

REGULATIVA IGARA NA SREĆU U HRVATSKOJ KAO SOCIJALNI RIZIK

SAŽETAK

U današnjem društvu, industrije čiji proizvodi ili djelatnosti mogu imati štetni učinak na mentalno ili fizičko zdravlje ljudi nazivamo industrijama poroka, a u njih se, između ostaloga, uvrštava i industrija kockanja. Riječ je o industriji koja se, pod utjecajem društvenih promjena i razvoja tehnologija, brzo razvija. Stoga ne čudi i da je udio ovisnika o kockanju značajan te bilježi porast, posebno u zemljama s izraženom dostupnošću i pristupačnošću igara na sreću, kao što je Hrvatska. U tom smislu, izuzetno je važna i regulativa igara na sreću, kao jedan od ključnih okolinskih čimbenika koji doprinose razvoju problema. S obzirom da se radi o kompleksnoj, izazovnoj i nedovoljno istraženoj temi u našoj zemlji, cilj ovog rada je ponuditi pregled osnovnog pravnog okvira industrije kockanja u Hrvatskoj, s naglaskom na dvije komponente društveno odgovornog priređivanja igara na sreću: dostupnost i pristupačnost igara, te standarde oglašavanja. Autori temeljem analize pravnih propisa, a u odnosu na teorijski okvir društvenih i psihosocijalnih intervencija, te pregleda rezultata domaćih i inozemnih empirijskih istraživanja, argumentiraju zašto industrija igara na sreću u Hrvatskoj predstavlja značajan socijalni rizik, te zbog čega nisu zadovoljeni minimalni uvjeti zaštite ranjivih skupina iz perspektive javnog zdravlja. Umjesto zaključka, autori nude smjernice i preporuke za unaprjeđenje društveno odgovornog priređivanja i reguliranja igara na sreću u našoj zemlji.

¹ Izv. prof. dr. sc. Neven Ricijaš, socijalni pedagog, e-mail: neven.ricijas@erf.unizg.hr

² Dr. sc. Toni Maglica, socijalni pedagog, e-mail: tmaglica@ffst.hr

³ Doc. dr. sc. Dora Dodig Hundrić, socijalna pedagoginja, e-mail: dora.dodig@erf.unizg.hr

Pregledni članak

Primljeno: travanj, 2019.

Prihvaćeno: listopad, 2019.

UDK 364.272:794.9

DOI 10.3935/ljsr.v26i3.297

Neven Ricijaš¹

orcid.org/0000-0001-8107-8448

Sveučilište u Zagrebu

Edukacijsko-rehabilitacijski
fakultet

Toni Maglica²

orcid.org/0000-0002-0716-0037

Sveučilište u Splitu

Filozofski fakultet

Dora Dodig

Hundrić³

orcid.org/0000-0002-4767-637X

Sveučilište u Zagrebu

Edukacijsko-rehabilitacijski
fakultet

Ključne riječi:

igre na sreću, kockanje,
društveno odgovorno
priređivanje, oglašavanje,
socijalni rizik.

UVOD - INDUSTRIJA POROKA I IGRE NA SREĆU

Postoje industrije koje su u društvu više ili manje cijenjene i/ili prihvatljive od ostalih, a što je uvjetovano nizom, uglavnom, kulturoloških vrijednosti (Isani, 2007.). Ne postoji globalni konsenzus oko toga koje su to manje prihvaćene industrije, te se njihov (i)legalan status razlikuje između država, međutim s teorijskog stajališta često govorimo o industriji poroka (eng. *Sin Industries*). U tom smislu, Atherton (2006.:97) govori o »nesvetom trojstvu pijenja, seksa i kockanja«, dok Lovrinčević, Mikulić i Orlović (2015.) u industriju poroka uvrštavaju aktivnosti koje nisu u skladu s moralnim svjetonazorima većine populacije. S druge pak strane, industriju poroka moguće je odvojiti od aspekata moralnosti, grijeha i poročnosti, te danas postoji slaganje velikog broja autora kako je riječ o industrijama čiji proizvodi ili djelatnost imaju rizičan/štetan učinak na fizičko i/ili mentalno zdravlje ljudi (Leventis, Hasan i Dedoulis, 2013.; Novak i Bilinski, 2014.; Rivera i Reyes, 2012.), te koje mogu imati negativan utjecaj na pojedinca, obitelj i društvo (Galvin i sur., 2005.; Grinols, 2004.; Hudson, 2008.; Vergne, 2012.). Stoga industrija poroka najčešće obuhvaća proizvodnju i distribuciju duhanskih proizvoda, alkohola, droga, oružja, industriju seksa i kockanja (Novak i Bilinski, 2014.; Lovrinčević, Mikulić i Orlović, 2015.; Rivera i Reyes, 2012.). Neki autori ovom popisu dodaju naftnu i kemijsku industriju, te nuklearnu energiju (Grougiou, Dedoulis i Leventis, 2015.; Isani, 2007.), ali i burzu, industriju brze hrane, farmaceutsku industriju, pa čak i turizam (Isani, 2007.).

Schneider i Enste (2013.) navode kako legalne industrije poroka (tzv. formalno gospodarstvo) obuhvaćaju ona područja kod kojih nema zakonskih zapreka za procese proizvodnje i distribucije određenog proizvoda, dok ilegalno gospodarstvo industrije poroka obuhvaća dohodak stvoren obavljanjem aktivnosti kojima se krše pravne norme vezane uz legalnost procesa proizvodnje ili razmjene (Lovrinčević, Mikulić i Orlović, 2015.). Sudionici u ilegalnom gospodarstvu bave se pravno nedopuštenim aktivnostima proizvodnje ili distribucije zabranjenih dobara ili usluga (Schneider i Enste, 2013.). Autori navode i primjere u kojima nema zakonske zapreke za proces proizvodnje i distribucije određenoga proizvoda, međutim ako se tim istim procesom proizvodnje i/ili distribucije krši neki propis, tada se takva aktivnost smatra ilegalnom.

Interes države za reguliranjem ovog područja temelji se na tri ključna argumenta. Prvi je vezan uz prihode za državni proračun kroz različite financijske namete (poreze i druge naknade), a kako se radi o »traženoj industriji«, odnosno »industriji velikih brojki« koja diljem svijeta pokazuje značajnu otpornost na recesiju, njezin udio u gospodarstvu čak se i povećava usprkos ekonomskim krizama (Rivera i Reyes, 2012.) te bilježi i porast zaposlenih (Lovrinčević, Mikulić i Orlović

2015.). Drugi argument vezan je uz osiguravanje legalnosti, propisane dostupnosti i pristupačnosti, te državne kontrole distribucije, dok je treći vezan uz kontrolu konzumacije u kontekstu potencijalnih psihosocijalnih i zdravstvenih rizika. S tog aspekta, ona predstavlja i trošak za državu.

Ovaj rad usmjeren je na industriju kockanja, kao primarno legalnu industriju poroka u Hrvatskoj. Cilj rada je ponuditi pregled osnovnog pravnog okvira industrije kockanja u Hrvatskoj, s naglaskom na dvije komponente društveno odgovornog priređivanja igara na sreću – dostupnost i pristupačnost igara, te standarde oglašavanja. Autori, temeljem analize pravnih propisa, a u odnosu na teorijski okvir društvenih i psihosocijalnih intervencija, te pregleda rezultata domaćih i inozemnih empirijskih istraživanja, argumentiraju zašto industrija igara na sreću u Hrvatskoj predstavlja značajan socijalni rizik, te zbog čega nisu zadovoljeni minimalni uvjeti zaštite ranjivih skupina iz perspektive javnog zdravlja.

S teorijskog aspekta, autori polaze od preventivne znanosti i univerzalnog preventivnog spektra intervencija koji se u odnosu na bilo koje rizično ponašanje promatra kroz šest razina, od najšire društvene do intervencija prema pojedincima. Intervencije tako uključuju: (1) utjecanje na politike i zakonodavstvo; (2) mijenjanje organizacijske prakse; (3) njegovanje koalicija i umrežavanje; (4) edukaciju pružatelja usluga; (5) promociju edukacije zajednice te (6) osnaživanje individualnog znanja i vještina (Cohen i Swift, 1999.). U odnosu na prevenciju kockanja specifično, Kranželić (2018.) razlikuje dvije osnovne preventivne strategije: (1) psihoedukativni pristup i (2) zakonsku prevenciju i razvoj socijalne politike u području kockanja. Potonja se veže uz smanjivanje dostupnosti kockanja, ograničenja povezana s pristupom te ograničenja povezana s pravom priređivanja kockanja. Radi se o preventivnim strategijama okruženja koja nastoje urediti i oblikovati okruženje s ciljem poticanja donošenja zdravih i odgovornih izbora, te smanjivanja rizičnih čimbenika u samom okruženju.

Svrha ovog rada je prije svega utjecati na aktualne politike i zakonodavstvo u Hrvatskoj, argumentirajući socijalne rizike u odnosu na empirijske rezultate istraživanja u području kockanja i ovisnosti o kockanju, te otvoriti akademsku i stručnu raspravu o potencijalima za kvalitetniju zaštitu svih ranjivih skupina.

PRAVNI OKVIR PRIREĐIVANJA IGARA NA SREĆU U HRVATSKOJ

Priređivanje igara na sreću, odnosno kockarskih proizvoda i usluga, u Hrvatskoj je regulirano Zakonom o igrama na sreću (2009., 2013., 2014.; u daljnjem tekstu: Zakon) i pripadajućim pravilnicima. Ovim se Zakonom uređuju sustav, vrste i

uvjeti priređivanja igara na sreću, pravila i postupci stjecanja i oduzimanja prava na priređivanje, prava i obveze priređivača, način raspodjele prihoda od igara i nadzor nad priređivanjem igara na sreću (čl. 1.). Igram na sreću smatra se igra u kojoj se za uplatu određenog iznosa sudionicima pruža mogućnost stjecanja dobitka u novcu, stvarima, uslugama ili pravima, pri čemu dobitak ili gubitak ovisе pretežito o slučaju ili nekom drugom neizvjesnom događaju (čl. 2.), a same igre se razvrstavaju u četiri skupine: (1) lutrijske igre, (2) igre u kasinima (3) igre klađenja i (4) igre na sreću na automatima (čl. 5.).

Priređivanje igara na sreću pravo je Republike Hrvatske, koja je to pravo prenijela na Hrvatsku Lutriju, d.o.o., čiji je i osnivač (čl. 3., st. 3.). Međutim, i druga trgovačka društva sa sjedištem u Republici Hrvatskoj mogu steći to pravo za sve vrste igara na sreću, osim lutrijskih. Trgovačka društva, da bi bili priređivači moraju, na prijedlog regulatora (Ministarstva financija), dobiti odobrenje Vlade Republike Hrvatske (u daljnjem tekstu: Vlada), koja definira maksimalan broj priređivača pojedinih igara. Tako je, primjerice, Vlada 2016. godine donijela odluku da na području Republike Hrvatske najviše 55 trgovačkih društava može steći pravo priređivanja igara na sreću na automatima, dok je 2014. godine bila propisana brojka od 50 trgovačkih društava (NN, 111/2014.). U odnosu na priređivanje igara na sreću u kasinima, ukupno 20 trgovačkih društava steklo je to pravo (96/2010.). Priređivač stječe to pravo na razdoblje od 15 godina te, iako je reguliran njihov najveći mogući broj, broj prodajnih mjesta svakog pojedinog priređivača nije ograničen, što je u Hrvatskoj dovelo do izrazitog broja prodajnih mjesta, a time i dostupnosti i pristupačnosti igara (Ricijaš i sur., 2016.).

Zakon predviđa i *online* modalitet igranja (igranje na daljinu), odnosno priređivanje igara na sreću putem interneta, telefona ili nekih drugih interaktivnih komunikacijskih uređaja putem kojih igrač može odigrati igru samostalno, kroz interakciju sa sustavom, bez neposrednog priređivača (čl. 4., st. 21.). U takvim slučajevima, ministar financija propisuje dodatne standarde o tehničkim uvjetima koji se odnose na poseban postupak registracije i identifikacije igrača, uvjete programske podrške (softver) i opreme, certificiranje sustava i igara, postupanje s transakcijama uplata i isplata, sigurnosna načela, uvjete nadzora i načela odgovornog priređivanja kad su u pitanju igre u kasinima, a uz te uvjete propisuje i broj uplatnih mjesta i broj zaposlenih, kada su u pitanju igre klađenja. Osim toga, za priređivanje igara *online*, uz redovnu mjesečnu i godišnju naknadu, priređivač plaća dodatnu godišnju naknadu u visini od 3 000 000,00 kuna (čl. 38., st. 2. i čl. 51., st. 2.). U ovom području, važno je naglasiti da su sve igre na sreću dostupne *online*, a Ricijaš i Dodig (2014.) navode kako se donositelji politika još uvijek nisu posvetili dovoljno ovoj temi koja dodatno doprinosi ekscesivnom kockanju, te štetno utječe na različite vulnerabilne skupine (primjerice, djeca i mladi, problematični

kockari, osobe s intelektualnim i emocionalnim teškoćama) budući da je adiktivni potencijal *online* kockanja značajno viši. Nastavno, u području *online* priređivanja igara na sreću, na našim prostorima dugi niz godina postoji dodatan pravni izazov dostupnosti inozemnih *online* priređivača koji nisu registrirani u Republici Hrvatskoj, nemaju ranije navedeno odobrenje Vlade za poslovanjem, ne plaćaju poreze i druge naknade u državni proračun te za čiju registraciju nisu potrebni regulirani minimalni standardi verifikacije i zaštite igrača.

Pravilnik o prostornim i tehničkim uvjetima za priređivanje igara na sreću u kasinima, na automatima i uplatnim mjestima kladionica (2010., 2011., 2012., 2014.; u daljnjem tekstu: Pravilnik), uz reguliranje različitih tehničkih aspekata poslovanja, dodatno propisuje neke elemente društveno odgovornog priređivanja. Primjerice, naglašava se kako je posjet i sudjelovanje u igri u kasinu, automat klubu i na uplatnim mjestima kladionica dopušten samo punoljetnim osobama koje su tu činjenicu, na zahtjev priređivača, dužne dokazati identifikacijskom ispravom (čl. 5.). Zatim se propisuje i obveza priređivača o isticanju posebne obavijesti za igrače (čl. 6.), o odgovornom igranju, o zabrani posjeta i sudjelovanja u igri osobama mlađima od 18 godina, o mogućoj štetnosti od igre i o broju telefona na kojem mogu dobiti stručnu pomoć u vezi s prevencijom ovisnosti o igrama na sreću, te obavijest igračima o minimalnom postotku isplate na automatima od vrijednosti uplate. Drugim riječima, temeljni informativni elementi potencijalnih rizika i pomoći jasno moraju biti naznačeni na mjestima registriranim za priređivanje igara na sreću.

DRUŠTVENO ODGOVORNO PRIREĐIVANJE IGARA NA SREĆU

Društveno odgovornog priređivanje igara na sreću definira se kao skup politika i aktivnosti usmjerenih na: (1) priređivanje igara na sreću u skladu s međunarodnim i nacionalnim pravnim okvirom, (2) osiguravanje sigurnog prostornog okruženja, kao i *online* prostora i transakcija te (3) minimaliziranje štetnih psihosocijalnih posljedica priređivanja igara na sreću u društvu (Hing, Russell i Hronis, 2016.).

Najštetnija razina psihosocijalnih posljedica povezanih s kockanjem odnosi se na razvoj ovisnosti o kockanju koja se, prema petom Dijagnostičkom i statističkom priručniku za duševne poremećaje (DSM-5) (APA, 2013.), definira kao perzistentno i povratno problematično kockanje koje vodi do klinički značajnog oštećenja ili patnje, te se iskazuje tako da pojedinac očituje barem četiri od sljedećih kriterija tijekom jednogodišnjeg razdoblja: (1) potreba za kockanjem sa sve većim iznosima novca kako bi se postiglo željeno uzbuđenje; (2) nemir ili razdražljivost pri pokušaju smanjivanja ili apstinencije; (3) opetovana neuspješna nastojanja kontrole, sma-

njivanja ili prestanka kockanja; (4) zaokupljenost kockanjem; (5) kockanje prilikom neugodnih osjećaja; (5) »lov« gubitaka, odnosno dugova; (6) laganje kako bi se prikrija veličina upletenosti u kockanje; (8) ugrožavanje ili gubitak važne veze, posla, obrazovnih ili poslovnih prilika zbog kockanja te (9) oslanjanje na druge kako bi se nabavio novac kojim bi si osoba olakšala financijsku situaciju uzrokovanu kockanjem.

Sistematizirajući literaturu i standarde društveno odgovornog priređivanja igara na sreću, Ricijaš (2019.) je ponudio teorijski okvir razina, odnosno područja, kojima je potrebno rukovoditi se u sveobuhvatnom pristupu ovoj temi. To su:

1. Dostupnost i pristupačnost igara, te vrste dostupnih igara – odnosi se na reguliranje broja prodajnih mjesta, posebno visoko-adiktivnih igara kao što su igre u kasinima, na automatima i sportsko klađenje, geo-vremensku pristupačnost te zaštitu od dostupnosti i pristupačnosti djeci, maloljetnicima, kao i drugim ranjivim skupinama kroz mehanizme samoisključenja (primjerice, ovisnici o kockanju, osobe s drugim problemima mentalnog zdravlja, osobe sklone rizičnom i kriminalnom ponašanju i slično).
2. Oglašavanje – definiranje standarda oglašavanja na nacionalnoj razini, vrste dozvoljenih poruka, mjesta i vremena oglašavanja, zabranu usmjeravanja oglašavanja na specifične skupine i slično.
3. *Online* sigurnost – osim sigurnosti *online* transakcija i legalnosti poslovanja priređivača, odnosi se i na *online* zaštitu maloljetnika, mogućnosti postavljanja vremenskog i novčanog limita za igru, softvera za *feedback* igračima, dostupnu podršku igračima i slično.
4. Edukacija svih dionika – odnosi se na edukaciju regulatora, priređivača, neposrednih prodavača i *croupiera*, te stručnjaka za mentalno zdravlje o različitim specifičnostima ove industrije i psihosocijalnih problema povezanih s kockanjem u pravnom, ekonomskom, sociološkom, psihološkom i socijalnom kontekstu, kao i na specifičnu edukaciju i senzibilizaciju igrača o rizicima povezanim s uključivanjem u igre na sreću.
5. Psihosocijalne intervencije – uključuju dostupnost cijelog spektra preventivnih i tretmanskih intervencija na nacionalnoj razini, te ulaganje u kompetentnost stručnjaka za mentalno zdravlje u pružanju istih.

Fokus ovog rada je analizirati prva dva aspekta društveno odgovornog priređivanja igara na sreću u Hrvatskoj, odnosno rizike vezane uz dostupnost i pristupačnost te oglašavanje.

Dostupnost i pristupačnost igara na sreću

Dostupnost i pristupačnost dio su šireg pojma koji nazivamo izloženost kockanju, odnosno kockarskim mogućnostima (eng. *gambling exposure*), a definira se kao mjera u kojoj populacija, ili dio neke populacije, dolazi u kontakt s kockanjem (Abbott, 2007.). Dostupnost (eng. *availability*) se odnosi na postojanje određenog sadržaja na nekom prostoru, u ovom slučaju na legalno postojanje kockanja i kockarskih mogućnosti, dok je pristupačnost (eng. *accessibility*) vezana uz mogućnost konzumacije proizvoda, odnosno doslovan pristup proizvodu, te u području kockanja sadrži više dimenzija (Thomas i sur., 2010.):

(1) Geografsku pristupačnost koja se temelji na spoznaji da ljude više privlače mjesta koja su im geografski bliža (npr. nadomak su kuće ili radnog mjesta). Također, zbog geografske pristupačnosti, osobe koje problematično kockaju često nastavljaju s ponašanjem, odnosno otežano im je apstiniranje.

(2) Vremensku pristupačnost koja se odnosi na radno vrijeme mjesta u kojima se priređuju igre na sreću, ali i duljinu vremena potrebnog od odluke igrača za kockanjem, te mogućnosti kockanja na nekom prodajnom mjestu. Stoga ne čudi da se ovaj aspekt nerijetko spaja s prvim, te se naziva »geovremenska pristupačnost«.

(3) Društvenu pristupačnost koja se odnosi na atmosferu koja vlada u mjestu priređivanja igara. Pristupačnija su ona mjesta u kojima je ozračje takvo da se kockanje prezentira kao prihvatljiv i bezazlen način zabave. Ovo se područje odnosi i na uspostavljanje bliskih/prijateljskih odnosa s djelatnicima, što je često kod problematičnih kockara.

Nadalje, (4) pristupačnost unutar mjesta na kojem se igre priređuju odnosi se na jednostavnost igara, brzinu isplate, pristup novcu (primjerice, postojanje bankomata), organizirani prijevoz i slično. Novija istraživanja naglašavaju važnost i (5) pristupačnosti u smislu bijega od problema (eng. *accessible retreat*) koja obuhvaća stvaranje okružja u kojem pojedinac ima dojam da se ulaskom u prostor za kockanje odmaknuo od svih problema. Ova dimenzija posebno je značajna za problematične kockare i u skladu je s istraživanjima koja govore da je kockanje često strategija bijega od problema (Thomas, Sullivan i Allen, 2009., prema Thomas i sur., 2010.).

Osobita važnost reguliranja dostupnosti i pristupačnosti na nekom prostoru proizlazi iz temeljne premise da ovisni možemo biti samo o nečemu što nam je dostupno. Tako i svi suvremeni teorijski modeli razvoja problematičnog kockanja naglašavaju važnost dostupnosti i pristupačnosti (Blaszczynski i Nower, 2002.; Nower i Blaszczynski, 2004.), te govore u prilog njihovoj povezanosti s prevalencijom i učestalosti kockanja (Derevensky i sur., 2013.; St-Pierre i sur., 2014.; Vasiliadis i sur., 2013.). I dok veći broj istraživanja pokazuje pozitivnu korelaciju dostupnosti i pristupačnosti s problemima povezanim s kockanjem (Adams i sur., 2007.; Becona

i sur., 1995., prema Raylu i Oei, 2002.; Campell i Lester, 1999.; Ladouceur i sur., 1999.; Productivity Commission, 1999.; Pearce i sur., 2008.; Room, Turner i Ialomiteanu, 1999.; Welte i sur., 2004., Vasiliadis i sur., 2013.), autori su složni da ta povezanost nije jednostavna, odnosno linearna. Orford (2005.) smatra da, što je proizvod dostupniji i pristupačniji, to je veća njegova konzumacija, incidencija i prevalencija nastalih problema, a dostupnost kockanja globalno i kontinuirano bilježi rast. Hodgins (2006.) navodi tri modela povezanosti: (1) linearan – koji je malo vjerojatan jer bi podrazumijevao proporcionalan porast problema sukladno broju prodajnih mjesta; (2) saturacijski – koji govori u prilogu porastu incidencije kockanja i ovisnosti do određene razine porasta broja prodajnih mjesta; (3) model socijalne adaptacije koju su predložili Shaffer, LaBrie i LaPlante (2004.), a koji podrazumijeva prilagodbu društva nakon nekog vremena i smanjivanje problema uslijed gubitka interesa kod građana. S obzirom da društva, i cjelokupna društvena dinamika ne predstavljaju eksperimentalne uvjete u kojima samo jedna varijabla utječe na promjene u drugoj, teško je jednoznačno utvrditi prirodu povezanosti između dostupnosti/pristupačnosti kockarskih proizvoda i usluga, te prevalencije kockanja i incidencije ovisnosti o kockanju. Širi društveni kontekst, ekonomska i demografska kretanja, kao i razvoj tehnologije i novih proizvoda također imaju utjecaj na prevalenciju kockanja, neovisno o dostupnosti i pristupačnosti igara. Međutim, postoji dovoljno dokaza koji tu pozitivnu povezanost potvrđuju (Campell i Lester, 1999.), zbog čega je o ovom aspektu važno voditi računa.

Kad je u pitanju Hrvatska, s obzirom da Vlada propisuje samo maksimalan broj priređivača, ne ograničavajući pritom broj prodajnih mjesta, nakon izmjena zakonskih propisa 2000. godine, u Hrvatskoj neprestano raste broj prodajnih mjesta. Ricijaš i sur. (2016.) navode službene podatke prema kojima je u Hrvatskoj devedesetih godina 20. stoljeća bilo oko 350 prodajnih mjesta, dok danas taj broj prelazi 4 000. Pritom se radi samo o prodajnim mjestima registriranim za priređivanje igara na sreću, te ne uključuje primjerice trgovine, kioske i benzinske postaje na kojima su dostupne lutrijske igre, kao ni ugostiteljske objekte (kafiće) u kojima se nalaze samoposlužni terminali (tzv. kladomati). Učinak ovako raširene mreže, odnosno dostupnosti kockarskih proizvoda i usluga, zasigurno predstavlja značajan socijalni rizik koji se i ogleda u sve većem interesu znanstvene i stručne zajednice za istraživanjem kockanja, te razvoju preventivnih i tretmanskih intervencija u ovom području, kao i različitih modaliteta liječenja ovisnosti o kockanju. Međutim, nedovoljno pozornosti pridaje se preventivnim mjerama na širem društvenom planu, u kontekstu dostupnosti/pristupačnosti, kao ni općenito standardima društveno odgovornog priređivanja igara na sreću.

Geovremenska dostupnost podrazumijeva i pravno reguliranje zaštite ranjivih skupina definiranjem udaljenosti prodajnih mjesta od pojedinih ustanova i/ili

objekata. Važećim Pravilnikom, za lutrijske igre ne postoje propisana geografska ograničenja, dok kladionice trebaju biti udaljene najmanje 200 metara od redovne osnovne (peti do osmi razred) i srednje škole (čl. 36., st. 2.). Pritom je nejasan izraz koji se odnosi samo na peti do osmi razred, odnosno može se iščitati da ovo pravilo ne vrijedi za manje (područne) osnovne škole u čijim se zgradama nalaze samo razredi od prvog do četvrtog. Pravilnik također predviđa nešto što bismo mogli nazvati »miješanjem objekata i usluga«, a odnosi se na mogućnost da se u poslovnicu kladionice postave najviše dva automata (čl. 28., st. 2.), kao i mogućnost da se u ugostiteljskim objektima postave samoposlužni terminali (tzv. kladomati) za igre klađenja (čl. 37., st. 3.). Pritom i dalje, u oba slučaja, vrijedi definirana udaljenost od 200 metara od gore navedenih modaliteta škola. Kasina i automat klubovi trebaju biti udaljeni 500 metara jedni od drugih (čl. 8.), pri čemu su izuzetak hoteli s pet zvjezdica i više, a udaljenost od škola nije propisana. Naglasimo i kako je kod automat klubova i kasina u članku 9., stavku 1., definiran pješački put od ulaznih vrata objekta do ulaznih vrata kasina ili automat kluba, dok kod kladionica taj put nije definiran. Stoga je nejasno, i postoje različite interpretacije, odnosi li se udaljenost od 200 metara na udaljenost objekta do ulaznih vrata škole, ili prve točke školskog prostora, koja može biti i školsko dvorište.

U odnosu na zaštitu, odnosno zabranu igranja maloljetnika, u slučaju samoposlužnih terminala, članak 38. Pravilnika propisuje da u slučaju sumnje u punoljetnost igrača, priređivač i vlasnik, odnosno zaposlenik u ugostiteljskom objektu u kojem se primaju uplate klađenja putem samoposlužnih terminala, mogu zahtijevati dokazivanje punoljetnosti putem identifikacijske isprave igrača, a odgovornost za provođenje zakonske odredbe o zabrani primanja uplata klađenja za maloljetne osobe snosi priređivač. Međutim, stavak 4. istog članka propisuje kako su ugovorom kojim priređivač i vlasnik ugostiteljskog objekata reguliraju međusobna prava i obveze, dužni unijeti odredbu o obvezi vlasnika ugostiteljskog objekta o primjeni zakonske odredbe o zabrani primanja uplata za klađenje od maloljetnih osoba, čime se ta odgovornost zapravo prenosi na ugostitelja.

Napomenimo i da ovakva liberalna ograničenja dostupnosti igara na sreću nisu bila predviđena u prvoj verziji Pravilnika iz 2010. godine (2010.). Za igre na automatima i u kasinima tada je bila propisana udaljenost od najmanje 500 metara, ne samo od drugih kasina i automat klubova, već i od odgojno-obrazovnih i vjerskih objekata (čl. 8., st. 2.), što je zapravo relativno velik spektar ustanova. Za aktivnosti klađenja, u prvoj verziji Pravilnika, stajala je granica od 200 metara u odnosu na obrazovne ustanove (osnovne i srednje škole), što je bilo, ne samo šire nego danas, već je potencijalno omogućavalo interpretaciju i prema širem spektru obrazovnih ustanova.

Iz prikazane regulative razvidna je intencija države za liberalizacijom tržišta, umjesto dodatnog reguliranja zaštitnih mehanizama. Nadalje, u kontekstu

dostupnosti i pristupačnosti, ne smije se zanemariti već spomenuto širenje tržišta svih igara na sreću i na *online* kanale, čime one postaju u potpunosti geovremenski pristupačne te je omogućeno trenutno uključivanje u igre, uvijek i svugdje. Dodamo li tome i već spomenuto ilegalno *online* tržište, država bi trebala značajnije napore uložiti u regulativu zaštite igrača i jasne standarde društveno odgovornog priređivanja igara na sreću. Jedan od Pravilnikom reguliranih mehanizama je i mogućnost samoisključivanja (čl. 6., st. 2), međutim u proceduri je prisutan niz propusta i paradoksa budući da se ono može opozvati, a ujedno vrijedi samo kod priređivača kod kojeg je igrač zatražio samoisključenje, što u kontekstu raširene ponude kockarskih aktivnosti u Hrvatskoj i nije posebno svrsishodno.

Odgovorno priređivanje igara na sreću također podrazumijeva priređivanje igara na način da se prevenira ekscesivno ponašanje. U tom je smislu važna i komunikacija priređivača prema igračima, kako na mjestima gdje se priređuju igre na sreću, tako i na *online* platformama i putem oglašavanja. Primjerice, na mrežnim stranicama Hrvatske Lutrije (Hrvatska lutrija, 2019.) nalazi se poseban dio u kojem su opisani znakovi rizika ovisnosti, deset pravila odgovornog igranja, ponašanja kojima igra postaje problem, mitovi o ovisnosti o kockanju, te dio o vjerojatnostima i o postupku samoisključenja. Potrebno je istaknuti i kako je Hrvatska Lutrija, iako to nije zakonska obveza, razvila i oznake za rizičnost određene igre u odnosu na njihov adiktivan potencijal, tako da zelena oznaka kraj igre označava igru niskog rizika, žuta boja igru umjerenog, a crvena boja igru visokog rizika. Nadalje, ostali priređivači igara klađenja uveli su, također neovisno o zakonskim obvezama, pravilo da igrač koji je prvi dobitak osvojio igranjem *online* mora osobno doći u poslovnicu i predočiti osobnu iskaznicu, kako bi se provjerila punoljetnost.

Povezanost dostupnosti, pristupačnosti i problema povezanih s kockanjem vrlo je složena, te se mora promatrati i kroz prizmu duljine izloženosti, ali i drugih okolinskih i individualnih čimbenika koji utječu na razvijenost problema (Abbott i Volberg, 1999.; Abbott i sur., 2004.; Shaffer i sur., 2010.; Williams, Volberg i Stevens, 2011.). Volbergova (2004.) je u svojim istraživanjima dobila rezultate o povezanosti povećane dostupnosti s problemima, te sama problematizira kako postoje rezultati koji govore u prilog stabilnosti nakon vremena, dok druga istraživanja to povezuju s paralelnim uvođenjem javno-zdravstvenih kampanja, linija za pomoć i stručno-savjetodavnih programa (Collins i sur., 2007.; Griffiths i Derevensky, 2017.). Ista autorica (Volberg, 2004.) ističe kako je u nekim državama Sjedinjenih Američkih Država (primjerice, Montana i Sjeverna Dakota) došlo do povećanja problematičnog kockanja nakon povećanog broja otvaranja kasina, ali kako istovremeno nije bilo nikakvih javno-zdravstvenih kampanja, niti usluga za osobe koje problematično kockaju.

Rezultati nacionalnih studija u Hrvatskoj, provedenih na reprezentativnim uzorcima i adolescenata i odraslih osoba govore o značajnoj uključenosti u aktivnosti kockanja na našim prostorima, posebno u odnosu na inozemna istraživanja, kao i prevalencije psihosocijalnih problema, odnosno ovisnosti o kockanju. Tako rezultati Glavak Tkalić, Miletić i Sučić (2017.) na uzorku građana od 15 do 65 godina života pokazuju da 9,4% Hrvata ima neku razinu problema povezanih s kockanjem (4,3% niski stupanj, 2,9% umjeren stupanj, te 2,2% visok stupanj problema), dok je taj postotak još veći u mlađoj populaciji (od 15. do 34. godine života) i iznosi 12,8%. Kada je riječ o rodnim specifičnostima, muškarci su u povećanom riziku, pa tako njih čak 14,8% ima neke probleme povezane s kockanjem (6,2% niski stupanj, 5,0% umjeren stupanj, te 3,6% visok stupaj problema). Ricijaš i sur. (2016.) proveli su istraživanje s 2 702 hrvatskih srednjoškolaca, te rezultati pokazuju da 12,9% srednjoškolaca ima visok stupanj štetnih psihosocijalnih posljedica povezanih s kockanjem, a 17,3% umjeren. U odnosu na rodne razlike, ponovno se potvrđuje kako je riječ o dominantno muškom fenomenu, te čak 23,7% mladića zadovoljava kriterije visoke razine štetnih posljedica povezanih s kockanjem. Ovako alarmantni prevalencijski rezultati predstavljaju dodatan poticaj za društvene promjene i propise koji reguliraju priređivanje igara na sreću na našim prostorima.

Oglašavanje igara na sreću

Oglašavanje je informacija koju u medijima plasira identificirani naručitelj, plaćajući pritom medijski prostor i vrijeme. To je kontrolirana metoda plasiranja poruke u medijima (Cutlip, 2003., prema Labaš Košćević, 2014.). Oglašavanje ima i persuzivnu funkciju, tj. nastoji pojedinca uvjeriti i nagovoriti na kupnju, korištenje određenih proizvoda i usluga (Čorkalo Biruški i Davidović-Mušica, 2009.). Marketing i oglašavanje igraju značajnu ulogu u usvajanju stavova i društvenih normi, koje posljedično utječu na naše namjere i ponašanja (Luo i sur., 2011.; Parke i sur., 2014.), pa tako i razvoj problematičnog i/ili ovisničkog ponašanja (Martin i sur., 2013.), što je najčešće vezano uz proizvode industrije poroka.

Utjecaj oglašavanja na konzumaciju alkohola i duhana istraživao se puno prije nego li na kockanje. Cilj svake reklame vezane uz alkoholna pića i duhanske proizvode je razvoj pozitivnog stava prema proizvodu, ohrabivanje njegovog prihvatanja te povećavanje unosa i konzumaciju duhana (Biener i Siegel, 2000., Freeman, Chapman i Rimer, 2008., prema Gainsbury i sur., 2015.), odnosno alkohola (Mart, 2011., Smith, Foxtrot, 2009., prema Gainsbury i sur., 2015.). Collins i sur. (2007.) svojim longitudinalnim istraživanjem zaključuju da djeca u dobi od 11 do 12 godina, koja su bila izlagana visokoj razini oglašavanja alkohola iz više izvora, dva puta više

konzumiraju alkohol u narednim godinama u odnosu na vršnjake koji su manje bili izloženi takvom oglašavanju. Upravo je ovo istraživanje išlo u prilog podršci restrikcijama u oglašavanju štetnih proizvoda (Monaghan, Derevensky i Sklar, 2009.).

Kad je kockanje u pitanju, sadržaji oglašavanja su raznoliki, izravno se prezentiraju i mogu biti štetni za emocionalno i kognitivno osjetljive pojedince, posebno za mlade kojima nedostaju vještine kritičkog mišljenja prema sadržajima u javnom prostoru (Ricijaš i Dodig, 2014.). S ciljem podizanja razine poslovanja, korporacije industrije kockanja proširuju se globalno, a kockanje se aktivno promovira putem radija, televizije, tiska, putem interneta, *pop-up* porukama u javnom oglašivačkom prostoru, ali i na različitim prodajnim mjestima (Temcheff i sur., 2011.). Oglašavanje kockanja promatra se kao društveni rizični čimbenik koji može ohrabrivati na aktivnosti kockanja (Shaffer, LaBrie i Laplante, 2004.) te je za očekivati kako većom izloženošću oglašavanja raste i rizik problematičnog kockanja. Derevensky i sur. (2007.) navode kako izloženost oglašavanju svakako doprinosi oblikovanju stavova mladih i kockanju, te utječe na njihove namjere i ponašanja, odnosno razvija i osnažuje postojeće pozitivne stavove prema kockanju, kao i obrasce ponašanja koji ga podržavaju (Monaghan, Derevensky i Sklar, 2009.; Derevensky i sur., 2010.). Planzer i Wardle (2011.) sumiraju kako su adolescenti u velikom riziku od oblikovanja pogrešne slike o kockanju, upravo zbog pozitivnog prezentiranja takvih sadržaja kroz oglašavanje. Naime, kockanje se često oglašava glamuroznim fotografijama, lijepim i poznatim osobama, odašiljući poruke kojima se potiču različite distorzije, poruke koje su zavodljive i usmjerene na ljudsku potrebu, ali i pohlepu za novcem (Griffiths, 2005.). Isti autor, također, navodi kako su česte poruke o lakoj, brznoj i velikoj »zaradi«, a malom ulogu, te kako se na takav način devalviraju vrijednosti ozbiljnog rada, odgovornosti, ustrajnosti i upornosti, optimizma, ulaganja u budućnost pa čak i obrazovanja. Analizom sadržaja reklama, Binde (2014.) ističe portretiranje kockanja kao normalnog oblika zabave i traženja uzbuđenja. Osvajanje velikog iznosa novca uglavnom je centralna tema reklama, ali uočava se i prezentiranje kockanja kao načina nošenja sa stresom i bijega od teške svakodnevice. »Kladi se da bi zaboravio« (eng. »*Bet to forget*«) glasi jedan od oglasa, kako navode Griffiths i Derevensky (2017.). Ovako prisutan i raširen način oglašavanja i medijske pokrivenosti doprinosi normalizaciji aktivnosti kockanja kao privlačnog, socijalno prihvatljivog i bezazlenog načina zabave (St-Pierre i sur., 2014.). Moore i Ohtsuka (1999.) govore u prilog tome i navode kako visoka razina izloženosti oglašavanju kockanja u društvu, dovodi do normalizacije takvih aktivnosti, te njihove percepcije kao prihvatljivih, neškodljivih i vjerodostojnih aktivnosti. U tom su smislu posebno opasne latentne poruke koje se šalju oglašavanjem.

Nedostatak jasne regulative te manjak legislative o oglašavanju dovodi do toga da organizatori kockanja imaju uistinu veliku slobodu u korištenju suvremenih

medija za komuniciranje s javnošću. Analizom sadržaja, Gainsbury i sur. (2015.: 12) navode sljedeće rizične poruke koje industrija kockanja komunicira prema javnosti:

- Osvještavanje javnosti o kockanju: organizatori kockanja koriste oglašavanje, a posebno društvene mreže za davanje poruka i informacija o svom brendu, svojim proizvodima, načinima kockanja, klađenja, kockarskim aktivnosti, te na takav način podižu informiranost i svjesnost javnosti o samom kockanju. Neposredno se obraćaju svojim budućim konzumentima, kao i mladima.
- Glorificiranje kockanja: šalju se preplavljujuće informacije s pozitivnim porukama u kojima se kockanje predstavlja kao glamurno, uzbudljivo i zabavno.
- Isticanje lakoće korištenja kockanja: objave na društvenim mrežama koje govore o jednostavnosti kockanja s uputama kako što lakše pristupiti i igrati, kako najlakše izvrši uplatu, te generalna promocija brzog i lakog načina klađenja.
- Poticanje na novu konzumaciju: neke objave jasno potiču i ohrabruju pojedince da se okušaju u kockanju.
- Isticanje pobjeda: ističu se samo dobitci, pobjede, osvojeni veći iznosi novca.
- Poticanje različitih sponzorstava i pokroviteljstava na mjestima na kojim se kocka: poticanje na u članjivanje, nagrade i beneficije za članove, nuđenje jeftinije hrane i pića za članove
- Ohrabivanje na klađenje: kroz nuđenje različitih savjeta kako i gdje se kladiti, davanje savjeta od strane »stručnjaka« kako se što bolje kladiti.
- Povezivanje kockanja i sporta: kroz sponzorstva, ali i mogućnostima da se na istom mjestu prate sportska natjecanja, a istovremeno i kladi.
- Uključivanje poznatih brendova: povezivanje sa ne-kockarskim brendovima.
- Promoviranje beneficija od kockanja za zajednicu: financijska dobit, donacije različitih kulturnih i drugih pozitivnih društvenih događanja.
- Filtrirane, ograničene poruke o štetnosti kockanja, problemima povezanim s kockanjem i odgovornom kockanju.

Neka istraživanja, međutim, pokazuju kako oglašavanje kockanja i promoviranje takvih aktivnosti ima veći utjecaj na problematične kockare, kao i na mlade koji već kockaju (Binde, 2007., 2014.; Felsher, Derevensky i Gupta, 2004.; Grant i Kim, 2001.; Gainsbury i sur., 2015.; Hing i sur., 2014.), u odnosu na igrače koji nemaju problema, stoga je izazovno s preciznošću utvrditi kako oglašavanje neposredno utječe na problematično kockanje. U jednom od najvećih istraživanja oglašavanja kockanja na više od 6 000 ispitanika, Hanss i sur. (2015.) ispitali su utjecaj oglašavanja na sljedećim dimenzijama: a) stavovi i interesi povezani s kockanjem, te uključivanje u kockanje, b) znanje o priređivačima i načinima kockanja i c) u koliko mjeri su ispitanici uopće svjesni oglašavanja kockanja. Rezultati su pokazali najveći

utjecaj oglašavanja na znanje ispitanika o priređivačima i načinima kockanja, te da na svim dimenzijama utjecaj raste povećanom izloženosti reklamama/oglašavanjima. Osim toga, rezultati su potvrdili ranije navedene nalaze drugih istraživanja kako oglašavanje više utječe na znanje, ali i na kockanje osoba koje problematično kockaju, u odnosu na one koji ne kockaju ili kockaju rekreativno. Osim toga, autori navode kako se adolescenti koji su već razvili određene probleme vezane za kockanje puno lakše prisjećaju sadržaja oglasa o kockanju, te ih takvi sadržaji potiču na daljnje igranje. Felsher, Derevensky i Gupta (2004.) navode kako su mladi koji su već razvili probleme bili prijemčiviji na reklame kockanja, te pokazali veću želju za igranjem strugalica.

Poseban suvremeni izazov predstavljaju i novi marketinški pristupi koji koriste platformu društvenih mreža s ciljem odašiljanja emotivnih i pozitivnih poruka o kockanju (Parke i sur., 2014.). S obzirom na veliku raširenost i korištenje društvenih mreža u marketingu, ne čudi što i industrija poroka danas koristi takve kanale. Korporacije industrije poroka organiziraju ili sponzoriraju različita sportska i društvena okupljanja, koncerte, natjecanja, pozive na konzumiranje i degustiranje svojih proizvoda. Približavaju se krajnjem korisniku, ulazeći u njegov svakodnevni život. O tome pišu Dadich i sur. (2013., prema Gainsbury i sur., 2015.) navodeći kako su korporacije alkoholne industrije prisutne na društvenim mrežama, pa tako na svojim *Twitter* profilima pišu o različitim društvenim aktualnostima, sportu, društvenim događanjima kako bi dopreli do što većeg broja potencijalnih konzumenata. I organizatori kockanja, također, koriste društvene mreže. Istraživanja navode kako ih je većina prisutna na »*Facebook-u*« i »*Twitter-u*«, te kako deset mrežnih stranica za klađenje imaju prosječno 62 048 lajkova i 30 594 pratitelja (QuBit, 2012., prema Gainsbury i sur., 2015.). Informacijske tehnologije i društvene mreže postale su neizostavni dio marketinga koji se još naziva i »virtualno iskustveni marketing« (eng. *Virtual Experiental Marketing*). Njegova je specifičnost da razvija privrženost, pripadnost i lojalnost prema svojim konzumentima (Parke i sur., 2014.). Takvom metodom, navode autori, profiliraju se kupci, konzumenti, te stvaraju baze podataka o njihovim individualnim potrebama i željama.

Kada je u pitanju Republika Hrvatska, Ricijaš i sur. (2016.) govore o vrlo liberalnoj regulativi oglašavanja igara na sreću. Za razliku od oglašavanja alkohola i duhanskih proizvoda kod kojih postoje značajne restrikcije, Zakon je oglašavanje igara na sreću zabranio samo u medijskim sadržajima isključivo namijenjenim djeci i mladima. U Hrvatskoj je moguće vidjeti i oglašavanje igara na sreću putem *jumbo* plakata, ali i velik broj vozila javnog gradskog prijevoza nosi na sebi reklame priređivača. Unatoč tome što se većina oglašavanja sada događa putem prethodno navedenih društvenih kanala komuniciranja, jurisdikcija koja se odnosi na kontrolu i uređivanje oglašavanja kockanja poprilično kaska za takvim suvreme-

nim sredstvima komuniciranja s javnošću tako da priređivači kockanja, zapravo, nemaju značajnih restrikcija i uputa u korištenju društvenih medija u promociji aktivnosti kockanja. Ricijaš i Dodig (2014.) ističu kako bi oglašavanje kockanja trebalo biti javno-zdravstvena tema, odnosno potrebno bi ga bilo regulirati slično kao i oglašavanje alkoholnih pića i duhanskih proizvoda, kao jasnih zdravstveno-rizičnih proizvoda, a ne kao dio industrije zabave, što je kod nas slučaj.

Usporedbe radi, Zakon o elektroničkim medijima (2009., 2011., 2013.) u čl. 18., st. 6. izrijekom navodi kako audiovizualni programi ne smiju uključivati plasman duhanskih proizvoda ili cigareta, ili pak plasman proizvoda poduzeća čija je glavna djelatnost proizvodnja ili prodaja cigareta i drugih duhanskih proizvoda. Osim toga, u ranijim člancima (čl. 16., st. 5. i st. 6.) navodi se kako nisu dopušteni nikakvi oblici audiovizualnih komercijalnih komunikacija koje promiču cigarete i druge duhanske proizvode, te alkoholna pića. Posebno se ističe kako ni u kojem slučaju audiovizualne komercijalne komunikacije ne smiju prouzročiti moralnu ili fizičku štetu maloljetnicima ili izravno poticati maloljetnike na kupnju ili unajmljivanje proizvoda ili usluga iskorištavajući njihovo neiskustvo ili lakovjernost (čl. 16., st. 8.).

Zanimljivo je, međutim, kako je Zakon o hrani iz 2007. i 2008. godine (2007., 2008.) zabranjivao reklamiranje alkoholnih pića putem tiska, sredstava javnog priopćavanja, interneta i svih oblika reklama na javnim mjestima, objektima i prijevoznim sredstvima, preko knjiga, časopisa, kalendara i odjevnih predmeta te preko naljepnica, plakata i letaka ako su te naljepnice, plakati i leci odvojeni od ambalaže. U istom Zakonu, ali iz 2013. godine (2013.) taj se članak više ne nalazi. Stupanjem na snagu tog novog Zakona, prestao je važiti Pravilnik o označavanju, reklamiranju i prezentiranju hrane (2011.) koji je bar u nazivu imao »reklamiranje« (iako se u člancima nije moglo pronaći sadržaja o reklamiranju), a ostao je na snazi Pravilnik o pivu (2011.) koji u čl. 8., st. 3. navodi kako je dozvoljeno reklamiranje piva. Oglašavanje vina, prema Pravilniku o oglašavanju vina s kontroliranim zemljopisnim podrijetlom i voćnih vina (2004.), također je dozvoljeno putem tiska, radija i televizije u elektronskim publikacijama, teletekstu te drugim oblicima dnevnog i povremenog oglašavanja prenošenjem zapisa glasa, zvuka ili slike na način dostupan javnosti. Unatoč dozvoli oglašavanja, određena ograničenja i smjernice ipak postoje. Prema navednom Pravilniku, restrikcije se odnose na tzv. »oglasne poruke« koje ne smiju biti usmjerene na maloljetne osobe i ne smiju se prikazivati maloljetne osobe u konzumaciji; ne smije povezivati konzumaciju vina s povećanjem tjelesnih sposobnosti ni s vožnjom automobila; ne smije se stvarati utisak da konzumacija dovodi do uspjeha na socijalnom ili spolnom području života; ne smiju se vinu pridavati pozitivni učinci djelovanja kao sredstvo za rješavanje osobnih problema. Osim toga, oglasne poruke ne smiju se pojavljivati na objektima u kojima se obavlja zdravstvena, odgojna ili obrazovna djelatnost, panoima, tablicama, naljepnicama ili

svjetlosnim natpisima koji su od vrtića udaljeni najmanje 300 metara, te priredbama i tisku, elektronskim publikacijama i TV emisijama koje su namijenjene maloljetnim osobama.

Nadalje, kada su u pitanju duhan i srodni proizvodi, oglašavanje je u Hrvatskoj vrlo strogo propisano Zakonom o ograničavanju uporabe duhanskih i srodnih proizvoda (2017.) koji u svom III. dijelu navodi niz mjera za smanjenje i ograničavanje uporabe duhanskih i srodnih proizvoda. Pa se tako u čl. 22. navedenog Zakona navodi kako je »zabranjeno sponzoriranje događaja, aktivnosti i pojedinaca s ciljem, učinkom ili mogućim učinkom izravne i neizravne promidžbe«, te »zabranjena je izravna i neizravna promidžba i oglašavanje proizvoda« pri čemu se izravnom promidžbom drži bilo kakvo izlaganje cigareta, a neizravnom organiziranje događanja na kojima se ističe naziv, logotip ili druge vizualne karakteristike koje podsjećaju na proizvod. Nadalje, zabranjuje se isticanje naziva i logotipa proizvoda kroz svjetleće reklame, plitice, stalke za prodaju, letke, kataloge i ostale promidžbene materijale. Zanimljivo je kako navedeni Zakon u svom IV. dijelu propisuje i obvezne preventivne mjere protiv pušenja.

Iz navedenog možemo zaključiti kako je oglašavanje duhanskih i alkoholnih proizvoda, iako i dalje s prostorom za unaprjeđenje, regulirano na više razina, dok je s druge strane, oglašavanje igara na sreću gotovo u potpunosti marginalizirano, iako je njihov javnozdravstveni rizik nedvojbena.

UMJESTO ZAKLJUČKA – MEĐUNARODNI STANDARDI I PREPORUKE ZA HRVATSKU

Ovim radom usmjerili smo se na analizu sljedećih elemenata priređivanja igara na sreću, smatrajući ih ključnim aktualnim rizicima za hrvatsko društvo:

- izrazita geovremenska dostupnost i pristupačnost kockarskih proizvoda
- nedostatna zaštita djece i mladih, te drugih ranjivih skupina
- dostupnost svih igara na sreću *online* i nedovoljni standardi zaštite igrača
- dostupnost ilegalnih priređivača *online*
- nepostojanje razrađenih standarda oglašavanja igara na sreću, u odnosu na alkoholne i duhanske proizvode.

Svi ti elementi u korelaciji su s prevalencijom i učestalosti kockanja, te incidencijom razvoja psihosocijalnih problema povezanih s kockanjem, što dodatno predstavlja i značajan trošak za državu. Ne postoji jedinstvena metoda računanja društvenih troškova, te ponekad istraživači *ad hoc* odlučuju koje će elemente uključiti i kako ih izmjeriti (St-Pierre i sur., 2014.; Walker i Barnett, 1999.), zbog čega je Walker (2013.) analizirao ključna područja koja se koriste u većini istraživanja, a ona uključuju

troškove koje za društvo generira industrija kockanja uključujući sljedeće elemente: (1) gubitak primanja zbog izgubljenog posla, (2) snižena poslovna produktivnost, (3) depresija i fizičke bolesti povezane sa stresom, (4) povećani pokušaji samoubojstva, (5) troškovi jamčevina, (6) nepokriveni krediti, (7) neplaćena potraživanja i bankroti, (8) visoke osiguravajuće premije zbog prijevara uzrokovanih patološkim kockanjem, (9) korupcija državnih službenika, (10) pritisak na javne servise, (11) kanibalizacija industrije, (12) razvodi uzrokovani kockanjem. Na njih svakako treba dodati troškove liječenja ovisnosti o kockanju, kao i drugih somatskih bolesti koje su u komorbiditetu s ovim problemom mentalnog zdravlja.

Makarovič, Macur i Rončević (2011.) su koristeći APC i NORC metodologiju izračunali procjenu troškova problematičnih i patoloških kockara za Sloveniju, te došli do iznosa od oko 30 milijuna eura godišnje na temelju prevalencije od 2,5% patoloških kockara. Takav rezultat važan je i za hrvatski kontekst, te relativizira spomenute prihode za državni proračun temeljem poreza i naknada, budući da se skupi državni sektori, koji uključuju zdravstvo, unutarnje poslove, pravosuđe i socijalnu skrb uključuju u proces saniranja posljedica, pri čemu istovremeno pada radna i društvena produktivnost građana koji su razvili probleme, pogađajući još i članove obitelji, prijatelje, poslodavce i druge.

U tom smislu, smatramo da bi Ministarstvo financija, kao regulatorno tijelo u Hrvatskoj, trebalo doraditi odredbe u području gore navedenih elemenata zaštite društva kroz javno-zdravstveni pristup, odnosno implementirati ista pravila koja vrijede za alkohol i cigarete (Griffiths, 2005.; Ricijaš i Dodig, 2014.). Iako je legislativa oko oglašavanja prepuštena državama članicama, Hrvatska bi, kao dio Europske unije, trebala slijediti europske dokumente i smjernice koje reguliraju oglašavanje kockanja. Jedan od temeljnih dokumenata su Preporuke Komisije o načelima za zaštitu potrošača i igrača internetskih igara na sreću te sprječavanje maloljetnika u igranju internetskih igara (L 214/38; dalje u tekstu: Preporuke), proizašle iz dokumenta Europske komisije pod nazivom *Towards a comprehensive European framework for online gambling* (2012.). U dijelu Preporuka koje se odnose na »komercijalnu komunikaciju«, izrijekom se navodi kako komercijalna komunikacija ne bi trebala:

1. iznositi neosnovane izjave o mogućnostima dobitaka ili povrata koje igrači mogu očekivati od igara na sreću
2. sugerirati da vještina može utjecati na rezultat igre, ako to nije slučaj
3. vršiti pritisak da se igra ili omalovažavati suzdržavanje od igre, npr. mjerenjem vremena, lokacijom ili vrstom komercijalne komunikacije
4. prikazivati igre na sreću kao društveno privlačne ili sadržavati svjedočenja poznatih ili slavni osoba kojima se sugerira da igranje na sreću pridonosi društvenom uspjehu

5. sugerirati da igre na sreću mogu biti rješenje društvenih, profesionalnih ili osobnih problema, te
6. sugerirati da igranje na sreću može biti alternativa poslu, rješenje za financijske probleme ili oblik financijskog ulaganja.

Jednako tako, javne kampanje o zdravlju, ako su tek izolirane akcije, nisu učinkovit način prevencije kockanja (Blaszczynski i sur., 2008.). Stoga iz društveno-političke pozicije cilj nije zabranjivati kockanje, već ga predstaviti sa svim svojim rizicima i aktivnostima koje zahtijevaju visoku razinu kontrole i samoregulacije (Parke i sur., 2014.), odnosno regulirati balansirano tržište u kojima će se moći zadovoljiti potreba za zabavom, punjenje državnog proračuna, uz istovremeno minimiziranje svih negativnih i nepoželjnih učinaka ove industrije. To podrazumijeva uravnoteženu dostupnost i pristupačnost, posebno s obzirom na različite vrste igara u odnosu na njihov adiktivan potencijal, ali i propisivanje jasnijih mehanizama kontrole i samokontrole igrača putem kartica za igranje i evidencije troškova.

S obzirom da principi odgovornog priređivanja igara na sreću variraju u različitim jurisdikcijama, Blaszczynski i sur. (2011.) definirali su sljedeće minimalne komponente koje bi trebale biti obuhvaćene u okviru društvene odgovornosti priređivača:

- edukacije za širu populaciju (npr. medijske i druge javne kampanje, školski kurikulumi) o prirodi kockanja i statističkim vjerojatnostima pobjeda
- treninzi za djelatnike koji rade u industriji kockanja
- osiguravanje informacija o telefonskim linijama za pomoć, brošura i sličnih materijala o dostupnim savjetovalištim ili drugim oblicima tretmana
- ograničavanje neposrednog marketinga usmjerenog prema maloljetnicima, bivšim kockarima i korisnicima socijalne pomoći
- postavljanje znakova koji upozoravaju na potencijalne posljedice povezane s problematičnim kockanjem
- zabrana kockanja maloljetnicima kroz provedbu pravila i edukaciju djelatnika
- zabrana prodaje alkohola igračima dok kockaju
- uspostavljanje etičkih praksi i pravila oglašavanja i marketinških materijala koji informiraju javnost o odgovornom kockanju.

Kako odgovoriti na izazove dostupnosti, pristupačnosti i raširenog oglašavanja igara na sreću jednom kada je tržište toliko otvoreno? Odgovor zasigurno ne leži samo u strogoj legislativi oglašavanja, budući da istraživanja pokazuju kako čista prohibicija igara i oglašavanja nije dovoljna za preveniranje problema (Ludwig i sur., 2012.; St-Pierre i Derevensky, 2016.). Osim toga, znamo i iz hrvatskih istraživanja (Ricijaš i sur., 2016.; Dodig, 2013.; Koić, 2009.) kako se maloljetnici u Hrvatskoj uključuju u igre na sreću, te smatraju kockanje dostupnim i pristupačnim, usprkos

zabranama. Autori ovog rada smatraju da bi u Hrvatskoj trebalo ostvariti sljedeće promjene u reguliranju igara na sreću, kako one ne bi predstavljale toliki socijalni rizik:

- dodatno ograničiti mjesta na kojima se priređuju igre na sreću s obzirom na geovremensku dostupnost u odnosu na širi spektar odgojno-obrazovnih i socijalnih ustanova, kao i s obzirom na broj stanovnika u pojedinoj lokalnoj zajednici
- ukinuti samoposlužne terminale u ugostiteljskim objektima, te priređivati igre na sreću samo u za njih specijaliziranim prostorima
- uvesti centralizirani model registriranja za igre na sreću putem kartica koje bi se koristile za igru kod svih priređivača, čime bi se kvalitetnije reguliralo i *online* tržište, ali i mehanizam samoisključenja, kao i kontrola vremena provedenog u igri i praćenja financijskih troškova
- postrožiti standarde oglašavanja s obzirom na adiktivni potencijal igre, s obzirom na vrste poruka koje su dozvoljene, kao i mjesto i vrijeme oglašavanja.

Ove preporuke odražavaju prve korake u zaštiti društva, a sve s ciljem kreiranja uravnoteženog tržišta igara na sreću u kojem svoje potrebe mogu zadovoljiti i priređivači, i država kao regulator, ali i sami građani, odnosno igrači. Konkretno, implementiranjem društveno odgovornog pristupa i kvalitetnim reguliranjem igara na sreću, stvaraju se okolnosti u kojima građani, odnosno igrači imaju mogućnost sudjelovanja u igrama na sreću, ali uz osigurane mehanizme zaštite, a priređivači ostvariti svoje komercijalne ciljeve. Nadalje, jedino je takvim pristupom moguće umanjiti potencijalne štetne posljedice te dugoročno povoljno utjecati na prihode države budući da bi se smanjili i izdaci širokog spektra troškova povezanih s problemima ovisnosti o kockanju koji posredno opterećuju državni proračun.

LITERATURA

1. Abbott, M. W. (2007). Situational factors that affect gambling behaviour. In: Smith, G., Hodgins, D. C. & Williams, R. J. (eds.), *Research and measurement issues in gambling studies*. Burlington, MA: Academic Press, 251-278.
2. Abbott, M. W. & Volberg, R. A. (1999). *Gambling and problem gambling in the community: An international overview and critique*. Wellington, New Zealand: Department of Internal Affairs.
3. Abbott, M. W., Volberg, R. A., Bellringer, M. & Reith, G. (2004). *A review of research on aspects of problem gambling: Final report*. Prepared for the responsibility in gambling trust. Auckland: Auckland University of Technology.

4. Adams, G. R., Sullivan, A. M., Horton, K. D., Menna, R. & Guilmette, A. M. (2007). A study of differences in Canadian university students' gambling and proximity to a casino. *Journal of Gambling Issues*, 19, 9-18. <https://doi.org/10.4309/jgi.2007.19.1>
5. APA- Američka psihijatrijska asocijacija (2013). *Dijagnostički i statistički priručnik za duševne poremećaje –DSM-5*. Arlington: Američka psihijatrijska asocijacija.
6. Atherton, M. (2006). *Gambling*. London: Hodder & Stoughton.
7. Binde, P. (2007). Selling dreams-or causing nightmares? On gambling advertising and problem gambling. *Journal of Gambling Issues*, 20, 167-191. <https://doi.org/10.4309/jgi.2007.20.5>
8. Binde, P. (2014). *Gambling advertising: A critical research review*. The responsible Gambling Trust. London.
9. Blaszczynski, A. & Nower, L. (2002). A pathways model of problem and pathological gambling. *Addiction*, 97 (5), 487-499. <https://doi.org/10.1046/j.1360-0443.2002.00015.x>
10. Blaszczynski, A., Collins, P., Fong, D., Ladouceur, R., Nower, L., Shaffer, H. J., Tavares, H. & Venisse, J. (2011). Responsible gambling: General principles and minimal requirements. *Journal of Gambling Studies*, 27 (4), 565-573. <https://doi.org/10.1007/s10899-010-9214-0>
11. Blaszczynski, A., Ladouceur, R., Nower, L. & Sheffer, H. (2008). Informed choice and gambling: Principles for consumer protection. *The Journal of Gambling Business and Economics*, 2 (1), 103-118.
12. Cohen, L. & Swift, S. (1999). The spectrum of prevention: Developing a comprehensive approach to injury prevention. *Injury Prevention*, 5 (3), 203-207. <https://doi.org/10.1136/ip.5.3.203>
13. Campell, F. & Lester, D. (1999). The impact of gambling opportunities on compulsive gambling. *Journal of Social Psychology*, 139 (1), 126-127.
14. Collins, R., Ellickson, P., McCaffrey, D. & Hambarsoomians, K. (2007). Early adolescent exposure to alcohol advertising and its relationship to underage drinking. *Journal of Adolescent Health*, 40 (6), 527-534.
15. Čorkalo Biruški, D. & Davidović-Mušica, N. (2009). Kako ćemo vam prodati ovu knjigu? Persuazija, propaganda, marketing. U: Čorkalo Biruški, D. (ur.), *Primjenjena psihologija: pitanja i odgovori*. Zagreb: Školska knjiga, 256-277.
16. Derevensky, J., Sklar, A., Gupta, R., Messerlian, C., Laroche, M. & Mansour, S. (2007). *The effects of gambling advertisements on children and adolescent gambling attitudes and behaviors*. Montreal: International Centre for Youth Gambling Problems and High Risk Behaviours, McGill University.
17. Derevensky, J., Sklar, A., Gupta, R. & Messerlian, C. (2010). An empirical study examining the impact of gambling advertisements on adolescents gambling

- attitudes and behaviours. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 8 (1), 21-34. <https://doi.org/10.1007/s11469-009-9211-7>
18. Derevensky, J. L., St-Pierre, R. A., Temcheff, C. E. & Gupta, R. (2013). Teacher awareness and attitudes regarding adolescent risky behaviours: Is adolescent gambling perceived to be a problem? *Journal of Gambling Studies*, 30 (2), 435-451. <https://doi.org/10.1007/s10899-013-9363-z>
 19. Dodig, D. (2013). *Obilježja kockanja mladih i odrednice štenih psihosocijalnih posljedica*. Doktorska disertacija. Zagreb: Pravni fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
 20. European Commission (2012). Towards a comprehensive European framework for online gambling. Preuzeto s: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52012DC0596&from=EN> (10.2.2019.).
 21. Felsher, J. R., Derevensky, J. L. & Gupta, R. (2004). Lottery playing amongst youth: Implications for prevention and social policy. *Journal of Gambling Studies*, 20 (2), 127-153. <https://doi.org/10.1023/B:JOGS.0000022306.72513.7c>
 22. Gainsbury, S. M., Delfabbro, P., King, D. L. & Hing, N. (2015). An exploratory study of gambling operators' use of social media and latent message conveyed. *Journal of Gambling Studies*, 32 (1), 125-141. <https://doi.org/10.1007/s10899-015-9525-2>
 23. Galvin, T. L., Ventresca, M. J. & Hudson, B. A. (2005). Contested industry dynamics: New directions in the study of institutions and legitimacy. *International Studies in Management and Organization*, 34 (4), 56-82. <https://doi.org/10.1080/00208825.2004.11043718>
 24. Glavak Tkalić, R., Miletić, G. M. & Sučić, I. (2017). *Igranje igara na sreću u hrvatskom društvu*. Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar i Ured za suzbijanje zlouporabe droga Vlade Republike Hrvatske.
 25. Grant, J. E. & Kim, S. W. (2001). Demographic and clinical features of 131 adult pathological gamblers. *Journal of Clinical Psychiatry*, 62 (12), 957-962. <https://doi.org/10.4088/jcp.v62n1207>
 26. Griffiths, M. (2002). *Gambling and gaming addictions in adolescents*. Leicester: The British Psychological Society and Blackwell Publishing.
 27. Griffiths, M. & Derevensky, J. (2017). *The liberalisation of the lottery market in the Netherlands: A report on potential psychosocial impacts and how to minimise harm*. European Association for the Study Gambling. Preuzeto s: <http://youth-gambling.mcgill.ca/Gambling2/en/PDF/The%20liberalisation%20of%20the%20lottery%20market%20report.pdf> (11.2.2019.)
 28. Grinols, E. L. (2004). Taxation vs. litigation. *Managerial and Decision Economics*, 25 (4), 179-183. <https://doi.org/10.1002/mde.1171>
 29. Grougiou, V., Dedoulis, E. & Leventis, S. (2015). Corporate social responsibility reporting and organizational stigma: The case of »sin« industries. *Journal of Business Research*, 69 (2), 905-914. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.06.041>

30. Hanss, D., Mentzoni, R. A., Griffiths, M. D. & Pallesen, S. (2015). The impact of gambling advertising: Problem gamblers report stronger impacts on involvement, knowledge, and awareness than recreational gamblers. *Psychology of Addictive Behaviours*, 29 (2), 483-491. <https://doi.org/10.1037/adb0000062>
31. Hing, N., Vitartas, P., Lamont, M. & Fink, E. (2014). Adolescent exposure to gambling promotions during televised sport: An exploratory study of links with gambling intentions. *International Gambling Studies*, 14 (3), 374-393. <https://doi.org/10.1080/14459795.2014.902489>
32. Hing, N., Russer, A. & Hronis, A. (2016). *Behavioural indicators of responsible gambling consumption*. Victorian Responsible Gambling Foundation, Melbourne.
33. Hodgins, D. (2006). What is the impact of gambling availability on gambling problems? Preuzeto s: https://www.researchgate.net/publication/265001792_What_is_the_impact_of_gambling_availability_on_gambling_problems (11.3.2019.).
34. Hudson, B. A. (2008). Against all odds: A consideration of core-stigmatized organizations. *Academy of Management Review*, 33 (1), 252-266. <https://doi.org/10.5465/amr.2008.27752775>
35. Isani, S. (2007). Discourse and counter discourse in the »sin« industries: The case of gambling industry in the United States. Asp [Online], 51-52. Preuzeto s: <https://journals.openedition.org/asp/554#citedby> (16.1.2019.). <https://doi.org/10.400/asp.554>
36. Koić, E. (2009). *Povijest kockanja*. Preuzeto s: http://www.kockanje.info/povijest_kockanja.asp (11.3.2019)
37. Kranželić, V. (2018). Učinkovita prevencija kockanja mladih u školskom okruženju. U: Ricijaš, N., Kranželić, V. & Dodig Hundrić, D. (ur.), *Tko zapravo pobjeđuje? – Priručnik za provođenje programa prevencije kockanja mladih*. Edukacijsko-rehabilitacijski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 17-24.
38. Labaš, D. & Košćević, K. (2014). Etička pitanja i manipulacija u oglašavanju. *Mostariensia*, 18 (1-2), 201-230.
39. Ladouceur, R., Jacques, C., Ferland, F. & Giroux, I. (1999). Prevalence of problem gambling: A replication study 7 years later. *Canadian Journal of Psychiatry*, 44 (8), 802-814. <https://doi.org/10.1177/070674379904400807>
40. Leventis, S., Hasan, I. & Dedoulis, E. (2013). The cost of sin: The effect of social norms on audit pricing. *International Review of Financial Analysis*, 23, 152-165. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2013.03.006>
41. Lovrinčević, Ž., Mikulić, D. & Orlović, A. (2015). Ekonomski aspekti industrije poroka u Hrvatskoj. *Društvena istraživanja*, 24 (2), 175-196. <https://doi.org/10.5559/di.24.2.01>

42. Ludwig, M., Kraus, L., Muller, S., Braun, B. & Buhringer, G. (2012). Has gambling changed after major amendments of gambling regulations in Germany? A propensity score analysis. *Journal of Behavioral Addictions*, 1 (4), 151-161. <https://doi.org/10.1556/JBA.1.2012.4.2>
43. Luo, M. M., Chen, J., Ching, R. K. H. & Liu, C. (2011). An examination of the effects of virtual experiential marketing on online customer intentions and loyalty. *The Service Industries Journal*, 31 (13), 2163-2191. <https://doi.org/10.1080/02642069.2010.503885>
44. Makarovič, M., Macur, M. & Rončević, B. (2011). Policy challenges of problem gambling in Slovenia. *Ljetopis socijalnog rada*, 18 (1), 127-152.
45. Martin, I. M., Kamins, M. A., Pirouz, D. M., Davis, S. W., Haws, K. L., Mirabito, A. M., Mukherjee, S., Rapp, J. M. & Grover, A. (2013). On the road to addiction: The facilitative and preventive roles of marketing cues. *Journal of Business Research*, 66 (8), 1219-1226. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.08.015>
46. Monaghan, S., Derevensky, J. & Sklar, A. (2009). Impact of gambling advertisement in children and adolescent: Policy recommendations to minimize harm. *Journal of Gambling Issues*, 22, 252-274. <https://doi.org/10.4309/jgi.2008.22.7>
47. Moore, S. & Ohtsuka, K. (1999). The prediction of gambling behavior and problem gambling from attitudes and perceived norms. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 27 (5), 455-466. <https://doi.org/10.2224/sbp.1999.27.5.455>
48. Novak J. & Bilinski, P. (2014). *Social stigma and executive remuneration: The compensation premium in »sin« industries*. Preuzeto s: <http://ssrn.com/abstract=2470393> (11.2.2019.).
49. Nower, L. & Blaszczynski, A. (2004). A pathways approach to treating youth gamblers. In: Gupta, R. & Derevensky, J. D. (eds.), *Gambling problems in youth – theoretical and applied perspectives*. New York: Kluwer Academic/Plenum Publishers, 189-209.
50. Orford, J. (2005). Disabling the public interest: Gambling strategies and policies for Britain. *Addiction*, 100 (9), 1219-1225. <https://doi.org/10.1111/j.1360-0443.2005.01143.x>
51. Parke, A., Harris, A, Parke, J. & Rigbye, J. & Blaszczynski, A. (2014). Responsible marketing and advertising in gambling: A critical review. *The Journal of Gambling Business and Economics*, 8 (3), 21-35. <https://doi.org/10.5750/jgbe.v8i3.972>
52. Pearce, J., Mason, K., Hiscock, R. & Day, P. (2008). A national study of neighbourhood access to gambling opportunities and individual gambling behaviour. *Journal of Epidemiology & Community Health*, 62 (10), 862-868. <https://doi.org/10.1136/jech.2007.068114>
53. Planzer, S. & Wardle, H. (2011). *The comparative effectiveness of regulatory approaches and the impact of advertising on propensity for problem gambling*. Responsible Gambling Fund. Preuzeto s: <https://ssrn.com/abstract=2045052> (28.1.2019.).

54. Pravilnik o označavanju, reklamiranju i prezentiranju hrane (2008, 2011, 2013). *Narodne novine*, 41/2008., 63/2011., 79/2011., 90/2013.
55. Pravilnik o pivu (2005, 2008, 2011, 2013). *Narodne novine*, 42/2005., 57/2005., 69/2008., 142/2011., 141/2013.
56. Pravilnik o prostornim i tehničkim uvjetima za priređivanje igara na sreću u casinima, na automatima i uplatnim mjestima kladionica (2010, 2011, 2012, 2014). *Narodne novine*, 38/2010., 130/2010., 69/2011., 15/2012., 151/2014.
57. Pravilnik o oglašavanju vina s kontroliranim zemljopisnim podrijetlom i voćnih vina (2004). *Narodne novine*, 105/2004.
58. Preporuke Komisije o načelima za zaštitu potrošača i igrača internetskih igara na sreću te sprječavanje maloljetnika u igranju internetskih igara. *Službeni list Europske unije*. L 214/38. Preuzeto s: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014H0478&from=ET> (28.11.2019.).
59. Productivity Commission. (1999). *Australia's gambling industries, Report No. 10*. Canberra, Australia: AusInfo. Preuzeto s: <https://www.pc.gov.au/inquiries/completed/gambling/report/gambling1.pdf> (20.1.2019.).
60. Raylu, N. & Oei, T. P. S. (2002). Pathological gambling. A comprehensive review. *Clinical Psychology Review*, 22 (7), 1009-1070. [https://doi.org/10.1016/S0272-7358\(02\)00101-0](https://doi.org/10.1016/S0272-7358(02)00101-0)
61. Ricijaš, N., Dodig Hundrić, D., Huić, A. & Kranželić, V. (2016). Kockanje mladih u Hrvatskoj – učestalost igranja i zastupljenost problematičnog igranja. *Kriminologija i socijalna integracija*, 24 (2), 24-47. <https://doi.org/10.31299/ksi.24.2.2>
62. Ricijaš, N. & Dodig, D. (2014). Youth sports betting- the Croatian perspective. *International Centre for Youth Gambling Problems and High Risk Behaviors*. 14 (3), 1-6.
63. Ricijaš, N. (2019). *The development of psychosocial interventions for problem gamblers in Croatia – social responsibility and interagency collaboration*. The Value of Responsibility EL/WLA Seminar). Preuzeto s: <https://www.bib.irb.hr/1021732?rad=1021732> (01.10.2019.).
64. Rivera, J. P. R. & Reyes, P. O. (2012). *Assessing the economic contribution of sin industries to the philippine economic: The dilemma between the macroeconomic growth and microeconomic welfare*. Preuzeto s : http://iioa.org/conference-s/20th/papers/files/821_20120229010_IIOA2012-Rivera&Reyes-SinIndustrie-sinthePhilippines.pdf (20.1.2019.).
65. Room, R., Turner, N. E. & Ialomiteanu, A. (1999). Community effects of the opening of the Niagara casino. *Addiction*, 94 (10), 1449-1466. <https://doi.org/10.1046/j.1360-0443.1999.941014492.x>
66. Shaffer, H. J., LaBrie, R. & LaPlante, D. (2004). Laying the foundation for quantifying regional exposure to social phenomena: considering the case of legal-

- zed gambling as a public health toxin. *Psychology of Addictive Behaviors*, 18 (1), 40-48. <https://doi.org/10.1037/0893-164X.18.1.40>
67. Schneider, F. & Enste, D. H. (2013). *The shadow economy, an international survey*. Cambridge: Cambridge University Press. Preuzeto s: <http://catdir.loc.gov/catdir/samples/cam033/2002067089.pdf> (20.2.2019.).
68. Shaffer, H. J., Peller, A. J., LaPlante, D. A., Nelson, S. E. & LaBrie, R. A. (2010). Toward a paradigm shift in Internet gambling research: From opinion and self-report to actual behaviour. *Addiction Research and Theory*, 18 (3), 270-283. <https://doi.org/10.3109/16066350902777974>
69. St-Pierre, R. A. & Derevensky, J. L. (2016). Youth gambling behaviour: Novel Approaches to Prevention and Intervention. *Current Addiction Reports*, 3 (2), 157-165. <https://doi.org/10.1007/s40429-0160104-0>
70. St-Pierre, R. A., Walker, D. M., Derevensky, J. & Gupta, R. (2014). How availability and accessibility of gambling venues influence problem gambling: A review of literature. *Gaming Law Review and Economics*, 18 (2), 150-172. <https://doi.org/10.1007/s40429-016-0104-0>
71. Temcheff, C. E., St-Pierre, R. A. & Derevensky, J. (2011). Youth gambling and delinquency: Legislative and social policy implications. *Gaming Law Review and Economics*, 15 (9), 539-552. <https://doi.org/10.1089/glr.2011.15907>
72. Thomas, A., Moore, S., Kyrios, M., Bates, G., Meredyth, D. & Jessop, G. (2010). Problem gambling vulnerability: The interaction between access, individual cognitions and groups beliefs/preferences. Final Report prepared for the Victorian Government, Office of Gaming and Racing, Department of Justice. Preuzeto s: <http://www.justice.vic.gov.au/home/liquor+gambling+and+racing/research+and+statistics/report+-+problem+gambling+vulnerability+%28pdf%29> (2.2.2019.).
73. Vasiliadis, S. D., Jackson, A. C., Christensen, D. & Francis, K. (2013). Physical accessibility opportunity and its relationship to gaming involvement and problem gambling: A systematic review. *Journal of Gambling Issues*, 28, 1-46. <https://doi.org/10.4309/jgi.2013.28.2>
74. Vergne, J. P. (2012). Stigmatized categories and public disapproval of organizations: A mixed-methods study of the global arms industry, 1996-2007. *Academy of Management Journal*, 55 (5), 1027-1052. <https://doi.org/10.5465/amj.2010.0599>
75. Volberg, R. A. (2004). Fifteen years of problem gambling research: What do we know? Where do we go? *Electronic Journal of Gambling Issues*, eGambling Issue 10. <https://doi.org/10.4309/jgi.2004.10.12>
76. Walker, D. M. (2013). *Casinomics: The socioeconomic impacts of the casino industry*. New York: Springer.

77. Walker, D. M. & Barnett, A. H. (1999). The social costs of gambling: An economic perspective. *Journal of Gambling Studies*, 15 (3), 181-212. <https://doi.org/10.1023/A:1023089111024>
78. Welte, J. W., Wieczorek, W. F., Barnes, G. M., Tidwell, M. C. & Hoffman, J. H. (2004). The relationship of ecological and geographic factors to gambling behavior and pathology. *Journal of Gambling Studies*, 20 (4), 405-423. <https://doi.org/10.1007/s10899-004-4582-y>
79. Williams, R. J., Volberg, R. A., Stevens, R. M. G. (2011). *The population prevalence of problem gambling: Methodological influences, standardized rates, jurisdictional differences and worldwide trends*. Guelph, Ontario: Ontario Problem Gambling Research Centre.
80. Hrvatska lutrija (2019). *Odgovorno igranje*. Preuzeto s: <https://www.lutrija.hr/cms/odgovornoigranje> (11.2.2019.).
81. Zakon o elektroničkim medijima (2003, 2007, 2008, 2009, 2011, 2013). *Narodne novine*, 122/2003., 79/2007., 32/2008., 65/2009., 153/2009., 84/2011., 94/2013., 136/2013.
82. Zakon o hrani (2003, 2004, 2006, 2007, 2008, 2011, 2013, 2014, 2018). *Narodne novine*, 117/2003., 130/2003., 48/2004., 85/2006., 46/2007., 155/2008., 55/2011., 81/2013., 14/2014., 115/2018.
83. Zakon o igrama na sreću (1990, 1991, 1992, 1994, 1995, 1997, 1998, 1999, 2001, 2009, 2013, 2014). *Narodne novine*, 19/1990., 24/1990., 59/1990., 61/1991., 40/1992., 86/1992., 2/1994., 56/1995., 139/1997., 16/1998., 36/1998., 111/1999., 67/2001., 117/2001., 87/2009., 35/2013., 158/2013., 41/2014., 143/2014.
84. Zakon o ograničavanju uporabe duhanskih i srodnih proizvoda (2017, 2018). *Narodne novine*, 45/2017., 114/2018.

Neven Ricijaš

University of Zagreb

Faculty of Education and Rehabilitation Sciences

Toni Maglica

University of Split

Faculty of Humanities and Social Sciences

Dora Dodig Hundrić

University of Zagreb

Faculty of Education and Rehabilitation Sciences

GAMES OF CHANCE REGULATION IN CROATIA AS A SOCIAL RISK

ABSTRACT

In today's society, industries whose products or services can have an adverse effect on mental or physical health are called sin industries and include, among others, the gambling industry. It is an industry that is rapidly evolving due to the influence of social changes and technology development. Therefore, it is no surprise that the prevalence of gambling addicts is significant and increasing, especially in countries with high availability and accessibility of games of chance, such as Croatia. In this respect, the regulation of games of chance is of great importance as one of the key environmental factors contributing to the development of the problem. Given that this is a complex, challenging and insufficiently explored topic in our country, the aim of this paper is to systematically present key legal elements of availability and accessibility of games of chance, together with marketing strategies, as two components of socially responsible gambling. Authors analyse the Croatian legal framework and put it into a theoretical framework of social and psychosocial interventions, together with the results of empirical studies in this field. Based on such review, authors argue that the gambling industry in Croatia represents a significant social risk and that minimum standards of protection of vulnerable groups are not met from the public health perspective. Instead of conclusions, the authors offer guidelines and recommendations for improving the regulation as well as the implementation of socially responsible gambling principles in our country.

Key words: *games of chance, gambling, socially responsible gambling, advertising, social risk.*



Međunarodna licenca / International License:

Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0.

