
OSSERVATORIO PERMANENTE
SUI GIOVANI E L'ALCOOL®



Adolescenti e alcool

Indagine in cinque città metropolitane

2014

Diagramma

Indice

Obiettivi e metodologia dell'indagine pag. 3

Parte prima

L'analisi descrittiva

Il debutto alcolico pag. 5
Le abitudini alle bevande alcoliche pag. 9
La tipologia del giovane bevitore pag. 12
L'abuso di alcool pag. 15
Opinioni, stereotipi ed immagini legati all'alcool pag. 20

Parte seconda

Un approfondimento su cause ed effetti: fattori connessi al consumo e al non consumo di bevande alcoliche

Ipotesi e strumenti utilizzati pag. 26
Un modello generale del consumo di alcolici (modello 1) pag. 29
Le differenze secondo il sesso (modello 2) pag. 32
Cosa cambia in caso di esordio anticipato o meno (modello 3) pag. 34
Conclusioni pag. 36

La ricerca è condotta sotto la responsabilità scientifica di Carlo Buzzi (Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale dell'Università degli studi di Trento) e sotto la responsabilità organizzativa di Maurizio Tucci (coordinatore dell'indagine annuale sui preadolescenti condotta dalla Società Italiana di Pediatria). Nell'équipe di ricerca Milvia Gennari (Diagramma: amministrazione e aspetti operativi), Antonella Volino (trattamento informatico dei dati), Enzo Loner (analisi *Lisrel*). Il rapporto di ricerca è stato curato da Carlo Buzzi.

Obiettivi e metodologia dell'indagine

L'Osservatorio permanente sui Giovani e l'alcool ha promosso uno studio sul consumo e sull'abuso di bevande alcoliche tra i giovani italiani residenti in cinque città metropolitane (Napoli, Milano, Palermo, Roma, Torino) attraverso un'indagine sulla popolazione studentesca iscritta alla terza classe delle scuole secondarie di I grado. La ricerca, condotta nel 2014, ha permesso di tracciare un quadro descrittivo del vissuto, degli atteggiamenti, delle percezioni e dei comportamenti adolescenziali di studenti residenti in aree intensamente urbanizzate. L'obiettivo di fondo era indirizzato ad ottenere informazioni utili alla definizione e allo sviluppo di possibili strategie di intervento finalizzate alla prevenzione e al contrasto dell'abuso di alcolici e gettare le basi per sviluppare la responsabilizzazione del bere moderato; a tal fine sono stati utilizzati modelli interpretativi multigruppo basati su equazioni strutturali.

L'indagine, di tipo quantitativo, ha permesso di stimare la diffusione di comportamenti, atteggiamenti e opinioni riguardo al consumo/abuso di bevande alcoliche, e di approfondire, con l'analisi multivariata, le caratteristiche e i nessi relazionali della contiguità al fenomeno. Laddove possibile i risultati sono stati confrontati con quelli ottenuti nella ricerca analoga promossa dal 2012 dall'Osservatorio permanente su giovani ed alcol su un campione nazionale di giovani della stessa età; la comparazione ha un valore solo tendenziale essendo i due campioni diversi dal punto di vista della dimensione territoriale.

Le aree indagate da un questionario, predisposto *ad hoc* per l'autosomministrazione in classe, hanno toccato le seguenti questioni:

- L'esperienza della prima assunzione di bevanda alcolica
- La frequenza del contatto con bevande alcoliche
- L'esperienza dell'abuso di bevande alcoliche
- Atteggiamenti ed opinioni sull'abitudine alle bevande alcoliche
- L'intorno sociale come fattore ostacolante o facilitante l'abuso di alcol
- Immagini e simboli legati all'assunzione di bevande alcoliche.

Il campione era costituito da terze classi delle scuole secondarie di I grado ubicate nei cinque comuni metropolitani, per un totale di 1180 studenti. Nella tabella 1 sono illustrate le caratteristiche strutturali del campione intervistato.

TAB.1 Campione intervistato: caratteristiche strutturali

Caratteri strutturali del campione	N	%
Comune metropolitano		
- Napoli	235	19,9
- Milano	243	20,6
- Palermo	219	18,6
- Roma	231	19,6
- Torino	251	21,3
Sesso		
- Maschi	556	47,1
- Femmine	609	51,6
- Non indicato	15	1,3
Età		
- 12 anni	110	9,3
- 13 anni	784	66,4
- 14 anni	232	19,7
- 15 anni	31	2,6
- 16 anni	3	0,3
- Non indicato	20	1,7
Totale	1180	100,0

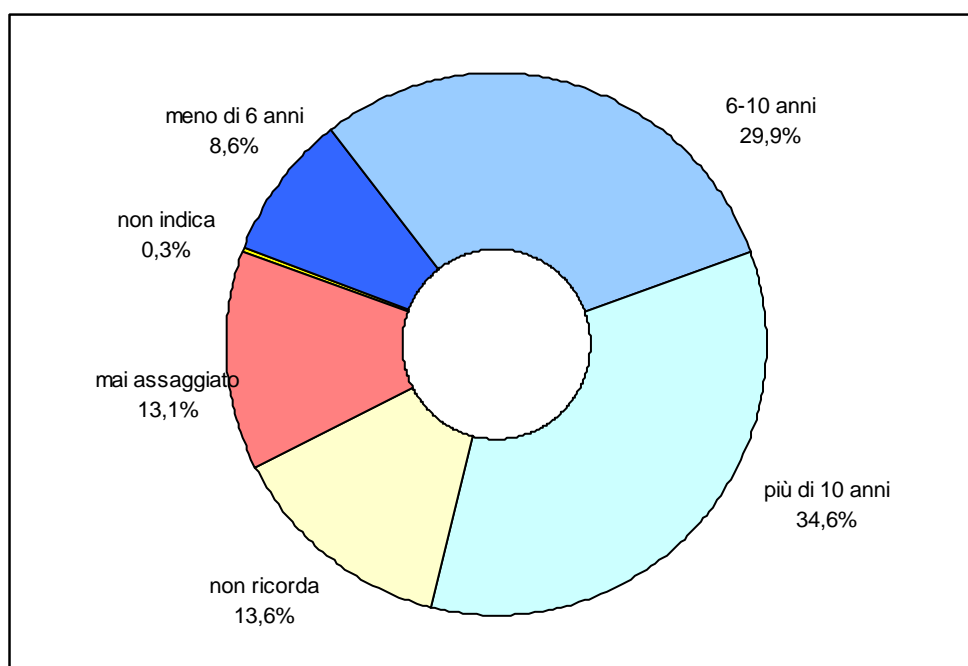
Parte prima

L'analisi descrittiva

Il debutto alcolico

Poco meno di un giovane ogni otto non ha mai assaggiato una bevanda alcolica (13,1%), l'alcol dunque, per la grande maggioranza dei giovani che frequentano la terza classe delle secondarie di primo grado, fa parte dell'esperienza personale. Per circa un terzo degli intervistati il fenomeno è relativamente recente (il 34,6% ci si è avvicinato per la prima volta oltre i 10 anni), ma per altri la precocità è maggiore dal momento che il 29,9% ha avuto il suo debutto alcolico tra i 6 e i 10 anni e l'8,6% addirittura sotto i sei anni di età.. Se sommiamo a queste incidenze il 13,6% che ha bevuto ma non ricorda l'età della prima volta, otteniamo una percentuale totale di bevitori cospicua che relega chi non ha mai provato bevande alcoliche all'interno di una ridotta minoranza. Va rimarcato che questo dato non può certo essere enfatizzato trattandosi di un semplice assaggio magari del tutto casuale e non ripetuto (cfr. Fig. 1). Le ragazze sembrerebbero meno precoci dei loro coetanei ma, giunte in terza media, le percentuali di chi ha fatto questa esperienza si equivalgono tra i generi. (cfr. Tab. 2).

FIG. 1 A che età ha bevuto la prima bevanda alcolica (N=1180; valori percentuali)



TAB.2 A che età ha bevuto la prima bevanda alcolica (N=1180; valori percentuali)

%	Totale 2012	Totale 2014	sesso		comune metropolitano				
			maschi	femmine	Napoli	Milano	Palermo	Roma	Torino
Meno di 6 anni	8,2	8,6	10,1	7,1	7,2	9,1	7,3	11,3	8,0
Tra i 6 e i 10 anni	29,5	29,9	32,6	27,8	18,7	23,0	36,5	29,9	41,4
Oltre i 10 anni	41,6	34,6	34,9	34,5	46,4	28,4	35,6	33,3	29,9
Non ricorda l'età	11,1	13,6	9,9	16,7	16,2	14,0	11,9	15,2	10,8
Mai assaggiato bevande alcoliche	9,4	13,1	12,6	13,5	11,5	25,1	8,2	10,0	10,0
Non indica	0,2	0,3	0,0	0,5	0,0	0,4	0,5	0,4	0,0
totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Il contesto relazionale nel quale si sviluppa la prima esperienza alcolica vede la presenza di adulti, per lo più genitori (55,3%) ma anche altri parenti (21,4%); nel complesso questa dimensione riguarda il 76,7% dei casi ed appare di gran lunga prevalente. Meno frequente è l'esperienza vissuta in compagnia di amici, coetanei (6,4%) ma anche più grandi (5,6%), che caratterizza complessivamente il 12,0% del campione. Marginale l'incidenza di chi si avvicina per la prima volta all'alcol in solitudine (2,7%). La gran parte dei giovani si accostano pertanto alle bevande alcoliche in ambiente familiare. Ciò certamente toglie alla prima esperienza quell'alone di trasgressività che si avrebbe se l'iniziazione si realizzasse nel gruppo degli amici, ma tale circostanza, come abbiamo notato, appare largamente minoritaria (cfr. Tab.3).

TAB. 3 Con chi ha bevuto la prima volta alcolici (solo chi ha già provato bevande alcoliche: 86,9%; valori percentuali)

%	Totale 2012	Totale 2014	sesso		comune metropolitano				
			maschi	femmine	Napoli	Milano	Palermo	Roma	Torino
Senza la presenza di adulti	19,9	12,0	12,3	11,8	14,4	11,5	20,9	9,6	4,5
Con la presenza di adulti	73,0	76,7	75,1	78,1	78,9	73,1	60,2	78,4	91,2
Non ricorda, altro	7,1	11,3	12,6	10,1	6,8	15,3	18,9	12,0	4,4
totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

La "normalità" dell'evento, che sembra essere sottolineato dalla presenza adulta, trova conferma nell'indicazione del luogo dove la prima esperienza è stata vissuta: a casa durante i pasti è la situazione più ricorrente (che diventa il 39,0% se aggiungiamo chi si è accostato alla

bevanda alcolica al ristorante o in pizzeria, dunque anche qui in un'occasione legata al pasto). Del resto anche chi si è dimostrato trasgressivo consumando la prima bevanda alcolica con gli amici lo ha fatto in casa, verosimilmente in assenza dei genitori (6,9%). Tuttavia un'ampia quota di giovani ricorda l'evento associandolo ad una ricorrenza o ad un momento speciale (31,6%), una festa (9,3%), una vacanza (3,6%). Come dire che per il 44,5% del campione il debutto alcolico è avvenuto in circostanze particolari di minore "normalità quotidiana". Analizzando per genere si può notare come i maschi siano introdotti alle bevande alcoliche durante i pasti più frequentemente delle femmine, le quali si avvicinano all'alcool durante speciali ricorrenze o in occasione di feste (cfr. tab. 4).

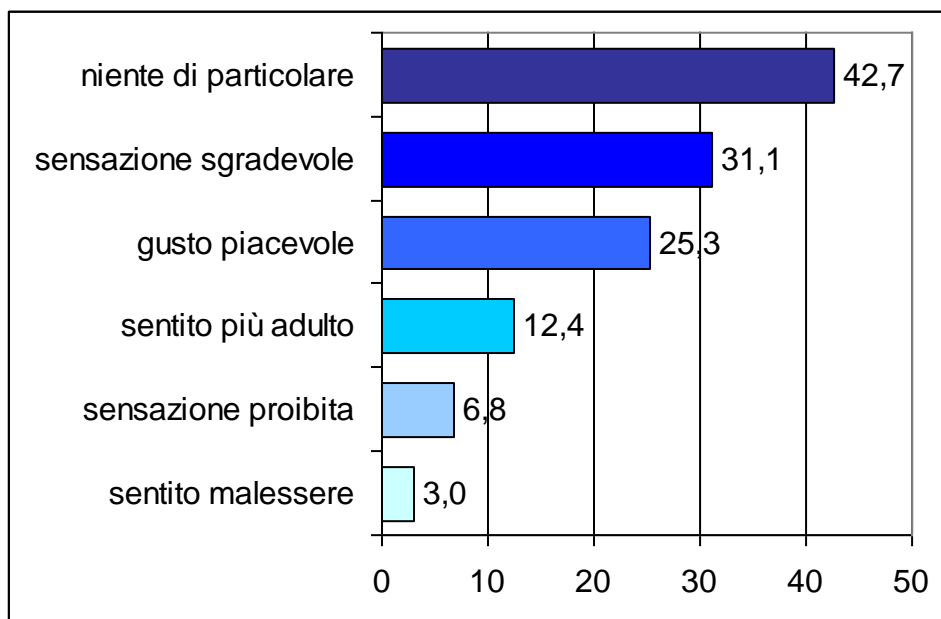
**TAB. 4 Dove ha bevuto la prima volta alcolici
(solo chi ha già provato bevande alcoliche: 86,9%; valori percentuali)**

%	Totale 2014	sesso		comune metropolitano				
		maschi	femmine	Napoli	Milano	Palermo	Roma	Torino
Durante un pasto a casa o al ristorante	39,0	46,0	32,9	44,2	35,7	36,8	38,5	39,4
In una occasione speciale	31,6	24,5	38,0	34,1	26,9	19,4	32,7	42,9
A una festa	9,3	8,6	9,9	8,2	9,9	13,9	9,1	5,8
A casa di amici o a casa con amici	6,9	6,6	7,4	4,8	8,8	13,0	4,4	4,5
In vacanza	3,6	4,1	3,0	3,4	5,5	3,5	4,3	1,8
In altre situazioni	3,0	3,5	2,2	1,0	3,8	5,0	3,8	1,3
Non ricorda, non indica	6,3	6,6	6,1	4,3	9,3	8,5	7,2	4,4
totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Accanto agli aspetti contestuali, quali il luogo e la presenza o meno di figure adulte, è interessante anche evidenziare quelli motivazionali, ovvero le percezioni soggettive provate alla prima assunzione di una bevanda alcolica. Da questo punto di vista i risultati appaiono in armonia con quel senso di normalità dettato dal fatto che l'esperienza è maturata durante un pasto alla presenza di familiari o parenti: la maggioranza del campione afferma infatti di "*non aver provato nulla di particolare*" assaggiando dell'alcol (42,7%). Per quanto riguarda il gusto i pareri negativi (sensazione ritenuta "*sgradevole*": 31,1%) superano quelli positivi (sensazione valutata "*piacevole*": 25,3%). Le altre percezioni appaiono minoritarie: sia quelle che collegano l'esperienza ad una tappa simbolica di crescita ("*mi sono sentito più adulto*": 12,4%), sia quelle che richiamano alla trasgressività ("*ho avuto la sensazione di fare una cosa*

proibita”: 6,8%). Assai limitata la quota di chi “*si è sentito male*” (3,0%) (cfr. fig. 2). Se per i maschi la prevalenza dell’assenza di sensazioni specifiche è evidente, per le femmine è la sgradevolezza del gusto a segnare il ricordo del primo assaggio di una bevanda alcolica (cfr. tab. 5).

FIG. 2 Sensazioni provate assaggiando la prima bevanda alcolica (solo chi ha già provato bevande alcoliche: 86,9%; massimo 2 risposte; valori percentuali)



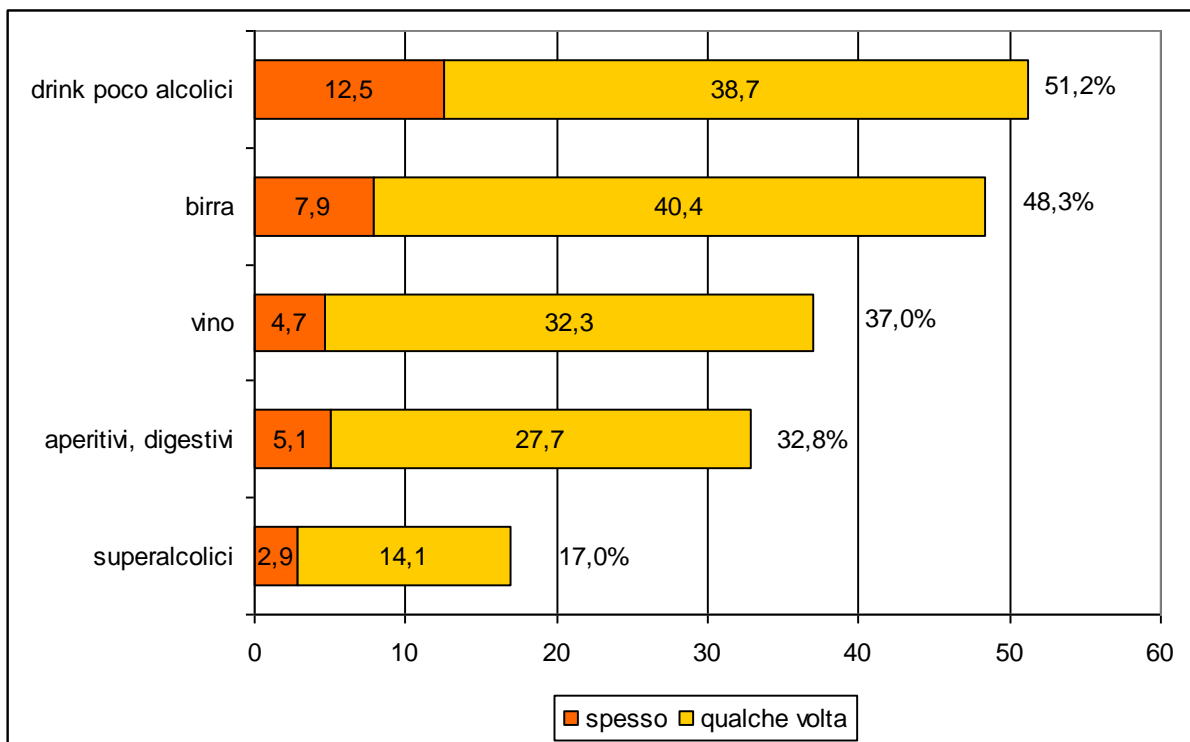
TAB. 5 Sensazioni provate assaggiando la prima bevanda alcolica (solo chi ha già provato bevande alcoliche: 86,9%; massimo 2 risposte; valori percentuali)

%	Totale 2014	sesso		comune metropolitano				
		maschi	femmine	Napoli	Milano	Palermo	Roma	Torino
Niente di particolare	42,7	45,9	39,7	41,8	41,8	45,3	41,3	42,5
Una sensazione sgradevole	31,1	25,7	36,1	32,6	31,3	21,4	33,7	35,9
Un senso di piacere (per il sapore)	25,3	27,8	23,5	25,0	21,4	29,9	24,0	25,2
Mi sono sentito più adulto	12,4	13,0	12,0	11,6	9,3	17,9	13,5	9,7
Ho avuto la sensazione di fare una cosa proibita	6,8	6,6	7,0	7,2	6,6	10,5	6,7	3,6
Mi sono sentito male	3,0	2,7	3,4	4,8	4,9	2,0	1,9	1,8

Le abitudini alle bevande alcoliche

Il fatto di aver provato alcol, anche in giovanissima età, non implica contrarre un'abitudine al consumo. Sono tuttavia fenomeni correlati, andiamo pertanto ad analizzare i livelli di fruizione al momento dell'intervista. In una ideale classifica di consumo i *drink* a basso contenuto alcolico, indicati dal 51,2% degli studenti, si pongono al primo posto, seguiti a poca distanza dalla birra (48,3%); dunque circa le metà degli intervistati che hanno assaggiato alcol si indirizza verso almeno una di queste due bevande. Il vino (37,0%) e gli aperitivi-digestivi-amari (32,8%) vengono consumati da circa un terzo degli studenti. I superalcolici mostrano un'incidenza inferiore coinvolgendo meno di un giovane ogni cinque (17,0%). Come può essere osservato dal grafico 3, che distingue l'intensità di consumo per ogni bevanda, la fruizione appare più occasionale ("qualche volta") che abituale ("spesso"); tuttavia tra i consumatori ricorrenti troviamo un 12,5% che beve frequentemente *ready to drink*, il 7,9% birra, il 5,1% una bevanda del gruppo degli aperitivi-digestivi, il 4,7% vino, il 2,9% superalcolici. I *drink* poco alcolici vedono una sostanziale equiparazione di genere, tutte le altre bevande sono maggiormente consumate dai maschi (cfr. tab. 6).

FIG. 3 Frequenza consumo bevande alcoliche per tipo
(solo chi ha già provato bevande alcoliche: 86,9%; valori percentuali)



**TAB. 6 Frequenza consumo bevande alcoliche per tipo
(solo chi ha già provato bevande alcoliche: 86,9%; valori percentuali)**

%	Totale 2012	Totale 2014	sesso		comune metropolitano					
			maschi	femmine	Napoli	Milano	Palermo	Roma	Torino	
Ready to drink										
- spesso	17,2	12,5	13,8	11,4	12,5	6,6	25,4	11,5	6,6	
- qualche volta	41,9	38,7	39,1	38,5	40,9	38,5	36,8	38,0	39,4	
- mai	40,0	47,9	46,3	49,1	46,6	53,3	36,8	49,0	53,5	
Birra										
- spesso	9,5	7,9	10,3	5,7	7,7	4,4	14,4	7,2	5,8	
- qualche volta	45,2	40,4	45,7	35,7	36,5	29,7	51,7	43,8	39,8	
- mai	44,8	50,7	43,2	57,7	55,8	64,3	32,8	47,6	54,0	
Vino										
- spesso	4,2	4,7	7,4	2,3	1,9	3,8	7,5	6,2	4,0	
- qualche volta	39,0	32,3	33,5	30,7	26,9	34,1	31,3	33,7	35,4	
- mai	56,0	62,1	58,0	66,2	70,7	60,4	60,2	58,7	60,6	
Aperitivi, ecc.										
- spesso	5,6	5,1	6,8	3,6	6,2	6,0	3,5	8,7	1,3	
- qualche volta	32,9	27,7	30,7	24,3	23,6	25,3	36,8	26,4	26,5	
- mai	60,7	66,3	61,7	71,2	70,2	67,0	58,7	63,5	71,7	
Superalcolici										
- spesso	3,7	2,9	3,9	1,9	2,4	2,7	2,5	6,2	0,9	
- qualche volta	19,7	14,1	16,9	11,6	13,9	10,4	24,4	9,1	12,8	
- mai	75,7	81,8	78,4	85,4	83,2	85,2	72,1	83,2	85,4	

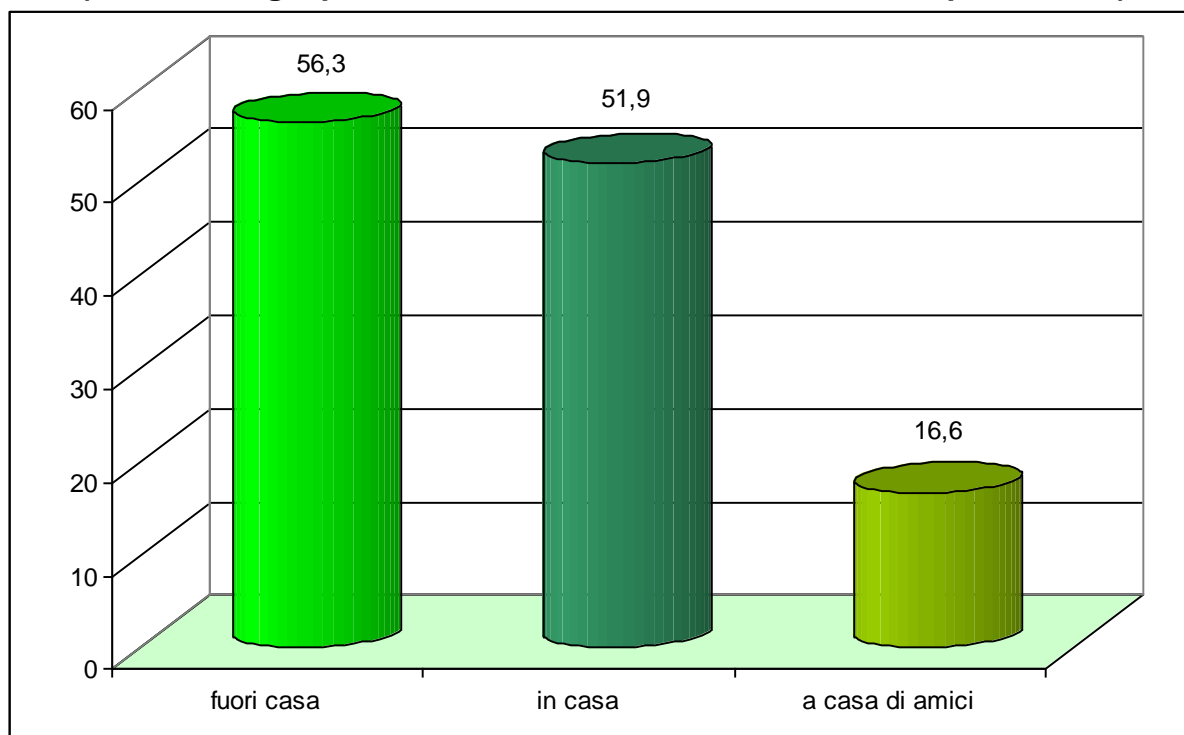
* Il complemento a 100 all'interno di ciascuna cella è dato dalle non risposte

Dove si beve alcol? Innanzitutto in casa durante i pasti (45,1%) oppure fuori casa ma sempre durante i pasti (31,2%), od anche a casa di amici sempre mangiando (9,4%). Queste abitudini ridimensionano molto il fenomeno perché il consumo alcolico durante l'alimentazione perde qualsiasi valenza trasgressiva. Ricordando che stiamo parlando di minori, questa invece si segnala, ma con incidenze più basse, quando si beve lontano dai pasti con amici fuori casa (25,1%), in casa di amici (7,2%) oppure anche in casa propria (6,8%). Il confronto fra generi mostra una maggiore inclinazione maschile a bere in casa durante i pasti, mentre non si notano differenze se puntiamo l'attenzione sulla dimensione potenzialmente trasgressiva, ovvero quando si beve lontano da pranzi o cene (cfr. tab. 7).

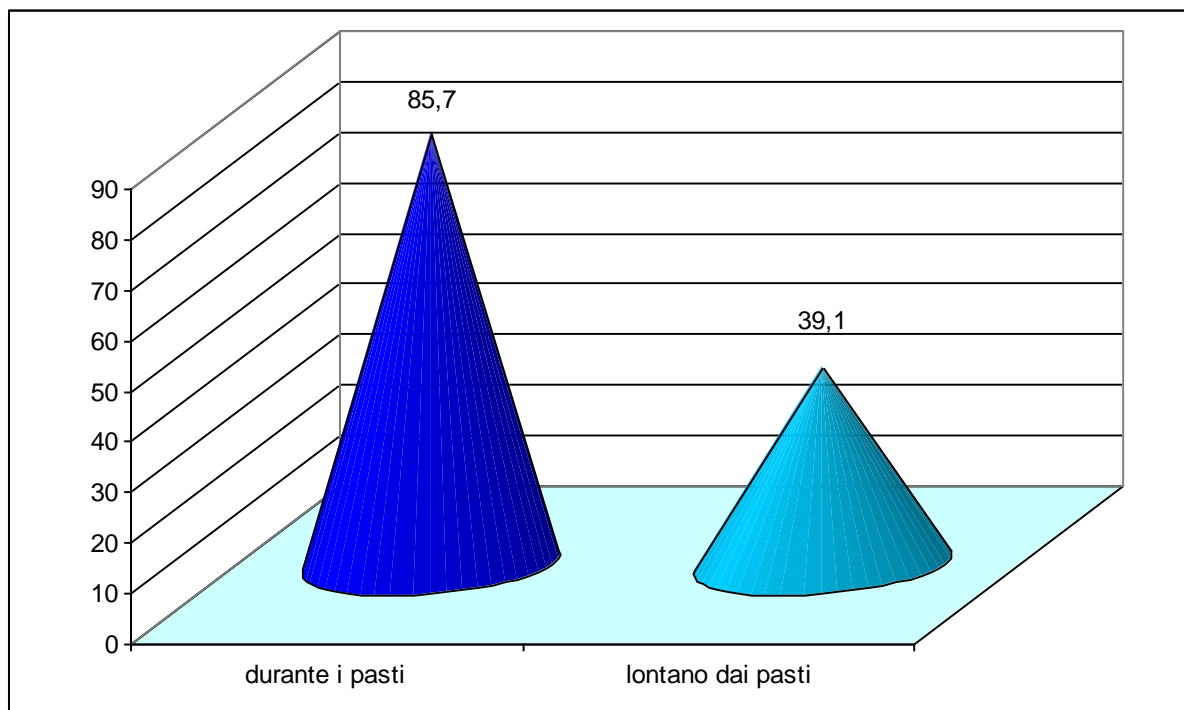
**TAB. 7 Luoghi e momenti dove si beve alcool
(solo chi ha già provato bevande alcoliche: 86,9%; valori percentuali)**

% Totale 2014	sesso		comune metropolitano					
	maschi	femmine	Napoli	Milano	Palermo	Roma	Torino	
In casa durante i pasti	45,1	50,4	40,0	46,6	46,2	37,3	46,6	48,2
In casa al di fuori dei pasti	6,8	6,8	6,6	6,2	7,7	7,0	7,6	5,3
Fuori casa durante i pasti	31,2	32,1	30,7	31,3	33,0	34,4	29,9	29,7
Fuori casa con amici al di fuori dei pasti	25,1	25,6	25,1	25,0	23,6	33,8	23,1	20,8
A casa di amici durante i pasti	9,4	10,3	8,7	6,7	6,0	15,0	10,5	8,4
A casa di amici fuori dai pasti	7,2	5,8	8,6	5,8	9,8	6,0	8,6	6,2

**FIG. 4 Luogo del consumo di bevande alcoliche
(solo chi ha già provato bevande alcoliche: 86,9%; valori percentuali)**



**FIG. 5 Momento del consumo di bevande alcoliche
(solo chi ha già provato bevande alcoliche: 86,9%; valori percentuali)**



La tipologia del giovane bevitore

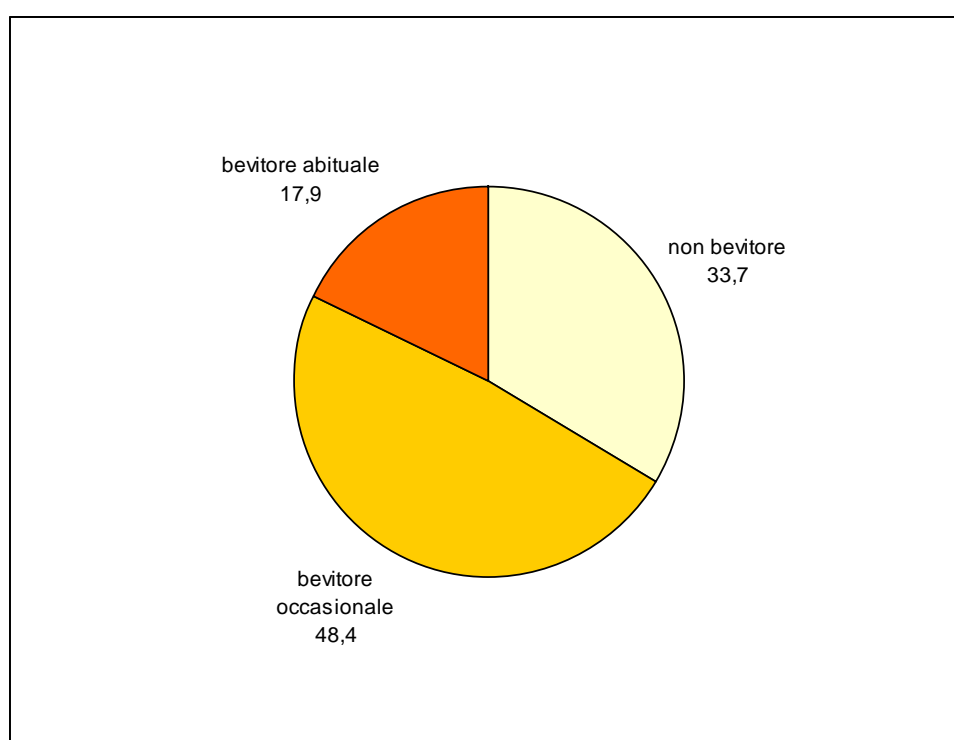
Con i dati dell'indagine è possibile costruire una tipologia della frequenza di consumo di alcolici individuando i *non bevitori* tra i giovani che non hanno mai assaggiato dell'alcol (vedi tab. 2) oppure che pur avendo avuto un'esperienza passata al momento dell'intervista dichiaravano di non bere alcuna bevanda alcolica (vedi tab. 6). Nel complesso un terzo (33,7%) del campione rientra nella categoria degli astemi. I *bevitori occasionali* sono stati identificati per il fatto che il consumo di uno o più tipi di bevande avvenga solo "qualche volta", questi sono quasi la metà (48,4%) dei giovani studenti intervistati. Il 17,9%, invece, è costituito da coloro che bevono "spesso" almeno una bevanda alcolica, e che dunque sono stati classificati come *bevitori abituali* (cfr. fig. 6).

L'abitudine del bere appare influenzata dal genere. Infatti tra i maschi si concentrano maggiormente coloro che bevono in modo non occasionale e la differenza tra ragazzi e ragazze è di quasi 8 punti percentuali (21,9% contro 14,4%) (cfr. tab. 8).

**TAB. 8 Tipologia del giovane bevitore
(campione complessivo N=1180; valori percentuali)**

%	Totale 2012	Totale 2014	sesso		comune metropolitana				
			maschi	femmine	Napoli	Milano	Palermo	Roma	Torino
Non bevitore	23,3	33,7	30,3	36,9	37,0	46,7	20,7	28,5	34,0
Bevitore occasionale	53,6	48,4	47,8	48,7	44,7	42,9	46,1	53,5	54,4
Bevitore abituale	23,1	17,9	21,9	14,4	18,3	10,4	33,2	18,0	11,6
totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

**FIG. 6 Tipologia del giovane bevitore
(campione complessivo N=1180; valori percentuali)**



Ma la tipologia sembra anche in relazione significativa con il modo con cui si sia verificato il debutto al bere. In altre parole “la prima volta” sembra avere la sua importanza. Se infatti osserviamo le tabelle 9 e 10, che incrociano la tipologia del giovane bevitore con le persone con le quali si è bevuto per la prima volta alcolici notiamo una notevole divergenza. I non bevitori (solo ovviamente quelli che hanno comunque assaggiato almeno una volta una bevanda alcolica) e i bevitori occasionali hanno avuto la loro iniziazione in famiglia rispettivamente per l’84,5% e il 79,3%; invece tra i bevitori abituali questa percentuale scende al 64,8%. Al contrario pochi sono i non bevitori (6,3%) e i bevitori occasionali (10,7%) chi si

sono accostati all'alcool la prima volta con gli amici, a differenza di quanto succede tra i bevitori frequenti (22,4%). E' come dire che chi debutta con i genitori ha meno probabilità di bere abitualmente in seguito, mentre chi inizia con i pari ha una buona probabilità di diventare un consumatore abituale (cfr. tab. 9). La tabella successiva propone gli stessi risultati presentando le distribuzioni di frequenza della tipologia all'interno di chi ha provato la prima volta a bere coi genitori e all'interno di chi invece l'ha provato con gli amici: solo il 17,3% tra i primi è diventato bevitore abituale mentre tra i secondi ciò è successo per ben il 38,5% dei casi (cfr. tab. 10). Per concludere il fenomeno del primo bicchiere offerto da mamma o papà avrebbe una funzione (tendenzialmente) protettiva.

TAB. 9 Con chi ha bevuto la prima volta alcolici per tipologia del giovane bevitore (solo chi ha già provato bevande alcoliche: 86,9%; valori percentuali)

% Con chi ha bevuto la prima volta	Tipologia del giovane bevitore		
	non bevitore	bevitore occasionale	bevitore abituale
Senza la presenza di adulti	6,3	10,7	22,4
Con la presenza di adulti	84,5	79,3	64,8
Non ricorda, altro	9,2	10,0	12,9
Totale	100,0	100,0	100,0

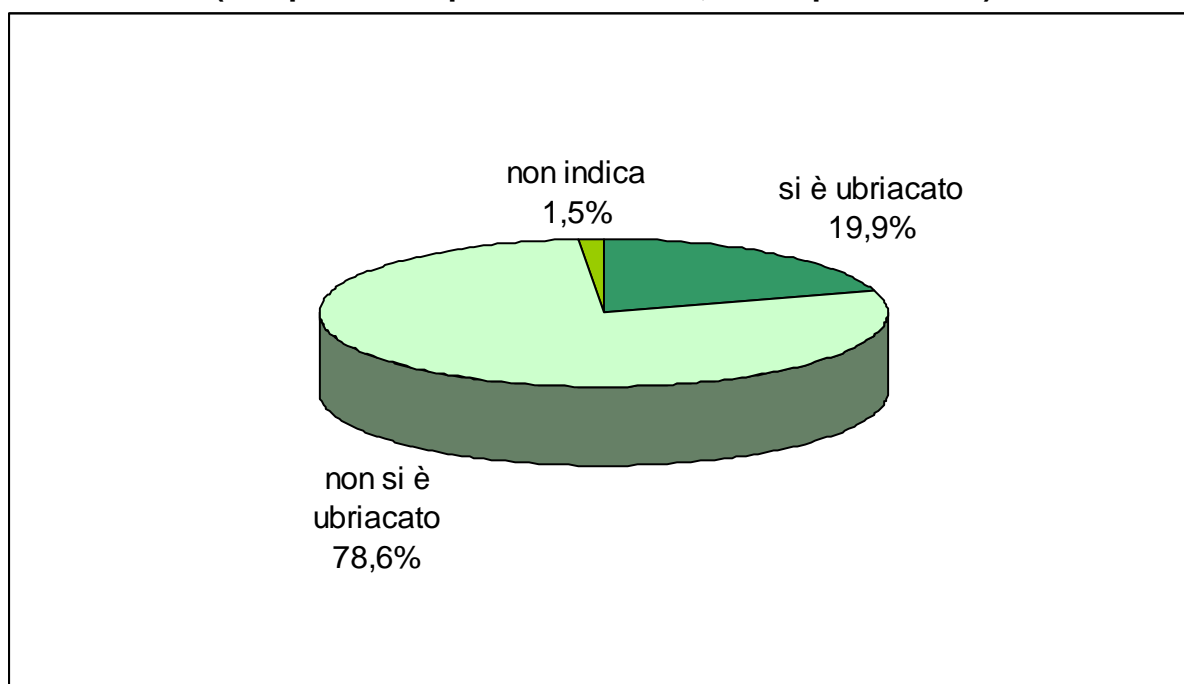
TAB. 10 Tipologia del giovane bevitore per con chi ha bevuto la prima volta alcolici (solo chi ha già provato bevande alcoliche: 86,9%; valori percentuali)

% Tipologia del giovane bevitore	Con chi ha bevuto la prima volta		
	Senza la presenza di adulti	Con la presenza di adulti	Non ricorda, altro
non bevitore	12,3	25,7	20,8
bevitore occasionale	49,2	57,0	53,8
bevitore abituale	38,5	17,3	25,4
Totale	100,0	100,0	100,0

L'abuso di alcool

Il 19,9% dei giovani intervistati si è ubriacato almeno una volta. Di questi per circa i due terzi (13,1%) l'accadimento è stato unico, per il rimanente terzo (6,8%) è capitato invece più volte. L'abuso di alcool fa quindi parte del vissuto di una minoranza di giovani già nelle prime fasi dell'adolescenza (cfr. fig. 7); tra chi si è ubriacato il 29,8% ha volutamente ricercato tale esperienza mentre per il 62,3% gli è capitato per caso (cfr. fig. 8). Le differenze tra maschi e femmine sono modeste mostrando come il fenomeno si presenti in via di omologazione di genere (cfr. tab. 11).

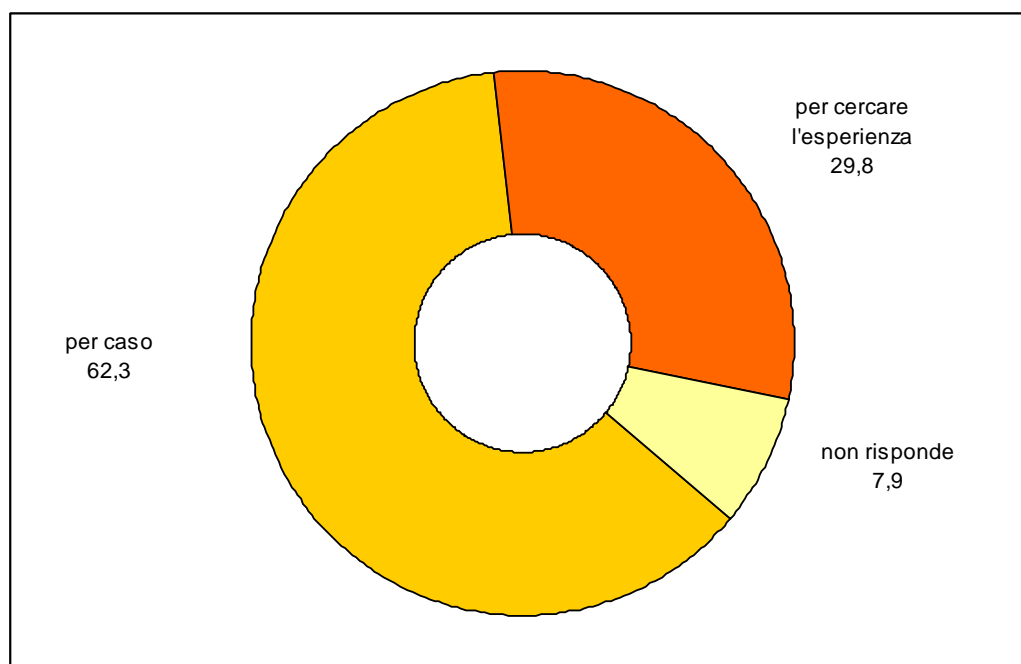
FIG. 7 Si sono ubriacati
(campione complessivo N=1180; valori percentuali)



TAB. 11 Si sono ubriacati
(campione complessivo N=1180; valori percentuali)

%	Totale 2014	sesso		comune metropolitano				
		maschi	femmine	Napoli	Milano	Palermo	Roma	Torino
Sì una volta	13,1	14,9	11,7	17,3	11,5	19,9	11,1	15,5
Sì più volte	6,8	7,6	6,1	4,8	6,0	12,1	9,1	6,2
Non indica	1,4	0,9	1,5	1,0	1,1	1,5	1,9	2,2
No mai	78,6	76,6	80,8	76,9	81,3	65,7	77,9	76,1
totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

**FIG. 8 Circostanza nella quale si sono ubriacati
(solo chi si è ubriacato N=252; valori percentuali)**

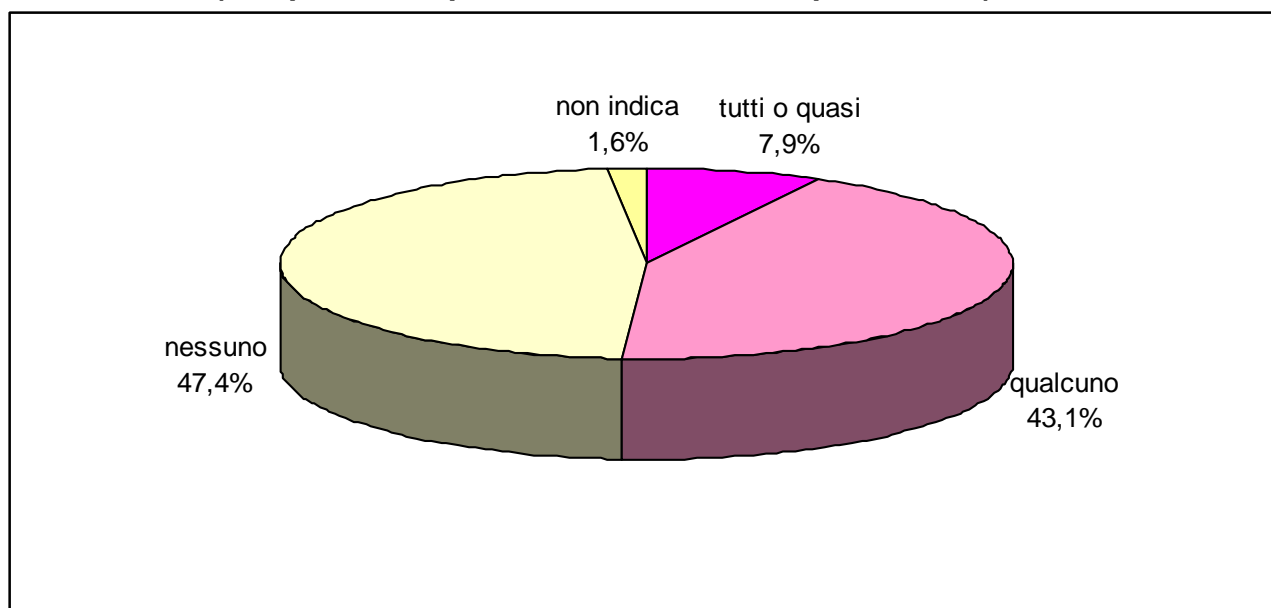


Se spostiamo l'attenzione dal giovane intervistato al gruppo dei pari di riferimento l'incidenza del fenomeno si amplia vistosamente riguardando il 51,0% dei casi. Nel 7,9% dei gruppi l'eccesso coinvolge la gran parte dei membri, nel 43,1% solo qualcuno di essi. Questi dati segnalano pertanto come la diffusione della contiguità all'eccesso alcolemico non appaia marginale. In particolare il genere, ancor più che per il caso dell'abuso personale, si dimostra scarsamente influente (cfr. tab. 12).

**TAB. 12. Amici del gruppo che si sono ubriacati almeno una volta
(campione complessivo N=1180; valori percentuali)**

%	Totale 2012	Totale 2014	sesso		comune metropolitano				
			maschi	femmine	Napoli	Milano	Palermo	Roma	Torino
Tutti o quasi	8,7	7,9	7,6	8,4	6,8	7,0	11,4	10,0	4,8
Qualcuno	46,1	43,1	45,3	41,2	39,6	39,5	48,4	41,1	47,4
Nessuno	44,1	47,4	46,2	48,3	53,6	51,9	38,4	47,2	45,4
Non indica	1,1	1,6	0,9	2,1	0,0	1,6	1,8	1,7	2,4
totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

**FIG. 9 Amici del gruppo che si sono ubriacati almeno una volta
(campione complessivo N=1180; valori percentuali)**



L'essersi ubriacati o avere amici che l'hanno fatto risultano fenomeni ampiamente spiegati dalla tipologia del giovane bevitore. Se prendiamo l'esperienza personale (cfr. tab. 13) tra i non bevitori attuali l'abuso assume valori limitati (7,6%), tra i bevitori occasionali l'incidenza arriva al 17,7%, ma ben più della metà dei bevitori abituali hanno ecceduto almeno una volta (55,0%). Se puntiamo l'attenzione sul gruppo dei pari (cfr. tab. 14), le distanze rimangono elevate: 37,0% di amici che si sono ubriacati per i non bevitori, 52,8% per quelli occasionali e ben il 76,6% per quelli abituali (per una rappresentazione complessiva cfr. fig. 10).

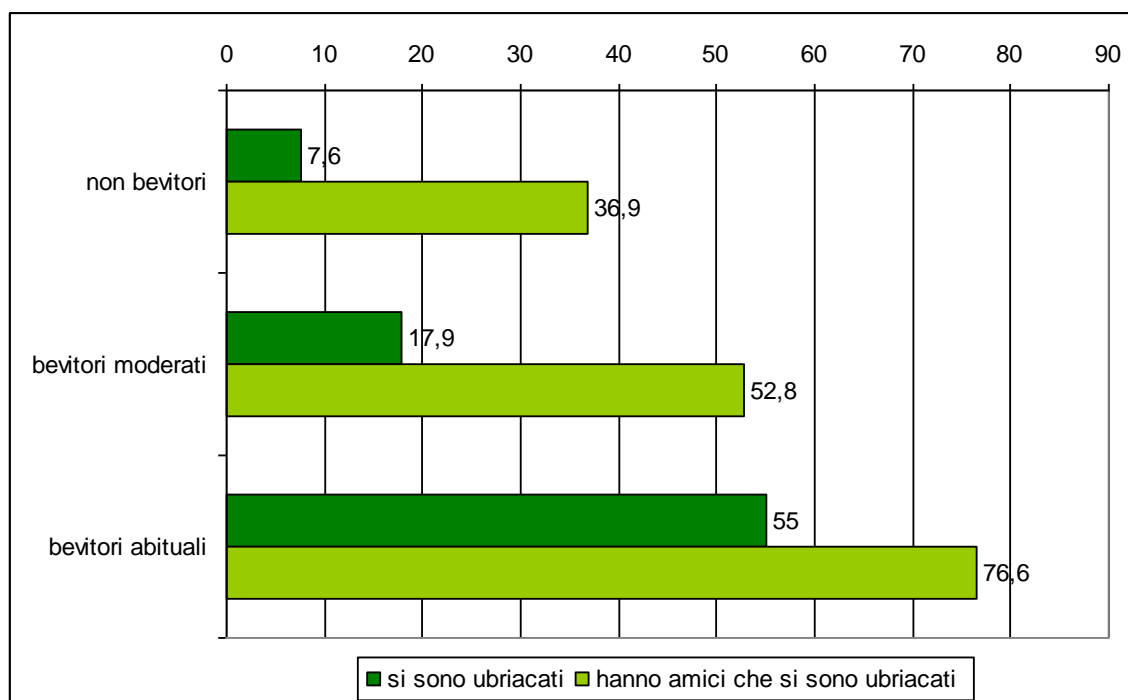
TAB. 13 Si sono ubriacati per tipologia del giovane bevitore (%)

% Si sono ubriacati	Tipologia del giovane bevitore		
	non bevitore	bevitore occasionale	bevitore abituale
Sì una volta	6,3	13,6	30,1
Sì più volte	1,3	4,3	24,9
No mai	92,4	82,1	45,0
Totale	100,0	100,0	100,0

TAB. 14. Amici del gruppo che si sono ubriacati almeno una volta per tipologia del giovane bevitore (%)

% Amici che si sono ubriacati	Tipologia del giovane bevitore		
	non bevitore	bevitore occasionale	bevitore abituale
Tutti o quasi	2,3	5,5	24,9
Qualcuno	34,7	47,3	51,7
Nessuno	63,0	47,1	23,4
Totale	100,0	100,0	100,0

FIG. 10 Si sono ubriacati personalmente o hanno amici del gruppo che si sono ubriacati almeno una volta per tipologia del giovane bevitore (%)

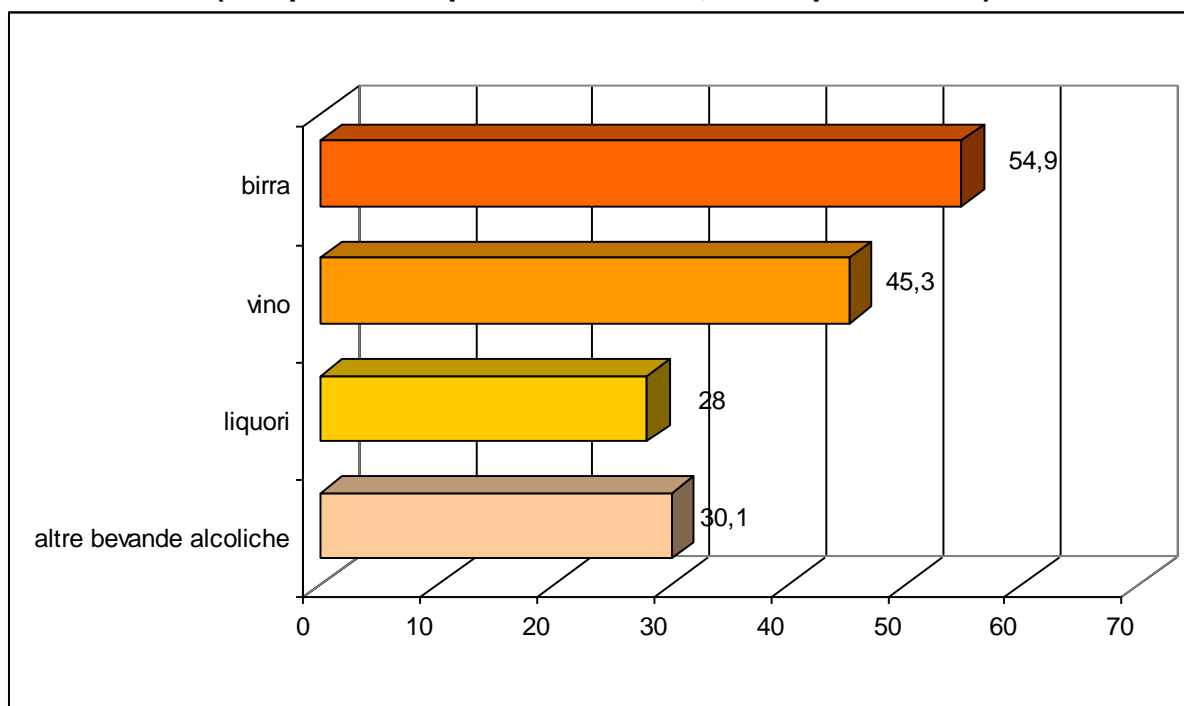


Il poter procurarsi facilmente delle bevande alcoliche è una condizione che ovviamente rimuove alcuni ostacoli oggettivi al bere. La principale fonte di accesso agli alcolici è verosimilmente la casa dei propri genitori o di quelli dei propri amici, ma non possono essere esclusi altri canali quali l'acquisto mediato da un compagno più grande od anche l'acquisto diretto (ancorché proibito trattandosi di minorenni). I risultati della ricerca (cfr. fig. 11) ci dicono che la possibilità di procacciarsi della birra (54,9%) o del vino (45,3%) è piuttosto

consistente, per i superalcolici gli ostacoli sono maggiori ma tuttavia possono essere agevolmente trovati da una quota superiore ad un giovane ogni quattro (28,0%).

In questa situazione complessiva di vicinanza, almeno potenziale, all'alcol, cosa dicono i genitori? Parlano con i loro figli e le loro figlie del consumo di alcolici? L'argomento sembra non particolarmente presente nelle discussioni familiari: se le famiglie che trattano frequentemente coi figli il problema dei rischi legati all'eccesso alcolico sono una minoranza (il 15,8% ovvero poco più di una su sei), la grande maggioranza lo ha fatto raramente e in modo occasionale (54,6%) e vi è anche una quota cospicua di genitori (28,6%) che non ha mai affrontato la questione (cfr. tab. 15). Tra chi ne ha parlato, i messaggi dei genitori (o meglio il significato dei messaggi percepito dai figli) appaiono contrastanti ancorché quasi equidistribuiti: ad esempio, il 31,7% riferisce che i genitori sostengono che l'alcol non faccia male purché si consumi con moderazione, il 28,5% delle famiglie eserciterebbero una pressione sui figli affinché si convincano che in giovane età non si dovrebbe bere alcol, il 27,2% sosterebbe con i loro figli che non si dovrebbe mai bere alcol perché fa sempre male.

**FIG. 11 Possibilità di procurarsi bevande alcoliche
(campione complessivo N=1180; valori percentuali)**



**TAB. 15. Hanno parlato con i genitori di consumo di alcol
(campione complessivo N=1180; valori percentuali)**

%	Totale 2012	Totale 2014	sesso		comune metropolitano				
			maschi	femmine	Napoli	Milano	Palermo	Roma	Torino
Mai	26,2	28,6	30,0	27,3	30,6	36,2	34,7	27,3	15,1
Raramente, occasionalmente	53,7	54,6	52,3	56,7	50,6	50,2	49,3	56,3	65,7
Spesso, frequentemente	19,4	15,8	16,7	15,1	17,9	11,9	15,5	15,2	18,7
Non indica	0,7	1,0	0,9	1,0	0,9	1,6	0,5	1,3	0,4
totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Il fatto che i genitori discutano o meno coi figli delle bevande alcoliche appare del tutto ininfluenza con la probabilità di ubriacarsi e, del resto, anche la relazione con la tipologia del giovane bevitore, basata sulla frequenza del bere, appare modestissima, come dire che i messaggi provenienti dalla famiglia non spostano la probabilità che un adolescente diventi astemio, bevitore occasionale oppure bevitore abituale.

Opinioni, stereotipi ed immagini legati all'alcol

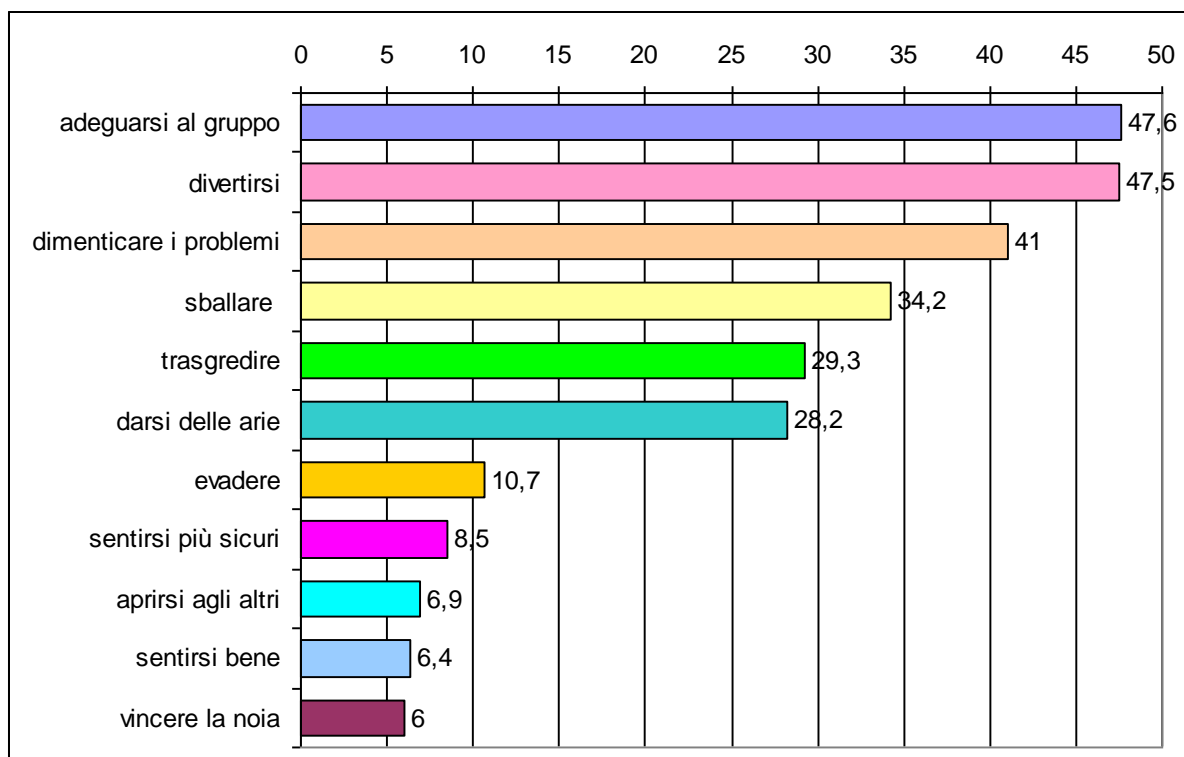
I comportamenti individuali sono influenzati da opinioni, atteggiamenti, informazioni, valori, in altre parole dal contesto motivazionale nel quale un giovane si trova immerso. Quali sono dunque le cause che spingono un adolescente a bere sostanze alcoliche? Lo abbiamo chiesto direttamente ai nostri intervistati ottenendo una graduatoria assai differenziata di motivazioni (cfr. fig. 12).

Le due ragioni che emergono su tutte riguardano la dimensione espressiva: da una parte si beve per *“adeguarsi al gruppo”* dei pari (47,6%), dall'altra per *“divertirsi”* (47,5%). Poco più distante emerge però la dimensione esistenziale e l'alcol viene indicato quale strumento di *coping*, ovvero come strategia per fronteggiare le avversità: il 41,0% sostiene infatti che il consumo si giustifica per *“dimenticare i problemi”*. Occupano una posizione centrale in un ideale *ranking* di elementi che favoriscono il consumo tre motivazioni che appartengono in modo tipico alla cultura adolescenziale: lo *“sballo”* (34,2%), la *“trasgressione”* (29,3%) ed anche il *“darsi delle arie”* (26,2%) come manifestazione di ricercato prestigio nel gruppo. La

dimensione sottostante a queste motivazioni presenta numerose sfumature: si va da una pulsione che origina dalla tensione all'*addiction* (e che nei casi più estremi dà luogo al fenomeno del *binge drinking*), alla sottile euforia data dall'opposizione alle regole che il mondo adulto cerca di imporre alle giovani generazioni, all'impertinenza di chi sta attraversando una fase di passaggio e di crescita e che pertanto vuol dimostrare di essere "grande" e indipendente. Le altre motivazioni della scala proposta presentano incidenze modeste, segno che non trovano il consenso di gruppi numerosi di giovani. Li potremmo pertanto considerare come fattori residuali: "evadere" (10,7%), "sentirsi più sicuri" (8,5%), "aprirsi agli altri" (6,9%), "sentirsi bene" (6,4%), "vincere la noia" (6,0%).

Di un certo interesse anche le risposte declinate per genere: le femmine enfatizzano il significato del bere come modalità di adeguamento al gruppo, i maschi indicano con maggiore intensità la voglia di sballare alla radice del consumo di alcolici (cfr. tab. 16).

FIG. 12 I principali motivi che spingono un adolescente a bere alcolici (campione complessivo N=1180; valori percentuali fino a tre risposte)



Infine la tipologia del giovane bevitore influisce su alcune motivazioni in modo evidente. Ad esempio non bevitori e i bevitori occasionali giustificano il bere con la spinta ad *adeguarsi al*

gruppo. Al contrario i bevitori abituali puntano ad indicare il *divertimento* (ed anche lo *sballare*) quali cause alla base del consumo di bevande alcoliche (cfr. tab. 17).

TAB. 16. I principali motivi che spingono un adolescente a bere alcolici (campione complessivo N=1180; valori percentuali fino a tre risposte)

%	Totale 2012	Totale 2014	sesso		comune metropolitana				
			maschi	femmine	Napoli	Milano	Palermo	Roma	Torino
adeguarsi al gruppo	45,1	47,6	44,0	50,9	42,9	39,9	46,1	49,4	59,4
divertirsi	49,5	47,5	46,8	48,1	46,0	45,3	55,7	42,0	49,0
dimenticare i problemi	38,4	41,0	38,2	43,4	48,1	40,4	41,1	43,7	32,7
sballare	36,4	34,2	36,9	32,1	43,9	34,5	27,0	26,4	38,7
trasgredire	26,4	29,3	28,8	29,7	19,2	34,2	20,1	36,0	36,3
darsi delle arie	38,5	28,2	27,6	29,1	19,7	23,9	28,8	29,5	27,1
evadere	11,2	10,7	11,5	9,9	9,8	14,0	12,8	10,4	6,8
sentirsi più sicuri	7,8	8,5	7,1	9,8	8,9	8,2	6,4	7,8	10,8
aprirsi agli altri	5,6	6,9	8,2	5,7	6,0	5,7	9,6	6,1	7,6
sentirsi bene	8,0	6,4	5,0	7,5	5,1	7,8	4,1	9,1	5,6
vincere la noia	6,9	6,0	6,4	5,7	7,0	8,6	4,1	7,7	7,6

TAB. 17. I principali motivi che spingono un adolescente a bere alcolici per tipologia del giovane bevitore (campione complessivo N=1180; valori percentuali fino a tre risposte)

	Tipologia del giovane bevitore		
	non bevitore	bevitore occasionale	bevitore abituale
adeguarsi al gruppo	51,4	50,5	34,2
divertirsi	41,8	47,4	60,0
dimenticare i problemi	40,7	41,1	41,9
sballare	31,2	34,9	38,0
trasgredire	28,1	32,1	24,7
darsi delle arie	32,2	27,1	23,8
evadere	9,8	9,7	13,0
sentirsi più sicuri	10,3	7,5	7,1
aprirsi agli altri	7,6	5,4	9,5
sentirsi bene	5,6	7,2	5,7
vincere la noia	5,2	5,8	8,0

Il questionario si conclude con una lista di affermazioni sull'alcool e sul suo consumo allo scopo di evidenziare le conoscenze e gli atteggiamenti dei giovani adolescenti. Alcune di queste affermazioni, sulle quali gli intervistati dovevano esprimere l'accordo o il disaccordo, rientravano nel campo delle opinioni personali, altre avevano un fondamento oggettivo, alcune erano palesemente false, altre ancora proponevano veri e propri stereotipi culturali. Possiamo ordinare le affermazioni sottoposte a giudizio per livello di consenso (cfr. tab. 18).

L'affermazione in assoluto più condivisa è che *l'alcool rende violenti* (80,4%) e che quindi ponga problemi sul lato relazionale. Altre due affermazioni trovano il sostegno dei due terzi dei rispondenti: *bere alcolici è sempre dannoso per la salute* (66,5%) e *le bevande alcoliche in piccole quantità non danneggiano la salute* (65,1%); apparentemente sembrano due concetti opposti, eppure un discreto numero di giovani li condivide entrambi, come dire che, se è vero che l'alcol non è salutare, berne moderatamente non incide troppo. Di poco meno indicate, altre due affermazioni, entrambe con il 62,5%, trovano il sostegno di una buona maggioranza di giovani: la prima è veicolata anche da ricorrenti campagne di prevenzione all'incidentistica stradale e dalle disposizioni di legge – *è pericoloso guidare dopo avere bevuto anche un solo bicchiere di birra o vino* – l'altra fa riferimento ad un convincimento assai diffuso – *la birra è meno dannosa degli altri alcolici* – ma poco veritiero se non commisurato con la quantità di bevanda assunta. Altre affermazioni maggioritarie introducono un'orientamento teso a distinguere tra le circostanze o le modalità in cui si consuma la bevanda alcolica – *bere uno o due bicchieri di vino o birra al pasto è una cosa normale* (59,7%) o anche *le bevande alcoliche allungate fanno meno male* (54,2%) – a confrontare la minor pericolosità dell'alcol con quella di altre sostanze psicotrope – *l'alcol è meno dannoso della droga* (58,9%) oppure *è più facile diventare schiavi della droga che dell'alcool* (54,5%) – a ridimensionare i pericoli dell'abuso – *ubriacarsi ogni tanto non è grave, purché non diventi un'abitudine* (55,3%). Sotto la metà dei consensi, ma espresse da minoranze consistenti, si situano alcuni giudizi assai soggettivi *mi piace il sapore delle bevande alcoliche* (41,1%) oppure *dopo aver bevuto un po' ci si sente meglio* (33,0%) o ancora *bere alcolici fa aumentare il coraggio* (23,6%). Altre dimensioni sono quelle che tendono a far proprie alcune convinzioni orientate alla prudenza *quando si bevono bevande alcoliche si è più indifesi, si valutano meno i rischi* (46,9%); quelle degli stereotipi ricorrenti come l'opinione che *una ragazza ubriaca dà più fastidio di un ragazzo ubriaco* (35,7%); quelle che assimilano le sostanze psicotrope all'interno di un contesto dove l'interscambio

delle assunzioni viene facilitato: *bere alcolici favorisce il consumo di droghe* (34,2%). Le affermazioni che ottengono minor condivisione fanno riferimento al gruppo dei pari e alle relazioni che all'interno si sviluppano: *se sei con amici che bevono devi bere anche tu* (9,4%); *bere alcolici è una dimostrazione di essere "in gamba"* (10,4%); *se una persona sopporta bene l'alcool, significa che l'alcool non gli/le fa male* (10,9%).

Declinando per genere il panorama delle opinioni si presenta omogeneo con poche eccezioni. Nella tabella 19 si mostrano infine le differenze interne alla tipologia del giovane bevitore. Tra i bevitori abituali gli aspetti negativi del consumo vengono minimizzati e quelli positivi enfatizzati, emerge poi un chiaro tentativo di giustificare in svariati modi il bere alcolici riducendone i potenziali pericoli.

**TAB. 18. Accordo con alcune affermazioni per sesso
(campione complessivo N=1180; valori percentuali di accordo)**

%	totale	sesso	
		maschi	femmine
L'alcool rende violenti	80,4	78,6	82,1
Bere alcolici è sempre dannoso per la salute	66,5	65,1	68,0
Le bevande alcoliche in piccole quantità non danneggiano la salute	65,1	64,0	66,3
E' pericoloso guidare dopo avere bevuto anche un solo bicchiere di birra o vino	62,5	63,3	61,7
La birra è meno dannosa degli altri alcolici	62,5	63,1	62,1
Bere uno o due bicchieri di vino o birra al pasto è una cosa normale	59,7	59,9	59,8
L'alcol è meno dannoso della droga	58,9	64,6	53,7
Ubriacarsi ogni tanto non è grave, purché non diventi un'abitudine	55,3	50,2	60,6
E' più facile diventare schiavi della droga che dell'alcool	54,5	57,4	51,9
Le bevande alcoliche allungate con acqua fanno meno male	54,2	54,1	54,5
Quando si bevono bevande alcoliche si è più indifesi, si valutano meno i rischi	46,9	50,4	44,3
Mi piace il sapore delle bevande alcoliche	41,1	46,6	36,5
Una ragazza ubriaca dà più fastidio di un ragazzo ubriaco	35,7	37,2	34,5
Bere alcolici favorisce il consumo di droghe	34,2	34,2	34,2
Dopo aver bevuto un po' ci si sente meglio	33,0	33,1	33,5
Bere alcolici fa aumentare il coraggio	23,6	23,7	23,6
Se una persona sopporta bene l'alcool, significa che l'alcool non gli/le fa male	10,9	12,2	9,9
Bere alcolici è una dimostrazione di essere "in gamba"	10,4	12,4	8,7
Se sei con amici che bevono devi bere anche tu	9,4	10,1	8,9

**TAB. 19. Accordo con alcune affermazioni (per tipologia del giovane bevitore)
(campione complessivo N=1180; valori percentuali di accordo)**

%	Tipologia del giovane bevitore		
	Non bevitore	Bevitore occasionale	Bevitore abituale
L'alcool rende violenti	81,0	83,4	72,9
Bere alcolici è sempre dannoso per la salute	69,3	66,1	63,8
Le bevande alcoliche in piccole quantità non danneggiano la salute	54,3	68,9	76,2
E' pericoloso guidare dopo avere bevuto anche un solo bicchiere di birra o vino	69,5	59,9	57,6
La birra è meno dannosa degli altri alcolici	53,0	65,9	71,9
Bere uno o due bicchieri di vino o birra al pasto è una cosa normale	49,2	63,1	71,0
L'alcol è meno dannoso della droga	48,7	61,3	73,3
Ubriacarsi ogni tanto non è grave, purché non diventi un'abitudine	45,2	55,8	74,8
Le bevande alcoliche allungate con acqua fanno meno male	48,7	55,3	61,4
E' più facile diventare schiavi della droga che dell'alcool	51,5	55,7	58,6
Quando si bevono bevande alcoliche si è più indifesi, si valutano meno i rischi	44,4	48,8	48,1
Mi piace il sapore delle bevande alcoliche	13,1	48,2	74,3
Una ragazza ubriaca dà più fastidio di un ragazzo ubriaco	28,9	35,2	49,5
Bere alcolici favorisce il consumo di droghe	34,5	32,7	39,5
Dopo aver bevuto un po' ci si sente meglio	21,3	33,4	54,8
Bere alcolici fa aumentare il coraggio	17,3	23,1	36,7
Se una persona sopporta bene l'alcool, significa che l'alcool non gli/le fa male	6,6	10,1	21,9
Bere alcolici è una dimostrazione di essere "in gamba"	8,4	9,5	16,2
Se sei con amici che bevono devi bere anche tu	2,5	7,4	27,6

Parte seconda

Un approfondimento su cause ed effetti: fattori connessi al consumo e al non consumo di bevande alcoliche

Ipotesi e strumenti utilizzati

Questa seconda parte del lavoro prende in esame i fattori che favoriscono od ostacolano il consumo di alcol fra i giovani¹. Per farlo abbiamo ritenuto utile elaborare alcuni modelli di equazioni strutturali². Questa tecnica è molto utilizzata nella ricerca sociale poiché permette di testare teorie e ipotesi di ricerca e quindi di inquadrare il problema in una cornice rigorosa. Da un lato consente, infatti, di tenere sotto controllo le covariazioni fra le variabili del modello e, dall'altro lato, di includere allo stesso istante eventuali dimensioni latenti, in modo da considerare nell'analisi sia il piano strutturale, sia quello della misurazione. Un ulteriore vantaggio è la possibilità di stimare contemporaneamente i parametri strutturali delle relazioni fra le variabili dipendenti e quelle indipendenti.

In questo lavoro presenteremo tre modelli di equazioni strutturali che tentano di rispondere ad altrettanti interrogativi di ricerca. Il primo modello analizza tutti i giovani che hanno partecipato all'indagine. Lo scopo di tale analisi è soprattutto esplorativo, in quanto cerca di inquadrare il problema ed individuare i principali fattori associati al consumo o al non consumo di bevande alcoliche fra i giovani.

I due modelli successivi confrontano sotto-sezioni dei rispondenti per tentare di rinvenire al loro interno modi particolari attraverso cui si realizza il rapporto dei giovani con l'alcol. Nello specifico, il secondo modello intende rilevare se i canali di accesso all'alcol seguono binari differenti per i maschi e per le femmine, il terzo modello testa l'ipotesi che l'esperienza anticipata del consumo di alcol (prima dei 10 anni) sia collegata soprattutto a fattori contingenti come la facilità di procurarsi da bere o l'inserimento in una cerchia di amici, magari più grandi.

¹ Alla stesura di questa seconda parte del rapporto ha collaborato Enzo Loner

² *Lisrel (Linear Structural Equation Modelling)*. Per ulteriori informazioni si veda Jöreskog, K. e Sörbom, D. (1993), *LISREL 8: Structural Equation Modeling with the SIMPLIS Command Language*. Chicago, IL: Scientific Software International Inc.

Per costruire i tre modelli sono state utilizzate le seguenti variabili:

- La frequenza con cui il giovane beve alcolici, misurata considerando quante volte il giovane beve vino, birra, aperitivi, superalcolici e drink poco alcolici (la frequenza di consumo di ciascun tipo di bevanda alcolica è stata rilevata con una scala comprendente i valori 0 = mai, 1 = qualche volta e 2 = spesso)³.
- Il numero di volte che il giovane si è ubriacato, misurata come 0 = no; 1 = sì, una sola volta; 2 = sì, più di una volta.
- Avere amici che si ubriacano, misurata come 0 = no, nessuno; 1 = sì, qualcuno; 2 = sì, la maggior parte.
- La possibilità per il giovane di procurarsi alcolici, ottenuta rilevando la frequenza con cui il giovane può procurarsi: birra, vino, liquori e altro alcol (per ciascun tipo di bevanda le risposte possibili erano 1 = sì e 0 = no)⁴.
- L'orientamento a considerare che bere alcolici sia sempre dannoso e pericoloso, misurata considerando l'accordo con le opinioni: "L'alcol rende violenti"; "Bere alcol è dannoso per la salute" e "È pericoloso guidare anche dopo un bicchiere" (l'accordo con ciascuna affermazione è stato rilevato con i valori 1 = d'accordo, 0 = in disaccordo)⁵.
- L'orientamento a considerare che bere alcolici in modo controllato sia una cosa normale o comunque non dannosa, rilevata considerando l'accordo con le opinioni: "Bere 1 o 2 bicchieri a pasto è normale", "Ubriacarsi ogni tanto non è grave, purché non diventi un'abitudine", "Dopo aver bevuto ci si sente meglio" (l'accordo con ciascuna affermazione è stato rilevato con i valori 1 = d'accordo, 0 = in disaccordo)⁶.
- La sensazione provata dal giovane la prima volta che ha bevuto alcolici, rappresentata da due modalità: piacevole-coinvolgente (codificato come 1) oppure spiacevole-indifferente (codificato come 0). La prima modalità della variabile comprende coloro che hanno provato senso di piacere per il sapore, che si sono sentiti più adulti, o che hanno affermato di sentire di fare una cosa proibita, mentre la seconda modalità riguarda quanti non hanno provato niente di particolare, una sensazione sgradevole per il sapore, oppure si sono sentiti male.
- Il genere dell'intervistato, rilevato come 0 = maschio e 1 = femmina.
- L'età, compresa fra 12 e 14 anni (con una quota minoritaria di 15-16enni).

³ I valori di questa variabile sono stati normalizzati ed assumono valori compresi fra 0 = frequenza minima e 1 = frequenza massima. L'indice è stato ottenuto dopo aver eseguito un'analisi fattoriale che ne ha confermato l'unidimensionalità.

⁴ Idem nota 2.

⁵ Idem nota 2.

⁶ Idem nota 2.

Un modello generale del consumo di alcolici (modello 1)

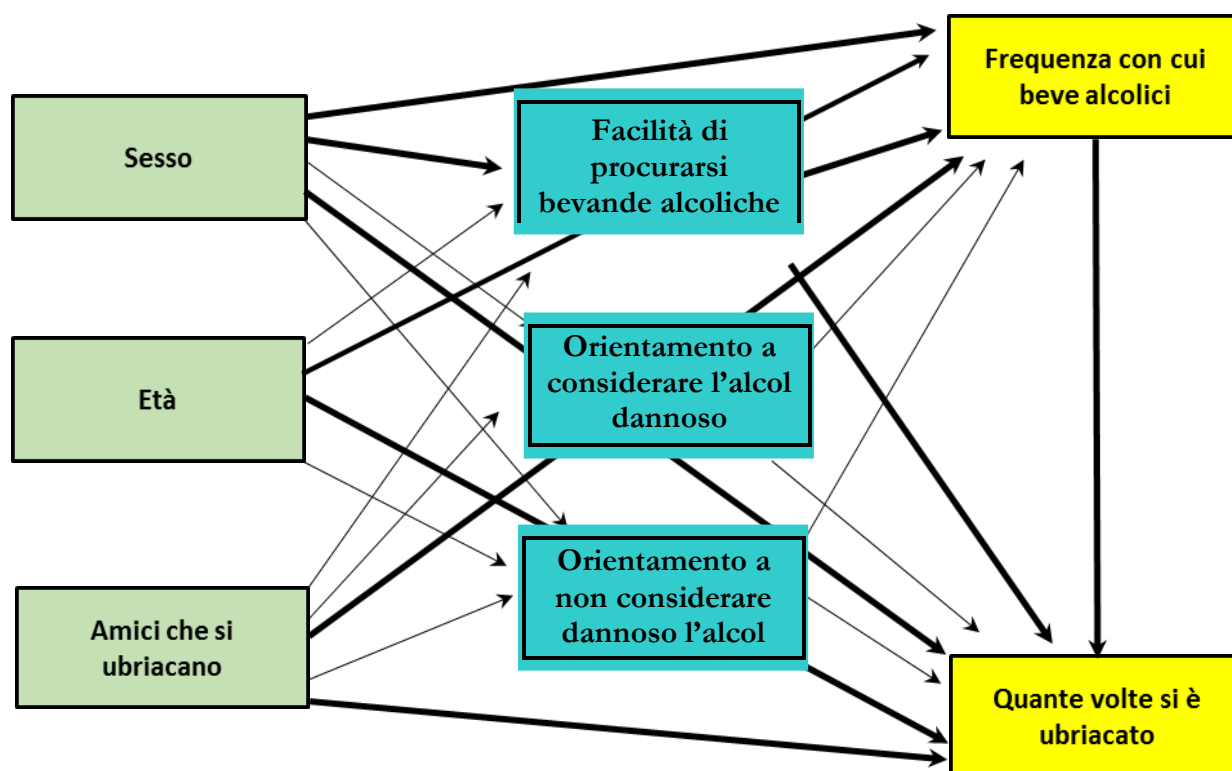
Per inquadrare il fenomeno in una prospettiva generale, il primo modello analizza i principali fattori che possono concorrere ad ostacolare il consumo di alcolici oppure ad innalzarne la frequenza con cui i giovani bevono alcol (ed eventualmente ne abusano). Nello schema concettuale sono state inserite le variabili socio-demografiche raccolte durante l'intervista per elaborare un quadro complessivo del fenomeno e delle relazioni fra le dimensioni che lo compongono (fig. 13). In particolare, il modello considera il sesso, l'età, la presenza di amici che si ubriacano, la facilità di procurarsi alcolici e l'orientamento a considerare che il bere sia una cosa non negativa (soprattutto se lo si fa in modo controllato), oppure una cosa pericolosa e dannosa.⁷

Per quel che riguarda le variabili, in verde sono state evidenziate quelle indipendenti (vale a dire quelle che nel modello non dipendono da altre variabili come, ad esempio, il sesso) e in giallo quelle su cui è incentrata questa analisi (e quindi le principali variabili dipendenti del modello, come la frequenza con cui i giovani bevono alcolici). Infine, in azzurro sono evidenziate le altre variabili (come, ad esempio, l'idea che bere sia dannoso) utilizzate per spiegare le principali variabili dipendenti nel modello e che, dato il loro carattere acquisitivo, dovrebbero pure essere considerate come dipendenti.

L'elaborazione del modello concettuale si traduce in una serie di equazioni strutturali riassunte nella tabella 20.

⁷ Per l'analisi sono stati selezionati 948 casi (utilizzando la gestione listwise dei missing). La stima di questo e dei modelli successivi è stata effettuata con il metodo WLS (weighted least squares) e per l'elaborazione è stata prima calcolata la matrice delle correlazioni policoriche.

FIG. 13 Il modello concettuale del consumo di alcol



Il modello mostra, come peraltro prevedibile, che ubriacarsi è associato soprattutto alla frequenza con cui i giovani bevono alcolici (valore del parametro strutturale 0,40, tab. 1)⁸ e all'aver altri amici che eccedono nel bere (0,33). La prima correlazione è ovvia, la seconda segnala l'importanza dei pari nel favorire l'assunzione dei comportamenti giovanili. Ciò evidenzia la dimensione collettiva del bere ne fa una delle principali dimensioni da considerare nello studio del consumo di alcol.

Per quel che riguarda la frequenza con cui si beve, si nota invece che intervengono contemporaneamente più fattori con una forza abbastanza simile. In primo luogo, è ancora il gruppo dei pari ad avere un ruolo importante (0,26): trovarsi con amici che eccedono con gli alcolici ha quindi un doppio effetto sulla possibilità di bere: quello diretto (di cui abbiamo parlato sopra) e quello indiretto, dato che è la principale causa della frequenza con cui bevono. In secondo luogo, troviamo la convinzione che bere sia una cosa che rientra nella normalità e che, se controllata, non è dannosa (0,22). Poiché invece l'idea che bere sia

⁸ I parametri strutturali indicano la forza dei nessi causali fra le variabili e possono quindi grosso modo essere considerati come normali coefficienti di regressione.

esplicitamente dannoso non ha alcun effetto (parametro non significativo), è possibile concludere che sono i messaggi che orientano alla “normalità” piuttosto che al “rischio” ad avere una presa maggiore sui giovani che bevono. Qui entra probabilmente in gioco nuovamente il meccanismo dell’interazione con i pari facendo così passare l’idea che bere troppo non faccia poi male, anzi aiuti a integrarsi meglio nel gruppo. In terzo luogo, la facilità di procurarsi alcolici fa una certa differenza (0,21) e ciò rimarca come avere a disposizione gli alcolici è condizione necessaria seppur non sufficiente.

TAB. 20. Il modello generale del consumo di alcol (n. = 948)

VARIABILI DIPENDENTI	VARIABILI CONSIDERATE ESOGENE							R ²
	Sesso	Età	Facilità di procurarsi alcol	Amici che si ubriacano	Orientamento a considerare l'alcol dannoso	Orientamento a considerare l'alcol non dannoso	Frequenza con cui beve alcolici	
Frequenza con cui beve alcolici	-0,17	Ns	0,21	0,26	Ns	0,22	--	0,31
Quante volte si è ubriacato	Ns	0,12	Ns	0,33	Ns	0,11	0,40	0,50
Facilità di procurarsi alcol	Ns	0,15	--	0,32	Ns	0,21	Ns	0,24
Orientamento a considerare l'alcol non dannoso	0,08	Ns	Ns	0,34	Ns	--	Ns	0,12
NOTE	Ns = non significativo, -- non utilizzato nel modello Indici della bontà di adattamento del modello: Chi.Square (8 df) = 6,12, P=0,63, RMSEA = 0,0.							

Come leggere la tabella

La tabella riporta la stima dei parametri strutturali del modello. Tali parametri variano fra ± 1 , dove +1 indica il massimo del nesso causale in positivo e -1 il massimo in negativo e 0 relazione nulla. Inoltre, dove è riportato il valore “Ns” indica che il parametro non è significativo, vale a dire nullo o vicino allo zero.

Ad esempio, nella prima riga si può ricostruire l’equazione strutturale della frequenza con cui il giovane beve alcolici (*freqbeve*) nel seguente modo:

$$freqbeve = -0,17 * Sesso + 0,21 * Facilità + 0,26 * Amici\ che\ si\ ubriacano + 0,22 * Orientamento\ non\ dannoso.$$

Da ciò si può dedurre che la frequenza è maggiore per i maschi (valore negativo del parametro “Sesso”), per quanti riescono a procurarsi alcol con facilità, per chi ha amici che si ubriacano spesso e per quanti ritengono che non sia dannoso.

Dall’ultima colonna, infine, si nota che questa equazione strutturale riesce a spiegare il 31% (R²) della varianza con cui il giovane beve.

Infine, vi sono differenze secondo il genere, dato che i maschi bevono maggiormente (-0,17). Tale risultato può essere interpretato alla luce dell'inserimento nei gruppi dei pari e dell'adeguamento alle abitudini di svago adottate dai coetanei. È tuttavia interessante notare come le differenze fra maschi e femmine non siano significative per quel che riguarda invece ubriacarsi: ciò fa dunque presagire un'omologazione in tal senso. Tornando agli aspetti psicologici (l'orientamento alla non dannosità dell'alcol se assunto con controllo, oppure l'orientamento opposto che sia sempre tendenzialmente dannoso), notiamo che l'idea negativa del bere non ha alcun effetto sulla possibilità di ubriacarsi o di bere molto (e non incide neppure sulle altre variabili inserite nel modello). Ciò deve essere letto con una certa attenzione poiché indica che le campagne nei confronti dei giovani dovrebbero puntare non tanto sugli effetti negativi dell'alcol, quanto piuttosto sulla consapevolezza e sulla responsabilizzazione del bere moderato. In questo senso, dovrebbero però porsi anche l'obiettivo di riuscire a scardinare il meccanismo e la forza dei gruppi dei coetanei che potrebbero indurre i giovani a credere che per essere alla pari degli amici sia necessario eccedere con l'alcol.

Le differenze secondo il sesso (modello 2)

Dopo aver inquadrato il fenomeno del bere in una prospettiva complessiva, vedremo ora se emergono differenti modi di vivere il rapporto con l'alcol in relazione al sesso.

Dal modello generale abbiamo già osservato che il genere non riveste un ruolo determinante nell'ubriacarsi, anche se incide sulla frequenza con cui i giovani bevono alcolici. In questa analisi cercheremo invece di capire se i meccanismi siano simili per i maschi e per le femmine, e quindi vi sia una certa omologazione, oppure se vi siano modi specifici secondo il genere. Per fare ciò, questo modello replica quello generale all'interno dei gruppi distinti dei maschi e delle femmine, calcolando contemporaneamente i parametri strutturali per ciascun gruppo. I risultati sono riportati nella tabella 21.⁹

L'ipotesi che i maschi dovrebbero avere meno difficoltà a procurarsi alcolici è confermata dalle analisi svolte: per i ragazzi tale possibilità cresce con l'età (0,22, contro solo 0,08 per le

⁹ Questo modello, come il seguente, è un modello multi-gruppo. Nella fase di specificazione del modello, la varianza delle variabili dipendenti è stata lasciata libera di variare per ciascun gruppo. Nelle tabelle sono riportati i parametri strutturali distinti per gruppo e gli indici di bontà dell'adattamento globali.

ragazze, tab. 21), mentre per le femmine aumenta soprattutto attraverso i gruppi di amici che si ubriacano (0,36).

Emergono inoltre differenze anche in relazione all'ubriacarsi e alla frequenza con cui il giovane beve. Rispetto ai maschi, infatti, la possibilità che le femmine si ubriachino non aumenta con l'età (0,24 per i maschi, mentre il parametro non è significativo per le femmine), ma cresce invece notevolmente se si hanno amici che si ubriacano (0,41 contro 0,28 per i maschi). Per quel che riguarda la possibilità di manifestare comportamenti d'abuso, il gruppo dei pari ha dunque per le ragazze un peso ancora maggiore.

Se spostiamo l'attenzione invece sulla frequenza con cui bevono, avviene l'opposto: sono di più i maschi che lo fanno quando hanno amici che si ubriacano (0,34 contro 0,20 per le femmine). Lo avevamo già osservato nel modello generale, ma pure questo risultato lo conferma. Le ragazze, inoltre, bevono di più se sono convinte che sia normale e non sia particolarmente dannoso (0,29 contro 0,14 per i maschi). Emerge quindi per le ragazze una maggior componente motivazionale. Infine, nei maschi la facilità di accedere agli alcolici ne favorisce l'uso più che per le femmine (0,34 contro 0,20).

Si può concludere che il fatto che gli amici eccedano spesso incide su due aspetti diversi a seconda del genere: per i maschi principalmente sulla frequenza con cui si beve e per le femmine sulla possibilità di ubriacarsi. I dati raccolti sembrano confermare che per i maschi conta probabilmente di più "bere in compagnia", mentre per le femmine emerge come il risultato sia soprattutto "ubriacarsi in compagnia". In questo vale l'omologazione al gruppo sia per i maschi, sia per le femmine, ma su livelli differenti (sul piano di eccedere nel bere per i primi e su quello di ubriacarsi per le seconde).

Nel complesso, dunque, il genere è legato in modi diversi al bere alcol. Anche se oggi ragazzi e ragazze condividono quasi sempre le stesse esperienze a livello gruppale, forse nel caso dei maschi agisce di più una pulsione imitativa che li porta ad adeguarsi al gruppo dei pari e ad assumerne i comportamenti dominanti. Per le ragazze, quando questo avviene, è maggiormente possibile l'esito dell'ubriachezza. Molte indagini qualitative mostrano che le ragazze lo fanno per mostrarsi all'altezza dei maschi più grandi e più disinibiti nel gioco della seduzione. Sapere andare "oltre", in questi casi, ha a che vedere con il desiderio delle femmine di mostarsi all'altezza dei ragazzi più grandi, spesso i più interessanti per loro.

Tali risultati suggeriscono la necessità di registrare maggiormente le politiche di dissuasione dal bere incontrollato secondo il genere.

TAB. 21. Il modello del consumo di alcol secondo il genere

VARIABILI DIPENDENTI	GRUPPO	VARIABILI CONSIDERATE ESOGENE						R ²
	Sesso	Età	Facilità di procurarsi alcol	Amici che si ubriacano	Orientamento a considerare l'alcol dannoso	Orientamento a considerare l'alcol non dannoso	Frequenza con cui beve alcolici	
Frequenza con cui beve alcolici	M	Ns	0,26	0,34	Ns	0,14	--	0,33
	F	Ns	0,19	0,20	Ns	0,29	--	0,26
Quante volte si è ubriacato	M	0,24	Ns	0,28	Ns	0,13	0,39	0,51
	F	Ns	Ns	0,41	Ns	0,11	0,41	0,52
Facilità di procurarsi alcol	M	0,22	--	0,28	Ns	0,24	Ns	0,25
	F	0,08	--	0,36	Ns	0,18	Ns	0,23
Orientamento a considerare l'alcol non dannoso	M	Ns	Ns	0,35	Ns	--	Ns	0,12
	F	Ns	Ns	0,32	Ns	--	Ns	0,10
NOTE	Ns = non significativo, -- non utilizzato nel modello Indici della bontà di adattamento del modello: Chi.Square (9 df) =4 ,11, P=0,90, RMSEA = 0,0.							

Cosa cambia in caso di esordio anticipato o meno (modello 3)

Il terzo modello confronta coloro che hanno iniziato a bere giovanissimi (a 10 anni o prima) con quanti hanno iniziato dopo. A questo modello è stata aggiunta la variabile che indica l'aver provato piacere o meno la prima volta che si ha bevuto un alcolico.

Per chi ha sperimentato gli alcolici a 10 anni o prima, la sensazione iniziale è molto importante, tanto da risultare il fattore più elevato della frequenza con cui beve (0,26, contro 0,16 di chi ha iniziato più tardi, tab. 4). Ovviamente, nel valutare tale risultato si deve considerare che l'aspetto sensoriale potrebbe essere amplificato, data la giovane età, anche dalla sovrapposizione con altri eventi in cui è avvenuto il primo assaggio (ad esempio, una festa o una ricorrenza particolare). In questo gruppo, le differenze fra maschi e femmine sono inoltre meno evidenti (il valore del parametro strutturale è -0,09, contro -0,23 per chi ha iniziato a bere dopo i 10 anni).

Fra chi inizia a bere un po' più tardi incide soprattutto l'essere maschio e il desiderio di assaggiare una sostanza che si ritiene abbia anche effetti positivi o, probabilmente, aiuti a sentirsi parte della cerchia di amici che bevono.

A supporto dell'ipotesi che l'esordio precoce all'esperienza del bere sia legato anche alla contingenza, vale a dire al presentarsi dell'occasione, chi ha iniziato più giovane lo fa più spesso se può procurarsi da bere con maggiore facilità, se lo fanno anche gli amici e se lo ha trovato piacevole la prima volta.

TAB. 22. Il modello del consumo di alcol secondo l'età di iniziazione

VARIABLES DIPENDENTI	GRUPPO	VARIABLES CONSIDERATE ESOGENE						R ²
	Quando ha iniziato a bere	Sesso	Facilità di procurarsi alcol	Amici che si ubriacano	Orientamento a considerare l'alcol dannoso	Orientamento a considerare l'alcol non dannoso	Prima sensazione provata	
Frequenza con cui beve alcolici	10 anni o meno	-0,09	0,24	0,25	Ns	0,14	0,26	0,39
	Dopo i 10 anni	-0,23	0,12	0,18	Ns	0,23	0,16	0,27
Facilità di procurarsi alcol	10 anni o meno	-0,08	--	0,31	Ns	0,25	Ns	0,21
	Dopo i 10 anni	-0,08	--	0,37	Ns	0,13	Ns	0,19
NOTE	Ns = non significativo, -- non utilizzato nel modello Indici della bontà di adattamento del modello: Chi.Square (4 df) = 2,14, P=0,71, RMSEA = 0,0							

Conclusioni

Riassumiamo in dodici punti sintetici i principali risultati emersi dall'indagine.

1. Debutto in famiglia: nella maggioranza dei casi il primo assaggio di bevande alcoliche avviene in famiglia, a volte anche in età molto precoce; i giovani bevono per la prima volta durante un pasto oppure in concomitanza con una occasione particolare
2. Diffusione del bere: grossomodo un terzo dei giovani non beve mai, una metà beve occasionalmente, un quinto beve abitualmente. Si beve a pasto, ma prevalgono i ready to drink.
3. Effetto sensoriale: il primo assaggio sembra legato al rapporto successivo col bere: qualora l'evento sia stato associato al piacere è più probabile che poi si beva mentre avrebbe un ruolo dissuasivo se la prima sensazione è stata sgradevole.
4. Caduta della trasgressività: l'accesso all'alcool come comportamento trasgressivo appare molto limitato dal momento che, come si è visto, il debutto avviene nella normalità della famiglia; chi ha bevuto la prima volta con i genitori sembrerebbe essere meno portato a diventare un bevitore abituale
5. Il gruppo come veicolo verso l'abuso: i bevitori abituali hanno con maggiore frequenza iniziato a bere con gli amici; è tra loro che l'abuso di alcolici diventa più probabile; l'essersi ubriacati riguarda l'esperienza di circa un giovane ogni cinque
6. Lo sballo come concetto positivo: tra i giovani bevitori lo sballare è visto come una delle motivazioni per cui si bevono alcolici insieme alla motivazione del "divertimento", non viene invece riconosciuta l'importanza dell'adeguamento al gruppo dimensione invece indicata dai non bevitori o dai bevitori occasionali
7. Le tre dimensioni legate al consumo: i tratti culturali che emergono sono divergenti: tendenza a considerare il consumo di alcool come comportamento desiderabile; tendenza a giustificare il bere sminuendo gli effetti negativi; tendenza a stigmatizzare il consumo in ogni sua forma.
8. Convergenza tra i generi: le distanze tra maschi e femmine sono assai ridotte mostrando una sostanziale omologazione nei comportamenti e negli atteggiamenti, soprattutto nei fenomeni di abuso; per quanto riguarda la frequenza del bere i maschi mantengono tuttavia valori più alti delle loro coetanee

9. Debolezza socializzativa della famiglia: che i genitori parlino o non parlino con i loro figli del bere alcolici sembra irrilevante sull'incidenza dei livelli di consumo e di abuso; tuttavia l'aver iniziato alla presenza dei genitori sembra avere un effetto protettivo
10. Facile accesso al mercato: molti giovani non trovano ostacoli alla possibilità di procurarsi alcolici, probabilmente nella loro stessa casa; l'accesso è condizione necessaria seppur non sufficiente al bere
11. Messaggi diversificati: l'analisi svolta ha evidenziato la necessità di differenziare le campagne di sensibilizzazione tenendo conto delle caratteristiche del target giovanile a cui si rivolgono, delle specificità legate alla transizione verso l'adolescenza e l'età adulta, oltre che delle differenze di genere. Non sembra che messaggi generali riescano ad intercettare le varie sensibilità presenti nell'universo adolescenziale
12. Piste di approfondimento: Un'ultima considerazione riguarda la necessità di cogliere meglio, nelle future ricerche, i meccanismi innescati dalla relazione con i pari: quanto le dinamiche del gruppo si sovrappongono ai valori e alle convinzioni personali? Quale ruolo hanno nel passaggio verso l'adolescenza? Quali sono i messaggi o gli "slogan" veicolati dal gruppo in rapporto agli alcolici? Quali i modelli e gli stili di riferimento? Quali altri comportamenti trasgressivi sono favoriti dal gruppo? Vi sono differenze fra coloro che sono inseriti in cerchie più ampie e chi invece ha pochi amici, magari uno solo? È possibile immaginare di non bere, ma continuare a fare parte ugualmente del gruppo che beve? Queste e altre domande dovrebbero essere indagate più a fondo magari anche con strumenti "qualitativi".