

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΩΝ ΥΓΕΙΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΝΟΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ



ΘΕΜΑ: Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΑΛΚΟΟΛ ΚΑΙ Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΣΤΟΝ
ΤΡΟΠΟ ΖΩΗΣ ΤΩΝ ΣΠΟΥΔΑΣΤΩΝ ΤΟΥ Τ.Ε.Ι. ΚΡΗΤΗΣ

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΓΑΛΕΝΙΑΝΟΥ ΕΛΕΝΗ

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ: ΠΛΙΟΠΛΗ ΚΛΕΙΩ

ΡΑΣΚΟΥ ΝΕΡΑΤΖΟΥΛΑ

ΤΣΑΧΟΥΡΙΔΟΥ ΒΑΣΙΛΙΚΗ

ΗΡΑΚΛΕΙΟ 2003

Ε Ι Σ Α Γ Ω Γ Η

« Όσο λιγότερο αλκοόλ, τόσο καλύτερα », είναι το μήνυμα που πηγάζει από την κοινωνική έρευνα « Το αλκοόλ στην Ευρώπη ». Αυτό είναι το μήνυμα που στέλνουν όλες οι ευρωπαϊκές χώρες. Αυτό το μήνυμα προσπαθούν να περάσουν -κυρίως στη νεολαία- κυβερνήσεις, φορείς, οργανώσεις κυβερνητικές και μη. Φαίνεται, όμως, ότι αυτή η φράση κλειδί για τη χρήση αλκοόλ, ελάχιστα-ίσως και καθόλου- έχει απασχολήσει την ελληνική κοινωνία. (ΤΣΑΡΟΥΧΑΣ, 2000, ΣΕΛ.13) Το γεγονός αυτό αποτελεί και προσωπική μας διαπίστωση ύστερα από διαρκή και εντατική ενασχόληση με το θέμα της κατανάλωσης αλκοόλ για τη διεκπεραίωση της συγκεκριμένης πτυχιακής εργασίας.

Το θέμα μας είναι η κατανάλωση αλκοόλ και η επίδρασή του στους σπουδαστές του Τ.Ε.Ι. Κρήτης. Το ενδιαφέρον γενικότερα για τις διαστάσεις που έχει πάρει η κατανάλωση αλκοόλ στις μέρες μας αρχικά προέκυψε ύστερα από την εργαστηριακή άσκηση μιας εκ των συντακτών αυτής της εργασίας στον σύλλογο « Η Επιστροφή ». Σε συνδυασμό και με τις προσωπικές μας εμπειρίες αλλά και από τις συναναστροφές μας με την συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα της σπουδαστικής κοινότητας, οδηγηθήκαμε στην απόφαση να πραγματοποιήσουμε μια πτυχιακή εργασία που να αφορά την κατανάλωση αλκοόλ και την επίδρασή της. Σημαντικό ρόλο έπαιξε και το γεγονός ότι δεν έχει πραγματοποιηθεί στο παρελθόν ανάλογη πτυχιακή εργασία. Συνεπώς, θεωρήσαμε πολύ ενδιαφέρουσα την προοπτική διεξαγωγής σχετικής ερευνητικής εργασίας, ώστε να διαπιστώσουμε γενικότερα τις διαστάσεις που μπορεί να έχει πάρει αυτή η αθώα για τους περισσότερους συνήθεια.

Όπως όλες οι πτυχιακές εργασίες έτσι και αυτή διακρίνεται σε δύο μέρη, το θεωρητικό και το ερευνητικό. Το θεωρητικό μέρος χωρίζεται σε πέντε κεφάλαια. Το πρώτο κεφάλαιο αναφέρεται στο αλκοόλ ενώ επιπλέον πραγματοποιείται μια ιστορική αναδρομή τόσο σε γενικότερα πλαίσια όσο και στον ελλαδικό χώρο και συγκεκριμένα την Κρήτη. Ακολουθούν σχετικά υποκεφάλαια με τις διάφορες οργανικές και κοινωνικές επιδράσεις του αλκοόλ ενώ γίνεται αναφορά και στην κατάσταση που επικρατεί τόσο γενικότερα όσο και στην Ελλάδα σχετικά με την κατανάλωση αλκοόλ.

Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται εκτενέστερη αναφορά στην έννοια του ελεύθερου χρόνου της συγκεκριμένης ηλικιακής ομάδας και τον τρόπο που συνδέεται με την κατανάλωση αλκοόλ.

Το τρίτο κεφάλαιο αναφέρεται στους παράγοντες που οδηγούν τους νέους-σπουδαστές στην κατανάλωση αλκοόλ και ειδικότερα στα πρότυπα που τους επηρεάζουν όπως η οικογένεια, η ομάδα ομηλίκων, τα Μ.Μ.Ε. κ.α.

Το τέταρτο κεφάλαιο της πτυχιακής μας εργασίας αναφέρεται συγκεκριμένα στους νέους και την κατανάλωση αλκοόλ. Θεωρήσαμε ιδιαίτερος ενδιαφέρον να παραθέσουμε διάφορα ερευνητικά αποτελέσματα από μελέτες που πραγματοποιήθηκαν τόσο στον ελλαδικό χώρο όσο και αλλού.

Τέλος, στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζονται στρατηγικές από όλες τις χώρες που συμμετείχαν στην ευρωπαϊκή συγκριτική μελέτη για το αλκοόλ (1950-2000). Επιπλέον παραθέτουμε το ευρωπαϊκό σχέδιο δράσης για το αλκοόλ (2000-2005) τόσο γενικότερα όσο και συγκεκριμένα για τη νεολαία. Το συγκεκριμένο κεφάλαιο δίνει τη δυνατότητα γενικότερης ενημέρωσης για τις δράσεις που προωθεί η Ευρωπαϊκή Ένωση σχετικά με την κατανάλωση αλκοόλ.

Ακολουθεί το εμπειρικό μέρος, όπου παρατίθεται η μεθοδολογία της έρευνας, τα ερευνητικά αποτελέσματα αλλά και η καταγραφή των συμπερασμάτων μας. Μέσω της έρευνας εκμαιεύονται σημαντικά και ενδιαφέροντα συμπεράσματα για την αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου των σπουδαστών, τους παράγοντες που τους οδηγούν στην κατανάλωση αλκοόλ αλλά και τα σπουδαιότερα προβλήματα που προκύπτουν από αυτή.

Η πτυχιακή μας εργασία ολοκληρώνεται με σχετικά παραρτήματα τόσο για το θεωρητικό μέρος όσο και για το ερευνητικό. Παραθέτουμε συμπληρωματικούς πίνακες, διαγράμματα αλλά και σχετικά άρθρα που θεωρήσαμε ενδιαφέρουσα και απαραίτητα την αναφορά τους.

Τελειώνοντας την εισαγωγή θα θέλαμε να τονίσουμε ότι για μας ήταν μια πολύ ενδιαφέρουσα θεωρητική και ερευνητική εργασία, για μια συνήθεια που έχουμε συνδέσει με τις περισσότερες κοινωνικές μας δραστηριότητες και με τη διασκέδαση και που δυστυχώς η πλειοψηφία αγνοεί τις σοβαρές επιπτώσεις και επιδράσεις της.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ: ΤΟ ΑΛΚΟΟΛ

1.1. ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΑΛΚΟΟΛ

Ίσως να μην είναι ιδιαίτερος γνωστό ότι το οινόπνευμα (ή αλκοόλ) αποτελεί φυσιολογικό συστατικό του σώματος και βρίσκεται στο αίμα μας σε αναλογία μικρότερη από 1,5 χιλιοστό του γραμμαρίου ανά λίτρο. Αυτό όμως δεν σημαίνει ότι βρισκόμαστε συνεχώς υπό την επίδραση του αλκοόλ, με όλες τις συνέπειες – ευχάριστες και δυσάρεστες – που προκύπτουν από αυτή την κατάσταση. Για να συμβεί κάτι τέτοιο θα πρέπει το οινόπνευμα στο αίμα να φτάσει και να ξεπεράσει τα 800 χιλιοστά του γραμμαρίου ανά λίτρο, πράγμα που επιτυγχάνεται μόνο με την πρόσληψή του με τη μορφή του αλκοολούχου ποτού.

Το οινόπνευμα φαίνεται ότι έχει συντροφέψει τον άνθρωπο, από τους προϊστορικούς χρόνους μέχρι σήμερα, σε ολόκληρη την ιστορία του πάνω στη γη. Χρησιμοποιήθηκε σαν θρεπτική ουσία για την παροχή ενέργειας, ως ευφραντικό, ορεξιογόνο, διεγερτικό, καταπραϋντικό, ηρεμιστικό, παυσίπονο, αναισθητικό, ναρκωτικό, παραισθησιογόνο, διευκολυντικό της κοινωνικής και της αντικοινωνικής συμπεριφοράς, της εκδήλωσης του θάρρους, του θράσους, της τόλμης και της γενναιότητας, τροφή της φαντασίας, της έμπνευσης και της ευφορίας.

Είναι επίσης γνωστό ότι ενεργοποιεί και ενισχύει σε υπερβολικό βαθμό την αυτοπεποίθηση του ατόμου, με αποτέλεσμα την υπερεκτίμηση των φυσικών, των πνευματικών του και των σεξουαλικών του δυνατοτήτων.

Μολαταύτα, τόσο η χρήση όσο και ιδιαίτερα η κατάχρησή του, συνακολουθούνται από δυσάρεστες επιπτώσεις. Έτσι, το οινόπνευμα συμβάλλει ουσιαστικά στη μεγάλη αύξηση των τεσσάρων από τις δέκα κύριες αιτίες θανάτου στη σύγχρονη κοινωνία, δηλαδή την κίρρωση του ήπατος, τα τροχαία και άλλα ατυχήματα, τις αυτοκτονίες και τις ανθρωποκτονίες.

Εξάλλου, δεν είναι αμέτοχο στη γένεση ορισμένων καρκίνων, καθώς και την πρόκληση και την επιδείνωση διαταραχών και νόσων του κυκλοφορικού, του γαστρεντερικού, του νευρικού και του γεννητικού συστήματος.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι το οινόπνευμα αποτελεί μια πολυδύναμη θρεπτική ουσία, η οποία δεν προσφέρει απλά θερμίδες (7 kcal/gram), αλλά κατά κύριο λόγο επενεργεί σαν δραστική φαρμακευτική ουσία, με επιδράσεις, τόσο στο σωματικό όσο και στο πνευματικό – ψυχικό, διανοητικό επίπεδο.

Οι επιδράσεις του οινοπνεύματος στην ψυχική, πνευματική και διανοητική σφαίρα αποτελούν συνέπεια τη φυσικής επίδρασής του στο νευρικό σύστημα, και συγκεκριμένα στο φλοιό του εγκεφάλου.

Ο ακριβής μηχανισμός αυτής της επίδρασης δεν είναι γνωστός, από τα αποτελέσματα όμως συμπεραίνεται ότι, σε γενικές γραμμές, το οινόπνευμα περιορίζει και καταργεί τις αναστολές, όσον αφορά τη συμπεριφορά του ατόμου, με αποτέλεσμα οι εκδηλώσεις γενικά να καθίστανται περισσότερο αυθόρμητες και δηλωτικές των πραγματικών προθέσεων και των μύχιων επιδιώξεων του ατόμου.

Οι επιδράσεις αυτές είναι και οι σημαντικότερες, αφού εύκολα μπορεί κανένας να καταλάβει τις ασύλληπτες προεκτάσεις και επιπτώσεις τους στην προσωπική ζωή του καθενός μας, καθώς και στις διαπροσωπικές μας σχέσεις.

«Οίνος κάτοπτρον νοός» έλεγαν οι αρχαίοι μας πρόγονοι. Αφού λοιπόν η επίδραση του οινοπνεύματος είναι τόσο σημαντική στη ζωή μας, αξίζει τον κόπο να ρίξουμε μια ματιά στη φυσιολογία της πρόσληψης και του μεταβολισμού αυτής της ουσίας. Ο βαθμός της επίδρασης του οινοπνεύματος στο νευρικό μας σύστημα εξαρτάται από τη συγκέντρωσή του στα υγρά του σώματος και όχι από το ολικό ποσό που έχει προσληφθεί από το στόμα. (www.iatroclub.gr)

Η ποσότητα οινοπνεύματος που μπορεί να βλάψει τον ανθρώπινο οργανισμό διαφέρει από άτομο σε άτομο, ανάλογα με τη φυσική αντοχή του καθενός και την ύπαρξη διαφόρων επιβαρυντικών παραγόντων. Το όριο της εβδομαδιαίας επιτρεπόμενης κατανάλωσης κυμαίνεται στα 14 ποτά για τις γυναίκες και στα 21 για τους άντρες. Ο κίνδυνος για τις γυναίκες είναι μεγαλύτερος γιατί ο γυναικείος οργανισμός περιέχει σημαντικά λιγότερη ποσότητα νερού από τον αντρικό. (ΤΟΥΝΤΑΣ, Ι., 2000, ΣΕΛ.264)

1.2. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Η ιστορία του κρασιού είναι τόσο παλιά όσο και ο πολιτισμός των ανθρώπων. Η πρώτη εμφάνιση του αμπελιού, σύμφωνα με παλαιοντολόγους, έχει προϊστορία πολλών εκατομμυρίων χρόνων. Αναφέρεται ότι πριν από την εποχή των παγετώνων είχε ευδοκιμήσει σε χώρες της πολικής ζώνης όπως η Ισλανδία αλλά και γενικότερα στη Βόρεια Ευρώπη, τη βορειοδυτική Ασία, ακόμη και την Αλάσκα. Απολιθώματα τμημάτων φυτού (κουκούτσια) μαρτυρούν την παρουσία του σε πολλά διάσπαρτα σημεία του πλανήτη μας πριν από 200.000 χρόνια. (www.google.IstoriaAmpeliouy.gr) Λόγω όμως των παγετώνων περιορίστηκε η εξάπλωση της αμπέλου με αποτέλεσμα την γεωγραφική της απομόνωση κυρίως στις νοτιότερες χώρες.

Την 5^η χιλιετία π.Χ. η Αίγυπτος είναι μία από τις χώρες που δίδαξαν στον αρχαίο κόσμο την καλλιέργεια της αμπέλου. (ΤΣΑΡΟΥΧΑΣ Κ., 2000, ΣΕΛ.20) Σουμέριοι, Πέρσες,

Έλληνες, Ρωμαίοι είχαν την δυνατότητα να γνωρίσουν την οινοκαλλιέργεια και την οινοποίηση και να συνδεθούν μαζί τους ες αεί.

Οι Ρωμαίοι που έμαθαν το κρασί από τους Έλληνες, το αγάπησαν πάρα πολύ και διέπρεψαν στην παραγωγή, την καλλιέργεια αλλά και το εμπόριο του οίνου, κυριαρχώντας στην αγορά μέχρι και το τέλος της αρχαιότητας. Στα χρόνια μετά την κατάρρευση της Ρώμης η αμπελουργία βρέθηκε σε μια περίοδο οπισθοδρόμησης. Οι κληρικοί και οι μοναχοί ήταν σε πολλές περιπτώσεις αυτοί που συνετέλεσαν στη διατήρηση της οινοποιητικής παράδοσης των τώως Ρωμαϊκών κτήσεων, όπως η Γαλλία, η Ισπανία και η περιοχή του Ρήνου στη Γερμανία. (www.hungry.gr/thirsty/wine/history2.asp)

Μια ιστορική αναδρομή που αφορά το αλκοόλ δε θα μπορούσε να μην επικεντρωθεί στα μεταγενέστερα αποσταγμένα ποτά που σταδιακά έγιναν ιδιαίτερος δημοφιλής. Το φαινόμενο των ποτών που προέρχονται από απόσταξη πρωτοεισάγεται στην Ευρώπη περίπου πριν από 1000 χρόνια από την Ισπανία που ήταν υπό την κατοχή των Αράβων. Το πέρασμα από το κρασί στη βύνη είχε ήδη πραγματοποιηθεί και ξεκίνησε η παρασκευή καινούριων ποτών όπως το ουίσκι και το κονιάκ. Το 1700 οι Ολλανδοί φτιάχνουν ένα ποτό που ονομάζεται τζιν, το οποίο γνωρίζει πολύ μεγάλη εξάπλωση στα χρόνια της βιομηχανικής επανάστασης. Έφτασε μάλιστα και στο σημείο να χρησιμοποιείται και ως τροφή αφενός γιατί ήταν πολύ φτηνό και αφετέρου γιατί ήταν πλούσιο σε θρεπτικά συστατικά. (ΤΣΑΡΟΥΧΑΣ Κ., 2000, ΣΕΛ.22)

1.3. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Οι Έλληνες, που όπως όλοι γνωρίζουμε διέπρεψαν στην οινοποιία, μονοπωλώντας την μεσογειακή αγορά για αιώνες, γνώρισαν το κρασί πιθανότατα από την αρχή της εγκατάστασής τους στον σημερινό τόπο διαμονής τους, δηλαδή τουλάχιστον πριν το 1700 π.Χ. Σύμφωνα με τις περισσότερες αναφορές που έχουν διασωθεί, οι Έλληνες έμαθαν το κρασί από τους ανατολικούς λαούς (Φοίνικες και Αιγυπτίους), με τους οποίους τόσο οι Μυκηναίοι, όσο και οι προγενέστεροι – μη ελληνικής καταγωγής-Κυκλαδίτες και Μινωίτες είχαν ανεπτυγμένες εμπορικές σχέσεις.

Τέκνο του Διός και της Σεμέλης, θυγατέρας του Κάδμου, ο Διόνυσος θα παραμένει πάντοτε εκείνος που με το διθύραμβο και την δραματική τέχνη συνέβαλε καθοριστικά σε ένα από τα ωραιότερα και σημαντικότερα επιτεύγματα του πολιτισμού και της τέχνης της αρχαίας Ελλάδος, το θέατρο. Το έργο του Διονύσου δεν είναι η μέθη και ο οίνος αλλά η δημιουργία διά του οίνου φιλικής διαθέσεως και οικειότητας. Ο θεός βοηθάει τους ανθρώπους με το κρασί να χαλαρώσουν και να γίνουν προσηνεείς. (Πλουταρ. Συμπόσιον επτά σοφών 156) Ο Διόνυσος ανακάλυψε το κρασί, έδίδαξε την καλλιέργεια της αμπέλου και βοήθησε τους

ανθρώπους να καλλιεργήσουν χέρσους τόπους. Ανακάλυψε και τον ζύθο, ο οποίος παρασκευάζεται από το κριθάρι. (Διόδωρ. Σικ. 4.2)

Το όνομα του **Διονύσου** σημαίνει «ο διδούς τον οίνον» (αυτόν που προσφέρει το κρασί). “**Διδοίνυσος**” όπως τον έλεγαν στα αστεία, επειδή κάνει τους περισσότερους από όσους πίνουν “**οίεσθαι νουν έχουν**” (να νομίζουν ότι έχουν τα λογικά τους) ενώ δεν τα έχουν. Επομένως θα ήταν σωστό να τον αποκαλούμε “**οιόνους**” επειδή το κρασί γεμίζει τις σκέψεις μας με σφαλερές και απατηλές εντυπώσεις. (Πλατ. Κράτυλος) (www.addgr.com/wine/dionysus/grdion.htm) (βλ. Παράρτημα θεωρητικού μέρους, ΣΕΛ.135)

Σύμφωνα με την ελληνική μυθολογία λοιπόν, ο **Διόνυσος**, ο θεός της χαράς, της ζωής και της παρέας χάρισε το κρασί στους Έλληνες, με τρόπο που δημιουργεί σκέψεις για την παρουσία της αμπέλου στον ελλαδικό χώρο πολύ πριν την έλευση των Ελλήνων, ενώ επιπλέον το κρασί συνδέεται και με την **Κρήτη** και την Νάξο(μύθος «Διόνυσος και Αριάδνη»), ενισχύοντας την εκδοχή περί φοινικικής ή αιγυπτιακής προέλευσης. (www.hungry.gr/thirsty/wine/history1.asp) Έντονο διονυσιακό χαρακτήρα είχαν οι πολυάριθμες γιορτές και κυρίως τα αφιερωμένα στο Διόνυσο «Μικρά και Μεγάλα Διονύσια». Δε πρέπει να παραλείψουμε και τα συμπόσια που θεωρούνταν ευκαιρία για πνευματικές συζητήσεις και ανταλλαγή ιδεών και είχαν ως άξονα την εθιμοτυπικά καθορισμένη οινοποσία. Οι Έλληνες αγάπησαν το κρασί, εκτιμώντας το γεγονός ότι τους βοηθούσε αναλόγως την περίσταση όπως να ξεχνούν τα προβλήματα που τους βασάνιζαν στη ζωή, να έρχονται σε έκσταση ή να δημιουργούν ευχάριστη ατμόσφαιρα και κέφι στη συντροφιά. Το κρασί εκτιμήθηκε από άρχοντες και λαό καθώς και από φιλοσόφους όλων των ρευμάτων. Αξίζει βέβαια να υπενθυμίσουμε το γεγονός ότι οι αρχαίοι Έλληνες χρησιμοποιούσαν και στην πόση το ρητό «παν μέτρον άριστον» με αποτέλεσμα η **μέτρια χρήση** αλκοόλ να εκτιμάται κοινωνικά. Ο Πλάτων μάλιστα στην Πολιτεία προτείνει την απαγόρευση της χρήσης κρασιού ως τα 18 έτη, την μέτρια χρήση από τα 18 ως τα 30 και χωρίς περιορισμούς μετά τα 40 έτη. Επίσης προτείνει την απαγόρευση της χρήσης από πολεμιστές και σκλάβους.

Το τελετουργικό του επίσημου συμποσίου, όπου ο «συμποσιάρχης», ο προϊστάμενος της στρατιάς των «κεραστών» και «οινοχόων», επέβλεπε τόσο το νέρωμα του κρασιού όσο και την ποσότητα που θα έπινε ο κάθε συμπότης ανάλογα με την κατάστασή του, δηλώνει ότι η αποφυγή της μέθης και η διατήρηση της πολιτισμένης ατμόσφαιρας ήταν σημαντική υπόθεση. Οι πρόγονοί μας έπιναν το κρασί με διάφορους τρόπους, όμως βασικότερος κανόνας ήταν η ανάμειξη του κρασιού με νερό, σε αναλογία 1:3, δηλαδή ένα μέρος οίνου προς τρία νερού. Στη διαρκή, μακραίωνη χρήση του προϊόντος της κράσης του οίνου οφείλεται η χρήση του ονόματος **κρασί** αντί του οίνου. (ΤΣΑΡΟΥΧΑΣ Κ., 2000, ΣΕΛ.21)

Αναφερόμενοι στη νεότερη ελληνική πραγματικότητα πρέπει να επισημάνουμε ότι η ελληνική αμπελουργία υπέστη ολοκληρωτική καταστροφή κατά την επανάσταση του 1821. Όμως παράλληλα και σταδιακά με την αναγέννηση του ελληνικού γένους κατόρθωσε και η αμπελουργία να ορθοποδήσει και όχι μόνο να αποκατασταθούν αλλά και να αυξηθούν οι καλλιεργούμενες εκτάσεις. Στις επόμενες δεκαετίες η αμπελουργία και παρασκευή κρασιού αναπτύχθηκαν σε μεγάλο βαθμό, ενώ οι εκτάσεις στην ελληνική επικράτεια αυξήθηκαν. (www.hungry.gr/thirsty/wine/history2.asp)

Αλλαγές όμως και εξελίξεις δεν έχουν επηρεάσει μόνο στον τρόπο που παρασκευάζεται το αλκοόλ γενικότερα αλλά και στον τρόπο που καταναλώνεται από τους Έλληνες. Ενώ το οινόπνευμα χρησιμοποιούνταν από τους Έλληνες κυρίως την ώρα του φαγητού και στις βασικές κοινωνικές εκδηλώσεις, πλέον τις τελευταίες δεκαετίες χρησιμοποιούνται κυρίως αποσταγμένα ποτά, τα οποία καταναλώνονται με τρόπο άκριτο και άλογο. **Στην Ελλάδα σημειώνεται μία από τις μεγαλύτερες καταναλώσεις «πυκνών ποτών»(τζιν, ουίσκι, βότκα)από όλη την Ευρωπαϊκή Ένωση.** Η χώρα έρχεται πρώτη σε κατανάλωση αλκοόλ στους νέους ηλικίας 15 ετών-αγόρια και κορίτσια. (ΤΣΑΡΟΥΧΑΣ Κ., 2000, ΣΕΛ.59) Η κατανάλωση αυτή αλκοολούχων ποτών από ολοένα και πιο νεαρές ηλικίες μπορεί να αποδειχτεί καθοριστική και ιδιαιτέρως ανησυχητική τόσο για την υγεία τους, όσο και για την μελλοντική τους συμπεριφορά απέναντι στα αλκοολούχα ποτά.

1.4. ΤΟ ΚΡΑΣΙ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

Πραγματοποιώντας την ιστορική αναδρομή του αλκοόλ γενικότερα, στον ελλαδικό χώρο, πολλές φορές συναντήσαμε την Κρήτη ως τοποθεσία που συνδέεται άρρηκτα με την παραγωγή κρασιού εδώ και πολλούς αιώνες. Συγκεκριμένα το αμπέλι καλλιεργείται στο νησί συστηματικά τουλάχιστον για 4000 χρόνια. Κατά τα Μινωικά χρόνια οι Κρητικοί αγαπούσαν το κρασί σε μεγάλο βαθμό και υπηρετούσαν με πάθος το θεό του, το Διόνυσο. Σύμφωνα, μάλιστα με το μύθο ο Διόνυσος απήχθη από Ετρούσκους πειρατές στο δρόμο του για την Ιταλία. Φανέρωσε όμως, τη θεϊκή υπόσταση φυτεύοντας ένα αμπέλι που αναρριχήθηκε στο κατάρτι μετατρέποντας τους πειρατές σε δελφίνια. Η Αριάδνη, κόρη του Μίνωα, βασιλιά της Κρήτης και σύζυγος του Διόνυσου, του χάρισε δύο γιούς , τον Στάφυλο και τον Οينوπίωνα, καθώς και μία κόρη την Ευάνθη. (www.google.IstoriaAmpeliou.gr) Όλοι γνωρίζουμε ότι στην Κρήτη παράγεται η περίφημη ρακί που αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της παραδοσιακής κουλτούρας κάθε κρητικού.

Στις κεντρικές ανατολικές χώρες η ρακί είναι επίσης γνωστή με διαφορετικές ονομασίες όπως *Araka, Araki, Arikì*, οι οποίες προέρχονται προφανώς από την ίδια ρίζα. Μερικοί υποστηρίζουν ότι προέρχεται από τη λέξη Iraqi (από τα Ιράκ) επειδή πρωτοπαρασκευάστηκε σε αυτή τη χώρα και διαδόθηκε στις υπόλοιπες περιοχές. Άλλοι

αναφέρουν ότι πήρε το όνομά της από τα σταφύλια « razaki» που τα χρησιμοποιούσαν για την παραγωγή της. Και οι δύο θεωρίες είναι αποδεκτές.

Την περίοδο που η **Κρήτη** βρισκόταν υπό την τουρκική κατοχή δόθηκε το όνομα ρακί στην τοπική τσικουδιά, εφόσον υπήρχαν πολλές ομοιότητες. Στις μέρες μας και οι δύο ονομασίες χρησιμοποιούνται εξίσου.

Η περίφημη ρακί παράγεται από την απόσταξη των υπολειμμάτων των σταφυλιών και ενίοτε είναι αρωματισμένη προαιρετικά από λίγο θυμάρι. Επειδή είναι καθαρό αλκοόλ η υπερβολική του κατανάλωση θεωρείται ότι δε δημιουργεί παρενέργειες. (www.ebeh.gr/diatrofi/greek/data/wine1.htm) (βλ. Παράρτημα θεωρητικού μέρους, ΣΕΛ.135)

Για την παραγωγή της τσικουδιάς πραγματοποιούνται δύο ή τρεις διαδικασίες απόσταξης σε μπακιρένια καζάνια. Με αυτό τον τρόπο η απόσταξη προστατεύεται από τις δύσοσμες ουσίες του βρασμού, ενώ την ίδια στιγμή αναδύεται το ευαίσθητό της άρωμα.

Η όλη διαδικασία αποτελεί μία γιορτή κατά την οποία φίλοι και συγγενείς παίρνουν μέρος φέρνοντας φαγητό και δοκιμάζοντας το ποτό, όταν έχει ήδη γίνει. Κάθε βήμα της αποστακτικής διαδικασίας αποτελεί συγκεκριμένη ιεροτελεστία και η παρουσία των φίλων κρίνεται απαραίτητη. (www.sfakia-crete.com/sfakia-crete/raki.htm)

Για τους κρητικούς υπάρχει ο παραδοσιακός τρόπος ζωής που θεωρεί τον οίνο συνοδευτικό ενός γεύματος ή δείπνου σε σχετικά μεγαλύτερο βαθμό συγκριτικά με τους υπόλοιπους Έλληνες. Συνήθεια γνωστή από την αρχαιότητα, τότε που ένα κομμάτι ψωμί βουτηγμένο σε κρασί αποτελούσε το καλύτερο πρωινό για τους κρητικούς. Για την πλειοψηφία των κρητικών το κρασί αποτελούσε πάντα στοιχείο συντροφικότητας και κοινωνικής σχέσης. Έχει απολύτως συνδεθεί με την περίφημη φιλοξενία που διακρίνει τον κρητικό λαό, για αυτό και όποτε κάποιος φιλοξενούμενος βρίσκεται σε οποιοδήποτε κρητικό σπίτι, το συντομότερο του προσφέρεται από τους οικοδεσπότες ένα ποτήρι ρακί ή κρασί.

Οι σημερινές οινοβιομηχανίες της Κρήτης έχουν αξιοποιήσει τις παραδοσιακές ποικιλίες του σταφυλιού και τη συσσωρευμένη τώρα και αιώνες εμπειρία. Μάλιστα το αρχαιότερο πατητήρι, ηλικίας άνω των 3500 ετών βρίσκεται στην Κρήτη, στις Αρχάνες. Η παράδοση αυτή συμβαδίζει με τη γνώση και την τεχνολογία. (www.ebeh.gr/diatrofi/greek/data/wine1.htm)

Πριν μερικά χρόνια μάλιστα, οι αξιέπαινες πράξεις κάποιων ανθρώπων βοήθησαν στην κατοχύρωση του ούζου, του τσίπουρου, της τσικουδιάς ως αποκλειστικά Ελληνικών προϊόντων. Η Ευρωπαϊκή Ένωση προστατεύει τα ακόλουθα μοναδικά οινοπνευματώδη ποτά, θεωρώντας τα αυθεντικά μόνο όταν προέρχονται από τη χώρα που παράγονται : Cognac, Brandy de Jerez, Grappa di Barolo, Berliner Kummel, Genievre Flandres Artois, Scotch Whisky, Irish Whisky, **Τσικουδιά από την Κρήτη.** (www.sfakia-crete.com/sfakia-crete/raki.htm)

1.5. Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΑΛΚΟΟΛ ΣΤΟΝ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ

Το οινόπνευμα (αιθυλική αλκοόλη ή αιθανόλη) αν και αποτελεί το παλαιότερο και πιο διαδεδομένο νόμιμο ναρκωτικό, σε μεγάλες ποσότητες αποτελεί σοβαρό παράγοντα κινδύνου, που σχετίζεται με πολλές παθολογικές καταστάσεις σωματικές και ψυχολογικές.(ΤΟΥΝΤΑΣ Ι., 2000, ΣΕΛ.262) Το αλκοόλ είναι μία ουσία που δρά στο κεντρικό νευρικό σύστημα σαν κατασταλτικό και αναισθητικό. Δημιουργεί συναίσθημα ευεξίας και μια αίσθηση ψεύτικης απελευθέρωσης από αναστολές και ταμπού. Η αιθυλική αλκοόλη έχει την ιδιότητα να διαπερνά εύκολα τις κυτταρικές μεμβράνες και γι' αυτό μετά την κατανάλωση οινοπνευματωδών διαχέεται σε όλους τους ιστούς. Επομένως το οινόπνευμα επιδρά σχεδόν σε όλα τα όργανα του ανθρώπου. Μετά την απορρόφηση το οινόπνευμα μεταβολίζεται στο ήπαρ ή αποβάλλεται από τους πνεύμονες , με τα ούρα ή με τον ιδρώτα. Η βλαπτική επίδρασή του μπορεί να είναι οξεία (σε σχέση με τη βραχυπρόθεσμη κατανάλωση) ή χρόνια (σε σχέση με τη μακροχρόνια κατανάλωση). Πρέπει να τονιστεί ότι το οινόπνευμα μπορεί να επιδεινώσει άλλα ιατρικά προβλήματα ή να δημιουργήσει προβλήματα εξαιτίας της αλληλεπίδρασής του με διάφορα φάρμακα.

www.teiath.gr/resault/social_service/prolipsis_2.htm

Το αλκοόλ απορροφάται από το γαστρεντερικό σύστημα και η απορρόφησή του εξαρτάται από 1) την ποσότητα που καταναλώθηκε 2) την περιεκτικότητά του σε οινόπνευμα 3) τον τρόπο κατανάλωσης και 4) την παρουσία τροφών στο στομάχι και το χρόνο πέψης.

Τα προβλήματα που συνδέονται με την κατανάλωση του αλκοόλ συγκαταλέγονται παγκοσμίως μεταξύ των σημαντικότερων προβλημάτων δημόσιας υγείας, που παρουσιάζουν σημαντικούς κινδύνους για την υγεία, ευημερία και τη ζωή του ανθρώπου (Ψήφισμα 32.40 της Παγκόσμιας Συνέλευσης για την Υγεία, το 1983). Η κατανάλωση του αλκοόλ επηρεάζει τον ανθρώπινο οργανισμό καταλυτικά σε πάρα πολλά οργανικά σημεία, όμως υπάρχουν κάποια βασικά, όπως το συκώτι, που επηρεάζονται περισσότερο και σε συντομότερο χρονικό διάστημα από τα υπόλοιπα.

Οι τρεις βασικότερες αιτίες θανάτου που σχετίζονται με τα οινοπνευματώδη ποτά είναι τα κακοήθη νεοπλάσματα τα εγκεφαλικά επεισόδια και η κίρρωση του ήπατος.

Από τα νοσήματα που σχετίζονται με την υπέρμετρη κατανάλωση αλκοόλ πιο συχνά εμφανίζονται η αλκοολική γαστρίτιδα, το πεπτικό έλκος και η κίρρωση του ήπατος. Ιδιαίτερη βαρύτητα αποδίδεται στην αύξηση των καρδιαγγειακών νοσημάτων των κακοήθων νεοπλασιών και των ψυχιατρικών διαταραχών.

1.6. ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΑΛΚΟΟΛ

ΑΤΥΧΗΜΑΤΑ

Σε ένα κεφάλαιο που περιλαμβάνει τις επιπτώσεις του αλκοόλ στον ανθρώπινο οργανισμό δε θα μπορούσαμε να παραλείψουμε τα ατυχήματα που οφείλονται στην υπερβολική κατανάλωση αλκοόλ. Και με τη λέξη **ατυχήματα** δεν εννοούμε αποκλειστικά και μόνο τα τροχαία αλλά και πολλά άλλα π.χ. εργατικά, οικιακά, που συμβαίνουν σχεδόν καθημερινά.

Όσον αφορά τα τροχαία ατυχήματα, έχει γίνει πλέον σύνηθες φαινόμενο, κατά τη διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών και των περιόδων γενικότερα που πραγματοποιούνται οι λεγόμενοι **μεγάλοι έξοδοι** των Ελλήνων να ενημερωνόμαστε ή και να γινόμαστε μάρτυρες τροχαίων ατυχημάτων, η πλειοψηφία των οποίων οφείλεται στην υπερβολική κατανάλωση αλκοόλ. Μάλιστα όχι μόνο στον ελλαδικό χώρο αλλά στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης το 1990, **560.000 άτομα τραυματίστηκαν και 17.000 έχασαν την ζωή τους** σε τροχαία ατυχήματα λόγω κατανάλωσης οινοπνεύματος. Το οινόπνευμα, μαζί με την κόπωση και το σκοτάδι, είναι η αιτία των αυξημένων τροχαίων ατυχημάτων κατά τις νυκτερινές ώρες καθώς και τα Σαββατοκύριακα, στη διάρκεια των οποίων παρατηρείται υπερβολική κατανάλωση οινοπνεύματος. Επίσης, για τους πεζούς που πίνουν ο κίνδυνος να πέσουν θύματα τροχαίων ατυχημάτων αυξάνεται.

Στην Ελλάδα έχει εκτιμηθεί ότι τα σχετικά ποσοστά είναι ακόμα πιο υψηλά. Σε έρευνα που έγινε στην Κρήτη διαπιστώθηκε ότι το 60% των θανατηφόρων τροχαίων ατυχημάτων οφειλόταν στο οινόπνευμα και ότι το 7% οδηγεί με μεγαλύτερη του επιτρεπτού συγκέντρωση του οινοπνεύματος στο αίμα. (ΤΟΥΝΤΑΣ Ι., 2000, ΣΕΛ272)

Στην Ελλάδα όμως το αλκοόλ έχει συνδεθεί και με ένα άλλο είδος ατυχημάτων και συγκεκριμένα τα θαλάσσια, καθώς πολλά καταγράφονται τους καλοκαιρινούς μήνες κάθε έτους. Πλέον αρκετά συχνά ενημερωνόμαστε για τραυματισμούς λουομένων από τους πλοηγούς ταχυπλόων και jet-ski, οι οποίοι βρίσκονται υπό την επήρεια αλκοόλ. Μόνο το 1998, σύμφωνα με στοιχεία του υπουργείου Εμπορικής Ναυτιλίας, 5 άνθρωποι που κολυμπούσαν κοντά στις ακτές τραυματίστηκαν θανάσιμα από τέτοια σκάφη. Ενώ το 1999(ως τις 11-06-99)δύο άτομα είχαν χάσει τη ζωή τους και 9 είχαν τραυματιστεί σε 5 θαλάσσια δυστυχήματα.(ΤΣΑΡΟΥΧΑΣ.2000.ΣΕΛ.126-127) Τα παραπάνω σαφώς ανησυχητικά στοιχεία φαίνεται ότι προφανώς έχουν ανησυχήσει τους αρμόδιους σε μεγάλο βαθμό και για αυτό το λόγο όχι μόνο έχουν αυξηθεί οι έλεγχοι σε παραθαλάσσιες περιοχές αλλά και πρόσφατα ανακοινώθηκε η πραγματοποίηση αλκοτέστ και στους οδηγούς ταχυπλόων.

ΑΛΚΟΟΛ ΚΑΙ ΤΡΟΧΑΙΑ ΔΥΣΤΥΧΗΜΑΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Τα τροχαία δυστυχήματα στην Ελλάδα αποτελούν την τρίτη βασική αιτία θανάτου για το γενικό πληθυσμό μετά τις καρδιαγγειακές παθήσεις και τις νεοπλασματικές ασθένειες. Κατά τη διάρκεια του 1995, 22.800 τροχαία δυστυχήματα έλαβαν χώρα στην Ελλάδα. Οι νέοι οδηγοί έχουν τα μεγαλύτερα ποσοστά σε σύγκριση με οποιαδήποτε άλλη ηλικιακή ομάδα.

Σε σχέση με διάφορες άλλες ευρωπαϊκές χώρες η Ελλάδα φαίνεται να έχει το μεγαλύτερο ποσοστό στα τροχαία δυστυχήματα. Σε αντίθεση με χώρες όπως η Σουηδία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Ολλανδία, η Ελλάδα ανήκει σε μια ομάδα χωρών που έχουν υψηλά ποσοστά τροχαίων δυστυχημάτων όπως η Ισπανία, το Βέλγιο, το Λουξεμβούργο και η Πορτογαλία (Research Committee of the Greek Parliament, 1996). Το συμπέρασμα ότι οι νέοι οδηγοί έχουν υψηλά ποσοστά εμπλοκής σε τροχαία δυστυχήματα είναι ένα από τα πιο αποδεκτά ευρήματα αυτής της έρευνας που επιπλέον έχει δείξει ότι ο ανθρώπινος παράγοντας ευθύνεται για την πλειοψηφία των τροχαίων δυστυχημάτων (e.g. Lewin, 1982; Evans, 1991; Berg, 1994). (Chliaoutakis *et al.*, 1999, ΣΕΛ. 1)

Οι Gregersen και Berg (1994) αναφέρθηκαν σε τέσσερις διαφορετικές ομάδες παραγόντων που συμβάλλουν στα υψηλά ποσοστά εμπλοκής σε τροχαία δυστυχήματα των νέων οδηγών που είναι οι εξής: α) το επίπεδο των πραγματικών γνώσεων και ικανοτήτων τους, β) οι προσωπικές τους εμπειρίες, γ) η προσωπική ανάπτυξη και ωριμότητα και δ) η κοινωνική κατάσταση και ο τρόπος ζωής. Αν και ο τρόπος ζωής φαίνεται να έχει κάποια σχέση με την οδήγηση και με την επίδοση του οδηγού και συχνά να επηρεάζει τον κίνδυνο εμπλοκής σε τροχαία δυστυχήματα, κάτι τέτοιο δεν έχει ερευνηθεί εκτενέστερα και σε βάθος. Το κύριο αντικείμενο της έρευνας ήταν να βρεθεί κατά πόσο υπάρχει συσχέτιση μεταξύ του αυξανόμενου κινδύνου των οδηγών που τρέχουν και του τρόπου ζωής τους, της σκέψης τους και των ενεργειών τους σε κοινωνικό επίπεδο. (Chliaoutakis *et al.*, 1999, ΣΕΛ. 2)

Όσον αφορά τον τρόπο ζωής και το αλκοόλ αποδείχτηκε ότι οι νέοι οδηγοί, που ο τρόπος ζωής τους ήταν άμεσα συνδεδεμένος με την κατανάλωση αλκοόλ, έτειναν να διατρέχουν υψηλότερο κίνδυνο εμπλοκής σε τροχαία δυστυχήματα. Τα αποτελέσματα αυτά είναι παρόμοια με αυτά προηγούμενων ερευνών που πραγματοποιήθηκαν στη Γερμανία (Schulze, 1990) και στη Σουηδία (Gregersen and Berg, 1994).

ΒΙΑ ΚΑΙ ΕΓΚΛΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Μία επιπλέον συνέπεια της κατανάλωσης αυξημένων ποσοτήτων αλκοόλ είναι και η βίαιη συμπεριφορά, εκείνη δηλαδή που πραγματοποιείται όταν το άτομο χάνει τον αυτοέλεγχό του. Τέτοιου είδους συμπεριφορά παρατηρείται σε άτομα υπό την επήρεια

αλκοόλ και συνήθως προσανατολίζεται προς τον οικογενειακό κυρίως και λιγότερο τον κοινωνικό περίγυρο. Κάτι τέτοιο συμβαίνει επειδή η κατανάλωση αλκοόλ προκαλεί διεγερτικότητα, η οποία μεταφράζεται στις περισσότερες περιπτώσεις σε επιθετικότητα και χειροδικία. Υποστηρίζεται ότι το αλκοόλ αποδεσμεύει τον άνθρωπο από ορισμένες αναστολές του, με αποτέλεσμα να προβαίνει σε εγκληματικές ενέργειες, πολλές από τις οποίες την επόμενη μέρα δε θυμάται καν.

Οι εγκληματολογικές στατιστικές μελέτες δείχνουν ότι τουλάχιστον στο 80% των βίαιων εγκλημάτων εμπλέκεται κατά κάποιο τρόπο το αλκοόλ. Επομένως η μέθη αποτελεί σημαντικό παράγοντα από αυτή την πλευρά. (ΤΣΑΡΟΥΧΑΣ Κ., 2000, ΣΕΛ.129) Έχει επίσης αναφερθεί ότι μεγάλο ποσοστό των βιασμών που έχουν κατά καιρούς καταγραφεί ανά τον κόσμο και έχουν κατ' επέκταση καταδικαστεί, αφορούσαν εγκλήματα υπό την επήρεια αλκοόλ κατά την διάρκεια της πράξης. Γενικότερα αυτό που αποτελεί σίγουρο και αυταπόδεικτο γεγονός είναι ότι με την ανεξέλεγκτη κατανάλωση αλκοόλ πιθανότατα κάποιο άτομο να οδηγηθεί σε πράξεις, τις οποίες δε θα διέπραττε σε περίπτωση που δεν ήταν μεθυσμένο.

Παρακάτω ακολουθεί ένας συγκεντρωτικός πίνακας που παρουσιάζει τα ποσοστά αρνητικών επιπτώσεων που προκαλεί η υπερβολική κατανάλωση αλκοόλ όπως θανάτους από κίρρωση του ήπατος, θανάτους από αλκοολική ψύχωση, τροχαία ατυχήματα, ενώ παράλληλα παρατίθενται και ενδιαφέρουσες, συμπληρωματικές πληροφορίες για την εκάστοτε ευρωπαϊκή χώρα. Συγκεκριμένα για την Ελλάδα δεν εμπεριέχονται στοιχεία που αφορούν τα τροχαία ατυχήματα που αποδίδονται στο αλκοόλ, παρόλο που στη χώρα μας έχουν πάρει ανησυχητικές διαστάσεις.

Χώρα	Θάνατοι από κίρρωση ανά 100.000 άτομα	Θάνατοι από αλκοολική ψύχωση ανά 100.000 άτομα	Άλλες πληροφορίες	Τροχαία ατυχήματα ανά 100.000 άτομα
Αυστρία	25.9	24.2		38.9
Βέλγιο	11.84		Το ποσοστό των ποινικών αδικημάτων που σχετίζονται με μέθη είναι 14%	10.9
Βουλγαρία		12.9	30%τροχαίων σχετίζεται με το αλκοόλ	
Κροατία	21	24.4		
Δημοκρατία Τσεχίας	16.75	16(άντρες) 3.3(γυναίκες)		
Δανία	13.5	11.8		29.7
Εσθονία	1.6	29	43% μεθυσμένοι εγκληματίες	39.3
Φιλανδία	9.9	79.3	Πρόσφατη μείωση εγκλημάτων που σχετίζονται με το αλκοόλ	23.9
Γαλλία	15.8			
Γερμανία	21.5			50.7
<i>Ελλάδα</i>	<i>8.2</i>	<i>13.3</i>		
Ουγγαρία	78.9	0.5	Πρόσφατη μείωση εγκλημάτων που Σχετίζονται με το αλκοόλ	
Ισλανδία	0.3	8.8		20.3
Ιρλανδία	3.1	12.9		
Ιταλία	22	2.5		0.4
Λετονία	22.5	66	20%των τροχαίων με δίκυκλα και το 53%των εγκλημάτων σχετίζονται με το αλκοόλ	
Λιθουανία		20.5		
Λουξεμβούργο	15			45.9
Μάλτα	7.9			1.8
Ολλανδία	5.1	2.8	8.4%τροχαίων αποδίδονται στο αλκοόλ	16.2

Χώρα	Θάνατοι από κίρρωση ανά 100.000 άτομα	Θάνατοι από αλκοολική ψύχωση ανά 100.000 άτομα	Άλλες πληροφορίες	Τροχαία ατυχήματα ανά 100.000 άτομα
Νορβηγία	4.5	10.2		
Πολωνία	12.6	27.4		27.7
Πορτογαλία	22.7			23.7
Ρουμανία	44.7	47.7		2.3
Ρωσία	18.6	83.3	71% των φόνων διαπράττονται σε κατάσταση μέθης	31.6
Σλοβακία	37.5	35.4		30.2
Σλοβενία	36.1	49.7		50
Ισπανία	18.7			10.6
Σουηδία	6.4	20.6		12
Ελβετία	8.3			34.2
Ουκρανία	16.1	16		13.1
Ηνωμένο Βασίλειο	7.3			21.9

(www.alcoholconcernfactsheets.com)

Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει συνοπτικά τις επιβλαβείς επιπτώσεις που μπορεί να επιφέρει η υπέρμετρη κατανάλωση αλκοόλ στο άτομο σε σωματικό, ψυχικό και κοινωνικό επίπεδο.

ΣΩΜΑΤΙΚΕΣ	ΨΥΧΙΚΕΣ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ
Α. Διαταραχή του ήπατος (κίρρωση)	Α. Διαταραχή της μνήμης	Α. Μείωση παραγωγής στο χώρο εργασίας
Β. Διαταραχή του στοματικού βλεννογόνου (γαστρίτιδα , έλκος)	Β. Επιβράδυνση ψυχικών λειτουργιών	Β. Εργατικά ατυχήματα
Γ. Διαταραχή του παγκρέατος (παγκρεατίτιδα, μυοκαρδιοπάθεια)	Γ. Μείωση της κριτικής σκέψης	Γ. Απόπειρες αυτοκτονιών και γενικά αυτοκαταστροφικών τάσεων
Δ. Διαταραχή εγκεφαλικών λειτουργιών, παράφορη ζήλια, παρανοϊκή κατάσταση κλπ.	Δ. Μείωση των ενδιαφερόντων για τη ζωή	Δ. Στροφή στην εγκληματικότητα και την παρανομία
Ε. Διαταραχή του νευρικού καρδιακού μυός (έμφραγμα, μυοκαρδιοπάθεια)	Ε. Μείωση των ενδιαφερόντων για τη ζωή	Ε. Αυτοκινητιστικά Ατυχήματα
ΣΤ. Διαταραχή στην ανάπτυξη του εμβρύου(αλκοολική καρδιοπάθεια)	ΣΤ. Ψυχικές παθήσεις όπως ψυχωτικό παραλήρημα , παράφορη ζήλια, παρανοϊκή κατάσταση , κλπ.	ΣΤ. Επιθετική σεξουαλική συμπεριφορά
Ζ. Επιδείνωση διαφόρων άλλων νόσων		
Η. Σωματικό σύνδρομο στέρησης		

(www.teiath.gr/rerwalt/social_service/prolipsi_2.htm)

Ο παρακάτω πίνακας εξηγεί με βάση τη συγκέντρωση αλκοόλ στο αίμα (BAC mg/l) τις επιπτώσεις στον οργανισμό του ατόμου.

BAC	Επιπτώσεις
0,1-0,5	<ul style="list-style-type: none">▪ Τα νεύρα γίνονται πιο ευερέθιστα, και αυξάνουν οι καρδιακοί παλμοί▪ Βράδυνση σε διάφορες λειτουργίες του εγκεφάλου▪ Μείωση της ικανότητας αντίληψης και κρίσης▪ Αίσθηση χαλάρωσης και ευτυχίας
0,6-1,0	<ul style="list-style-type: none">▪ Ψυχολογική νάρκωση όλων των συστημάτων του οργανισμού▪ Μείωση της δύναμης των μυών, καθυστέρηση αντίδρασης▪ Ανυπομονησία▪ Άγχος και κατάθλιψη
1,0-1,5	<ul style="list-style-type: none">▪ Δραματική μείωση του χρόνου αντίδρασης▪ Αστάθεια στην κίνηση▪ Δυσκολία στην ομιλία▪ Έμετος
1,6-2,9	<ul style="list-style-type: none">▪ Σοβαρή καταστροφή αισθητηρίων οργάνων
3,0-3,9	<ul style="list-style-type: none">▪ Λιποθυμία▪ Αναισθησία (σε βαθμό χειρουργικής επέμβασης)▪ Θάνατος
4,0 +	<ul style="list-style-type: none">▪ Παύση αναπνοής▪ Θάνατος

www.hit.certh.gr/greek/bob/bob.htm

(βλ. Παράρτημα θεωρητικού μέρους, ΣΕΛ.136-137)

1.7. Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΑΛΚΟΟΛ ΣΗΜΕΡΑ

Λεπτομέρειες για την κατάσταση που επικρατεί σήμερα παγκοσμίως όσον αφορά την κατανάλωση αλκοόλ μας δίνει ένα άρθρο του περιοδικού **THE GLOBE**, (www.who.int/whosis/menu.cfm?) το οποίο ασχολείται αποκλειστικά με τον αλκοολισμό και υπάγεται στον Ευρωπαϊκό οργανισμό που ονομάζεται **EUROCARE**.

Η κατανάλωση αλκοόλ παγκοσμίως έχει αυξηθεί τις τελευταίες δεκαετίες, με το μεγαλύτερο μέρος ή και το σύνολο αυτής της αύξησης να λαμβάνει χώρα στις αναπτυγμένες χώρες, σύμφωνα με την **Παγκόσμια Αναφορά Υγείας 2002**, που πρόσφατα δημοσιεύτηκε από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας.

Παγκοσμίως, το αλκοόλ προκαλεί 3.2% (1.8 εκατομμύρια) των θανάτων και 4.0% (58.3 εκατομμύρια) των D.A.L.Y. (Disability Adjusted Life Year). Από αυτό το παγκόσμιο φορτίο το 24% λαμβάνει χώρα σε περιοχές του δυτικού Ειρηνικού, **το 16% στην Κεντρική Ευρώπη** και 16% στην Αμερική. Η αναλογία αυτή είναι πολύ υψηλότερη στους άντρες από ότι στις γυναίκες. Σε σχέση με τις αναφερθείσες περιοχές η αναλογία των σοβαρών ασθενειών που αποδίδονται στο αλκοόλ είναι μεγαλύτερη στην Αμερική και την Ευρώπη, όπου ποικίλει από 8% ως 18% για τον αντρικό πληθυσμό και από 2% ως 4% για το γυναικείο. Εκτός από τις σημαντικές επιδράσεις της μέθης και της εξάρτησης που έχουν ως αποτέλεσμα σοβαρές διαταραχές, το αλκοόλ έχει υπολογιστεί ότι προκαλεί 20-30% παγκοσμίως από τα παρακάτω: καρκίνο του οισοφάγου, κίρρωση του ήπατος, ανθρωποκτονίες, επιληψία, και δυστυχήματα με δίκυκλα. **Όσον αφορά τον αντρικό πληθυσμό στην Κεντρική Ευρώπη, 50-75% των πνιγμών, του καρκίνου του οισοφάγου, της επιληψίας, των ακούσιων τραυματισμών, των ανθρωποκτονιών, των δυστυχημάτων με δίκυκλα και της κίρρωσης του ήπατος αποδίδονται στο αλκοόλ.**

Με διάφορους τρόπους, αυτή η αναφορά παρουσιάζει ότι ο κόσμος βρίσκεται σε επικινδυνότητα είτε επειδή έχει λίγες επιλογές, είτε επειδή κάνει λάθος επιλογές σε υποθέσεις κατανάλωσης και άλλες δραστηριότητες αυτής.

Η αναφορά συνεχίζει για να τονίσει ότι: «Στο μεταξύ, το αλκοόλ και το κάπνισμα προωθούνται με αυξημένους ρυθμούς σε χώρες με χαμηλό και μεσαίο εισόδημα.. Σήμερα περισσότεροι άνθρωποι από ποτέ άλλοτε εκτίθενται σε τέτοια προϊόντα και πρότυπα, εισαγόμενα ή υιοθετημένα από άλλες χώρες, οι οποίες θέτουν σε σοβαρό μακροπρόθεσμο κίνδυνο την υγεία τους ». Το τμήμα της αναφοράς που αναφέρεται συγκεκριμένα στη χρήση αλκοόλ, αναφέρει:

Το αλκοόλ καταναλώνεται από ανθρώπινους πολιτισμούς από χιλιετίες, όμως οι σημαντικές και ποικίλες δυσμενείς επιδράσεις για την υγεία, και επίσης κάποια πλεονεκτήματα, έχουν αναλυθεί πρόσφατα. Η κατανάλωση αλκοόλ έχει επιπτώσεις στην

υγεία αλλά και κοινωνικές μέσω της μέθης, ανεξάρτητα από τη συνηθισμένη, την παθολογική, τη μακροχρόνια κατάχρηση αλκοόλ και άλλες βιοχημικές επιδράσεις.

Η μέθη αποτελεί έναν ισχυρό μεσολαβητή για έντονες καταστάσεις όπως αυτοκινητιστικά ατυχήματα ή οικογενειακή βία και επίσης μπορεί να προκαλέσει κοινωνικά προβλήματα και χρόνια προβλήματα υγείας. Η αλκοολική εξάρτηση αποτελεί από μόνη της μία διαταραχή. Υπάρχουν στοιχεία που αναφέρουν ότι τα πρότυπα της κατανάλωσης αλκοόλ σχετίζονται με την υγεία όσον αφορά την ποσότητα του αλκοόλ που καταναλώνεται και κατά πόσο η κατάσταση της υπερβολικής κατανάλωσης για μικρό χρονικό διάστημα (binge drinking), έχει επικίνδυνα επεκταθεί.

Ο μέσος όρος της ποσότητας της κατανάλωσης αλκοόλ αλλά και τα πρότυπα αυτής διαφέρουν δραματικά μεταξύ περιοχών. Το ποσοστό της ποσότητας κατανάλωσης αλκοόλ είναι πιο υψηλό στην Ευρώπη και την Βόρεια Αμερική, ενώ χαμηλότερο στην ανατολική Μεσόγειο. Τα πρότυπα είναι περισσότερο επιβλαβή στην κεντρική Ευρώπη, στην Αμερική και στην ανατολική Αφρική, ενώ λιγότερο επιβλαβή στη δυτική Ευρώπη και στα περισσότερα οικονομικά επίσημα μέρη της δυτικής περιοχής του Ειρηνικού ωκεανού.

Συνολικά, υπάρχουν αιτιολογικές σχέσεις μεταξύ του ποσοστού της ποσότητας του αλκοόλ που καταναλώνεται και περισσότερους από 60 τύπους ασθενειών και τραυματισμών. Οι περισσότερες από αυτές τις συσχετίσεις είναι επιβλαβείς, όμως υπάρχει και ωφέλιμη συσχέτιση του αλκοόλ με την στεφανιαία νόσο, το εγκεφαλικό και το σακχαρώδη διαβήτη. Για παράδειγμα έχει υπολογιστεί ότι το ισχαιμικό εγκεφαλικό θα μπορούσε να είναι περίπου 17% υψηλότερο σε περιοχές που κανένας δε θα κατανάλωνε αλκοόλ.

Η συγκεκριμένη αναφορά εν μέρει ενδιαφέρεται για την αύξηση της κατανάλωσης αλκοόλ στις φτωχότερες, αναπτυσσόμενες χώρες : « Όλοι αυτοί οι επικίνδυνοι παράγοντες – αρτηριακή πίεση, χοληστερίνη, κάπνισμα, αλκοόλ και παχυσαρκία – και οι ασθένειες που συνδέονται με αυτούς είναι εν γνώσει των εύπορων κοινωνιών. Η πραγματική δραματική κατάσταση είναι ότι επίσης αυξάνονται σε αναπτυσσόμενες χώρες με μικρή θνησιμότητα, όπου δημιουργείται διπλό πρόβλημα στην κορυφή των μολυσματικών ασθενειών που ταλαιπωρούν τις φτωχότερες χώρες. Όμως οι παράγοντες αυτοί αρχίζουν να διαδίδονται και σε αναπτυσσόμενες χώρες με υψηλή θνησιμότητα.

Στον παρακάτω πίνακα μπορούμε να παρατηρήσουμε τα λίτρα καθαρού αλκοόλ που καταναλώθηκαν ανά άτομο στην Ευρώπη μεταξύ 1988 και 1998 και την απόλυτη μετατροπή σε λίτρα. Συγκεκριμένα, παρατηρούμε ότι η **Ελλάδα** σε γενικές γραμμές παρουσιάζει σχετικά υψηλά ποσοστά σε σύγκριση με άλλες χώρες. Τα παρακάτω στοιχεία ανήκουν στα World Drink Trends 1999 and Health for All database, WHO Regional Office for Europe.

ΧΩΡΑ	ΕΠΙΠΕΔΟ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ 1988	ΕΠΙΠΕΔΟ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ 1998	ΔΙΑΦΟΡΑ ΣΕ ΛΙΤΡΑ ΑΝΑ ΑΤΟΜΟ 88-98
ΙΡΛΑΝΔΙΑ	6.9	10.8	3.9
ΡΩΣΙΑ	4.4	7.9	3.5
ΛΕΤΟΝΙΑ	4.9	7.1	2.2
ΤΣΕΧΙΑ	8.1	10.2	2.1
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	7.9	9.5	1.6
ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	12	13.3	1.3
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	9.9	11.2	1.3
ΕΛΛΑΔΑ	8.3	9.1	0.8
ΣΛΟΒΕΝΙΑ	10.9	11.7	0.8
ΤΟΥΡΚΙΑ	0.4	1.1	0.7
ΙΣΛΑΝΔΙΑ	4.1	4.3	0.2
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	4.2	4.3	0.1
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	10.6	10.6	0
ΑΓΓΛΙΑ	7.6	7.5	-0,1
ΔΑΝΙΑ	9.7	9.5	-0,2
ΦΙΛΑΝΔΙΑ	7.3	7.1	-0,2
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	8.3	8.1	-0,2
ΣΟΥΗΔΙΑ	5.5	4.9	-0,6
ΑΥΣΤΡΙΑ	10.1	9.2	-0,9
ΠΟΛΩΝΙΑ	7.1	6.2	-0,9
ΟΥΓΓΑΡΙΑ	10.4	9.4	-1
ΙΣΠΑΝΙΑ	11.1	10.1	-1
ΒΕΛΓΙΟ	10	8.9	-1,1
ΣΛΟΒΑΚΙΑ	9.5	8.3	-1,2
ΙΤΑΛΙΑ	9.4	7.7	-1,7
ΓΑΛΛΙΑ	12.6	10.8	-1,8
ΕΛΒΕΤΙΑ	11	9.2	-1,8
ΟΥΚΡΑΝΙΑ	3.2	1.2	-1,8
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	9.1	6.8	-2,3
ΕΣΘΟΝΙΑ	6.1	2.4	-3,7

(www.consumptionstatistics.com)

1.8. ΤΟ ΑΛΚΟΟΛ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΣΗΜΕΡΑ

Στο συγκεκριμένο υποκεφάλαιο παρουσιάζονται ενδιαφέροντα ερευνητικά στοιχεία σχετικά με την κατανάλωση αλκοόλ στον ελλαδικό χώρο, τα προβλήματα που σχετίζονται με αυτό καθώς και ένα σχετικό άρθρο που έχει δημοσιευτεί το προηγούμενο έτος από την εφημερίδα “ΤΟ ΒΗΜΑ”.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται η κατανάλωση αλκοόλ στην Ελλάδα σύμφωνα με το World Drink Trends 1997.

	1975	1990	1995	1996
ΚΡΑΣΙ (λίτρο/άτομο)	38.0	32.8	34.5	34
ΜΠΥΡΑ (λίτρο/άτομο)	14.8	39.8	42.2	39
ΟΙΝΟΠΝΕΥ/ΔΗ ΠΟΤΑ	-	2.7	2.7	2.7
ΣΥΝΟΛΟ	5.3	8.6	9.0	8.7

Όσον αφορά την κατανάλωση αλκοόλ, μη καταγεγραμμένη κατανάλωση είχε περίπου υπολογιστεί στα 1.8 λίτρα κατά άτομο το 1990, φέρνοντας έτσι τη συνολική κατανάλωση ενηλίκων για εκείνη τη χρονιά στα περίπου 12.5 λίτρα καθαρού αλκοόλ κατά άτομο.

Το 1984 πανεθνική έρευνα γενικού πληθυσμού συνολικά 4292 ατόμων ηλικίας από 12 ως 64 ετών έδειξε την επικράτηση της χρήσης αλκοόλ σε βαθμό από 91% σε 97% στους άντρες. Το μεγαλύτερο ποσοστό στους άντρες ήταν της τάξεως του 97.6% μεταξύ 25 και 64 ετών. Αυτοί που καταναλώνουν συστηματικά αλκοόλ, δηλαδή όσοι έχουν πει παραπάνω από 10 φορές τις τελευταίες 30 μέρες, αποτελούν στην έρευνα το **15%** και το **8.4%** των αγοριών και κοριτσιών ηλικίας μεταξύ **12 και 17** ετών αντιστοίχως, το **42.2%** και το **16.8%** των αντρών και γυναικών αντιστοίχως ηλικίας μεταξύ **18 και 24 ετών** και το 53.7% και το 18.5% των αντρών και γυναικών αντιστοίχως ηλικίας μεταξύ 25 και 64 ετών.

Αποτελέσματα έρευνας το 1993-1994 δείχνουν ότι το **83.1%** των αγοριών έχουν δοκιμάσει αλκοόλ στην ηλικία των 15 ετών, το **8.3%** μεθά από αλκοολούχο ποτό εβδομαδιαίως και το **46.3%** έχει μεθύσει τουλάχιστον δύο φορές. Όσον αφορά τα κορίτσια το **87.1%** έχει δοκιμάσει αλκοόλ στην ηλικία των 15, το 7.5% έχει μεθύσει από αλκοολούχο ποτό εβδομαδιαίως ενώ το **46.6%** έχει μεθύσει τουλάχιστον δύο φορές.

ΘΝΗΣΙΜΟΤΗΤΑ, ΝΟΣΗΡΟΤΗΤΑ, ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΑΛΚΟΟΛ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Αλκοολική εξάρτηση και σχετικές διαταραχές: Το ποσοστό της αλκοολικής ψύχωσης μειώθηκε από 20.1% σε 13.3% μεταξύ 1980 και 1991.

Θνησιμότητα: Το ποσοστό σχετικά με χρόνια ασθένεια του ήπατος μειώθηκε από 10.6% σε 8.2% μεταξύ 1980 και 1993.

Νοσηρότητα: Πανελλήνια έρευνα το 1984 έδειξε διάφορα προβλήματα σχετιζόμενα με το αλκοόλ σε 12.9% των αντρών ηλικίας μεταξύ 18-64 ετών και 2.1% των γυναικών. Παρόμοια έρευνα που πραγματοποιήθηκε 3 χρόνια αργότερα, παρουσίασε τα συγκεκριμένα ποσοστά ως 2.7% και 0.4% αντιστοίχως.

Κοινωνικά προβλήματα: Το 1984 πανελλαδική έρευνα γενικού πληθυσμού σχετικά

με το αλκοόλ σε 4292 άτομα ηλικίας 12-64 ετών έδειξε ότι το 14% των ατόμων μεταξύ 18 και 24 ετών είχαν την εμπειρία δύο ή περισσότερων ψυχο-κοινωνικών προβλημάτων σχετιζόμενα με αλκοόλ. Σε διπλάσιο ποσοστό από τους άντρες οι γυναίκες μεταξύ 12 και 17 ετών είχαν την εμπειρία δύο ή περισσότερων παρόμοιων προβλημάτων (10.7% και 5.1% αντίστοιχα). Στα άτομα μεταξύ 18 και 24 ετών η διαφορά τετραπλασιάζεται και διαμορφώνεται ως 24.5% και 6.2% αντίστοιχα, ενώ μεταξύ 25 και 64 ετών το ποσοστό των ατόμων που έχουν εμπειρία δύο ή περισσότερων ψυχο-κοινωνικών προβλημάτων σχετιζομένων με αλκοόλ, εξαπλασιάζεται.

Έλεγχος των αλκοολούχων προϊόντων: Δεν υπάρχουν περιορισμοί στις ώρες ή στις μέρες πώλησης ή στον τύπο ή την τοποθεσία των αλκοολούχων προϊόντων. Δεν υπάρχει καμιά κατάσταση μονοπωλίου και δεν απαιτείται άδεια για την παραγωγή ή τη διανομή του αλκοόλ. Επιπλέον δεν υπάρχουν περιορισμοί στη διαφήμιση στα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Βέβαια, τα τελευταία δύο χρόνια η μοναδική αλλαγή που έχουμε παρατηρήσει, όσον αφορά αυτό το ζήτημα, είναι η επισήμανση σε κάθε τηλεοπτική διαφήμιση που σχετίζεται με το αλκοόλ και συμβουλεύει τον τηλεθεατή να “ **Απολαύσει υπεύθυνα**”.

Έλεγχος προβλημάτων που προέρχονται από το αλκοόλ: Υπάρχει το ελάχιστο νομικό όριο ηλικίας των 18 ετών για την προμήθεια οινοπνευματωδών ποτών σε δημόσιους χώρους διασκέδασης όπως bar και discos.

Μερικές εξελίξεις σχετικά με το αλκοόλ πραγματοποιήθηκαν στις αρχές της δεκαετίας του '90 ως αποτέλεσμα του αυξανόμενου αριθμού των ερευνών για τα ναρκωτικά, οι οποίες συνήθως περιλάμβαναν και το αλκοόλ, όπως η αυξημένη άγνοια για τα προβλήματα που προκαλούν τα ναρκωτικά, τα οποία συχνά εμπλέκουν και το αλκοόλ. Δεν υπάρχει κάποιος εθνικός φορέας αφοσιωμένος αποκλειστικά στην πρόληψη από τα προβλήματα που προκαλεί το αλκοόλ, όμως περιλαμβάνεται στη δουλειά που γίνεται από τον οργανισμό κατά των ναρκωτικών.

Στις αρχές της δεκαετίας του '90 οι προτεραιότητες του Ο.ΚΑ.ΝΑ. (Οργανισμός Κατά των Ναρκωτικών) ήταν να ενθαρρύνουν τη λιγότερη κατανάλωση αλκοόλ στο εργασιακό περιβάλλον. Ανέπτυξε ειδική θεραπεία για την αλκοολική εξάρτηση και άλλα προβλήματα σχετικά με το αλκοόλ ενώ υποδεικνύει και συγκεκριμένα προβλήματα από το αλκοόλ όπως πόση και οδήγηση.

Από το 1980, 9 θεραπευτικές κοινότητες και 3 ειδικευμένες κλινικές για εξωτερικούς ασθενείς με εξαρτήσεις, συμπεριλαμβανομένου και του αλκοόλ, έχουν εγκαθιδρυθεί, κυρίως στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη, ενώ 45 κλινικές για εξωτερικούς ασθενείς λειτουργούν σε γενικά νοσοκομεία. (www.eurocare.org/profiles/greeceupolice.htm)

Το άρθρο του Ν. Καραγιάννη που δημοσιεύτηκε στην εφημερίδα “**ΤΟ ΒΗΜΑ**” παρουσιάζει πιο πρόσφατα στοιχεία σχετικά με την κατανάλωση αλκοόλ στην Ελλάδα. Το άρθρο ονομάζεται “**Αλκοόλ, ο σιωπηλός δολοφόνος**” και αναφέρει τα εξής:

«Σιωπηλός δολοφόνος» θεωρείται το αλκοόλ από τους ειδικούς και από όσους βιώνουν καθημερινώς προβλήματα στην οικογένεια τα οποία οφείλονται στην κατάχρησή του. Στην Ελλάδα, σύμφωνα με επίσημα στοιχεία (Ετήσια Έκθεση του Ερευνητικού Πανεπιστημιακού Ινστιτούτου Ψυχικής Υγιεινής), οι εξαρτημένοι από το αλκοόλ ανέρχονται σε 200.000. Όπως τονίζουν όμως οι ειδικοί αλλά και αλκοολικοί οι οποίοι έχουν ενταχθεί σε προγράμματα απεξάρτησης, στην πραγματικότητα το πρόβλημα είναι πολύ μεγαλύτερο αφού ο φόβος του κοινωνικού στιγματισμού αναγκάζει πολλές οικογένειες να κρατούν μυστικό τον αλκοολισμό ενός μέλους τους ή ακόμη δεν παραδέχονται ότι πίσω από την ακραία και βίαιη πολλές φορές συμπεριφορά κρύβεται το αλκοόλ. Οι μισοί σχεδόν θάνατοι από τροχαία ατυχήματα (40% ή περίπου 1.100 άτομα) οφείλονται σε υπερβολική κατανάλωση αλκοόλ ενώ υπολογίζεται ότι 32.000 άνθρωποι τραυματίζονται, πολλοί εκ των οποίων μένουν ανάπηροι-πρόκειται κυρίως για νέους ηλικίας 16-25 ετών.

Σύμφωνα με πανελλήνια έρευνα του Τμήματος Υγιεινής και Επιδημιολογίας της Ιατρικής Σχολής του Πανεπιστημίου Αθηνών σε δείγμα 15.000 ατόμων, ηλικίας 20-63 ετών, με τίτλο «Κοινωνικο-δημογραφικοί συσχετισμοί της αποχής και της κατάχρησης αλκοόλ στον ελληνικό πληθυσμό», οι Έλληνες πίνουν πολύ και η χώρα μας κατέχει μία από τις πρώτες θέσεις στη λίστα της κατανάλωσης οινοπνευματωδών ποτών. Μερικά από τα πιο ενδιαφέροντα στοιχεία της έρευνας αναφέρουν:

- ❖ Ένας στους πέντε νεαρούς και ενήλικους ή μεσήλικους Έλληνες πίνει περισσότερα από τρία ποτήρια αλκοόλ την ημέρα.
- ❖ Πάνω από επτά στους δέκα άνδρες στην Ελλάδα, ηλικίας 20-59 ετών, πίνουν καθημερινώς τρία ή λιγότερα ποτήρια αλκοόλ.
- ❖ Στις γυναίκες βρέθηκε ότι περισσότερες από επτά στις δέκα, ηλικίας 20-49 ετών, πίνουν δύο ή λιγότερα ποτήρια αλκοόλ την ημέρα.
- ❖ Μόνο το 4,3% των Ελληνίδων ηλικίας 20-40 ετών και το 3% των Ελληνίδων μεταξύ 40-59 χρόνων πίνουν περισσότερο από δύο ποτήρια την ημέρα.
- ❖ Σε όλες τις ηλικιακές ομάδες το ποσοστό των γυναικών που απέχουν από το αλκοόλ ήταν υψηλότερο από το αντίστοιχο των ανδρών.
- ❖ Τόσο για τους άνδρες όσο και για τις γυναίκες, το ποσοστό όσων δεν έπιναν αυξανόταν όσο προχωρούσε η ηλικία των ερωτώμενων, ενώ το ποσοστό όσων έκαναν κατάχρηση αλκοόλ παρουσίαζε μείωση.
- ❖ Όσοι έπιναν κρασί βρέθηκε ότι έχουν λιγότερες πιθανότητες να γίνουν «σκληροί» πότες συγκριτικά με όσους έπιναν άλλα οινοπνευματώδη ποτά.
- ❖ Οι Έλληνες που ζουν μόνοι τους απέχουν σε μεγαλύτερο ποσοστό από το αλκοόλ συγκριτικά με όσους ζουν με σύντροφο.

Αν και το αλκοόλ δεν θεωρείται – τουλάχιστον ανοιχτά – ένα επικίνδυνο ναρκωτικό

που δημιουργεί πολύ σοβαρή εξάρτηση, τα στοιχεία αποδεικνύουν ότι και στην περίπτωση του η μετάβαση από το «μαλακό» αλκοόλ (όπως θεωρούνται η μύρα και το κρασί) στο «σκληρό» (ουίσκι, βότκα κτλ.) είναι γρήγορη, ακόμη και σε μικρές ηλικίες. Στις ηλικίες 18-25 δημοφιλέστερα ποτά φαίνεται να είναι το ουίσκι και η βότκα, ενώ ακολουθούν η μύρα, το κρασί και τα κοκτέιλ. **Είναι σημαντικό να αναφέρουμε και τη νέα μόδα που επικρατεί μεταξύ των νέων: τα «αναψυκτικά νέας γενιάς» τα οποία περιέχουν μικρή μεν ποσότητα αλκοόλ, αρκετή όμως για να «εισαγάγει» τους νεαρούς καταναλωτές στον επικίνδυνο κόσμο του.** Υπολογίζεται ότι το 40% από όσους πίνουν, αργά ή γρήγορα στρέφεται προς τα «σκληρά» ποτά.

Στη χώρα μας είναι σύνηθες φαινόμενο παιδιά μικρής ηλικίας να αγοράζουν αλκοόλ «για το σπίτι» εκμεταλλευόμενα την ανοχή που υπάρχει στα καταστήματα πώλησης, ενώ πολλοί νέοι κάτω των 18 ετών καταναλώνουν ανενόχλητοι αλκοόλ στα κέντρα διασκέδασης όπου, κατά γενικό κανόνα, οι υπάλληλοι ουδέποτε ζητούν ταυτότητα από τους νεαρούς πελάτες τους. Σε επιτόπια ρεπορτάζ που έγιναν σε κέντρα διασκέδασης δεν κατεγράφη ούτε ένα περιστατικό στο οποίο υπάλληλος αρνήθηκε να σερβίρει ποτό σε -εμφανώς- πολύ νεαρής ηλικίας πελάτες.

Ωστόσο σε σύγκριση με τα στοιχεία της προηγούμενης έρευνας του Εθνικού Κέντρου Τεκμηρίωσης και Πληροφόρησης για τα Ναρκωτικά και την Τοξικομανία (Ε.Κ.Τ.Ε.Π.Ν.) που έγινε το 1998 παρατηρείται σημαντική μείωση του ποσοστού των μαθητών που δηλώνουν κατανάλωση οινοπνευματωδών κατά τη διάρκεια του 2002 σε όλες τις περιόδους αναφοράς. Σύμφωνα λοιπόν με τα νέα στοιχεία, η μεγαλύτερη μείωση παρατηρείται στη μηνιαία κατανάλωση ενώ εξαίρεση αποτελεί η εβδομαδιαία κατανάλωση «άλλων οινοπνευματωδών» (ουίσκι, βότκα, μπακάρντι κτλ.). Η μείωση ισχύει τόσο για τα αγόρια όσο και για τα κορίτσια.

Διαφορετική όμως φαίνεται να είναι η εμπειρία της μέθης ανάμεσα στα δύο φύλα. Μεθυσμένα τουλάχιστον μία φορά στη ζωή τους σε ποσοστό 29,5% δηλώνουν τα αγόρια (25,8% το 1998). Στα κορίτσια παρατηρείται ελαφρά μείωση του αντίστοιχου ποσοστού (από 22,6% το 1998 σε 20,8% το 2002). Τα αγόρια εμφανίζονται με μεγαλύτερα ποσοστά όσον αφορά τη συχνότητα περιστατικών μέθης (4+ φορές), ενώ τα ποσοστά μειώνονται για τα κορίτσια. Πρέπει να σημειωθεί ότι η δήλωση περιστατικών μέθης είναι υποκειμενική και εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το πώς αντιλαμβάνονται αυτή την κατάσταση οι ίδιοι οι μαθητές.

Όσον αφορά την υπερβολική χρήση (θεωρείται η κατανάλωση πέντε ή περισσότερων ποτών τη φορά στη διάρκεια του τελευταίου μηνός), το 42,8% των αγοριών και το 29,9% των κοριτσιών δηλώνουν ότι έχουν κάνει τουλάχιστον μία φορά στη ζωή τους.

Η μέση ηλικία κατά την οποία μαθητές 15 ετών δηλώνουν ότι ήπιαν για πρώτη φορά είναι τα 12 έτη για τα αγόρια και τα 13 για τα κορίτσια. Οι μαθητές δηλώνουν επίσης ότι ένα χρόνο μετά την πρώτη τους επαφή με το αλκοόλ μέθυσαν για πρώτη φορά.

Οι μαθητές που θεωρήθηκαν ότι διατρέχουν υψηλό κίνδυνο προβληματικής χρήσης δήλωσαν, σε υψηλότερα ποσοστά από αυτά των υπόλοιπων μαθητών, ότι: α) πηγαίνουν πεινασμένοι στο σχολείο ή για ύπνο, επειδή δεν υπάρχει αρκετό φαγητό στο σπίτι, β) ήρθαν άγρια στα χέρια με κάποιον κατά τη διάρκεια των τελευταίων 12 μηνών και γ) πήραν μέρος σε εκφοβισμό άλλου μαθητή κατά τη διάρκεια των προηγούμενων δύο μηνών.

(www.mjourney.com/news/News_from_Greece/g/1767.ALKOOL-SIWPHELOS_DOLOFONOS.htm)

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται στοιχεία για την ομάδα συνολικής κατανάλωσης, της μπίρας, του κρασιού και των οινοπνευματωδών ποτών ξεχωριστά. Πρέπει να σημειωθεί ότι η συνολική ποσότητα αλκοόλ που παρουσιάζεται στην πρώτη κατηγορία του πίνακα δεν αποτελεί άθροισμα των τριών υπολοίπων δηλαδή των ποσοτήτων της μπίρας του κρασιού και των οινοπνευματωδών ποτών. Εφόσον σε μερικές περιπτώσεις η συνολική ποσότητα αλκοόλ περιλαμβάνει και άλλες κατηγορίες οινοπνευματωδών ποτών όπως βερμούτ και διαφόρων ειδών κρασιά.

Είναι απαραίτητο να αναφέρουμε ότι τα νούμερα αυτά στις περισσότερες περιπτώσεις αποτελούνται από την καταγεγραμμένη κατανάλωση αλκοόλ μόνο και έχουν κάποια προβλήματα. Παράγοντες που επηρεάζουν την ακρίβεια των στοιχείων ανά άτομο είναι: η ανεπίσημη κατανάλωση, η τουριστική κατανάλωση, οι σωροί των αποθεμάτων, απορρίμματα και λεηλασίες, το λαθρεμπόριο, οι αφορολόγητες πωλήσεις, οι διαφοροποιήσεις της ποιότητας των αλκοολούχων ποτών και η ποιότητα των στοιχείων στα οποία βασίζονται.

ΕΤΟΣ	ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΕΝΗΛΙΚΩΝ ΑΝΑ ΑΤΟΜΟ(LT)	ΜΠΥΡΑ	ΚΡΑΣΙ	ΟΙΝΟΠΝΕ/ΛΗ ΠΟΤΑ
2000	9,16	2,1	4,82	2,24
1999	9,53	2,15	5,01	2,37
1998	9,16	1,25	4,57	2,38
1997	9,69	2,1	5	2,63
1996	9,85	2,11	4,9	2,88
1995	10,27	2,17	5	3,14
1994	10,58	2,29	4,92	3,4
1993	10,85	2,31	5,16	3,42
1992	10,14	2,21	4,65	3,32
1991	10,33	2,23	4,81	3,34
1990	10,44	2,23	4,9	3,36

(www.euro.who.int/eprise/WHO/greece.htm)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ: ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΧΡΟΝΟΣ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΑΛΚΟΟΛ

2.1. Η ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΕΛΕΥΘΕΡΟΥ ΧΡΟΝΟΥ

Ο άνθρωπος πέρα από τις βιολογικές ανάγκες, άσχετα με την ηλικία, το φύλο, την εθνικότητα, την καταγωγή, το πολιτιστικό και πνευματικό του επίπεδο, έχει και άλλες ανάγκες κοινωνικές, συναισθηματικές, πνευματικές κ.α. Τις ανάγκες αυτές πρέπει να ικανοποιεί με μέτρο για να υπάρξει ισορροπία με τον εαυτό του και το περιβάλλον του.

Για την ικανοποίηση των αναγκών αυτών, οι οποίες διαφέρουν από άνθρωπο σε άνθρωπο, ανάλογα με την ηλικία και τα ιδιαίτερα ενδιαφέροντα που έχει ο καθένας, χρειάζεται να έχει ένα χρόνο διαθέσιμο για τον εαυτό του, ένα χρόνο προσωπικό τον οποίο να μπορεί να διαχειρίζεται ελεύθερα, όπως εκείνος θέλει. Ο χρόνος αυτός είναι γνωστός με τον όρο «**ελεύθερος χρόνος-leisure**». Μέσα από τις δραστηριότητες του ελεύθερου χρόνου ο άνθρωπος, μικρός ή μεγάλος προσπαθεί να ικανοποιήσει πρακτικές του ανάγκες και πνευματικά, κοινωνικά και συναισθηματικά του ενδιαφέροντα. Ανάγκες και ενδιαφέροντα, τα οποία δεν ικανοποιούνται με μόνη τη σχολική ή επαγγελματική του, ανάλογα με την ηλικία απασχόληση. Περισσότερο αναγκαίος είναι ο ελεύθερος χρόνος στο νέο δεδομένου ότι είναι σημαντικό να ικανοποιούνται οι κοινωνικο-συναισθηματικές και βιολογικές του ανάγκες για να ωριμάσει ικανοποιητικά.

Ιδιαίτερα σήμερα, λόγω των πολλαπλών κινδύνων που περιτριγυρίζουν τους νέους (π.χ. κάπνισμα, αλκοόλ, ναρκωτικά, τηλεόραση κ.α.), καθώς και του εντατικού ρυθμού απασχόλησης των περισσότερων νέων είναι περισσότερο αναγκαία η ύπαρξη και σωστή αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου. Από τις δραστηριότητες του ο νέος πρέπει να αντλεί ευχαρίστηση, ικανοποίηση και πληρότητα, ώστε να μην χρειαστεί να αναζητήσει αυτά σε δύσβατα και καταστροφικά μονοπάτια. Πρέπει να σημειωθεί ότι, μερικές φορές κατά τον ελεύθερο χρόνο υλοποιούνται τόσο σημαντικά επιτεύγματα, τα οποία μπορεί να προσφέρουν στο νέο πολύ σημαντικότερα πράγματα και οφέλη από ό,τι ο επαγγελματικός ή σχολικός χρόνος τους προσφέρει σχετικά με την κοινωνικο-συναισθηματική τους ωριμότητα, με την προϋπόθεση ότι υπάρχουν ενδιαφέροντα και ο ελεύθερος χρόνος αξιοποιείται με σοβαρά και ορθολογικά κριτήρια. (www.platon.gr/artro7.htm)

2.2. ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΕΛΕΥΘΕΡΟΥ ΧΡΟΝΟΥ

Οι στόχοι του ελεύθερου χρόνου περιγράφονται ως εξής:

ΣΤΟΧΟΙ: Ειδικότεροι στόχοι του ελεύθερου χρόνου είναι ο νέος :

α) Να αναπτύξει ικανότητες, δεξιότητες και αξίες οι οποίες δεν φαίνεται πιθανό ότι θα αναπτυχθούν ή ότι θα αναπτυχθούν στο βαθμό που πρέπει μέσα από σχολικές ή άλλες υποχρεωτικές δραστηριότητες.

β) Να μπορεί να επιλέγει την κατάλληλη χρονική περίοδο ως ελεύθερο χρόνο και να αναπτύξει την ικανότητα οργάνωσης του.

γ) Να αναπτύξει την ικανότητα αξιολόγησης και επιλογής κατάλληλων δραστηριοτήτων τις οποίες θα εκτελεί στον ελεύθερο χρόνο.

δ) Να έχει τις ευκαιρίες κάνοντας δραστηριότητες δικής του ελεύθερης επιλογής, να αισθάνεται την απόλαυση της ψυχαγωγίας, να εκτονώνεται από το άγχος των υποχρεωτικών δραστηριοτήτων και να γεύεται τη ζωή.

ε) Να αναπτύσσει καλές διαπροσωπικές σχέσεις, να κάνει φίλιες και να αποκτά τις δεξιότητες και τις αξίες της φιλαλληλίας, της συνεργασίας, του υγιούς ανταγωνισμού, της εταιρικής και, τέλος να αναπτύσσει κοινωνική συνείδηση.

Είναι προφανές ότι, ο ελεύθερος χρόνος, όταν επιλέγεται και οργανώνεται κατάλληλα, όχι μόνο δίνει ευχαρίστηση στο νέο, αλλά συμπληρώνει κενά και ελλείψεις που ενδεχομένως δεν καλύπτονται από τις υποχρεωτικές δραστηριότητες, ιδιαίτερα όταν πρόκειται για νέους με μεγάλο εύρος ενδιαφερόντων. Έτσι πέρα από τον ψυχαγωγικό τομέα είναι πολύ πιθανό ότι θα συσσωρεύσει οφέλη πολιτιστικού, πνευματικού και κοινωνικού ενδιαφέροντος.

2.3. ΤΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΟΥ ΕΛΕΥΘΕΡΟΥ ΧΡΟΝΟΥ

Οι δραστηριότητες τις οποίες επιλέγουν οι νέοι συνήθως διαφοροποιούνται ανάλογα με την ηλικία και τα ενδιαφέροντα τους. Μια πρόχειρη καταγραφή των δραστηριοτήτων αυτών δείχνει ότι συνήθως έχουν ψυχαγωγικό και πολιτιστικό περιεχόμενο. Οι δραστηριότητες πολιτιστικού περιεχομένου έχουν περισσότερο προσωπικό χαρακτήρα και γενικότερο περιεχόμενο. Οι δραστηριότητες ψυχαγωγικού περιεχομένου, πολλές φορές μπορεί να έχουν συλλογικό χαρακτήρα και είναι απαλλαγμένες από στερεότυπα ή κριτήρια επιλογής.

Πιο κάτω παραθέτονται ενδεικτικά οι ομάδες που μπορούν να επιλέγονται για την αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου:

1. **Διανοητικές-Πνευματικές:** διάβασμα εξωσχολικών βιβλίων, συγγραφή λογοτεχνικών κειμένων για νέους, απασχόληση με πνευματικά παιχνίδια κ.α.
2. **Κοινωνικές:** συμμετοχή σε φιλανθρωπικές οργανώσεις, πολιτιστικούς συλλόγους ή ομίλους (π.χ. WWF, πρόσκοποι), συμμετοχή σε διάφορες κοινωνικές δραστηριότητες (π.χ. δένδροφυτεύσεις, καθαρισμός παραλίας ή πάρκου κ.α.
3. **Αθλητικές:** γυμναστήριο, στίβος, κολύμβηση κ.α.
4. **Σπορ:** περίπατοι, εκδρομές, ορειβασία, θαλάσσια σπορ, χορός κ.α.
5. **Ψυχαγωγικές:** τηλεόραση, ραδιόφωνο, club, θέατρο, κινηματογράφος, μουσική κ.α.
6. **Επισκέψεις σε:** μουσεία, εκθέσεις βιβλίου κ.α.

Η εμπειρία δείχνει ότι δραστηριότητες που συνήθως προτιμούν οι νέοι και οφείλουν να ευνοούν οι γονείς είναι αυτές που οδηγούν στην ψυχική ηρεμία και χαλάρωση και ειδικότερα μουσική, τραγούδι, χορός, διάβασμα, σπορ κ.α. (www.platon.gr/artro7.htm)

2.4. ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΧΡΟΝΟΣ ΚΑΙ ΝΕΟΛΑΙΑ

Η παρατήρηση ότι το φυσικό περιβάλλον (setting) μέσα στο οποίο εκτυλίσσεται η ανθρώπινη δραστηριότητα αποτελεί συστατικό στοιχείο της «περίστασης» με την κοινωνιολογική σημασία του όρου είναι αρκετή για να δικαιολογήσει την απόπειρα καταγραφής και ανάλυσης των χώρων που συναντώνται και αλληλεπιδρούν οι νέοι κατά τη διάρκεια του ελεύθερου χρόνου. Διαφορετικοί χώροι παραπέμπουν κατά κανόνα σε διαφορετικού τύπου δραστηριότητες όχι μόνο και όχι πρωτίστως για τεχνικούς λόγους – προφανώς ορισμένες τουλάχιστον συμπεριφορές που δεν εκδηλώνονται σε κάποιο συγκεκριμένο χώρο, από τεχνικής πλευράς θα μπορούσαν να εκδηλωθούν – αλλά για πολιτισμικούς. Το πολιτισμικό συντακτικό της κοινωνικής αλληλεπίδρασης (τι κάνει κανείς, με ποιόν, πότε, πού) επιτρέπει επιλογές δράσης και απαγορεύει άλλες για συμβατικούς λόγους: απλά επειδή «έτσι γίνεται». Το συντακτικό αυτό είναι εν πολλοίς γνωστό και στους νέους. Έτσι, από την επιλογή των χώρων συνάντησης των συνομηλίκων μπορεί κανείς να κάνει βάσιμες υποθέσεις για το είδος της δραστηριότητας που εκδηλώνεται εκ μέρους των νέων.

Παρακάτω παρατίθενται ενδιαφέροντα στοιχεία σχετικά με τον ελεύθερο χρόνο των νέων βάση της ίδιας έρευνας που αποτελέσματά της χρησιμοποιήσαμε και στο τέταρτο κεφάλαιο και που πραγματοποιήθηκε το 1993 και 1994 σε νεανικό πληθυσμό της Κέρκυρας και των Ιωαννίνων. Οι πληροφορίες που αξιοποιούνται στην παρούσα έρευνα προέρχονται

από τις αντιδράσεις των νέων σε μια δέσμη από ερωτήσεις, οι οποίες αναφέρονται σε ποικίλες πιθανές δραστηριότητες κατά τον ελεύθερο χρόνο. (ΓΚΟΤΟΒΟΣ Α., 1996, σελ.215)

Δραστηριότητες	Ιωάννινα 1993	Κέρκυρα 1993	Ιωάννινα 1994	Κέρκυρα 1994
Μουσείο/ θέατρο	8,4	15,0	9,5	14,9
Συζήτηση	93,5	93,2	93,9	93,0
Παιχνίδι	67,4	60,1	66,2	60,2
Άθληση	56,0	61,4	57,0	54,4
Πολιτικοποίηση	6,3	9,1	10,8	12,6
Διάβασμα	25,8	32,1	26,4	29,7
Η/Υ	44,1	40,2	46,4	42,8
Μουσική	84,4	81,3	83,8	81,8
Κινηματογράφος	64,3	70,5	50,5	72,6
Βόλτα	89,2	91,2	88,4	90,4
Τηλεόραση	56,5	54,3	55,4	58,1
Βιντεοταινίες	-	-	47,7	44,5
Διασκέδαση σε καφέ	33,5	30,4	38,7	34,8
Διασκέδαση σε μπάρ	19,7	18,6	23,3	19,4
Φροντιστήριο	48,5	51,8	43,2	49,2
Φαστ-φουντ	77,4	68,1	69,8	65,5
Ηλεκτρονικά παιχνίδια	42,2	27,0	48,0	33,2

(ΓΚΟΤΟΒΟΣ Α., 1996, σελ.225)

Για μια συγκριτική εικόνα των ίδιων μεγεθών στις υπόλοιπες πόλεις όπου διεξήχθη η έρευνα ο παραπάνω πίνακας παρουσιάζει τα αντίστοιχα ποσοστά .

Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι υπάρχει μια πλήρης ουδετερότητα του παράγοντα κοινωνική προέλευση: καμιά από τις συμπεριφορές που φαίνονται στον παραπάνω πίνακα δεν επηρεάζεται από την κοινωνική προέλευση του νέου.

Το φύλο επηρεάζει σε ορισμένες περιπτώσεις την επιλογή του νέου. Έτσι προκύπτει μια ομάδα από «κοριτσίστικες» και μια ομάδα από «αγορίστικες» αντιδράσεις. Ο παράγοντας ηλικία επίσης διαφοροποιεί τις συχνότητες σε ορισμένες περιπτώσεις. Έτσι έχουμε ορισμένες τυπικές συμπεριφορές για «μικρούς» και άλλες για «μεγάλους».

Οι ερευνητές ομαδοποίησαν τις δραστηριότητες σε τέσσερις κατηγορίες παραγόντων που είναι οι εξής: α) καφενειακή συνείδηση, β) καταναλωτική διασκέδαση, γ) παιχνίδι και δ) μαθησιογόνες πρακτικές.

Στον παράγοντα καφενειακή συνείδηση ταξινομούνται επιμέρους στοιχεία που αναφέρονται σε εξόδους των νέων σε χώρους όπως οι καφετέριες ή τα μπαράκια και η εκδήλωση συμπεριφορών που ταιριάζουν στους χώρους αυτούς. Στον παράγοντα καταναλωτική διασκέδαση υπάγονται στοιχεία αναφερόμενα σε παθητικού τύπου διασκέδαση όπως παραδείγματος χάρη η παρακολούθηση τηλεοπτικών προγραμμάτων, βίντεο, κινηματογράφος κ.α. Στον παράγοντα παιχνίδι εντάσσονται παιγνιώδους μορφής δραστηριότητες (π.χ. παίζουμε με τον υπολογιστή, πηγαίνουμε στα ηλεκτρονικά). Η διασκέδαση εδώ διαφέρει από την προηγούμενη περίπτωση στο ότι απαιτείται κάποια ενεργοποίηση του υποκειμένου για την παραγωγή της. Ο τέταρτος, τέλος, παράγοντας αφορά δραστηριότητες μέσα από τις οποίες μαθαίνει κανείς κάτι, είτε αυτό σχετίζεται άμεσα με το σχολικό πρόγραμμα είτε όχι.

Η δομή των παραγόντων διαφέρει ελαφρώς από δείγμα σε δείγμα. Σε ό,τι αφορά τις διαφορές ανάμεσα στα Ιωάννινα και την Κέρκυρα υπάρχει περίπτωση να οφείλεται στη διαφορετική παράδοση στη μία πόλη και την άλλη ή στις διαφορετικές δυνατότητες που έχει η νεολαία να εκδηλώσει ορισμένες από τις περιγραφόμενες δραστηριότητες. Σε ό,τι αφορά την εσωτερική διαφοροποίηση (π.χ. Κέρκυρα 1993, Κέρκυρα 1994) η διαφορά ενδέχεται να οφείλεται σε μια μεταβολή της αντίληψης των νέων ως προς ορισμένες από τις δραστηριότητες που αναφέρονται στο ερωτηματολόγιο.(ΓΚΟΤΟΒΟΣ Α., 1996, σελ.227-228)

ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΤΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ

Η επιλογή των δραστηριοτήτων που εντάσσονται στον ελεύθερο χρόνο γίνεται συνήθως με βάση τα ενδιαφέροντα , τις δεξιότητες και τις ανάγκες των νέων. Πιο συγκεκριμένα τα κριτήρια επιλογής των δραστηριοτήτων είναι τα ακόλουθα :

- 1. Η ηλικία:** Ανάλογα με την ηλικία διαφοροποιούνται τόσο η ποσότητα του ελεύθερου χρόνου όσο και οι δραστηριότητες που επιλέγονται.
- 2. Τα ενδιαφέροντα:** Οι περισσότεροι νέοι ακόμα και της ίδιας ηλικίας δεν έχουν τα ίδια ενδιαφέροντα .Μερικές φορές τα ενδιαφέροντα ποικίλλουν και διαφέρουν ανάλογα με τις προτιμήσεις του καθενός.
- 3. Η ιδιοσυγκρασία:** Αρκετοί νέοι έχουν έντονη προσωπικότητα και έχουν ανάγκη από εκτόνωση ενώ υπάρχουν και νέοι με λιγότερο έντονη προσωπικότητα που δεν επιθυμούν ιδιαίτερα να εκτονωθούν. Υπάρχουν νέοι που δεν μπορούν να συγκεντρώσουν την προσοχή τους για πολλή ώρα σε μια δραστηριότητα, ενώ άλλοι δεν προλαβαίνουν να αρχίσουν μια δραστηριότητα και θέλουν αμέσως να αλλάξουν και να κάνουν κάποια άλλη.

- 4. Οι βιολογικές και οι άλλες ανάγκες του νέου:** Οι νέοι έχουν εκλογικεύσει τα πράγματα και μπορούν να κάνουν επιλογές με λογικά κριτήρια οι οποίες τους βοηθούν να διαλέξουν δραστηριότητες με τις οποίες επιτυγχάνονται ταυτόχρονα τόσο η ανάγκη για ψυχαγωγία, όσο πρακτικές ανάγκες που μπορεί να έχουν και πρέπει να ικανοποιηθούν στα πλαίσια του ελεύθερου χρόνου.(www.platon.gr/artro7.htm)

2.4.1. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΛΕΥΘΕΡΟ ΧΡΟΝΟ ΤΩΝ ΜΑΘΗΤΩΝ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΕΒΡΟΥ

Στο σημείο αυτό θεωρούμε απαραίτητο να παραθέσουμε τα αποτελέσματα έρευνας που ονομάζεται “ Η χρήση οινοπνευματωδών ποτών από το μαθητικό πληθυσμό του νομού Έβρου”, τα οποία σχετίζονται με δραστηριότητες αξιοποίησης του ελεύθερου χρόνου. Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι η μελέτη του εφηβικού αλκοολισμού, ενώ ως κεντρικός στόχος τέθηκε η διερεύνηση της έκτασης της χρήσης αλκοολούχων ποτών από τον εφηβικό-μαθητικό πληθυσμό του νομού Έβρου.

Πληθυσμό-στόχο της έρευνας αποτέλεσαν οι 5.677 μαθητές, οι οποίοι κατά το σχολικό έτος 1992-1993 φοιτούσαν στις τέσσερις τελευταίες τάξεις της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης του παραπάνω νομού, ενώ δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν 830 από τους εν λόγω μαθητές. Όπως αναφέρουμε και στο 4^ο κεφάλαιο, όπου παρατίθενται αποτελέσματα της ίδιας ερευνητικής εργασίας, χρησιμοποιήθηκε ερωτηματολόγιο με 296 συνολικά κλειστού τύπου ερωτήσεις. (ΑΝΥΦΑΝΤΑΚΗΣ Ι., 1999, ΣΕΛ.310-311)

Συγκεκριμένα, στα ερευνητικά αποτελέσματα παρουσιάζεται η συχνότητα με την οποία οι μαθητές κάνουν κάποιες δραστηριότητες κατά τον ελεύθερό τους χρόνο, όπου από τις 24 συνολικά κατηγορίες απάντησης βρέθηκαν να είναι στατιστικά σημαντικές οι 10. Οι κατηγορίες που αποκλείστηκαν ως στατιστικά μη σημαντικές, αφορούν υποερωτήματα όπως: βλέπεις τηλεόραση, πηγαίνεις κινηματογράφο, θέατρο ή συναυλίες, παίζεις κάποιο μουσικό όργανο, τραγουδάς, γράφεις ποιήματα, ζωγραφίζεις, διαβάζεις εξωσχολικά βιβλία ή εικονογραφημένα περιοδικά, κάνεις δουλειές στο σπίτι ή στον κήπο και τέλος κάνεις κάποιο σπορ.

Κατά το γενικό μέσο όρο οι μαθητές ακούνε καθημερινά μουσική, ενώ τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα βγαίνουν με την παρέα τους, περνάνε τουλάχιστον μια ώρα του ελεύθερου χρόνου μόνοι ή πηγαίνουν σε καφετέρια. Αντίστοιχα αυτοί, 1-2 φορές το μήνα κάνουν βόλτες με μηχανάκι, διαβάζουν περιοδικά, πηγαίνουν σε ντισκοτέκ ή σε ζαχαροπλαστείο, καθώς και σε εστιατόριο ή fast-food, ενώ μερικές φορές το χρόνο πηγαίνουν σε party, συμμετέχουν σε μια δραστηριότητα της περιοχής τους ή σε μια εθελοντική δουλειά.

Πιο συγκεκριμένα οι μαθητές που κάνουν κατάχρηση αλκοόλ, ακούνε μουσική ή πηγαίνουν σε καφετέρια σχεδόν καθημερινά, ενώ τουλάχιστον 1 φορά την εβδομάδα κάνουν βόλτες με μηχανάκι, βγαίνουν με την παρέα τους ή περνάνε μια ώρα του ελεύθερου χρόνου τους μόνοι. (ΑΝΥΦΑΝΤΑΚΗΣ Ι., 1999, ΣΕΛ.123-124)

2.5. Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΑΛΚΟΟΛ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ ΣΤΟΝ ΕΛΕΥΘΕΡΟ ΧΡΟΝΟ ΤΟΥΣ

Όπως έχουμε προαναφέρει ο νέος με την εισαγωγή του σε ίδρυμα της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης είναι περισσότερο δεκτικός στις προκλήσεις, νοιώθει περισσότερο ανεξάρτητος, ελεύθερος και κυρίαρχος του εαυτού του, πράγμα που τον κάνει αρκετά ευάλωτο στις διάφορες καταστάσεις που τον περιβάλλουν.

Οι νέοι διακατέχονται από την ανάγκη να αξιοποιήσουν τον ελεύθερο χρόνο τους, αφού έχουν αντιμετωπίσει τις φοιτητικές / σπουδαστικές τους υποχρεώσεις, για την ικανοποίηση των προσωπικών τους επιδιώξεων, ενδιαφερόντων και αναγκών, με δικά τους εντελώς προσωπικά κριτήρια και κίνητρα.

Επιδιώκουν να απελευθερωθούν από τη φυσική και ψυχολογική κόπωση, να αποδράσουν από τη μονοτονία και την ανία που προκαλούν οι υποχρεώσεις της καθημερινότητας και ταυτόχρονα να αναπτύξουν την προσωπικότητά τους.

Ανακαλύπτουν λοιπόν τρόπους που τους βοηθούν να ξεπεράσουν τους έντονους ρυθμούς της καθημερινότητάς τους, που στην πλειοψηφία τους όμως φαίνεται ότι συνδέονται με την κατανάλωση αλκοόλ. Συγκεκριμένα επιδιώκουν δύο ειδών τρόπους διασκέδασης:

- Εξόδους σε νυχτερινά κέντρα διασκέδασης, bars, clubs, μεζεδοπωλεία κ.α., που τόσο η διάθεση του αλκοόλ όσο και η κατανάλωσή του μπορεί να είναι απεριόριστη και
- συγκεντρώσεις σε φιλικά σπίτια που προϋποθέτουν την παρακολούθηση ταινιών, τις συντροφικές συζητήσεις, το συντροφικό διάβασμα και γενικότερα στιγμές χαλάρωσης και ξεγνοιασιάς, που συχνά συνοδεύονται από κατανάλωση αλκοόλ, το οποίο μπορεί να καταστείλει την ένταση της ημέρας.

Σε αυτό το σημείο αξίζει να αναφέρουμε ότι λόγω των περιορισμένων οικονομικών δυνατοτήτων της πλειοψηφίας των φοιτητών / σπουδαστών, ο τρόπος αυτός διασκέδασης / χαλάρωσης προτιμάται αρκετά συχνά. Επιπλέον, αρκετοί είναι και οι φοιτητές / σπουδαστές που επιλέγουν ή αναγκάζονται να εργαστούν τις ελεύθερες βραδινές τους ώρες, με αποτέλεσμα να απασχολούνται ως επί το πλείστον σε clubs, bars, καφετέριες, μεζεδοπωλεία, ταβέρνες, στα οποία έρχονται σε διαρκή επαφή με το αλκοόλ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ: ΤΑ ΠΡΟΤΥΠΑ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΚΑΙ Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΑΛΚΟΟΛ

3.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

“ Από τη σκοπιά του νέου, η πραγματικότητα φαίνεται πάντοτε ρευστή ”. Αυτό συμβαίνει κυρίως για δύο λόγους. Πρώτον, επειδή η ίδια η κοινωνία μεταβάλλεται συνεχώς, το διάστημα που εκείνος προετοιμάζεται για να την αντιμετωπίσει και δεύτερον, επειδή η περίοδος της νεότητας χαρακτηρίζεται από διακυμάνσεις που μπορούν να επηρεάζουν την οπτική γωνία από την οποία παρατηρεί κανείς τον κόσμο.

Η εποχή στην οποία βιώνει το άτομο τη νεότητά του, αποτελεί τη σημαντικότερη παράμετρο που προσδιορίζει σε γενικές γραμμές τον τρόπο που θα βιωθεί αυτή η ηλικιακή φάση. Η εποχή, με την ευρύτερη έννοια των ιστορικών επεισοδίων που διαδραματίζονται στην τοπική, την ευρύτερη και την παγκόσμια πραγματικότητα, προσδιορίζει το πλαίσιο εκείνο μέσα στο οποίο θα προετοιμαστεί ο νέος για να αντιμετωπίσει το μέλλον, αλλά και το πλαίσιο δράσης του.

Το πιο χαρακτηριστικό γνώρισμα της εποχής μέσα στην οποία διαμορφώνεται η σημερινή νέα γενιά, όχι μόνο στη χώρα μας αλλά και στην υπόλοιπη Ευρώπη, είναι η έντονη ρευστότητα. (ΓΚΟΤΟΒΟΣ Α., 1996, ΣΕΛ.9) Ο τρόπος ζωής έχει αλλάξει και τα ποσοστά του άγχους που καταγράφονται όλο και πιο έντονα στις περισσότερες ηλικίες, επηρεάζουν την αδιαμόρφωτη νεαρή προσωπικότητα. Η αβεβαιότητα, η έλλειψη δυνατότητας προσανατολισμού σε στόχους και αξίες, τα επίπεδα εκπαίδευσης της κοινωνίας, η έντονη αμφιθυμία βιώνονται από τα νεαρά άτομα ως στρεσογόνες καταστάσεις και συχνά ωθούν το άτομο στις εξαρτησιογόνες ουσίες. (www.kathimerini.gr/sunday/content.asp?id=83531)

Το αλκοόλ είναι μία από τις ουσίες εκείνες που λανθασμένα λειτουργούν ως υποκατάστατο για τη στενοχώρια και μέσο επικοινωνίας για τη χαρά. Χωρίς καμιά αμφιβολία η εφηβεία αποτελεί την πρώτη γραμμή στο πεδίο της μάχης των συναισθημάτων. Εύλογα λοιπόν, η κατάχρηση αλκοόλ εμφανίζεται ιδιαίτερα οξυμένη στις νεαρότερες ηλικίες (το 31 % των Ελληνόπουλων ηλικίας 16-17 ετών, έχουν παρουσιάσει μέθη πάνω από 10 φορές, (www.kathimerini.gr/sunday/content.asp?id=83531) και η επικέντρωση της προσοχής των αντιαλκοολικών εκστρατειών προσανατολίζεται στους εφήβους αφού τα αίτια του προβλήματος αναζητούνται στην έλλειψη αγωγής προς τη σωστή κατεύθυνση από το σχολείο και την οικογένεια.

Τα περισσότερα ποσοστά κατάχρησης αλκοόλ ανήκουν στους εφήβους και γενικότερα στους νέους, ηλικίας 12-25 ετών. Η περίοδος μεταξύ 17 και 20 ετών

χαρακτηρίζεται από ολοκλήρωση της σωματικής ωρίμανσης και των βιολογικών αλλαγών και επαναφορά σχετικής ψυχικής ισορροπίας.

Ένας από τους πιο σημαντικούς ρόλους που διαδραματίζονται στην περίοδο της εφηβείας είναι η ανακεφαλαίωση και η αναβίωση των παιδικών ψυχολογικών συγκρούσεων, οι οποίες μπορεί να προκαλέσουν στην ενήλικη ζωή ψυχολογικά προβλήματα, εάν και εφόσον δεν αντιμετωπιστούν με επιτυχία.

Μέχρι τότε όμως ένας νέος μπορεί να θεωρείται έφηβος; Σύμφωνα με το πλαίσιο αναφοράς, που περιλαμβάνει το τέλος της σωματικής διάπλασης, την αποφοίτηση από το σχολείο, την ενηλικίωση κ.α., μπορούν να δοθούν αρκετές απαντήσεις.

Η περίοδος της εφηβείας είναι δυνατό να προεκταθεί ανάλογα με το είδος των μηνυμάτων που λαμβάνουν τα νεαρά άτομα από το ενήλικο περιβάλλον τους και ανάλογα με τους περιορισμούς αναζήτησης που θέτει ο κοινωνικός ιστός. (ΑΝΥΦΑΝΤΑΚΗΣ Ι., 1999, ΣΕΛ.42) Σημαντικό κίνητρο αποτελεί και το γνώρισμα της ωρίμανσης. Όταν δηλαδή ο νέος πάψει να βιώνει το φόβο που του προκαλούν οι γονείς του και κυρίως όταν σταματήσει να δέχεται αυτό το φόβο ως ανασταλτικό συναίσθημα.

Κατά την περίοδο αυτή της εφηβείας, βιώνεται αρκετά σε αρκετά έντονο βαθμό το συναίσθημα της αμφιθυμίας. Ρόλοι διαπραγματεύονται, σεξουαλικοί στόχοι συγκεκριμενοποιούνται και παράλληλα διενεργείται σε ένα αρκετά μεγάλο βαθμό η αποκοπή από την οικογένεια. Το νεαρό άτομο, που χαρακτηρίζεται την περίοδο αυτή από αμφιθυμίες και διαφόρων ειδών προκλήσεις, δε διαθέτει μηχανισμούς άμυνας επαρκείς και εύλογα καταφεύγει συχνά σε “λύσεις” που του προσφέρουν παροδική μείωση του άγχους, όπως είναι και η χρήση του αλκοόλ.

Καταλήγουμε, λοιπόν, στο συμπέρασμα ότι η περίοδος της εφηβείας είναι η πλέον κρίσιμη όσον αφορά την έναρξη χρήσης αλκοόλ. Και συχνά εγκυμονεί ο κίνδυνος ένας έφηβος χρήστης να εξελιχθεί σε ενήλικη χρήστη.

Ακολουθεί η αναφορά συγκεντρωτικών στοιχείων σχετικά με την κατανάλωση αλκοόλ από τους νέους στη χώρα μας, η οποία δημοσιεύτηκε στην εφημερίδα “ ΤΟ ΒΗΜΑ ” τη Κυριακή 24/3/2002 με τίτλο “Το αλκοόλ κάτω από τα θρανία”, και αναφέρει τα εξής:

- έχει μειωθεί δραματικά ο μέσος όρος έναρξης της χρήσης του αλκοόλ. Τώρα βρίσκεται στα **12 έτη**,
- ο μαθητικός πληθυσμός της χώρας καταναλώνει αλκοόλ, σχεδόν καθημερινά. Η Ελλάδα βρίσκεται σταθερά πρώτη μεταξύ των Ευρωπαϊκών χωρών στις ηλικιακές ομάδες 13-15 ετών όσον αφορά την κατανάλωση αλκοόλ,
- στην Ελλάδα μειώνεται διαρκώς το όριο ηλικίας των αλκοολικών. Συναντάμε σήμερα 16χρονούς και 10χρονους ακόμη, εθισμένους στο αλκοόλ.
- στην ηλικιακή ομάδα μεταξύ 18 και 24 ετών η συχνή κατανάλωση οινοπνεύματος έχει αυξηθεί από 27,8 % σε 35,6 %,

- κοντά στα 1.100 άτομα το χρόνο χάνουν τη ζωή τους σε τροχαία των οποίων η αιτία είναι το αλκοόλ. Οι περισσότεροι είναι νέοι. Σε ποσοστό αποτελούν το 40 % των νεκρών από τροχαία. Και σε ποσοστό ηλικίας, το 57 % των θυμάτων είναι ηλικίας από 17 ως 25 ετών.

Ο Jessor (1982) υποστηρίζει ότι θα πρέπει να αποφεύγεται ο πρόωρος στιγματισμός των νέων όσον αφορά τον κίνδυνο που διατρέχουν εξαιτίας της λήψης αλκοόλ, αφού η νεανική κατανάλωση οινοπνευματούχων ποτών ακόμα και αν μοιάζει προβληματική εξασθενίζει, τουλάχιστον στις μισές των περιπτώσεων, με την αύξηση της ηλικίας και την παραδοχή των κοινωνικών αποδεκτών αξιών.

Οι συνέπειες της λήψης αλκοόλ είναι εξαιρετικά ανησυχητικές, όπως αποδεικνύει και μια σειρά μελετών που πραγματοποιήθηκαν σε διάφορες Ευρωπαϊκές χώρες και στις Η.Π.Α.

Μελέτη που πραγματοποιήθηκε στη Φινλανδία σχετικά με το αλκοόλ, σε δείγμα πρωτοετών φοιτητών το ακαδημαϊκό έτος 1989-1990 (73,7 % των γυναικών και 53,6 % των αντρών) έδειξε ότι:

- η μέση κατανάλωση καθαρού αλκοόλ στις γυναίκες ήταν 2,6 κιλά και στους άντρες 6,5 κιλά ετησίως,
- το 10 % του δείγματος εκπροσωπούσε τους συχνότερους χρήστες, ενώ μόνο το 6,5 % των γυναικών και το 5,1% των αντρών δεν έκανα καθόλου χρήση αλκοόλ,
- η μέση συχνότητα κατανάλωσης ανερχόταν για τις γυναίκες στη 1 φορά κάθε 2 εβδομάδες, ενώ για τους άντρες σε 1 φορά εβδομαδιαίως,
- το 4,9 % των γυναικών αναφέρει κατανάλωση 10 κιλών αιθυλικής αλκοόλης ετησίως, ενώ το 11,7 % των αντρών καταναλώνει τουλάχιστον 15 κιλά.

Μελέτη σε πρωτοετείς φοιτητές Αμερικανικού κολεγίου αποκάλυψε ότι η μπίρα καταναλώνεται από τα αγόρια συχνότερα από τα υπόλοιπα αλκοολούχα ποτά, ενώ συνδέουν άμεσα τη δημιουργία καλύτερου κοινωνικού προφίλ με την κατανάλωση αλκοόλ.

Έρευνα στη Νέα Ζηλανδία έδειξε ότι υπάρχει συσχέτιση μεταξύ της ηλικίας έναρξης λήψης αλκοόλ και της συχνότητας λήψης του, καθώς και της επαναλαμβανόμενης ποσότητας.

Σε γενικές γραμμές τα προβλήματα λήψης αλκοόλ στην εφηβική ηλικία μπορούν να ενταχθούν σε 4 κατηγορίες:

1. την υπερβολική λήψη
2. τη συχνή μέθη
3. τη χρήση αλκοόλ για την “αντιμετώπιση προβλημάτων”
4. τις εμπειρίες λόγω των συνηθειών της λήψης.

Η λαμβανόμενη ποσότητα αλκοόλ σχετίζεται με μία ή περισσότερες από τις παραπάνω παραμέτρους (Barnes, 1984, Hilton, 1987, Rachal *et al.*, 1976).

Συνήθως η κατανάλωση αλκοόλ σχετίζεται με την έλλειψη της ικανότητας που παρουσιάζει το νεαρό άτομο στο να εκπληρώσει τις καθημερινές του υποχρεώσεις, με την έλλειψη της προσοχής σχετικά με τα θέματα της προσωπικής υγείας και ασφάλειας καθώς και με την ύπαρξη προβλημάτων με το νόμο λόγω της λήψης οινοπνεύματος και με τη συνεχιζόμενη λήψη αλκοόλ.

Οι Madianos *et al.*, (1985) διεξήγαγαν στη χώρα μας μελέτη με σκοπό τη διερεύνηση της ποσότητας αλκοόλ που καταναλώνεται, όπου βρέθηκε πως η κατανάλωση αλκοόλ αυξάνεται ανάλογα με την ηλικία. Τα συμπεράσματά της, που ανάγονται στο σύνολο του δείγματος 4.290 ατόμων ηλικίας 12-64 ετών από ολόκληρη την Ελλάδα έδειξαν:

- η ποσότητα κατανάλωσης αυξάνεται στους άντρες προοδευτικά από την εφηβική ηλικία,
- στις γυναίκες η μεγαλύτερη κατανάλωση βρέθηκε στις ηλικίες από 25 ως 44 ετών,
- το 4,1 % των αγοριών και το 2 % των κοριτσιών ανέφεραν υψηλή κατανάλωση αλκοόλ,
- το 26,2 % των αγοριών και το 20,5 % των κοριτσιών δήλωσαν πρόσφατη λήψη οινοπνευματώδους ποτού, με συνολικό περιεχόμενο 1-100 gr αιθανόλης,
- η εκτιμηθείσα ηλικία έναρξης λήψης αλκοόλ ήταν μεταξύ 7 και 8 ετών,
- η μέση ηλικία του πρώτου επεισοδίου μέθης ήταν γύρω στα 12 έτη.
- τα προβλήματα που συνδέονται με τη λήψη αλκοόλ, συναντώνται συγκριτικά με τις υπόλοιπες ηλικίες, σε υψηλότερο ποσοστό στις ομάδες ηλικιών μεταξύ 18 και 24 ετών. (ΤΣΙΑΝΤΗΣ Ι., 2002, ΣΕΛ 227-230)

3.2. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΟΔΗΓΟΥΝ ΣΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΑΛΚΟΟΛ

Η ανάλυση των παραγόντων και η ευαισθητοποίηση σχετικά με τα προβλήματα που μπορεί να οδηγήσουν ένα νέο στη χρήση (ή και στην κατάχρηση) οινοπνευματωδών ποτών είναι η μόνη διαδικασία που μπορεί να προσφέρει τις εναλλακτικές λύσεις πρόληψης ή αντιμετώπισης του προβλήματος, όχι μόνο σε ατομικό επίπεδο αλλά και σε κοινωνικό.

Για την κατανόηση και τη δόμηση των στοιχείων που έχουν ιδιαίτερη σημασία για το χρήστη και τον ενδεχόμενο εθισμό των νεαρών ατόμων στα οινοπνευματώδη ποτά, βοηθητικό όργανο αποτελεί το τρίγωνο των προϋποθέσεων που καθορίζουν την ανάπτυξη εθισμού από οποιαδήποτε εθιστική ουσία.

Το τρίγωνο αυτό ορίζουν:

1. Το περιβάλλον και οι επιδράσεις του στο χρήστη
2. Η προσωπικότητα του χρήστη

3. Το είδος της ουσίας (www.in.gr/neanikosalkoolismos)

ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΟΙ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΣΤΟ ΧΡΗΣΤΗ

Η αστική ψυχολογία παραδέχεται την επίδραση του εξωτερικού κόσμου. Υποστηρίζει ότι το περιβάλλον αποτελείται από ένα σταθερό, μη εξελισσόμενο σύνολο, με κάποιο βαθμό σημασίας για την ανθρώπινη μονάδα ή και το σύνολο. Μέσα σε αυτό, το άτομο παίρνει τη θέση που του ανήκει και έρχεται αντιμέτωπο με τις επιδράσεις του ευρύτερου κοινωνικού περιγύρου στην εξέλιξη και διαμόρφωσή του.

Η προσωπικότητα του ατόμου και οι ψυχικές του διαθέσεις αναπτύσσονται μέσα από την κίνηση και τις δραστηριότητές του, μέσα από τη συνεχή αλληλοεπίδραση του έξω κοινωνικού και φυσικού κόσμου. Χωρίς την ενεργό συμμετοχή του ατόμου στα συμβάντα του έξω κόσμου δεν θα δημιουργούνταν οι ψυχικές καταστάσεις και οι αναγκαιότητες που προκαλούν και υποχρεώνουν τον οργανισμό να εκφραστεί. (ΜΑΡΙΝΟΣ Γ., 1980, ΣΕΛ.237-238)

Σύμφωνα με τη θεωρία της μάθησης, το άτομο αντιδρά σύμφωνα με τα ερεθίσματα του περιβάλλοντος. Οι αντιδράσεις που φέρουν κάποιο επιθυμητό αποτέλεσμα επαναλαμβάνονται από το άτομο με μεγάλη ευκολία. Το οινόπνευμα περιέχει μια πρωτοπαθή θετική επίδραση στο χρήστη. Αυτή η θετική εμπειρία ενεργεί έτσι ώστε το άτομο να επιθυμεί να κρατηθεί σε αυτή την κατάσταση ή να προσπαθεί να επιτύχει την επανάληψη αυτού του συναισθήματος με τη χρήση της ουσίας. (www.in.gr/neanikosalkoolismos)

Στην ελληνική κοινωνία, το αλκοόλ κατέχει σημαντική θέση στην καθημερινή κοινωνική συναλλαγή. Κάθε είδους γιορτή ή εκδήλωση, ακόμα και σοβαρές επαγγελματικές συσκέψεις, προϋποθέτουν την κατανάλωση της αλκοόλης. Ο τρόπος με τον οποίο είναι οργανωμένη η διεκπεραίωση των περισσότερων κοινωνικών συναλλαγών, δεν αφήνει πολλά περιθώρια επιλογής στο άτομο, αφού το οδηγεί στη χρήση του οινοπνεύματος και κατ'επέκταση στη συμβολοποίησή του. Έτσι, οι συνήθειες που αποκτά το άτομο κατά τη διάρκεια της χρήσης της αλκοόλης ενισχύουν τη δράση της στον ψυχισμό και στον τρόπο ζωής του. (ΤΣΑΡΟΥΧΑΣ, 2000, ΣΕΛ.86)

Αυτό, έρχεται να επιβεβαιώσει και η θεωρία της ψυχολογίας της ανάπτυξης, η οποία αναφέρεται, εκτός των άλλων, και στη διαταραχή του Εγώ με δευτερογενή χαρακτήρα. Η διαταραχή αυτή αναπτύσσεται κατά το χρόνο της ανάπτυξης και της εγκαθίδρυσης της εξάρτησης. Το άτομο καταναλώνει αλκοόλ κυρίως από περιβαλλοντική συνήθεια, χωρίς να βιώνει κάποιο πρόβλημα ή να προσπαθεί να χαλαρώσει ενδοψυχικά. Ιδίως για τα άτομα νεαρής ηλικίας, το κίνητρο είναι η μίμηση ή η ταύτιση με τις αλκοολικές συνήθειες του περιβάλλοντος. (www.in.gr/neanikosalkoolismos)

Πολλά άτομα, κυρίως νέοι, κάνουν χρήση αλκοόλ υπό κοινωνική πίεση. Η ανάγκη τους να ενταχθούν σε μία κοινωνική ομάδα, ο φόβος της απόρριψης εξαιτίας της μη αποδοχής συμπεριφορών, ακόμα και η επιθυμία τους για συναισθηματική επικοινωνία με άλλα άτομα, ιδίως όταν αυτή η επικοινωνία συνοδεύεται από αδυναμία, (www.in.gr/neanikosalkoolismos) καθιστούν το αλκοόλ ως μία σημαντική βοήθεια. Συχνά, οι νέοι πιέζουν τον εαυτό τους, έτσι ώστε να μάθει να πίνει, απλά και μόνο για να μη θεωρηθούν «απροσάρμοστοι» όσον αφορά τους κανόνες «ομαδικής» συμπεριφοράς.

Η ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΧΡΗΣΤΗ

Τη συμπεριφορά τη συνθέτουν όλων των ειδών οι αντιδράσεις, συνειδητές και ασυνειδητές. Το άτομο αντιδρά σε ερεθίσματα που προέρχονται είτε από τον εξωτερικό είτε από τον εσωτερικό του κόσμο. Κάθε άτομο είναι εξοπλισμένο από τη φύση του με δυνατότητες να αντιδρά στα ερεθίσματα. Η αντίδραση στα ερεθίσματα, ανεξάρτητα από τη μορφή που παίρνει, ονομάζεται συμπεριφορά. (ΝΑΣΙΑΚΟΥ, ΜΑΡΑΤΟΥ, ΝΑΥΡΙΔΗΣ, ΔΡΑΓΩΝΑ, ΤΕΤΤΕΡΗ, 1996, ΣΕΛ.7)

Κάθε ανθρώπινη συμπεριφορά είναι διαφορετική, αφού κάθε ανθρώπινη προσωπικότητα είναι μοναδική. Το κάθε άτομο γεννιέται με διαφορετικές δυνατότητες, αναπτύσσεται σε διαφορετικό περιβάλλον και βιώνει διάφορες εμπειρίες με διαφορετικό τρόπο.(ΝΑΣΙΑΚΟΥ, ΜΑΡΑΤΟΥ, ΝΑΥΡΙΔΗΣ, ΔΡΑΓΩΝΑ, ΤΕΤΤΕΡΗ, 1996, ΣΕΛ.8)

Στα πρώτα χρόνια της ενήλικης ζωής του, το άτομο συνεχίζει να αναζητά την ταυτότητά του. Συχνά, η νεότητα είναι μια προέκταση της εφηβικής ηλικίας, με όλες τις συγκρούσεις και τις αντιφάσεις που χαρακτηρίζουν αυτή την περίοδο. Κατά τη νεανική ηλικία το άτομο καλείται να αναλάβει πολύ πιο συγκεκριμένους κοινωνικούς ρόλους:

- επιλογή επαγγέλματος,
- επιλογή σταδιοδρομίας,
- επιλογή συντρόφου, και κατ' επέκταση
- συζυγικό και γονεϊκό ρόλο.

Οι κυριότερες ανησυχίες του ατόμου σε αυτή τη φάση είναι:

- η αναζήτηση ενός στενού δεσμού, λόγω της ανάγκης για συντροφικότητα, η ταύτιση με τους κοινωνικούς θεσμούς και τον πολιτισμό, στα πλαίσια του οποίου επιλέγουν να ζήσουν. ΝΑΣΙΑΚΟΥ, ΜΑΡΑΤΟΥ, ΝΑΥΡΙΔΗΣ, ΔΡΑΓΩΝΑ, ΤΕΤΤΕΡΗ, 1996, ΣΕΛ.135)

Σύμφωνα με την ψυχολογία της ανάπτυξης η εφηβεία είναι η γέφυρα που οδηγεί το «παιδί του σχολείου» στην ενήλικη ζωή. Ολοκληρώνεται η σωματική ωρίμανση και αρχίζει να οριοθετείται η κοινωνική ωρίμανση μέσω της οικογένειας και της ανίχνευσης νέων

δεσμών, υποκειμενικά επιλεγμένων. Ψυχικά τη φάση αυτή, χαρακτηρίζει ένας νέος προσανατολισμός αξιών. Γενικότερα, η εποχή αυτή χαρακτηρίζεται από ισχυρή αβεβαιότητα, εξτρεμιστικές τοποθετήσεις, απώλεια προσανατολισμού. (www.in.gr/neanikosalkoolismos)

Η ισχυρή αμφιθυμία, τα επίπεδα εκπαίδευσης της κοινωνίας και τα στοιχεία της εκάστοτε κατάστασης, επηρεάζουν την αδιαμόρφωτη νεαρή προσωπικότητα μέχρι να πάρει την οριστικά τελειωτική της μορφή.

Συχνά, τα ιδιαίτερα προσωπικά στοιχεία του ατόμου, που εμφανίζονται στην εφηβεία με τη μορφή ιδιαίτερων δοκιμασιών για το ίδιο (αμφισβήτηση γονεϊκού προτύπου, απόρριψη από συνομηλίκους, αναζήτηση ανεξαρτησίας και αυτονομίας κτλ) του δίνουν κάποια προδιάθεση για την ανάπτυξη εξαρτημένης συμπεριφοράς. (ΤΣΙΑΝΤΗΣ Ι., 2002, ΣΕΛ 78-79) Σε αυτή η φάση έρχεται η ουσία, και στη συγκεκριμένη περίπτωση το αλκοόλ, να προσφέρει στο νεαρό άτομο την έστω και εφήμερη δυνατότητα αντιμετώπισης των ενδοψυχικών του εντάσεων, που είναι αποτέλεσμα των παραπάνω συγκρούσεων και προβλημάτων.

Η δράση του οινοπνεύματος αφορά τρία επίπεδα του ψυχικού κόσμου του κάθε ατόμου:

1. το επίπεδο των διαπροσωπικών σχέσεων, όπου η ουσία χρησιμοποιείται σαν υποκατάστατο,
2. το επίπεδο των συναισθημάτων, όπου η ουσία «βοηθάει» το χρήστη να κατευθύνει ή να χειριστεί δυσάρεστα για τον ίδιο συναισθήματα,
3. το επίπεδο της συνείδησης, όπου η ουσία «απελευθερώνει» το χρήστη από την υποχρέωσή του να προσανατολίζει τη συμπεριφορά του βάση της αντικειμενικής πραγματικότητας. Αυτή η «απελευθέρωση» βιώνεται σαν λύτρωση από το χρήστη.

Αναλυτικότερα, συχνά τα νεαρά άτομα νιώθουν το αίσθημα της έλλειψης κατανόησης από τους άλλους, πράγμα που οδηγεί στη μόνωση και την έλλειψη δεσμών. Οι χαλαρές οικογενειακές σχέσεις, ιδίως όταν παρουσιάζονται συναισθηματικά ελλειψείς, οι επιφανειακές ή και ανύπαρκτες φιλικές σχέσεις, καθώς και η απουσία κοινωνικών δεσμών αποτελούν χαρακτηριστικές καταστάσεις για πολλούς νέους. Η επιθυμία για αναγνώριση και διαπροσωπικές σχέσεις και η προσπάθεια για να ξεφύγουν από τη μόνωση αποτελούν κίνητρα για τη χρήση οινοπνεύματος, καθώς μέσω αυτού οδηγούνται στην ταύτιση και την ένταξη σε ομάδες που τις χαρακτηρίζει η χρήση αλκοόλ. Έτσι, αυξάνεται η δυνατότητα για διαπροσωπικές σχέσεις, για επικοινωνία και σύναψη σχέσεων.

Τα νεαρά άτομα παρουσιάζουν έλλειψη ικανότητας επεξεργασίας των συναισθημάτων, κυρίως όταν πρόκειται για συναισθήματα επιθετικότητας και κατάθλιψης. Η απογοήτευση που συχνά χαρακτηρίζει την πραγματικότητα ενός νέου προκαλεί επιθετικά συναισθήματα. Η ανικανότητα εκτόνωσης αυτών των συναισθημάτων οδηγεί σε απώθηση και στη δημιουργία καταθλιπτικού συναισθήματος, το οποίο και εξουδετερώνεται μέσω του οινοπνεύματος.

Συχνά, το οινόπνευμα συμβολίζει την απελευθέρωση και τη διαφοροποίηση από το κατεστημένο. Έτσι, ενισχύει τη δύναμη της δράσης του στον ψυχισμό των νέων. Το αλκοόλ χρησιμοποιείται από πολλά νεαρά άτομα ως μέσο αντίστασης, ως βοήθημα στην αποκατάστασή του από τους ψυχαναγκασμούς που επιβάλλει η πραγματικότητα, αλλά και ως μέσο για την πολυπόθητη κατάκτηση της «απόλυτης ελευθερίας» του. (www.in.gr/neanikosalkoolismos)

ΤΟ ΕΙΔΟΣ ΤΗΣ ΟΥΣΙΑΣ

Το αλκοόλ είναι μια ουσία που προσφέρει μια απόδραση από τη δυσάρεστη πραγματικότητα, δημιουργεί κέφι, μειώνει τις αναστολές, εξαλείφει την ένταση και διευκολύνει τις κοινωνικές σχέσεις. Προσφέρει με λίγα λόγια, στιγμές ανακούφισης από τη στενοχώρια και τις στρεσογόνες καταστάσεις της πραγματικότητας.

Το αλκοόλ δρα στο κεντρικό νευρικό σύστημα δημιουργώντας συνθήκες ευεξίας και μια αίσθηση απελευθέρωσης του χρήστη, με τις όποιες συνέπειες μπορεί αυτό να επιφέρει στο υποσυνείδητό του, ότι λειτουργεί σαν άτομο πλέον απελευθερωμένο. (ΤΣΑΡΟΥΧΑΣ Κ., 2000, ΣΕΛ. 46)

Οι νέοι μεγαλώνουν σε μια κοινωνία, όπου το αλκοόλ βρίσκεται παντού, και δεν προκαλεί έκπληξη το γεγονός ότι θέλουν να πειραματιστούν με αυτό. Κάτι τέτοιο βέβαια δε σημαίνει ότι θα οδηγηθούν στην αλόγιστη χρήση του, ούτε ότι θα εθιστούν σε αυτό.

Αναπόφευκτα όμως, ορισμένα νεαρά άτομα, θα εκτεθούν στον κίνδυνο. Συνήθως, οι πρώτες εμπειρίες χρήσης της αλκοόλης συνδέονται με έντονα πρωτόγνωρα συναισθήματα. Γεμάτα, λοιπόν, αυτοπεποίθηση και χαλάρωση τα άτομα αυτά, έχουν την εντύπωση ότι με το συγκεκριμένο τρόπο αποδεικνύουν ιδιαίτερες ικανότητες, όπως τόλμη και γνώσεις, και εκτός αυτού, γίνονται και αποδεκτά από την ομάδα. (MARTIN HERBERT, 1992, ΣΕΛ.172)

Η αλκοόλη παρουσιάζεται ως θαυματουργή ουσία που υποτίθεται ότι λύνει όλα τα προβλήματα της ανάπτυξης και της ζωής σε ένα κόσμο γεμάτο ένταση. Αυτό, σε συνδυασμό με όσα έχουν προαναφερθεί, την τοποθετούν στις πρώτες θέσεις προτίμησης και κατανάλωσης.

3.3. Η ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ ΩΣ ΠΡΟΤΥΠΟ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΣΤΗ ΧΡΗΣΗ ΑΛΚΟΟΛ

Η οικογένεια αποτελεί την κατεξοχήν κοινωνική ομάδα μέσα στην οποία βιώνονται αλληπάλληλες εμπειρίες, συντελείται η βιολογική, ψυχική και κοινωνική ωρίμανση του ατόμου και καλύπτονται ή όχι οι βασικές του ανάγκες. Αποτελεί το πιο καθοριστικό κοινωνικό σύστημα για την μετέπειτα εξέλιξη του ατόμου. Στην οικογένεια υπάρχουν κατάλληλα οργανωμένες σχέσεις έτσι ώστε να αποτελεί ένα χώρο οικειότητας, υποστήριξης και προστασίας, ένα χώρο για τη συναισθηματική, νοητική, σωματική, κοινωνική ύπαρξη και εξέλιξη για τα μέλη της. (ΝΑΣΙΑΚΟΥ, ΜΑΡΑΤΟΥ, ΝΑΥΡΙΔΗΣ, ΔΡΑΓΩΝΑ, ΤΕΤΤΕΡΗ, 1996, ΣΕΛ.164)

Η παροχή κατοικίας και τροφής, η κάλυψη διαφόρων υλικών αναγκών, η προστασία από εξωτερικούς κινδύνους αποτελούν μέρος των ευρύτερων λειτουργιών της οικογένειας. Ο σύνδεσμος μεταξύ των μελών της, η κάλυψη των συναισθηματικών αναγκών τους, η ευκαιρία να αναπτύξουν την προσωπική τους ταυτότητα διατηρώντας παράλληλα μέρος και της οικογενειακής τους ταυτότητας, η υποστήριξη της δημιουργικότητας και των πρωτοβουλιών του κάθε μέλους, εντάσσονται στην ψυχολογική λειτουργία της οικογένειας. Μέσα στην οικογένεια τα παιδιά εκτίθενται στις αξίες της κοινωνίας, στους αντρικούς και γυναικείους ρόλους και προετοιμάζονται να αποδεχτούν κοινωνικές ευθύνες. Όλα αυτά ανάγονται στην κοινωνική λειτουργία της οικογένειας. Επιτυγχάνεται έτσι μια εσωτερική συνέχεια ανάμεσα στο άτομο, την οικογένεια και την κοινωνία. (Όπως παραπάνω)

Η οικογένεια εκτός του ότι αποτελεί ένα δυναμικό θεσμό που αποσκοπεί στην εξασφάλιση της συνέχειας της κοινωνίας θεωρείται και ως πρότυπο των νέων. Από τα πρώτα τους βήματα μέχρι και την ενηλικίωση τους οι γονείς αποτελούν πρότυπο γιατί μεταφέρουν μηνύματα και μέσα από τις πράξεις τους αλλά και από τα λόγια τους. Όταν οι γονείς παρουσιάζουν πρότυπα σταθερής και υπεύθυνης συμπεριφοράς αντιμετωπίζοντας τα προβλήματα τους με ρεαλιστικό τρόπο και αντιμετωπίζοντας τις καταστάσεις με ψυχραιμία, τότε είναι πολύ πιθανό το ίδιο να κάνουν και τα παιδιά τους. (ΤΖΩΝ ΚΟΝΓΚΕΡ, 1981, ΣΕΛ.84)

Στα πλαίσια της οικογένειας και σε μια διαρκή σχέση αλληλεπίδρασης με τα άτομα που συγκροτούν το οικογενειακό περιβάλλον, ο νέος διαμορφώνει μια αντίληψη του κοινωνικά αποδεκτού, αφομοιώνει τις αξίες, τα πρότυπα συμπεριφοράς τους κανόνες και λειτουργεί σύμφωνα με αυτά. Ένα τμήμα της γνώσης που ο νέος αποκτά στα πλαίσια της οικογένειας αποτελεί προϊόν μεθοδευμένης και συνειδητής προσπάθειας των γονέων.

Ο νέος, με τη βοήθεια της οικογένειας, μπορεί να ωριμάσει πνευματικά, να προοδεύσει γνωστικά, να διαπαιδαγωγηθεί και να γαλουχηθεί με αξίες και αρχές, να

καλλιεργηθεί και να σφυρηλατηθεί ηθικά ούτως ώστε να είναι πλήρως εφοδιασμένος όταν κληθεί να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις τις προσωπικές και της κοινωνίας. Παρέχει πρότυπα ισχυρά με το να εξοικειώνει το νέο με τους κοινωνικούς ρόλους που μελλοντικά αναλαμβάνει και με το να πειθαρχεί και να ελέγχει αποτρέποντας τον από την αποκλίνουσα συμπεριφορά. Η οικογένεια προσπαθεί να κρατά τις ισορροπίες ανάμεσα σε αυτόν και στην ίδια, να διατηρεί την αρμονία με το κοινωνικά αποδεκτό και με τους κανόνες της οικογένειας γιατί η ισορροπία ανάμεσα στον ίδιο και σε κάθε είδους σχέση (διαπροσωπική-εργασιακή κ.α.) θα του είναι χρήσιμη και στην μετέπειτα πορεία του.

Η οικογένεια συνεξελίσσεται μαζί με το περιβάλλον της. Από τα έξω, η οικογένεια υπόκειται στην επίδραση του περιβάλλοντος, του πολιτισμού, της κοινωνίας και άλλων συστημάτων τα οποία κυβερνούνται από κανόνες και αλλάζουν συνεχώς. Από τα μέσα, η οικογένεια επηρεάζεται από την ανάπτυξη των μελών της οικογένειας και των σχέσεών τους με τους άλλους. Η οικογένεια έχει πλέον εμπειρίες από συνεχόμενες ταλαντεύσεις καθώς κινείται μέσα στον κύκλο της ζωής της. Αυτές οι ταλαντεύσεις μπορούν να απαιτούν αναδιοργάνωση και προσαρμογή από την οικογένεια. (ΧΟΥΡΔΑΚΗ Ε., 2002, ΣΕΛ.1)

Το σύμπτωμα πιστεύεται ότι εμφανίζεται όταν η οικογένεια δεν έχει κανονικά προσαρμοστεί στις αναταραχές ή στα μεταβατικά σημεία του κύκλου ζωής της. Αυτά περιλαμβάνουν αλλαγές:

1. στη σύνθεση π.χ. η γέννηση ενός παιδιού, το διαζύγιο, ο θάνατος,
 2. στην ανάπτυξη των ατόμων π.χ. μετανάστευση, αλλαγή κατοικίας, αλλαγή εργασίας, συνταξιοδότηση και
 3. απρόσμενες αλλαγές π.χ. αρρώστια, ατύχημα, οικονομικές δυσκολίες κ.α.
- (ΧΟΥΡΔΑΚΗ Ε., 2002, ΣΕΛ.2)

Τέτοιες αλλαγές μπορεί να απαιτούν διαπραγματεύσεις των νέων κανόνων ή των δομών της οικογένειας. Οι αλλαγές σε οποιοδήποτε μέλος της οικογένειας επηρεάζουν όλα τα άλλα μέλη τα οποία ανταποκρινόμενα κάνουν επίσης αλλαγές σε μια προσπάθεια να διατηρήσουν την ισορροπία της οικογένειας. Υπάρχει δηλαδή αλληλεξάρτηση μεταξύ τους.

Η απότομη μεταβολή που παρατηρήθηκε στην ελληνική οικογένεια που από αγροτική έγινε αστική χωρίς την ανάλογη προσαρμογή της, δημιούργησε πολλά προβλήματα στα μέλη της και στις μεταξύ τους σχέσεις. Έτσι, η αναπροσαρμογή των ρόλων στις διαπροσωπικές σχέσεις μεταξύ των συζύγων, των γονέων και των παιδιών δημιουργεί εντάσεις που δυσκολεύουν την επικοινωνία και πολλές φορές οδηγούν στην άσκηση βίας, στη διάσπαση της οικογένειας και το διαζύγιο.

Οι δυσλειτουργίες στις ενδοοικογενειακές σχέσεις συνδέονται με την ανάπτυξη «παθολογικών» συμπεριφορών. Η απουσία στενής σχέσης με το παιδί, η έλλειψη ενδιαφέροντος, η υπερβολική αυστηρότητα ή η υπερβολική υποχωρητικότητα είναι

παράγοντες αιτιοπαθογενετικοί και συνδέονται με την ανάπτυξη συμπεριφορών που συχνά οδηγούν στη χρήση αλκοόλ.

Οι επιπτώσεις της βίαιης συμπεριφοράς είναι δραματικές κυρίως για τα παιδιά που αισθάνονται απόρριψη και ενοχές και εκδηλώνουν ψυχολογικές διαταραχές στις προσωπικές τους σχέσεις. Ο ψυχολογικός τραυματισμός που υφίστανται τα ωθεί να επιζητούν την παρέα των συνομηλίκων τους εκτός της οικογένειας, να διαπράττουν ίσως αξιόποινες πράξεις και τα καθιστά επιρρεπή στη χρήση τοξικών ουσιών και αλκοόλ. (ΧΟΥΡΔΑΚΗ Ε., 2002, ΣΕΛ.1)

Οι προτεινόμενες ερμηνείες ως προς τη σχέση της οικογένειας με τη χρήση του αλκοόλ αναφέρονται σε:

1. βιολογικές
2. ψυχολογικές και
3. κοινωνικές θεωρίες, καθώς και σε:
 - α) δημογραφικά στοιχεία και β) οικογενειακή δομή.

Αναλυτικότερα, η θεώρηση της κληρονομικότητας της χρήσης αλκοόλ διαμέσου γενετικών μηχανισμών απασχόλησε αρκετά τη σχετική επιστημονική κοινότητα. Μερικοί εξηγούν το φαινόμενο βασιζόμενοι στη γενετική θεωρία (Goodwin, Schuckit). Παρ' όλα αυτά η βιολογική τάση για χρήση αλκοόλ δικαιολογεί ένα μόνο μικρό ποσοστό των περιπτώσεων κατάχρησής του και αυτό ιδιαίτερα μεταξύ των παιδιών με πατέρα χρήστη. Ακόμα και σε οικογένειες που μπορεί να έχουν προίστορία αλκοολισμού, η διεργασία με την οποία το παιδί εξελίσσεται σε χρήστη, επηρεάζεται σημαντικά από βιο-ψυχολογικούς παράγοντες.

Η ερμηνευτική θεωρία της κοινωνικής μάθησης υποστηρίζει ότι οι διάφορες, βασικές κοινωνικές μονάδες επηρεάζουν αποφασιστικά τις κοινωνικές εκδηλώσεις και τις συνήθειες των ατόμων, μεταξύ των οποίων και τη χρήση αλκοόλ. (www.in.gr/neanikosalkoolismos)

Η πρώτη εμπειρία του ατόμου αναφορικά με το αλκοόλ και τη χρήση του αποκτάται στα πλαίσια του οικογενειακού του περιβάλλοντος. Εδώ, ο ρόλος της οικογένειας έγκειται στο ότι παραδειγματίζει τα νεαρά άτομα για το πώς θα πίνουν, σε ποιες περιπτώσεις και με ποια λογική επιτρέπεται και πρέπει να γίνεται η χρήση του οινοπνεύματος. Πρόκειται λοιπόν για μίμηση της συμπεριφοράς σημαντικών προσώπων του οικογενειακού περιβάλλοντος, τα οποία αντιμετωπίζονται από τα νεότερα μέλη ως πρότυπα. (Bandura)

Η ίδια διαδικασία υιοθετείται και όταν αντικείμενο μίμησης αποτελούν πρόσωπα με κοινωνική προβολή, αν και η τάση για μίμηση της συμπεριφοράς των γονέων υπερισχύει.

Η επιρροή αυτή των γονέων προς τα παιδιά τους συνίσταται στο ότι το παιδί δεν έμαθε να αντιμετωπίζει τα διάφορα προβλήματα ή τις έντονες καταστάσεις χωρίς να καταφεύγει στη χρήση οινοπνεύματος. Παρά του ότι έχει βιώσει τυχόν τραυματικές συνέπειες της χρήσης αυτής, υιοθετεί εξαρτημένη συμπεριφορά, προκειμένου να ξεπεράσει τα προσωπικά του προβλήματα.

Στην οικογένεια, οι ενήλικες αποτελούν, συν τις άλλους, πρότυπο για διάφορους τύπους συμπεριφοράς απέναντι στο αλκοόλ. Η ένταξη της οικογένειας στο κοινωνικό περιβάλλον θεωρείται ο συνδετικός κρίκος μεταξύ των ατομικών παραγόντων (ψυχολογικών αλλά και βιολογικών) και του ευρύτερου πλαισίου μέσα στο οποίο ζει το νεαρό άτομο. Με βάση αυτό το μοντέλο, ο νέος μαθαίνει τις κοινωνικές συμπεριφορές, που περιέχουν και τη χρήση αλκοόλ, κατά τη διάρκεια της διαδικασίας της κοινωνικοποίησης, που συντελείται και μέσω των διαντιδράσεων με άτομα που ασκούν επιρροή στο νέο, όπως είναι οι γονείς, τα μεγαλύτερα αδέρφια αλλά και οι συνομήλικοι.

Οι σχέσεις μεταξύ γονέων και παιδιών θεωρούνται ως ιδιαίτερα ισχυρές και πρωταρχικές, κάτι που συναντάται κυρίως κατά τα πρώτα στάδια της ανάπτυξης, ενώ οι σχέσεις αυτές θέτουν συχνά τις βάσεις για τις επιλογές που κάνουν τα νεαρά άτομα, όταν συνάπτουν φιλίες με τους συνομηλίκους τους.

Οι παράγοντες της οικογενειακής δομής που επηρεάζουν τη στάση του νεαρού ατόμου απέναντι στο αλκοόλ, είναι:

- οι χωρισμένοι γονείς
- η ύπαρξη ενός ή δύο γονέων
- το μέγεθος της οικογένειας
- η διαφορά ηλικίας μεταξύ των παιδιών-η σειρά που αυτά έχουν γεννηθεί.

Έρευνα σε εφήβους έδειξε ότι οι προερχόμενοι από οικογένεια με ένα ή με θετό γονέα καταναλώνουν συχνότερα αλκοόλ, σε σύγκριση με τους εφήβους « κανονικών» οικογενειών, όπου στους πρώτους η κατανάλωση αλκοόλ εκτός από συχνότερη, ήταν και σε μεγαλύτερη ποσότητα. Συσχέτιση διαπιστώθηκε και ως προς τη χρήση αλκοόλ από τους γονείς (Burnside *et al.*, 1986) καθώς ανάλογα υπήρξαν τα ευρήματα και σε μαθητές γυμνασίου (Barnes and Windle, 1987). Εκτός από τη χρήση αλκοόλ, οι ίδιες συσχετίσεις παρατηρήθηκαν και για τη χρήση των υπολοίπων εθιστικών ουσιών (Selnow, 1987).

Οι Blane and Barry (1973, 1975) αναφέρουν ότι σε οικογένειες με δύο ή περισσότερα παιδιά, ο αριθμός χρηστών αλκοόλ ήταν μεγαλύτερος στα αγόρια που γεννήθηκαν τελευταία. Η σχέση όμως μεταξύ σειράς γέννησης και κατάχρησης αλκοόλ είναι αμφισβητήσιμη, αν και ορισμένοι υποστηρίζουν ότι υπάρχει κάποια συνάφεια (Steinglass and Robertson, 1993). (ΑΝΥΦΑΝΤΑΚΗΣ, 1999, ΣΕΛ.31-34)

3.4. ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΙ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

Η ανθρώπινη ζωή είναι μια πραγματικότητα ατομική και ταυτόχρονα κοινωνική. Η κοινωνία και το άτομο είναι έννοιες που δε μπορούν να διαχωριστούν. Δεν είναι εφικτό να μελετήσουμε το άτομο έξω από το κοινωνικό σύνολο, στο οποίο ανήκει. Οι διάφοροι τύποι κοινωνιών, μέσα στους οποίους γεννιούνται και αναπτύσσονται τα άτομα, δημιουργούν και μπορούν να αξιοποιήσουν διαφορετικούς τύπους ατομικής εμπειρίας και συμπεριφοράς.

Οι κοινωνικές αξίες, οι θρησκευτικές και πολιτικές ιδέες_αλλά και όλα τα νοητικά προϊόντα της κοινωνίας και του πολιτισμού επιδρούν στην ανθρώπινη συμπεριφορά, την ερμηνεύουν και τελικά τη διαμορφώνουν.

Κανένα ανθρώπινο χαρακτηριστικό δε κληρονομείται απλώς, και δε μπορεί να αναπτυχθεί, χωρίς τη γενετική προικοδότηση, που προμηθεύει τις προϋποθέσεις για την ανάπτυξή του. Κάθε χαρακτηριστικό του ατόμου, της ατομικής συμπεριφοράς ή προσωπικότητας, είναι αποτέλεσμα της αλληλεπίδρασης του γενετικού παράγοντα και του περιβαλλοντικού. (ΝΑΣΙΑΚΟΥ, ΜΑΡΑΤΟΥ, ΝΑΥΡΙΔΗΣ, ΔΡΑΓΩΝΑ, ΤΕΤΤΕΡΗ, 1996, ΣΕΛ.40)

Οι κοινωνικοί και πολιτισμικοί παράγοντες που οδηγούν στη χρήση ή και στην υπέρμετρη κατανάλωση αλκοόλ, αναλύονται παρακάτω:

Οι **κοινωνικές επαφές** επηρεάζουν σημαντικά το βαθμό κατανάλωσης οινοπνευματωδών ποτών, προς δύο διαμετρικά αντίθετες κατευθύνσεις: αφενός, η εξάρτηση από το αλκοόλ καταδικάζεται κοινωνικά και ο αλκοολικός αντιμετωπίζεται ως αποδιοπομπαίος τράγος. Αφετέρου, η κατά περίπτωση μέθη και η ικανότητα κατανάλωσης μεγάλης ποσότητας αλκοόλ, γίνεται αντικείμενο θαυμασμού και αντιμετωπίζεται ως «απόδειξη» δυναμικότητας. Έτσι, η **κοινή γνώμη** παίρνει θετική θέση απέναντι στην υπέρμετρη κατανάλωση αλκοόλ, θέτει σε κίνδυνο εξάρτησης τα επιρρεπή σε αυτό άτομα, τα οποία στη συνέχεια και καταδικάζει.(ΑΝΥΦΑΝΤΑΚΗΣ, 1999, ΣΕΛ.22)

Αν και η εμπειρία της ποτοαπαγόρευσης στις Η.Π.Α. και η εγκληματικότητα που τη συνόδευσε, αποτελεί παράδειγμα προς αποφυγή, είναι γεγονός ότι **η δυνατότητα πρόσβασης στο αλκοόλ**, συνδέεται στενά με την αύξηση του ποσοστού κατανάλωσής του και, γιατί όχι, με την αύξηση του αριθμού των αλκοολικών. Δεν είναι τυχαίο ότι την περίοδο 1941-1947, όταν η παραγωγή και ενδεχομένως η κατανάλωση του κρασιού μειώθηκε λόγω του πολέμου από 5 lit σε 1lit εβδομαδιαίως, η θνησιμότητα εξαιτίας κίρρωσης του ήπατος μειώθηκε επίσης κατά 80%.

Η χρήση του οινοπνεύματος δε διώκεται ποινικά, είναι κοινωνικά αποδεκτή και ταυτόχρονα οικονομικά προσιτή. Αυτές οι κοινωνικές διαστάσεις, **τιμή- νομιμότητα-**

κοινωνική αποδοχή, διατηρούν και αυξάνουν την κατανάλωση της αλκοόλης. (ΤΣΑΡΟΥΧΑΣ Κ., 2000, ΣΕΛ.87)

Η ενημέρωση του κοινού για την ύπαρξη ενός προϊόντος, στοχεύει ουσιαστικά στην αύξηση των πωλήσεων. Το αλκοόλ αποτελεί προϊόν ευρείας κατανάλωσης και η ύπαρξή του δεν διαφεύγει από την ανωτέρω φιλοσοφία. Τα **Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης** και ιδιαίτερα η **διαφήμιση** συμβάλλουν στην αύξηση της κατανάλωσης της αλκοόλης με τους εξής τρόπους:

- δημιουργούν πρότυπα τα οποία ενισχύουν τη μιμητική συμπεριφορά κυρίως των νέων οπότε και υιοθετούνται από αυτούς,
- επιβεβαιώνουν υπάρχουσες συμπεριφορές που ανταποκρίνονται στη νεανική κουλτούρα και συνδέουν την κατανάλωση του οινοπνεύματος με την κοινωνική και σεξουαλική επιτυχία. (ΤΣΑΡΟΥΧΑΣ Κ., 2000, ΣΕΛ.88)

Το **εργασιακό περιβάλλον** συχνά καθορίζει τις συνήθειες χρήσης αλκοολούχων ποτών, ιδίως όταν αφορά επαγγέλματα που συνδέονται στενά με το αλκοόλ. Οι ιδιοκτήτες μπάρ, κάβας ή οι υπάλληλοι αυτού του είδους επιχειρήσεων, φαίνεται ότι έχουν αυξημένες πιθανότητες προσωπικής κατανάλωσης. (ΑΝΥΦΑΝΤΑΚΗΣ, 1999, ΣΕΛ.21)

Στη χρήση αλκοόλ προτρέπουν επίσης και οι σκληρές συνθήκες εργασίας. Η βραδινή, μονότονη και ανθυγιεινή εργασία ωθούν σε μεγαλύτερη κατανάλωση αλκοόλης. Το οινόπνευμα χρησιμοποιείται κυρίως λόγω των «δυναμωτικών» ιδιοτήτων του.

Ο τρόπος ζωής ενός ατόμου θεωρείται επίσης παράγοντας αύξησης της κατανάλωσης αλκοόλ. Ορισμένα άτομα, όταν ζουν ή εργάζονται υπό συνθήκες πίεσης, όταν βιώνουν μια συναισθηματική σύγκρουση στο χώρο της εργασίας τους, στην οικογένεια ή αλλού, και δε νιώθουν ικανά να την αντιμετωπίσουν κατά τέτοιο τρόπο ώστε να αισθανθούν ηρεμία, καταφεύγουν στην κατανάλωση οινοπνευματωδών ποτών, με την ελπίδα ότι θα καταπραΰνουν τη δυσάρεστη κατάσταση στην οποία βρίσκονται. Αντίθετα όμως με την προσδοκία τους, η χρήση αλκοόλ επιδεινώνει τις συγκρούσεις με συνέπεια την εκ νέου προσφυγή στο αλκοόλ. Αυτό οδηγεί στη δημιουργία ενός φαύλου κύκλου. Ο χρήστης, μη μπορώντας να αντιληφθεί την κατάστασή του, αυξάνει την ποσότητα του αλκοόλ που καταναλώνει με αποτέλεσμα συχνά να παρουσιάζει συμπτώματα εξαρτημένης συμπεριφοράς. (ΑΝΥΦΑΝΤΑΚΗΣ, 1999, ΣΕΛ.21-22)

Οι διάφορες πολιτισμικές συνήθειες προσδιορίζουν επίσης τόσο το είδος και την ποιότητα του οινοπνευματώδους ποτού, όσο και τις περιστάσεις υπό τις οποίες αυτό επιτρέπεται να καταναλώνεται. Υπάρχουν κοινωνίες που για θρησκευτικούς λόγους (π.χ. ισλαμικές χώρες) απαγορεύουν τη χρήση αλκοόλ. Σε τέτοια πολιτισμικά πλαίσια δεν παρατηρείται το φαινόμενο του αλκοολισμού. Ακόμη, ο Ιουδαϊσμός για παράδειγμα, θέτει ορισμένους διαδικαστικούς περιορισμούς σε ό,τι αφορά τη χρήση αλκοόλ. (όπως παραπάνω) Υπάρχουν όμως και κοινότητες όπου ενώ η χρήση της αλκοόλης είναι κοινωνικά αποδεκτή, οι περιπτώσεις κατάχρησής της είναι σπάνιες. Παράδειγμα «ελεγχόμενης χρήσης»

του αλκοόλ αποτελεί η εβραϊκή κοινότητα, όπου τα παιδιά μαθαίνουν να κάνουν χρήση αλκοόλ στο οικογενειακό τους περιβάλλον. (ΤΣΑΡΟΥΧΑΣ Κ., 2000, ΣΕΛ.89) Αυτό καθιστά τη χρήση αποδεκτή και την κατάχρηση αξιόποινη συμπεριφορά (μη σημιτική).

Στις Μεσογειακές χώρες, όπου υπάρχει μεγάλη παραγωγή κρασιού (Ιταλία, Ισπανία, Γαλλία, Ελλάδα) η κατανάλωση αλκοόλ αποτελεί μέρος της παράδοσης και γίνεται συνήθως με τη συνοδεία τροφής. Αντίθετα, στις χώρες της Βόρειας και Κεντρικής Ευρώπης προτιμούνται υψηλόβαθμα αλκοολούχα ποτά, των οποίων η χρήση απέχει των γευμάτων. (ΑΝΥΦΑΝΤΑΚΗΣ, 1999, ΣΕΛ.22) Ακόμα, σε χώρες όπως η Ιρλανδία και οι Η.Π.Α. παρουσιάζονται σοβαρά προβλήματα κατάχρησης αλκοόλ αφού εκλείπει το στοιχείο της «ελεγχόμενης καταναλωτικής συμπεριφοράς» του αλκοόλ. (ΤΣΑΡΟΥΧΑΣ Κ., 2000, ΣΕΛ.89) Η κοινωνικά αποδεκτή θέση της αλκοόλης οδηγεί ακόμη και παιδιά, που προέρχονται από γονείς οι οποίοι απέχουν από την κατανάλωση αλκοόλ, στη χρήση ή και κατάχρησή του.

3.4.1. ΟΜΑΔΑ ΟΜΗΛΙΚΩΝ

Οι συνομήλικοι που μαζί τους ο νέος περνάει τον περισσότερο χρόνο παίζουν καθοριστικό ρόλο στην ψυχολογική και κοινωνική ανάπτυξη. Ο νέος εξαρτάται περισσότερο από τις σχέσεις με τους συνομηλικούς, επειδή οι δεσμοί με τους γονείς χαλαρώνουν και ο νέος νιώθει μεγαλύτερη ανεξαρτησία. (ΝΟΒΑ-ΚΑΛΤΣΟΥΝΗ Χ., 1995, ΣΕΛ.142) Βάσει αυτών των δεδομένων, μπορούμε να θεωρήσουμε ότι η ομάδα ομηλικών αποτελεί ακόμα ένα σημαντικό παράγοντα που μπορεί να παίξει σημαντικό και καθοριστικό ρόλο στη σχέση του νέου με την κατανάλωση αλκοόλ.

Συγκεκριμένα σε αυτή τη φάση της ζωής του νέου γίνεται επιτακτική η ανάγκη να μοιραστεί με τους συνομηλικούς του τα ποικίλα συναισθήματα του, τις αμφιβολίες του, τα όνειρα του και να γίνει αποδεκτός από το φιλικό του περιβάλλον. Η ομάδα των συνομηλικών έχει ως σκοπό να μυήσει το νέο στις αξίες της, στη συμπεριφορά της και στις αρχές της. Αυτό υποδηλώνει στο νέο ότι ανήκει κάπου και του παρέχει ασφάλεια για το μέλλον.

Οι ομάδες αυτές είναι περισσότερο ένα είδος «απαίτησης της κοινωνίας», παρά ελεύθερη επιλογή. Η κοινωνία προσδοκά από τον νέο γενικότερα να ανταποκριθεί σε ορισμένους κοινωνικούς ρόλους, μεταξύ των οποίων και η συμμετοχή σε διάφορες ομάδες «ομοίων». (ΝΟΒΑ-ΚΑΛΤΣΟΥΝΗ Χ., 1995, ΣΕΛ.142)

Οι κοινές εμπειρίες και οι αντιλήψεις που διαμορφώνονται στα πλαίσια των ομάδων αυτών συνιστούν από τη μια την οργάνωση της συμπεριφοράς προσδίδοντας σε αυτή κοινωνικό χαρακτήρα και από την άλλη την αλλαγή των ήδη υιοθετημένων προτύπων συμπεριφοράς.

Βασικά χαρακτηριστικά των ομάδων αυτών είναι η ομοιότητα και η ισότητα μεταξύ των νέων. Η αίσθηση της ισότητας απορρέει από το γεγονός ότι απουσιάζει η πραγματική αυθεντία (δάσκαλος, πατέρας) γεγονός που επηρεάζει ως ένα πολύ μεγάλο βαθμό τη συμπεριφορά του νέου. Οι ομάδες όμως αυτές, που δεν βρίσκονται κάτω από την επιρροή και τον άμεσο έλεγχο των ενηλίκων, συμβάλλουν στο να δοκιμάσει ο νέος μορφές συμπεριφοράς που στην οικογένεια αναγκάζεται να απωθήσει.

Η συμβολή της ομάδας των συνομηλίκων είναι μεγάλη γιατί ενισχύεται η αυτοπεποίθηση, γίνονται αποδεκτοί από τους συνομηλίκους τους και μπορούν με μεγαλύτερη ικανότητα να μεταφερθούν στη θέση του άλλου με αποτέλεσμα να μπορούν να επικοινωνούν μεταξύ τους. (NOBA-ΚΑΛΤΣΟΥΝΗ Χ., 1995, ΣΕΛ.147) Η ομάδα των συνομηλίκων σταδιακά αποδεσμεύει το νέο από την οικογένεια, αντικαθιστά το κενό της με την έντονη παρουσία της, τονίζει την αυτοεκτίμησή του, και ο νέος με τη σειρά του αποκτά προσωρινά ταυτότητα, υπακούει συνειδητά και ασπάζεται τους κανόνες, τις αρχές και τα πρότυπα συμπεριφοράς. Μέσα στην ομάδα ο νέος αισθάνεται ελευθερία, δεν καταπιέζεται, ανοίγεται, τολμά, αναθεωρεί απόψεις και καταστάσεις, δοκιμάζει καινούριες δεξιότητες και κάνει καινούριες ταυτίσεις.

Σύμφωνα με τις παραπάνω απόψεις, μπορούμε να θεωρήσουμε ότι ο νέος μέσω της ομάδας των συνομηλίκων του πιθανότατα μπορεί να έρθει σε επαφή με την κατανάλωση αλκοόλ. Υπάρχουν επίσης πολλές πιθανότητες αυτή αργότερα να εξελιχθεί σε πολύ συχνή χρήση ή ακόμα και κατάχρηση του αλκοόλ αν αναλογιστεί κανείς την συμβολή και των άλλων σημαντικών παραγόντων όπως π.χ. η κοινωνική πίεση για κατανάλωση αλκοόλ. Ειδικότερα, στα πλαίσια της κοινωνικής ζωής του νέου σήμερα συμπεριλαμβάνονται οι έξοδοι για διασκέδαση που σχετίζονται άμεσα με την κατανάλωση αλκοόλ (bar,club), που μπορεί για μερικούς να πραγματοποιούνται σε εβδομαδιαία βάση, όμως για κάποια άλλη μερίδα του νεανικού πληθυσμού (φοιτητές, νέοι που εργάζονται) να πραγματοποιούνται σε πολύ συχνότερα χρονικά διαστήματα (2-3 φορές εβδομαδιαίως). Φυσικά δε πρέπει να εξαιρέσουμε και άλλες κοινωνικές εκδηλώσεις στις οποίες καλείται να συμμετέχει ο νέος πολύ νωρίτερα ηλικιακά, δηλαδή πριν ολοκληρώσει τις σχολικές του υποχρεώσεις όπως οι χοροεσπερίδες και τα σχολικά party, ακόμα και οι πενθήμερες σχολικές εκδρομές, στις οποίες συμπεριλαμβάνεται η ελεύθερη χρήση αλκοόλ.

3.4.2. ΤΑ Μ.Μ.Ε. ΩΣ ΠΡΟΤΥΠΟ ΤΩΝ ΝΕΩΝ

Η τηλεοπτική διαφήμιση αποτελεί σοβαρό παράγοντα εξώθησης πολιτών, και ιδιαίτερα των εφήβων, στη βλαβερή συνήθεια της χρήσης αλκοόλ με σοβαρά επακόλουθα στην υγεία τους αλλά και στην κοινωνική τους ζωή. Εκτός από τη διαφήμιση, μεγάλη σημασία στην ανάπτυξη διάθεσης κατανάλωσης αλκοόλ έχουν και τα υπόλοιπα τηλεοπτικά θεάματα. Όταν

οι πρωταγωνιστές των σήριαλ παρουσιάζονται με ένα ποτήρι στο χέρι ή σε κατάσταση μέθης είναι προφανές ότι αυτό δημιουργεί επιπτώσεις. Ιδιαίτερα μάλιστα καθώς ο πρωταγωνιστής είναι ο «καλός» και οι πράξεις τους αναγνωρίζονται γενικότερα από το θεατή ως «πρέπουσες». Συνηθέστατα μάλιστα η κατανάλωση αλκοόλ από τον «ήρωα» δεν συνδυάζεται με δυσάρεστες συνέπειες, πράγμα ιδιαίτερα σημαντικό για το μήνυμα που εισπράττει ο θεατής. Βέβαια, οι «κακές» συμπεριφορές των «ηρώων» δεν αφορούν μόνο το αλκοόλ. (www.uk.geocities.com/antitygr/tv_info_8alc.htm.)

Η τηλεοπτική διαφήμιση των αλκοολούχων ποτών είναι πολύ μεγάλης έκτασης κι ασφαλώς αποτελεί παρότρυνση, ιδιαίτερα για τους νέους στην κατανάλωσή τους. Η εντυπωσιακή τηλεοπτική εικόνα αλλά και η σύγχυση του τηλεοπτικού μηνύματος με την πραγματικότητα «εξαναγκάζουν» ουσιαστικά στην αποδοχή των προτεινομένων. Έρευνες έχουν δείξει:

1) «Μέχρι την ηλικία των 18 ετών οι έφηβοι έχουν παρακολουθήσει στην τηλεόραση 75.000 διαφημίσεις για ποτά». (CQ Researcher, 1992) 2) « Η κατανάλωση αλκοόλ από τους τηλεοπτικούς ήρωες, παρουσιάζεται ως γοητευτική συνήθεια και χωρίς σοβαρές συνέπειες». (Atkin, 1984)

3) « Η τηλεοπτική διαφήμιση αλλάζει τις συνήθειες ως προς την κατανάλωση αλκοόλ. Τα νεαρά άτομα αναφέρουν ότι έχουν μεγαλύτερη διάθεση να πιουν αλκοόλ αφού παρακολουθήσουν διαφημίσεις αλκοολούχων από ότι έχουν συνήθως». (American Journal of Public Health, 1994, Austin 1994)

Μελέτες αποδεικνύουν ότι η αποδοτικότητα της τηλεοπτικής διαφήμισης είναι σαφώς μεγαλύτερη από κάθε άλλο μέσο. 1) « Οι διαφημίσεις αλκοολούχων στα αθλητικά προγράμματα το 1991 ήταν τουλάχιστον 3.3 ανά ώρα». (Madden, 1991) Όπως επίσης είναι σαφές ότι το κοινό των αθλητικών προγραμμάτων αποτελεί βασικό στόχο για τις εταιρίες παραγωγής αλκοολούχων.

« Μελέτη που έγινε σε περισσότερους από 2.600 μαθητές της τρίτης γυμνασίου, βρέθηκε ότι για κάθε μια ώρα παρακολούθησης βιντεοκλίπ, αυξάνεται στο 31% η επιθυμία για αλκοόλ μέσα στους επόμενους 18 μήνες».

Παρακάτω παρουσιάζεται ένας συγκεντρωτικός πίνακας Ευρωπαϊκών χωρών όσον αφορά την προώθηση του κρασιού, της μπίρας και των υπολοίπων αλκοολούχων ποτών από τα βασικά μέσα μαζικής ενημέρωσης που είναι η τηλεόραση και το ραδιόφωνο αλλά και το σύνολο των υπολοίπων Μ.Μ.Ε. Για την ευκολότερη μελέτη του πίνακα πραγματοποιήθηκε κωδικοποίηση του επιπέδου της προώθησης του αλκοόλ που επικρατεί στην εκάστοτε χώρα. Επομένως Α = απογόρευση, Π = περιορισμός και Ε = ελεύθερη προώθηση του αλκοόλ. Η ύπαρξη παύλας, όπως στην περίπτωση της Ελλάδας, σημαίνει ότι δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία. Συμπερασματικά, ο πίνακας αυτός παρουσιάζει μια ολοκληρωμένη εικόνα της κατάστασης που επικρατεί πανευρωπαϊκά σχετικά με τη διαφήμιση του αλκοόλ.

Χώρα	Αλκοολούχα ποτά			Κρασί			Μπίρα		
	TB	ΡΑΔΙΟ	M.M.E	TB	ΡΑΔΙΟ	M.M.E	TB	ΡΑΔΙΟ	M.M.E
Αυστρία	Π	Π	Ε	Π	Π	Ε	Π	Π	Ε
Βουλγαρία	Π	Π	Ε	Π	Π	Ε	Π	Π	Ε
Κροατία	Π	Π	Π	Π	Π	Π	Π	Π	Π
Τσεχία	Ε	Ε	Ε	Ε	Ε	Ε	Ε	Ε	Ε
Δανία	Α	Α	Ε	Α	Α	Ε	Α	Α	Ε
Εσθονία	Π	Π	Π	Π	Π	Π	Π	Π	Π
Φινλανδία	Α	Α	Π	Π	Π	Π	Π	Π	Π
Γαλλία	Α	Π	Π	Α	Π	Π	Α	Π	Π
Γερμανία	Ε	Ε	Ε	Ε	Ε	Ε	Ε	Ε	Ε
Ελλάδα	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ουγγαρία	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ισλανδία	Α	Α	Α	Α	Α	Α	Α	Α	Α
Ιταλία	Π	Π	Π	Π	Π	Π	Π	Ε	Π
Λετονία	Α	Α	Π	Π	Π	Π	-	-	-
Λιθουανία	Π	Π	-	Π	Π	-	Π	Π	-
Λουξεμ- Βούργο	Ε	Ε	Ε	Ε	Ε	Ε	Ε	Ε	Ε
Μάλτα	Ε	Ε	-	Ε	Ε	-	Ε	Ε	-
Ολλανδία	Ε	Ε	Ε	Ε	Ε	Ε	Ε	Ε	Ε
Νορβηγία	Α	Α	Α	Α	Α	Α	Α	Α	Α
Πολωνία	Α	Α	Α	Α	Α	Α	Α	Α	Π
Πορτο- Γαλία	Π	Π	-	Π	Π	-	Π	Π	-
Ρουμανία	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ρωσία	Π	Π	Α	Π	Π	Α	-	-	Α
Σλοβακία	Α	Α	Π	Α	Α	Π	Ε	Ε	Ε
Σλοβενία	Α	Α	Α	Α	Α	Α	Α	Α	Α
Ισπανία	Α	Π	Π	Π	Π	Π	Π	Π	Π
Σουηδία	Α	Α	Π	Α	Α	Π	Α	Α	Π
Ελβετία	Α	Α	-	Α	Α	-	Α	Α	-
Ουκρανία	Α	Α	Π	Α	Α	Π	-	-	Π
Ηνωμένο Βασίλειο	Ε	Ε	Ε	Ε	Ε	Ε	Ε	Ε	Ε

(www.alcoholconcern.org.uk/AERC/Europe/Stats/consumptionstats.htm)

Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΩΝ ΠΟΤΩΝ ΑΝΑ ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

Αγγλία

Δεν επιτρέπεται να δημοσιευτεί καμία διαφήμιση αλκοολούχων ποτών εάν το κοινό, στο οποίο απευθύνεται το μέσο είναι έστω και κατά τις 25 % κάτω των 18 ετών.

Σουηδία

Όλες οι διαφημίσεις αλκοολούχων ποτών είναι απαγορευμένες στην τηλεόραση, το ραδιόφωνο και γενικά τον τύπο.

Φινλανδία

Απαγορεύεται η διαφήμιση του αλκοόλ και των τσιγάρων και όπως έχει τονιστεί από την Υπουργό Υγείας της χώρας η διαφήμιση επηρεάζει την κατανάλωση. Μπορούν να διαφημιστούν κρασιά ή μη οινοπνευματώδη ποτά όταν αυτά συνδέονται με το φαγητό ή όταν δε κατευθύνονται και δεν επηρεάζουν τη νεολαία, πάλι όμως είναι υπό αυστηρό έλεγχο.

Νορβηγία

Η Νορβηγία διαθέτει αυστηρή απαγόρευση της διαφήμισης του αλκοόλ. Όλα τα είδη Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης που στοχεύουν στη προώθησή του είναι απαγορευμένα.

Ισπανία

Δεν επιτρέπονται τηλεοπτικές διαφημίσεις αλκοολούχων ποτών που έχουν περιεκτικότητα πάνω από 20 % και όλοι οι υπόλοιποι τύποι αλκοολούχων ποτών μπορούν να διαφημιστούν μόνο μετά τις 9.30 το βράδυ.

Γαλλία

Η διαφήμιση για το αλκοόλ είναι ελεγχόμενη αλλά όχι απολύτως απαγορευμένη, όπως των τσιγάρων. Απαγορεύεται στην τηλεόραση αλλά επιτρέπεται στα υπόλοιπα Μ.Μ.Ε. υπό τον όρο να περιλαμβάνει μια συμβουλή για τη χρήση με μέτρο και να δείχνει μόνο την ετικέτα και το σχήμα του μπουκαλιού.

Ελλάδα

Ακολουθείται μια ελαστική πολιτική, χωρίς ιδιαίτερου τύπου απαγορεύσεις. Με βάση στοιχεία εταιρειών που καταγράφουν τη διαφήμιση, η μετρούμενη δαπάνη για αλκοολούχα

ποτά έφθανε το 1998 τα 12 δισεκατομμύρια δραχμές. Στο ποσό δεν συμπεριλαμβάνεται η εξωτερική διαφήμιση σε αφίσες.

Πέρα βέβαια από τη διαφήμιση σε ραδιοφωνικούς, τηλεοπτικούς σταθμούς, περιοδικά, εφημερίδες, γιγαντοαφίσες, υπάρχει και η έμμεση διαφήμιση μέσω των χορηγιών (sponsoring) σε αθλητικές εκδηλώσεις, τηλεοπτικά και κυρίως ραδιοφωνικά προγράμματα.(ΤΣΑΡΟΥΧΑΣ Κ., 2000, ΣΕΛ.263-264) (βλ. Παράρτημα θεωρητικού μέρους, ΣΕΛ.138-141)

3.4.3. ΤΡΙΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΑΛΚΟΟΛ

Ύστερα από δωδεκαετή φοίτηση στην πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση ο νέος θέτει συνήθως ως πρωταρχικό στόχο την εισαγωγή του σε κάποια σχολή της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης {Πανεπιστήμιο ή Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα). Η υλοποίηση του συγκεκριμένου σκοπού προϋποθέτει σημαντικές προσπάθειες που απαιτούν συστηματικό διάβασμα και σκληρή προετοιμασία από το νέο.

Η εισαγωγή του σε κάποιο τμήμα ΑΕΙ ή ΤΕΙ του δίνει συχνά τη δυνατότητα και την ευκαιρία να ανεξαρτητοποιηθεί από το οικογενειακό και κοινωνικό του περιβάλλον και την ελευθερία να κάνει μόνος του επιλογές χωρίς τη γονεϊκή παρέμβαση και να αναπτύξει προσωπική πρωτοβουλία και κριτική ικανότητα. Συνήθως, όταν ο νέος προέρχεται από μια μικρή κοινωνία, όπου τα ήθη, τα έθιμα και οι κανόνες είναι αυστηροί ή μεγαλώνει μέσα σε μια υπερπροστατευτική οικογένεια, επιδιώκει αυτή την ελευθερία και αναζητά νέους ορίζοντες.

Στη φοιτητική κοινότητα ο νέος έχει τη δυνατότητα να αναπτύξει φιλίες που ίσως παίξουν σημαντικό ρόλο κατά τη διάρκεια της φοιτητικής του ζωής και στον τρόπο που θα επιλέξει να τη ζήσει. Όπως έχει ήδη αναφερθεί, η ομάδα των συνομηλίκων ρυθμίζει συχνά τις επιλογές των μελών της. Στα πλαίσια όμως της συγκεκριμένης ομάδας η επιρροή παρουσιάζει αυξανόμενες διαστάσεις, αφού η ανάγκη «του ανήκειν» είναι περισσότερο έντονη και η ένταξη και η αναγνώριση αποτελούν ίσως τις κυριότερες προτεραιότητες.

Το αλκοόλ είναι μια ουσία που λύνει τις αντιστάσεις και συνδέεται άρρηκτα με την κοινωνικότητα, τη χαλάρωση και την αποδοχή. Στα πλαίσια της φοιτητικής του ζωής ο νέος αντιμετωπίζει μεγαλύτερες πιθανότητες να βρεθεί σε κατάσταση μέθης. Η έντονη επιθυμία να δοκιμάσει όλα όσα είχε στερηθεί το χρονικό διάστημα που ήταν αφοσιωμένος στις μαθητικές του υποχρεώσεις και η ανάγκη του να ξεπεράσει τα γονεϊκά πρότυπα αποτελούν λόγους που μπορούν να τον οδηγήσουν στη χρήση αλκοόλ.

Το γεγονός ότι οργανώνονται εκδηλώσεις και party ακόμη και στον ίδιο το χώρο των φοιτητικών / σπουδαστικών κοινοτήτων, στις οποίες προσφέρεται άφθονο αλκοόλ, εντείνει την τάση προς την κατανάλωση του αλκοόλ. Επιπλέον, ο φοιτητής / σπουδαστής που

επιθυμεί να καταναλώσει αλκοόλ έχει δυνατότητα πρόσβασης είτε στο κυλικείο είτε στη λέσχη της εκάστοτε κοινότητας. Συγκεκριμένα στο Τ.Ε.Ι. Κρήτης (Ηρακλείου) ο κάθε σπουδαστής έχει τη δυνατότητα να προμηθευτεί αλκοόλ (μόνο μύρα) από τη λέσχη. Βέβαια ακόμα και αν δεν ίσχυε κάτι τέτοιο κάθε σπουδαστής μπορεί να προμηθευτεί αλκοολούχα ποτά (μύρα, κρασί,) είτε από το περίπτερο είτε από το super market που βρίσκεται απέναντι από την είσοδο του εν λόγω εκπαιδευτικού ιδρύματος. Τέλος, δε θα πρέπει να εξαιρέσουμε και τις δύο καφετέριες που βρίσκονται σε πάρα πολύ κοντινή απόσταση από το χώρο του Τ.Ε.Ι., στις οποίες διατίθεται κάθε είδους αλκοολούχου ποτού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ: ΝΕΟΙ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΑΛΚΟΟΛ

4.1. Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΑΛΚΟΟΛ ΑΠΟ ΤΟ ΜΑΘΗΤΙΚΟ ΠΛΗΘΥΣΜΟ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΕΒΡΟΥ

Τα τελευταία χρόνια έχει δοθεί ιδιαίτερο βάρος στο γεγονός ότι η χρήση αλκοολούχων ποτών αρχίζει να γίνεται από όλο και μικρότερης ηλικίας άτομα, κάτι που μπορεί να αποδειχθεί καθοριστικό τόσο για την υγεία τους, όσο και για τη μελλοντική συμπεριφορά τους απέναντι στα αλκοολούχα ποτά. Γενικότερα η εφηβική ηλικία είναι μια ιδιαίτερη περίοδος στην εξελικτική πορεία του ατόμου, κατά την οποία το άτομο καλείται να δοκιμάσει νέες συμπεριφορές, προκειμένου να οριοθετήσει την εφηβική και αργότερα την ενήλικη ταυτότητά του. Στις συμπεριφορές αυτές συγκαταλέγεται συχνά και η λήψη οινοπνευματωδών ποτών, εμπειρία που μπορεί να αποδειχτεί σημαντική για τη μετέπειτα ζωή του ατόμου. (ΑΝΥΦΑΝΤΑΚΗΣ Ι., 1999, ΣΕΛ.310)

Στο σημείο αυτό θα παραθέσουμε τα ερευνητικά αποτελέσματα της ίδιας έρευνας του Ι. Ανυφαντάκη που χρησιμοποιήσαμε και στο υποκεφάλαιο 2.4.1. και αφορούν την κατανάλωση οινοπνευματωδών ποτών από το μαθητικό πληθυσμό του νομού Έβρου. Τα αποτελέσματα της έρευνας μας δείχνουν ότι, η συντριπτική πλειονότητα των μαθητών κάνει χρήση αλκοολούχων ποτών ενώ οι περισσότεροι από αυτούς τα έχουν δοκιμάσει ήδη πριν τελειώσουν το γυμνάσιο. Ένα ιδιαίτερος σημαντικό συμπέρασμα είναι η άμεση σχέση που υπάρχει μεταξύ της κατανάλωσης οινοπνευματωδών ποτών και απουσιών από το σχολείο. Αξίζει να αναφέρουμε ότι μόνο το **2,8% των μαθητών** δεν έχουν πει ποτέ σε όλη τους τη ζωή αλκοολούχα ποτά ενώ αυτοί που δεν έχουν πει τον τελευταίο μήνα ανέρχονται σε **8 %** των μαθητών. Γενικότερα, σχεδόν οι μισοί μαθητές (**41,3%**) έχουν πει πάνω από 40 φορές σε όλη τους τη ζωή, ενώ στον τελευταίο χρόνο, το ποσοστό αυτό είναι **17,5%**. Παρατηρήθηκε, επίσης ότι το **13,2%** των μαθητών έχει μεθύσει πάνω από 6 φορές σε όλη του τη ζωή, ενώ το ποσοστό αυτό μειώνεται στο 5,5% για μέθη τον τελευταίο χρόνο και στο 1,4% για τον τελευταίο μήνα πριν τη διεξαγωγή της έρευνας. (ΑΝΥΦΑΝΤΑΚΗΣ Ι., 1999, ΣΕΛ.99-100) Οι μαθητές αναφέρουν ότι πίνουν, επειδή τους αρέσει η γεύση του ποτού και για να διασκεδάσουν με φίλους της ηλικίας τους, όταν βρίσκονται σε καφετέρια ή bar, ενώ νομίζουν ότι θα πίνουν και μετά από 5 χρόνια. Ως προς το φύλο, τα αγόρια υπερτερούν σαφώς των κοριτσιών, τόσο ως προς την ποσότητα, όσο και ως προς τη συχνότητα του λαμβανομένου αλκοόλ. Αντίστοιχα είναι τα αποτελέσματα και ως προς την ηλικία, όπου οι μεγαλύτεροι μαθητές πίνουν περισσότερο από τους μικρότερους, ενώ ως προς το είδος του ποτού αυτοί προτιμούν να πίνουν μπύρα, ούισκι, σφηνάκια ή κοκτέιλ. (ΑΝΥΦΑΝΤΑΚΗΣ Ι., 1999, ΣΕΛ.311) Γενικότερα στις επιλογές των μαθητών ως προς την τελευταία κατηγορία

φαίνεται ότι κυριαρχούν κατά σειρά προτίμησης η μύρα, το αναψυκτικό με αλκοόλ, το ουίσκι, το κονιάκ ή άλλο παρόμοιο ποτό, το σφηνάκι καθώς και το κρασί. Μάλιστα, σε αυτούς που πίνουν καθημερινά πρώτη έρχεται η μύρα (7,7%), ακολουθούμενη από τα κοκτέιλ (4,1%), το ουίσκι, τα σφηνάκια (3%) και τέλος το κρασί και το ούζο. Όσον αφορά την ηλικία έναρξης λήψης οινοπνευματωδών ποτών οι μαθητές άρχισαν να πίνουν, κατά μέσον όρο, στην Α΄ ή Β΄ Γυμνασίου, όπου ένα αρκετά υψηλό ποσοστό από αυτούς (**21,6%**), έχει αρχίσει να πίνει στην ΣΤ΄ Δημοτικού ή νωρίτερα, ενώ στη Γ΄ Γυμνασίου έχουν αρχίσει να πίνουν το **73,6%** του συνόλου των μαθητών. Τέλος, το **19,7%** έχει αρχίσει να πίνει από την Α΄ Λυκείου και μετά. (ΑΝΥΦΑΝΤΑΚΗΣ Ι., 1999, ΣΕΛ.96-97)

Επιπλέον πρέπει να αναφέρουμε ότι ως προς τους κυριότερους λόγους που ωθούν τους μαθητές στην κατανάλωση αλκοόλ, οι μικρότεροι μαθητές πίνουν περισσότερο για δοκιμή, από περιέργεια ή πλάκα, καθώς επίσης και για να κάνουν φιγούρα ενώ οι μεγαλύτεροι πίνουν συνήθως για να ηρεμήσουν, για να νιώσουν ευχάριστα ή για να απαλλαγούν από τα προβλήματά τους. Πρόκειται δηλαδή για λόγους συναισθηματικού χαρακτήρα. (ΑΝΥΦΑΝΤΑΚΗΣ Ι., 1999, ΣΕΛ.147-148)

Ειδικότερα, όσον αφορά την πολύ συχνή χρήση ή κατάχρηση αλκοολούχων ποτών βρέθηκε ότι το **27,4%** των μαθητών κάνει πολύ συχνή χρήση και το **15,2%** κατάχρηση. Ως προς το φύλο στις παραπάνω κατηγορίες ανήκουν τα μισά από τα αγόρια (27,6%) και το 1/3 από τα κορίτσια (15%), ενώ στις κατηγορίες αυτές συναντάται επίσης συχνότερα ζάλη ή μέθη λόγω του αλκοόλ. (ΑΝΥΦΑΝΤΑΚΗΣ Ι., 1999, ΣΕΛ.312) Ως προς τις προτιμήσεις στα αλκοολούχα ποτά εμφανίζεται πρώτη η μύρα, ακολουθούμενη από το ουίσκι, το σφηνάκι, το αναψυκτικό με αλκοόλ και το κρασί, που καταναλώνουν οι μαθητές από μερικές φορές την εβδομάδα έως μερικές φορές το μήνα. Μάλιστα σε αυτή τη κατηγορία οι μαθητές πίνουν αρκετές φορές σε party ή σε ντισκοτέκ ενώ αυτοί που κάνουν κατάχρηση, πίνουν τις περισσότερες φορές με φίλους της ηλικίας τους, σε καφετέρια ή bar και τέλος με το φίλο ή τη φίλη τους. (ΑΝΥΦΑΝΤΑΚΗΣ Ι., 1999, ΣΕΛ.113)

Τέλος, είναι απαραίτητο να αναφερθούν και τα προβλήματα που τυχόν δημιούργησε η χρήση αλκοολούχων ποτών στους μαθητές του δείγματος. Παρατηρήθηκε ότι το **23,6%** των μαθητών συμπεριφέρθηκε, λόγω του ποτού, με τέτοιο τρόπο που να το μετανιώσει μετά ενώ το **21,4%** αναφέρει ότι αυτό του μείωσε την ικανότητα να σκέφτεται καθαρά. Το **20,1%** δήλωσε ότι το αλκοόλ του προκάλεσε μια εύκολη αλλαγή στο κέφι και **11,7%** ότι τους έκανε να οδηγούν επικίνδυνα μηχανάκι, μοτοσυκλέτα ή αυτοκίνητο. Τέλος, το 10,3% αναφέρει ότι το αλκοόλ του δημιούργησε προβλήματα μνήμης και προσοχής. Σχεδόν οι μισοί μαθητές (46,3%) δηλώνουν ότι η χρήση αλκοολούχων ποτών δεν τους δημιούργησε κανένα πρόβλημα ενώ αναφέρουν σε μικρότερο βαθμό διάφορα άλλα προβλήματα όπως ότι έβλαψε την σωματική τους υγεία (9,7%), ότι τους μείωσε την ενεργητικότητα (9%), ότι δημιούργησε προβλήματα στις σχέσεις με τους γονείς (6,6%) ή με τους φίλους (6,4%), ή ότι τους έκανε να

βρεθούν με “κακές παρέες” (5,9%). Γενικά μπορεί να ειπωθεί ότι η χρήση αλκοολούχων ποτών δημιούργησε προβλήματα στους εφήβους τόσο στο συναισθηματικό επίπεδο όσο και σε συγκεκριμένες συμπεριφορές τους. (ΑΝΥΦΑΝΤΑΚΗΣ Ι., 1999, ΣΕΛ.103-104)

4.2. ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΑΛΚΟΟΛ ΚΑΤΑ ΤΑ ΕΤΗ 1993-1994

Σε αυτό το κεφαλαίο θεωρήσαμε απαραίτητο να παραθέσουμε ενδιαφέροντα ερευνητικά στοιχεία όσον αφορά την κατανάλωση αλκοόλ από τους νέους στον ελλαδικό χώρο. Θα παρουσιάσουμε αρχικά τα συγκριτικά στοιχεία δύο ερευνών που πραγματοποιήθηκαν στην Κέρκυρα και τα Ιωάννινα το 1993 και το 1994. Το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε πιλοτικά το 1993 σε δείγμα 598 μαθητών και επαναλήφθηκε το 1994. Οι νεαροί ερωτηθέντες απάντησαν σε ποικίλες ερωτήσεις που τους αφορούσαν, στις οποίες συμπεριλαμβανόταν και κάποιες για το αλκοόλ. Εμείς, όπως είναι φυσικό θα επικεντρωθούμε σε αυτό το κομμάτι της έρευνας, παρουσιάζοντας τα σχετικά αποτελέσματα. Σε ερώτηση για το αν καταναλώνουν αλκοόλ οι μαθητές, τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 1. Κατανάλωση αλκοόλ από τους νέους

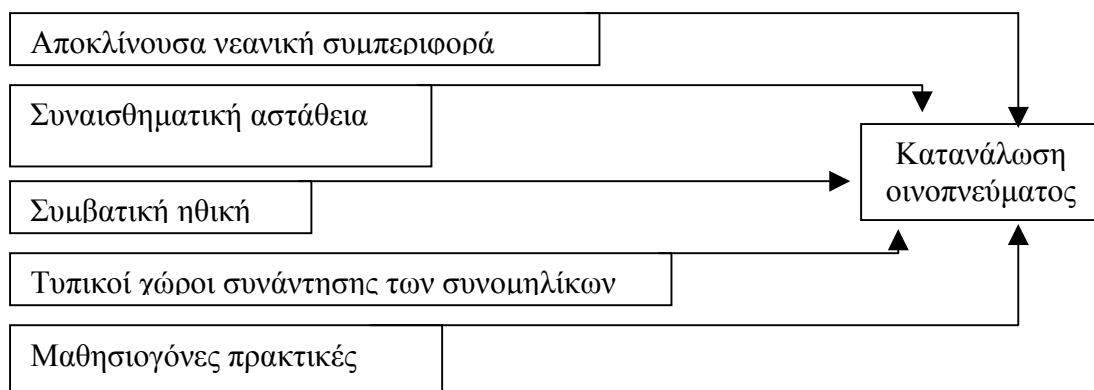
Δείκτες	Ιωάννινα 1993	Κέρκυρα 1993	Ιωάννινα 1994	Κέρκυρα 1994
Μ. Ο.	3,26	3,43	3,27	3,38

Οι παραπάνω μέσοι όροι δηλώνουν ότι η κατανάλωση αλκοόλ σε γενικές γραμμές είναι κάτι λιγότερο από ευκαιριακό γεγονός για τη νεολαία. Η σύγκριση των μέσων όρων των υπό-ομάδων δείχνει ονομαστικές (αριθμητικές) διαφορές ανάμεσα στα αγόρια και στα κορίτσια, καθώς επίσης ανάμεσα στους νεότερους και τους μεγαλύτερους σε ηλικία νέους. Τα αγόρια φαίνεται να καταναλώνουν πιο συχνά οινόπνευμα σε σύγκριση με τα κορίτσια και η διαφορά είναι στατιστικά σημαντική.(ΓΚΟΤΟΒΟΣ, 1996, ΣΕΛ.283)

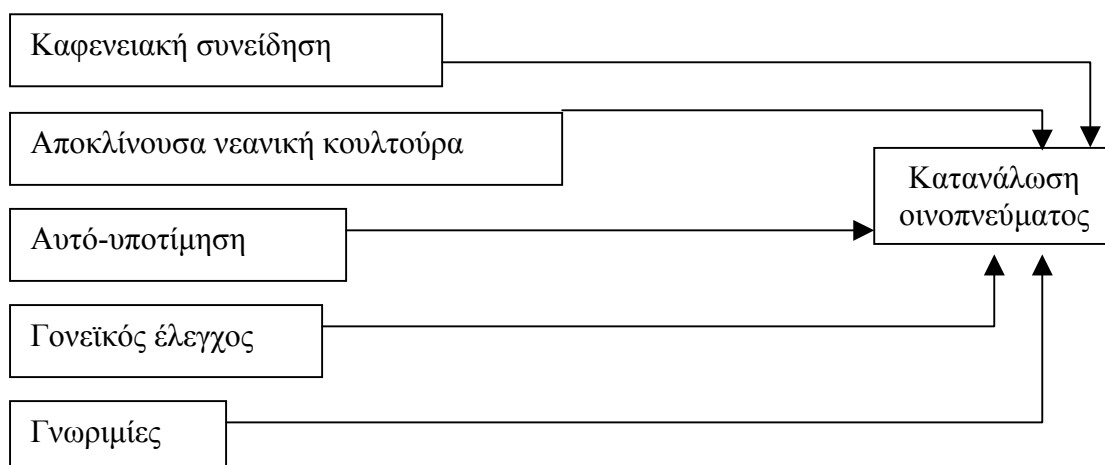
Η συσχέτιση της μεταβλητής *κατανάλωση αλκοόλ* πραγματοποιήθηκε με μεταβλητές που εκφράζουν ψυχολογικές καταστάσεις του υποκειμένου, οικογενειακή κουλτούρα, σχολικές εμπειρίες, όψεις του ελεύθερου χρόνου και πλευρές του αξιακού κώδικα(νέοι και κοινωνική μεταβολή, σελ.284) όπως συγκεκριμένα η αυτουποτίμηση, η συναισθηματική αστάθεια, η αποκλίνουσα ηθική, η συμβατική ηθική, οι τυπικές δραστηριότητες, η σχέση με τους γονείς, η μόρφωση και η μάθηση, ο γονεϊκός έλεγχος. Η μελέτη των στοιχείων δείχνει ότι υπάρχουν επαναλαμβανόμενες, στατιστικά σημαντικές συνδέσεις (αρνητικές, θετικές) ανάμεσα στη μεταβλητή *κατανάλωση αλκοόλ* και στις υπόλοιπες μεταβλητές.

Αποτελέσματα της παλινδρομικής ανάλυσης με εξαρτημένη μεταβλητή την κατανάλωση αλκοόλ και ανεξάρτητες μεταβλητές που αφορούν το σύστημα αξιών, τη χρήση του ελεύθερου χρόνου και το ψυχολογικό προφίλ του νέου:

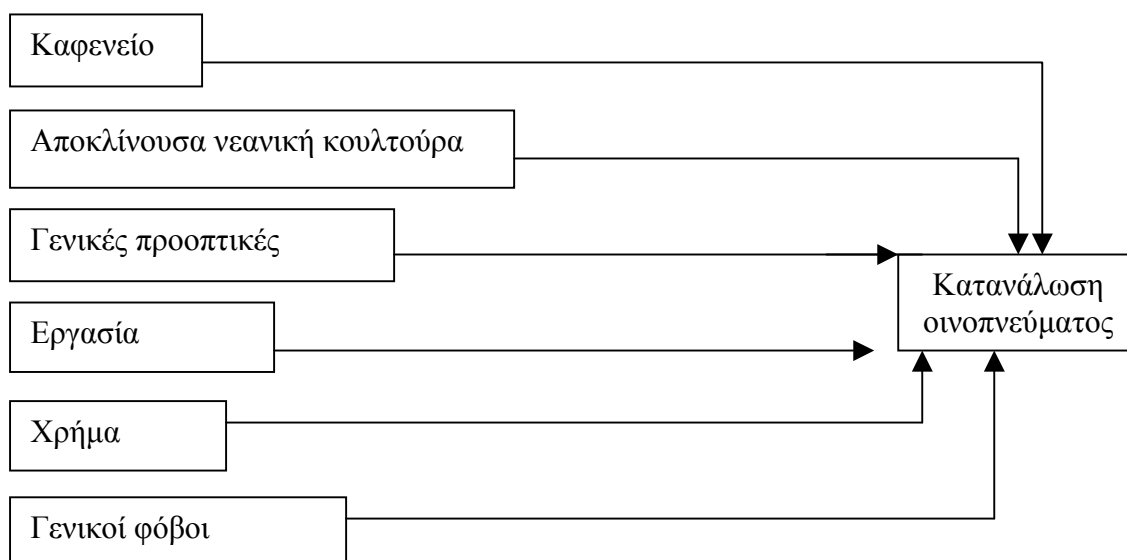
Α. Ιωάννινα 1993



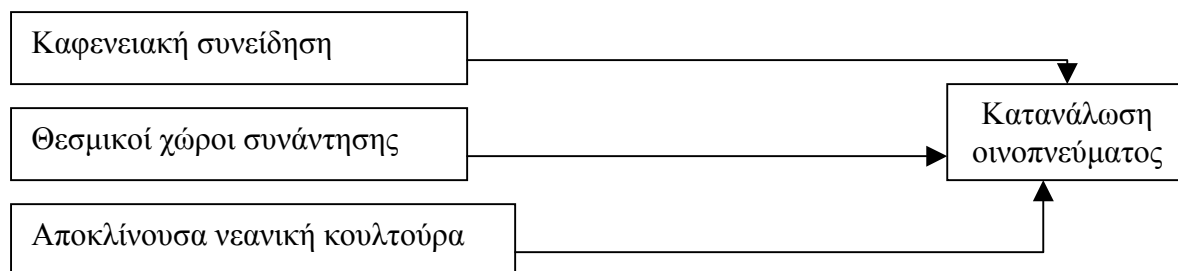
Β. Κέρκυρα 1993



Γ. Ιωάννινα 1994



Δ. Κέρκυρας 1994



Δύο είναι τα μηνύματα που μπορεί κανείς να δει στα αποτελέσματα της παλινδρομικής ανάλυσης: πρώτον, ότι η συστηματική κατανάλωση αλκοόλ από νέους συνδέεται με μια σειρά εμπειριών του ατόμου με τα περιβάλλοντα των συνομηλίκων και της οικογένειας που θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν προβληματικά και δεύτερον, ότι ο αξιακός κώδικας δε φαίνεται να επηρεάζει ή να διαμορφώνει την πρακτική της κατανάλωσης οينوπνεύματος. Αυτό σημαίνει ότι η πόρτα για την είσοδο του οينوπνεύματος στη ζωή του νέου είναι η ενσωμάτωση σε μια ομάδα συνομηλίκων με αμφίβολο κώδικα συμπεριφοράς και αμφίβολα κριτήρια για την επιλογή του επικοινωνιακού πεδίου στη διάρκεια του ελεύθερου χρόνου (καφετέριες, μπαρ).

4.3. ΦΟΙΤΗΤΙΚΟ “ BINGE DRINKING” ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΕΚΑΕΤΙΑ ΤΟΥ ‘90 ΕΝΑ ΣΥΝΕΧΙΖΟΜΕΝΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ

ΤΟ ΜΕΤΡΟ ΤΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ (BINGE)

Heavy episodic ή binge drinking ορίστηκε η κατανάλωση τουλάχιστον 5 ποτών στη σειρά για τους άντρες και τεσσάρων για τις γυναίκες. Με τον όρο συχνόι (frequent) binge drinkers εννοούμε τους φοιτητές εκείνους που έκαναν την παραπάνω συχνή κατανάλωση αλκοόλ τις τελευταίες δύο εβδομάδες, ενώ περιστασιακοί (occasional) binge drinkers θεωρούνται οι φοιτητές εκείνοι που έκαναν την ίδια χρήση μία ή δύο φορές την ίδια χρονική περίοδο. Nonbinge φοιτητές είναι εκείνοι που είχαν καταναλώσει αλκοόλ στο προηγούμενο έτος αλλά όχι τις δύο προηγούμενες εβδομάδες, ενώ εγκρατείς (abstainers) εκείνοι που δεν είχαν καταναλώσει καθόλου αλκοόλ κατά τη διάρκεια του προηγούμενου έτους.

Το 1999 το τμήμα της δημόσιας υγείας του πανεπιστημίου του Harvard πραγματοποίησε επαναληπτική έρευνα σε φοιτητές που είχαν συμμετάσχει σε ερευνητικές μελέτες το 1993 και 1997. Οι φοιτητές που κατανάλωσαν αλκοόλ κατά τη διάρκεια του προηγούμενου έτους υποβλήθηκαν σε μια σειρά ερωτήσεων σχετικά με την εμπειρία τους όσον αφορά τα προβλήματα που σχετίζονται με το αλκοόλ κατά τη διάρκεια του τρέχοντος φοιτητικού έτους, συμπεριλαμβανομένης της υγείας και συμπεριφορικών συνεπειών του αλκοόλ. Οι απαντήσεις των ερωτηματολογίων που είχαν σταλεί ταχυδρομικώς σε παραπάνω από 14.000 φοιτητές σε 119 αντιπροσωπευτικά πανεπιστήμια σε 39 πολιτείες συγκρίθηκαν με τις απαντήσεις που είχαν συλλεχθεί το 1993 και 1997. 2 στους 5 φοιτητές (44%) ήταν binge drinkers το 1999 που ήταν της ίδιας αναλογίας με το 1993. Ωστόσο, τόσο τα ποσοστά της αποχής όσο και της συχνής κατανάλωσης αλκοόλ σε μικρά χρονικά διαστήματα αυξήθηκε σημαντικά. Το 1999 το 19% του δείγματος απείχε και το 23% πραγματοποιούσε συχνή χρήση αλκοόλ.

Στο ελληνικό λεξιλόγιο δεν υπάρχει κάποιος ακριβής ορισμός που να ανταποκρίνεται στον αγγλικό όρο «binge drinking», ο οποίος σημαίνει την κατανάλωση μεγάλων ποσοτήτων αλκοόλ σε μικρά χρονικά διαστήματα.

Αναλυτικότερα τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι υπάρχει σημαντική αύξηση στην κατανάλωση αλκοόλ μεταξύ των δύο ερευνητικών μελετών του 1993 και του 1999. Το 1999, ένα πολύ μεγάλο ποσοστό, τόσο του αντρικού όσο και του γυναικείου φοιτητικού πληθυσμού, έκανε κατανάλωση αλκοόλ σε 10 ή περισσότερες περιπτώσεις. Μάλιστα ανέφεραν τρεις ή περισσότερες περιπτώσεις μέθης τον προηγούμενο μήνα. Το 1999, η αύξηση των γενικότερων προβλημάτων που σχετίζονται με το αλκοόλ, εκπαιδευτικών, υγείας, διαπροσωπικών και ασφάλειας, τόσο στον αντρικό όσο και στο γυναικείο φοιτητικό πληθυσμό, ήταν ιδιαίτερος σημαντική σε σχέση με το 1993.

Στη συγκεκριμένη έρευνα του 1999, όπως και στις προηγούμενες έρευνες τόσο αυτοί που επιδίδονται σε binge drinking περιστασιακά όσο και σε συχνότερη βάση, είχαν περισσότερες πιθανότητες να αντιμετωπίσουν προβλήματα σαν και αυτά που αναφέρονται στον παρακάτω πίνακα, σε σχέση με εκείνους που έκαναν χρήση αλκοόλ, όχι όμως binge drinking.

Πίνακας 4. Η επικινδυνότητα των προβλημάτων που σχετίζονται με το αλκοόλ στους φοιτητές, αναλόγως τη συχνότητα κατανάλωσης αλκοόλ, 1999

Πρόβλημα	Nonbinge drinkers	Occasional binge drinkers	Frequent binge drinkers
-Αδυναμία παρακολούθησης μαθημάτων	8.8	30.9	62.5
-Αδυναμία διεκπεραίωσης φοιτητικών υποχρεώσεων	9.8	26.0	46.3
-Μεταμέλεια για διάφορα ζητήματα	18.0	39.6	62.0
-Φιλικές διαφωνίες	9.7	23.0	42.6
-Συμμετοχή σε ακούσιες σεξουαλικές πράξεις	7.8	22.3	41.5
-Μη χρησιμοποίηση αντισυλληπτικών μεθόδων	3.7	9.8	20.4
-Καταστροφή περιουσίας	2.3	8.9	22.7
-Εμπλοκή σε διενέξεις	1.4	5.2	12.7
-Τραυματισμοί	3.9	10.9	26.6
-Αναζήτηση φαρμακ. αγωγής ύστερα από υπερβολική κατανάλωση αλκοόλ	0.3	0.8	0.9
-Οδήγηση υπό την επίρεια αλκοόλ	18.6	39.7	56.7
-Υπαρξη 5 ή περισσότερων προβλημάτων που σχετίζονται με το αλκοόλ.	3.5	16.6	48.0
-Απώλεια μνήμης	10.0	39.6	62.0

Ακολουθεί πίνακας στον οποίο παρουσιάζεται η επικινδυνότητα των δευτερογενών επιδράσεων της κατανάλωσης αλκοόλ σε φοιτητές χαμηλού, μεσαίου και υψηλού επιπέδου binge drinking. Το 1999 τα πιο συχνά προβλήματα ήταν: α) η απόσπαση της προσοχής κατά τη διάρκεια της μελέτης και η διατάραξη της κοινής ησυχίας (58%), β) η προσβολή των ηθικών αρχών (29%) και γ) 3 στους 4 φοιτητές (77%) έχουν αντιμετωπίσει τουλάχιστον μία δευτερογενή επίδραση από αυτές που αναφέρονται στον πίνακα 5. Ένα από τα προβλήματα που επίσης αυξήθηκαν σε σημαντικό βαθμό ήταν η ακούσια σεξουαλική εμπειρία, ενώ άλλα προβλήματα όπως οι σεξουαλικές επιθέσεις και οι βιασμοί, παρουσίασαν σημαντική μείωση.

Πίνακας 5. Η επικινδυνότητα των δευτερογενών επιδράσεων της κατανάλωσης αλκοόλ σε φοιτητές χαμηλού, μεσαίου και υψηλού επιπέδου binge drinking.

	Χαμηλό επίπεδο	Μεσαίο επίπεδο	Υψηλό επίπεδο
-Προσβολή ηθικών αρχών	20.5	29.3	35.8
-Σύγκρουση, διαμάχη	13.7	18.6	22.6
-Τραυματισμοί	5.5	9.5	10.9
-Καταστροφή προσωπικής περιουσίας	7.4	13.6	16.0
-Διατάραξη κοινής ησυχίας	43.2	60.5	70.5
-Ακούσια σεξουαλική εμπειρία	14.7	20.1	22.6
-Σεξουαλική παρενόχληση, βιασμός	0.6	1.3	1.0
-Υπαρξη ενός ή περισσοτέρων των παραπάνω προβλημάτων	63.7	81.3	86.3

(βλ. Παράρτημα θεωρητικού μέρους, ΣΕΛ.142-143)

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Τα συμπεράσματα αυτής της μελέτης συνεχίζουν να δείχνουν ότι οι φοιτητές που πίνουν σε αυτά τα επίπεδα και κυρίως εκείνοι που κάνουν χρήση περισσότερο από μία φορά την εβδομάδα, έχουν πολύ περισσότερες πιθανότητες να αντιμετωπίσουν κάποιο πρόβλημα σε σχέση με άλλους φοιτητές. Για παράδειγμα, όσοι κάνουν συχνή χρήση binge drinking έχουν πολλές πιθανότητες να χάσουν τα μαθήματά τους να καταστρέψουν ξένες περιουσίες, να οδηγήσουν υπό την επήρεια αλκοόλ. Μάλιστα, έχουν πολλές πιθανότητες να

αντιμετωπίσουν 5 ή και περισσότερα διαφορετικής φύσεως προβλήματα που σχετίζονται με το αλκοόλ.

Σημαντικό συμπέρασμα αποτελεί και το γεγονός ότι οι φοιτητές που καταναλώνουν αλκοόλ σε επίπεδο binge δημιουργούν προβλήματα τόσο στον ίδιο τους τον εαυτό όσο και στους συμφοιτητές τους. Συγκεκριμένα, προκαλούν τα 3/5 των προβλημάτων που απασχολούν τις πανεπιστημιακές κοινότητες.

Όσον αφορά τα παραπάνω σημαντικά προβλήματα που προκαλούνται από την κατανάλωση αλκοόλ, οι δημιουργοί της παραπάνω έρευνας παρατήρησαν ότι σε γενικές γραμμές επικρατεί έντονη ανησυχία από τη φοιτητική κοινότητα για αυτό και η πλειοψηφία των πανεπιστημίων έχει αρχίσει να λαμβάνει δραστικά μέτρα. Τα στοιχεία αποδεικνύουν ότι αυτοί που κάνουν μεγαλύτερη κατανάλωση αλκοόλ έχουν παράλληλα δεχτεί και τη μεγαλύτερη ενημέρωση σχετικά με τις δυσμενείς επιπτώσεις του αλκοόλ. Καταλήγουμε, λοιπόν, στο συμπέρασμα ότι τα υποτυπώδη εκπαιδευτικά μέτρα και κυρίως η ενημέρωση δεν αποτελούν επαρκείς παράγοντες που μπορούν να συμβάλλουν στη μείωση της κατανάλωσης αλκοόλ από τους φοιτητές. Απαιτείται περισσότερη υποστήριξη από πρόσθετες, συμπληρωματικές πρωτοβουλίες. Οι προσπάθειες πρόληψης πρέπει να λειτουργήσουν στον τομέα του εφοδιασμού του αλκοόλ και πρέπει να αυξήσουν τη συμμετοχή των υγιών προτύπων εκείνοι που διαμορφώνουν απόψεις και χαράζουν πολιτική πέρα από τα πανεπιστημιακά πλαίσια, συμπεριλαμβανομένου του οικογενειακού αλλά και του κοινωνικού περιβάλλοντος των φοιτητών.

Μια προσεκτική προσέγγιση όσον αφορά τους φοιτητές που κάνουν υπερβολική κατανάλωση αλκοόλ, πρέπει να εξετάσει τους εξής παράγοντες:

- Την προώθηση του αλκοόλ, τη τιμή του, την ειδική του διαφήμιση αλλά και τους βαθμούς καθαρού αλκοόλ που εμπεριέχονται στα διάφορα αλκοολούχα προϊόντα,
- Συνεργασία με τα ιδρύματα δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης με σκοπό την πρόληψη αλλά και τη μείωση της κατανάλωσης αλκοόλ κατά συνέπεια στην τριτοβάθμια εκπαίδευση,
- Εξασφάλιση κοινωνικών και δημιουργικών δραστηριοτήτων για τους φοιτητές, χωρίς να περιλαμβάνεται η παρουσία αλκοολούχων ποτών,
- Υιοθέτηση και εφαρμογή στρατηγικών ελέγχου της κατανάλωσης του αλκοόλ, εφόσον μόνο με θεσπισμένες μεθόδους θα αναγκαστούν να περιοριστούν όσοι καταναλώνουν μεγάλες ποσότητες αλκοόλ.

Συμπερασματικά, δεν υπάρχει καμία μαγική λύση για το συγκεκριμένο θέμα. Δεν υπάρχει κάποια συγκεκριμένη τεχνική για όλους τους φοιτητές, ούτε κάποια συγκεκριμένη προσέγγιση για όλα τα πανεπιστημιακά ιδρύματα. Τα καταστατικά των εκάστοτε πανεπιστημιακών ιδρυμάτων διαφέρουν αρκετά, όπως και η νομοθεσία ελέγχου της κατανάλωσης αλκοόλ. Αυτοί οι παράγοντες πρέπει να ληφθούν υπόψη στο σχεδιασμό ενός

αποτελεσματικού σχεδίου δράσης για την υπερβολική κατανάλωση αλκοόλ.(Henry Wechsler, PhD, Jae Eun Lee, DrPH, Meichun Kuo, Hang Lee, PhD, 2000)

4.4. ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ, ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΝΕΟΥΣ ΚΑΙ ΤΟ ΑΛΚΟΟΛ, ΣΤΟΚΧΟΛΜΗ, ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 2001.

Η κατανάλωση αλκοόλ στην Ευρωπαϊκή περιοχή είναι υψηλότερη από κάθε άλλη περιοχή του Π.Ο.Υ. και η προειδοποίηση για τη δημόσια υγεία είναι σε σημαντικό βαθμό μεγαλύτερη από οπουδήποτε αλλού. Το 2001, το Κυβερνητικό Συνέδριο της Στοκχόλμης οργανώθηκε προκειμένου να πραγματοποιήσει απογραφή των εξελίξεων στην ευρύτερη περιοχή από τότε και σε 5 χρόνια, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στους νέους και στο σχεδιασμό μελλοντικής δράσης. Εφόσον πραγματοποιήθηκε δημόσια συζήτηση για νέα ερευνητικά δεδομένα και θέματα-κλειδιά, προετοιμάστηκε μία διακήρυξη από τον Π.Ο.Υ. που αντιπροσωπευόταν από 51 χώρες.

Το συνέδριο παρουσίασε νέα δυσάρεστα στατιστικά στοιχεία:

- Παγκοσμίως το 5% όλων των θανάτων μεταξύ 15 και 29 ετών το 1990 αποδίδεται στη χρήση αλκοόλ,
- Στην Ευρώπη 1 στους 4 θανάτους μεταξύ αντρών 15 και 29 ετών σχετίζεται με το αλκοόλ,
- Έχει υπολογιστεί ότι περίπου 55.000 νέοι πέθαναν από αιτίες που σχετίζονταν με το αλκοόλ το 1990 σε όλη την Ευρώπη
- Παγκοσμίως, 140 εκατομμύρια άνθρωποι υποφέρουν από εξάρτηση από το αλκοόλ.

Τα παραπάνω υποδηλώνουν ότι μια κουλτούρα σποραδικής αλλά σοβαρής κατανάλωσης αλκοόλ έχει διαδοθεί στους νέους των αναπτυσσόμενων χωρών. Υπάρχει ανάγκη μιας μειχτής στρατηγικής για την αντιμετώπιση των προβλημάτων.

Το 1995 ο Ευρωπαϊκός Κανονισμός για το Αλκοόλ αναφέρει ότι τα παιδιά και οι ανήλικοι έχουν το δικαίωμα να μεγαλώνουν σε προστατευμένο περιβάλλον από την προώθηση του αλκοόλ, όμως κάτι τέτοιο έχει γίνει ιδιαίτερος δύσκολο με τα παιδιά να βομβαρδίζονται καθημερινώς από θετικές εικόνες για το αλκοόλ και γίνονται στόχοι-κλειδιά των δραστηριοτήτων προώθησης των βιομηχανιών του αλκοόλ. Η προώθηση του αλκοόλ από τις βιομηχανίες αποτέλεσε κεντρικό θέμα ολόκληρου του συνεδρίου με την παρουσίαση μιας αναφοράς που επικεντρωνόταν στον τρόπο που οι βιομηχανία επανειλημμένως παραβιάζει τους κανονισμούς της Ευρώπης.

Ο Π.Ο.Υ. έχει δώσει εντολή για έναν απολογισμό του marketing και της προώθησης του αλκοόλ στους νέους από διεθνείς ειδικούς. Επιπλέον ο Π.Ο.Υ. διαμορφώνει

μια στρατηγική συμβουλευτική επιτροπή για το αλκοόλ και για την αντιμετώπιση των σοβαρών προβλημάτων της δημόσιας υγείας.

ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΕΣ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΕΣ ΜΕΛΕΤΕΣ

Τα αποτελέσματα ενός αριθμού ερευνητικών μελετών που έχουν πραγματοποιηθεί από τον Π.Ο.Υ. ή από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή παρουσιάστηκαν στο Κυβερνητικό Συνέδριο. Τρεις από τις σημαντικότερες είναι οι ακόλουθες:

- **European School Survey Project on Alcohol and other Drugs:** Η μελέτη ESPAD αναφέρει αποτελέσματα έρευνας 60.000 ατόμων ηλικίας μεταξύ 15-16 ετών σε 30 χώρες. Τα αποτελέσματα αποδεικνύουν ότι η χρήση αλκοόλ και των απαγορευμένων ναρκωτικών έχει αυξηθεί σε ολόκληρη την Ευρώπη και συγκεκριμένα στις ανατολικές Ευρωπαϊκές χώρες. Το Ηνωμένο Βασίλειο, η Πολωνία και η Ιρλανδία έχουν τα μεγαλύτερα ποσοστά κατανάλωσης αλκοόλ σε αυτή την ηλικιακή ομάδα. Το Ηνωμένο Βασίλειο έχει το μεγαλύτερο ποσοστό ατόμων 15 και 16 ετών συνεχώς μεθυσμένων.
- **Global Burden of Diseases 2000 study:** Επικεντρώνοντας σε ποσοστά θνησιμότητας, αλλά και στις επιδράσεις της μη καταγεγραμμένης κατανάλωσης αλκοόλ και στις 51 χώρες της Ευρωπαϊκής περιοχής του Π.Ο.Υ. , η συγκεκριμένη έρευνα παρουσιάζει ότι: ο 1 στους 4 θανάτους μεταξύ 15-29 ετών στην Ευρώπη αποδίδεται στο αλκοόλ. Τροχαία δυστυχήματα, δηλητηριάσεις, αυτοκτονίες και ανθρωποκτονίες είναι οι κύριες αιτίες θανάτου που σχετίζονται με το αλκοόλ. Όσον αφορά την ηλικιακή ομάδα των 15-29 ετών δεν υπάρχει ευεργετική επίδραση του αλκοόλ σε καμία χώρα.
- **European Comparative Alcohol Study:** Αυτή η μελέτη περιγράφει και αναλύει τις αλλαγές σε στρατηγικές για το αλκοόλ, την κατανάλωσή του, τα πρότυπα κατανάλωσής του και τα προβλήματα που σχετίζονται με το αλκοόλ σε 15 Ευρωπαϊκές χώρες. Οι ερευνητές εξέτασαν τη σχέση μεταξύ της συνολικής καταναλώσεως αλκοόλ και τη θνησιμότητα από καρδιακές παθήσεις και ανακάλυψαν την έλλειψη αποδεικτικών στοιχείων σε όλες τις χώρες για ισχυρισμούς ότι η κατανάλωση αλκοόλ έχει ευεργετικές επιδράσεις, ακόμα και στους μεσήλικους άντρες και τις γυναίκες που έχουν περάσει το στάδιο της εμμηνόπαυσης. Η μελέτη επίσης αποδεικνύει ότι αυξήσεις στην κατανάλωση αλκοόλ ανά κεφαλή έχουν προκαλέσει αυξήσεις και στην θνησιμότητα και στις επιβλαβείς επιπτώσεις που σχετίζονται με το αλκοόλ. Η σχέση αυτή είναι ισχυρότερη στις Βόρειες χώρες και περισσότερο αδύνατη στις χώρες της νότιας

Ευρώπης, για παράδειγμα μεταξύ του αλκοόλ και των αυτοκτονιών, λαμβάνοντας υπόψη και την επίδραση της εκάστοτε κουλτούρας και τα πρότυπα σχετικά με την κατανάλωση

αλκοόλ. (www.alcoholconcern.org.uk/AERC/Europe/KeyDocuments.htm)

4.5. Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΑΛΚΟΟΛ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΝΕΟΥΣ ΣΤΗ ΜΕΓΑΛΗ ΒΡΕΤΑΝΙΑ (2002)

Το **State of the nation (2002)** αποτελεί την ετήσια αναφορά του **Alcohol Concern's** για τις πραγματικές διαστάσεις που έχουν πάρει στη Βρετανία τα προβλήματα που σχετίζονται με το αλκοόλ. Το Alcohol Concern είναι ένα εθνικό γραφείο που εργάζεται για την πρόληψη και τη μείωση των επικίνδυνων επιδράσεων της κακής χρήσης αλκοόλ. Ο μακροχρόνιος στόχος του είναι να μειώσει τη δημόσια άγνοια για την κατάχρηση του αλκοόλ καθώς και την ανάπτυξη σε επίπεδο ποιότητας των υπαρχόντων βοηθητικών υπηρεσιών για όσους αντιμετωπίζουν πρόβλημα με το αλκοόλ και τις οικογένειές τους. Η αναφορά χρησιμοποιεί τα πιο πρόσφατα στοιχεία για να τονίσει τους αυξανόμενους αριθμούς των εξαρτημένων ατόμων από αλκοόλ και το τίμημα της κακής χρήσης αλκοόλ στο άτομο, την οικογένεια και την κοινωνία.

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΟ ΑΛΚΟΟΛ

- Οι τελευταίες μετρήσεις για την εβδομαδιαία κατανάλωση αλκοόλ δείχνουν ότι το 29% των ενήλικων αντρών και το 17% των γυναικών πίνουν παραπάνω από τα προτεινόμενα επίπεδα ασφαλείας των 21 μονάδων για τους άντρες και των 14 για τις γυναίκες, εβδομαδιαίως. Το ποσοστό των γυναικών που πίνουν παραπάνω έχει αυξηθεί κατά 70% από το 1988. (ONS 2001)
- Μεταξύ 16 και 24 ετών, το 37% των αντρών και το 27% των γυναικών συχνά πίνουν μεγάλες ποσότητες αλκοόλ για μικρά χρονικά διαστήματα. (στη κατάσταση αυτή οι Βρετανοί έχουν υιοθετήσει τον όρο **binge drinking**)
- Το τελευταίο έτος το ποσοστό των γυναικών έχει αυξηθεί κατά 17%, ενώ το ποσοστό των αντρών έχει παραμείνει σταθερό.
- Παραπάνω από το ¼ των ενηλικών ηλικίας 16-74 ετών είναι επικίνδυνοι πότες, με το μεγαλύτερο ποσοστό 42% να βρίσκεται μεταξύ 16 και 24 ετών. Κάτι τέτοιο σημαίνει ότι το προηγούμενο έτος 1 στους 4 ενήλικες είχε αντιμετωπίσει άμεσο πρόβλημα ως συνέπεια της κατανάλωσης αλκοόλ όπως:

- κενά μνήμης
- τραυματισμοί των ιδίων ή άλλων ατόμων
- αποτυχία να πραγματοποιήσουν ό,τι αναμενόταν από αυτούς, όπως να παρουσιαστούν στη δουλειά τους το επόμενο πρωϊ. (National Statistics 2001)

- **1 στα 13 άτομα στη Βρετανία είναι εξαρτημένο από το αλκοόλ .**

Η μέσου επιπέδου αλκοολική εξάρτηση είναι περισσότερο κοινότυπη σε νεαρά άτομα με το 14% να ανήκει σε νέους ηλικίας 16-24 ετών. Το επίπεδο αυτό μειώνεται με την ηλικία εφόσον μετά την ηλικία των 30 γίνονται συχνότερες υποθέσεις σοβαρής εξάρτησης. Οι άντρες έχουν 3 φορές μεγαλύτερες πιθανότητες από τις γυναίκες να εξαρτηθούν από το αλκοόλ. (National Statistics 2001).

ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ

- Έχει υπολογιστεί ότι 920.000 παιδιά ζούνε σε ένα σπίτι, όπου ο ένας ή και οι δύο γονείς κάνουν κατάχρηση αλκοόλ. (N.A.C.O.A. 2000).
- Παιδική πρόνοια και ομάδες κοινωνικών λειτουργών υπολογίζουν ότι τουλάχιστον απο 50% ως και 90% των γονέων των υποθέσεων που έχουν αναλάβει, έχουν είτε πρόβλημα με αλκοόλ/ ναρκωτικά είτε προβλήματα ψυχικής υγείας.

ΝΕΟΙ

- Νεαρά άτομα 11-15 ετών που πίνουν αλκοόλ κατανάλωσαν περίπου τη διπλάσια ποσότητα το 2001 (9.8 μονάδες εβδομαδιαίως) σε σχέση με το 1990 (5.3 μονάδες εβδομαδιαίως).
- Το 2001 το 1/5 (19%) των νέων ατόμων 11-16 ετών ήπιαν αλκοόλ τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα. Η κατανάλωση αλκοόλ είναι περισσότερο συχνή σε μεγαλύτερους ανήλικες με περίπου τους μισούς ηλικίας 15-16 ετών να καταναλώνουν αλκοόλ τουλάχιστον μία φορά εβδομαδιαίως. (Youth Justice Board, 2002).
- 1 στους 8 (13%) μαθητές αποκλεισμένοι από το σχολείο, είχαν αποβληθεί λόγω χρήσης αλκοόλ. Οι αποκλεισμένοι ανήλικες είναι πιθανότερο να πίνουν συχνότερα από τους μαθητές με το 28% τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα σε σύγκριση με το 19% όσων πίνουν στο σχολείο. (Youth Justice Board, 2002).
- Οι νέοι βρίσκουν το αλκοόλ από διάφορες πηγές. Μία έρευνα σχετικά με την νεολαία ανακάλυψε ότι το 48% βρίσκει αλκοόλ από τους γονείς, 29% βρίσκει

αλκοόλ από το σπίτι φίλων, 23% βάζει κάποιον μεγαλύτερο να το αγοράσει για λογαριασμό του και 18% το αγοράζει από μαγαζί. (Youth Justice Board, 2002).

- Έρευνα σε άτομα ηλικίας 14-20 ετών έδειξε ότι το 20% των νέων αντρών και το 13% των νεαρών γυναικών ανέφεραν το αλκοόλ ως την βασική αιτία που τους οδήγησε στην πρώτη τους ερωτική επαφή.
- Ευρωπαϊκή μελέτη για την κατανάλωση αλκοόλ μεταξύ ατόμων 15-16 ετών έδειξε ότι η Αγγλία κατέχει μία από τις υψηλότερες θέσεις στην Ευρώπη. Το 16% από την αναφερθείσα ομάδα ηλικίας έχει πει τουλάχιστον 10 φορές τον προηγούμενο μήνα, το 56% έχει ήδη την εμπειρία του binge drinking σε ένα μεμονωμένο περιστατικό τον προηγούμενο μήνα και το 30% είχε την εμπειρία του binge drinking τουλάχιστον 3 φορές το ίδιο χρονικό διάστημα. (Hibell 2001).(www.alcoholconcern.com)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟ ΑΛΚΟΟΛ

5.1. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΑΛΚΟΟΛ ΑΠΟ ΤΙΣ ΧΩΡΕΣ ΠΟΥ ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΑΝ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ ΓΙΑ ΤΟ ΑΛΚΟΟΛ, 1950-2000

Ένας από τους σκοπούς τις Ευρωπαϊκής συγκριτικής μελέτης για το αλκοόλ (European Comparative Alcohol Study) ήταν να περιγράψει και να αναλύσει τις στρατηγικές που ακολουθούνται σχετικά με το αλκοόλ μέσα από ένα συγκριτικό και μακροπρόθεσμο πλαίσιο στις χώρες-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης (με το Λουξεμβούργο και τη Νορβηγία να μη συμπεριλαμβάνονται), που αποκαλούνται ECAS χώρες. Στη μελέτη για τις στρατηγικές σχετικά με το αλκοόλ στις ECAS χώρες, η περιγραφή του εύρους, του περιεχομένου και της αυστηρότητας των στρατηγικών κατά του αλκοόλ, και οι αναλύσεις της ανάπτυξής τους, έχουν διεξαχθεί σε κάθε χώρα ξεχωριστά και σε επίπεδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην περίοδο μετά το Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο. Σύμφωνα με το πρόγραμμα μελέτης του ECAS, οι στρατηγικές για το αλκοόλ σε αυτή τη μελέτη αποτελούνται από διαφορετικές μεθόδους που χρησιμοποιήθηκαν για την πρόληψη των προβλημάτων που σχετίζονται με το αλκοόλ.

Σε αυτό το κεφάλαιο θα ανακεφαλαιώσουμε τα σημαντικότερα αποτελέσματα της συγκεκριμένης έρευνας εφόσον σε αυτά συμπεριλαμβάνεται και η Ελλάδα. Μέσω αυτής της αναφοράς θα μπορέσει ο καθένας να παρατηρήσει τη γενικότερη στρατηγική πορεία της Ελλάδας όσον αφορά το αλκοόλ και να τη συγκρίνει με τις υπόλοιπες χώρες που έχουν συμμετάσχει στην έρευνα. Σε γενικές γραμμές δίνεται μια γενικότερη εικόνα της κατάστασης που επικρατεί πανευρωπαϊκά σχετικά με την κατανάλωση αλκοόλ. (Esa Osterberg, Thomas Karlsson, 2001, ΣΕΛ.1)

Το αλκοόλ αποτελεί ένα αιτιολογικό παράγοντα, συνήθως σε συνδυασμό με άλλους παράγοντες, σε μία ευρύτατη λίστα ασθενειών και κοινωνικών προβλημάτων. Όπως ο Room (1999) αναφέρει, οι όροι *στρατηγική για το αλκοόλ* και *στρατηγική ελέγχου του αλκοόλ* έχουν νόημα μόνο σε πολιτισμένες καταστάσεις, όπου οι άνθρωποι παρατηρούν και δίνουν έμφαση στη διάσταση του αλκοόλ σε ένα ευρύτερο επίπεδο ασθενειών και κοινωνικών προβλημάτων. Συνεπώς, σε κοινωνίες που οι διαστάσεις που έχει πάρει το αλκοόλ δεν έχουν παρατηρηθεί ή δεν τους έχει δοθεί έμφαση, οι παραπάνω όροι δεν έχουν πραγματικό νόημα. (Esa Osterberg, Thomas Karlsson, 2001, ΣΕΛ.2)

Ο ορισμός *στρατηγική ελέγχου του αλκοόλ* του Bruun *et al.* (1975) περιλάμβανε μόνο τα μέτρα εκείνα που απευθυνόταν στη διάθεση ή την προμήθεια, ενώ η *στρατηγική για τα αλκοόλ* του Edwards *et al.* (1994) επίσης περιλάμβανε μέτρα που απευθυνόταν στη ζήτηση του αλκοόλ, ως μέτρα που στόχευαν απευθείας σε συγκεκριμένα προβλήματα, όπως η οδήγηση υπό την επήρεια αλκοόλ.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΑ ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΟ ΑΛΚΟΟΛ ΣΤΙΣ ECAS ΧΩΡΕΣ ΣΤΙΣ ΑΡΧΕΣ ΤΗΣ ΔΕΚΑΕΤΙΑΣ ΤΟΥ '50

Στις αρχές της δεκαετίας του '50 οι στρατηγικές για το αλκοόλ και συγκεκριμένα οι στρατηγικές πρόληψης ήταν πολύ διαφορετικές στις ECAS χώρες. Στις Σκανδιναβικές χώρες η διαθεσιμότητα των οινοπνευματωδών ποτών ελέγχονταν αυστηρώς. Σε αυτές τις χώρες τα οινοπνευματώδη ποτά είχαν επίσης πολύ υψηλή φορολογία. Σε μερικές χώρες της Μεσογείου δεν υπήρχαν σχεδόν καθόλου μέτρα ελέγχου του αλκοόλ εν ισχύ, ενώ η φορολογία των οινοπνευματωδών ποτών ήταν πολύ χαμηλή σε σχέση με τις Σκανδιναβικές χώρες. Επιπλέον, τα μέτρα για το αλκοόλ που υπήρχαν στις Μεσογειακές χώρες είχαν προωθηθεί στις περισσότερες περιπτώσεις από βιομηχανικό ή εμπορικό συμφέρον (Osterberg & Karlsson, 2001b).

Θεωρώντας την Φινλανδία, τη Νορβηγία και τη Σουηδία χώρες με υψηλό δείκτη ελέγχου του αλκοόλ στις αρχές του 1950, σίγουρα αντανάκλαται η πραγματικότητα, εφόσον αυτές οι χώρες εκείνο το χρονικό διάστημα διέθεταν ένα πολυσήμαντο μονοπωλιακό σύστημα για το αλκοόλ, συμπεριλαμβανομένου και μονοπωλιακές καταστάσεις στην παραγωγή, την εισαγωγή και εξαγωγή, την απεριόριστη πώληση και τις λιανικές πωλήσεις χωρίς προϋποθέσεις των οινοπνευματωδών ποτών (Karlsson & Osterberg, 2001c, 2001f, 2001i). Επιπλέον οι χώρες αυτές έλεγχαν τις λιανικές πωλήσεις των οινοπνευματωδών ποτών με προϋποθέσεις με μεγάλη αυστηρότητα με ένα σύστημα αδειών και είχαν εμπειρία στον πολύ αυστηρό έλεγχο της κατανάλωσης αλκοόλ. Στη Σουηδία, για παράδειγμα, ο καθένας που επιθυμούσε να αγοράσει οινοπνευματώδη ποτά σε μονοπωλιακά μαγαζιά χρειαζόταν ειδικό βιβλίο, όπου καταγραφόταν οι αγορές του. Κάθε άτομο είχε το δικαίωμα να αγοράσει μόνο μια συγκεκριμένη ποσότητα αποσταγμένων ποτών το μήνα. Η κατανομή για ανύπαντρες γυναίκες ή νεαρούς ενήλικες ήταν μικρότερη σε σχέση με τους κανονικούς ενήλικες ενώ στις παντρεμένες γυναίκες δεν αναλογούσε τίποτα επειδή αναμενόταν να μοιραστούν το μερίδιο του συζύγου τους, περίπου 4 λίτρα αποσταγμένων ποτών ανά μήνα (Holder et al., 1998, 82). Στην Φινλανδία, ο γυναικείος πληθυσμός δεν επιτρεπόταν να εισέρχεται στα εστιατόρια, είτε μεμονωμένα είτε σε ομάδες γυναικών ενώ ο αντρικός πληθυσμός υποχρεωνόταν να φοράει κουστούμι και γραβάτα. Επίσης τα όρια ηλικίας για την αγορά οινοπνευματωδών ποτών ήταν υψηλότερα στις Σκανδιναβικές μονοπωλιακές χώρες σε σχέση με άλλες ECAS χώρες, και μάλιστα τότε ήταν υψηλότερα από ότι είναι σήμερα .

Χώρες που θεωρούνταν ότι είχαν μεσαίου επιπέδου έλεγχο του αλκοόλ στις αρχές του 1950 ήταν το Βέλγιο, η Ιρλανδία, η Ιταλία, η Ολλανδία και το Ηνωμένο Βασίλειο, όμως επίσης η Αυστρία, η Δανία και η Γερμανία θα μπορούσαν να τοποθετηθούν στην ίδια ομάδα .

Οι εναπομείναντες τέσσερις χώρες, Γαλλία, **Ελλάδα**, Πορτογαλία και Ισπανία, σαφέστατα θεωρούνταν χώρες με χαμηλού επιπέδου έλεγχο του αλκοόλ το 1950. Ίσως δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι όλες οι ECAS Μεσογειακές χώρες που παράγουν και καταναλώνουν κρασί, με εξαίρεση την Ιταλία, βρίσκονται στην ίδια ομάδα χαμηλού ελέγχου του αλκοόλ. (Esa Osterberg, Thomas Karlsson, 2001, ΣΕΛ.4-5)

Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΚΑΙ Η ΑΥΣΤΗΡΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ ΓΙΑ ΤΟ ΑΛΚΟΟΛ ΤΟ 2000

Το 1950, η κατάταξη των ECAS χωρών σύμφωνα με τη σημασία και την αυστηρότητα των στρατηγικών για το αλκοόλ περίπου ακολούθησε την κατάταξη των χωρών με βάση τις προτιμήσεις τους στα οινοπνευματώδη ποτά (Bruun *et al.*, 1975, 56). Όλες οι χώρες με υψηλό δείκτη ελέγχου του αλκοόλ ήταν χώρες με προτίμηση στα αποσταγμένα ποτά. Οι περισσότερες χώρες με μεσαίο δείκτη ελέγχου του αλκοόλ ήταν χώρες με προτίμηση στη μπύρα. Οι δύο εξαιρέσεις ήταν η Ιταλία, μια χώρα που προτιμούσε κυρίως το κρασί και η Ολλανδία, η οποία εκείνο το διάστημα θεωρούνταν ως χώρα που προτιμούσε τα αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά (Karlsson & Simpura, 2001, 85).

Σύμφωνα με τη βαθμολογία της κλίμακας του 2000, οι ECAS χώρες έχουν πολύ μεγαλύτερη ομοιότητα όσον αφορά τις στρατηγικές για το αλκοόλ από ότι στις αρχές του 1950. Στις μέρες μας, το Βέλγιο, η Γαλλία, η Ιρλανδία, η Ιταλία, η Ολλανδία, η Ισπανία και το Ηνωμένο Βασίλειο μπορούν να θεωρηθούν ως χώρες με τουλάχιστον υψηλού ή το λιγότερο μεσαίου επιπέδου ελέγχου αλκοόλ. Αυτές οι χώρες, όπως και η Ολλανδία έχουν επίσης αρκετά αυστηρό σύστημα αδειών για τις λιανικές πωλήσεις οινοπνευματωδών ποτών και αυτοί οι έλεγχοι προωθούνται από κοινωνικούς παράγοντες και στρατηγικές για τη δημόσια υγεία. (Esa Osterberg, Thomas Karlsson, 2001, ΣΕΛ.6)

Η διαχωριστική γραμμή μεταξύ του μεσαίου και υψηλού επιπέδου ελέγχου του αλκοόλ των χωρών είναι επίσης κάπως αυθαίρετη. Είναι εύκολο να παρατηρηθεί ότι οι χώρες με χαμηλό δείκτη ελέγχου αλκοόλ δεν αποτελούν ομογενοποιημένη ομάδα. Δεν πρόκειται για τις Μεσογειακές χώρες που έχουν προτίμηση στο κρασί, ούτε και για τις κεντρικές Ευρωπαϊκές χώρες που έχουν προτίμηση στην μπύρα.

Βασισμένο στη μεθοδολογία της κλίμακας, το πρώτο συμπέρασμα είναι ότι στις μέρες μας υπάρχει μικρή διαφοροποίηση στις στρατηγικές για το αλκοόλ μεταξύ των ECAS χωρών, σε σχέση με τις αρχές του 1950. Αυτή η μετατροπή δεν είναι μόνο το αποτέλεσμα των μειωμένων διαφορών μεταξύ των χωρών. Σύμφωνα με την ECAS κλίμακα, μερικές χώρες έχουν αλλάξει τη σχετική θέση τους κατά διαστήματα όσον αφορά τη σημασία και την αυστηρότητα των στρατηγικών για το αλκοόλ. (Esa Osterberg, Thomas Karlsson, 2001, ΣΕΛ.7)

ΕΛΕΓΧΟΣ ΔΙΑΚΙΝΗΣΗΣ ΤΟΥ ΑΛΚΟΟΛ

Σύμφωνα με την ECAS κλίμακα, οι αλλαγές στον έλεγχο διακίνησης των οινοπνευματωδών ποτών είναι μικρότερες από τις αλλαγές στον έλεγχο της παραγωγής και της χοντρικής πώλησεως. Αυτό μερικώς προέρχεται από το γεγονός ότι οι τρεις Σκανδιναβικές ECAS χώρες είχαν τη δυνατότητα να διατηρήσουν το λιανικό μονοπώλιο οινοπνευματωδών ποτών και με προϋποθέσεις και χωρίς αυτές. Επιπλέον η υπόθεση των αδειών για την παραγωγή και τη χονδρική πώληση καθώς και η υπόθεση για τις άδειες των πωλήσεων οινοπνευματωδών ποτών με-χωρίς προϋποθέσεις, αποτελούν στις μέρες μας στις περισσότερες ECAS χώρες απολύτως ένα νομικό ζήτημα., με άλλα λόγια οι υποψήφιοι δε θα έπρεπε να έχουν ποινικό μητρώο ή απλήρωτους φόρους. Σε μερικές χώρες, ωστόσο, οι υποψήφιοι πρέπει να έχουν κάποια εκπαίδευση προκειμένου να έχουν την ικανότητα να πάρουν άδεια για την πώληση οινοπνευματωδών ποτών με προϋποθέσεις. (Karlsson & Osterberg, 2001e)

Ο έλεγχος της διακίνησης του αλκοόλ περιλαμβάνει πολλές απαγορεύσεις για τις πωλήσεις με-χωρίς προϋποθέσεις, για παράδειγμα ειδικές απαγορεύσεις σε ημερομηνίες και τοποθεσίες σχετικά με τη λιανική πώληση οινοπνευματωδών ποτών, κανονισμούς όσον αφορά τους τύπους των καταστημάτων, των εστιατορίων ή του περιβάλλοντος γενικότερα που δεν επιτρέπεται η πώληση αλκοολούχων ποτών, αυστηρούς περιορισμούς στον αριθμό των καταστημάτων ή των εστιατορίων που επιτρέπεται να πωλούν αλκοολούχα ποτά είτε σε ολόκληρη τη χώρα είτε σε συγκεκριμένες περιοχές, κανονισμούς για την ποσότητα των ποτών που μπορεί να αγοράσει ο κάθε πελάτης. Στην Ιρλανδία, για παράδειγμα, τα οινοπνευματώδη ποτά δεν διατίθενται από τις pubs την ημέρα των Χριστουγέννων ή τη Μ. Παρασκευή. Στην Ιταλία είναι απαγορευμένη η πώληση οινοπνευματωδών με περιεκτικότητα σε καθαρό αλκοόλ περισσότερο από 21% από τις 10 μ.μ. ως τις 6 π.μ. σε μαγαζιά κατά μήκος των εθνικών οδών. Στην Ισπανία δεν πωλούνται οινοπνευματώδη ποτά σε όσους είναι κάτω των 18 ετών, σε οποιοδήποτε μέρος και αν βρίσκονται από τα μεσάνυχτα ως τις 6 π.μ. Η κατανάλωση αλκοολούχων ποτών στην Ισπανία είναι επίσης απαγορευμένη σε αθλητικές εγκαταστάσεις ενώ στο Βέλγιο έχει απαγορευτεί το σερβίρισμα αποσταγμένων ποτών στα νοσοκομεία, τα σχολεία και γενικότερα τοποθεσίες που έχουν πρόσβαση ανήλικες. Στη Γαλλία, όπως και σε πολλές ECAS χώρες, έχει απαγορευτεί η πώληση οινοπνευματωδών ποτών από μηχανήματα αυτόματης πώλησης. Στην Αγγλία και την Ουαλία η πώληση αλκοόλ από πρατήρια πώλησης καυσίμων έχει απαγορευτεί. Την ίδια περίοδο, στη Φινλανδία κάποιος πελάτης μπορούσε να αγοράσει το πολύ 2 λίτρα αποσταγμένων ποτών. Στην Ολλανδία στις μέρες μας τα καταστήματα με αλκοόλ δεν πρέπει να έχουν καμία σχέση με

καταστήματα τροφίμων. Κάτι τέτοιο σημαίνει ότι το τμήμα των αλκοολούχων ποτών πρέπει να έχει ξεχωριστή είσοδο και προσωπικό. Τα αλκοολούχα ποτά δεν επιτρέπεται να πωλούνται ούτε σε περίπτερα.

Οι κυβερνητικές απαγορεύσεις στις λιανικές πωλήσεις ποικίλουν αρκετά μεταξύ των ECAS χωρών, πάντως σε γενικές γραμμές έχουν αρχίσει να χάνουν παρά να κερδίζουν έδαφος τις τελευταίες 5 δεκαετίες. Σε πολλές χώρες, ο αριθμός των καταστημάτων πώλησης οινοπνευματωδών ποτών είναι πολύ μεγαλύτερος σήμερα από ότι στις αρχές του 1950. Στις μέρες μας είναι πολύ δύσκολο να βρεθούν κανονισμοί σχετικά με τις ποσότητες που αγοράζονται στις ECAS χώρες.

Σε αυτό το σημείο είναι επίσης απαραίτητο να αναφερθεί ότι σε μερικές χώρες δεν υπάρχουν ειδικές απαγορεύσεις για τη λιανική πώληση του αλκοόλ, όμως ακολουθούνται γενικότεροι κανονισμοί που ρυθμίζουν τη διάθεση των οινοπνευματωδών ποτών. (Esa Osterberg, Thomas Karlsson, 2001, ΣΕΛ. 13)

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ

Το έτος 2000 ο μέσος όρος του προσωπικού ελέγχου στις ECAS χώρες ήταν υψηλότερος από το 1950. Η ECAS κλίμακα για τον προσωπικό έλεγχο πραγματοποίησε τις μετρήσεις βάσει του νομικού ελάχιστου ηλικιακού ορίου για την αγορά αλκοολούχων ποτών. Στη πράξη, η αύξηση αυτή σημαίνει ότι κατά τη διάρκεια των τελευταίων 50 ετών μερικές ECAS χώρες χωρίς ηλικιακά όρια το 1950 άρχισαν να εφαρμόζουν νομικά ηλικιακά όρια για την αγορά αλκοολούχων ποτών, και σε μερικές άλλες χώρες αυτά τα όρια έχουν αυξηθεί. Χώρες που έχουν εφαρμόσει αυστηρότερα ηλικιακά όρια το 2000 από το 1950 είναι η Δανία, η Γαλλία, η Γερμανία, η Πορτογαλία και η Ισπανία. Η ολική αλλαγή αυτής της εκτίμησης είναι ακόμα μεγαλύτερη από ότι φαίνεται στο μέσο όρο της ECAS κλίμακας, εφόσον η Φινλανδία και η Σουηδία έχουν στην πραγματικότητα μειώσει τα ηλικιακά όρια κατά τη διάρκεια αυτής της μελέτης (Osterberg & Karlsson, 2001a).

Προς το παρόν, το Βέλγιο, η **Ελλάδα** και η Πορτογαλία φαίνεται ότι αποτελούν τις μοναδικές ECAS χώρες που δεν έχουν κανένα όριο ηλικίας για ορισμένα τουλάχιστον αλκοολούχα ποτά στις πωλήσεις τους. Όλες οι ECAS χώρες έχουν όριο ηλικίας τουλάχιστον στις πωλήσεις των αποσταγμένων ποτών. Στις ECAS χώρες το όριο ηλικίας ποικίλει από 15 ως 20 έτη.

Στις περισσότερες ECAS χώρες υπάρχουν επίσημοι κανονισμοί για τη μη πώληση αλκοολούχων ποτών σε μεθυσμένα άτομα. Σε μερικές άλλες ECAS χώρες κάτι τέτοιο μπορεί να αποτελεί άγραφο νόμο. (Esa Osterberg, Thomas Karlsson, 2001, ΣΕΛ. 15-16)

(βλ. Παράρτημα θεωρητικού μέρους, ΣΕΛ.144-145)

ΕΛΕΓΧΟΣ ΤΟΥ MARKETING ΤΩΝ ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΩΝ ΠΟΤΩΝ

Σύμφωνα με την ECAS κλίμακα, ο έλεγχος του marketing των αλκοολούχων ποτών είχε μέσο όρο 0.3 το 1950 και 1.7 το 2000. Ο έλεγχος του marketing αλκοολούχων ποτών είχε αυξηθεί κατά την ερευνητική περίοδο, και κυρίως από το 1960. Ο πίνακας 5.5. ανακεφαλαιώνει την κατάσταση το 2000.

Πίνακας 5.5. Βασική μορφή των κανονισμών για το marketing των αλκοολούχων ποτών στις ECAS χώρες το 2000

Χώρα	Νομοθετημένος έλεγχος	Εκούσιος έλεγχος	Κανένας κανονισμός
Αυστρία		X	
Βέλγιο		X	
Γαλλία	X		
Γερμανία		X	
Δανία		X	
Ελλάδα			X
Ηνωμένο Βασίλειο		X	
Ιρλανδία		X	
Ισπανία	X		
Ιταλία		X	
Νορβηγία	X		
Ολλανδία		X	
Πορτογαλία			X
Σουηδία	X		
Φινλανδία	X		

Στην Ελλάδα η διαφήμιση των αλκοολούχων ποτών δεν ελέγχεται σχεδόν καθόλου. Είναι απαγορευμένη η διαφήμιση του αλκοόλ σε αθλητικά περιοδικά και στα προγράμματα της τηλεόρασης όμως ο έλεγχος αυτός είναι ανύπαρκτος εφόσον η διαφήμιση του αλκοόλ προωθείται από τα προαναφερθέντα μέσα με μεγάλη συχνότητα.

Όπως κάποιος μπορεί να παρατηρήσει στον πίνακα 5.5., οι εθνικοί κανονισμοί για το marketing των αλκοολούχων ποτών διαφέρουν σε σημαντικό βαθμό αναλόγως τη χώρα. Για παράδειγμα, στην Ελλάδα δεν υπάρχουν πρόσφατες απαγορεύσεις για την διαφήμιση του αλκοόλ ή την προώθηση των πωλήσεων και τη χορηγία των οινοπνευματωδών ποτών (Gefou-Madianou, Karlsson & Osterberg, 2001). Στη Νορβηγία, από την άλλη μεριά, η κατάσταση είναι εντελώς αντίθετη εφόσον ουσιαστικά όλες οι διαφημίσεις του αλκοόλ καθώς και η χορηγία απαγορεύονται (Karlsson & Osterberg, 2001f). Στις περισσότερες ECAS χώρες, η διαφήμιση ελέγχεται πλέον από εκούσιους κώδικες. Στις Σκανδιναβικές χώρες,

ωστόσο, η διαφήμιση των αλκοολούχων ποτών ελέγχεται εδώ και αρκετό καιρό από τη νομοθεσία. Η παρουσία των διαφημίσεων του αλκοόλ σε αθλητικές εγκαταστάσεις έχει αποκτήσει αρνητικές αντιδράσεις στις περισσότερες ECAS χώρες.

Στο επίπεδο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η διαφήμιση του αλκοόλ ελέγχεται από το Council Directive 89/552/EEC με το συντονισμό συγκεκριμένων νομικών διατάξεων, της νομοθεσίας ή διοικητικών πράξεων στις χώρες-μέλη, όσον αφορά τη μείωση των ενεργειών των τηλεοπτικών προγραμμάτων (επίσης ονομάζεται και Τηλεόραση Χωρίς Σύνορα). Η οδηγία αυτή, που εγκρίθηκε ουσιαστικά τον Οκτώβριο του 1989, τροποποιήθηκε μερικώς τον Ιούνιο του 1997 από το Directive 97/36/EC of the European Parliament and of the Council (Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και Συμβούλιο).

Η διαταγή επίσης περιλαμβάνει μερικές απαγορεύσεις που αφορούν τις διαφημίσεις στα τηλεοπτικά μέσα. Το άρθρο 15 της διαταγής αναφέρει ότι η διαφήμιση των αλκοολούχων ποτών πρέπει να συμμορφώνεται με τα ακόλουθα κριτήρια:

- α) να μην απευθύνεται σκοπίμως σε ανήλικους ή συγκεκριμένα να απεικονίζει ανήλικους να καταναλώνουν οινοπνευματώδη ποτά ,
- β) δεν πρέπει να συνδέει την κατανάλωση του αλκοόλ με την εξωτερική εμφάνιση ή την οδήγηση,
- γ) δεν πρέπει να δημιουργεί την εντύπωση ότι η κατανάλωση αλκοόλ συμβάλλει στην κοινωνική και σεξουαλική επιτυχία,
- δ) δεν πρέπει να υποστηρίζει ότι το αλκοόλ έχει θεραπευτικές ιδιότητες ή ότι πρόκειται για ένα διεγερτικό, καταπραϋντικό ή γενικότερα μέσο για την επίλυση προσωπικών συγκρούσεων,
- ε) δεν πρέπει να ενθαρρύνει την υπερβολική κατανάλωση αλκοόλ ή και να παρουσιάζει την ύπαρξη της αποχής από το αλκοόλ και την μετριασμένη κατανάλωση με αρνητική έννοια,
- στ) δεν πρέπει να δίδεται έμφαση στην υψηλή περιεκτικότητα των ποτών σε καθαρό αλκοόλ σαν να είναι θετική ιδιότητα των οινοπνευματωδών ποτών. (Esa Osterberg, Thomas Karlsson, 2001, ΣΕΛ. 16-18)

ΕΛΕΓΧΟΣ ΤΗΣ ΟΔΗΓΗΣΗΣ ΥΠΟ ΤΗΝ ΕΠΗΡΕΙΑ ΑΛΚΟΟΛ

Ένας τομέας όπου ο έλεγχος των προβλημάτων που σχετίζονται με το αλκοόλ έχει πραγματικά αυξηθεί αποτελεί ο έλεγχος της οδήγησης υπό την επήρεια αλκοόλ. Στα τέλη του 1970, υπήρξαν 6 ECAS χώρες χωρίς καθόλου νόμιμα όρια συγκέντρωσης αλκοόλ (Blood Alcohol Concentration) στο αίμα σχετικά με την οδήγηση. Το 2000 όλες οι ECAS χώρες διέθεταν νόμιμα όρια, στις περισσότερες μάλιστα το 0.08%.

Ένας παράγοντας που συνέβαλε στην ανάπτυξη του ορίου συγκέντρωσης αλκοόλ στο αίμα αποτελεί η αύξηση του αριθμού των δικύκλων και της κυκλοφοριακής κίνησης. Ο αυξανόμενος αριθμός των δικύκλων και η όλο και αυξανόμενη άγνοια των ανθρώπων για θέματα οδικής ασφάλειας αναμφίβολα συνέβαλλαν στην υιοθέτηση του ορίου συγκέντρωσης αλκοόλ στο αίμα στις περισσότερες ECAS χώρες στις δεκαετίες του 1970 και 1980. Φυσικά, ακόμα και τεχνολογικές εξελίξεις, ειδικότερα στην προσπάθεια οι αναλυτές της αναπνοής να γίνουν φθηνότεροι και πιο ακριβείς, επηρέασαν την ανάπτυξη του ορίου. Επομένως, το γεγονός ότι δεν υπήρχε το 1950 κάποιο ανάλογο μέτρο δεν υποδεικνύει απαραίτητα την απουσία ελέγχου όσον αφορά την οδήγηση υπό την επήρεια αλκοόλ. Το αυστηρότερο νομοθετημένο όριο συγκέντρωσης αλκοόλ στο αίμα μεταξύ των ECAS χωρών στις μέρες μας το έχουν οι Σκανδιναβικές χώρες. Η Σουηδία και η Νορβηγία, καθώς και η Πορτογαλία, έχουν όριο 0.02%. Το μεγαλύτερο νομοθετημένο όριο, 0.08% το έχουν η Ιρλανδία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Οι υπόλοιπες ECAS χώρες έχουν θεσμοθετημένο όριο συγκέντρωσης αλκοόλ στο αίμα 0.05%. Μερικές ECAS χώρες μάλιστα έχουν και διαφορετικά όρια για αρχάριους και επαγγελματίες οδηγούς, σε σχέση με ό,τι ισχύει για τους υπόλοιπους οδηγούς. Για παράδειγμα, στην Ισπανία ενώ το γενικότερο όριο είναι 0.05%, το όριο 0.03% απευθύνεται σε αρχάριους και σε επαγγελματίες οδηγούς (Karlsson & Osterberg, 2001h). (Esa Osterberg, Thomas Karlsson, 2001, ΣΕΛ.18-19)

ΕΘΝΙΚΑ ΠΡΟΛΗΠΤΙΚΑ ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΟ ΑΛΚΟΟΛ ΚΑΙ ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

Στις μέρες μας οι περισσότερες ECAS χώρες διαθέτουν ειδικό πρόγραμμα για την πρόληψη από το αλκοόλ και εκπαίδευση. Μία εξήγηση για αυτές τις εξελίξεις είναι, φυσικά, ότι σήμερα οι ECAS χώρες διαθέτουν σε γενικές γραμμές πολλά περισσότερα προληπτικά προγράμματα που ασχολούνται με όλων των ειδών τις δραστηριότητες, που θα έπρεπε ήδη να χρησιμοποιούν εδώ και 50 χρόνια.

Πίνακας 5.7. Η ύπαρξη προληπτικών μέτρων για το αλκοόλ και εκπαίδευση στις ECAS χώρες το 2000.

Χώρα	Εθνικό προληπτικό πρόγραμμα	Εθνικό εκπαιδευτικό πρόγραμμα
Αυστρία		
Βέλγιο	X	X
Γαλλία	X	X
Γερμανία		
Δανία		
Ελλάδα		
Ηνωμένο Βασίλειο	X	X
Ιρλανδία	X	X
Ισπανία	X	X
Ιταλία	X	X
Νορβηγία	X	X
Ολλανδία	X	X
Πορτογαλία	X	X
Σουηδία	X	X
Φινλανδία	X	X

Τα εθνικά προληπτικά ή εκπαιδευτικά προγράμματα για το αλκοόλ δεν αποτελούν μέτρα ελέγχου του αλκοόλ. Η πιο σημαντική αιτία για την καταγραφή της ύπαρξής τους είναι ότι αποτελούν μία ένδειξη για τη θέση που έχει ο έλεγχος του αλκοόλ στην κοινωνία. Η ύπαρξη ενός προληπτικού ή εκπαιδευτικού προγράμματος για το αλκοόλ αποτελεί ένδειξη ότι η προληπτική στρατηγική για το αλκοόλ έχει το δικό της ρόλο στην ατζέντα των πολιτικών ζητημάτων με τον ένα ή τον άλλο τρόπο και ότι τουλάχιστον κάποια ζητήματα, προβλήματα κοινωνικά ή δημόσιας υγείας έχουν θεωρηθεί ως θέματα που αφορούν το αλκοόλ. Σε μερικές περιπτώσεις αυτά τα προγράμματα μπορεί να αποτελούν και αντανάκλαση της διεθνούς συνεργασίας για τον έλεγχο των προβλημάτων που σχετίζονται με το αλκοόλ. Όμως παρά τους μηχανισμούς μέσω των οποίων τέτοια προγράμματα έχουν αναπτυχθεί, η φτώχη τους ύπαρξη πιέζει την εκάστοτε κυβέρνηση και τη γενικότερη πολιτική δομή για τη δημιουργία οργανισμών που κατανοούν τη σημασία αυτών των σχεδίων και θα αναφέρουν την εκπλήρωσή τους είτε εθνικώς είτε διεθνώς. (Esa Osterberg, Thomas Karlsson, 2001, ΣΕΛ. 19-20)

Όπως φαίνεται και από τον πίνακα η Ελλάδα δεν διαθέτει κανένα προληπτικό πρόγραμμα ή έστω κάποιο πρόγραμμα αγωγής υγείας για το αλκοόλ.

Στις περισσότερες ECAS χώρες σήμερα επικρατούν είτε εθνικά προληπτικά μέτρα για το αλκοόλ και εκπαιδευτικά προγράμματα είτε υπεύθυνοι φορείς. **Ακόμα και χώρες που έχουν έλλειψη τέτοιων προγραμμάτων, όπως η Ελλάδα, έχουν γίνει σοβαρές συζητήσεις**

για την εισαγωγή παρόμοιων προγραμμάτων. Τα προληπτικά και εκπαιδευτικά προγράμματα δεν εγγυούνται και τόση αποτελεσματικότητα. Ωστόσο, η ύπαρξή τους σημαίνει ότι το θέμα του αλκοόλ έχει περιληφθεί, με τον έναν ή τον άλλο τρόπο, στην εθνική πολιτική ατζέντα και ότι όροι όπως στρατηγική για το αλκοόλ και στρατηγική ελέγχου του αλκοόλ είναι πλέον καλύτερα κατανοητοί. (Esa Osterberg, Thomas Karlsson, 2001, ΣΕΛ.21)

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΑΛΚΟΟΛ ΣΤΙΣ ECAS ΧΩΡΕΣ – ΠΡΟΒΛΕΠΟΝΤΑΣ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ

Στις περισσότερες ECAS χώρες, το επίπεδο της κατανάλωσης αλκοόλ ανά κεφαλή ήταν υψηλότερο το έτος 2000 από το 1950 (Leifman, 2001, World Drink Trends, 2000).

Όσοι καταναλώνουν αλκοόλ κυρίως βλέπουν τα αλκοολούχα ποτά ως προϊόντα που ικανοποιούν τις προσωπικές ανάγκες τους με κάθε τρόπο. Διαφορετικά δε θα μπορούσε να γίνει κατανοητό γιατί οι καταναλωτές είναι πρόθυμοι να διαθέσουν ένα σημαντικό μέρος των χρημάτων τους για την αγορά αλκοολούχων ποτών ακόμα και αν είναι πολύ καλά πληροφορημένοι για τις αρνητικές επιπτώσεις του. Αυτό σημαίνει ότι είναι πολύ δύσκολο να νομιμοποιηθούν αυστηρά μέτρα για τη διάθεση του αλκοόλ, αναφερόμενοι στις δυσμενείς επιπτώσεις της κατανάλωσης αλκοόλ, αν οι ελεύθεροι καταναλωτές αλκοόλ πιστεύουν, σωστά ή λανθασμένα, ότι μπορούν να ελέγξουν την κατανάλωσή του και ότι δε χρειάζονται ή δεν αποδέχονται οποιαδήποτε οδηγία από την πολιτεία. Πιστεύουμε ότι αυτή η κατάσταση θα συνεχιστεί στις ECAS χώρες ακόμα και στο μέλλον. Και τελικά, δεν υπάρχουν σημάδια ότι η βιομηχανία και το εμπόριο του αλκοόλ θα πάρει μελλοντικά μια πιο ευνοϊκή θέση προς τους περιορισμούς για τη διάθεση του αλκοόλ απ' ότι στο παρόν. Συμπερασματικά, μπορεί να προβλεφτεί ότι τα μέτρα ελέγχου του αλκοόλ που στοχεύουν στο να επηρεάσουν τη διάθεσή του και κατευθύνονται στην εξομοίωσή του από την πλευρά της προμήθειας, θα γίνουν στο μέλλον λιγότερα και πιο αδύνατα σε ισχύ.

Οι πιθανές δυσμενείς επιπτώσεις της κατανάλωσης αλκοολούχων ποτών φαίνεται ότι δεν θα εξαλειφθούν στις ECAS χώρες και ότι δε θα επηρεάζουν μόνο το ίδιο το άτομο. Πολλές φορές επηρεάζονται και δευτερεύοντα άτομα όπως μέλη της οικογένειάς του ή του φιλικού του περιβάλλοντος ή της τοπικής κοινότητας. Γι' αυτό και είναι συνηθισμένο το γεγονός ότι το περιβάλλον του ατόμου που πίνει προσπαθεί να ελέγξει την κατάσταση με άτυπο κοινωνικό έλεγχο, ο οποίος μπορεί να έχει τη μορφή του προσωπικού ελέγχου ή τη μορφή λίγο πολύ αναπτυγμένων κοινωνικών και πολιτισμικών κανόνων σχετικά με το πού, πότε και πώς δεν πρέπει να γίνεται η κατανάλωση αλκοόλ.

Αυτή η τάση μπορεί επίσης να θεωρηθεί ως μέτρο που στοχεύει να επηρεάσει συγκεκριμένες ομάδες καταναλωτών αλκοόλ, για παράδειγμα, την αύξηση των ηλικιακών

ορίων για τον έλεγχο των ανηλίκων που πίνουν, περισσότερη ενημέρωση στις εγκυμονούσες γυναίκες, προσπάθειες να αποτρέψουν ήδη γνωστούς αλκοολικούς από την αγορά αλκοόλ, αυστηρότερους ελέγχους για κατανάλωση αλκοόλ σε αθλητικές εγκαταστάσεις και σε άλλες καταστάσεις που θεωρούνται επιρρεπείς στην δημιουργία προβλημάτων. Αυτές οι κατευθύνσεις που ήδη έχουν ληφθεί υπόψη από τις ECAS χώρες στο δεύτερο μισό του 20ου αιώνα μπορούν να οδηγήσουν στην αύξηση των δραστηριοτήτων που προσπαθούν να επηρεάσουν άμεσα συγκεκριμένες προβληματικές καταστάσεις που σχετίζονται με το αλκοόλ, όπως η οδήγηση υπό την επήρεια αλκοόλ. Τα νόμιμα όρια συγκέντρωσης αλκοόλ στο αίμα σίγουρα θα συνεχίσουν να μειώνονται και στο μέλλον μπορεί να διαφοροποιηθούν μεταξύ διαφορετικών κατηγοριών οδηγών, για παράδειγμα χαμηλότερα όρια για αρχάριους και επαγγελματίες οδηγούς. Επιπλέον, αν η κατανάλωση αλκοόλ και τα προβλήματα που συνδέονται με αυτό παραμείνουν στα τωρινά επίπεδα ή αρχίσουν να αυξάνονται τότε θα δούμε περισσότερα ενημερωτικά και εκπαιδευτικά προγράμματα και εκστρατείες για το αλκοόλ καθώς και αυστηρότερο έλεγχο της διαφήμισης και της χορηγίας του αλκοόλ. (Esa Osterberg, Thomas Karlsson, 2001, ΣΕΛ.24-26)

5.2. ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟ ΑΛΚΟΟΛ 2000-2005

Το Ευρωπαϊκό Σχέδιο Δράσης για το Αλκοόλ 2000-2005 εγκρίθηκε στην 49^η σύνοδο της Περιφερειακής Επιτροπής για την Ευρώπη του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας, που έλαβε χώρα στις 13-17 Σεπτεμβρίου 1999 στην Φλωρεντία της Ιταλίας. Πρόκειται για το αποτέλεσμα μιας μακροπρόθεσμης διαδικασίας έντονων διαβουλεύσεων και συσκέψεων ειδικών από όλο τον κόσμο και αντιπροσώπων των χωρών-μελών. Η τέταρτη συνάντηση των συμμετεχόντων κρατών για το Ευρωπαϊκό Σχέδιο Δράσης για το Αλκοόλ (Ε.Σ.Δ.Α.) στη Μαδρίτη τον Οκτώβριο του 1998 και η συνάντηση της Νομοθετικής Επιτροπής της Περιφερειακής Επιτροπής τον Απρίλιο του 1999 στη Κοπεγχάγη αποτέλεσαν σημαντική συνεισφορά για το σχέδιο αυτό. Τα εθνικά αντίγραφα του Ευρωπαϊκού Σχεδίου Δράσης για το Αλκοόλ (Ε.Σ.Δ.Α.) έχουν υπογραφεί από τους Υπουργούς Υγείας σε συνδυασμό με το Περιφερειακό Γραφείο που ασχολείται με στρατηγικές για το αλκοόλ.

Η Περιφερειακή Επιτροπή ομόφωνα ενέκρινε το Σχέδιο Δράσης, το οποίο στοχεύει στη μείωση των δυσμενών επιπτώσεων που προκαλεί το αλκοόλ. Ωστόσο, η χρήση αλκοόλ από άτομα και γενικότερα στην κοινότητα δεν μπορεί και δεν πρέπει να απομονωθεί από άλλους παράγοντες, ούτε καν από τη χρήση άλλων ψυχοδιεγερτικών ουσιών. Μολονότι όλο και περισσότερες μελέτες απαιτούνται για τη σχέση μεταξύ της χρήσης διαφορετικών ψυχοδιεγερτικών ουσιών, σε επίπεδο ατόμου και κοινωνίας, δεν υπάρχει αμφιβολία ότι

τέτοιες αλληλεξαρτώμενες καταστάσεις παίζουν σημαντικό ρόλο στον προσδιορισμό της έκτασης της χρήσης και των προκληθέντων αρνητικών συνεπειών.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ

Ο Ευρωπαϊκός κανονισμός για το αλκοόλ παρουσιάζει πέντε ηθικές αρχές και δέκα στρατηγικές για τη δράση κατά του αλκοόλ. Σε κάθε μία από αυτές τις στρατηγικές, το πρόσφατο Σχέδιο Δράσης προσδιορίζει με ποιο τρόπο θα μπορούσαν να επιτευχθούν τα επιθυμητά αποτελέσματα. Κάθε χώρα-μέλος θα πρέπει να λάβει υπόψη της τη φύση των προβλημάτων που αντιμετωπίζει και σχετίζονται με το αλκοόλ και να αποφασίσει ποιες από τις πιθανές δράσεις που αναγράφονται θα αποδειχτούν οι πιο κατάλληλες και αποτελεσματικές βάσει των δικών τους συνθηκών. Δεν υπάρχει κάποιο μεμονωμένο μοντέλο το οποίο θα μπορούσε να απευθύνεται σε όλη την Ευρωπαϊκή περιοχή. Αυτό που έχει περισσότερη σημασία είναι ότι οι χώρες-μέλη διαλέγουν εκείνες τις δράσεις που πιθανότατα θα μειώσουν τις αρνητικές επιπτώσεις που μπορούν να προκληθούν από το αλκοόλ στην κάθε χώρα ξεχωριστά.

Οι γενικότεροι αντικειμενικοί στόχοι είναι:

- να προκληθεί μεγαλύτερη ενημέρωση, με την προαγωγή της εκπαίδευσης και να τεθούν οι βάσεις για υποστήριξη των στρατηγικών δημόσιας υγείας που απευθύνονται στο έργο της πρόληψης των δυσμενών επιπτώσεων που αποδίδονται στο αλκοόλ,
- να μειωθεί ο κίνδυνος των προβλημάτων που σχετίζονται με το αλκοόλ που μπορούν να συμβούν σε διάφορους χώρους όπως το σπίτι, το εργασιακό περιβάλλον, η κοινότητα ή σε κάποιο χώρο διασκέδασης,
- να μειωθούν το εύρος και οι διαστάσεις των προβλημάτων που σχετίζονται με το αλκοόλ όπως τα θανατηφόρα δυστυχήματα, τα ατυχήματα, η βία, η παιδική κακοποίηση και παραμέληση και οι οικογενειακές κρίσιμες καταστάσεις,
- να προωθηθεί προσιτή και αποτελεσματική θεραπεία για άτομα που παρουσιάζουν επικίνδυνη κατανάλωση αλκοόλ και για αυτούς που πάσχουν από αλκοολική εξάρτηση,
- να προωθηθούν θεραπευτικές παρεμβάσεις σχετικά με τις πιέσεις που δέχονται προκειμένου να πιουν τα παιδιά, οι νέοι άνθρωποι και όσοι γενικότερα επιλέγουν να απέχουν από την κατανάλωση αλκοόλ.

Προκειμένου να πραγματοποιηθούν οι παραπάνω στόχοι απαιτούνται σημαντικές και κυρίως αποτελεσματικές δράσεις σε 8 βασικούς στρατηγικούς τομείς, οι οποίοι είναι οι παρακάτω:

- 1) Ενημέρωση και εκπαίδευση
- 2) Δημόσιοι, ιδιωτικοί και εργασιακοί χώροι
- 3) Οδήγηση υπό την επήρεια αλκοόλ
- 4) Διάθεση αλκοολούχων προϊόντων
- 5) Προώθηση αλκοολούχων ποτών
- 6) Θεραπεία
- 7) Υποχρεώσεις των βιομηχανιών αλκοολούχων ποτών
- 8) Γενικότερες δραστηριότητες στρατηγικής για το αλκοόλ

(www.euro.who.int/document/E67946.pdf)

5.3. ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟ ΑΛΚΟΟΛ 2000-2005

ΝΕΟΙ ΚΑΙ ΑΛΚΟΟΛ

Ολοένα και περισσότερα στοιχεία αποδεικνύουν ότι η κατανάλωση αλκοόλ μεταξύ των νέων έχει αυξηθεί αρκετά. Αυτές οι αυξήσεις έχουν προκαλέσει την ανησυχία του Π.Ο.Υ., των οργανισμών νεότητας και γενικότερα των φορέων που σχετίζονται με την δημόσια υγεία. Μερικά στοιχεία στο σχέδιο δράσης σχετίζονται άμεσα με τους νέους, όμως η διακήρυξη για τους νέους και το αλκοόλ της Στοκχόλμης εμπερικλείει περισσότερη δράση. Ακολουθώς παρουσιάζεται η συγκεκριμένη διακήρυξη.

ΔΙΑΚΗΡΥΞΗ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΝΕΟΥΣ ΚΑΙ ΑΛΚΟΟΛ, 2001

Ο Ευρωπαϊκός κανονισμός για το Αλκοόλ, που υιοθετήθηκε από τις χώρες-μέλη του Π.Ο.Υ. το 1995, θέτει τις κατευθυντήριες αρχές και τους στόχους για την προώθηση και την προστασία της υγείας καθώς και την ευημερία όλων των ανθρώπων στην περιοχή. Αυτή η Διακήρυξη σκοπεύει να προστατέψει τα παιδιά και τους νέους ανθρώπους από τις πιέσεις που δέχονται για να καταναλώσουν αλκοόλ και τη μείωση των επιβλαβών συνεπειών που μπορεί να επέλθουν άμεσα ή έμμεσα από το αλκοόλ.

ΝΕΑΝΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η παγκοσμιοποίηση των μέσων μαζικής ενημέρωσης και των αγορών έχει προκαλέσει αύξηση της αντιληπτικής ικανότητας των νέων, αλλαγές στις επιλογές τους και τη συμπεριφορά τους. Πολλοί νέοι άνθρωποι σήμερα έχουν μεγαλύτερες ευκαιρίες και περισσότερο διαθέσιμο εισόδημα όμως είναι περισσότερο ευαίσθητοι σε τεχνικές αγορές και

πώλησης που έχουν γίνει πιο επιθετικές για τα καταναλωτικά προϊόντα και πιθανότατα επιβλαβή όπως το αλκοόλ. Την ίδια στιγμή, η επικράτηση της ελεύθερης αγοράς έχει διαβρώσει την υπάρχουσα ασφάλεια της δημόσιας υγείας σε πολλές χώρες και αποδυνάμωσε τις κοινωνικές δομές για τους νέους ανθρώπους. Ραγδαίες κοινωνικές και οικονομικές μεταβολές, πολιτικές διαμάχες, φτώχεια, απομόνωση έχουν αυξήσει την πιθανότητα το αλκοόλ και τα ναρκωτικά να παίζουν σημαντικότατο και καταστροφικό ρόλο στη ζωή πολλών νέων ανθρώπων.

ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΑΛΚΟΟΛ

Η κυριότερη τάση στα πρότυπα κατανάλωσης αλκοόλ των νέων ανθρώπων είναι ο μεγαλύτερος πειραματισμός με το αλκοόλ μεταξύ των παιδιών και αυξήσεις σε επικίνδυνα πρότυπα όπως το binge drinking και η μέθη, κυρίως στους ανήλικους και τους νεαρούς ενήλικους καθώς και η μείξη του αλκοόλ με άλλες ψυχοδραστικές ουσίες. Μεταξύ των νέων ανθρώπων υπάρχουν ξεκάθαροι δεσμοί μεταξύ της χρήσης αλκοόλ.

ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΤΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΑΛΚΟΟΛ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΝΕΟΥΣ

Οι νέοι είναι περισσότερο ευαίσθητοι στο να υποφέρουν σωματικά, συναισθηματικά και κοινωνικά από τις επιβλαβείς επιπτώσεις της κατανάλωσης αλκοόλ σε σχέση με άλλες ηλικιακές ομάδες. Υπάρχουν ισχυροί δεσμοί μεταξύ της επικίνδυνης κατανάλωσης αλκοόλ, της βίας, της μη ασφαλούς σεξουαλικής συμπεριφοράς, των τροχαίων και άλλων ατυχημάτων, των μόνιμων αναπηριών και του θανάτου. Το κόστος των προβλημάτων που σχετίζονται με το αλκοόλ που αντιμετωπίζουν οι νέοι στην υγεία, την κοινωνία και την οικονομία αποτελεί ένα σημαντικό εμπόδιο της κοινωνίας.

ΔΙΑΚΗΡΥΞΗ

Σύμφωνα με αυτή τη διακήρυξη, οι συμμετέχοντες στην Ευρωπαϊκή Κυβερνητική Συνέλευση του Π.Ο.Υ. για τους Νέους και το Αλκοόλ καλούν όλες τις χώρες-μέλη, κυβερνητικούς και μη οργανισμούς και άλλες ομάδες που ενδιαφέρονται να προασπίσουν και να επενδύσουν στην υγεία και την ευημερία των νέων, προκειμένου να εξασφαλιστεί το γεγονός ότι διαθέτουν καλή ποιότητα ζωής και ένα δραστήριο μέλλον για εργασία, διασκέδαση, οικογένεια και κοινωνική ζωή.

Οι στρατηγικές για το αλκοόλ που απευθύνονται στους νέους πρέπει να αποτελούν μέρος μιας ευρύτερης κοινωνικής αντίδρασης, εφόσον η κατανάλωση αλκοόλ στους νέους σε

μεγαλύτερο βαθμό αντανάκλα τις συμπεριφορές και τις αντιδράσεις της ευρύτερης ενήλικης κοινωνίας. Οι νέοι αποτελούν μία πηγή και μπορούν να συμβάλλουν θετικά στην επίλυση των προβλημάτων που σχετίζονται με το αλκοόλ.

Για να συμπληρώσουμε την ευρύτερη κοινωνική αντίδραση, όπως αναφέρεται στο Ευρωπαϊκό Σχέδιο Δράσης για το Αλκοόλ 2000-2005, είναι απαραίτητο τώρα να αναπτυχθούν συγκεκριμένοι στόχοι, πολιτικά μέτρα και υποστηρικτικές δραστηριότητες για τους νέους. Οι χώρες-μέλη, αν και επικρατούν διαφορετικές πολιτισμικές, κοινωνικές, νομικές και οικονομικές συνθήκες, θα πρέπει να :

1. Θέσουν τους παρακάτω στόχους που πρέπει να επιτευχθούν ως το 2006:

- καθυστέρηση της ηλικίας που οι νέοι αρχίζουν να καταναλώνουν αλκοόλ
- σημαντική μείωση του αριθμού των νέων που αρχίζουν να καταναλώνουν αλκοόλ,
- προώθηση ή τη διεύρυνση σημαντικών εναλλακτικών λύσεων για το αλκοόλ και τα ναρκωτικά και την αύξηση της εκπαίδευσης όσων δουλεύουν με τους νέους,
- αύξηση της εκπαίδευσης των νέων σχετικά με το αλκοόλ,
- υποστήριξη δράσεων ενάντια στην παράνομη πώληση του αλκοόλ,
- εξασφάλιση ή και αύξηση της πρόσβασης σε υπηρεσίες υγείας και συμβουλευτικής, κυρίως για τους νέους που έχουν προβλήματα με το αλκοόλ ή εξαρτημένους γονείς ή άλλα οικογενειακά μέλη,
- ουσιαστική μείωση των αρνητικών συνεπειών που σχετίζονται με το αλκοόλ, κυρίως ατυχήματα, βία που συγκεκριμένα έχουν βιώσει οι νέοι.

2. Προωθήσουν διάφορα αποτελεσματικά μέτρα σε 4 ευρύτερους τομείς:

- **Προώθηση προστασίας:** Ενδυναμωμένα μέτρα για την προστασία των παιδιών και των ανηλίκων από την έκθεση στην κατανάλωση αλκοόλ και τη χορηγία. Εξασφάλιση ότι τα αλκοολούχα προϊόντα των κατασκευαστών δε στοχεύουν στα παιδιά και τους ανήλικους. Έλεγχος της διάθεσης του αλκοόλ με απαγορευμένη πρόσβαση, ελάχιστο ηλικιακό όριο και οικονομικά μέτρα, συμπεριλαμβανομένου και των τιμών, οι οποίες επηρεάζουν την κατανάλωση αλκοόλ από ανήλικους.
- **Προώθηση εκπαίδευσης:** Αύξηση της επίγνωσης των επιπτώσεων του αλκοόλ, συγκεκριμένα στους νέους. Ανάπτυξη προγραμμάτων προώθησης της υγείας που θα περιλαμβάνουν θέματα σχετικά με το αλκοόλ σε διάφορους χώρους, όπου οι νέοι θα πρέπει να ενθαρρύνονται να αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες ως σημαντικά μέλη της κοινωνίας.

- **Υποστηρικτικό περιβάλλον:** Ανάπτυξη και ενθάρρυνση του ρόλου της οικογένειας στην προώθηση της υγείας και της ευημερίας των νέων. Εξασφάλιση ότι τα σχολεία και τα υπόλοιπα εκπαιδευτικά ιδρύματα αποτελούν χώρους ελεύθερους από αλκοόλ.
- **Μείωση επιβλαβών επιπτώσεων:** Προώθηση της ευρύτερης επίγνωσης των αρνητικών συνεπειών της κατανάλωσης αλκοόλ για το άτομο, την οικογένεια και την κοινωνία. Θεσμοθέτηση κανονισμών για την απαγόρευση της πώλησης αλκοόλ σε ανήλικους και εξαρτημένα άτομα. Να τεθούν σε ισχύ κανονισμοί για την οδήγηση υπό την επήρεια αλκοόλ και ποινές.

3. Καθιερώσουν ευρύτερη πρόσβαση για την υλοποίηση των στρατηγικών και την επίτευξη των στόχων:

- Δημιουργία πολιτικής δέσμευσης με την ανάπτυξη σημαντικών σχεδίων και στρατηγικών σχετικά με την περιφέρεια και τους νέους, με στόχους τη μείωση της κατανάλωσης αλκοόλ και των επιβλαβών συνεπειών που σχετίζονται με αυτό.
- Ανάπτυξη σχέσεων με τους νέους κυρίως μέσω των κατάλληλων τοπικών δικτύων. Ενδιαφέρον για τους νέους και προώθηση ευκαιριών για τους νέους να συμμετέχουν στις αποφάσεις που επηρεάζουν τη ζωή τους.
- Ανάπτυξη μιας σημαντικής προσέγγισης για τη βοήθεια νέων ατόμων που έχουν βιώσει προβλήματα κοινωνικά και υγείας σε σχέση με το αλκοόλ.
- Ενδυναμωμένη διεθνή συνεργασία μεταξύ των χωρών-μελών. Πολλά από τα πολιτικά μέτρα πρέπει να αναθεωρηθούν σε διεθνές επίπεδο, αν θέλουν να είναι τελείως αποτελεσματικά. (www.euro.who.int/alcoholdrugs/Policy/20020925_1)

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

1.1. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η συγκεκριμένη έρευνα πραγματοποιήθηκε στο σπουδαστικό πληθυσμό του Τ.Ε.Ι. Κρήτης και αποσκοπεί στο να διαπιστώσουμε κατά πόσο οι σπουδαστές καταναλώνουν αλκοολούχα ποτά και τι επίδραση έχει αυτό στη ζωή τους. Σύμφωνα με τις βιβλιογραφικές αναφορές που εμπεριέχονται στο θεωρητικό μέρος σχετικά με την κατανάλωση αλκοόλ από τους μαθητές, θα ήταν αρκετά ενδιαφέρον να διερευνηθεί τι ισχύει σε μια ηλικιακή ομάδα (18-25) που πολλοί είναι οι παράγοντες που την ωθούν στη χρήση αλκοόλ. Άλλωστε μέχρι σήμερα δεν έχει πραγματοποιηθεί ανάλογη έρευνα, προκειμένου να διαπιστωθεί τι διαστάσεις έχει πάρει η κατανάλωση αλκοόλ από τους νέους-σπουδαστές και πως επιδρά στη ζωή τους. Σκοπός μας ήταν να καταγράψουμε ποιο ρόλο παίζει το αλκοόλ στη ζωή των σπουδαστών και συγκεκριμένα πόσο συνδέουν την κατανάλωση αλκοόλ με την αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου τους.

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΕΣ ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ-ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

Για τη διεξαγωγή της συγκεκριμένης έρευνας θέσαμε τις ακόλουθες ερευνητικές υποθέσεις με κύρια και βασική την υπόθεση ότι οι νέοι-σπουδαστές πραγματοποιούν κατανάλωση αλκοόλ σε σημαντικό βαθμό. (κεφάλαιο 4^ο και το υποκεφάλαιο 2.5.)

Θέλαμε κατ' επέκταση να διαπιστώσουμε ποιο από τα είδη ποτών (μπύρα, κρασί, αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά) προτιμά η νεολαία, (κεφάλαιο 1^ο, υποκεφάλαιο 1.8., κεφάλαιο 4^ο, υποκεφάλαιο 4.1.) καθώς πιστεύαμε ότι οι σπουδαστές επιλέγουν να αξιοποιούν τον ελεύθερό τους χρόνο με τρόπους στους οποίους συμπεριλαμβάνεται η κατανάλωση αλκοόλ (κεφάλαιο 2^ο, υποκεφάλαιο 2.4.1., κεφάλαιο 4^ο υποκεφάλαια 4.1.- 4.2.).

Επιπλέον υποθέσαμε ότι γενικότερα η κατανάλωση αλκοόλ επηρεάζει σημαντικά την κοινωνική ζωή του νέου-σπουδαστή. (κεφάλαιο 1^ο, υποκεφάλαιο 1.6.) και ότι στις μέρες μας πλέον η κατανάλωση αλκοόλ συνδυάζεται και με ποικίλες δραστηριότητες εντός της οικίας. (κεφάλαιο 2^ο, υποκεφάλαιο 2.5.)

Υπάρχουν πολλοί και ποικίλοι σημαντικοί παράγοντες που κατευθύνουν το νέο-σπουδαστή στην κατανάλωση αλκοόλ (κεφάλαιο 3^ο, υποκεφάλαια 3.2.- 3.4.) και μέσω της συγκεκριμένης έρευνας θέλαμε να διαπιστώσουμε ποιοι από αυτούς είναι οι κυριότεροι.

Επίσης υποθέσαμε ότι η κατανάλωση αλκοόλ μπορεί να επιφέρει σημαντικές δυσμενείς επιπτώσεις, σωματικές, ψυχολογικές, στη ζωή του νέου-σπουδαστή. (κεφάλαιο 1^ο, υποκεφάλαιο 1.5.)

Επιμέρους υπόθεση αποτελεί και το ότι η κατανάλωση αλκοόλ μπορεί να επηρεάσει την αποδοτικότητα του νέου στις σπουδαστικές του υποχρεώσεις, (κεφάλαιο 4^ο, υποκεφάλαια 4.1.- 4.2.).

Όσον αφορά την ηλικία έναρξης κατανάλωσης αλκοόλ, τα τελευταία χρόνια έχει μειωθεί σε σημαντικό βαθμό. (κεφάλαιο 1^ο, υποκεφάλαιο 1.7., κεφάλαιο 3^ο, υποκεφάλαιο 3.1., κεφάλαιο 4^ο, υποκεφάλαιο 4.1.) Πιθανολογούμε ότι μπορεί να υπάρχει συσχέτιση αυτής της μεταβλητής τόσο με την ετήσια κατανάλωση αλκοόλ όσο και με τη μηνιαία κατανάλωση μεγάλων ποσοτήτων αλκοολούχων ποτών. Το binge drinking (κεφάλαιο 4^ο, υποκεφάλαιο 4.3.) πιθανότατα αποτελεί μια κατάσταση που παρατηρείται πλέον και στον τόπο μας.

Τέλος, πιθανότατα η μεταβλητή του φύλου μπορεί να συσχετίζεται με άλλους βασικούς παράγοντες-μεταβλητές όπως η ηλικία έναρξης κατανάλωσης αλκοόλ, η ετήσια κατανάλωση αλκοόλ αλλά και η μηνιαία κατανάλωση άνω των 5 ποτηριών αλκοολούχων ποτών.

ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΑΙ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

Πρόκειται για τυχαίο δείγμα τριακοσίων σπουδαστών του Τ.Ε.Ι. Κρήτης (Ηράκλειο) εκτός των τμημάτων που εδρεύουν στα Χανιά και τη Σητεία. Οι σπουδαστές (ηλικίας 18-25 ετών) ήταν όλων των τμημάτων, των σχολών και των εξαμήνων του Τ.Ε.Ι.

Πραγματοποιήθηκε ποσοτική έρευνα με σταθμισμένο και δομημένο ερωτηματολόγιο. Τμήμα του ερωτηματολογίου ήταν μέρος αυτού που χρησιμοποίησε ο ψυχολόγος Ανυφαντάκης Ιωάννης στη διδακτορική διατριβή του “ Η χρήση οινοπνευματωδών ποτών από το μαθητικό πληθυσμό του νομού Έβρου”. Στο ερωτηματολόγιο της έρευνας που πραγματοποιήθηκε στο νομό Έβρο εμπεριέχονται επιπλέον ερωτήσεις σχετικές με την υγεία, το σχολείο, κοινωνικοδημογραφικά στοιχεία και ποικίλους προβληματισμούς που απευθύνονται στο μαθητικό πληθυσμό. Εμείς χρησιμοποιήσαμε μόνο τις σχετικές ερωτήσεις για τις δραστηριότητες του ελεύθερου χρόνου και την κατανάλωση αλκοόλ.

ΤΕΧΝΙΚΗ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Τα ερωτηματολόγια διανεμήθηκαν σε τυχαίο δείγμα των σπουδαστών πρωίνες και απογευματινές ώρες και σε χώρους όπως η φοιτητική λέσχη, το προαύλιο του Τ.Ε.Ι., οι σπουδαστικοί σύλλογοι και οι εσωτερικοί χώροι όλων των σχολών. Συμπληρώθηκαν συνολικά 300 ερωτηματολόγια.

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε είχε την εξής τελική μορφή:

- 1) Το πρώτο τμήμα του αναφέρεται σε κοινωνικοδημογραφικά στοιχεία των ερωτηθέντων σπουδαστών όπως το φύλο, το έτος γέννησης και η ηλικία, η οικογενειακή κατάσταση καθώς και η σχολή, το τμήμα και το εξάμηνο στο οποίο φοιτά ο εκάστοτε σπουδαστής.
- 2) Ακολουθεί η πρώτη ενότητα που αφορά στον ελεύθερο χρόνο των σπουδαστών και συγκεκριμένα δραστηριότητες με τις οποίες τον αξιοποιούν. (Ερώτηση 1^η/ Υποερωτήματα 1-21)
- 3) Ακολουθεί η δεύτερη ενότητα ερωτήσεων που αφορά στην κατανάλωση αλκοόλ από τους σπουδαστές και συγκεκριμένα σχετίζονται:
 - με την ηλικία κατά την οποία πραγματοποίησαν για πρώτη φορά κατανάλωση αλκοόλ (Ερώτηση 1)
 - με τη συχνότητα και την ποσότητα που καταναλώνουν αλκοόλ (Ερώτηση 2, 4)
 - τη συχνότητα που περιέρχονται σε κατάσταση ζάλης και κυρίως μέθης εξαιτίας της κατανάλωσης αλκοόλ (Ερώτηση 5, 6)
 - το είδος αλκοόλ που προτιμούν να καταναλώνουν (Ερώτηση 3)
 - τις αιτίες που τους οδηγούν στην κατανάλωση αλκοόλ (Ερώτηση 8)
 - τις επιπτώσεις (σωματικές, ψυχολογικές, κοινωνικές) από την κατανάλωση αλκοόλ (Ερώτηση 9)
 - τον τρόπο με τον οποίο προτιμούν να καταναλώνουν αλκοόλ (π.χ. μόνοι ή με παρέα) (Ερώτηση 7)

1.2. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

Η ηλικία του δείγματος στο οποίο απευθύνεται το ερωτηματολόγιο είναι μεταξύ 18-25 ετών. Όπως μπορούμε να παρατηρήσουμε στον πίνακα 1.1. τα μεγαλύτερα ποσοστά καταλαμβάνουν οι ηλικίες μεταξύ 19-22 ετών με το μεγαλύτερο να αντιστοιχεί στην ηλικία των 20 ετών (**26,3 %**), ενώ αντίθετα μικρότερα ποσοστά καταλαμβάνουν οι ηλικίες μεταξύ 23-25 ετών με το μικρότερο να αντιστοιχεί στην ηλικία των 25 ετών (**4 %**).

Πίνακας 1.1. Ηλικία δείγματος

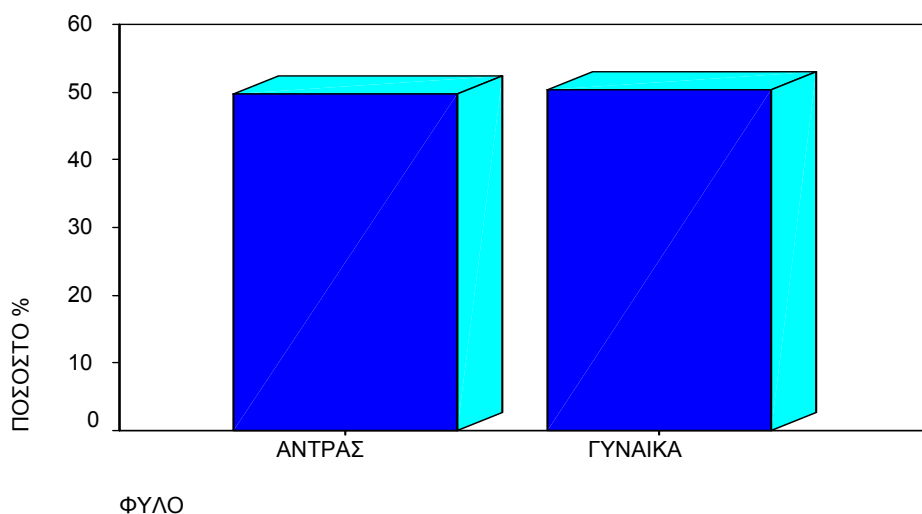
ΗΛΙΚΙΑ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
18	26	8,7
19	47	15,7
20	79	26,3
21	62	20,7
22	33	11,0
23	24	8,0
24	17	5,7
25	12	4,0
ΣΥΝΟΛΟ	300	100

Αυτό που εύκολα μπορεί να παρατηρήσει κανείς και πραγματικά μας προκάλεσε μεγάλη έκπληξη είναι η σχεδόν ισάριθμη κατανομή του τυχαίου δείγματος όσον αφορά το φύλο. Στον παρακάτω πίνακα (1.2.) εμπεριέχονται τα ακριβή ποσοστά του δείγματος, ενώ ακολουθεί και διάγραμμα (1.1.) που παρουσιάζει πιο χαρακτηριστικά τα σχετικά ποσοστά.

Πίνακας 1.2. Κατανομή φύλου του δείγματος

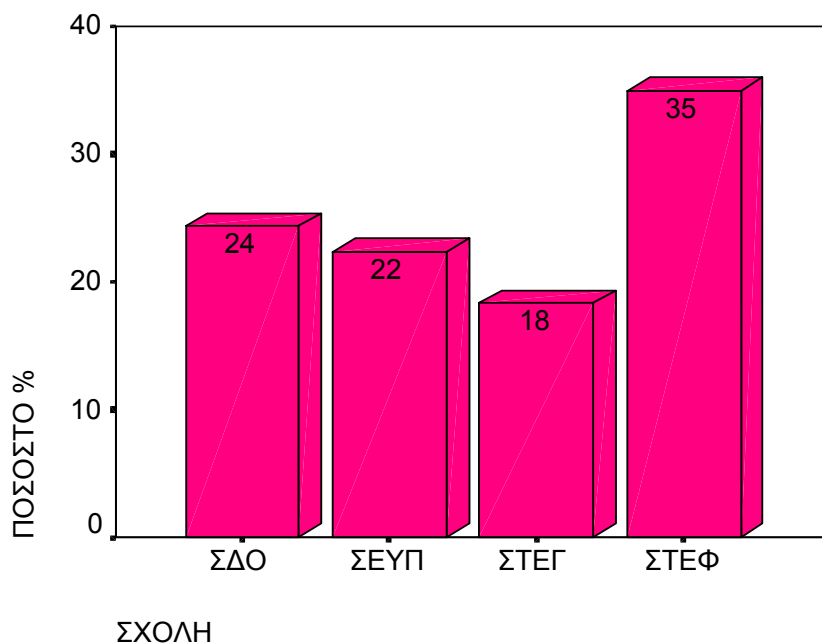
ΦΥΛΟ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
ΑΝΤΡΑΣ	149	49,7
ΓΥΝΑΙΚΑ	151	50,3
ΣΥΝΟΛΟ	300	100

Διάγραμμα 1.1. Κατανομή του δείγματος σε σχέση με το φύλο



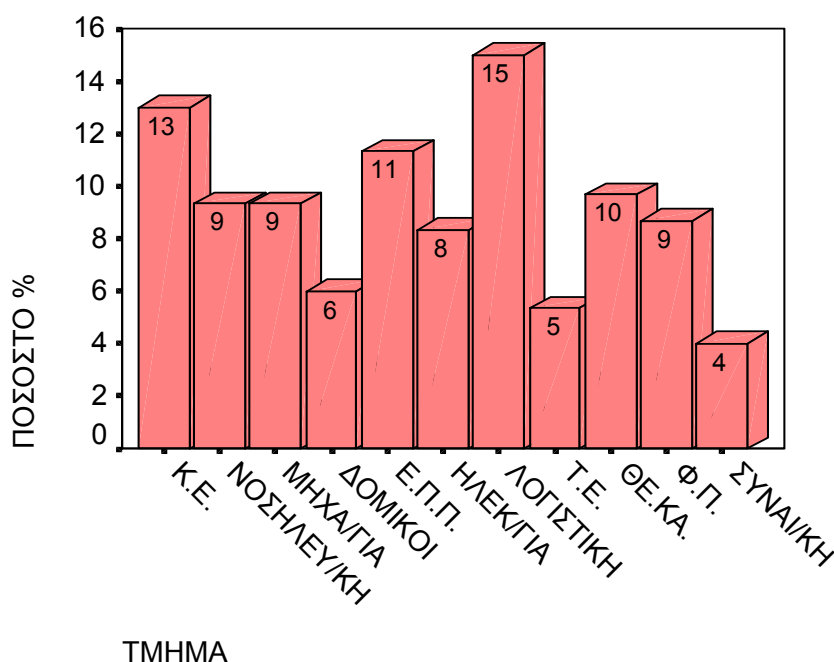
Παρακάτω ακολουθεί συγκεντρωτικό διάγραμμα (1.2.) όσον αφορά την κατανομή του δείγματος σε σχέση με τη σχολή φοίτησης του σπουδαστή. Αν εξαιρέσουμε την υπεροχή της Σ.Τ.Ε.Φ. η οποία περιλαμβάνει και τα περισσότερα τμήματα και έχει τους περισσότερους σπουδαστές, οι υπόλοιπες 3 σχολές βρίσκονται στα ίδια σχετικά ποσοστιαία επίπεδα συμμετοχής στην έρευνα. (βλέπε και παράρτημα ερευνητικού μέρους, Πίνακας 1.1.)

Διάγραμμα 1.2. Κατανομή του δείγματος σε σχέση με τις σχολές του Τ.Ε.Ι. Κρήτης



Στη συνέχεια παρουσιάζεται σε διάγραμμα (1.3.) η κατανομή του δείγματος των σπουδαστών που πήραν μέρος στη συγκεκριμένη έρευνα σε σχέση με το τμήμα στο οποίο φοιτούν. Παρατηρείται μεγαλύτερη συμμετοχή των σπουδαστών της λογιστικής, της κοινωνικής εργασίας και της εφαρμοσμένης πληροφορικής και πολυμέσων, ενώ το μικρότερο ποσοστό το καταλαμβάνει το τμήμα των συνεταιριστικών οργανώσεων και εκμεταλλεύσεων (4 %). (βλέπε και παράρτημα ερευνητικού μέρους, Πίνακας 1.2.)

Διάγραμμα 1.3. Κατανομή του δείγματος σε σχέση με τα τμήματα



Όπως μπορούμε να παρατηρήσουμε στον παρακάτω πίνακα (1.3.) όσον αφορά το εξάμηνο φοίτησης του σπουδαστικού δείγματος, μεγαλύτερη συχνότητα παρουσιάζουν τα εξάμηνα Α' - Ζ', ενώ τα πτυχία φαίνεται ότι καταλαμβάνουν πολύ μικρότερα ποσοστά. Αυτό το αποτέλεσμα θα μπορούσε να θεωρηθεί λογικό εφόσον οι σπουδαστές των 7 πρώτων εξαμήνων έχουν σαφέστατα περισσότερα μαθήματα σε σχέση με τους υπόλοιπους σπουδαστές, οπότε είναι απολύτως φυσικό να παρευρίσκονται για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα αλλά και συχνότερα στους χώρους του Τ.Ε.Ι.

Πίνακας 1.3. Εξάμηνο φοίτησης

ΕΞΑΜΗΝΟ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Α'	32	10,7
Β'	36	12,0
Γ'	36	12,0
Δ'	21	7,0
Ε'	40	13,3
ΣΤ'	32	10,7
Ζ'	42	14,0
ΠΑ'	14	4,7
ΠΒ'	18	6,0
ΠΓ'	10	3,3
ΠΔ'	10	3,3
ΠΕ'	2	,7
ΠΣΤ'	3	1,0
ΠΖ'	3	1,0
ΠΗ'	1	0,3
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Α΄ ΜΕΡΟΣ : ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ ΕΛΕΥΘΕΡΟΥ ΧΡΟΝΟΥ

Στο Α΄ μέρος του ερωτηματολογίου που χρησιμοποιήθηκε παρατίθενται 21 διαφορετικές δραστηριότητες με τις οποίες ο νέος – σπουδαστής μπορεί να αξιοποιήσει τον ελεύθερο χρόνο του. Για την καλύτερη παρουσίαση των αποτελεσμάτων και την ευκολότερη κατανόησή τους από τον κάθε αναγνώστη προτιμήσαμε σε αυτό το σημείο να παραθέσουμε τα σημαντικότερα ποσοστιαία ερευνητικά μας αποτελέσματα όσον αφορά τις δραστηριότητες εκείνες που οι νέοι-σπουδαστές επιλέγουν για να αξιοποιήσουν τον ελεύθερό τους χρόνο. Αναλυτικά οι σχετικοί πίνακες παρατίθενται στο παράρτημα του ερευνητικού μέρους της πτυχιακής μας εργασίας (Πίνακες 2.1.-2.21.)

Αξίζει να αναφέρουμε ότι το 96,3 % των σπουδαστών ακούει καθημερινά μουσική, το 78,3 % βλέπει καθημερινά τηλεόραση, το 70,3 % κάνει βόλτες και το 60,7 % βγαίνει καθημερινά με την παρέα του. Όσον αφορά κάποιες δραστηριότητες που σχετίζονται άμεσα με την κατανάλωση αλκοόλ, θεωρούμε απαραίτητο να αναφέρουμε ότι το **25,7 %** των

σπουδαστών **καθημερινά** πηγαίνει σε καφετέρια, ενώ το **15,3 %** βγαίνει σε bar και club. Τα ποσοστά αυτά προσωπικά κρίνουμε ότι είναι ιδιαίτερος σημαντικά εφόσον μας οδηγούν στο συμπέρασμα ότι τουλάχιστον το 15,3 % των σπουδαστών κάνει αρκετά συχνή κατανάλωση αλκοόλ.

Όσον αφορά τις δραστηριότητες εκείνες που οι σπουδαστές επιλέγουν να κάνουν σε **εβδομαδιαία βάση** είναι οι εξής: το 57,3 % πηγαίνει σε καφετέρια και το 49,7 % σε club, bar το 49,7 % πηγαίνει στην αγορά, το 33,3 % βγαίνει έξω με την παρέα του, το 32 % διαβάζει εφημερίδες, το 31,7 % αξιοποιεί τον ελεύθερο χρόνο του με κάποιο χόμπι αρεσκείας του, το 31,3 % πηγαίνει σε εστιατόρια ή fast-food, το 26,7 % προτιμά να διαβάζει περιοδικά ποικίλης ύλης και κόμικς της αρεσκείας του, το 24,7 % κάνει βόλτες, το 23,7 % ασχολείται με κάποιο άθλημα, το 23,3 % προτιμά να «σερφάρει» στο internet και το 22,3 % ασχολείται με διάφορα παιχνίδια στον Η / Υ.

Βάση των παραπάνω αποτελεσμάτων διαπιστώνουμε ότι σχεδόν το 50 % του δείγματος επιλέγει να αξιοποιεί τον ελεύθερο χρόνο του με δραστηριότητες που σχετίζονται με την κατανάλωση αλκοόλ σε εβδομαδιαία βάση. Αν λάβουμε υπόψη μας όσα έχουν ειπωθεί στο θεωρητικό μέρος της πτυχιακής μας εργασίας για το binge drinking (κεφάλαιο 4, υποκεφάλαιο 4.3.) και τα συνδυάσουμε με τα συγκεκριμένα ερευνητικά αποτελέσματα, μπορούμε να υποθέσουμε ότι η κατάσταση αυτή πιθανότατα επικρατεί και στον Ελλαδικό χώρο. Η διαφορά υφίσταται στο γεγονός ότι δεν έχει πραγματοποιηθεί ακόμα μια συγκεκριμένη και ολοκληρωμένη έρευνα σχετικά με αυτό το φαινόμενο που έχει πάρει ήδη ανησυχητικές διαστάσεις στην Αμερική και την Αγγλία, ώστε να διαπιστωθούν οι διαστάσεις του στον Ελλαδικό χώρο και επιπλέον να δημιουργηθεί κάποια σχετική ελληνική ορολογία.

Οι δραστηριότητες που οι σπουδαστές επιλέγουν να πραγματοποιούν **μηνιαίως** είναι οι εξής: το 35,3 % πηγαίνει στον κινηματογράφο, το 35 % πηγαίνει σε party, το 34 % διαβάζει περιοδικά ποικίλης ύλης και κόμικς, το 34 % πηγαίνει σε εστιατόρια και fast-food, το 22,7 % παίζει παιχνίδια στον Η / Υ, το 10,3 % ασχολείται με τη ζωγραφική, το 22,7 % πηγαίνει στην αγορά, το 22,3 % διαβάζει εφημερίδες, το 21 % πηγαίνει σε bar, club, το 20,7 % ασχολείται με το internet, το 17 % διαβάζει λογοτεχνικά βιβλία και το 15,7 % αθλείται.

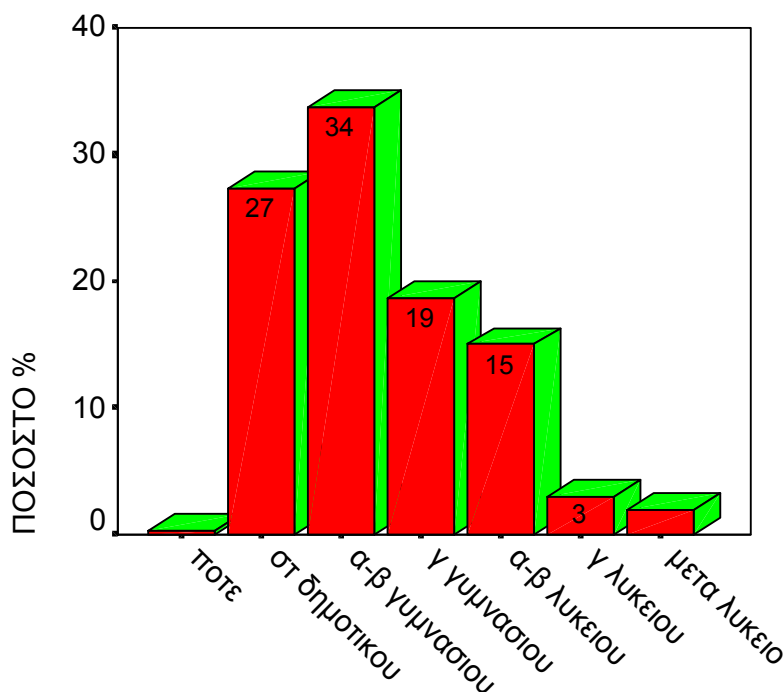
Ετησίως οι σπουδαστές προτιμούν δραστηριότητες όπως το να παρακολουθούν καλλιτεχνικές εκδηλώσεις (74,3 %), να πηγαίνουν στον κινηματογράφο (53,3 %), να διαβάζουν λογοτεχνικά βιβλία (44,3 %), να πηγαίνουν σε party (40,3 %), να ζωγραφίζουν (28,7 %), να αθλούνται (22 %), να γράφουν ποιήματα ή άλλα κείμενα (21 %).

Τέλος, υπάρχουν κάποιες δραστηριότητες που οι σπουδαστές δεν τις επιλέγουν **ποτέ** προκειμένου να αξιοποιήσουν τον ελεύθερο χρόνο που τους απομένει και είναι οι εξής: να παίζουν κάποιο μουσικό όργανο (78 %), να γράφουν ποιήματα ή άλλα κείμενα (61 %), να ζωγραφίζουν (53,7 %) και να διαβάζουν λογοτεχνικά βιβλία (26 %).

Β΄ ΜΕΡΟΣ: ΝΕΟΙ ΚΑΙ ΑΛΚΟΟΛ

Στο δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου που χρησιμοποιήσαμε περιλαμβάνονται ερωτήσεις που σχετίζονται με την κατανάλωση αλκοόλ. Η πρώτη ερώτηση που απευθύνεται στους σπουδαστές αφορά τη χρονική περίοδο που κατανάλωσαν για πρώτη φορά αλκοόλ. Στο παρακάτω διάγραμμα 2.1. παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία του δείγματος (34 %) δοκίμασε για πρώτη φορά αλκοόλ μεταξύ Α΄ και Β΄ Γυμνασίου, πράγμα που σημαίνει σε ηλικία 12-13 ετών. Είναι εύκολο να παρατηρήσει κανείς πόσο πλέον έχει μειωθεί το όριο ηλικίας του ατόμου που δοκιμάζει για πρώτη φορά αλκοολούχα ποτά. Βέβαια αξιοσημείωτο είναι και το ποσοστό των σπουδαστών που κατανάλωσαν για πρώτη φορά αλκοόλ πριν ακόμα ολοκληρώσουν την φοίτησή τους στην τελευταία τάξη του δημοτικού σχολείου (27 %). Συμπερασματικά μπορούμε να αναφέρουμε ότι μέχρι το τέλος της φοίτησης στο λύκειο σχεδόν όλοι οι σπουδαστές (99,7 %) έχουν δοκιμάσει αλκοόλ (Πίνακας 3.1. παρατήματος ερευνητικού μέρους).

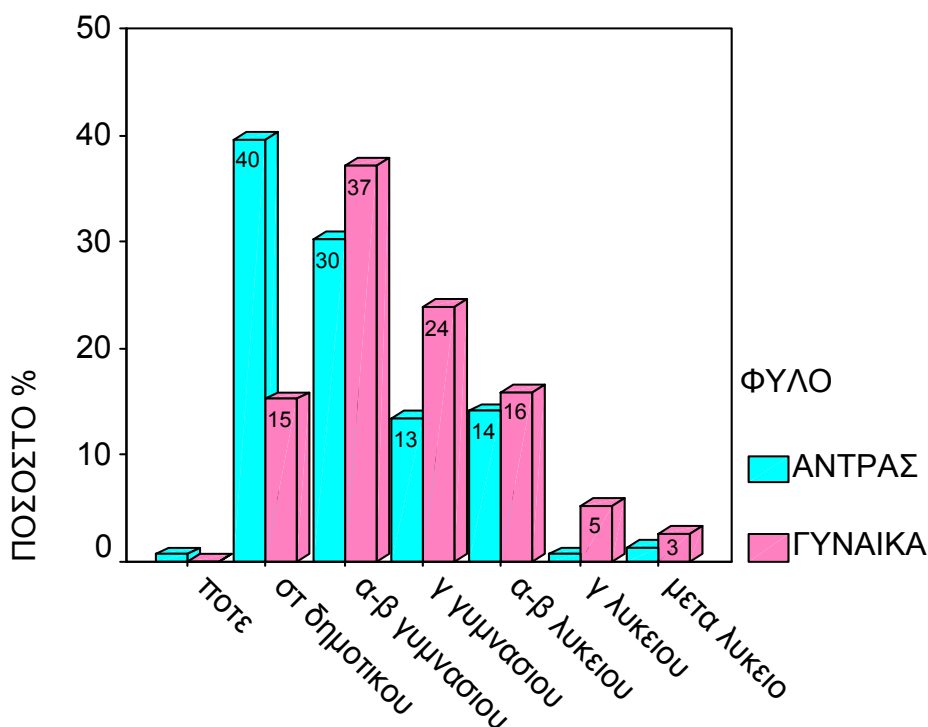
Διάγραμμα 2.1. Κατανάλωση αλκοόλ για πρώτη φορά.



Στο σημείο αυτό θεωρήσαμε απαραίτητο να συγκρίνουμε την ερώτηση αυτή (κατανάλωση αλκοόλ για πρώτη φορά) με μια άλλη μεταβλητή που είναι το φύλο (Διάγραμμα 2.2.) Σύμφωνα με τα αποτελέσματα μπορούμε να διακρίνουμε ότι στις περισσότερες κατηγορίες (Α΄-Β΄ Γυμνασίου, Γ΄ Γυμνασίου κ.α.) υπάρχει εμφανής υπεροχή των γυναικών

έναντι των αντρών, γεγονός που αποτελεί έκπληξη καθώς ίσως οι περισσότεροι να θεωρούσαν ότι τα αγόρια του Γυμνασίου και του Λυκείου πιθανότατα θα επιχειρούσαν να δοκιμάσουν και να καταναλώσουν νωρίτερα κάποια αλκοολούχα ποτά. Μοναδική εξαίρεση αποτελεί η κατανάλωση αλκοόλ κατά τη διάρκεια της ΣΤ΄ Δημοτικού, όπου τα αγόρια των 11 ετών δοκιμάζουν και καταναλώνουν αλκοόλ.

Διάγραμμα 2.2. Φύλο και κατανάλωση αλκοόλ για πρώτη φορά



Η δεύτερη ερώτηση σε αυτή την ενότητα αφορά την κατανάλωση αλκοόλ και περιλαμβάνει τρία σκέλη α) την κατανάλωση αλκοόλ από τους σπουδαστές γενικότερα ως σήμερα, β) την κατανάλωση αλκοόλ στη διάρκεια του τελευταίου έτους και γ) την κατανάλωση αλκοόλ στη διάρκεια του τελευταίου μηνός. Όσον αφορά το πρώτο σκέλος μπορούμε να παρατηρήσουμε (Πίνακας 2.1.) ότι η συντριπτική πλειοψηφία (**80,7 %**) έχει επιλέξει στη σχετική ερώτηση του ερωτηματολογίου την κατηγορία κατανάλωσης αλκοόλ *πάνω από 40 φορές* σε όλη του τη ζωή ως σήμερα, γεγονός που υποδηλώνει σημαντική συχνότητα κατανάλωσης αλκοόλ.

Πίνακας 2.1. Κατανάλωση αλκοόλ ως σήμερα

ΕΡΩΤΗΣΗ 2Α	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Ποτέ	1	0,3
1-2 φορές	3	1,0
3-5φορές	8	2,7
6-9φορές	4	1,3
10-19 φορές	14	4,7
20-39φορές	28	9,3
Ανω των 40	242	80,7
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Στον πίνακα 2.2. έχουμε τη δυνατότητα να παρατηρήσουμε ότι ένα σημαντικό ποσοστό του δείγματος, περίπου το μισό (47,7 %) έχει καταναλώσει αλκοόλ πάνω από 40 φορές κατά τη διάρκεια του τελευταίου έτους. Επιπλέον, περίπου το 1/5 του συγκεκριμένου φοιτητικού πληθυσμού (21,7 %) έχει καταναλώσει αλκοόλ 20-39 φορές το ίδιο χρονικό διάστημα.

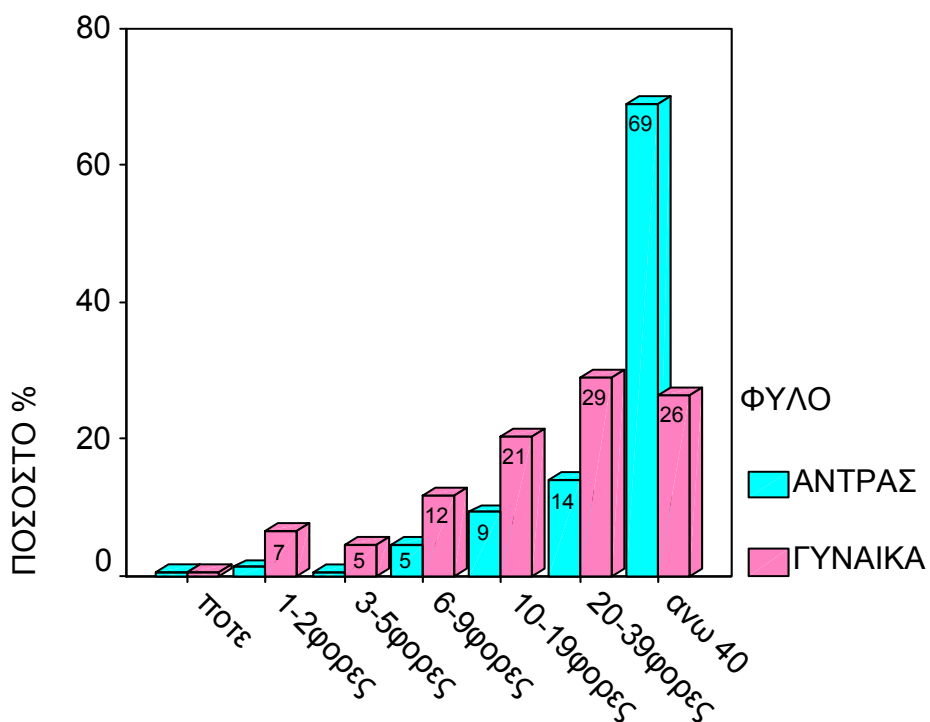
Πίνακας 2.2. Κατανάλωση αλκοόλ κατά το τελευταίο έτος

ΕΡΩΤΗΣΗ 2Β	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Ποτέ	2	0,7
1-2 φορές	12	4,0
3-5φορές	8	2,7
6-9φορές	25	8,3
10-19 φορές	45	15,0
20-39φορές	65	21,7
Ανω των 40	143	47,7
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Στο σημείο αυτό θεωρήσαμε απαραίτητο να συγκρίνουμε και αυτή την ερώτηση με την μεταβλητή του φύλου, προκειμένου να παρατηρήσουμε την κατανάλωση αλκοόλ μεταξύ των δύο φύλων και να διαπιστώσουμε τυχόν σημαντικές διαφοροποιήσεις. Επιλέξαμε αυτό το σκέλος της ερώτησης (κατανάλωση αλκοόλ κατά τη διάρκεια του τελευταίου έτους) επειδή το θεωρούμε πιο αντιπροσωπευτικό σε σχέση με τα άλλα δύο και γιατί η σύγκριση αυτών των δύο μεταβλητών θα μπορούσε να αποδώσει πιο αντιπροσωπευτικά αποτελέσματα σε σχέση με τη πραγματικότητα. Σύμφωνα με το παρακάτω διάγραμμα (2.3.) διαπιστώνουμε ότι η πλειοψηφία των αντρών (**69 %**) έχει καταναλώσει αλκοόλ πάνω από 40 φορές κατά τη διάρκεια του τελευταίου έτους. Ωστόσο αυτή η κατηγορία είναι η μοναδική στην οποία υπερτερούν οι

άντρες. Σε όλες τις υπόλοιπες φαίνεται ότι οι γυναίκες καταναλώνουν αλκοόλ περισσότερες φορές το χρόνο.

Διάγραμμα 2.3. Φύλο και κατανάλωση αλκοόλ κατά το τελευταίο έτος



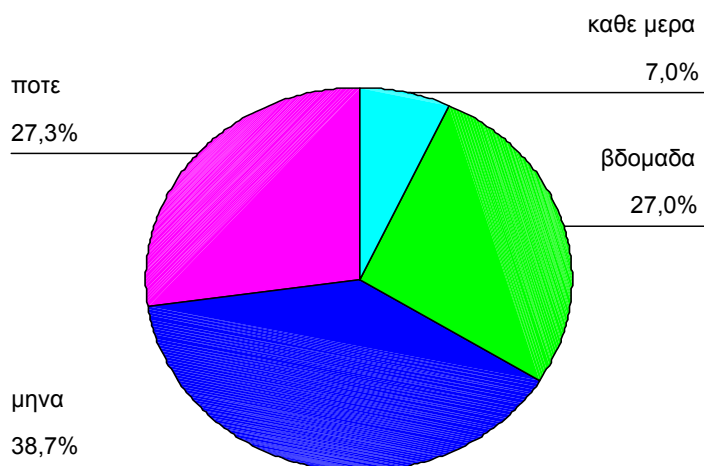
Όσον αφορά την κατανάλωση αλκοόλ κατά τη διάρκεια του τελευταίου μηνός μπορούμε να παρατηρήσουμε στον πίνακα 2.3. ότι τα ποσοστά κατανάλωσης αλκοόλ δεν παρουσιάζουν ιδιαίτερα μεγάλες αποκλίσεις στις σχετικές κατηγορίες αν εξαιρέσουμε την πρώτη (ποτέ, 6,7 %) και την τελευταία (άνω των 40, 8 %). Στο σημείο αυτό θεωρούμε άξιο αναφοράς το γεγονός ότι τα ποσοστά κατανάλωσης αλκοόλ από τους σπουδαστές σε σχετικά συχνή βάση (20-39 φορές, άνω των 40 φορές) δεν θεωρούνται ανησυχητικά.

Πίνακας 2.3. Κατανάλωση αλκοόλ κατά τον τελευταίο μήνα

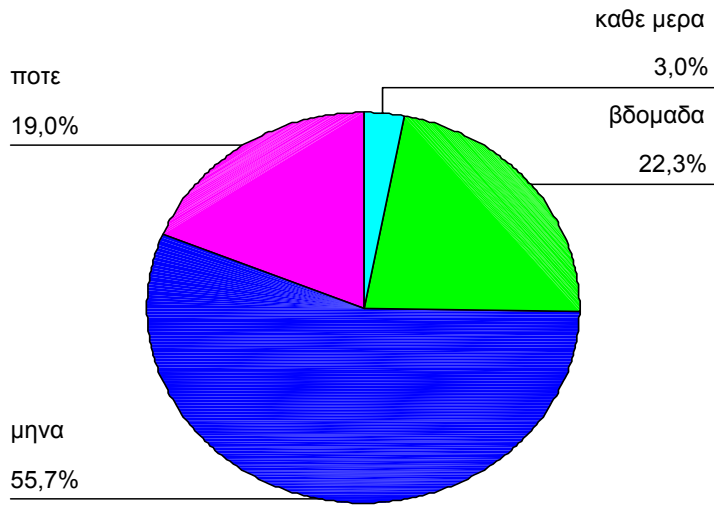
ΕΡΩΤΗΣΗ 2Γ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Ποτέ	20	6,7
1-2 φορές	54	18,0
3-5 φορές	56	18,7
6-9 φορές	59	19,7
10-19 φορές	57	19,0
20-39 φορές	30	10,0
Ανω των 40	24	8,0
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Η τρίτη ερώτηση της δεύτερης ενότητας του ερωτηματολογίου περιλαμβάνει τις προτιμήσεις των σπουδαστών όσον αφορά διάφορα είδη αλκοολούχων ποτών τα οποία είναι η μύρα, το κρασί, η ρακί, το ουίσκι-κονιάκ και άλλα παρόμοια ποτά, τα αναψυκτικά με αλκοόλ και το σφηνάκι. Παρακάτω παρουσιάζονται αναλυτικά διαγράμματα υπό μορφή πίτας στα οποία διαφαίνεται η ποσοστιαία κατανάλωση του εκάστοτε αλκοολούχου ποτού σε καθημερινή, εβδομαδιαία, μηνιαία βάση ή και η καθόλου χρήση του συγκεκριμένου ποτού.

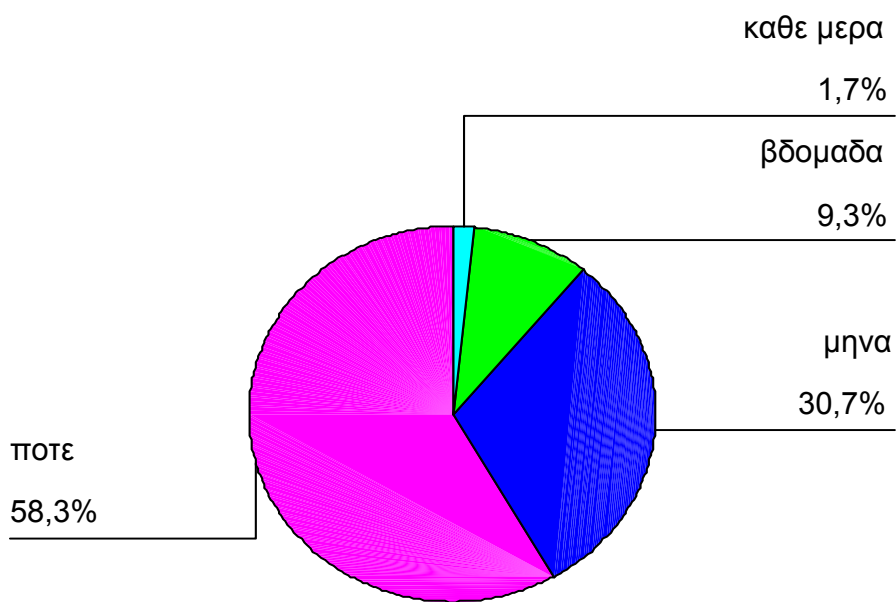
Διάγραμμα 2.4. Συχνότητα κατανάλωσης μύρας



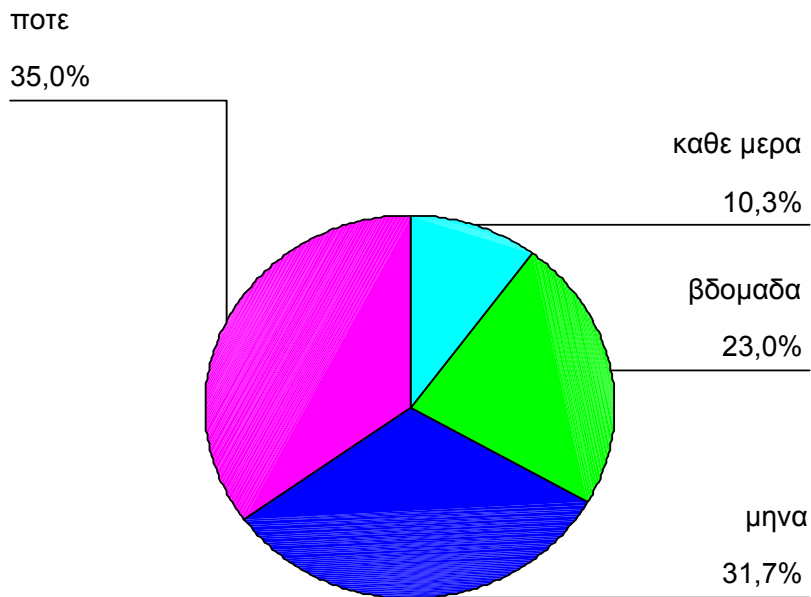
Διάγραμμα 2.5. Συχνότητα κατανάλωσης κρασιού



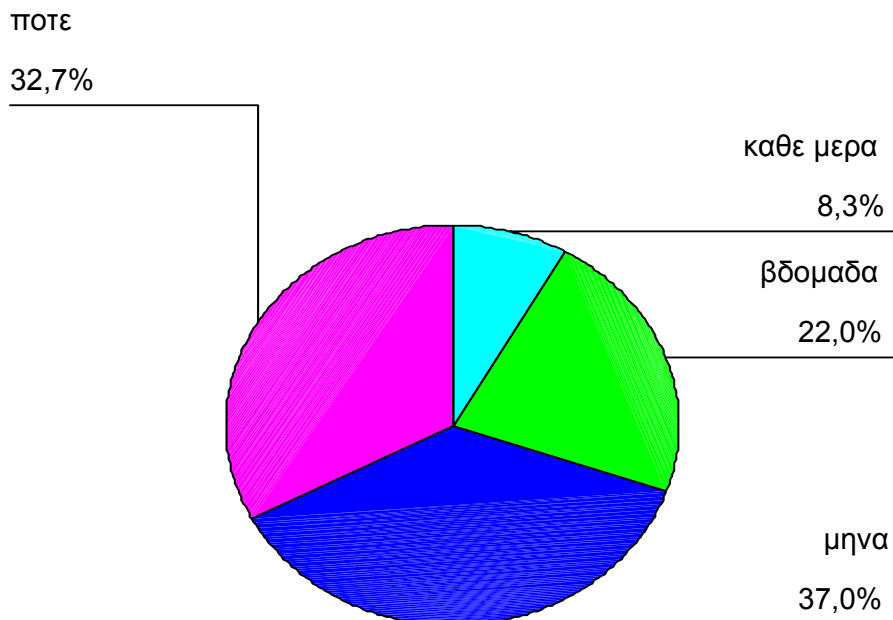
Διάγραμμα 2.6. Συχνότητα κατανάλωσης ρακί



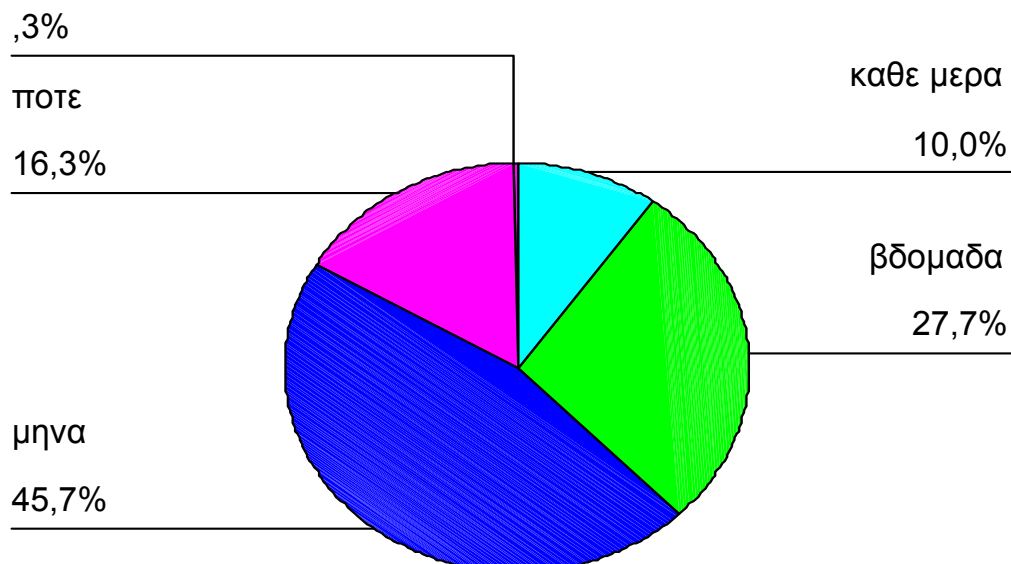
Διάγραμμα 2.7. Συχνότητα κατανάλωσης ούισκι και άλλων παρόμοιων ποτών



Διάγραμμα 2.8. Συχνότητα κατανάλωσης αναψυκτικών με αλκοόλ



Διάγραμμα 2.9. Συχνότητα κατανάλωσης για τα σφηνάκια

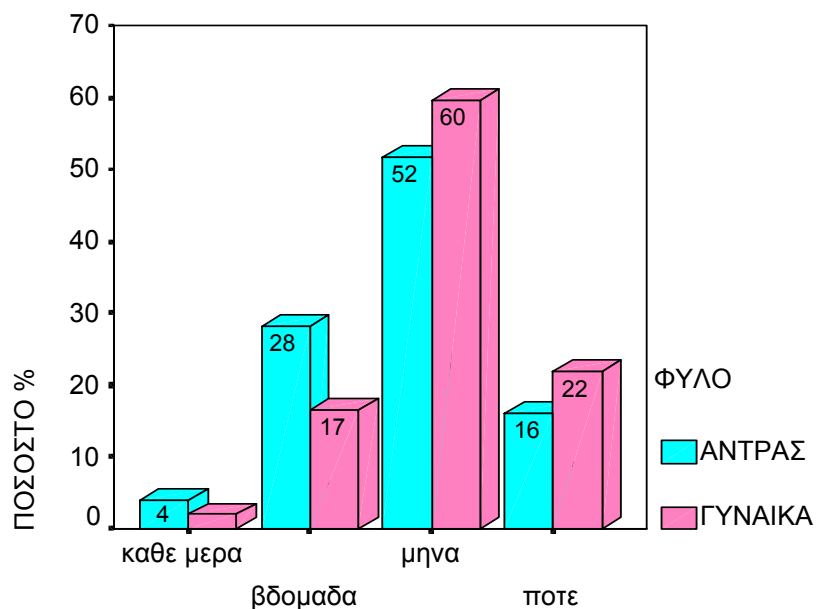


Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα διαπιστώνουμε ότι η πλειοψηφία του δείγματος επιλέγει να καταναλώνει τα περισσότερα από τα παραπάνω είδη αλκοολούχων ποτών σε **μηνιαία** βάση. Συγκεκριμένα το κρασί καταλαμβάνει το μεγαλύτερο ποσοστό των προτιμήσεων των σπουδαστών με 55,7 %, το σφηνάκι το 45,7 %, η μπίρα το 38,7 %, τα αναψυκτικά με αλκοόλ το 37 %, το ούισκι και άλλα παρόμοια αλκοολούχα ποτά το 31,7 %. Το μεγαλύτερο ποσοστό όσον αφορά την κατανάλωση σε **καθημερινή** βάση καταλαμβάνουν με ελάχιστη διαφορά το ούισκι ή άλλα παρόμοια αλκοολούχα ποτά (10,3 %) και τα σφηνάκια (10 %). Όσον αφορά την **εβδομαδιαία** κατανάλωση των παραπάνω αλκοολούχων ποτών παρατηρούμε ότι με μοναδική εξαίρεση τη ρακί, αυτή κυμαίνεται μεταξύ του 22 – 27,7 %. Επίσης, ιδιαίτερος ενδιαφέρον και ενθαρρυντικό είναι το γεγονός ότι **58,3 %** του δείγματος δεν καταναλώνει ποτέ ρακί και το **35 %** ούισκι ή άλλα παρόμοια αλκοολούχα ποτά, που κυρίως το δεύτερο συμπεριλαμβάνεται στα αλκοολούχα ποτά με τη μεγαλύτερη περιεκτικότητα σε καθαρό αλκοόλ. Ειδικότερα για τα σφηνάκια πρέπει να αναφέρουμε ότι όπως όλοι γνωρίζουμε, για την πλειοψηφία αποτελούν συμπλήρωμα και όχι το κύριο και βασικό αλκοολούχο ποτό το οποίο καταναλώνεται. Στις περισσότερες μάλιστα των περιπτώσεων αποτελεί πολιτική του εκάστοτε μαγαζιού νυχτερινής διασκέδασης, bar, club κ.α. να προσφέρει σφηνάκια στους θαμώνες.

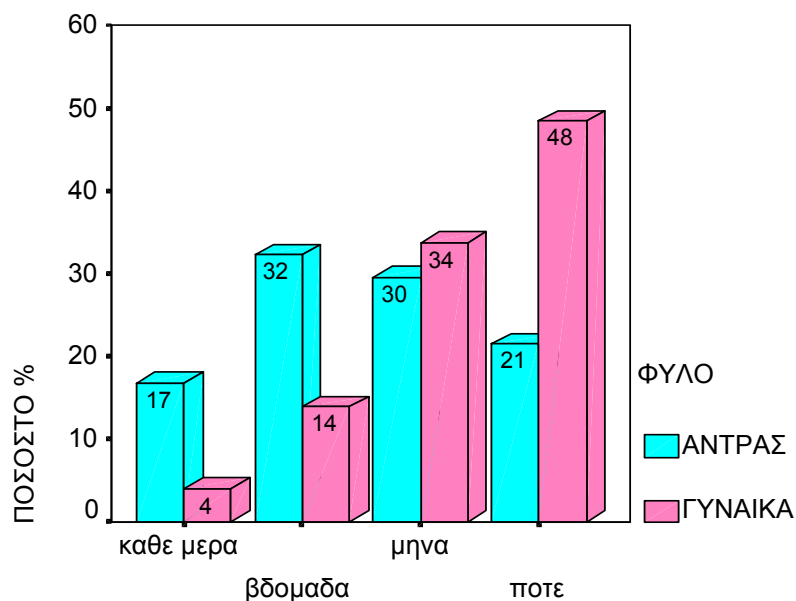
Στο σημείο αυτό θεωρήσαμε ενδιαφέρον να παραθέσουμε σε μορφή διαγραμμάτων (2.10.-2.11.)τα ποσοστά κατανάλωσης κρασιού και ούισκι και άλλων παρόμοιων αλκοολούχων

ποτών σε σχέση με τα δύο φύλα. Προτιμήσαμε αυτά τα δύο είδη αλκοόλ επειδή το πρώτο (κρασί) καταναλώνεται σε μεγαλύτερο βαθμό μηνιαίως ενώ το δεύτερο (ουίσκι) είχε το μεγαλύτερο ποσοστό κατανάλωσης σε καθημερινή βάση. Στο παρακάτω διάγραμμα (2.10.) παρατηρούμε ότι στην κατηγορία *μήνα* που πραγματοποιείται και η μεγαλύτερη κατανάλωση κρασιού, το γυναικείο φύλο έχει μεγαλύτερο ποσοστό από το αντρικό με διαφορά της τάξεως του 8 %. Ακόμα μικρότερη είναι η διαφορά μεταξύ των δύο φύλων στην ίδια κατηγορία στην περίπτωση της κατανάλωσης ουίσκι και άλλων παρόμοιων αλκοολούχων ποτών, όπου οι άντρες συγκεντρώνουν ποσοστό 30 % και οι γυναίκες 34 %.

Διάγραμμα 2.10. Φύλο και συχνότητα κατανάλωσης κρασιού

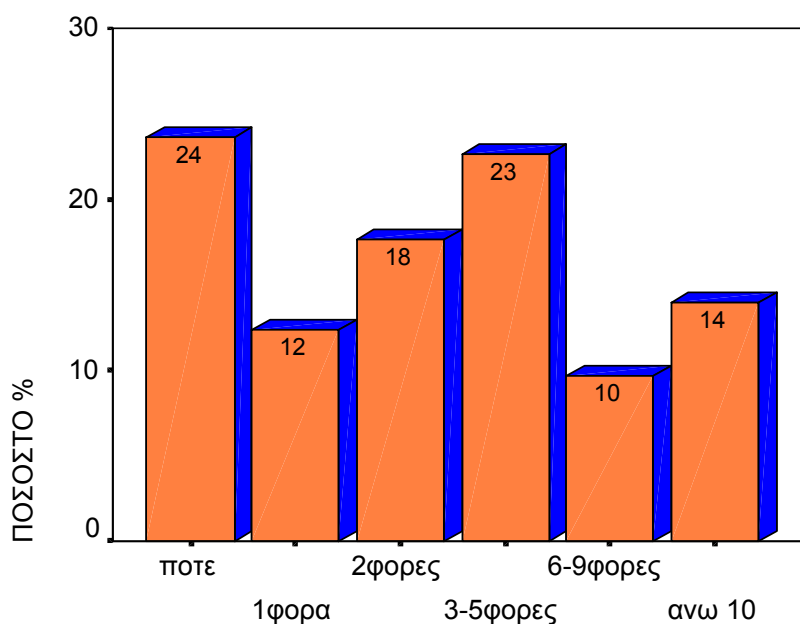


Διάγραμμα 2.11. Φύλο και συχνότητα κατανάλωσης ούισκι και άλλων παρόμοιων ποτών



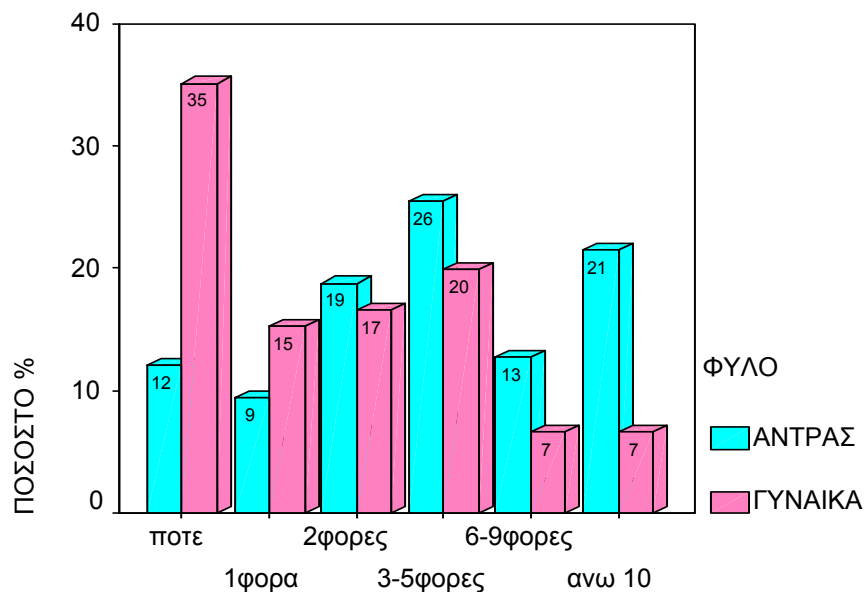
Η επόμενη ερώτηση αφορά την συχνότητα της κατανάλωσης πέντε ή περισσότερων ποτηριών του ίδιου ή διαφορετικού αλκοολούχου ποτού κατά τη διάρκεια του τελευταίου μήνα. Ακολουθεί αναλυτικό διάγραμμα (2.12.) όπου υπάρχουν δύο διαφορούμενα αποτελέσματα. Η κατηγορία **ποτέ** καταλαμβάνει ένα σημαντικό ποσοστό της τάξεως του 24 %, γεγονός που θα μπορούσε να θεωρηθεί ενθαρρυντικό για την κατανάλωση αλκοόλ γενικότερα από τον σπουδαστικό πληθυσμό. Όμως, σχεδόν παρόμοιο ποσοστό καταλαμβάνει και η κατηγορία **3-5 φορές** (23 %) πράγμα που θα μπορούσε να θεωρηθεί σχετικά ανησυχητικό, καθώς περίπου το 1/5 του δείγματος κατανάλωσε 3-5 φορές πάνω από 5 ποτήρια του ίδιου ή και διαφορετικού αλκοολούχου ποτού κατά τη διάρκεια του τελευταίου μηνός (Πίνακας 3.2. παράρτημα ερευνητικού μέρους).

Διάγραμμα 2.12. Κατανάλωση 5 ποτηριών ίδιου ή διαφορετικού ποτού τον τελευταίο μήνα



Όπως πράξαμε και σε προηγούμενες ερωτήσεις έτσι και σε αυτό το σημείο κρίναμε ενδιαφέρουσα τη σύγκριση του παραπάνω ερωτήματος με τη μεταβλητή του φύλου. Ακολουθεί σχετικό διάγραμμα (2.13.) στο οποίο μπορούμε συμπερασματικά να παρατηρήσουμε ότι η μοναδική κατηγορία στην οποία υπερτερεί το γυναικείο φύλο είναι αυτή του *ποτέ* με ποσοστό 35 %. Σε όλες τις υπόλοιπες κατηγορίες υπερτερεί το αντρικό φύλο, γεγονός που μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι οι άντρες καταναλώνουν σε αρκετά συχνότερη βάση μεγαλύτερες ποσότητες αλκοολούχων ποτών. Μια ενδιαφέρουσα παρατήρηση σε αυτό το σημείο είναι ότι ενώ σε προηγούμενη ερώτηση διαπιστώθηκε ότι οι γυναίκες έχουν αρχίσει να δοκιμάζουν το αλκοόλ σε μικρότερη ηλικία σε σχέση με τους άντρες (Διάγραμμα 2.2.) με το πέρασμα των ετών οι άντρες είναι αυτοί που τελικά πραγματοποιούν μεγαλύτερη κατανάλωση αλκοόλ και σε συχνότερη βάση. Όπως και διαφαίνεται στο αμέσως παρακάτω διάγραμμα το πιο σημαντικό ποσοστό καταλαμβάνει η κατανάλωση άνω των 5 ποτηριών του ίδιου ή και διαφορετικού αλκοολούχου ποτού από το αντρικό φύλο 3-5 φορές κατά τον προηγούμενο μήνα (26 %). Βέβαια στην ίδια κατηγορία καταλαμβάνει και το γυναικείο φύλο ένα σημαντικό ποσοστό της τάξεως του 20 % δηλαδή το 1/5 του γυναικείου δείγματος.

Διάγραμμα 2.13. Φύλο και κατανάλωση 5 ποτηριών ίδιου ή διαφορετικού ποτού τον τελευταίο μήνα



Στην συνέχεια ακολουθεί η ερώτηση που αφορά τη συχνότητα με την οποία οι σπουδαστές επέρχονται σε κατάσταση ζάλης τόσο στη ζωή τους γενικότερα όσο και στο διάστημα του τελευταίου έτους και μηνός. Στον πρώτο πίνακα (2.4.) που είναι και ο πιο γενικός μπορούμε να παρατηρήσουμε ότι περίπου το 1/3 του δείγματος (**33 %**) έχει ζαλιστεί πάνω από 10 φορές σε όλη του ζωή ως σήμερα.

Πίνακας 2.4. Ζάλη γενικότερα ως σήμερα

ΕΡΩΤΗΣΗ 5Α	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Ποτέ	22	7,3
1 φορά	44	14,7
2 φορές	66	22,0
3-5 φορές	39	13,0
6-9 φορές	30	10,0
Άνω των 10	99	33,0
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

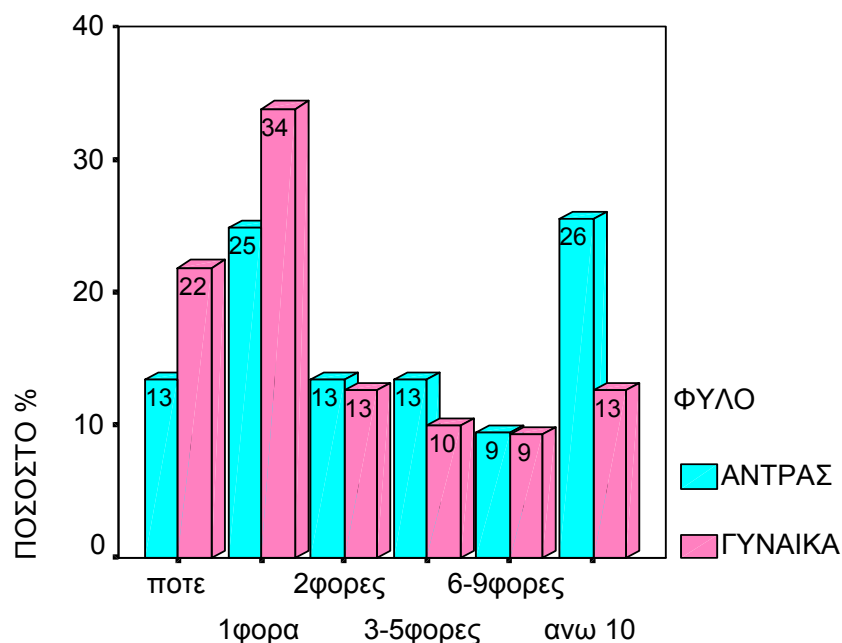
Ο δεύτερος κατά σειρά πίνακας (2.5.) παρουσιάζει τη συχνότητα κατά την οποία οι σπουδαστές έχουν αισθανθεί ζάλη κατά τη διάρκεια του τελευταίου έτους. Συγκεκριμένα μπορούμε να παρατηρήσουμε ότι η πλειοψηφία του δείγματος (29,3 %) δηλώνει ότι έχει ζαλιστεί 1 φορά, ενώ το μικρότερο ποσοστό (9,3 %) καταλαμβάνει η κατηγορία 6-9 φορές. Αυτό το δεύτερο σκέλος κρίναμε ενδιαφέρον να το συγκρίνουμε με το φύλο, θεωρώντας το ως το πιο αντιπροσωπευτικό σε σχέση με τα άλλα δύο. Το διάγραμμα 2.14. μας δίνει τη

δυνατότητα να παρατηρήσουμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό ζάλης κατά τη διάρκεια του τελευταίου έτους καταλαμβάνει το γυναικείο φύλο με συχνότητα 1 φορά (34 %) ενώ στην ίδια κατηγορία παρουσιάζουν σημαντικό ποσοστό (25 %) και οι άντρες. Σχετικά υψηλό όμως θεωρήσαμε το ποσοστό της τάξεως του 26 % του αντρικού φύλου, το οποίο έχει ζαλιστεί πάνω από 10 φορές τον τελευταίο χρόνο.

Πίνακας 2.5. Ζάλη κατά τη διάρκεια του τελευταίου έτους

ΕΡΩΤΗΣΗ 5B	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Ποτέ	53	17,7
1 φορά	88	29,3
2 φορές	39	13,0
3-5 φορές	35	11,7
6-9 φορές	28	9,3
Ανω των 10	57	19,0
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Διάγραμμα 2.14. Φύλο και συχνότητα ζάλης κατά το τελευταίο έτος



Ο επόμενος πίνακας (2.6.) παρουσιάζει τα ποσοστά ζάλης των σπουδαστών κατά τον τελευταίο μήνα. Η πλειοψηφία του δείγματος (56,3 %) δεν έχει ζαλιστεί ποτέ ενώ το 21,7 % έχει νιώσει ζάλη μόνο μία φορά. Γενικότερα θα μπορούσαμε να παρατηρήσουμε ότι πάνω από το 40 % του συνολικού δείγματος έχει περιέλθει σε κατάσταση ζάλης τουλάχιστον για μία φορά μέσα στον τελευταίο μήνα.

Πίνακας 2.6. Ζάλη κατά τη διάρκεια του τελευταίου μηνός

ΕΡΩΤΗΣΗ 5Γ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ%
Ποτέ	169	56,3
1 φορά	65	21,7
2 φορές	27	9,0
3-5 φορές	16	5,3
6-9 φορές	11	3,7
Άνω των 10	12	4,0
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Τα αποτελέσματα που ακολουθούν αφορούν τη συχνότητα κατά την οποία το δείγμα των σπουδαστών έχει επέλθει σε κατάσταση μέθης. Όπως και η προηγούμενη ερώτηση έτσι και αυτή απαρτίζεται από τα τρία ίδια σκέλη ενώ έχει πραγματοποιηθεί στο δεύτερό της σκέλος σύγκριση με τη μεταβλητή του φύλου. Στον παρακάτω πίνακα (2.7.) παρουσιάζονται τα ποσοστά μέθης των σπουδαστών γενικότερα στη ζωή τους ως σήμερα. Όπως και στην περίπτωση της ζάλης έτσι και σε αυτή της μέθης η πλειοψηφία των σπουδαστών (25,7 %), έχει μεθύσει πάνω από 10 φορές. Βέβαια αρκετά σημαντικό είναι και το ποσοστό του δείγματος που έχει δηλώσει ότι δεν έχει μεθύσει ποτέ (15,7 %).

Πίνακας 2.7. Μέθη γενικότερα ως σήμερα

ΕΡΩΤΗΣΗ 6 Α	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Ποτέ	47	15,7
1 φορά	39	13,0
2 φορές	53	17,7
3-5 φορές	53	17,7
6-9 φορές	31	10,3
Άνω των 10	77	25,7
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

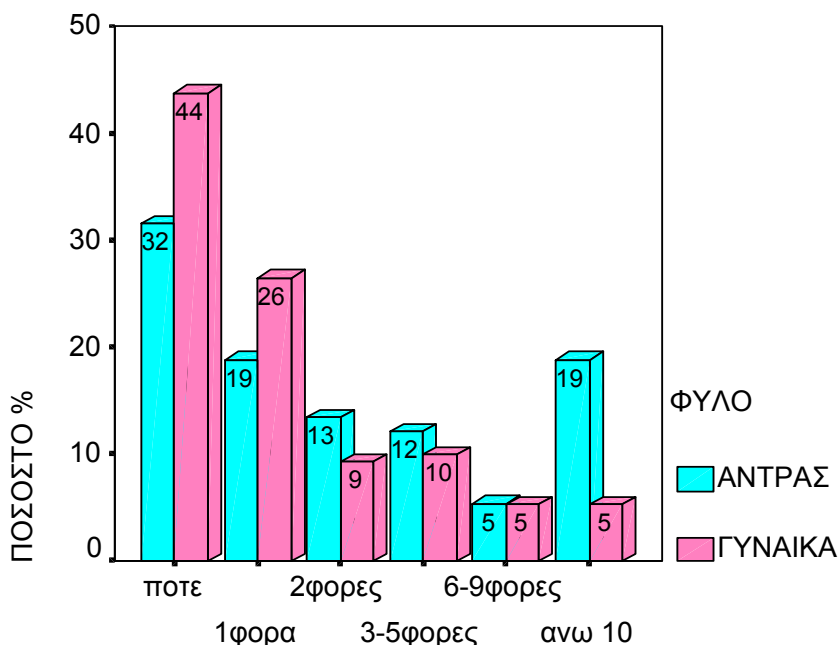
Όσον αφορά την κατάσταση μέθης κατά το τελευταίο έτος, ο παρακάτω πίνακας (2.8.) δείχνει ότι η πλειοψηφία του δείγματος (37,7 %) δεν έχει μεθύσει ποτέ ενώ το 22,7 % έχει μεθύσει μόνο 1 φορά, στοιχεία που είναι αρκετά σημαντικά εφόσον σε γενικότερα πλαίσια το 62,3 % έχει περιέλθει σε κατάσταση μέθης τουλάχιστον για μία φορά κατά τον προηγούμενο χρόνο.

Πίνακας 2.8. Μέθη κατά τη διάρκεια του τελευταίου έτους

ΕΡΩΤΗΣΗ 6B	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Ποτέ	113	37,7
1 φορά	68	22,7
2 φορές	34	11,3
3-5 φορές	33	11,0
6-9 φορές	16	5,3
Ανω των 10	36	12,0
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Ακολουθεί το διάγραμμα 2.15. το οποίο παρουσιάζει τη σύγκριση της μεταβλητής του φύλου με το δεύτερο σκέλος της συγκεκριμένης ερώτησης δηλαδή τη συχνότητα που το δείγμα έχει περιέλθει σε κατάσταση μέθης κατά τη διάρκεια του τελευταίου έτους. Συγκεκριμένα μπορούμε να παρατηρήσουμε ότι με εξαίρεση τις δύο πρώτες κατηγορίες (ποτέ και 1 φορά) σε όλες τις υπόλοιπες υπερτερεί το αντρικό φύλο. Ιδιαίτερος σημαντικό είναι το γεγονός ότι το 19 % των του αντρικού πληθυσμού του δείγματος έχει μεθύσει πάνω από 10 φορές κατά το τελευταίο έτος.

Διάγραμμα 2.15. Φύλο και συχνότητα μέθης κατά το τελευταίο έτος



Ο παρακάτω πίνακας 2.9. παρουσιάζει τη συχνότητα μέθης του σπουδαστικού δείγματος κατά τη διάρκεια του τελευταίου μηνός. Συγκεκριμένα διαπιστώνουμε ότι η πλειοψηφία των σπουδαστών (69 %) δεν έχει μεθύσει ποτέ, ενώ το 14,7 % έχει περιέλθει σε

κατάσταση μέθης μόνο 1 φορά. Γενικότερα το 31 % του συνολικού δείγματος έχει μεθύσει τουλάχιστον 1 φορά, γεγονός που θεωρείται αρκετά ανησυχητικό.

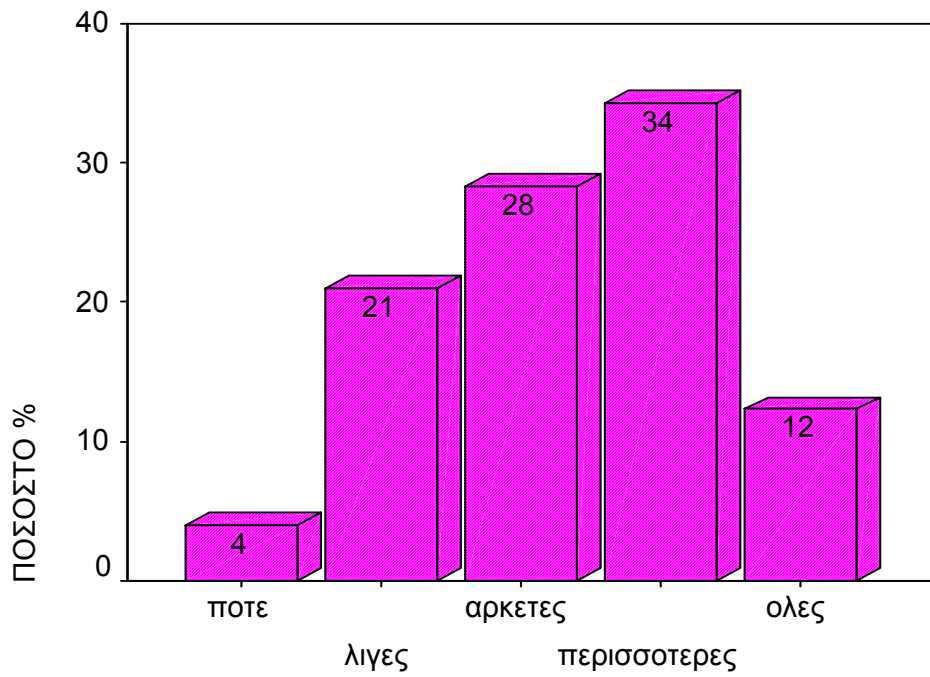
Πίνακας 2.9. Μέθη κατά τη διάρκεια του τελευταίου μηνός

ΕΡΩΤΗΣΗ 6Γ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Ποτέ	207	69,0
1 φορά	44	14,7
2 φορές	22	7,3
3-5 φορές	15	5,0
6-9 φορές	6	2,0
Άνω των 10	6	2,0
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

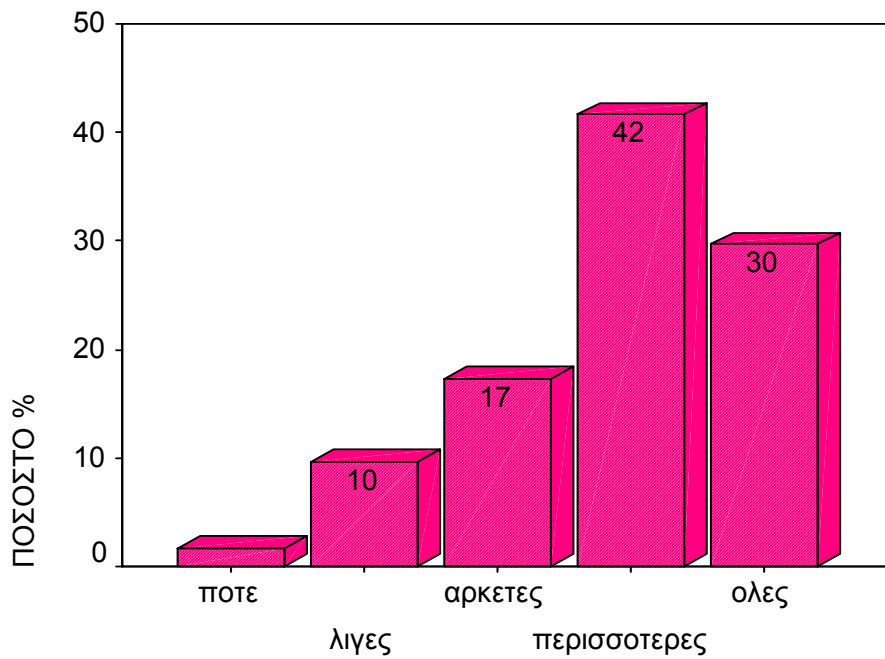
Η επόμενη ερώτηση αφορά τη συχνότητα κατά την οποία οι νέοι-σπουδαστές καταναλώνουν αλκοολούχα ποτά όσον αφορά την ύπαρξη κάποιων κοινωνικών συνθηκών. Συγκεκριμένα, μέσω αυτού του ερωτήματος καταφέραμε να διερευνήσουμε τις προτιμήσεις του δείγματος τόσο για τον τρόπο που προτιμούν να καταναλώνουν αλκοόλ (μόνοι, με παρέα κ.α.) αλλά και για τους χώρους τους οποίους επιλέγουν για να πιουν (σε bar, club, εστιατόρια κ.α.). Σύμφωνα με τα αποτελέσματα, (Παράρτημα του ερευνητικού μέρους, Πίνακες 3.3.-3.13.) οι σπουδαστές επιλέγουν να καταναλώνουν αλκοολούχα ποτά τις περισσότερες φορές είτε με φίλους της ηλικίας τους (41,7 %) είτε με το φίλο τους ή τη φίλη τους (34,3). Ενδιαφέρον παρουσιάζουν και άλλα στοιχεία της έρευνας όπως το γεγονός ότι το 48 % του δείγματος καταναλώνει λίγες φορές αλκοόλ με την οικογένειά του, το 36,7 % με άτομα άνω των 40 και το 26 % μόνο του.

Όσον αφορά τους χώρους που οι νέοι-σπουδαστές επιλέγουν να καταναλώσουν αλκοόλ η έρευνα έδειξε ότι το 34,7 % έχει καταναλώσει λίγες φορές αλκοόλ σε party και το 34,7 % σε εστιατόριο, ταβέρνα ή fast-food, το 30,3 % καταναλώνει τις περισσότερες φορές αλκοολούχα ποτά σε καφετέρια ή bar, το 24 % έχει πει λίγες φορές στο Τ.Ε.Ι. ενώ το 69 % ποτέ, το 91,3 % δεν έχει πει ποτέ στο αυτοκίνητο, το 33,3 % λίγες φορές σε ανοιχτούς χώρους ενώ το 47,7 % ποτέ. Παρακάτω παραθέτουμε τα σχετικά διαγράμματα (2.16-2.19) που αποδείχτηκε ότι είναι ιδιαίτερος σημαντικά για τους σπουδαστές, κυριαρχούν δηλαδή στις προτιμήσεις τους σε σχέση με την κατανάλωση αλκοόλ.

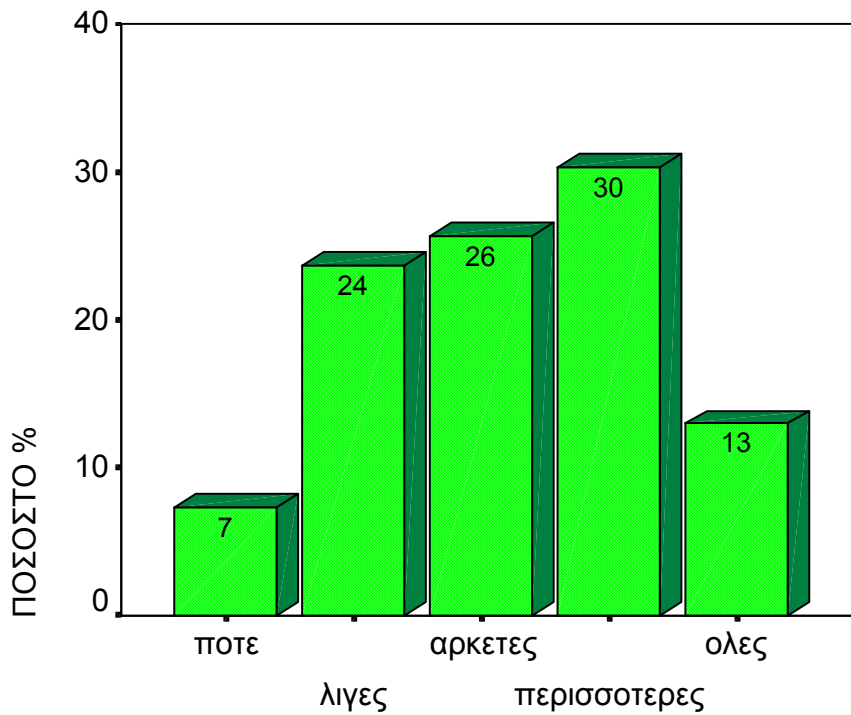
Διάγραμμα 2.16. Κατανάλωση αλκοόλ με το φίλο ή τη φίλη



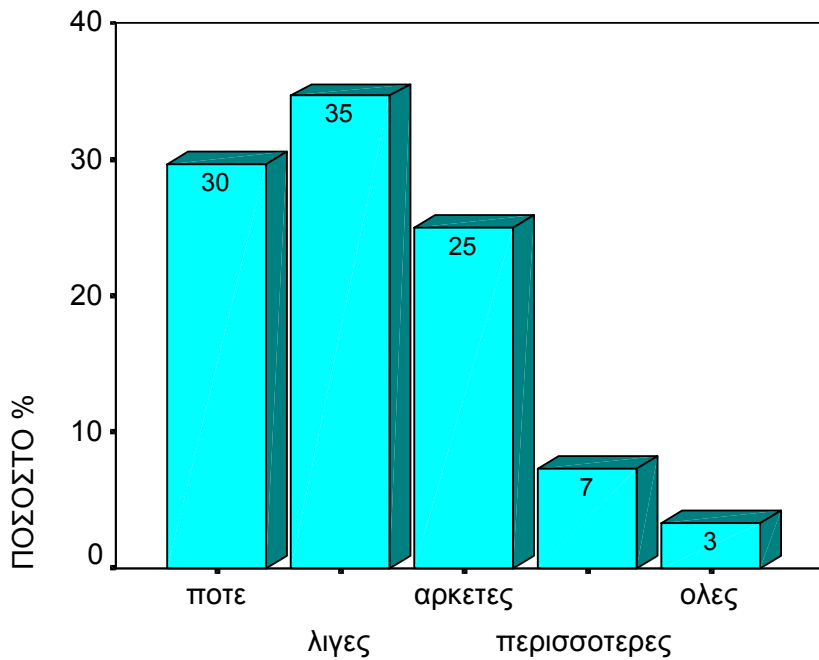
Διάγραμμα 2.17. Κατανάλωση αλκοόλ με το σύντροφο



Διάγραμμα 2.18. Κατανάλωση αλκοόλ σε καφετέρια ή bar



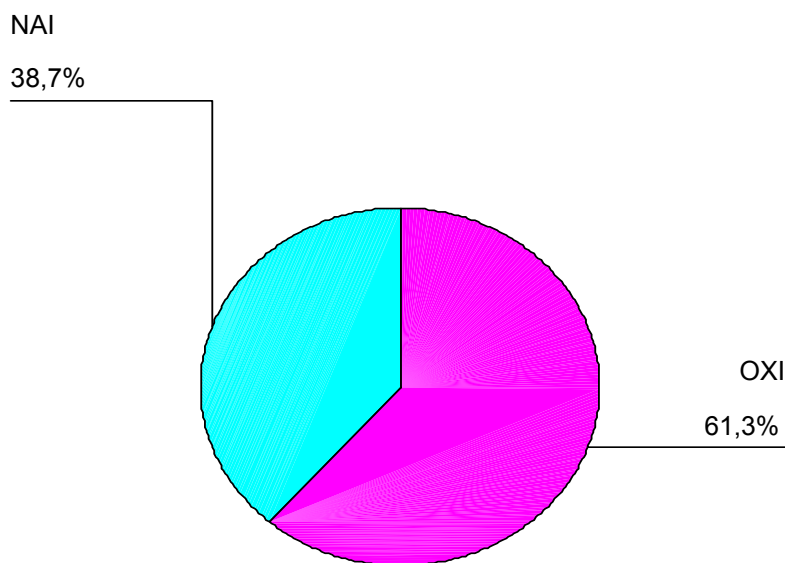
Διάγραμμα 2.19. Κατανάλωση αλκοόλ σε εστιατόριο, ταβέρνα κ.α.



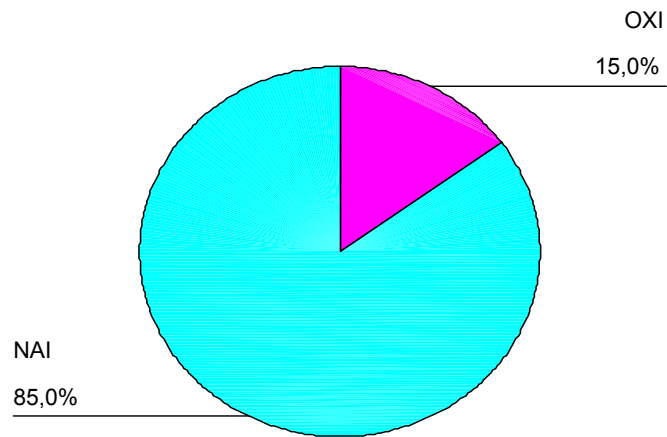
Η προτελευταία ερώτηση του ερωτηματολογίου, την οποία και θεωρούμε ιδιαίτερος σημαντική, αφορά τους λόγους που ωθούν τους νέους-σπουδαστές στην κατανάλωση αλκοόλ. Παραθέσαμε μια σειρά από αιτίες εξαιτίας των οποίων ο καθένας από εμάς θα μπορούσε να καταφύγει στην κατανάλωση αλκοόλ προκειμένου να αντεπεξέλθει σε διάφορες κοινωνικές ή διαπροσωπικές καταστάσεις.

Από την επεξεργασία ακόμα των ερωτηματολογίων διαπιστώσαμε ότι η πλειοψηφία των σπουδαστών επέλεξε κάποιους συγκεκριμένους λόγους που την ωθεί στην κατανάλωση αλκοόλ. Για την καλύτερη παρουσίαση των αποτελεσμάτων προτιμήσαμε να παραθέσουμε αμέσως παρακάτω διαγράμματα υπό μορφή πίτας των σημαντικότερων λόγων ενώ τα υπόλοιπα σχετικά διαγράμματα παρατίθενται στο παράρτημα του ερευνητικού μέρους (διαγράμματα 3.1.-3.15.). Συγκεκριμένα οι σπουδαιότεροι λόγοι που ωθούν τους σπουδαστές στην κατανάλωση αλκοόλ είναι οι εξής:

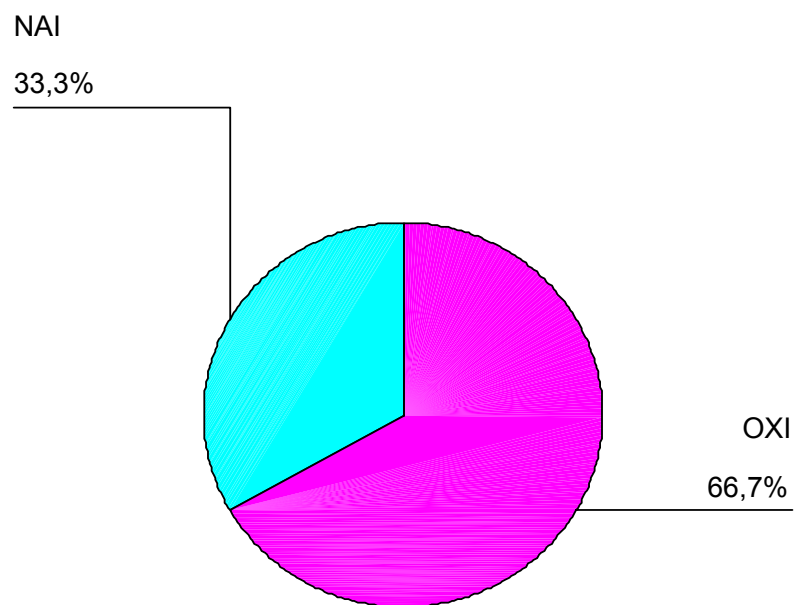
Διάγραμμα 2.20. Για να νιώσει ευχάριστα



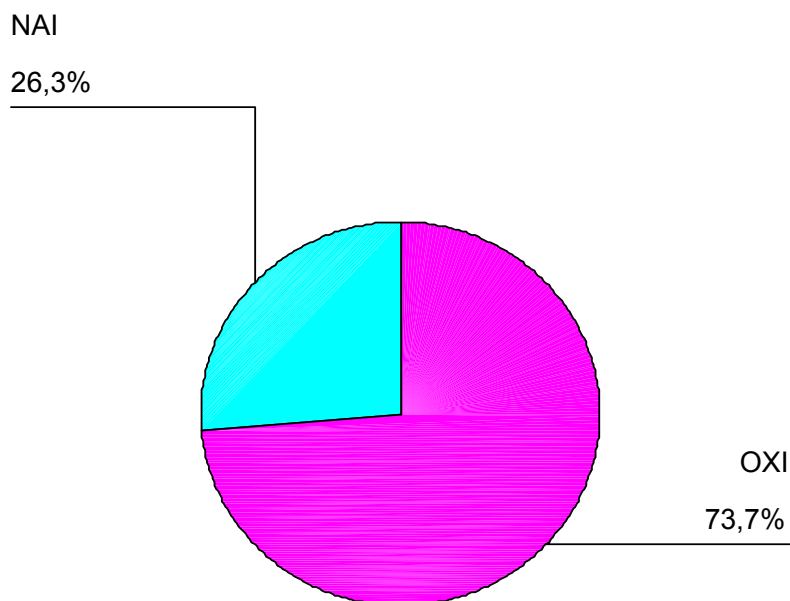
Διάγραμμα 2.21. Για να διασκεδάσει με φίλους



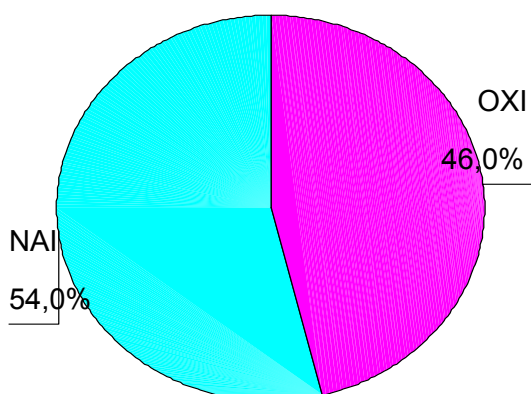
Διάγραμμα 2.22. Από θυμό ή απογοήτευση



Διάγραμμα 2.23. Γιατί αρέσει η γεύση του



Διάγραμμα 2.24. Από χαρά



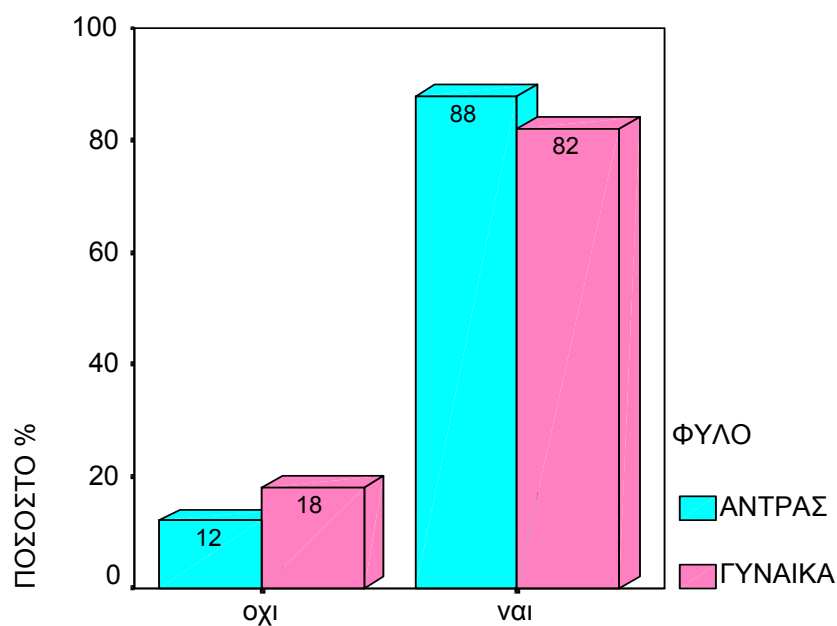
Σύμφωνα, λοιπόν με τα παραπάνω αποτελέσματα μπορούμε να παρατηρήσουμε ότι οι βασικοί παράγοντες που ωθούν τον νεανικό πληθυσμό στην κατανάλωση αλκοόλ έχουν να κάνουν με την ύπαρξη ευχάριστων ή δυσάρεστων συναισθημάτων (χαρά-λύπη), την διασκέδαση με άτομα του φιλικού περιβάλλοντος αλλά και την ικανοποίηση της γεύσης. Συγκεκριμένα, μας προβληματίσε ιδιαίτερα το ποσοστό που συγκέντρωσε το σχετικό υποερώτημα για τη διασκέδαση (85 %) και καταλήξαμε στη διαπίστωση του πόσο πλέον άρρηκτα έχει συνδεθεί η διασκέδαση με την κατανάλωση αλκοόλ.

Όσον αφορά τα υπόλοιπα αποτελέσματα αναφορικά παραθέτουμε ότι το 17,3 % καταναλώνει αλκοόλ γιατί κάνει το άτομο να αισθάνεται πιο καλά, το 16,7 % για να ηρεμήσει, το 14,3 % για να απαλλαγεί από προβλήματα, 12,7 % καταναλώνει αλκοόλ για δοκιμή ή από

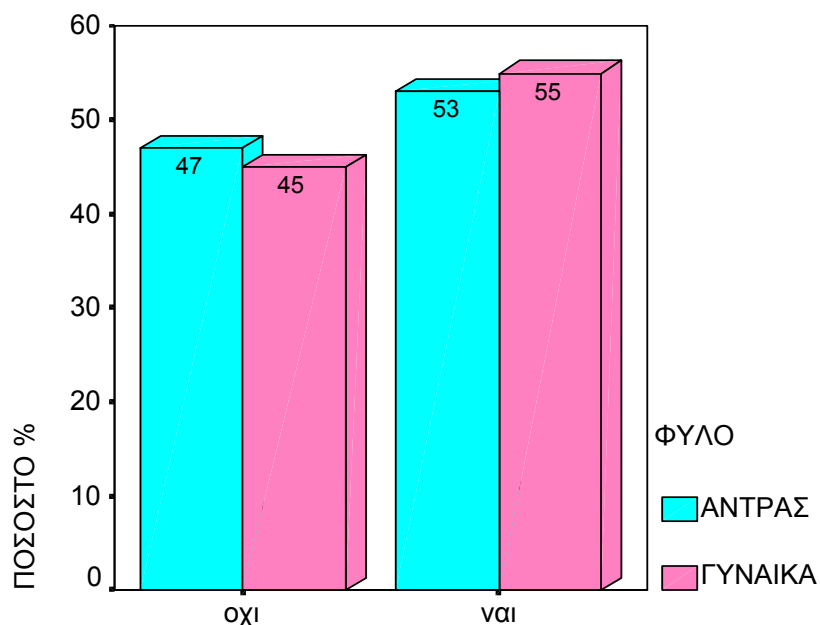
περιέργεια, το 10,3 % για να κοιμηθεί, το 8,7 % για να κάνει πλάκα ή φιγούρα, το 7,3 % γιατί βαριέται και δεν έχει τίποτα άλλο να κάνει, το 4 % για να νιώσει ότι ανήκει στην παρέα, το 3,3 % για να αυξήσει την απόδοσή του (σχολή, εργασία), το 2,7 % γιατί μειώνει την κούραση, το 2 % για να αποκτήσει βαθύτερη κατανόηση του εαυτού του και των άλλων, το 1,7 % για να μειώσει την επίδραση κάποιας ουσίας, το 1,3 % για να αντεπεξέλθει στις απαιτήσεις της ημέρας και γιατί του έχει γίνει απαραίτητο, το 1 % για να αυξήσει την επίδραση κάποιας ουσίας. Βάσει των λόγων που έχουν συγκεντρώσει τα υψηλότερα ποσοστά μπορούμε να παρατηρήσουμε ότι οι νέοι-σπουδαστές χρησιμοποιούν το αλκοόλ ως μέσο είτε για να αισθανθούν καλύτερα από ότι είναι είτε για να απαλλαγούν από κάποια δυσάρεστη για τους ίδιους κατάσταση.

Στη συνέχεια θεωρήσαμε ενδιαφέρον να παραθέσουμε διαγράμματα στα οποία διαφαίνεται η σύγκριση της μεταβλητής του φύλου με τους δύο παράγοντες που συγκέντρωσαν τα μεγαλύτερα ποσοστά και είναι η κατανάλωση αλκοόλ με σκοπό την διασκέδαση με φίλους και λόγω χαράς.

Διάγραμμα 2.25. Φύλο και κατανάλωση αλκοόλ με σκοπό τη διασκέδαση με φίλους



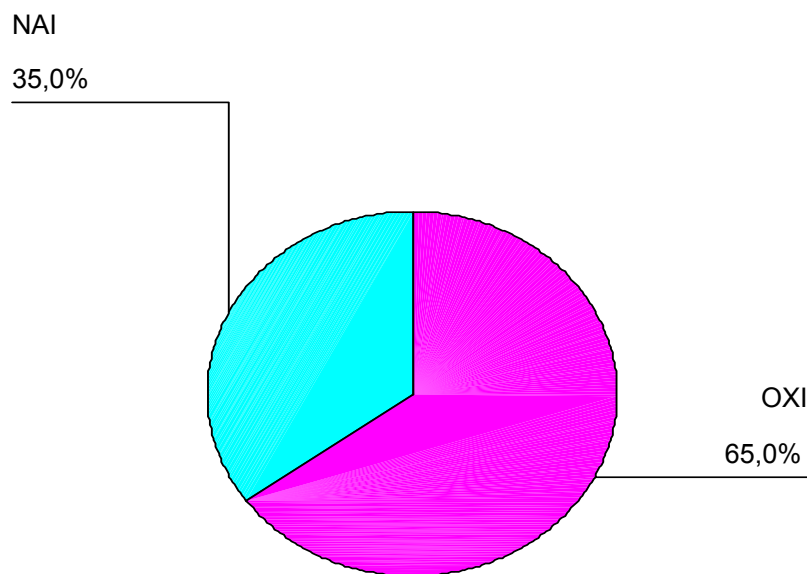
Διάγραμμα 2.26. Φύλο και κατανάλωση αλκοόλ λόγω χαράς



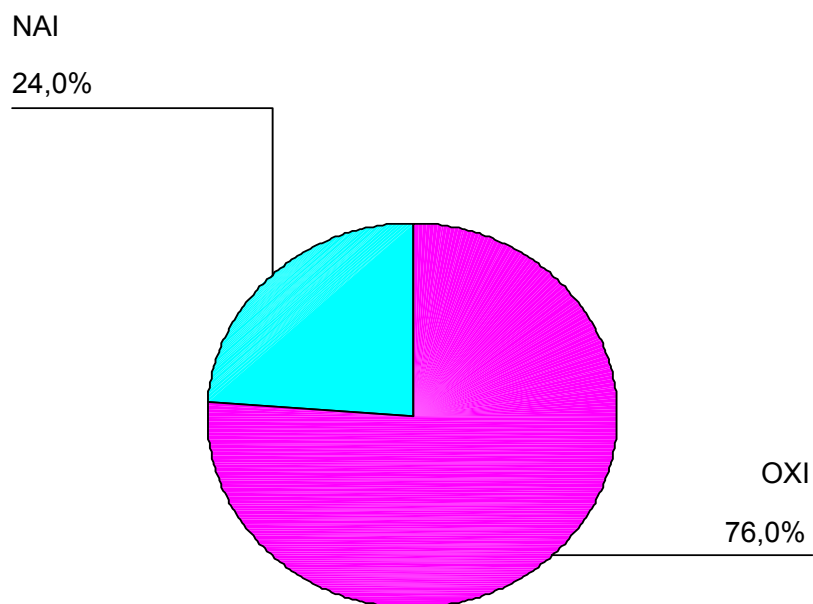
Στα δύο παραπάνω διαγράμματα παρατηρούμε ότι δεν υπάρχουν σημαντικές ποσοστιαίες διαφοροποιήσεις μεταξύ των δύο φύλων και στους δύο αυτούς παράγοντες που ωθούν την πλειοψηφία των σπουδαστών στην κατανάλωση αλκοόλ.

Η τελευταία ερώτηση του ερωτηματολογίου είναι εξίσου σημαντική και αφορά τα προβλήματα τα οποία έχει προκαλέσει στους ερωτηθέντες η κατανάλωση αλκοόλ. Όπως και στην ακριβώς παραπάνω ερώτηση έτσι και σε αυτό το σημείο αρχικά θα παραθέσουμε τα σπουδαιότερα προβλήματα που έχει προκαλέσει στο σπουδαστικό πληθυσμό η κατανάλωση αλκοόλ υπό μορφή διαγραμμάτων και συγκεκριμένα πίτας. Τα υπόλοιπα διαγράμματα παρατίθενται αναλυτικά στο παράρτημα του ερευνητικού μέρους. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας τα σπουδαιότερα προβλήματα που έχουν παρουσιαστεί στο σύνολο των σπουδαστών είναι τα εξής:

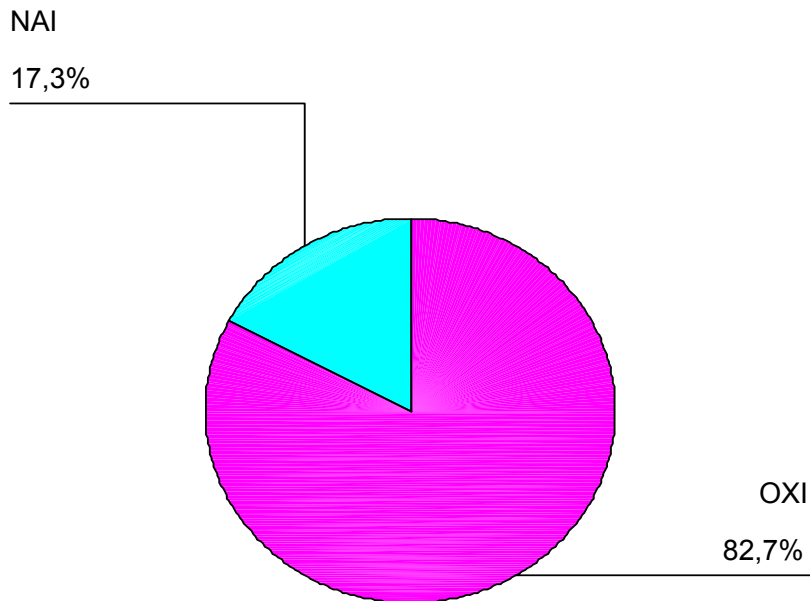
Διάγραμμα 2.27. Άσχημη συμπεριφορά



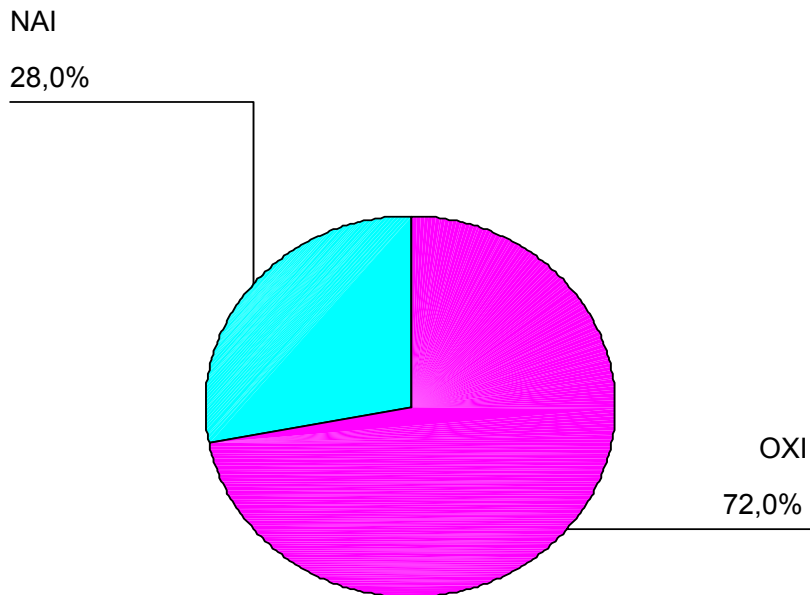
Διάγραμμα 2.28. Εύκολη αλλαγή διάθεσης



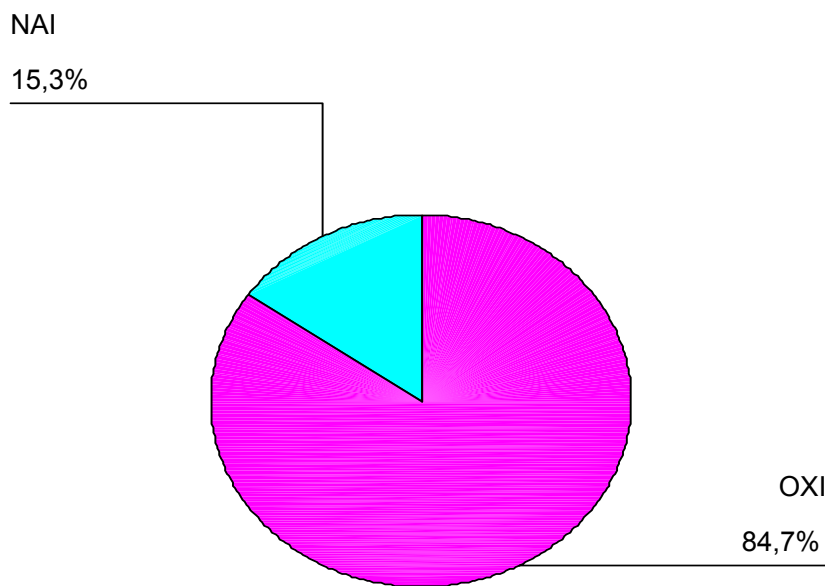
Διάγραμμα 2.29. Μείωση ενεργητικότητας



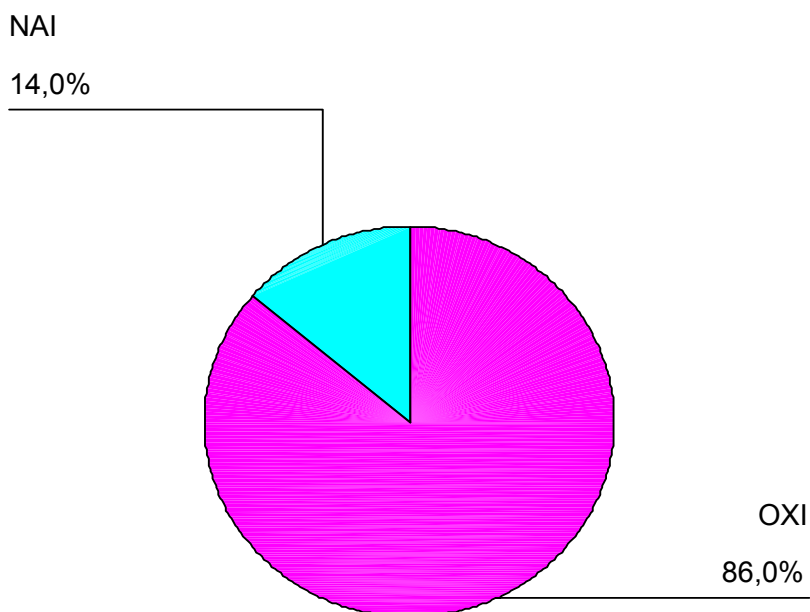
Διάγραμμα 2.30. Μείωση της ικανότητας της καθαρής σκέψης



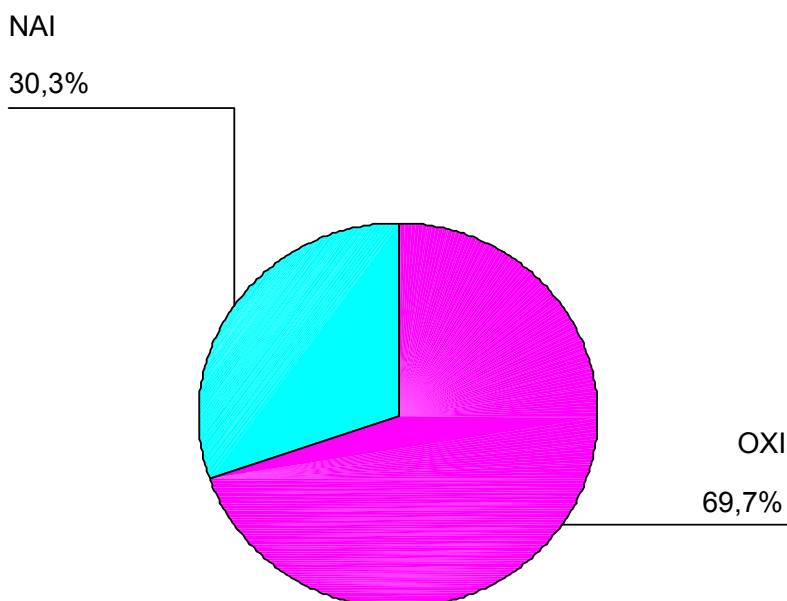
Διάγραμμα 2.31. Προβλήματα μνήμης και προσοχής



Διάγραμμα 2.32. Επικίνδυνη οδήγηση οχήματος



Διάγραμμα 2.33. Δε δημιούργησε κανένα πρόβλημα.



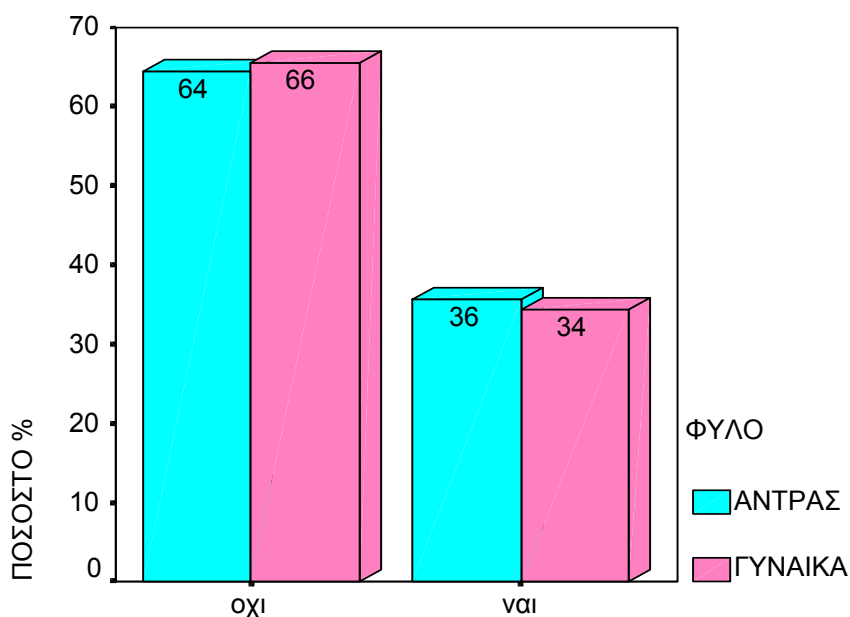
Στο σημείο αυτό είναι ιδιαίτερος σημαντικό να αναφέρουμε ότι ένα σημαντικό ποσοστό του συνολικού δείγματος (69,7 %) έχει αναφέρει ότι η κατανάλωση αλκοόλ δε του προκάλεσε κανένα από τα προβλήματα που αναφέρονται στο ερωτηματολόγιο, γεγονός που είναι αρκετά ενθαρρυντικό για τον σπουδαστικό πληθυσμό. Από την άλλη όμως μεριά δε μπορούμε να παραβλέψουμε και το υπόλοιπο 30,3 % που η κατανάλωση αλκοολούχων ποτών του έχει προκαλέσει ένα ή περισσότερα προβλήματα κοινωνικά ή διαπροσωπικά.

Όσον αφορά τα υπόλοιπα προβλήματα που μπορεί να προκληθούν από την κατανάλωση αλκοόλ και αναγράφονται στο ερωτηματολόγιο μέσω της έρευνας διαπιστώθηκε ότι η κατανάλωση αλκοόλ προκάλεσε: στο 10,7 % κάποιο πρόβλημα στη σωματική υγεία, στο 8,7 % μείωση της απόδοσής στη σχολή ή την εργασία, στο 6,3 % προβλήματα στις σχέσεις με τους φίλους, μείωση του ενδιαφέροντος για άλλες δραστηριότητες και επιπλέον τους έκανε να βρεθούν με άτομα που ασκούν κακή επίδραση, στο 5 % προβλήματα στις σχέσεις με τους γονείς, στο 4,3 % προβλήματα με την αστυνομία, στο 1,7 % ψυχολογικά προβλήματα και στο 1 % προβλήματα στις σχέσεις με τους καθηγητές (παράρτημα ερευνητικού μέρους, διαγράμματα 3.16.-3.24.).

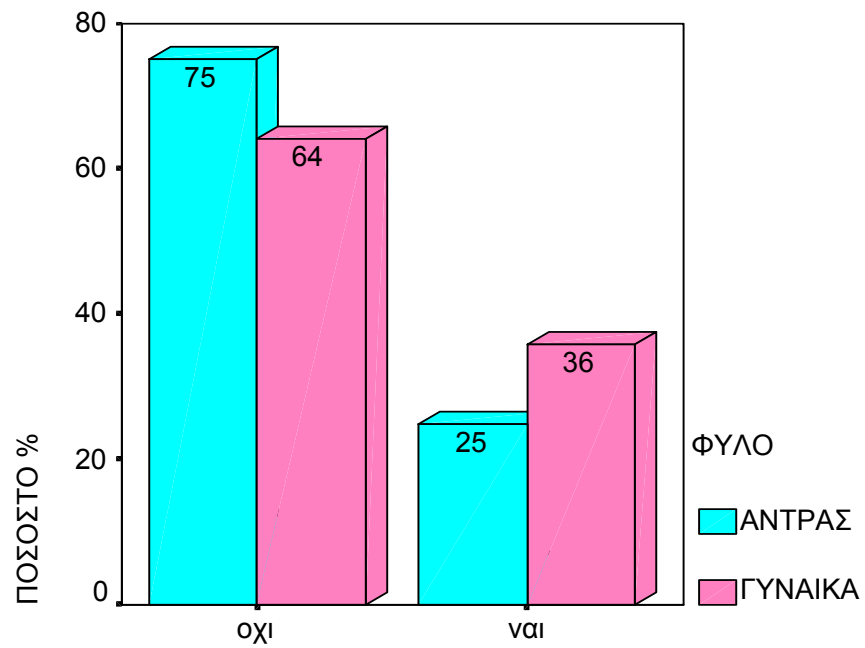
Από τη στιγμή που η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε σπουδαστικό πληθυσμό δε θα μπορούσαμε να αφήσουμε ασχολίαστο το γεγονός ότι περίπου σε 1 από τους 10 σπουδαστές έχει μειωθεί η απόδοσή του στη σχολή του ή και την εργασία του.

Όπως και στην προηγούμενη ερώτηση έτσι και σε αυτό το σημείο θα παραθέσουμε με τη μορφή διαγραμμάτων τα προβλήματα τα οποία συγκέντρωσαν τα μεγαλύτερα ποσοστά συγκρίνοντάς τα με τη μεταβλητή του φύλου. Στο διάγραμμα 2.34. παρατηρούμε ότι δεν υπάρχουν μεγάλες διαφοροποιήσεις ανάμεσα στα δύο φύλα. Στο επόμενο διάγραμμα το 2.35. διαπιστώνουμε ότι στην αρνητική απάντηση υπερτερεί το αντρικό φύλο (75 %) ενώ στη θετική το γυναικείο(36 %). Βέβαια στην προκειμένη περίπτωση ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό συγκεντρώνει η άσχημη συμπεριφορά, το αμέσως μεγαλύτερο ποσοστό καταλαμβάνει η πρόταση ότι δεν έχει προκληθεί κανένα από τα αναγραφόμενα προβλήματα. Οφείλουμε να ομολογήσουμε ότι μας χαροποίησε σε μεγάλο βαθμό αυτό το γεγονός. Κάτι τέτοιο όμως δεν αναιρεί την πιθανότητα πρόκλησης σοβαρότερων προβλημάτων με το πέρασμα των χρόνων αν λάβουμε μάλιστα υπόψη μας ότι τα προβλήματα ή και οι ασθένειες που σχετίζονται με την κατανάλωση αλκοόλ παρουσιάζουν αργή εξέλιξη

Διάγραμμα 2.34. Φύλο και άσχημη συμπεριφορά



Διάγραμμα 2.35. Φύλο και απουσία προβλημάτων λόγω του αλκοόλ



1.3. ΣΥΣΧΕΤΙΣΕΙΣ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

Στη συνέχεια ακολουθούν συσχετίσεις μεταξύ ανεξάρτητων μεταβλητών, τις οποίες θεωρήσαμε ενδιαφέρον να πραγματοποιήσουμε, προκειμένου να συμπεράνουμε κάποια αποτελέσματα σχετικά και με τις ερευνητικές μας υποθέσεις. Για την επίτευξή τους όπως και για ολόκληρο το ερευνητικό μέρος χρησιμοποιήσαμε τη διαδικασία του chi-square test του στατιστικού προγράμματος του SPSS. Το κάθε ερευνητικό μας δεδομένο αντιστοιχεί σε μία από τις τρεις παρακάτω κατηγορίες που είναι: α) η nominal β) η ordinal και γ) η scale. Με τον όρο nominal νοούνται οι μεταβλητές εκείνες που αντιπροσωπεύουν κατηγορίες χωρίς κάποια ιεράρχηση όπως π.χ. το φύλο. Ordinal καλούνται εκείνες οι μεταβλητές που αντιπροσωπεύουν κατηγορίες με κάποια ιεράρχηση όπως και η πλειοψηφία των μεταβλητών του ερωτηματολογίου που αναφέρονται στις ποσότητες κατανάλωσης αλκοόλ. Τέλος, scale είναι οι αριθμητικές μεταβλητές που μπορεί να παίρνουν τιμές σε ένα διάστημα ή να είναι διακριτές όπως π.χ. ηλικία.

Συγκεκριμένα στην κάθε συσχέτιση δύο ανεξάρτητων μεταβλητών παραθέτουμε αρχικά τον πίνακα και στη συνέχεια τον πίνακα της συσχέτισης του chi-square test. Στο δεύτερο πίνακα αυτό που έχει σημασία και σηματοδοτεί την ύπαρξη ή όχι συσχέτισης είναι το πρώτο αριθμητικό αποτέλεσμα της τέταρτης στήλης. Στην περίπτωση που το αριθμητικό αυτό αποτέλεσμα είναι μικρότερο του 0,005 κάτι τέτοιο σημαίνει ότι υπάρχει σημαντική συσχέτιση μεταξύ των δύο μεταβλητών και επιπλέον ότι υπάρχει μικρή πιθανότητα τυχαίου αποτελέσματος. Επιπλέον πρέπει να αναφέρουμε ότι είναι στατιστικώς απαραίτητο να συμβολίζουμε τις συσχετίσεις των ερευνητικών μας υποθέσεων. Όταν λοιπόν, υποθέτουμε και υποστηρίζουμε την ύπαρξη κάποιας συσχέτισης μεταξύ των ανεξάρτητων μεταβλητών, χρησιμοποιούμε τον συμβολισμό H1. Αντιθέτως, όταν μια ερευνητική μας υπόθεση βασίζεται στη μη ύπαρξη συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών, τότε χρησιμοποιούμε τον συμβολισμό H0.

Ειδικότερα, η πρώτη συσχέτιση που παραθέτουμε βασίζεται στην ερευνητική μας υπόθεση ότι η μεταβλητή του φύλου μπορεί να σχετίζεται σε σημαντικό βαθμό και με κάποιες άλλες μεταβλητές όπως η ηλικία έναρξης κατανάλωσης αλκοόλ στην προκειμένη περίπτωση (H1). Διαπιστώνουμε σύμφωνα με το chi-square test ότι το αποτέλεσμα της συγκεκριμένης συσχέτισης είναι μικρότερο του 0,005, πράγμα που σημαίνει ότι υπάρχει στατιστικώς σημαντική σχέση.

Συσχέτιση 1. Φύλο και ηλικία έναρξης κατανάλωσης αλκοόλ

ΦΥΛΟ		ΕΡΩΤΗΣΗ2							Total
		Ποτέ	ΣΤ δημοτικού	A-B γυμνασίου	Γ γυμνασίου	A-B λυκείου	Γ λυκείου	Μετά λύκειο	
ΑΝΤΡΑΣ	Expected Count	0,5	40,7	50,2	27,8	22,3	4,5	3,0	149,0
	Residual	0,5	18,3	-5,2	-7,8	-1,3	-3,5	-1,0	
ΓΥΝΑΙΚΑ	Expected Count	0,5	41,3	50,8	28,2	22,7	4,5	3,0	151,0
	Residual	-0,5	-18,3	5,2	7,8	1,4	3,5	1,0	
	Expected Count	1,0	82,0	101,0	56,0	45,0	9,0	6,0	300,0

Chi-Square Tests

	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	28,873	6	,000
Likelihood Ratio	30,643	6	,000
Linear-by-Linear Association	17,005	1	,000
N of Valid Cases	300		

Στην ίδια ερευνητική μας υπόθεση βασίζονται και οι δυο παρακάτω συσχετίσεις. Υποθέτουμε ότι μπορεί να υπάρχει συσχέτιση της μεταβλητής του φύλου (H1) τόσο με την ετήσια κατανάλωση αλκοόλ όσο και με την κατανάλωση τουλάχιστον 5 ποτηριών του ίδιου ή διαφορετικού αλκοολούχου ποτού κατά τη διάρκεια του προηγούμενου μηνός. Και στις δύο περιπτώσεις αποδεικνύεται ότι υπάρχει στατιστικώς σημαντική σχέση.

Συσχέτιση 2. Φύλο και ετήσια κατανάλωση αλκοόλ

ΦΥΛΟ		ΕΡΩΤ3B							Total
		Ποτέ	1-2φορες	3-5φορες	6-9φορες	10-19φορες	20-39 φορές	άνω 40	
ΑΝΤΡΑΣ	Expected Count	1,0	6,0	4,0	12,4	22,3	32,3	71,0	149,0
	Residual	,0	-4,0	-3,0	-5,4	-8,3	-11,3	32,0	
ΓΥΝΑΙΚΑ	Expected Count	1,0	6,0	4,0	12,6	22,7	32,7	72,0	151,0
	Residual	,0	4,0	3,0	5,4	8,4	11,3	-32,0	
	Expected Count	2,0	12,0	8,0	25,0	45,0	65,0	143,0	300,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	56,978	6	,000
Likelihood Ratio	59,513	6	,000
Linear-by-Linear Association	38,384	1	,000
N of Valid Cases	300		

Συσχέτιση 3. Φύλο και κατανάλωση άνω των 5 ποτηριών αλκοολούχων ποτών τον περασμένο μήνα

		ΕΡΩΤΗΣΗ 5						Total
ΦΥΛΟ		Ποτέ	1φορα	2φορες	3-5φορες	6-9φορες	Άνω 10	
ΑΝΤΡΑΣ	Expected Count	35,3	18,4	26,3	33,8	14,4	20,9	149,0
	Residual	-17,3	-4,4	1,7	4,2	4,6	11,1	
ΓΥΝΑΙΚΑ	Expected Count	35,7	18,6	26,7	34,2	14,6	21,1	151,0
	Residual	17,3	4,4	-1,7	-4,2	-4,6	-11,1	
	Expected Count	71,0	37,0	53,0	68,0	29,0	42,0	300,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	34,859	5	,000
Likelihood Ratio	36,301	5	,000
Linear-by-Linear Association	33,876	1	,000
N of Valid Cases	300		

Οι δύο παρακάτω συσχετίσεις σχετίζονται με εκείνες τις ερευνητικές μας υποθέσεις που βασίζονται στη μεταβλητή της ηλικίας έναρξης κατανάλωσης αλκοολούχων ποτών. Ήδη τα ερευνητικά μας αποτελέσματα απέδειξαν ότι το μεγαλύτερο μέρος του σπουδαστικού δείγματος (61 %) έχει δοκιμάσει αλκοολούχα ποτά ως την Α΄ - Β΄ Γυμνασίου. Θεωρήσαμε ότι πιθανότατα υπάρχει συσχέτιση αυτής της μεταβλητής (H1) αρχικά με την ετήσια κατανάλωση αλκοόλ αλλά και με την ακόμα συχνότερη κατανάλωση, αυτή των τουλάχιστον 5 ποτηριών του ίδιου ή διαφορετικού αλκοολούχου ποτού κατά τη διάρκεια του τελευταίου μηνός. Διαπιστώσαμε ότι και στις δύο περιπτώσεις υπάρχει στατιστικώς σημαντική σχέση των μεταβλητών, πράγμα που σημαίνει ότι η ηλικία του ατόμου κατά την οποία ξεκινάει την κατανάλωση αλκοόλ σχετίζεται με την περαιτέρω κατανάλωση αλκοολούχων ποτών. Η σταδιακή αύξηση της κατανάλωσης αλκοόλ όπως γνωρίζουμε μπορεί πολύ εύκολα να οδηγήσει το άτομο από την απλή χρήση στην κατάχρηση και μάλιστα σε ηλικία πλέον πολύ μικρότερη σε περίπτωση που έχει υπάρξει κατανάλωση αλκοόλ σε αρκετά νεαρή ηλικία.

Συσχέτιση 4. Ηλικία έναρξης κατανάλωσης αλκοόλ και ετήσια κατανάλωση αλκοόλ.

		ΕΡΩΤΗΣΗ 2							Total
ΕΡΩΤ3Β		Ποτέ	ΣΤ δημοτικού	A-B γυμνασίου	Γ γυμνασίου	A-B λυκείου	Γ λυκείου	Μετά λύκειο	
	Expected Count	,0	,5	,7	,4	,3	,1	,0	2,0
	Residual	,0	,5	-,7	,6	-,3	-,1	,0	
1-2φορες	Expected Count	,0	3,3	4,0	2,2	1,8	,4	,2	12,0
	Residual	,0	-1,3	-3,0	-,2	,2	1,6	2,8	
3-5φορες	Expected Count	,0	2,2	2,7	1,5	1,2	,2	,2	8,0
	Residual	,0	-2,2	-,7	1,5	1,8	-,2	-,2	
6-9φορες	Expected Count	,1	6,8	8,4	4,7	3,8	,8	,5	25,0
	Residual	-,1	-3,8	-,4	-,7	3,3	1,3	,5	
10-19 φορες	Expected Count	,2	12,3	15,2	8,4	6,8	1,3	,9	45,0
	Residual	-,2	-1,3	-1,1	-,4	,3	2,7	,1	
20-39 φορες	Expected Count	,2	17,8	21,9	12,1	9,8	2,0	1,3	65,0
	Residual	-,2	-3,8	2,1	1,9	2,3	-2,0	-,3	
Ανω 40	Expected Count	,5	39,1	48,1	26,7	21,5	4,3	2,9	143,0
	Residual	,5	11,9	3,9	-2,7	-7,5	-3,3	-2,9	
	Expected Count	1,0	82,0	101,0	56,0	45,0	9,0	6,0	300,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	81,774	36	,000
Likelihood Ratio	62,799	36	,004
Linear-by-Linear Association	34,386	1	,000
N of Valid Cases	300		

Συσχέτιση 5. Ηλικία έναρξης κατανάλωσης αλκοόλ και κατανάλωση άνω των 5 ποτηριών αλκοολούχων ποτών

		ΕΡΩΤΗΣΗ 2							Total
ΕΡΩΤΗΣΗ 5		Ποτέ	ΣΤ δημοτικού	A-B γυμνασίου	Γ γυμνασίου	A-B λυκείου	Γ λυκείου	Μετά λύκειο	
Ποτέ	Expected Count	,2	19,4	23,9	13,3	10,7	2,1	1,4	71,0
	Residual	-,2	-11,4	1,1	4,7	,3	2,9	2,6	
1φορα	Expected Count	,1	10,1	12,5	6,9	5,6	1,1	,7	37,0
	Residual	-,1	-5,1	3,5	-1,9	3,5	,9	-,7	
2φορες	Expected Count	,2	14,5	17,8	9,9	8,0	1,6	1,1	53,0
	Residual	,8	-2,5	5,2	-1,9	,0	-1,6	-,1	
3-5φορες	Expected Count	,2	18,6	22,9	12,7	10,2	2,0	1,4	68,0
	Residual	-,2	2,4	-3,9	3,3	-,2	-1,0	-,4	
6-9φορες	Expected Count	,1	7,9	9,8	5,4	4,4	,9	,6	29,0
	Residual	-,1	7,1	-,8	-2,4	-2,3	-,9	-,6	
Ανω 10	Expected Count	,1	11,5	14,1	7,8	6,3	1,3	,8	42,0
	Residual	-,1	9,5	-5,1	-1,8	-1,3	-,3	-,8	
	Expected Count	1,0	82,0	101,0	56,0	45,0	9,0	6,0	300,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	57,262	30	,002
Likelihood Ratio	57,901	30	,002
Linear-by-Linear Association	23,853	1	,000
N of Valid Cases	300		

Οι δύο επόμενες συσχετίσεις αφορούν την ερευνητική μας υπόθεση σχετικά με το binge drinking. Θεωρήσαμε απαραίτητη και ενδιαφέρουσα αυτή τη συσχέτιση και εξαιτίας όσων έχουμε αναφέρει στο θεωρητικό μέρος (υποκεφάλαιο 4.3.) υποθέσαμε ότι κάτι παρόμοιο μπορεί να ισχύει και με το σπουδαστικό πληθυσμό του ελλαδικού χώρου (H1). Για το λόγο αυτό και αποφασίσαμε να συσχετίσουμε μεταβλητές που αφορούν την κατανάλωση αλκοόλ και τις επιπτώσεις του (ζάλη, μέθη) σε μηνιαία βάση. Επιπλέον οφείλουμε να αιτιολογήσουμε τη χρησιμοποίηση και της ζάλης και της μέθης. Και οι δύο αυτές μεταβλητές σύμφωνα με τα ερευνητικά μας αποτελέσματα, αθροίζοντας τα ποσοστά όλων των κατηγοριών τους, εκτός της πρώτης (το ποτέ), έχουν συγκεντρώσει σημαντικά ποσοστά της τάξεως του 43,7 % (ζάλη) και 31 % (μέθη). Αν μάλιστα λάβουμε υπόψη μας ότι στα δύο

αυτά ποσοστά το μεγαλύτερο μέρος καταλαμβάνουν η ζάλη και η μέθη *1 φορά* τον τελευταίο μήνα, το συμπέρασμα αυτό μπορούμε να το θεωρήσουμε απολύτως σχετικό με τα δεδομένα του binge drinking. Αυτός είναι και ο βασικός λόγος που επιλέξαμε να συσχετίσουμε τη μηνιαία κατανάλωση αλκοόλ με τη μηνιαία κατάσταση ζάλης και μέθης. Σύμφωνα με τους δύο παρακάτω πίνακες διαπιστώνουμε ότι και στις δύο περιπτώσεις υπάρχει στατιστικώς σημαντική σχέση μεταξύ των μεταβλητών.

Συσχέτιση 6. Μηνιαία κατανάλωση αλκοόλ και μηνιαία μέθη

		ΕΡΩΤ7Γ						Total
ΕΡΩΤ3Γ		Ποτέ	1φορα	2φορες	3-5φορες	6-9φορες	Άνω 10	
Ποτέ	Expected Count	13,8	2,9	1,5	1,0	,4	,4	20,0
	Residual	3,2	-1,9	-,5	-1,0	,6	-,4	
1-2φορες	Expected Count	37,3	7,9	4,0	2,7	1,1	1,1	54,0
	Residual	12,7	-3,9	-4,0	-2,7	-1,1	-1,1	
3-5φορες	Expected Count	38,6	8,2	4,1	2,8	1,1	1,1	56,0
	Residual	1,4	,8	1,9	-1,8	-1,1	-1,1	
6-9φορες	Expected Count	40,7	8,7	4,3	2,9	1,2	1,2	59,0
	Residual	2,3	-1,7	-1,3	1,1	-,2	-,2	
10-19φορες	Expected Count	39,3	8,4	4,2	2,9	1,1	1,1	57,0
	Residual	-3,3	4,6	,8	,1	-1,1	-1,1	
20-39φορες	Expected Count	20,7	4,4	2,2	1,5	,6	,6	30,0
	Residual	-8,7	2,6	2,8	,5	2,4	,4	
Άνω 40	Expected Count	16,6	3,5	1,8	1,2	,5	,5	24,0
	Residual	-7,6	-,5	,2	3,8	,5	3,5	
	Expected Count	207,0	44,0	22,0	15,0	6,0	6,0	300,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	91,321	30	,000
Likelihood Ratio	80,109	30	,000
Linear-by-Linear Association	42,944	1	,000
N of Valid Cases	300		

Συσχέτιση 7. Μηνιαία κατανάλωση αλκοόλ και μηνιαία ζάλη

		ΕΡΩΤ6Γ						Total
ΕΡΩΤ3Γ		Ποτέ	1φορα	2φορες	3-5φορες	6-9φορες	Άνω 10	
Ποτέ	Expected Count	11,3	4,3	1,8	1,1	,7	,8	20,0
	Residual	4,7	-3,3	1,2	-1,1	-,7	-,8	
1-2φορες	Expected Count	30,4	11,7	4,9	2,9	2,0	2,2	54,0
	Residual	11,6	-1,7	-3,9	-2,9	-1,0	-2,2	
3-5φορες	Expected Count	31,5	12,1	5,0	3,0	2,1	2,2	56,0
	Residual	6,5	-3,1	3,0	-3,0	-2,1	-1,2	
6-9φορες	Expected Count	33,2	12,8	5,3	3,1	2,2	2,4	59,0
	Residual	-1,2	3,2	-1,3	-,1	-,2	-,4	
10-19φορες	Expected Count	32,1	12,4	5,1	3,0	2,1	2,3	57,0
	Residual	-9,1	5,7	1,9	2,0	1,9	-2,3	
20-39φορες	Expected Count	16,9	6,5	2,7	1,6	1,1	1,2	30,0
	Residual	-7,9	-,5	-,7	5,4	,9	2,8	
Άνω 40	Expected Count	13,5	5,2	2,2	1,3	,9	1,0	24,0
	Residual	-4,5	-,2	-,2	-,3	1,1	4,0	
	Expected Count	169,0	65,0	27,0	16,0	11,0	12,0	300,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	92,612	30	,000
Likelihood Ratio	89,742	30	,000
Linear-by-Linear Association	45,417	1	,000
N of Valid Cases	300		

Η επόμενη συσχέτιση που πραγματοποιήσαμε αφορά τη μεταβλητή της ετήσιας κατανάλωσης αλκοόλ. Πρόκειται για ένα αποτέλεσμα που μπορεί να επέλθει από την κατανάλωση αλκοόλ γενικότερα και αφορά άμεσα το φοιτητικό πληθυσμό και είναι η μείωση της αποδοτικότητας του δείγματος είτε στις σπουδαστικές απαιτήσεις είτε στις εργασιακές. Στις ερευνητικές μας υποθέσεις αναφέρουμε ότι μπορεί να υπάρχει συσχέτιση αυτών των δύο μεταβλητών (H1). Ο πίνακας όμως του chi-square test, που παρατίθεται παρακάτω μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι στατιστικώς δεν υφίσταται καμία απολύτως συσχέτιση των δύο αυτών μεταβλητών, εφόσον το αποτέλεσμα αυτής της είναι πολύ μεγαλύτερο αριθμητικά από το 0,005.

Συσχέτιση 8. Ετήσια κατανάλωση αλκοόλ και μείωση απόδοσης σε σπουδές ή εργασία

ΕΡΩΤ3Β		ΕΡΩΤ10ΣΤ		Total
		ΟΧΙ	ΝΑΙ	
Ποτέ	Expected Count	1,8	,2	2,0
	Residual	,2	-,2	
1-2φορες	Expected Count	11,0	1,0	12,0
	Residual	,0	,0	
3-5φορες	Expected Count	7,3	,7	8,0
	Residual	,7	-,7	
6-9φορες	Expected Count	22,8	2,2	25,0
	Residual	2,2	-2,2	
10-19φορες	Expected Count	41,1	3,9	45,0
	Residual	-1,1	1,1	
20-39φορες	Expected Count	59,4	5,6	65,0
	Residual	,6	-,6	
Ανω 40	Expected Count	130,6	12,4	143,0
	Residual	-2,6	2,6	
	Expected Count	274,0	26,0	300,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,341	6	,631
Likelihood Ratio	7,308	6	,293
Linear-by-Linear Association	1,685	1	,194
N of Valid Cases	300		

Μια άλλη ερευνητική μας υπόθεση είναι ότι μπορεί να υπάρχει συσχέτιση μεταξύ της κατανάλωσης αλκοόλ με ποικίλες δραστηριότητες που πραγματοποιεί ο νέος-σπουδαστής εντός της οικίας (HI). Διαπιστώσαμε ότι υπάρχει στατιστικώς αρκετά μεγάλη συσχέτιση με δύο από αυτές που αναφέρονται στην πρώτη ερώτηση του ερωτηματολογίου και είναι το να ακούνε μουσική και να γράφουν ποιήματα ή άλλα κείμενα. Θεωρούμε σε αυτό το σημείο απαραίτητο να αναφέρουμε ότι η πρώτη δραστηριότητα (ακούς μουσική) συμπεριλαμβάνεται σε αυτές που πραγματοποιεί ο σπουδαστής εντός της οικίας του, εφόσον στην ερώτηση αυτή ακολουθούν σχετικές δραστηριότητες που αφορούν την αξιοποίηση του ελεύθερου τους χρόνου τόσο σε bar και club, όσο και σε καφετέριες.

Συσχέτιση 9 . Ετήσια κατανάλωση αλκοόλ και δραστηριότητα 4(ακούς μουσική)

		ΥΠΟΕΡΩΤ 4				Total
ΕΡΩΤ3B		κάθε μέρα	1 φορά / βδομάδα	1-2 φορές το μήνα	Μερικές φορές το χρόνο	
Ποτέ	Expected Count	1,9	,1	,0	,0	2,0
	Residual	,1	-,1	,0	,0	
1-2φορες	Expected Count	11,6	,3	,0	,1	12,0
	Residual	-1,6	-,3	,0	1,9	
3-5φορες	Expected Count	7,7	,2	,0	,1	8,0
	Residual	,3	-,2	,0	-,1	
6-9φορες	Expected Count	24,1	,7	,1	,2	25,0
	Residual	-1,1	1,3	-,1	-,2	
10-19 φορες	Expected Count	43,4	1,2	,2	,3	45,0
	Residual	-,4	,8	-,2	-,3	
20-39 φορες	Expected Count	62,6	1,7	,2	,4	65,0
	Residual	-,6	,3	,8	-,4	
Ανω 40	Expected Count	137,8	3,8	,5	1,0	143,0
	Residual	3,2	-1,8	-,5	-1,0	
	Expected Count	289,0	8,0	1,0	2,0	300,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	56,664	18	,000
Likelihood Ratio	20,732	18	,293
Linear-by-Linear Association	11,761	1	,001
N of Valid Cases	300		

Συσχέτιση 10. Ετήσια κατανάλωση αλκοόλ και δραστηριότητα 8 (συγγραφή ποιημάτων ή άλλων κειμένων)

		ΥΠΟΕΡΩΤ 8					Total
ΕΡΩΤ3B		Κάθε μέρα	1 φορά / βδομάδα	1-2 φορές το μήνα	Μερικές φορές το χρόνο	Ποτε	
Ποτε	Expected Count	,1	,1	,1	,4	1,2	2,0
	Residual	1,9	-,1	-,1	-,4	-1,2	
1-2φορες	Expected Count	,5	,8	,8	2,5	7,3	12,0
	Residual	-,5	,2	,2	1,5	-1,3	
3-5φορες	Expected Count	,3	,6	,5	1,7	4,9	8,0
	Residual	-,3	,4	-,5	-1,7	2,1	
6-9φορες	Expected Count	1,1	1,8	1,7	5,3	15,3	25,0
	Residual	-1,1	,3	1,3	-2,3	1,8	
10-19 φορες	Expected Count	2,0	3,2	3,0	9,5	27,5	45,0
	Residual	-2,0	-,1	1,0	2,6	-1,4	
20-39 φορες	Expected Count	2,8	4,6	4,3	13,7	39,7	65,0
	Residual	,2	-,5	-1,3	-2,7	4,4	
Ανω 40	Expected Count	6,2	10,0	9,5	30,0	87,2	143,0
	Residual	1,8	,0	-,5	3,0	-4,2	
	Expected Count	13,0	21,0	20,0	63,0	183,0	300,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	58,628	24	,000
Likelihood Ratio	32,745	24	,110
Linear-by-Linear Association	,052	1	,820
N of Valid Cases	300		

Στο θεωρητικό μας μέρος έχουμε ήδη αναφερθεί στα τροχαία ατυχήματα αλλά και στις ερευνητικές μας υποθέσεις θεωρήσαμε ότι μπορεί να συνδέεται η κατανάλωση αλκοόλ με αυτά (H1). Επιπλέον βασιζόμενοι και στο σχετικό ερευνητικό αποτέλεσμα, όπου η επικίνδυνη οδήγηση οχήματος συγκέντρωσε το 14 % του συνολικού δείγματος, θεωρήσαμε απαραίτητο να πραγματοποιήσουμε τη συγκεκριμένη συσχέτιση. Πράγματι, σύμφωνα με τους δύο παρακάτω πίνακες διαπιστώνουμε ότι υπάρχει στατιστικώς σημαντική σχέση μεταξύ των δύο αυτών μεταβλητών του συγκεκριμένου δείγματος.

Συσχέτιση 11. Ετήσια κατανάλωση αλκοόλ και επικίνδυνη οδήγηση οχήματος

		ΕΡΩΤ10IE		Total
ΕΡΩΤ3B		OXI	NAI	
Ποτέ	Expected Count	1,7	,3	2,0
	Residual	,3	-,3	
1-2φορες	Expected Count	10,3	1,7	12,0
	Residual	1,7	-1,7	
3-5φορες	Expected Count	6,9	1,1	8,0
	Residual	1,1	-1,1	
6-9φορες	Expected Count	21,5	3,5	25,0
	Residual	1,5	-1,5	
10-19φορες	Expected Count	38,7	6,3	45,0
	Residual	6,3	-6,3	
20-39φορες	Expected Count	55,9	9,1	65,0
	Residual	2,1	-2,1	
Ανω 40	Expected Count	123,0	20,0	143,0
	Residual	-13,0	13,0	
Total	Expected Count	258,0	42,0	300,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	22,004	6	,001
Likelihood Ratio	30,125	6	,000
Linear-by-Linear Association	15,773	1	,000
N of Valid Cases	300		

1.4. ΕΡΜΗΝΕΙΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

Η πρώτη και σημαντικότερη ερευνητική μας υπόθεση (H1) ήταν ότι οι σπουδαστές καταναλώνουν αλκοόλ σε σημαντικό βαθμό. Στην υπόθεση αυτή οδηγηθήκαμε βάση των ερευνητικών αποτελεσμάτων και των ανακοινώσεων των σχετικών συνεδρίων που παρατίθενται στο θεωρητικό μας μέρος όσον αφορά την κατανάλωση αλκοόλ από τον νεανικό πληθυσμό τόσο στα πλαίσια του ελλαδικού χώρου όσο και γενικότερα. (4^ο κεφάλαιο). Τα ερευνητικά μας αποτελέσματα απέδειξαν ότι όντως ισχύει αυτή υπόθεσή μας. Διαπιστώσαμε ότι η κατανάλωση αλκοολούχων ποτών από το σπουδαστικό πληθυσμό είναι σημαντική τόσο σε γενικότερα πλαίσια π.χ. του τελευταίου έτους όσο και κατά τον τελευταίο μήνα πριν τη διεξαγωγή της έρευνας.

Η πρώτη μας ερευνητική υπόθεση περιλάμβανε και τις προτιμήσεις του σπουδαστικού δείγματος για τα διάφορα είδη των αλκοολούχων ποτών. Διαπιστώσαμε ότι το κρασί καταλαμβάνει το μεγαλύτερο ποσοστό των προτιμήσεων σε *μηνιαία* όμως βάση. Στην καθημερινή κατανάλωση οι σπουδαστές δείχνουν μεγαλύτερη προτίμηση στο ουίσκι ή άλλα παρόμοια αλκοολούχα ποτά. Θεωρούμε ιδιαίτερος ανησυχητικό το γεγονός ότι ένα σημαντικό ποσοστό των σπουδαστών επιλέγει να καταναλώνει *καθημερινά* αλκοολούχα ποτά με μεγάλη περιεκτικότητα σε καθαρό αλκοόλ σε σχέση π.χ. με το κρασί. Έχουμε αναφέρει ότι το τυχαίο μαθητικό δείγμα της έρευνας του Ανυφαντάκη Ι. προτιμά να καταναλώνει μύρα σε *καθημερινή* βάση. Σε συνδυασμό με το δικό μας ερευνητικό αποτέλεσμα μπορούμε να υποθέσουμε ότι με το πέρασμα των ετών ο νεανικός πληθυσμός περνά σταδιακά στην κατανάλωση αλκοολούχων ποτών με ολοένα και μεγαλύτερη περιεκτικότητα σε καθαρό αλκοόλ. Όσον αφορά την *εβδομαδιαία* κατανάλωση αλκοόλ συνδυάζοντας μάλιστα και το ερευνητικό μας αποτέλεσμα ότι η πλειοψηφία των σπουδαστών βγαίνει σε bar, club σε εβδομαδιαία βάση, θεωρούμε ενθαρρυντικό το γεγονός ότι ένα σημαντικό μέρος του σπουδαστικού πληθυσμού προτιμά να μην καταναλώνει ουίσκι ή παρόμοια αλκοολούχα ποτά.

Τα ερευνητικά αποτελέσματα του Γκοτόβου Α. για την αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου δείχνουν ότι σημαντικά ποσοστά του δείγματος επιλέγουν να πηγαίνουν σε bar και καφετέριες, χώροι που συνδέονται με τη κατανάλωση αλκοόλ. (2^ο κεφάλαιο). Αν λάβουμε μάλιστα υπόψη μας και το γεγονός ότι η πλειοψηφία των σπουδαστών είναι περισσότερο ανεξαρτητοποιημένοι και έχουν πλέον την ελευθερία των επιλογών τους, μπορούμε να πιθανολογήσουμε ότι επιλέγουν να αξιοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό τον ελεύθερό τους χρόνο με τέτοιες δραστηριότητες που σχετίζονται με την κατανάλωση αλκοόλ (H1). Λαμβάνοντας υπόψη τα ερευνητικά αποτελέσματα που σχετίζονται με τις δραστηριότητες

που οι σπουδαστές επιλέγουν σε καθημερινή βάση, θεωρήσαμε ιδιαίτερος σημαντικό το γεγονός ότι ένα σημαντικό μέρος του σπουδαστικού πληθυσμού πηγαίνει **καθημερινά** σε bar, club, όπου μπορούμε να συνειδητοποιήσουμε πόσο συχνά καταναλώνονται αλκοολούχα ποτά.

Η δεύτερη ερευνητική μας υπόθεση σχετίζεται με την επίδραση της κατανάλωσης αλκοόλ στο σπουδαστή σε κοινωνικό επίπεδο (H1). Ήδη στο 1^ο κεφάλαιο του θεωρητικού μέρους έχουμε αναφέρει τις σημαντικές επιπτώσεις της κατανάλωσης αλκοόλ σε κοινωνικό επίπεδο (υποκεφάλαιο 1.6.). Σύμφωνα με τα ερευνητικά αποτελέσματα της τελευταίας ερώτησης του ερωτηματολογίου μπορούμε να συμπεράνουμε ότι σημαντικά ποσοστά έχουν καταλάβει κάποιοι παράγοντες που μπορεί να έχουν επηρεάσει τη κοινωνική ζωή του ατόμου όπως η πρόκληση άσχημης συμπεριφοράς για την οποία το άτομο έχει μετανιώσει, τη σωματική βλάβη αλλά και την επικίνδυνη οδήγηση οχήματος, στη περίπτωση βέβαια που μπορεί να συνοδεύεται από κάποιο ατύχημα. Μάλιστα όσον αφορά το τελευταίο αποτέλεσμα διαπιστώσαμε ότι υπάρχει στατιστικώς σημαντική συσχέτιση με την κατανάλωση αλκοόλ.

Συμπληρωματικά, υποθέσαμε ότι στις μέρες μας η κατανάλωση αλκοόλ συνδυάζεται και με κάποιες δραστηριότητες που πραγματοποιούνται από το σπουδαστή εντός της οικίας του (H1). Η μέχρι τώρα σπουδαστική μας εμπειρία έχει αποδείξει ότι πολλές φορές οι σπουδαστές λόγω οικονομικών κυρίως δυσχερειών επιλέγουν να συνδυάσουν την κατανάλωση αλκοόλ με ψυχαγωγικές-χαλαρωτικές δραστηριότητες εντός της οικίας. Από τις σχετικές δραστηριότητες που αναφέρονται στη πρώτη ερώτηση του ερωτηματολογίου διαφαίνεται ότι υπάρχει στατιστικώς σημαντική συσχέτιση με δύο από αυτές που είναι το να ακούει μουσική και να συγγράφει ποιήματα ή άλλα κείμενα.

Η τρίτη μας ερευνητική υπόθεση έχει σχέση με τη μείωση της αποδοτικότητας του νέου στις σπουδαστικές του υποχρεώσεις εξαιτίας της κατανάλωσης αλκοόλ(H1) . Παρόλο που ένα ποσοστό του συνολικού δείγματος ανέφερε ότι υπήρξε κάποια επίπτωση στη σπουδαστική του απόδοση, ουσιαστικά αποδείχτηκε ότι δεν υφίσταται στατιστικώς σημαντική συσχέτιση μεταξύ των δύο σχετικών μεταβλητών.

Η επόμενη ερευνητική μας υπόθεση σχετίζεται με τους παράγοντες που κατευθύνουν το σπουδαστή στην κατανάλωση των αλκοολούχων ποτών (H1). Σύμφωνα με το 3^ο κεφάλαιο του θεωρητικού μας μέρους υπάρχουν πολλοί παράγοντες που μπορεί να οδηγήσουν το νέο στην κατανάλωση αλκοόλ όπως η οικογένεια, η ομάδα των συνομηλίκων, τα Μ.Μ.Ε. κ.α. Τα ερευνητικά μας αποτελέσματα έδειξαν ότι οι σπουδαιότεροι παράγοντες είναι η διασκέδαση με φίλους, η χαρά, το γεγονός ότι προκαλούνται ευχάριστα συναισθήματα, ο θυμός ή η απογοήτευση και η ευχάριστη γεύση των αλκοολούχων ποτών.

Ακολουθεί η ερευνητική μας υπόθεση που σχετίζεται με τις γενικότερες επιπτώσεις της κατανάλωσης αλκοόλ σύμφωνα πάντα με τα ερευνητικά μας αποτελέσματα. Έχουμε ήδη αναφέρει σε σχετικά υποκεφάλαια (1.5.-1.6.) τις επιπτώσεις της κατανάλωσης αλκοόλ. Βάσει

των ερευνητικών μας αποτελεσμάτων τα μεγαλύτερα ποσοστά συγκέντρωσαν οι παρακάτω επιπτώσεις που είναι οι εξής: η άσχημη συμπεριφορά για την οποία το άτομο έχει μετανιώσει, η μείωση της ικανότητας της καθαρής σκέψης, η εύκολη αλλαγή της διάθεσης, η μείωση της ενεργητικότητας, τα προβλήματα στη μνήμη και την προσοχή και η επικίνδυνη οδήγηση οχημάτων. Βέβαια στη προκειμένη περίπτωση ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό συγκεντρώνει η άσχημη συμπεριφορά, το αμέσως μεγαλύτερο ποσοστό καταλαμβάνει η πρόταση ότι δεν έχει προκληθεί κανένα από τα αναφερθέντα προβλήματα του ερωτηματολογίου. Κάτι τέτοιο όμως δεν αναιρεί τη πιθανότητα πρόκλησης σοβαρότερων προβλημάτων με το πέρασμα των χρόνων αν λάβουμε μάλιστα υπόψη μας ότι τα προβλήματα ή και οι ασθένειες που σχετίζονται με την κατανάλωση αλκοόλ παρουσιάζουν αργή εξέλιξη.

Ακολουθεί η ερευνητική μας υπόθεση που αφορά την ηλικία έναρξης κατανάλωσης αλκοολούχων ποτών (H1). Στο θεωρητικό μας μέρος έχουμε αναφέρει ότι τα τελευταία χρόνια η ηλικία αυτή ολοένα και μειώνεται (Ερευνητικά αποτελέσματα Ανυφαντάκη Ι., Madianos et al., κεφάλαιο 4^ο) Και από τα ερευνητικά μας αποτελέσματα διαπιστώσαμε ότι η πλειοψηφία του σπουδαστικού δείγματος έχει δοκιμάσει αλκοολούχα ποτά ως την Α΄ - Β΄ Γυμνασίου. Θεωρήσαμε ότι πιθανότατα υπάρχει συσχέτιση αυτής της μεταβλητής (H1) αρχικά με την ετήσια κατανάλωση αλκοόλ αλλά και με την ακόμα συχνότερη κατανάλωση, αυτή των τουλάχιστον 5 ποτηριών του ίδιου ή διαφορετικού αλκοολούχου ποτού κατά τη διάρκεια του τελευταίου μηνός. Διαπιστώσαμε ότι και στις δύο περιπτώσεις υπάρχει στατιστικώς σημαντική συσχέτιση των μεταβλητών, πράγμα που σημαίνει ότι η ηλικία του ατόμου κατά την οποία ξεκινάει την κατανάλωση αλκοόλ σχετίζεται με την περαιτέρω κατανάλωση αλκοολούχων ποτών.

Στο τέταρτο κεφάλαιο του θεωρητικού μέρους ολόκληρο το υποκεφάλαιο 4.3. αναφέρεται σε μία νέα κατάσταση που σχετίζεται με την κατανάλωση αλκοόλ και καλείται binge drinking. Το φαινόμενο αυτό έχει πάρει ήδη ανησυχητικές διαστάσεις στον νεανικό πληθυσμό της Αμερικής. Θεωρήσαμε πιθανό κάτι παρόμοιο να ισχύει και στον ελλαδικό χώρο και μάλιστα στο συγκεκριμένο δείγμα (H1). Εφόσον binge drinking καλείται η κατανάλωση αλκοόλ σε μικρά χρονικά διαστήματα μας δίνεται η δυνατότητα να συσχετίσουμε τα ποσοστά της μηνιαίας κατανάλωσης αλκοόλ του τυχαίου δείγματος τόσο με τα ποσοστά της μηνιαίας ζάλης όσο και με αυτά της μηνιαίας μέθης. Όπως και αποδείχτηκε υπάρχει στατιστικώς σημαντική σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών.

Η τελευταία μας ερευνητική υπόθεση αφορά τη μεταβλητή του φύλου και συγκεκριμένα κατά πόσο σχετίζεται με κάποιους άλλους βασικούς παράγοντες-μεταβλητές του σχετικού ερωτηματολογίου όπως η ηλικία έναρξης κατανάλωσης αλκοόλ, η ετήσια κατανάλωση αλκοόλ αλλά και η μηνιαία κατανάλωση άνω των 5 ποτηριών του ίδιου ή διαφορετικών αλκοολούχων ποτών (H1). Τα αποτελέσματα και των τριών αυτών συσχετίσεων απέδειξαν ότι υπάρχει στατιστικώς σημαντική συσχέτιση μεταξύ των

μεταβλητών. Επομένως διαπιστώνουμε ότι η μεταβλητή του φύλου είναι αρκετά σημαντική αλλά και καθοριστική για τη γενικότερη κατανάλωση αλκοόλ. Άλλωστε για αυτό το λόγο η επιστημονική ιατρική κοινότητα έχει οριοθετήσει και βάση του φύλου την επιτρεπόμενη εβδομαδιαία κατανάλωση αλκοόλ. Βάσει της παραπάνω διαπίστωσης μπορούμε να θεωρήσουμε δεδομένο ότι το φύλο έχει παίξει καθοριστικό ρόλο στο γεγονός ότι οι επιπτώσεις της κατάχρησης και κατ' επέκταση της παθολογικής κατάστασης του αλκοολισμού, έχουν διαφορετικό ρυθμό εξέλιξης μεταξύ των δύο φύλων.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΣΜΟΙ

Ένα από τα σημαντικότερα συμπεράσματα της συγκεκριμένης πτυχιακής είναι το γεγονός ότι οι σπουδαστές πραγματοποιούν κατανάλωση αλκοόλ σε σημαντικό βαθμό. Μας προβλημάτισε όμως ιδιαίτερα το σχετικό συμπέρασμα ότι η συντριπτική πλειοψηφία του σπουδαστικού δείγματος θέτει ως πρωταρχικό παράγοντα που την οδηγεί στην κατανάλωση αλκοόλ τη διασκέδαση με φίλους. Καταλήξαμε στη διαπίστωση του πόσο άρρηκτα έχει συνδεθεί η διασκέδαση με την κατανάλωση αλκοόλ. Σε τέτοιο σημείο, μάλιστα που πραγματικά διερωτάται κανείς αν μπορεί να υπάρξει διασκέδαση χωρίς την κατανάλωση αλκοόλ.

Επιπλέον, μας προβλημάτισε σε μεγάλο βαθμό το φαινόμενο του binge drinking, που στην αμερικανική ήπειρο έχει πάρει ανησυχητικές διαστάσεις. Θεωρούμε ότι οι περισσότεροι από εμάς πιθανότητα αγνοούμε την εμφάνιση και την εξέλιξη αυτού του φαινομένου, πόσο μάλλον την πιθανή ύπαρξή του και στον ελλαδικό χώρο. Μπορούμε να αναφέρουμε ότι βάσει των ερευνητικών μας αποτελεσμάτων και συσχετίσεων, παρουσιάζονται ενδείξεις ύπαρξης binge drinking, οι πραγματικές διαστάσεις του οποίου μπορούν να διαπιστωθούν με μια ολοκληρωμένη και εξειδικευμένη έρευνα πάνω στο συγκεκριμένο ζήτημα. Θα ήταν ιδιαίτερος ενδιαφέρον να διεισδύσουμε ακόμα περισσότερο σε αυτή την αθώα συνήθεια που η πλειοψηφία από εμάς την έχει συμπεριλάβει σε πολλές δραστηριότητες της καθημερινότητάς μας και να διαπιστώσουμε ποιες αλλαγές και εξελίξεις έχουν επέλθει αλλά και τι επιπτώσεις μπορεί να υπάρξουν.

Συμπερασματικά, μπορούμε να αναφέρουμε βάσει και όσων προαναφέρθηκαν ότι υπάρχουν νέα δεδομένα στην κατανάλωση αλκοόλ από το νεανικό πληθυσμό και ίσως είναι αυτός ο λόγος που τα τελευταία χρόνια δίνεται μεγαλύτερη έμφαση σε θέματα που σχετίζονται με την κατανάλωση αλκοόλ σε σχέση με το παρελθόν. Στη διαπίστωση αυτή μας οδήγησαν και διάφορες ευρωπαϊκές και μη δραστηριότητες που έχουν ως στόχο την ευαισθητοποίηση του κοινού στον τομέα της πρόληψης. Τέτοιου είδους προγράμματα-δραστηριότητες πρωταρχικώς απευθύνονται σε ειδικότητες που το αντικείμενό τους αφορά την προαγωγή της υγείας και γενικότερα την ευημερία του κοινωνικού συνόλου, κατ' επέκταση και την κοινωνική εργασία.

Συγκεκριμένα, έχει διαπιστωθεί η κατανάλωση αλκοόλ και πολύ περισσότερο η κατάχρηση, έχει επιπτώσεις τόσο σε ατομικό όσο και σε κοινωνικό πλαίσιο. Ο ρόλος του κοινωνικού λειτουργού δηλαδή σε οποιοδήποτε πλαίσιο σχετικό με το αλκοόλ καλύπτει όλους τους τομείς των δραστηριοτήτων του (π.χ. άτομο, οικογένεια, κοινότητα) τόσο σε προληπτικό όσο και σε θεραπευτικό επίπεδο.

Η ενασχόλησή μας με το συγκεκριμένο ζήτημα μας οδήγησε στη διαπίστωση ότι στην Ε.Ε. έχει δοθεί μεγάλη σημασία στην κατανάλωση αλκοόλ και αυτό μπορεί να το διαπιστώσει κανείς από τα σχετικά θεραπευτικά κέντρα και τους οργανισμούς που έχουν δημιουργηθεί, όπου η ύπαρξη του κοινωνικού λειτουργού δεν είναι απλά απαραίτητη αλλά και πολυσήμαντη. Στην Ελλάδα, αντιθέτως, βρισκόμαστε ακόμα στο στάδιο που οι υπηρεσίες που ασχολούνται αποκλειστικά με το αλκοόλ είναι ελάχιστες, εφόσον δεν του έχει δοθεί η πρέπουσα σημασία όπως π.χ. στο πρόβλημα της εξάρτησης από τα ναρκωτικά. Για αυτό και άλλωστε, πολλοί από τους φορείς που ασχολούνται με τα ναρκωτικά δέχονται και περιπτώσεις ατόμων με εξάρτηση από το αλκοόλ.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΘΕΩΡΗΤΙΚΟΥ ΜΕΡΟΥΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ: ΤΟ ΑΛΚΟΟΛ

ΔΙΟΝΥΣΟΣ ή ΒΑΚΧΟΣ

*Του ΔΙΟΣ το Θεϊκό παιδί
Χαίρεται τη χαρούμενη ζωή
Την ειρήνη που σκορπάει ευτυχία αγαπά
Αυτήν που ανατρέφει αξιόλογους νέους,
κι' έδωσε για του κρασιού την τέρψη την ανώδυνη
ίσα μερίδια στον πλούσιο και τον φτωχό.
Μισεί εκείνον που γι' αυτόν δεν φροντίζει
Τις ημέρες και τις θαυμάσιες νύχτες
να ζή ευτυχισμένος*

(Ευριπ. Βάκχαι 416-426)

(www.addgr.com/wine/dionysus/grdion.htm)

ΚΡΗΤΙΚΟ ΚΑΖΑΝΙ



(www.sfakia-crete.com/sfakia-crete/raki.html)

ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΤΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΑΛΚΟΟΛ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

Ο παρακάτω συγκεντρωτικός πίνακας παρουσιάζει τις επιβλαβείς επιπτώσεις του αλκοόλ στην Ευρώπη όσον αφορά τους εξής παράγοντες:

- θανάτους από χρόνιες ασθένειες του ήπατος και κίρρωση
- περιπτώσεις αλκοολικής ψύχωσης
- το ρόλο του αλκοόλ στα τροχαία ατυχήματα.

Ο παρακάτω συγκεντρωτικός πίνακας παρουσιάζει τους περιορισμούς που έχουν τεθεί εν ισχύ στις περισσότερες Ευρωπαϊκές χώρες συγκριτικά το 1994 και το 1999, όσον αφορά τα όρια ηλικίας που επιτρέπουν τη κατανάλωση αλκοόλ. Η ύπαρξη του αστερίσκου υποδηλώνει ότι τα συγκεκριμένα στοιχεία δεν υπάρχουν. Αξίζει να αναφερθεί το γεγονός ότι η Ελλάδα είναι ίσως η μοναδική χώρα που το 1994 δε διέθετε κάποιο περιορισμό στο όριο ηλικίας σχετικά με την κατανάλωση αλκοόλ. Βέβαια η ύπαρξη αντίστοιχων στοιχείων κατά το έτος 1999 θα μπορούσε να θεωρηθεί για τη συγκεκριμένη περίπτωση υποτυπώδης εφόσον το όριο ηλικίας που καθορίζει την έναρξη κατανάλωσης αλκοόλ, πρακτικά δεν ισχύει σε καμία περίπτωση.

Χώρα	1994	1999
Αυστρία	Όριο ηλικίας 16 έτη	*
Βέλγιο	Όριο ηλικίας 16 έτη	Όριο ηλικίας 16 έτη
Βουλγαρία	Όριο ηλικίας 18 έτη	Όριο ηλικίας 16 έτη
Κροατία	Όριο ηλικίας 18 έτη	Όριο ηλικίας 18 έτη
Δημοκρατία Τσεχίας	Όριο ηλικίας 18 έτη	Όριο ηλικίας 18 έτη
Δανία	Δεν υπάρχει όριο ηλικίας	Όριο ηλικίας 15 έτη
Εσθονία	Όριο ηλικίας 18 έτη	Όριο ηλικίας 18 έτη
Φιλανδία	Όριο ηλικίας 18 έτη	Όριο ηλικίας 18 έτη
Γαλλία	Όριο ηλικίας 16 έτη	Όριο ηλικίας 16 έτη
Γερμανία	Όριο ηλικίας 16 έτη για κρασί και μύρα και τα 18 έτη για αλκοολούχα ποτά.	Όριο ηλικίας 16 έτη
<i>Ελλάδα</i>	<i>Δεν υπάρχουν περιορισμοί</i>	<i>Όριο ηλικίας τα 18 έτη για τα αλκοολούχα ποτά</i>
Ουγγαρία	*	Όριο ηλικίας 18 έτη
Ισλανδία	Όριο ηλικίας 18 έτη	Όριο ηλικίας 20 έτη
Ιρλανδία	Όριο ηλικίας 18 έτη	Όριο ηλικίας 18 έτη
Ιταλία	Όριο ηλικίας 16 έτη	Όριο ηλικίας 18 έτη
Λετονία	Όριο ηλικίας 18 έτη	Όριο ηλικίας 18 έτη
Λιθουανία	Όριο ηλικίας 18 έτη	Όριο ηλικίας 18 έτη
Λουξεμβούργο	Όριο ηλικίας 16 έτη	Όριο ηλικίας 16 έτη
Μάλτα	Όριο ηλικίας 16 έτη	Όριο ηλικίας 16 έτη
Ολλανδία	Όριο ηλικίας 16 έτη για κρασί και μύρα και τα 18 έτη για αλκοολούχα ποτά.	Όριο ηλικίας 16 έτη
Νορβηγία	Όριο ηλικίας 18 έτη για κρασί και μύρα και τα 20 έτη για αλκοολούχα ποτά	Όριο ηλικίας 18 έτη
Πολωνία	Όριο ηλικίας 18 έτη	Όριο ηλικίας 18 έτη
Πορτογαλία	Όριο ηλικίας 16 έτη	Όριο ηλικίας 16 έτη
Ρουμανία	Όριο ηλικίας 18 έτη	Όριο ηλικίας 18 έτη
Ρωσία	Όριο ηλικίας 18 έτη	Όριο ηλικίας 18 έτη
Σλοβακία	Όριο ηλικίας 18 έτη	Όριο ηλικίας 18 έτη
Σλοβενία	Δεν υπάρχει όριο ηλικίας	Δεν υπάρχει όριο ηλικίας
Ισπανία	Όριο ηλικίας 16 έτη	Όριο ηλικίας 16 έτη
Σουηδία	Όριο ηλικίας 20 έτη	Όριο ηλικίας 20 έτη
Ελβετία	Όριο ηλικίας 18 έτη για κρασί και μύρα και τα 20 έτη για αλκοολούχα ποτά	Όριο ηλικίας 18 έτη για κρασί και μύρα και τα 20 έτη για αλκοολούχα ποτά
Ηνωμένο Βασίλειο	Όριο ηλικίας 18 έτη	Όριο ηλικίας 18 έτη

(www.europeanalcoholavailability.com)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ: ΤΑ ΠΡΟΤΥΠΑ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΚΑΙ Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΑΛΚΟΟΛ

MARKETING ΧΩΡΙΣ ΟΡΙΑ

Η διαφήμιση του αλκοόλ είναι παράνομη στη Νορβηγία. Ωστόσο, η βιομηχανία του αλκοόλ συνεχώς προσπαθεί να παραβλέψει τη νομοθεσία και να προωθήσει τα προϊόντα της.

Η εμπειρία “Smirnoff Ice”

Την άνοιξη του 2002 το Smirnoff Ice προωθήθηκε ως καινούριο προϊόν στην Ευρώπη. Στη Νορβηγία αυτό συνέβη μέσω διαφημιστικής εκστρατείας. Σε οποιοδήποτε μέρος έλαβε χώρα η εκστρατεία, οι οργανωτές προσκαλούσαν λίγους και εκλεκτούς καλεσμένους. Αυτοί οι καλεσμένοι δεχόντουσαν προσωπική πρόσκληση. Για τέτοιου είδους γεγονότα είναι πολύ σημαντικό να πειστούν οι ενδιαφερόμενοι για την παρουσία τους γιατί με το να σταλούν μεμονωμένες προσκλήσεις, αυξάνονται οι πιθανότητες να τραβήξουν τη προσοχή του αγοραστικού κοινού. Αλλά σε τέτοιου είδους γεγονότα η προσέλευση του κοινού ήταν ανεξέλεγκτη. Αφίσες ήταν τοιχοκολλημένες σε διαφορετικές πόλεις, οι οποίες διαφήμιζαν το προσεχές γεγονός. Με τη πρόσκληση ατόμων στην επίσημη πρεμιέρα της Smirnoff Ice, οι οργανωτές προμήνυσαν ότι αυτό το γεγονός θα ήταν μια εμπειρία πολύ καλύτερη από ένα απλό party. Τα νυχτερινά μαγαζιά, που θα φιλοξενούσαν το γεγονός, ήταν διακοσμημένα με ποικίλα διαφημιστικά αντικείμενα, ενώ θα υπήρχε και διανομή δωρεάν ποτών.

Η διοργανώτρια ομάδα έπαιξε ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο για την επιτυχία του γεγονότος αυτού. Αποτελούνταν από νεαρά κορίτσια και αγόρια που η παρουσία τους εκεί είχε στόχευε στην εγγύηση της εικόνας του προϊόντος. Η δουλειά τους ήταν να κρατήσουν ζωντανή την ατμόσφαιρα του party. Τα νεαρά, ελκυστικά άτομα κρατούσαν ένα μπουκάλι Smirnoff Ice στα χέρια τους καθ’ όλη τη διάρκεια του γεγονότος. Το μπουκάλι λειτουργούσε ως κώδικας ή σύμβολο. Το κρατούσαν όλη την ώρα ενώ μιλούσαν, χόρευαν, φλέρταραν. Επρόκειτο για ζωντανή διαφήμιση του προϊόντος, με σύνθημα «την έξυπνη νυχτερινή ζωή».

Κατά τη διάρκεια της εκστρατείας, οι διοργανωτές της διαφημιστικής εκστρατείας προσέφυγαν και στο διαδίκτυο. Στη συγκεκριμένη ιστοσελίδα οι χρήστες του διαδικτύου μπορούσαν να ενημερωθούν για τις τοποθεσίες που θα

πραγματοποιούνταν τα διαφημιστικά party, ενώ είχε ήδη δώσει βάση και σε διαφορετικές προτιμήσεις τόσο όσον αφορά τα είδη της μουσικής όσο και των νυχτερινών κέντρων διασκέδασης. Η ιστοσελίδα ήταν σχεδιασμένη βάση του παραπάνω συνθήματος και γενικότερα η προώθηση του προϊόντος ήταν ιδιαίτερος ευφυής.

Σε γενικές γραμμές, η διαφημιστική εκστρατεία επικεντρώθηκε περισσότερο στους ιδιοφυείς πολιτιστικούς κώδικες παρά στην επιθετική προώθηση. Η αναφορά κυρίως στο τρόπο ζωής και τη γενικότερη εικόνα του προϊόντος παρά στην αναζήτηση μιας μαζικής προώθησής του από τη πλευρά των διοργανωτών σήμαινε ότι λαμβάνουν σοβαρά υπόψη τους καταναλωτές, ενώ ταυτόχρονα οι παραβιάσεις των Νορβηγών όσον αφορά τη διαφήμιση του αλκοόλ ήταν λιγότερο εμφανείς.

Μέχρι τώρα, η βιομηχανία του αλκοόλ της Νορβηγίας έχει ξεφύγει από τον εξονυχιστικό έλεγχο. Παραδοσιακά, η Alkokutt (Νορβηγική εκστρατεία για τη πρόληψη της προώθησης του αλκοόλ) είναι το μοναδικό Σώμα στη Νορβηγία που ενεργά αναφέρεται ξεκάθαρα σε θέματα που αφορούν το marketing. Ωστόσο, με τη συνεργασία του τηλεοπτικού καναλιού Alkokutt, που ανήκει στη πολιτεία, δημιούργησε ένα τηλεοπτικό πρόγραμμα που κάλυπτε την εκστρατεία. Με αυτό τον τρόπο έγινε ευρέως γνωστός ο τρόπος με τον οποίο διεξάγεται το συγκεκριμένο marketing.

Η Alkokutt παρέδωσε έγγραφα στο επίσημο κυβερνητικό Σώμα (Διοικητικό Συμβούλιο για θέματα Υγείας και κοινωνικής Πρόνοιας) για το αλκοόλ όσον αφορά το marketing. Οι εισαγωγείς της Smirnoff Ice έχασαν την άδειά τους για χρονικό διάστημα 6 μηνών. Ποτέ ξανά το διοικητικό συμβούλιο δεν επέβαλλε τόσο αυστηρή ποινή. Κατά τη διάρκεια της παραμονής του στην εξουσία, ανακοίνωσε ότι: «πολλαπλές, μεμονωμένες παραβιάσεις έχουν γίνει γνωστές και στο σύνολό τους αποτελούν μια πολύ σημαντική υπόθεση».

Παρά το γεγονός ότι οι εισαγωγείς του προϊόντος έχασαν την άδεια, το Smirnoff Ice ακόμα καταναλώνεται στη Νορβηγία. Οι Νορβηγικές αρχές έχουν ανακοινώσει ότι θέτουν ως στόχο τη πιθανότητα της αλλαγής της νομοθεσίας.

Παρά την ύπαρξη αυστηρής νομοθεσίας, η εκστρατεία της Smirnoff Ice δεν είναι μοναδική. Η βιομηχανία έχει δείξει μοναδική δημιουργικότητα στη προώθηση των προϊόντων της.

Μια στρατηγική αποτελεί η μετατροπή των γνωστών επωνυμιών σε διαφημιστικά συνθήματα. Όταν το συγκεκριμένο σύνθημα είναι καλά καθιερωμένο, μπορεί να αντικαταστήσει την ίδια την επωνυμία για σκοπούς που σχετίζονται με τη προώθηση του προϊόντος. Για παράδειγμα, είναι γνωστό το σύνθημα της μύρας Carlsberg: «Ίσως η καλύτερη μύρα στο κόσμο». Σε συνδυασμό με ένα ποδοσφαιρικό αγώνα στη Νορβηγία οι προωθητές της Carlsberg παραβίασαν την διαφημιστική απαγόρευση

κάνοντας συμφωνία με την διοίκηση της μιας ποδοσφαιρικής ομάδας, ώστε οι παίκτες να εμφανίζονται με στολή που να αναγράφεται το σύνθημα «ίσως» που χαρακτηρίζει τη συγκεκριμένη μπίρα. Η μπίρα Budweizer είναι μια άλλη γνωστή επωνυμία που χρησιμοποιεί αυτή τη στρατηγική. Σε κινητά τηλέφωνα αλλά και σε άλλα προϊόντα που έχουν ως στόχο να κινήσουν τη προσοχή του νεανικού αγοραστικού κοινού, προωθούν τα προϊόντα τους με το σύνθημα «**γλεντήστε**».

Η βιομηχανία συχνά διαφωνεί ότι συγκεντρώσεις όπως αυτή της Smirnoff Ice Experience αποτελούν εμπορικά γεγονότα. Σύμφωνα με τη νορβηγική νομοθεσία για το αλκοόλ θεωρείται νόμιμη η οργάνωση εμπορικών γεγονότων με σκοπό την ενημέρωση των ατόμων που σχετίζονται με τη βιομηχανία, για τα νέα προϊόντα. Με τη προώθηση μεγάλων εμπορικών γεγονότων και με το κάλεσμα νεαρών ατόμων που δε σχετίζονται με τη βιομηχανία, προσπαθούν να παραβιάσουν την ισχύουσα νομοθεσία και να προωθήσουν τα νέα τους προϊόντα.

Βέβαια, πολλές φορές η βιομηχανία δράττει της ευκαιρίας να διαφημίσει προϊόντα που δεν εμπεριέχουν μεγάλες ποσότητες καθαρού αλκοόλ. Είναι νόμιμη η διαφήμιση προϊόντων που εμπεριέχουν πάνω από 2.5% καθαρό αλκοόλ, προκειμένου να καθιερωθεί ή να προωθηθεί κάποια επωνυμία. Μερικά από αυτά τα προϊόντα παράγονται με χαμηλή περιεκτικότητα σε καθαρό αλκοόλ έτσι ώστε να υλοποιηθεί μια στρατηγική που στοχεύει στην ουσιαστική προώθηση προϊόντων με μεγαλύτερη περιεκτικότητα σε καθαρό αλκοόλ. Υπήρχαν περιπτώσεις όπου η διαφήμιση προϊόντων, που δεν είχαν μεγάλη περιεκτικότητα σε καθαρό αλκοόλ, δεν ήταν καν διαθέσιμη στους καταναλωτές.

Η βιομηχανία του αλκοόλ επιθυμεί έντονα να παρουσιάζεται κοινωνικά υπεύθυνη, για παράδειγμα, με το να χρηματοδοτεί ή να σχεδιάζει ποικίλα προληπτικά προγράμματα που στοχεύουν στην ενθάρρυνση και την παρότρυνση των νέων στη κατανάλωση λιγότερου αλκοόλ. Παράλληλα με την διεξαγωγή του γεγονότος της Smirnoff Ice, τηλεοπτικό κανάλι χρηματοδότησε προληπτικό πρόγραμμα για το μεγαλύτερο Νορβηγικό μαθητικό οργανισμό. Όμως η δημιουργία μιας εικόνας κοινωνικής υπευθυνότητας είναι μέρος της βιομηχανικής στρατηγικής, προκειμένου να εδραιώσει τους δικούς της κανόνες προώθησης.

Τις περισσότερες φορές παρατηρείται ότι η βιομηχανία εξωθεί στα όρια την απαγόρευση της διαφήμισης. Η αυστηρή νομοθεσία δεν είναι επαρκείς για να εμποδίσει την επιθετική προώθηση που συχνά στοχεύει στους νέους. Είναι γνωστό ότι η βιομηχανία πάντα θέλει να προωθεί τα νέα της προϊόντα, όμως είναι πολύ σημαντικό να λαμβάνει υπόψη της ισχύουσα νομοθεσία.

Το είδος της προώθησης που είναι γνωστό στη Νορβηγία είναι μέρος μιας εθνικής προωθητικής συναλλαγής, ωστόσο είναι σημαντικό να καθιερωθούν εθνικά

δίκτυα, προκειμένου να αντιμετωπιστούν τέτοιου είδους καταστάσεις. Η Alkokutt θα συνεχίσει να υπερασπίζει αυτό που η κοινή γνώμη θεωρεί παράνομη προώθηση των αλκοολούχων ποτών στους νέους.

M.M.E.

« Στην ηλικία των 14 ετών τα παιδιά είναι τελείως ενημερωμένα από τα μηνύματα των διαφημίσεων για το αλκοόλ».(Aitken, 1988)*« Στην ηλικία των 16 ετών τα παιδιά συμπεριλαμβάνουν διαφημίσεις για ποτά στις αγαπημένες τους διαφημίσεις».*(Covell, 1991)*« Στην Αμερική τα παιδιά παρακολουθούν 2.000 διαφημιστικά μηνύματα για αλκοολούχα ποτά κάθε χρόνο».*(American Academy of Pediatrics)*« Το 1996 στην Αμερική υπήρχαν εννέα εκατομμύρια συστηματικοί πότες κάτω των 21 ετών. Από αυτούς τα 4.400.000 ήταν μέθυσοι και από αυτούς οι 1.900.000 εξαιρετικά βαρείς πότες , δηλαδή άτομα που κατανάλωναν τουλάχιστον 5 αλκοολούχα ποτά την ημέρα επί τουλάχιστον 5 ημέρες το μήνα επί τουλάχιστον 5 ημέρες το μήνα».*(U.S. Department of Health and Human Services, 1996)*« Για την αποτελεσματικότερη προώθηση των προϊόντων οι διαφημίσεις συνδέουν την κατανάλωση αλκοόλ με κοινωνικότητα, κομψότητα, ελκυστικότητα, επιτυχία, περιπέτεια και ειδυλλιακές καταστάσεις».*(Postman, 1988)*« Οι τηλεοπτικές διαφημίσεις μπίρας συχνά παρουσιάζουν τους πότες σε συνθήκες ενδεχομένου κινδύνου. Στο 33% των διαφημίσεων οι πότες οδηγούν αυτοκίνητα, κολυμπούν ή οδηγούν σκάφη».*(Alcohol, Health and Research World, 1993)*« Οι εταιρείες παραγωγής μπίρας ξόδεψαν το 1996, 600-εκατομμύρια δολάρια για διαφήμιση στην τηλεόραση και το ραδιόφωνο και μόνο 90-εκατομμύρια για όλες τις άλλες μορφές διαφήμισης.»*(Wall Street Journal, 1996) (www.who.int/whosis/menu.cfm?)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ: ΝΕΟΙ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΑΛΚΟΟΛ

Στον πρώτο συγκεντρωτικό πίνακα παρουσιάζονται τα γενικά χαρακτηριστικά του δείγματος των φοιτητών που έλαβαν μέρος στις τρεις κατά σειρά έρευνες του 1993, 1997 και 1999. Μπορούμε να παρατηρήσουμε τα σχετικά ποσοστά των δειγμάτων των τριών διαφορετικών ερευνών βάση παραγόντων που έπαιξαν σημαντικό ρόλο στη διεξαγωγή τους και είναι το φύλο, η εθνικότητα, η ηλικία και το χρονικό διάστημα της φοίτησης στο πανεπιστήμιο.

Πίνακας 1. Γενικά χαρακτηριστικά των φοιτητικών δειγμάτων

Χαρακτηριστικά	1993(%)	1997(%)	1999(%)
Φύλο			
Αντρας	42.6	39.8	38.7
Γυναίκα	57.4	60.2	61.3
Εθνικότητα			
Ισπανοί	6.5	7.9	7.3
Λευκοί	82.7	78.9	78.0
Νέγροι	4.8	5.1	5.9
Ασιάτες	6.5	7.6	8.3
Άλλοι	6	8.4	7.9
Ηλικία			
< 24 ετών	83.5	83.6	84.8
> 24 ετών	16.5	16.4	15.2
Έτος φοίτησης			
Πρωτοετείς	20.2	23.7	23.0
Δευτεροετείς	19.3	21.5	22.4
Τελειόφοιτοι	25.5	22.3	22.0

Βάση των στοιχείων του πίνακα , το 1999, όπως και στις προηγούμενες έρευνες, περίπου 2 στους 5 φοιτητές ανέφεραν χαρακτηριστικά κατανάλωσης αλκοόλ που ταυτίζονται με τα κριτήρια των τριών κατηγοριών του binge drinking, που αναφέρονται παραπάνω.

Πίνακας 2. Κατηγοριοποίηση της χρήσης αλκοόλ από τους φοιτητές, 1993, 1997, 1999

Κατηγορία	1993(%)	1997(%)	1999(%)
Abstainer	15.4	18.9	19.2
Nonbinge drinker	40.1	38.2	36.6
Occasional drinker	24.7	22.0	21.4
Frequent binge drinker	19.8	20.9	22.7

(Henry Wechsler, Jae Eun Lee, Meichun Kuo, Hang Lee, March 2000, ΣΕΛ.202)

Πίνακας 3. Μοντέλα κατανάλωσης αλκοόλ από τους φοιτητές, ανά φύλο 1993, 1997, 1999

Μοντέλα κατανάλωσης αλκοόλ	1993(%)	1997(%)	1999(%)
<u>Κατάσταση μέθης 10 ή περισσότερες φορές τον τελευταίο μήνα</u>			
Σύνολο	17.9	20.6	22.2
Άντρες	24.1	28.2	30.7
Γυναίκες	12.8	15.2	16.5
<u>Κατανάλωση αλκοόλ υπό μορφή binge</u>			
Σύνολο	40.4	41.6	44.5
Άντρες	43.2	43.2	47.3
Γυναίκες	38.2	40.5	42.6
<u>Κατάσταση μέθης τρεις ή περισσότερες φορές το προηγούμενο μήνα</u>			
Σύνολο	23.1	28.0	29.3
Άντρες	28.3	33.7	35.9
Γυναίκες	18.9	23.9	24.8
<u>Κατανάλωση αλκοόλ με σκοπό τη μέθη</u>			
Σύνολο	39.7	52.4	47.2
Άντρες	45.0	58.5	54.4
Γυναίκες	35.6	48.3	42.7

(Henry Wechsler, Jae Eun Lee, Meichun Kuo, Hang Lee, March 2000, ΣΕΛ.207)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟ ΑΛΚΟΟΛ

Ο πίνακας 5.4. ανακεφαλαιώνει την κατάσταση αναφορικά με το όριο ηλικίας στις πωλήσεις αλκοολούχων ποτών το έτος 2000.

Πίνακας 5.4. Όρια ηλικίας σε πωλήσεις με-χωρίς προϋποθέσεις αλκοολούχων ποτών στις ECAS χώρες το 2000

Χώρα	Με προϋποθέσεις			Χωρίς προϋποθέσεις		
	Μπύρα	Κρασί	Αλκο/χα ποτά	Μπύρα	Κρασί	Αλκο/χα ποτά
Αυστρία	16	16	18	16	16	18
Βέλγιο	-	-	18	16	16	18
Γαλλία	16	16	16	16	16	16
Γερμανία	16	16	18	16	16	18
Δανία	15	15	15	18	18	18
Ελλάδα	-	-	18	-	-	18
Ηνωμένο Βασίλειο	18	18	18	16	16	18
Ιρλανδία	18	18	18	18	18	18
Ισπανία	16	16	16	16	16	16
Ιταλία	16	16	16	16	16	16
Νορβηγία	18	18	20	18	18	20
Ολλανδία	16	16	18	16	16	18
Πορτογαλία	-	-	-	16	16	16
Σουηδία	18	18	20	18	18	18
Φινλανδία	18	18	20	18	18	20

Πίνακας 5.6. Όρια συγκέντρωσης αλκοόλ στο αίμα όσον αφορά την κυκλοφοριακή κίνηση στις ECAS χώρες το 2000 σε %

Χώρα	Όριο συγκέντρωσης αλκοόλ στο αίμα (%)
Αυστρία	0,05
Βέλγιο	0,05
Γαλλία	0,05
Γερμανία	0,05
Δανία	0,05
Ελλάδα	0,05
Ηνωμένο Βασίλειο	0,08
Ιρλανδία	0,08
Ισπανία	0,05
Ιταλία	0,08
Νορβηγία	0,05
Ολλανδία	0,05
Πορτογαλία	0,05
Σουηδία	0,02
Φινλανδία	0,05

(Esa Osterberg, Thomas Karlsson, 2001, ΣΕΛ.15-16)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΜΕΡΟΥΣ

ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Πίνακας 1.1. Κατανομή του δείγματος σε σχέση με τις σχολές του Τ.Ε.Ι.

ΣΧΟΛΗ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
ΣΔΟ	73	24,3
ΣΕΥΠ	67	22,3
ΣΤΕΓ	55	18,3
ΣΤΕΦ	105	35,0
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 1.2. Κατανομή δείγματος σε σχέση με τα τμήματα

ΤΜΗΜΑ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ	39	13,0
ΝΟΣΗΛΕΥΤΙΚΗ	28	9,3
ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΑ	28	9,3
ΔΟΜΙΚΟΙ	18	6,0
Ε.Π.Π.	34	11,3
ΗΛΕΚΤΡΟΛΟΓΙΑ	25	8,3
ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ	45	15,0
ΤΟΥΡ. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	16	5,3
ΘΕ.ΚΑ.	29	9,7
ΦΥΤΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	26	8,7
ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΩΣΕΩΝ	12	4,0
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Α΄ ΜΕΡΟΣ: ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΕΛΕΥΘΕΡΟΥ ΧΡΟΝΟΥ

Πίνακας 2.1. Πόσο συχνά βλέπεις τηλεόραση;

ΕΡΩΤΗΣΗ 1.1.	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Κάθε μέρα	235	78,3
1 φορά/ εβδομάδα	46	15,3
1-2 φορές /μήνα	8	2,7
Μερικές φορές το χρόνο	6	2,0
Ποτέ	5	1,7
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 2.2. Πόσο συχνά πηγαίνεις στον κινηματογράφο;

ΕΡΩΤΗΣΗ 1.2.	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Κάθε μέρα	1	0,3
1 φορά/ βδομάδα	12	4,0
1-2 φορές /μήνα	106	35,3
Μερικές φορές το χρόνο	160	53,3
Ποτέ	21	7,0
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 2.3. Πόσο συχνά παρακολουθείς καλλιτεχνικές εκδηλώσεις;

ΕΡΩΤΗΣΗ 1.3.	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Κάθε μέρα	0	0
1 φορά/ βδομάδα	8	2,7
1-2 φορές /μήνα	24	8,0
Μερικές φορές το χρόνο	223	74,3
Ποτέ	45	15,0
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 2.4. Πόσο συχνά ακούς μουσική;

ΕΡΩΤΗΣΗ 1.4.	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Κάθε μέρα	289	96,3
1 φορά/ βδομάδα	8	2,7
1-2 φορές /μήνα	1	0,3
Μερικές φορές το χρόνο	2	0,7
Ποτέ	0	0
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 2.5. Πόσο συχνά ασχολείσαι με το διαδίκτυο;

ΕΡΩΤΗΣΗ 1.5.	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Κάθε μέρα	56	18,7
1 φορά/ βδομάδα	70	23,3
1-2 φορές /μήνα	62	20,7
Μερικές φορές το χρόνο	58	19,3
Ποτέ	54	18,0
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 2.6. Πόσο συχνά παίζεις παιχνίδια στον Η/Υ;

ΕΡΩΤΗΣΗ 1.6.	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Κάθε μέρα	48	16,0
1 φορά/ βδομάδα	67	22,3
1-2 φορές /μήνα	68	22,7
Μερικές φορές το χρόνο	49	16,3
Ποτέ	68	22,7
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 2.7. Πόσο συχνά παίζεις κάποιο μουσικό όργανο;

ΕΡΩΤΗΣΗ 1.7.	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Κάθε μέρα	12	4,0
1 φορά/ βδομάδα	11	3,7
1-2 φορές /μήνα	9	3,0
Μερικές φορές το χρόνο	34	11,3
Ποτέ	234	78,0
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 2.8. Πόσο συχνά γράφεις ποιήματα ή άλλα κείμενα;

ΕΡΩΤΗΣΗ 1.8.	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Κάθε μέρα	13	4,3
1 φορά/ βδομάδα	21	7,0
1-2 φορές /μήνα	20	6,7
Μερικές φορές το χρόνο	63	21,0
Ποτέ	183	61,0
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 2.9. Πόσο συχνά ασχολείσαι με τη ζωγραφική;

ΕΡΩΤΗΣΗ 1.9.	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Κάθε μέρα	6	2,0
1 φορά/ βδομάδα	16	5,3
1-2 φορές /μήνα	31	10,3
Μερικές φορές το χρόνο	86	28,7
Ποτέ	161	53,7
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 2.10. Πόσο συχνά διαβάζεις λογοτεχνικά βιβλία;

ΕΡΩΤΗΣΗ 1.10.	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Κάθε μέρα	19	6,3
1 φορά/ βδομάδα	19	6,3
1-2 φορές /μήνα	51	17,0
Μερικές φορές το χρόνο	133	44,3
Ποτέ	78	26,0
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 2.11. Πόσο συχνά βγαίνεις με την παρέα σου;

ΕΡΩΤΗΣΗ 1.11.	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Κάθε μέρα	182	60,7
1 φορά/ βδομάδα	100	33,3
1-2 φορές /μήνα	15	5,0
Μερικές φορές το χρόνο	1	0,3
Ποτέ	2	0,7
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 2.12. Πόσο συχνά πηγαίνεις στην αγορά;

ΕΡΩΤΗΣΗ 1.12.	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Κάθε μέρα	53	17,7
1 φορά/ βδομάδα	149	49,7
1-2 φορές /μήνα	68	22,7
Μερικές φορές το χρόνο	22	7,3
Ποτέ	8	2,7
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 2.13. Πόσο συχνά κάνεις βόλτες;

ΕΡΩΤΗΣΗ 1.13.	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Κάθε μέρα	211	70,3
1 φορά/ βδομάδα	74	24,7
1-2 φορές /μήνα	8	2,7
Μερικές φορές το χρόνο	5	1,7
Ποτέ	2	0,7
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 2.14. Πόσο συχνά διαβάζεις εφημερίδες;

ΕΡΩΤΗΣΗ 1.14.	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Κάθε μέρα	47	15,7
1 φορά/ βδομάδα	96	32,0
1-2 φορές /μήνα	67	22,3
Μερικές φορές το χρόνο	54	18,0
Ποτέ	36	12,0
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 2.15. Πόσο συχνά διαβάζεις περιοδικά, κόμικς;

ΕΡΩΤΗΣΗ 1.15.	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Κάθε μέρα	26	8,7
1 φορά/ βδομάδα	80	26,7
1-2 φορές /μήνα	102	34,0
Μερικές φορές το χρόνο	63	21,0
Ποτέ	29	9,7
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 2.16. Πόσο συχνά ασχολείσαι με κάποιο χόμπι;

ΕΡΩΤΗΣΗ 1.16.	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Κάθε μέρα	68	22,7
1 φορά/ βδομάδα	95	31,7
1-2 φορές /μήνα	50	16,7
Μερικές φορές το χρόνο	57	19,0
Ποτέ	30	10,0
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 2.17. Πόσο συχνά πηγαίνεις σε bar, club;

ΕΡΩΤΗΣΗ 1.17.	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Κάθε μέρα	46	15,3
1 φορά/ βδομάδα	149	49,7
1-2 φορές /μήνα	63	21,0
Μερικές φορές το χρόνο	40	13,3
Ποτέ	2	0,7
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 2.18. Πόσο συχνά πηγαίνεις σε καφετέρια;

ΕΡΩΤΗΣΗ 1.18.	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Κάθε μέρα	77	25,7
1 φορά/ βδομάδα	172	57,3
1-2 φορές /μήνα	39	13,0
Μερικές φορές το χρόνο	10	3,3
Ποτέ	2	0,7
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 2.19. Πόσο συχνά πηγαίνεις σε party;

ΕΡΩΤΗΣΗ 1.19.	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Κάθε μέρα	14	4,7
1 φορά/ βδομάδα	49	16,3
1-2 φορές /μήνα	105	35,0
Μερικές φορές το χρόνο	121	40,3
Ποτέ	11	3,7
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 2.20. Πόσο συχνά πηγαίνεις σε εστιατόρια ή fast-food;

ΕΡΩΤΗΣΗ 1.20.	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Κάθε μέρα	36	12,0
1 φορά/ βδομάδα	94	31,3
1-2 φορές /μήνα	102	34,0
Μερικές φορές το χρόνο	59	19,7
Ποτέ	9	3,0
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 2.21. Πόσο συχνά αθλείσαι;

ΕΡΩΤΗΣΗ 1.21.	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Κάθε μέρα	64	21,3
1 φορά/ βδομάδα	71	23,7
1-2 φορές /μήνα	47	15,7
Μερικές φορές το χρόνο	66	22,0
Ποτέ	51	17,0
ΣΥΝΟΛΟ	1	0,3
Κάθε μέρα	300	100,0

Β΄ ΜΕΡΟΣ: ΝΕΟΙ ΚΑΙ ΑΛΚΟΟΛ

Πίνακας 3.1. Κατανάλωση αλκοόλ για πρώτη φορά

ΕΡΩΤΗΣΗ 2	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Ποτέ	1	0,3
ΣΤ΄ Δημοτικού	82	27,3
Α΄- Β΄ Γυμνασίου	101	33,7
Γ΄ Γυμνασίου	56	18,7
Α΄- Β΄ Λυκείου	45	15,0
Γ΄ Λυκείου	9	3,0
Μετά το λύκειο	6	2,0
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 3.2. Συχνότητα κατανάλωσης 5 ποτηριών ίδιου ή διαφορετικού αλκοολούχου ποτού

ΕΡΩΤΗΣΗ 4	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Ποτέ	71	23,7
1 φορά	37	12,3
2 φορές	53	17,7
3-5 φορές	68	22,7
6-9 φορές	29	9,7
Άνω των 10	42	14,0
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Παρακάτω ακολουθούν αναλυτικοί πίνακες οι οποίοι παρουσιάζουν τρόπους με τους οποίους οι σπουδαστές προτιμούν να καταναλώνουν αλκοόλ κατά τη διάρκεια του τελευταίου έτους και που είναι οι εξής:

Πίνακας 3.3. Μόνος

ΕΡΩΤΗΣΗ 7Α	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Ποτέ	202	67,3
Λίγες φορές	78	26,0
Αρκετές φορές	16	5,3
Περισσότερες φορές	3	1,0
Όλες	1	0,3
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 3.4. Με την οικογένεια

ΕΡΩΤΗΣΗ 7Β	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Ποτέ	104	34,7
Λίγες φορές	144	48,0
Αρκετές φορές	47	15,7
Περισσότερες φορές	5	1,7
Όλες	0	0
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 3.5. Με άτομα άνω των 40 ετών

ΕΡΩΤΗΣΗ 7Γ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Ποτέ	147	49,0
Λίγες φορές	110	36,7
Αρκετές φορές	33	11,0
Περισσότερες φορές	8	2,7
Όλες	2	0,7
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 3.6. Με το σύντροφό τους

ΕΡΩΤΗΣΗ 7Δ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Ποτέ	12	4,0
Λίγες φορές	63	21,0
Αρκετές φορές	85	28,3
Περισσότερες φορές	103	34,3
Όλες	37	12,3
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 3.7. Με φίλους της ίδιας ηλικίας

ΕΡΩΤΗΣΗ 7Ε	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Ποτέ	5	1,7
Λίγες φορές	29	9,7
Αρκετές φορές	52	17,3
Περισσότερες φορές	125	41,7
Όλες	89	29,7
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 3.8. Σε party

ΕΡΩΤΗΣΗ 7ΣΤ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Ποτέ	48	16,0
Λίγες φορές	104	34,7
Αρκετές φορές	68	22,7
Περισσότερες φορές	48	16,0
Όλες	32	10,7
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 3.9. Σε καφετέρια ή bar

ΕΡΩΤΗΣΗ 7Ζ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Ποτέ	22	7,3
Λίγες φορές	71	23,7
Αρκετές φορές	77	25,7
Περισσότερες φορές	91	30,3
Όλες	39	13,0
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 3.10. Σε εστιατόριο, ταβέρνα ή fast-food

ΕΡΩΤΗΣΗ 7Η	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Ποτέ	89	29,7
Λίγες φορές	104	34,7
Αρκετές φορές	75	25,0
Περισσότερες φορές	22	7,3
Όλες	10	3,3
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 3.11. Στο χώρο του Τ.Ε.Ι.

ΕΡΩΤΗΣΗ 7Θ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Ποτέ	207	69,0
Λίγες φορές	72	24,0
Αρκετές φορές	14	4,7
Περισσότερες φορές	5	1,7
Όλες	2	,7
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 3.12. Στο αυτοκίνητο

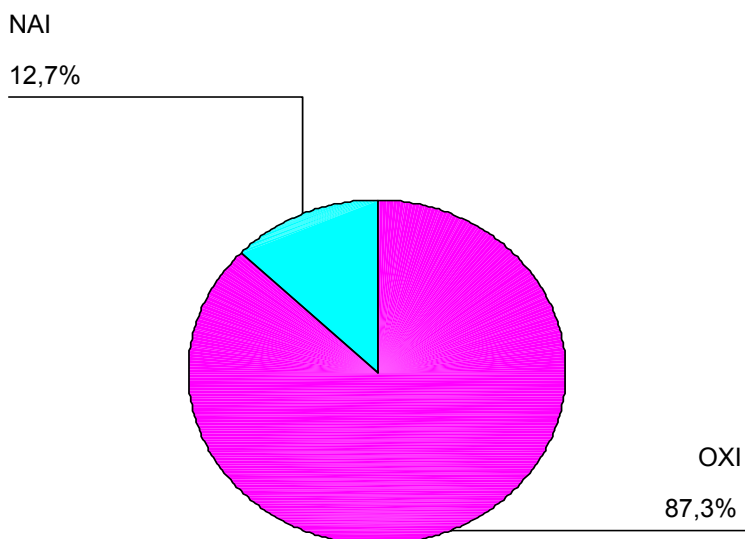
ΕΡΩΤΗΣΗ 7Ι	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Ποτέ	274	91,3
Λίγες φορές	16	5,3
Αρκετές φορές	5	1,7
Περισσότερες φορές	2	,7
Όλες	3	1,0
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Πίνακας 3.13. Σε ανοιχτό χώρο (πάρκο, πλατεία, παραλία κ.α.)

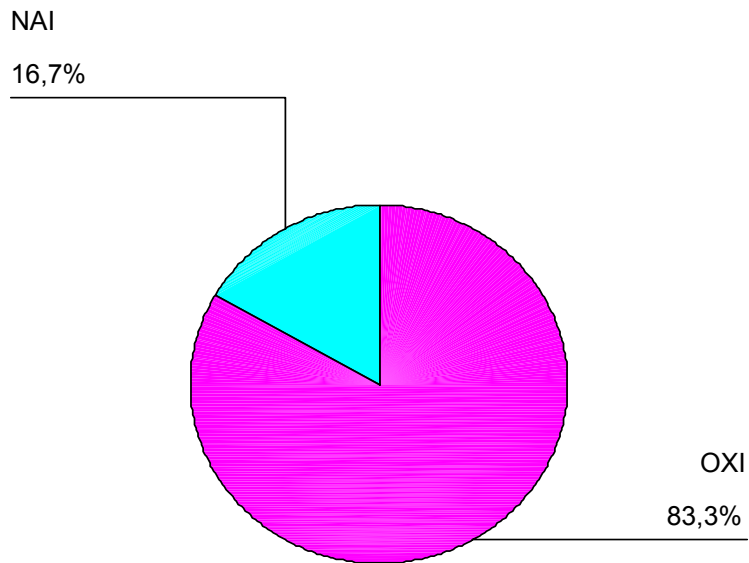
ΕΡΩΤΗΣΗ 7Κ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Ποτέ	143	47,7
Λίγες φορές	100	33,3
Αρκετές φορές	45	15,0
Περισσότερες φορές	8	2,7
Όλες	4	1,3
ΣΥΝΟΛΟ	300	100,0

Παρακάτω ακολουθούν 15 διαγράμματα υπό μορφή πίτας με τα ποσοστά που έχει καταλάβει ο καθένας από τους παράγοντες που συμπεριλαμβάνονται στην όγδοη ερώτηση του ερωτηματολογίου και μπορεί να συμβάλλουν στην κατανάλωση του αλκοόλ από τους νέους-σπουδαστές. Δεν παρουσιάζονται παρακάτω τα σχετικά διαγράμματα που έχουμε συμπεριλάβει στο ερευνητικό μέρος και σχετίζονται με αυτή την ερώτηση.

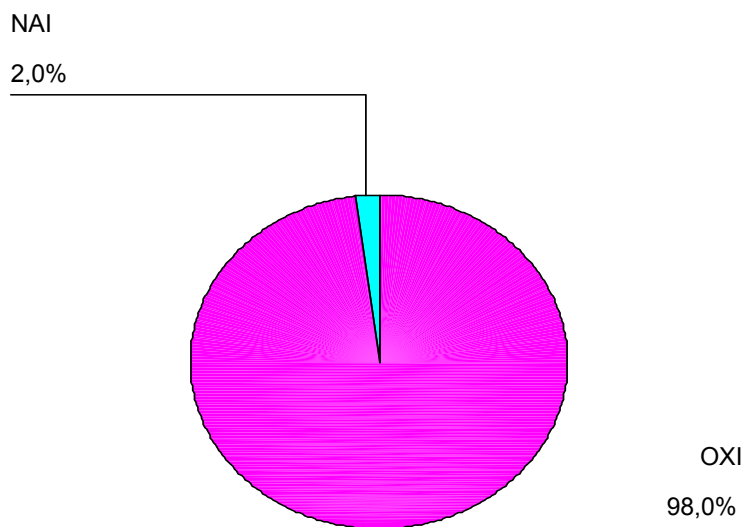
Διάγραμμα 3.1. Για δοκιμή, από περιέργεια



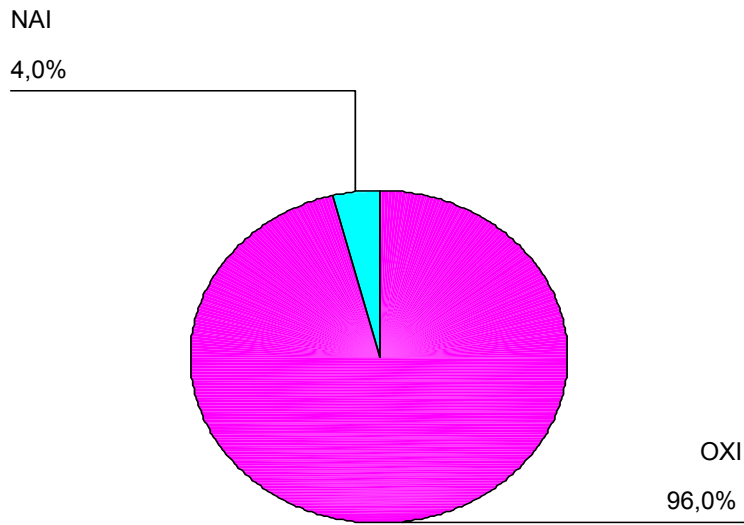
Διάγραμμα 3.2. Για να ηρεμήσω



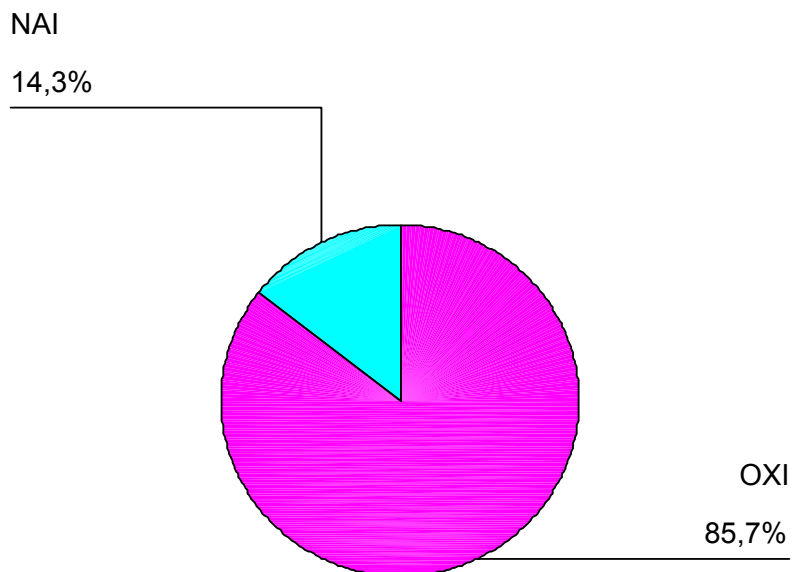
Διάγραμμα 3.3. Για να αποκτήσω βαθύτερη κατανόηση του εαυτού μου ή των άλλων



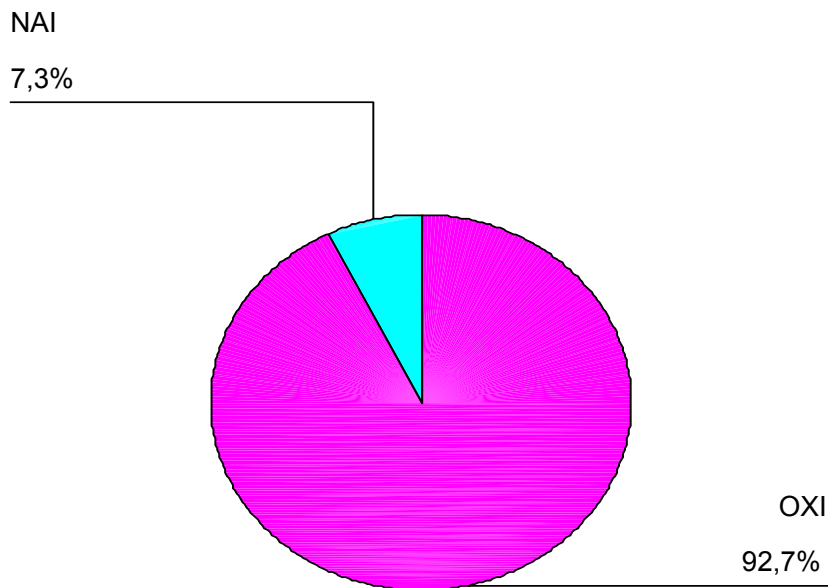
Διάγραμμα 3.4. Για να νιώσω ότι ανήκω στην παρέα



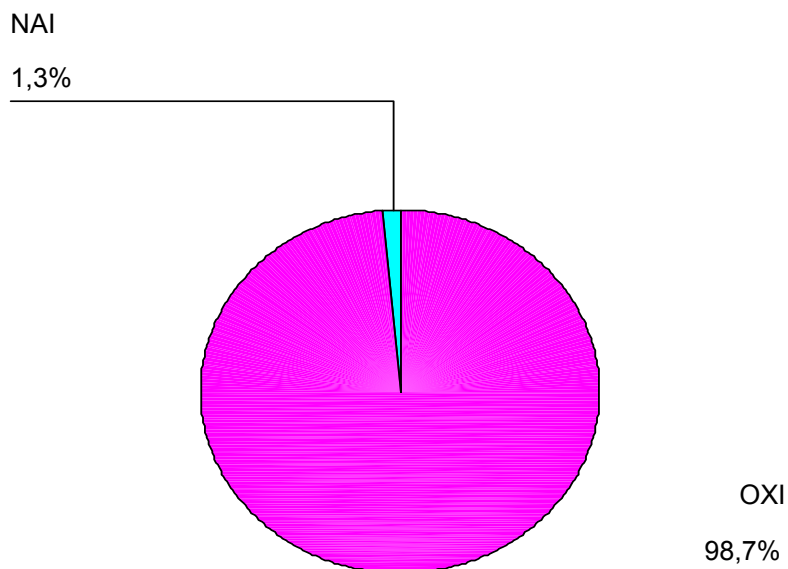
Διάγραμμα 3.5. Για να απαλλαγώ από προβλήματα



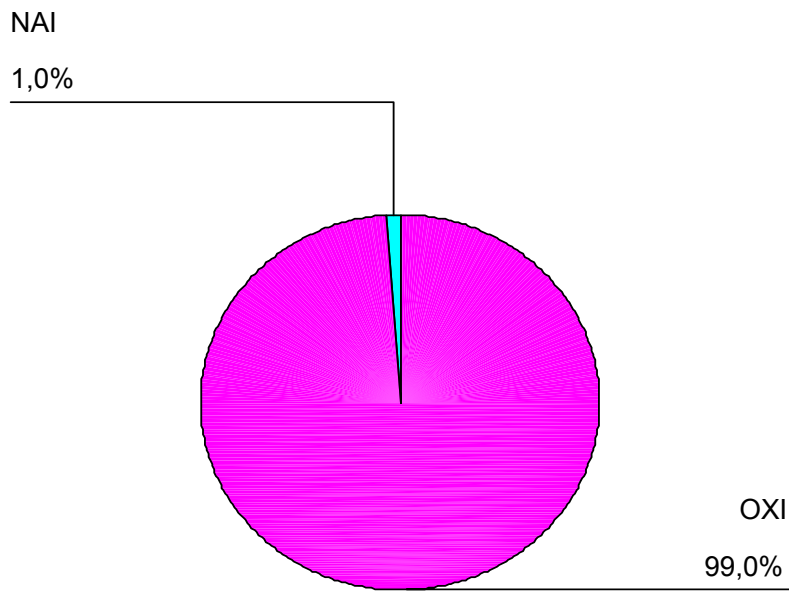
Διάγραμμα 3.6. Γιατί βαριέμαι, δεν έχω τίποτα άλλο να κάνω



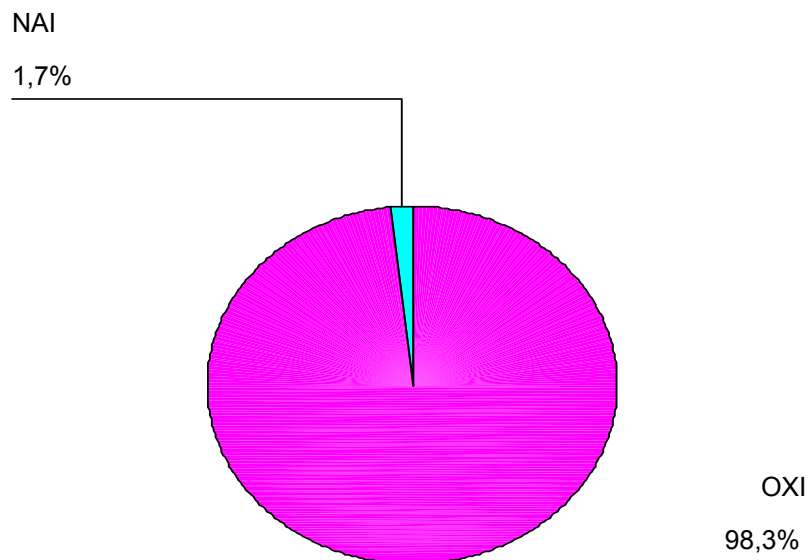
Διάγραμμα 3.7. Για να ανταπεξέλθω στις απαιτήσεις της ημέρας



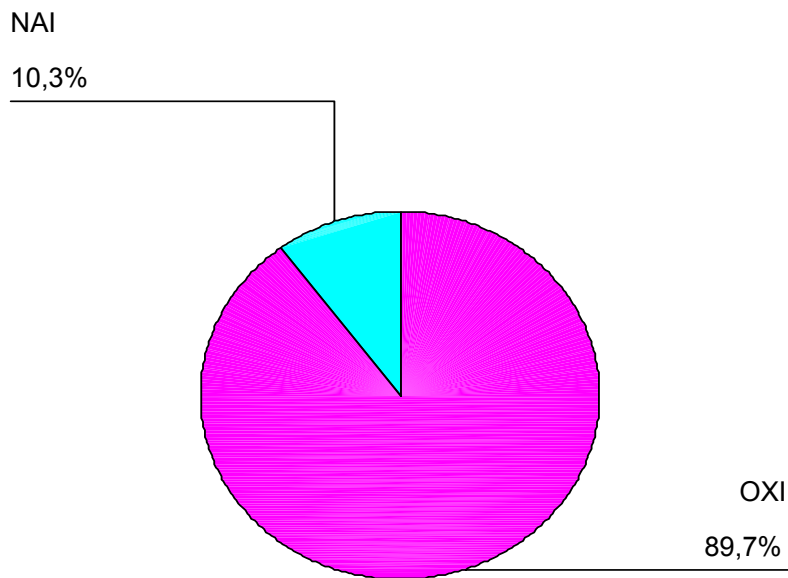
Διάγραμμα 3.8. Για να αυξήσω την επίδραση κάποιας ουσίας



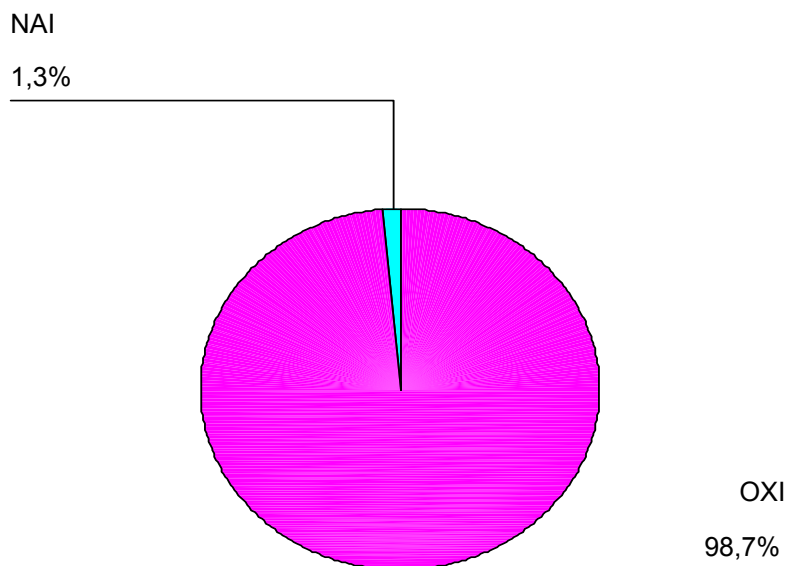
Διάγραμμα 3.9. Για να μειώσω την επίδραση κάποιας ουσίας



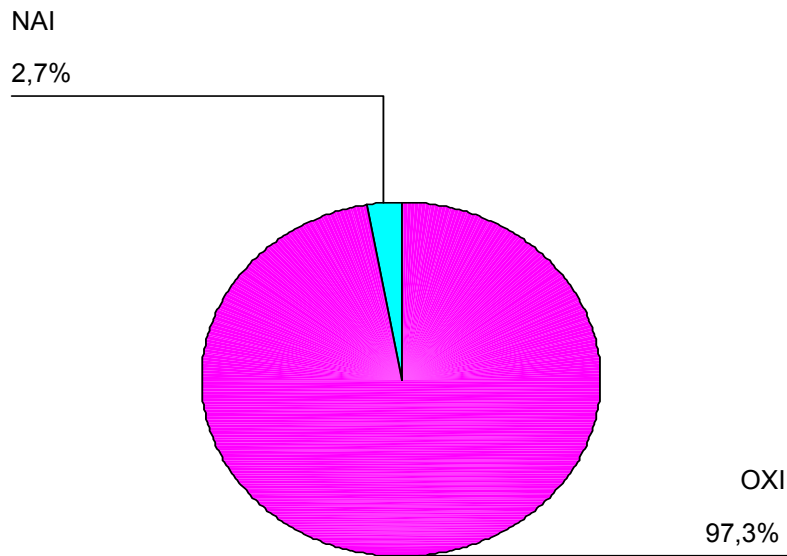
Διάγραμμα 3.10. Για να κοιμηθώ



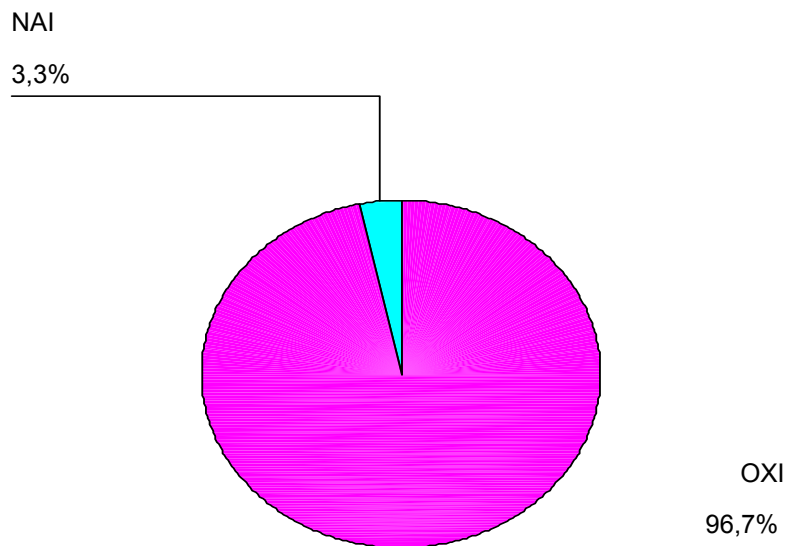
Διάγραμμα 3.11. Γιατί μου έχει γίνει απαραίτητο



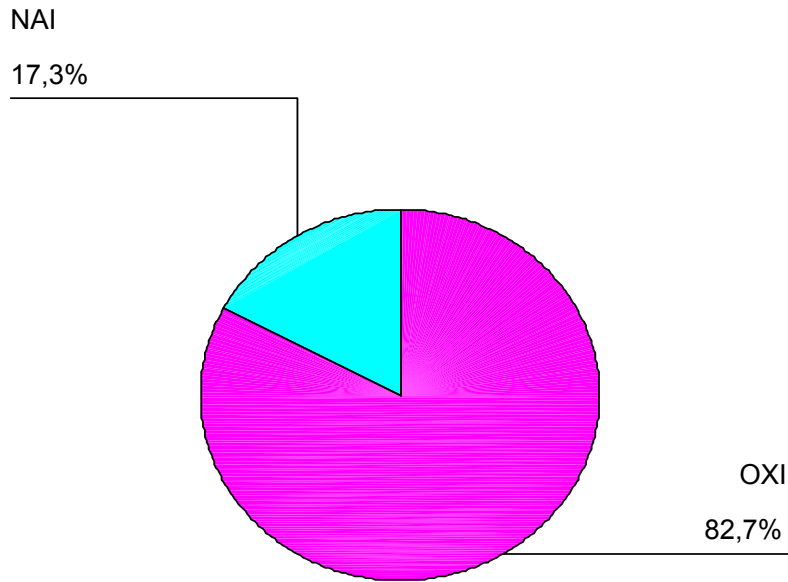
Διάγραμμα 3.12. Γιατί μου μειώνει την κούραση



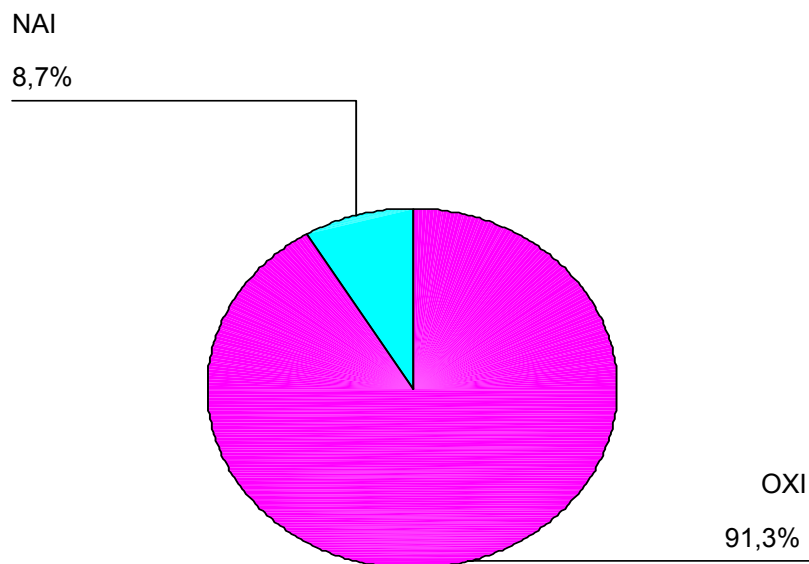
Διάγραμμα 3.13. Για να αυξήσω την απόδοσή μου



Διάγραμμα 3.14. Γιατί με κάνει να αισθάνομαι πιο καλά

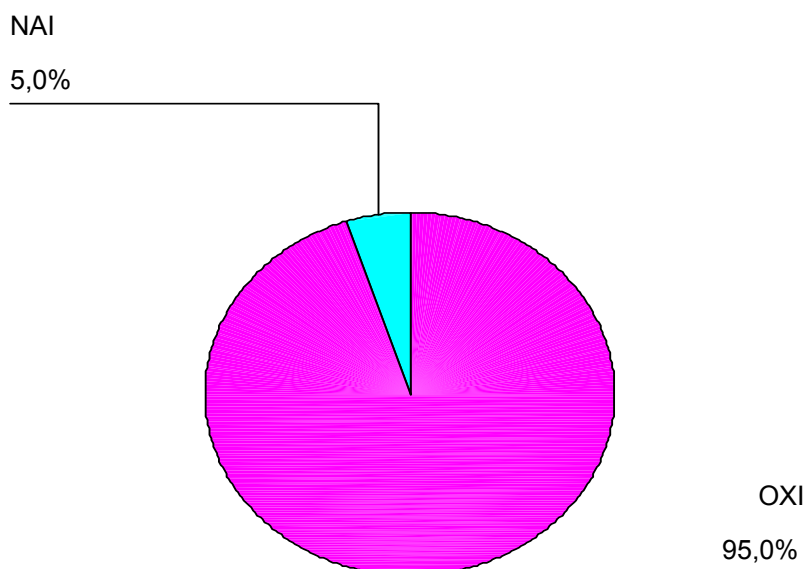


Διάγραμμα 3.15. Για να κάνω πλάκα ή φιγούρα

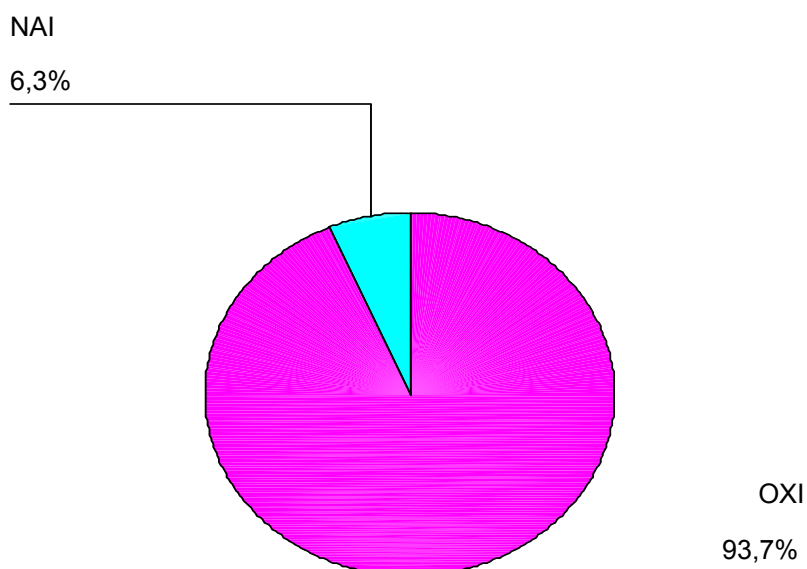


Η τελευταία ερώτηση του ερωτηματολογίου αφορά τα προβλήματα που έχει προκαλέσει στο σπουδαστικό πληθυσμό η κατανάλωση αλκοόλ. Παρακάτω παραθέτουμε 9 διαγράμματα υπό μορφή πίτας με τα προβλήματα που συγκέντρωσαν τα χαμηλότερα ποσοστά.

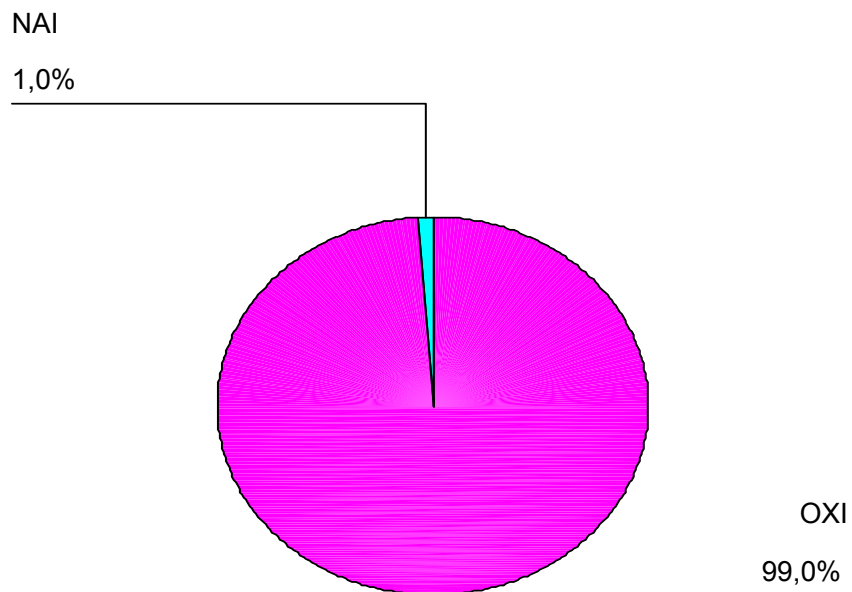
Διάγραμμα 3.16. Προβλήματα στις σχέσεις με τους γονείς



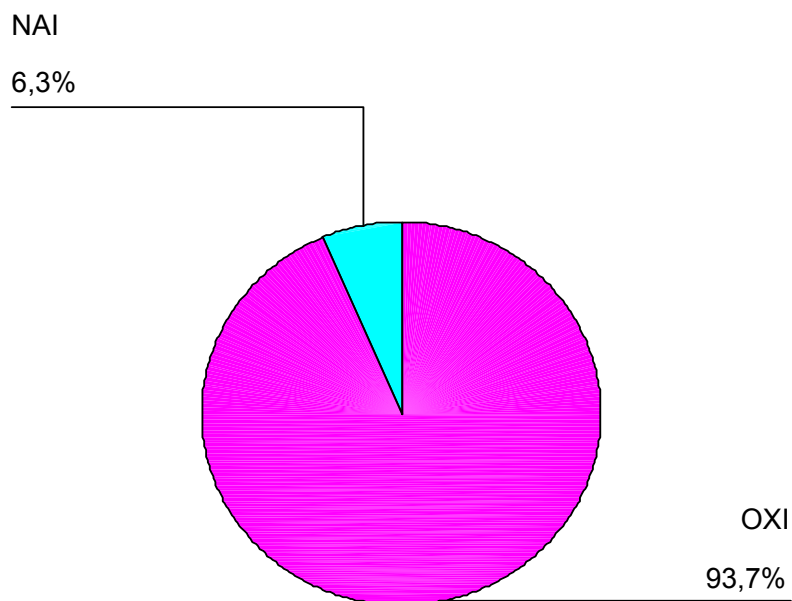
Διάγραμμα 3.17. Προβλήματα στις σχέσεις με τους φίλους



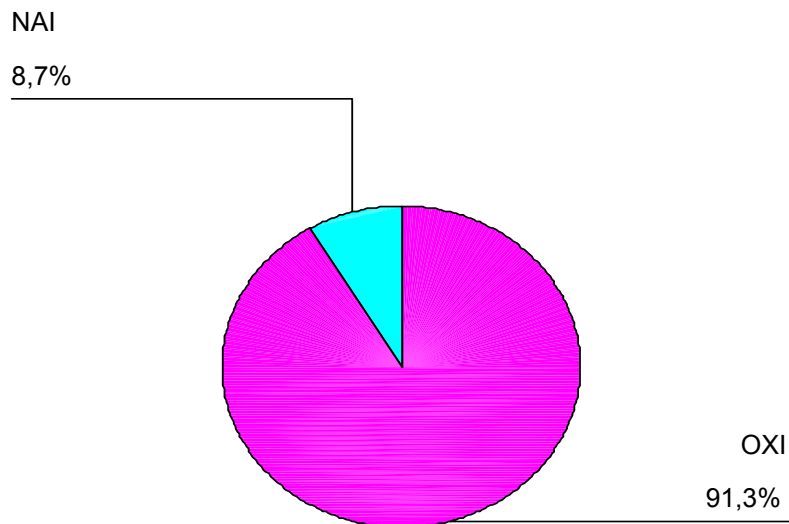
Διάγραμμα 3.18. Προβλήματα στις σχέσεις με τους καθηγητές



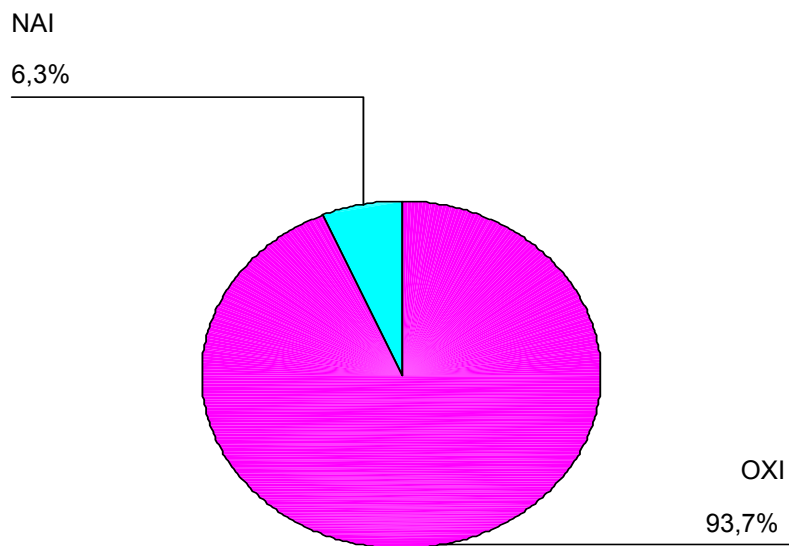
Διάγραμμα 3.19. Συνεύρεση με άτομα που ασκούν κακή επίδραση



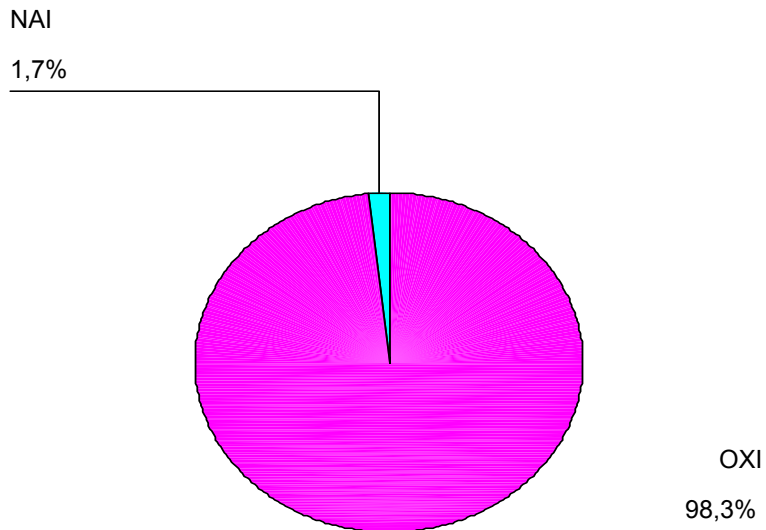
Διάγραμμα 3.20. Μείωση της απόδοσης στη σχολή ή την εργασία



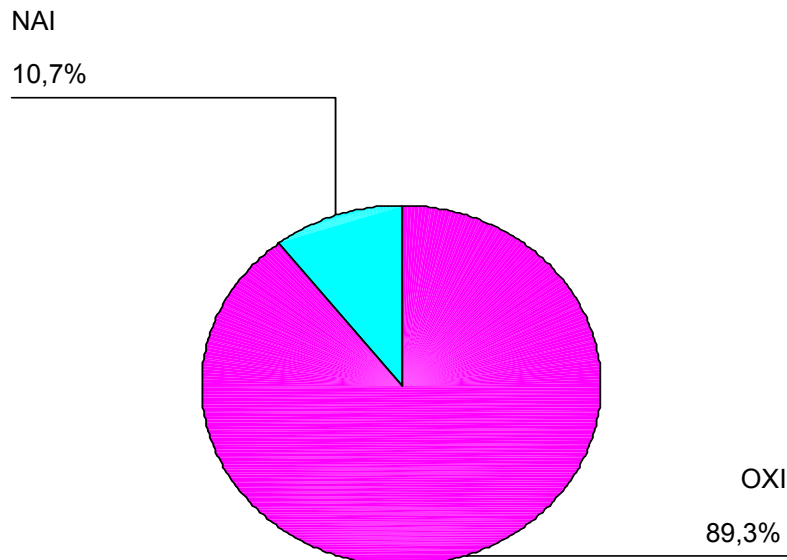
Διάγραμμα 3.21. Μείωση του ενδιαφέροντος για άλλες δραστηριότητες



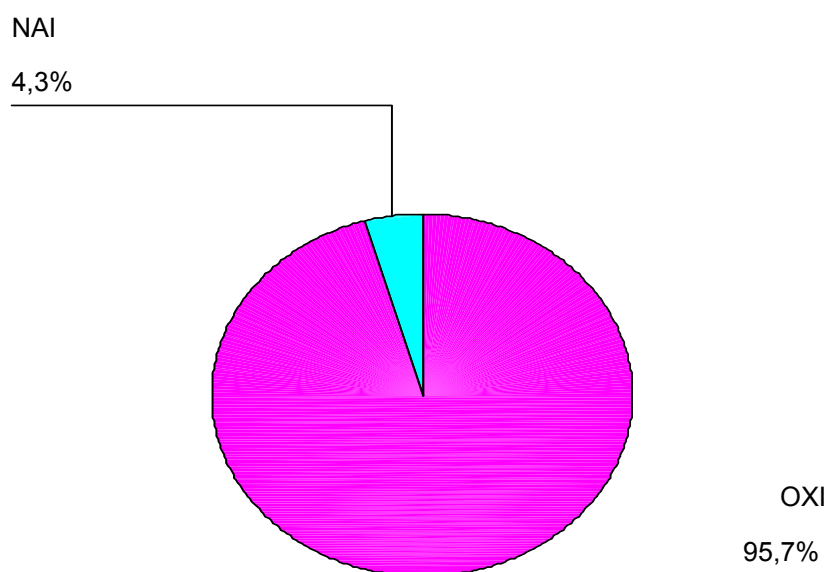
Διάγραμμα 3.22. Δημιουργία ψυχολογικών προβλημάτων



Διάγραμμα 3.23. Βλάβη σωματικής υγείας



Διάγραμμα 3.24. Προβλήματα με την αστυνομία



ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ ΤΟΥ Τ.Ε.Ι.
ΚΡΗΤΗΣ

**ΘΕΜΑ: Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΑΛΚΟΟΛ ΚΑΙ Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΣΤΟ ΤΡΟΠΟ
ΖΩΗΣ ΤΩΝ ΣΠΟΥΔΑΣΤΩΝ ΤΟΥ Τ.Ε.Ι. ΚΡΗΤΗΣ**

ΦΥΛΟ:

ΑΝΤΡΑΣ ΓΥΝΑΙΚΑ

ΕΤΟΣ ΓΕΝΝΗΣΗΣ :..... ΗΛΙΚΙΑ :.....

ΣΧΟΛΗ :.....

ΤΜΗΜΑ :.....

ΕΞΑΜΗΝΟ :.....

A. ΝΕΟΙ ΚΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΧΡΟΝΟΣ

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΟΥ ΕΛΕΥΘΕΡΟΥ ΧΡΟΝΟΥ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΝΕΟΥΣ

1. Πόσο συχνά κάνεις το καθένα από τα παρακάτω:
(Σημείωσε μια απάντηση σε κάθε γραμμή)

σχεδόν κάθε μέρα
τουλάχιστο μια φορά τη βδομάδα
1-2 φορές το μήνα
μερικές φορές το χρόνο
ΠΟΤΕ

1. βλέπεις τηλεόραση

..... ○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

2. πηγαίνεις στον κινηματογράφο

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

3. παρακολουθείς καλλιτεχνικές εκδηλώσεις (θέατρο, συναυλίες κ.α.)

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

4. ακούς μουσική

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

5. ασχολείσαι με το διαδίκτυο (internet)

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

6. παίζεις παιχνίδια στον Η/Υ

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

7. παίζεις κάποιο μουσικό όργανο

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

8. γράφεις ποιήματα ή άλλα κείμενα

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

	σχεδόν κάθε μέρα τουλάχιστο μια φορά τη βδομάδα 1-2 φορές το μήνα μερικές φορές το χρόνο ΠΟΤΕ
9. ασχολείσαι με τη ζωγραφική ○ ○ ○ ○ ○ 1 2 3 4 5
10. διαβάζεις λογοτεχνικά βιβλία	○ ○ ○ ○ ○ 1 2 3 4 5
11. βγαίνεις με την παρέα σου	○ ○ ○ ○ ○ 1 2 3 4 5
12. πηγαίνεις στην αγορά	○ ○ ○ ○ ○ 1 2 3 4 5
13. κάνεις βόλτες	○ ○ ○ ○ ○ 1 2 3 4 5
14. διαβάζεις εφημερίδες	○ ○ ○ ○ ○ 1 2 3 4 5
15. διαβάζεις περιοδικά, κόμικς	○ ○ ○ ○ ○ 1 2 3 4 5
16. ασχολείσαι με κάποιο άλλο χόμπι	○ ○ ○ ○ ○ 1 2 3 4 5
17. πηγαίνεις σε bar, club	○ ○ ○ ○ ○ 1 2 3 4 5
18. πηγαίνεις σε καφετέρια	○ ○ ○ ○ ○ 1 2 3 4 5
19. πηγαίνεις σε party	○ ○ ○ ○ ○ 1 2 3 4 5
20. πηγαίνεις σε εστιατόρια ή Fast-Food	○ ○ ○ ○ ○ 1 2 3 4 5
21. αθλείσαι, κάνεις κάποιο σπορ	○ ○ ○ ○ ○ 1 2 3 4 5

B. ΝΕΟΙ ΚΑΙ ΑΛΚΟΟΛ

1. Πότε ήπιας για πρώτη φορά κάποιο αλκοολούχο ποτό;

1.Ο Ποτέ

2.Ο Στην 6^η Δημοτικού ή νωρίτερα

3.Ο Στην 1^η ή την 2^η Γυμνασίου

4.Ο Στην 3^η Γυμνασίου

5.Ο Στην 1^η ή την 2^η Λυκείου

6.Ο Στην 3^η Λυκείου

7.Ο Μετά το Λύκειο

2. Σε γενικές γραμμές πόσες φορές έχεις πιει κάποιο αλκοολούχο ποτό;

(Σημείωσε μια απάντηση σε κάθε γραμμή)

ΠΟΤΕ
1-2 φορές
3-5 φορές
6-9 φορές
10-19 φορές
20-39 φορές
40 και πάνω

1) Σε όλη σου την ζωή μέχρι σήμερα

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5 6 7

2) Στη διάρκεια του τελευταίου έτους

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5 6 7

3) Στη διάρκεια του τελευταίου μηνός

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5 6 7

3. Πόσο συχνά πίνεις το καθένα από τα παρακάτω:

(Σημείωσε μια απάντηση σε κάθε γραμμή)

1) μπύρα

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4

2) κρασί

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4

3) ρακί

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4

4) ούισκι, κονιάκ ή άλλο παρόμοιο ποτό

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4

σχεδόν κάθε μέρα
μερικές φορές την εβδομάδα
μερικές φορές το μήνα
σχεδόν ποτέ ή ποτέ

5) αναψυκτικό με αλκοόλ (κοκτέιλ όπως κόκα-κόλα με ούισκι)

○ ○ ○ ○
1 2 3 4

6) σφηνάκι

○ ○ ○ ○
1 2 3 4

4. Στη διάρκεια του τελευταίου μηνός, πόσες φορές ήπιες πέντε ή περισσότερα ποτήρια από το ίδιο ή διαφορετικά ποτά;

- 1) Ο Ποτέ
- 2) Ο Μία φορά
- 3) Ο Δυο φορές
- 4) Ο 3-5 φορές
- 5) Ο 6-9 φορές
- 6) Ο 10 ή και περισσότερες φορές

5. Πόσες από τις φορές που ήπιες αισθάνθηκες ζάλη;

ΠΟΤΕ
1 φορά
2 φορές
3-5 φορές
6-9 φορές
10 και πάνω

1) Σε όλη σου τη ζωή μέχρι σήμερα

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5 6

2) Στη διάρκεια του τελευταίου έτους

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5 6

3) Στη διάρκεια του τελευταίου μηνός

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5 6

6. Έχεις μεθύσει ποτέ;

ΠΟΤΕ
1 φορά
2 φορές
3-5 φορές
6-9 φορές
10 και πάνω

1) Σε όλη σου τη ζωή μέχρι σήμερα

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5 6

2) Στη διάρκεια του τελευταίου έτους

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5 6

3) Στη διάρκεια του τελευταίου μηνός

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5 6

λίγες φορές
αρκετές φορές
πιο περισσότερες φορές
όλες τις φορές

7. Πόσες από τις φορές που ήπιες κάποιο οινοπνευματώδες ποτό το τελευταίο έτος ήσουνα:

(Σημείωσε μια απάντηση σε κάθε γραμμή)

ποτέ

1. Μόνος

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

2. Με την οικογένεια σου

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

3. Με άλλα άτομα πάνω από 40 ετών

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

4. Με το φίλο ή τη φίλη σου

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

5. Με φίλους της ηλικίας σου

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

6. Σε party

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

7. Σε καφετέρια ή bar

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

8. Σε εστιατόριο, ταβέρνα ή fast food

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

9. Στο χώρο του Τ.Ε.Ι.

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

10. Στο αυτοκίνητο

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

11. Σε ανοικτό χώρο (πάρκο, πλατεία, παραλία κ.α.)

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

8. Ποιοι ήταν οι σπουδαιότεροι λόγοι που σ' έκαναν να πεις αλκοόλ;
(Σημείωσε όσους λόγους αντιστοιχούν σε σένα)

1. Ο Για δοκιμή, από περιέργεια

2. Ο Για να ηρεμήσω

3. Ο Για να νιώσω ευχάριστα

4. Ο Για να αποκτήσω βαθύτερη κατανόηση του εαυτού μου ή των άλλων

5. Ο Για να διασκεδάσω με τους φίλους μου

6. Ο Για να νιώσω ότι ανήκω στην παρέα

7. Ο Για να απαλλαγώ από προβλήματα

8. Ο Γιατί βαριέμαι, δεν έχω τίποτα άλλο να κάνω

9. Ο Από θυμό ή απογοήτευση
10. Ο Για να αντεπεξέλθω στις απαιτήσεις της ημέρας
11. Ο Για να αυξήσω την επίδραση κάποιας ουσίας
12. Ο Για να μειώσω την επίδραση κάποιας ουσίας
13. Ο Για να κοιμηθώ
14. Ο Γιατί μου αρέσει η γεύση του
15. Ο Γιατί μου έχει γίνει απαραίτητο
16. Ο Γιατί μου μειώνει την κούραση
17. Ο Για να αυξήσω την απόδοσή μου (σχολή, εργασία)
18. Ο Γιατί με κάνει να αισθάνομαι πιο καλά
19. Ο Για να κάνω πλάκα ή φιγούρα
20. Ο Από χαρά

9. Σου έχει δημιουργήσει η κατανάλωση αλκοόλ κάποιο από τα παρακάτω προβλήματα;
(Σημείωσε όλα όσα ισχύουν)

1. Ο Σε έκανε να συμπεριφερθείς με τέτοιο τρόπο που να το μετάνιωσες μετά
2. Ο Δημιούργησε προβλήματα στις σχέσεις με τους γονείς σου
3. Ο Δημιούργησε προβλήματα στις σχέσεις με τους φίλους σου
4. Ο Δημιούργησε προβλήματα στις σχέσεις με τους καθηγητές σου
5. Ο Σε έκανε να βρεθείς με άτομα που πιστεύεις ότι σου ασκούν κακή επίδραση
6. Ο Μείωσε την απόδοσή σου στη σχολή ή στην εργασία σου
7. Ο Σου μείωσε το ενδιαφέρον για άλλες δραστηριότητες που σου άρεσαν
πιο πριν
8. Ο Έκανε τη διάθεσή σου ν' αλλάζει εύκολα (δηλ. από τη μια στιγμή στην
άλλη να νευριάζεις, να ενθουσιάζεσαι, να θυμώνεις...)
9. Ο Σου μείωσε την ενεργητικότητα
10. Ο Μείωσε την ικανότητά σου να σκέφτεσαι καθαρά
11. Ο Σου δημιούργησε προβλήματα μνήμης και προσοχής
12. Ο Σου δημιούργησε άλλα ψυχολογικά προβλήματα
13. Ο Έβλαψε την σωματική σου υγεία
14. Ο Σου δημιούργησε προβλήματα με την αστυνομία
15. Ο Οδήγησες επικίνδυνα μηχανάκι, μοτοσικλέτα, αυτοκίνητο
16. Ο Δε σου δημιούργησε κανένα από τα παραπάνω προβλήματα

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

A. ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Ανυφαντάκης Ι, Χρήση οιοπνευματωδών ποτών από το μαθητικό πληθυσμό του νομού Έβρου, Αλεξανδρούπολη, 1999,
2. Γκοτόβος Α., Νεολαία και κοινωνική μεταβολή, εκδόσεις Gutenberg, Αθήνα, 1996,
3. Μαρίνος Γ., Γονείς: η ευτυχία του παιδιού σας βρίσκεται στα χέρια σας, Ελληνικές εκδόσεις, 1980,
4. Νασιάκου Μ., Μαράτου Ο., Ναυρίδης Κ., Δραγώνα Θ., Τέττερη Ι., Ψυχολογία Β΄ Τάξη Γενικού Λυκείου, Οργανισμός Εκδόσεων Διδακτικών Βιβλίων, Αθήνα, 1996,
5. Νόβα-Καλτσούνη Χ., Κοινωνικοποίηση, η γένεση του κοινωνικού υποκειμένου, εκδόσεις GUTENBERG, Αθήνα, 1995,
6. Τούντας Ι., Κοινωνία και υγεία, εκδόσεις Οδυσσεάς / Νέα Υγεία, Αθήνα, 2000,
7. Τσαρούχας Κ., Αλκοόλ, ένα σκληρό ναρκωτικό, εκδόσεις Άγκυρα, Αθήνα, 2000,
8. Τσιάντης Ι., Βασική παιδοψυχιατρική / Εφηβεία, Τόμος Β΄, Τεύχος Α΄, εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα, 2002,
9. Χουρδάκη Ε., Αλκοολισμός και οικογένεια, Ηράκλειο, 2002,

B. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Chiaoutakis et al., The impact of young drivers' lifestyle on their road traffic accident risk in greater Athens area, Accident analysis and prevention, Volume 31, 1999,
2. Esa Osterberg and Thomas Karlsson, Alcohol policies in the ECAS countries, 1950-2000, 2001,
3. Henry Wechsler, Jae Eun Lee, Meichun Kuo, Hang Lee, College Binge Drinking in the 1990s: A Continuing Problem, March 2000,
4. Martin Herbert, Ψυχολογικά προβλήματα εφηβικής ηλικίας, εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα, 1992,
5. Τζών Κόγκερ, Η εφηβική ηλικία, εκδόσεις Ψυχογιός, Αθήνα, 1981,

Γ. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. www.iatroclub.gr/pr/mag/vs.htm - Χατζημηνάς Ιωάννης, Ανήρ, γυνή και οινόπνευμα,
2. www.google.IstoriaAmpeliou.gr - Η ιστορία του αμπελιού και του κρασιού,
3. www.hungry.gr/thirsty/wine/history1.asp - Η ιστορία του κρασιού (Μέρος Α΄), 2001,
4. www.hungry.gr/thirsty/wine/history2.asp - Η ιστορία του κρασιού (Μέρος Β΄), 2001,
5. www.addgr.com/wine/dionysus/grdion.htm - Διόνυσος ή Βάκχος,
6. www.ebeh.gr/diatrofi/greek/data/wine1.htm - Κρήτη και αλκοόλ,
7. www.sfakia-crete.com/sfakia-crete/raki.htm - Raki, tsikoudia, the Cretan Spirit, 2003,
8. www.who.int/whosis/menu.cfm? – The Globe magazine, The beverage alcohol industry’s social aspects organizations : A public health warning,
9. www.who.int/whosis/menu.cfm? - The Globe magazine, Monitoring the effectiveness of the U.S. alcohol industry’s self-regulation
10. www.consumptionstatistics.com - Change in registered alcohol consumption, 1999,
11. www.eurocare.org/profiles/greeceeuropolice.htm - Greece, country profile,
12. www.mjourney.com/news/News_from_Greece/g/1767.ALKOOL-SIWPHLOS_DOLOFONOS.htm - Καραγιάννης Ν., Αλκοόλ, ο «σιωπηλός δολοφόνος», Ιούλιος 2003,
13. www.euro.who.int/eprise/WHO/greece.htm - World Health Organization, Adult per capita alcohol consumption in litres of pure alcohol,
14. www.teiath.gr/resault/social_service/prolipsi_2.htm - Κοινωνική-συμβουλευτική υπηρεσία, Λίγα λόγια για το αλκοόλ,
15. www.alcoholconcernfactsheets.com - The European perspective – Costs of alcohol, July, 2002,
16. www.platon.gr/artro7.htm - Τσαφταρίδης Δ., Ο ελεύθερος χρόνος των παιδιών και των νέων,
17. www.alcoholconcern.org.uk/AERC/Europe/KeyDocuments.htm - World Health Organization Conference on Young People and Alcohol, Stockholm, February 2001,
18. www.alcoholconcern.com - State of the nation 2002, UK’S true alcohol bill,

19. www.euro.who.int/document/E67946.pdf - European Alcohol Action Plan 2000-2005, World Health Organization 2000,
20. www.euro.who.int/alcoholdrugs/Policy/20020925_1 - Declaration on Young People and Alcohol, 2001,
21. www.uk.geocities.com/antitvgr/tv_info_8alc.htm. - Καστρινός θ., Αλκοόλ και TV, 2001,
22. www.kathimerini.gr/sunday/content.asp?id=83531 - Μπουλούτζα Π., Ο αλκοολισμός απειλεί τους εφήβους, 2001,
23. www.alcoholconcern.org.uk/AERC/Europe/Stats/consumptionstats.htm Controls on the advertising of alcohol, WHO European Region, 1998-1999

Π Ε Ρ Ι Ε Χ Ο Μ Ε Ν Α

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	i
--------------------------	---

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	1
-----------------------	---

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ: ΤΟ ΑΛΚΟΟΛ

1.1. ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΑΛΚΟΟΛ.....	3
1.2. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ.....	4
1.3. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	5
1.4. ΤΟ ΚΡΑΣΙ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ.....	7
1.5. Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΑΛΚΟΟΛ ΣΤΟΝ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ.....	9
1.6. ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΑΛΚΟΟΛ.....	10
1.7. Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΑΛΚΟΟΛ ΣΗΜΕΡΑ	17
1.8. ΤΟ ΑΛΚΟΟΛ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΣΗΜΕΡΑ	19

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ: ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΧΡΟΝΟΣ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΑΛΚΟΟΛ

2.1. Η ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΕΛΕΥΘΕΡΟΥ ΧΡΟΝΟΥ.....	25
2.2. ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΕΛΕΥΘΕΡΟΥ ΧΡΟΝΟΥ.....	26
2.3. ΤΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΟΥ ΕΛΕΥΘΕΡΟΥ ΧΡΟΝΟΥ.....	26
2.4. ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΧΡΟΝΟΣ ΚΑΙ ΝΕΟΛΑΙΑ.....	27
2.4.1. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΛΕΥΘΕΡΟ ΧΡΟΝΟ ΤΩΝ ΜΑΘΗΤΩΝ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΕΒΡΟΥ.....	30
2.5. Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΑΛΚΟΟΛ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ ΣΤΟΝ ΕΛΕΥΘΕΡΟ ΧΡΟΝΟ ΤΟΥΣ.....	31

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ: ΤΑ ΠΡΟΤΥΠΑ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΚΑΙ Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΑΛΚΟΟΛ

3.1.	ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	31
3.2.	ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΟΔΗΓΟΥΝ ΣΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΑΛΚΟΟΛ.....	35
3.3.	Η ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ ΩΣ ΠΡΟΤΥΠΟ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΣΤΗ ΧΡΗΣΗ ΑΛΚΟΟΛ.....	40
3.4.	ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΙ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ.....	44
3.4.1.	Η ΟΜΑΔΑ ΟΜΗΛΙΚΩΝ.....	46
3.4.2.	ΤΑ Μ.Μ.Ε. ΩΣ ΠΡΟΤΥΠΟ ΤΩΝ ΝΕΩΝ.....	47
3.4.3.	ΤΡΙΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΑΛΚΟΟΛ.....	51

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ: ΝΕΟΙ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΑΛΚΟΟΛ

4.1.	Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΑΛΚΟΟΛ ΑΠΟ ΤΟ ΜΑΘΗΤΙΚΟ ΠΛΗΘΥΣΜΟ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΕΒΡΟΥ.....	53
4.2.	Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΑΛΚΟΟΛ ΚΑΤΑ ΤΑ ΕΤΗ 1993-1994.....	55
4.3.	ΦΟΙΤΗΤΙΚΟ “BINGE DRINKING” ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΕΚΑΕΤΙΑ ΤΟΥ ’90.....	58
4.4.	ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΝΕΟΥΣ ΤΟΥ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΥ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ ΥΓΕΙΑΣ.....	62
4.5.	Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΑΛΚΟΟΛ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΝΕΟΥΣ ΣΤΗ ΜΕΓΑΛΗ ΒΡΕΤΑΝΙΑ (2002).....	64

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟ ΑΛΚΟΟΛ

5.1.	ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΑΛΚΟΟΛ ΑΠΟ ΤΙΣ ΧΩΡΕΣ ΠΟΥ ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΑΝ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ ΓΙΑ ΤΟ ΑΛΚΟΟΛ, 1950-2000.....	67
5.2.	ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟ ΑΛΚΟΟΛ 2000-2005.....	77
5.3.	ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟ ΑΛΚΟΟΛ 2000-2005 (ΝΕΟΙ).....	79

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

1.1. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	84
1.2. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ.....	87
1.3. ΣΥΣΧΕΤΙΣΕΙΣ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ.....	121
1.4. ΕΡΜΗΝΕΙΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ.....	132
1.5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΣΜΟΙ.....	136

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΘΕΩΡΗΤΙΚΟΥ ΜΕΡΟΥΣ.....	139
---	------------

<u>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΜΕΡΟΥΣ.....</u>	149
---	------------

<u>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</u>	179
---------------------------------	------------

<u>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....</u>	182
--------------------------------	------------