를 마음놓고 하게 된다고 합니다. 상대방의 이야기를 잘 들어주는 것, 의사소통의 시작이 아닐까 합니다. 그런데 사실 남의 이야기를 끝까지 들어주는 일이 생각처럼 쉽지 않습니다. 중간에 나의 의견을 말하고 싶은 마음이 자꾸 생기기 때문입니다. 더구나 그 상대가 자녀라면 더욱 그렇습니다. 부모로써 뭔가 가르치고 싶어지기 때문입니다.

자녀와 청소년 음주에 대한 이야기도 할 수 있을까요?

자녀와 청소년 음주에 대한 이야기는 어떤 방식으로 어떤 내용으로 하면 좋을까요? 청소년 음주에 대한 이야기는 잘못하면 잔소리가 되기 쉬운 주제 중의 하나입니다. 바로 청소년들이 싫어하는 “하지 말라”는 이야기를 해야 하기 때문입니다. 그래서 청소년 자녀와 음주에 대한 이야기를 하기 위해서는 일상생활 속에서 이야깃거리를 찾아서 하는 지혜가 필요합니다. 몇 가지 예를 들어 보겠습니다.

자녀와 같이 뉴스를 보다가 음주운전 사고에 대한 소식이 나오면 음주한 상태에서의 음주가 얼마나 위험한지, 술을 한잔이라도 마시면 운전은 절대 하지 않아야 한다는 이야기를 할 수 있습니다. 음주운전 외에도 술 마시고 일어난 폭력이나 자살같은 음주와 연계된 사건 사고 소식이 나올 때에도 자연스럽게 할 수 있습니다.

자녀와 같이 장을 보러가거나 편의점에서 술을 사게 되었을 때, 우리나라에서는 만 19세 미만 청소년에게는 술을 판매할 수 없도록 법률로 규정해두고 있다는 이야기 해주고 왜 그런지를 설명해줄 수 있습니다. 그리고 신분증을 통해 연령을 확인한다는 것, 만 19세 미만 청소년에게 술을 판매할 수 없다는 표시문구에 대해서도 이야기해 줄 수 있을 것입니다.

자녀와 TV를 보는데 술 광고가 나오면, 청소년을 술로부터 보호하기 위해 술에 대한 광고를 어떻게 제한하고 있는지를 이야기해줄 수 있습니다. 술 광고가 청소년에게 어떻게 영향을 미치는지에 대해서도 설명해줍니다.

자주 있는 일은 아니겠지만 혹시라도 자녀가 친구들과 있었던 일을 이야기하는 중에 혹시 술과 관련된 이야기를 하면 그 내용과 연계해서 이야기를 할 수도 있습니다.

관심을 가지고 이야기를 하려고 마음먹으면 우리 주변과 일상생활에서 음주에 대한 이야깃거리는 무궁무진하게 찾을 수 있습니다. 부모님의 관심과 대화를 위한 노력이 중요합니다.

모든 문제는 자녀의 이야기를 들어주는 것에서 것으로부터 해결될 수 있습니다.

모든 문제는 다른 사람의 이야기는 듣지 않고 내 이야기를 듣도록 강요하는 데에서 시작될 수 있습니다. 청소년의 음주를 예방하고 우리 자녀가 건강하게 자랄 수 있도록 지켜주는 것도 자녀의 이야기를 잘 들어주고 같이 이야기를 나누는 것에서부터 시작할 수 있습니다.



참고문헌



유승현, 제갈정, 하은지, 박정은 (2015). 청소년 음주행태와 유해환경의 관련성 비교. 서울대학교·한국건강증진개발원.

여성가족부(2012), 청소년유해환경종합실태조사

질병관리본부(2016), 청소년건강행태온라인조사

국민건강증진법

국세청고시

도로교통법

주세법

청소년보호법

한국광고자율심의기구 광고자율심의규정 형법

Grant & Dawson (1997), Ages of Initiation and Levels of DSM Diagnoses for Abuse and Dependence

Johns Hopkins. Center on Alcohol Marketing and Youth. Marketing Gallery 광고

참조.

<http://camy.org/gallery>

