

Advarselsmerking – et nytt virkemiddel i norsk alkoholpolitikk?

Ingeborg Rossow Dr. Philos / seniorforsker, Maja Weemes Grøtting PhD / forsker, begge ved avdeling Rusmidler og tobakk, Folkehelseinstituttet.

Publisert 03/03-2022

DOI: <https://doi.org/10.21340/mz1n-5f55>

Nøkkelord: alkohol, advarselsmerking, alkoholpolitisk virkemiddel og kunnskapsgjennomgang

Sammendrag

Ett av forslagene i Nasjonal alkoholstrategi 2021–2025 er å innføre krav om advarselsmerking på alkoholholdig drikke. Denne artikkelen presenterer en gjennomgang av internasjonal forskning som kunnskapsgrunnlag for en eventuell innføring av advarselsmerking i Norge. Forskning har vist at advarselsmerking kan øke kunnskap om risiko ved alkoholbruk, men det er svært begrenset og usikker evidens for at en slik merking kan ha effekt på alkoholbruk. Ved advarselsmerking på tobakk har man derimot funnet effekt på røykeatferd. Dersom krav om advarselsmerking innføres, er det usikkert om det vil få effekt på alkoholbruk generelt eller i særlig risikofylte sammenhenger, som graviditet eller bilkjøring.

Abstract

Warning labels – a proposed new alcohol policy measure in Norway

The Norwegian Government's National Alcohol Strategy includes a proposal to introduce mandated alcohol warning labels. This article presents a review of the international research relevant to inform a possible introduction of this measure. Warning labels may increase knowledge about health risks due to alcohol consumption, however the scientific evidence on any effect on alcohol use is meagre and uncertain. In contrast, warning labels on tobacco products are found to impact smoking behaviour. If alcohol warning labels are introduced in Norway, it remains uncertain whether this measure may impact alcohol use in general or in specific contexts, including pregnancy or driving.

Innledning

I mars 2021 la Solbergregjeringen fram Nasjonal alkoholstrategi (Departementene, 2021).

Den overordnede målsettingen for strategien er i tråd med FNs og Verdens helseorganisasjons (WHOs) anbefaling om å redusere totalkonsumetⁱ av alkohol med 10 % fra 2010 til 2025. I

Nasjonal alkoholstrategi er ett av de foreslåtte virkemidlene å innføre krav til

advarselsmerking av alkoholholdig drikk. Hensikten med slik merking er å øke befolkningens

kunnskap om risiko ved alkoholbruk. Det pekes på at flere EU-land har innført ulike former

for advarselsmerking, og at Europakommisjonen, som ledd i sin kreftstrategi, vil foreslå

obligatorisk krav om helseadvarsler på alkoholholdig drikk innen utgangen av 2023

(Departementene, 2021).

Forslaget i Nasjonal alkoholstrategi om å innføre krav om advarselsmerking på alkohol har en forhistorie. I 2018 fremmet Kristelig Folkeparti et sett av alkoholpolitiske forslag, deriblant krav om merkeordning med helseadvarsler om alkoholbruk under graviditet og i forbindelse med kjøring. Et flertall i helse- og omsorgskomiteen (med representanter fra Arbeiderpartiet, Senterpartiet og Kristelig Folkeparti) støttet forslaget (Stortinget, 2018). Også WHO anbefaler sine medlemsland å innføre krav om advarselsmerking på alkoholemballasje. Begrunnelsen er at advarselsmerking vil kunne øke oppmerksomhet om risiko ved alkoholbruk og gi forbrukerne et bedre kunnskapsgrunnlag for sine valg. Dersom et slikt krav blir innført i Norge, vil det bety at et nytt virkemiddel tas inn i norsk alkoholpolitikk. I denne artikkelen gjennomgår vi kunnskapsgrunnlaget for dette virkemiddelet. Nærmere bestemt, vil vi gi en oversikt over hva advarselsmerking er og hvordan den reguleres. Vi vil videre gjennomgå hva forskning viser med hensyn til mulige effekter av advarselsmerking, også på tobakksfeltet.

Litteratursøk

Vi har innhentet litteratur til denne gjennomgangen først og fremst ved å bruke oversiktsstudier publisert siden 2006 (Blackwell et al., 2021; Clarke et al., 2021; Dimova & Mitchell, 2021; Hassan & Shiu, 2018; Jané-Llopis et al., 2020; Knai et al., 2015; Kokole et al., 2021; Martin-Moreno et al., 2013; Scholes-Balog et al., 2012; Stockwell, 2006; Thomas et al., 2014; Wilkinson & Room, 2009). Disse oversiktsstudiene er fremkommet gjennom søk i litteraturlitegrasene MedLine og Google Scholar i november 2021 og februar 2022 med søkeordene alcohol/alcoholic beverage, warning/health warning, label og review. Fra treff i disse søkene har vi valgt ut oversiktsstudier (både narrative og systematiske oversiktsstudier) som dekker følgende tema innenfor advarselsmerking på alkohol: effekt, regulering og oppslutning. Fra de samme litteraturlitegrasene har vi også søkt etter nyere primærstudier (publisert etter 2020) som dekker disse temaene, og vi har sjekket referanselister både i oversiktsstudiene og i nyere primærstudier samt en protokoll for en oversiktsstudie (May et al., 2020) for å finne eventuelle flere oversiktsstudier publisert siden 2006. Videre har vi søkt etter primærstudier som spesielt belyser befolkningens kunnskap om sammenheng mellom alkoholbruk og kreft eller andre alvorlige sykdommer, og studier som har undersøkt implementering av advarselsmerking. I tillegg har vi søkt på oversiktsstudier om effekt av advarselsmerking på tobakk. Disse søkene er også gjort i MedLine og Google Scholar med søkeordene tobacco/cigarette, warning/health warning, label og review.

Gjennomgangen vi presenterer her, gir dermed ikke en fullstendig oversikt over alle relevante studier som er publisert om temaet eller som besvarer ett eller få spørsmål innenfor temaet. Men etter vår vurdering, dekker gjennomgangen sentral litteratur for å gi et kunnskapsgrunnlag på feltet og som er relevant i en norsk kontekst. Vi oppsummerer det vi anser som gjennomgående funn på områder med mange primærstudier, og vi gjengir funn fra

enkeltstudier som er relevante for å vurdere en eventuell innføring av krav om advarselsmerking i Norge.

Hva er advarselsmerking?

Advarselsmerking (*warning labels*) er – i norsk sammenheng – en merking av emballasje (f.eks. flasker, bokser, kartonger) for alkoholholdig drikke. I en del land forekommer advarselsmerking også på alkoholreklame. Dette er ikke aktuelt i Norge, som har reklameforbud. Merkingen gir informasjon om helserisiko forbundet med alkoholbruk (*health warning labels*) eller advarer mot alkoholbruk i visse sammenhenger eller utover en viss mengde. Advarselsmerking er derved en type produktmerking. De aller fleste land har et krav til merking av alkoholinhold (i volumprosent) på alkoholholdige drikkevarer. I svært mange land (inkludert EU-landene, Storbritannia, Australia, New Zealand, Canada og USA) er det krav til merking av næringsinnhold og kalorier i mat- og drikkevarer. Imidlertid er alkoholholdige drikkevarer blitt unntatt fra dette kravet om produktmerking (Kokole et al., 2021).

Advarselsmerking kan variere med hensyn til innhold, format, målgruppe, avsender og målsetting. Innholdet kan eksempelvis være et generelt budskap, som for eksempel «Drikk med måte» (*Drink in moderation*) (Blackwell et al., 2021), det kan være mer spesifikk informasjon, for eksempel om kreftrisiko ved alkoholbruk, fare for skader på foster ved alkoholbruk under graviditet eller svekket egnethet til å kjøre bil under alkoholpåvirkning (Blackwell et al., 2021; Jané-Llopis et al., 2020). I europeiske land er advarsel mot å drikke under svangerskap mest utbredt (Botterman et al., 2014). Advarslene kan være ren tekst eller en kombinasjon av tekst og bilde/piktogram eller kun piktogram (Jané-Llopis et al., 2020). Botterman og medarbeidere (2014) vurderte advarselsmerking på mer enn 25 000 alkoholemballasjer og konkluderte med at tekst/budskap i merkingen generelt er lett å forstå og at merkingen i hovedsak er godt synlig, til tross for at den dekker en beskjeden del av

emballasjearealet. Men det er ikke en entydig oppfatning om dette. Andre har påpekt at merkingen ikke bare er liten, men gjerne også nederst på emballasjens bakside, og at budskapet ofte er vagt, eller like gjerne kan tolkes som en oppfordring til å drikke, om enn i moderate mengder (Al-Hamdani, 2014; Blackwell et al., 2021). Dette er noe vi kommer tilbake til.

Målgruppene vil nok i første rekke reflektere innholdet i merkingen, for eksempel er bilførere den primære målgruppen for advarsel om promillekjøring. Men målgruppen kan også favne langt videre, ved at oppmerksomhet og kunnskap om helserisiko ved alkoholbruk formidles i sosiale nettverk til den primære målgruppen. For eksempel viste en studie at de som hadde sett advarselsmerking om promillekjøring, var mer tilbøyelige til å hindre andre i å kjøre med promille (Tam & Greenfield, 2010).

Hva ønsker man å oppnå med advarselsmerking? WHO anbefaler advarselsmerking av alkoholholdige drikkevarer for å sikre at konsumentene er oppmerksomme på risikoen knyttet til alkoholbruk, slik at de kan gjøre informerte valg (World Health Organization, 2021a). I likhet med andre former for helseopplysning, kan målsettingen favne videre: å styrke kunnskap, å endre holdninger og å endre atferd, for derved å forebygge helseskader (May et al., 2020).

Hvordan reguleres advarselsmerking?

Blant alle WHO's medlemsland var det 47 land som i 2016 hadde helse-advarselsmerking på alkoholemballasje (World Health Organization, 2021b), og i 31 land/territorier var tiltaket pålagt av myndighetene (May et al., 2020). WHO har uttrykt bekymring for at relativt få land har innført krav om advarselsmerking og da særlig i den europeiske regionen hvor alkoholkonsumet er høyt (World Health Organization, 2021a). Blant landene i WHO's

europaregion er det nå 14 land som har slik merking i en eller annen form, blant annet Frankrike, Irland og Russland (Jané-Llopis et al., 2020).

I noen land, som for eksempel Russland og Israel, er krav om advarselsmerking regulert i en nasjonal alkohollov eller annen lovgivning/regulering (Jané-Llopis et al., 2020). Der myndighetene har krav om advarselsmerking, kan det være spesifikke krav til innhold og utforming, eksempelvis at helseadvarselen bare kan være fra et angitt utvalg eller at merking skal dekke en bestemt prosentandel av emballasjens overflate. I noen land er det også krav om at advarselsbudskapene skal rotere over tid (Blackwell et al., 2021). I andre land, deriblant Storbritannia, er advarselsmerking et resultat av en frivillig overenskomst mellom alkoholindustrien og myndighetene (Petticrew et al., 2016). Der alkoholindustrien (produsenter, distributører og deres interesseorganisasjoner) i noen grad har forpliktet seg til å ha noe advarselsmerking på sine produkter, har dette i hovedsak vært begrenset til enkle piktogrammer (Jané-Llopis et al., 2020). Overenskomsten i Storbritannia omfattet imidlertid flere elementer, deriblant råd om grenser for alkoholinntak (Petticrew et al., 2016).

Hva viser forskning om mulige effekter av advarselsmerking?

Forskning på effekt av advarselsmerking er blitt mer omfattende de siste 3–4 årene (Dimova & Mitchell, 2021; Kokole et al., 2021). Den tidlige forskningen omhandlet i hovedsak innføringen av advarselsmerking i USA i 1989 (Stockwell, 2006; Wilkinson & Room, 2009). Advarselsmerkene omtalte risiko ved alkoholbruk under svangerskap og ved bilkjøring og opplyste om risiko for helseproblemerⁱⁱ. Studiene fra USA viste blant annet at advarselsmerking førte til mer oppmerksomhet knyttet til budskapet i merkingen (Knai et al., 2015; Stockwell, 2006; Wilkinson & Room, 2009). Ikke overraskende, fant man at de som drakk mye, oftere husket innholdet i merkingen (Greenfield & Kaskutas, 1998). Det var også

stor oppslutning i befolkningen om advarselsmerking, men det var ingen (eller helt ubetydelig) effekt på drikkeatferd (Knai et al., 2015; Stockwell, 2006; Wilkinson & Room, 2009).

Vi ser tilsvarende konklusjoner i oppsummeringer av forskningsfunn for spesifikke grupper som ungdom (Scholes-Balog et al., 2012) og gravide kvinner (Thomas et al., 2014). Det er her verdt å merke seg at publikasjoner fra interesseorganisasjoner for alkoholindustrien – deriblant ICAP (International Center for Alcohol Policies) og IARD (International Alliance for Responsible Drinking) – har konkludert tilsvarende som uavhengige forskere med at advarselsmerking ikke har noen effekt på drikkeatferd (International Alliance for Responsible Drinking, 2019).

Til tross for at de fleste studiene i denne tidlige litteraturen fant at merkingen hadde neglisjerbare eller ingen effekter på omsetning, bemerket flere forskere at advarselsmerking allikevel kan være et viktig folkehelseiltak, ettersom økt bevissthet og kunnskap kan være et første steg mot de kognitive og adferdsmessige endringene som kan gi redusert konsum (Stockwell, 2006; Wilkinson & Room, 2009). I fortolkninger av resultatene fra disse studiene er det videre påpekt at advarselsmerkingen var for begrenset; det var små merker med uklart budskap, og det var ingen rotering av utformingen eller budskapet (Stockwell, 2006; Wilkinson & Room, 2009).

Den nyere litteraturen om advarselsmerking består i hovedsak av internettbaserte surveys eller eksperimenter. I disse studiene har man undersøkt hvordan utforming av merking og innhold og formulering av budskap har effekt på ulike utfallsmål, deriblant oppmerksomhet, holdninger, kunnskap eller intensjoner om å drikke. I de fleste av disse studiene har man undersøkt om bestemte typer utforming, budskapsinnhold og -formulering gir bedre effekt enn andre (Kokole et al., 2021). Kunnskap fra slike studier gir et visst grunnlag for å kunne vurdere hva som vil være hensiktsmessig budskap og utforming av

advarselsmerking ved en eventuell innføring eller endring av krav om advarselsmerking. Dette er kunnskap som i senere år er blitt stadig mer etterspurt av helseorganisasjoner og helsemyndigheter for å forbedre merkingen (Blackwell et al., 2021). Kort oppsummert viser disse studiene at store merker, bruk av farger, god kontrast mellom tekst og bakgrunn og plassering på emballasjens forside gjør at merkingen lettere blir lagt merke til (Dimova & Mitchell, 2021; Kokole et al., 2021). Sammenliknet med generelle, gjerne diffuse, budskap om risiko for helseskade ved alkoholbruk, synes spesifikke budskap, som kreftrisiko ved alkoholbruk, i større grad å føre til at budskapet blir lagt merke til, at man samtaler om temaet og har intensjoner om å drikke mindre (Blackwell et al., 2021; Dimova & Mitchell, 2021). Noen studier tyder også på at det kan være hensiktsmessig med roterende budskap (Hobin et al., 2020a). Hvorvidt det kan være mer hensiktsmessig å kombinere tekst med bilder (av for eksempel alkoholrelaterte skader) enn bare å formidle budskapet i tekstform, er ikke entydig ut fra foreliggende forskning. En del studier peker i retning av at bildebruk kan gi mer effekt enn ren tekst, mens andre studier ikke har funnet noen forskjell (Dimova & Mitchell, 2021; Hassan & Shiu, 2018; Staub & Siegrist, 2022). Bruk av bilder som er egnet til å vekke frykt eller avsky, kan nettopp gi ubehagelige og negative reaksjoner, men kan samtidig være mer effektive med hensyn til å motivere reduksjon i alkoholbruk enn andre bilder (Sillero-Rejon et al., 2018). Flere andre aspekter ved utforming og innhold (som for eksempel positiv eller negativ vinkling av budskapet) er også undersøkt i slike studier, men funnene spriker (Blackwell et al., 2021; Kokole et al., 2021). Hva slags utforming og innhold som kan være særlig egnet for å nå sårbare alkoholbrukere som ungdom og storforbrukere, har også vært undersøkt i flere studier, uten konsistente funn (Blackwell et al., 2021). Mens denne delen av forskningslitteraturen kan være nyttig med henblikk på optimal utforming av merking, har funnene begrenset overføringsverdi til forventete effekter av reelle intervensjoner. En viktig grunn er at survey- og eksperimentstudiene måler umiddelbar effekt av en enkelt kortvarig

eksponering. I det virkelige liv vil forbrukerne bli eksponert gjentatte ganger, og en eventuell effekt vil kunne bli forsterket eller formidlet i sosial interaksjon med andre.

I en oppsummeringsartikkel som tar for seg studier publisert siden 2010 om effekter av alkoholadvarselsmerking, fant Kokole og medarbeidere (2021) at kun 4 av totalt 27 publikasjoner omhandlet reelle intervensjoner. Disse 4 publikasjonene omhandlet den samme intervensjonen, nemlig et prøveprosjekt med ny advarselsmerking i Yukon i Canada. I perioden 2015 til 2018 ble det innført advarselsmerking som var mer omfattende i innhold (blant annet budskap om alkoholbruk og kreft og konkrete råd om å begrense alkoholinntak for å redusere helserisiko)ⁱⁱⁱ. Merkingen var også større i format og til dels med piktogram, sammenlignet med tidligere advarselsmerking (Zhao et al., 2020). Studiene som har undersøkt effekter av denne endringen, fant at den nye advarselsmerkingen førte til økt oppmerksomhet (Hobin et al., 2020a) og kunnskap (Hobin et al., 2020b; Schoueri-Mychasiw et al., 2020), og en reduksjon i alkoholsalget med vel 6 % (Zhao et al., 2020).

Hvorfor ser det ut til at advarselsmerkingen i Yukon var mer effektiv – spesielt med hensyn til atferdsendring – enn advarselsmerkingen i USA? Det er flere mulige forklaringer på dette. Forskergruppen bak Yukon-studien (Zhao et al., 2020) pekte blant annet på følgende: Utformingen av merkingen var basert på nyere forskning om hva som kan gjøre merkingen effektiv, slik vi har beskrevet over. Budskapet i merkingen var lite kjent fra før av, advarsler om helserisiko dreide seg om alvorlig sykdom som er utbredt i Yukon (brystkreft og tarmkreft), og informasjon om antall standard alkoholenheter per flaske (eller annen emballasje) gjorde det enklere å følge anbefalingen om begrenset alkoholbruk (det vil si maksimum 2 eller 3 enheter per dag og flere alkoholfri dager per uke). I tillegg var utformingen av merkingen mer i øyenfallende med hensyn til fargebruk, størrelse og bruk av

figurer. Utover dette kan en intens mediedekning av studien ha bidratt til å forsterke budskapet i merkingen og effekten av merkingen (Zhao et al., 2020).

Effektstudier av advarselsmerking på tobakk

Det er altså fremdeles begrenset kunnskap om effekter av å innføre krav om advarselsmerking på alkohol, og det er derfor nærliggende å skjele til kunnskap om advarselsmerking på tobakksprodukter i denne sammenhengen. Det er langt flere land som har innført krav om advarselsmerking på tobakk enn på alkohol, og advarselsmerking på tobakk har ofte omfattet bilder av helseskader fra tobakk (Thrasher et al., 2019).

Det er evidens for at advarselsmerking på tobakksemballasje fører til økt oppmerksomhet og kunnskap om helseskader ved tobakksbruk, og forskning viser også at slik merking kan fremme røykeslutt og forebygge oppstart av røyking (Hammond, 2011; Thrasher et al., 2019). Men effekten er betinget av hvordan merkingen er utformet. Enkle advarsler kun som tekst synes å ha liten effekt, i motsetning til advarsler som dekker store deler av emballasjen og omfatter fryktvekkende bilder (Hammond, 2011; Thrasher et al., 2019). Advarselsmerking med bilder blir i større grad lagt merke til, de vekker sterkere kognitive og emosjonelle reaksjoner, fører til mer negative holdninger til røyking og øker i større grad intensjoner om å slutte å røyke eller å ikke begynne, sammenliknet med merking uten bildebruk (Francis et al., 2019; Noar et al., 2016; Thrasher et al., 2019). Når man kan vise til mer oppløftende effekter på atferd på tobakksfeltet enn på alkoholfeltet, er det trolig at dette – i hvert fall til dels – speiler ulik utforming av advarselsmerkingen. Det er derfor tatt til orde for at krav til utforming av advarselsmerking på alkohol bør bygge på erfaringer fra tobakksfeltet (Al-Hamdani, 2014; Wilkinson & Room, 2009).

Noen betraktninger om advarselsmerking i Norge

Det er så langt lite evidens for at advarselsmerking har målbar effekt på alkoholbruk, bortsett fra ett unntak; erfaringene fra Yukon, som beskrevet over (Zhao et al., 2020). Flere har likevel tatt til orde for at forbrukerne har rett til å bli informert om mulige skadevirkninger av produkter som er i lovlig salg (Stockwell et al., 2020; World Health Organization, 2021a). I tillegg har flere forskere poengtert at informasjonen i advarselsmerkingen som en del av en bredere alkoholpolitikk, kan bidra til endringer på sikt ved å endre holdninger (Kokole et al., 2021; Stockwell, 2006; Wilkinson & Room, 2009). Begrunnelsen for forslaget om å innføre krav om advarselsmerking i Norge, er først og fremst at forbrukerne har krav på informasjon om risiko ved alkoholbruk, slik at de kan gjøre informerte valg (Departementene, 2021).

Nyere forskning har bidratt med viktig kunnskap om utforming av advarselsmerking. Kokole og medarbeideres vurdering (2021) var at uavhengig av om merkingen er påbudt av myndighetene eller frivillig fra industrien, er slik merking i praksis suboptimal; den blir ofte ikke lagt merke til eller forstått. Det er derfor blitt anbefalt at advarselsmerkingen endres hyppig slik at den fortsetter å vekke oppmerksomhet. Merkingen bør også dekke en betydelig del av emballasjens overflate, slik man har gjort på sigarettpakker, og budskapet bør være entydig og spesifikt (Al-Hamdani, 2014; Wilkinson & Room, 2009). Wilkinson og Room (2009) mente også at panoramaet av skadevirkninger fra alkohol er større enn det fra tobakk, og at advarselsmerking på alkohol derfor har et større potensial for å endre atferd enn merking på tobakk. De påpekte at problemer som skyldes alkoholbruk ikke bare favner helseproblemer, men også sosiale problemer og skader på tredjepart, og at budskapet i merkingen derfor bør omfatte disse ulike problemene også.

Det er godt dokumentert at alkoholbruk øker risiko for ulike sykdommer og skader, og selv et moderat alkoholkonsum øker risiko for helsetap (Griswold et al., 2018). Dette gjelder også for kreft: risiko øker med økende inntak, og et moderat alkoholinntak gir økt risiko for

utbredte kreftformer som brystkreft og tarmkreft (Connor, 2017; Shield et al., 2016). Men folk flest er ofte ikke klar over hvilken betydning alkoholbruk har for sykdomsrisiko (Calvert et al., 2021; Scheideler & Klein, 2018). Erfaringene fra advarselsmerking om kreftrisiko, som vi har beskrevet over, kan være relevante også i norsk sammenheng. Kreftforeningen mener at også her til lands er kunnskapen om alkohol og kreftrisiko for dårlig. Dette bekreftes av en nylig spørreundersøkelse som viste at 44 % ikke visste at alkohol er en risikofaktor for kreft (Opinion, 2021). Den samme undersøkelsen viste at nesten alle var godt klar over risikoen for å skade fosteret ved alkoholbruk under svangerskapet, hvilket tyder på at potensialet for å øke kunnskap om denne sammenhengen er svært begrenset. Foreningen peker på at advarselsmerking på alkoholemballasje kan bidra til å øke oppmerksomheten om denne sammenhengen (Moe, 2021).

En eventuell innføring av krav om advarselsmerking vil antakelig møte motstand.

Organisasjoner knyttet til alkoholindustrien har på ulike måter arbeidet for å hindre, utsette eller «utvanne» implementering av advarselsmerking. Eksempelvis har Verdens handelsorganisasjon (WTO) fremmet argumenter mot påbud om advarselsmerking, og de hevder blant annet at slik merking innebærer en unødvendig innblanding i internasjonal handel ettersom det ikke er evidens for at et slikt tiltak har noen folkehelsekonsekvenser (Stockwell et al., 2020). Industriens motvilje er antakelig mer fremtredende når det gjelder advarselsmerking om alkohol og kreftrisiko enn advarselsmerking om alkoholbruk under svangerskap eller ved bilkjøring (Stockwell et al., 2020). I Norge har Vin- og brennevinleverandørenes forening (VBF) advart mot krav om advarselsmerking, og de har bemerket at dette er et virkemiddel som har liten eller ingen effekt på hvordan alkohol konsumeres, og at slik merking vil kunne være et teknisk handelshinder for importerte produkter (Johannesen, 2018).

Når det gjelder forbrukernes oppfatning av bruk av alkoholadvarsler, finner studier at folk generelt er positive. Dette er funnet både i intervensjonsstudien fra Yukon i Canada (Hobin et al., 2020b) og i internettbaserte spørreundersøkelser (Miller et al., 2016; Pettigrew et al., 2014). Sistnevnte undersøkelser sier imidlertid lite om hvordan folk faktisk vil respondere på kort eller på lengre sikt.

Konklusjon

Det synes å være rimelig god evidens for at advarselsmerking på alkoholemballasje kan øke oppmerksomhet og kunnskap, blant annet om risiko for skader ved alkoholbruk under svangerskap eller bilkjøring og om sammenheng mellom alkoholbruk og kreft.

Advarselsmerking som er hensiktsmessig utformet, vil derved kunne gi forbrukerne et bedre grunnlag for å foreta informerte valg. Dette er også den eksplisitte begrunnelsen for WHO's anbefaling om krav om advarselsmerking og for forslaget om krav om advarselsmerking i Nasjonal alkoholstrategi. Hvorvidt en eventuell innføring av krav om advarselsmerking i Norge vil kunne få effekt på alkoholbruk generelt eller i særlig risikofylte sammenhenger som graviditet eller bilkjøring, er uvisst. Dette er først og fremst fordi evidensgrunnlaget er sparsomt, men også fordi eventuelle effekter vil være betinget av hvordan merkingen gjøres og om de forsterkes gjennom sosial samhandling. Studien av intervensjonen i Yukon er, så langt vi kjenner til, den eneste metodologisk gode studien av en reell intervensjon, og også den eneste som har undersøkt mulige effekter av informasjon om alkohol og kreft i advarselsmerking. Resultatene fra Yukonstudien tyder på at advarselsmerking kan bidra til både økt oppmerksomhet og kunnskap om kreftrisiko og muligens også til redusert omsetning av alkohol. Ved en eventuell innføring av advarselsmerking i Norge, vil en forskningsevaluering være særdeles viktig.

Referanser

- Al-Hamdani, M. (2014). The case for stringent alcohol warning labels: lessons from the tobacco control experience. *Journal of Public Health Policy*, 35(1), 65–74.
<https://doi.org/10.1057/jphp.2013.47>
- Blackwell, A. K., Clarke, N., Pechey, E. & Attwood, A. S. (2021). Alcohol Labelling: Evidence for Product Information Interventions. I *The Palgrave Handbook of Psychological Perspectives on Alcohol Consumption* (s. 451–475). Springer.
- Botterman, S., de Kuyper, K., Tresignie, C., Clarke, A., Heremans, N., Winpenny, E. & Nolte, E. (2014). *State of play in the use of alcoholic beverage labels to inform consumers about health aspects. Action to prevent and reduce harm from alcohol*. <https://op.europa.eu/s/vT9E>
- Calvert, C. M., Toomey, T. & Jones-Webb, R. (2021). Are people aware of the link between alcohol and different types of Cancer? *BMC Public Health*, 21(1), 1–10. doi: 10.1186/s12889-021-10780-2
- Clarke, N., Pechey, E., Kosīte, D., König, L. M., Mantzari, E., Blackwell, A. K., . . . Hollands, G. J. (2021). Impact of health warning labels on selection and consumption of food and alcohol products: systematic review with meta-analysis. *Health Psychology Review*, 15(3), 430–453.
- Connor, J. (2017). Alcohol consumption as a cause of cancer. *Addiction*, 112(2), 222–228.
- Departementene. (2021). *Nasjonal alkoholstrategi. En helsefremmende og solidarisk alkoholpolitikk 2021–2025*. Oslo: Departmentene.
<https://www.regjeringen.no/contentassets/7517d7f5a9d34a9ba5954a21a8317803/alkoholstrategien-til-nett.pdf>
- Dimova, E. D. & Mitchell, D. (2021). Rapid literature review on the impact of health messaging and product information on alcohol labelling. *Drugs: Education, Prevention and Policy*, 1–13.
<https://doi.org/10.1080/09687637.2021.1932754>
- Francis, D. B., Mason, N., Ross, J. C. & Noar, S. M. (2019). Impact of tobacco-pack pictorial warnings on youth and young adults: a systematic review of experimental studies. *Tobacco Induced Diseases*, 17. DOI: <https://doi.org/10.18332/tid/108614>
- Greenfield, T. K. & Kaskutas, L. A. (1998). Five years' exposure to alcohol warning label messages and their impacts: Evidence from diffusion analysis. *Applied Behavioral Science Review*, 6(1), 39–68. [https://doi.org/10.1016/S1068-8595\(99\)80004-X](https://doi.org/10.1016/S1068-8595(99)80004-X)
- Griswold, M. G., Fullman, N., Hawley, C., Arian, N., Zimsen, S. R., Tymeson, H. D., . . . Salama, J. S. (2018). Alcohol use and burden for 195 countries and territories, 1990–2016: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2016. *The Lancet*, 392(10152), 1015–1035.
[https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(18\)31310-2](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(18)31310-2)
- Hammond, D. (2011). Health warning messages on tobacco products: a review. *Tobacco Control*, 20(5), 327–337. <http://dx.doi.org/10.1136/tc.2010.037630>
- Hassan, L. M. & Shiu, E. (2018). A systematic review of the efficacy of alcohol warning labels: Insights from qualitative and quantitative research in the new millennium. *Journal of Social Marketing*, 8(3), 333–352. <https://doi.org/10.1108/JSOCM-03-2017-0020>
- Hobin, E., Schoueri-Mychasiw, N., Weerasinghe, A., Vallance, K., Hammond, D., Greenfield, T. K., . . . Stockwell, T. (2020a). Effects of strengthening alcohol labels on attention, message processing, and perceived effectiveness: a quasi-experimental study in Yukon, Canada. *International Journal of Drug Policy*, 77, 102666.
<https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2020.102666>
- Hobin, E., Weerasinghe, A., Vallance, K., Hammond, D., McGavock, J., Greenfield, T. K., . . . Stockwell, T. (2020b). Testing alcohol labels as a tool to communicate cancer risk to drinkers: A real-world quasi-experimental study. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, 81(2), 249–261.
<https://doi.org/10.15288/jsad.2020.81.249>

- International Alliance for Responsible Drinking. (2019). *Health warning labels on alcohol beverages*. <https://www.iard.org/getattachment/079bd825-7d47-41b7-b9df-3613e6f0ee16/iard-policy-review-health-warning-labels-on-alcohol-beverages-april-2019.pdf>
- Jané-Llopis, E., Kokole, D., Neufeld, M., Hasan, O. S. & Rehm, J. (2020). *What is the current alcohol labelling practice in the WHO European Region and what are barriers and facilitators to development and implementation of alcohol labelling policy?* : World Health Organization. Regional Office for Europe.
- Johannesen, N. (2018, 14. november). Vil ha advarsler på alkoholholdig drikke. VG. <https://www.vg.no/forbruker/helse/i/kag6v9/vil-ha-advarsler-paa-alkoholholdig-drikke>
- Knai, C., Petticrew, M., Durand, M. A., Eastmure, E. & Mays, N. (2015). Are the Public Health Responsibility Deal alcohol pledges likely to improve public health? An evidence synthesis. *Addiction*, 110(8), 1232–1246. <https://doi.org/10.1111/add.12855>
- Kokole, D., Anderson, P. & Jané-Llopis, E. (2021). Nature and Potential Impact of Alcohol Health Warning Labels: A Scoping Review. *Nutrients*, 13(9), 3065. <https://doi.org/10.3390/nu13093065>
- Martin-Moreno, J. M., Harris, M. E., Breda, J., Møller, L., Alfonso-Sanchez, J. L. & Gorgojo, L. (2013). Enhanced labelling on alcoholic drinks: reviewing the evidence to guide alcohol policy. *European Journal of Public Health*, 23(6), 1082–1087. <https://doi.org/10.1093/eurpub/ckt046>
- May, N. J., Elliott, J., Crabb, S., Miller, E. R. & Braunack-Mayer, A. (2020). Alcohol warning labels to reduce alcohol-related harm: a scoping review protocol. *JBI Evidence Synthesis*, 18(1), 186–193. doi: 10.11124/JBISRIR-2017-003973
- Miller, E. R., Ramsey, I. J., Baratiny, G. Y. & Olver, I. N. (2016). Message on a bottle: are alcohol warning labels about cancer appropriate? *BMC Public Health*, 16(1), 1–10. <https://doi.org/10.1186/s12889-016-2812-8>
- Moe, L. (2021). WHO: alkohol er en stor risikofaktor for brystkreft. *Dagens Medisin*. <https://www.dagensmedisin.no/artikler/2021/11/04/who-alkohol-er-en-stor-risikofaktor-for-brystkreft/>
- Noar, S. M., Hall, M. G., Francis, D. B., Ribisl, K. M., Pepper, J. K. & Brewer, N. T. (2016). Pictorial cigarette pack warnings: a meta-analysis of experimental studies. *Tobacco Control*, 25(3), 341–354. doi: 10.1136/tobaccocontrol-2014-051978
- Opinion. (2021). *Befolkningsundersøkelse om alkohol og cannabis*. Gjennomført for Helsedirektoratet desember 2021. Oslo: Opinion AS
- Petticrew, M., Douglas, N., Knai, C., Durand, M. A., Eastmure, E. & Mays, N. (2016). Health information on alcoholic beverage containers: has the alcohol industry's pledge in England to improve labelling been met? *Addiction*, 111(1), 51–55. <https://doi.org/10.1111/add.13094>
- Pettigrew, S., Jongenelis, M., Chikritzhs, T., Slevin, T., Pratt, I. S., Glance, D. & Liang, W. (2014). Developing cancer warning statements for alcoholic beverages. *BMC Public Health*, 14(1), 1–10. doi: 10.1186/1471-2458-14-786
- Scheideler, J. K. & Klein, W. M. (2018). Awareness of the link between alcohol consumption and cancer across the world: a review. *Cancer Epidemiology and Prevention Biomarkers*, 27(4), 429–437. <https://doi.org/10.1158/1055-9965.EPI-17-0645>
- Scholes-Balog, K. E., Heerde, J. A. & Hemphill, S. A. (2012). Alcohol warning labels: Unlikely to affect alcohol-related beliefs and behaviours in adolescents. *Australian and New Zealand Journal of Public Health*, 36(6), 524–529. DOI: 10.1111/j.1753-6405.2012.00934.x
- Schoueri-Mychasiw, N., Weerasinghe, A., Vallance, K., Stockwell, T., Zhao, J., Hammond, D., . . . Hobin, E. (2020). Examining the impact of alcohol labels on awareness and knowledge of national drinking guidelines: A real-world study in Yukon, Canada. *Journal of studies on alcohol and drugs*, 81(2), 262–272. doi: 10.15288/jsad.2020.81.262
- Shield, K. D., Soerjomataram, I. & Rehm, J. (2016). Alcohol use and breast cancer: a critical review. *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*, 40(6), 1166–1181. <https://doi.org/10.1111/acer.13071>

- Sillero-Rejon, C., Attwood, A. S., Blackwell, A. K., Ibáñez-Zapata, J.-A., Munafò, M. R. & Maynard, O. M. (2018). Alcohol pictorial health warning labels: the impact of self-affirmation and health warning severity. *BMC Public Health*, 18(1), 1–9. <https://doi.org/10.1186/s12889-018-6243-6>
- Staub, C. & Siegrist, M. (2022). How health warning labels on wine and vodka bottles influence perceived risk, rejection, and acceptance. *BMC Public Health*, 22(1), 1–13. <https://doi.org/10.1186/s12889-022-12564-8>
- Stockwell, T. (2006). *A review of research into the impacts of alcohol warning labels on attitudes and behaviour*. Victoria: Centre for Addictions Research of BC.
- Stockwell, T., Solomon, R., O'Brien, P., Vallance, K. & Hobin, E. (2020). Cancer warning labels on alcohol containers: A consumer's right to know, a government's responsibility to inform, and an industry's power to thwart. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, 81(2), 284–292.
- Stortinget. (2018). *Innstilling fra helse- og omsorgskomiteen om Representantforslag fra storingsrepresentantene Olaug V. Bollestad, Jorunn Gleditch Lossius, Steinar Reiten og Knut Arild Hareide om en offensiv og solidarisk alkoholpolitikk*. Oslo: Stortinget. <https://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Publikasjoner/Innstillinger/Stortinget/2018-2019/inns-201819-038s/?all=true>
- Tam, T. W. & Greenfield, T. K. (2010). Do alcohol warning labels influence men's and women's attempts to deter others from driving when intoxicated? *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries*, 20(6), 538–546. <https://doi.org/10.1002/hfm.20239>
- Thomas, G., Gonneau, G., Poole, N. & Cook, J. (2014). The effectiveness of alcohol warning labels in the prevention of Fetal Alcohol Spectrum Disorder: a brief review. *International Journal of Alcohol and Drug Research*, 3(1), 91–103. <http://ijadr.org/camh/index.php/ijadr/article/viewFile/126/237>
- Thrasher, J. F., Brewer, N. T., Niederdeppe, J., Peters, E., Strasser, A. A., Grana, R. & Kaufman, A. R. (2019). Advancing tobacco product warning labels research methods and theory: a summary of a grantee meeting held by the US National Cancer Institute. *Nicotine and Tobacco Research*, 21(7), 855–862. <https://doi.org/10.1093/ntr/nty017>
- Wilkinson, C. & Room, R. (2009). Warnings on alcohol containers and advertisements: international experience and evidence on effects. *Drug and Alcohol Review*, 28(4), 426–435. <https://doi.org/10.1111/j.1465-3362.2009.00055.x>
- World Health Organization. (2021a). Health warning labels of alcoholic beverages: opportunities for informed and healthier choices. https://ec.europa.eu/health/sites/default/files/alcohol/docs/alcohol_beverage_labels_full_report_en.pdf
- World Health Organization. (2021b). Warning and consumer information labels. <https://www.who.int/data/gho/data/themes/topics/indicator-groups/indicator-group-details/GHO/warning-and-consumer-information-labels>
- Zhao, J., Stockwell, T., Vallance, K. & Hobin, E. (2020). The effects of alcohol warning labels on population alcohol consumption: an interrupted time series analysis of alcohol sales in Yukon, Canada. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, 81(2), 225–237. <https://doi.org/10.15288/jsad.2020.81.225>

ⁱ Både Verdens helseorganisasjon og Den nasjonale alkoholstrategien bruker betegnelsen 'skadelig alkoholbruk' i målsettingen om 10 % reduksjon, men i alkoholstrategien er dette operasjonalisert som totalforbruket i befolkningen (s. 5).

ⁱⁱ Dette var advarselsteksten: «GOVERNMENT WARNING: (1) According to the Surgeon General, women should not drink alcoholic beverages during pregnancy because of the risk of birth defects. (2) Consumption of alcoholic beverages impairs your ability to drive a car or operate machinery, and may cause health problems.

ⁱⁱⁱ Helseadvarselen kom i tre versjoner: 1) Chief medical officer of health advises Alcohol can cause cancer including breast and colon cancer. 2) To reduce health risks, drink no more than 2 (for women) 3 (for men) standard drinks a day. Plan two or more non-drinking days each week. 3) How many standard drinks? 750 ml of 12 % alcohol = 5. /50 ml of 15 % = 7.