



Центар за омладински рад



IOGT-NTO MOVEMENT

***Odnos mladih prema
alkoholu i presek stanja u
programima omladinskog
rada***

Studija mapiranja

***Centar za omladinski rad
Novi Sad, 2014.***

SADRŽAJ

1. Uvod	4
2. Cilj i zadaci studije	4
3. Metodologija	5
4. Struktura ispitanika istraživanja	5
5. Analiza postojećih dokumenata	6
5.1. Evropski i svetski dokumenti	6
5.2. Srbija – relevantni dokumenti, strategije i istraživanja	7
6. Odnos mladih prema alkoholu i razlozi konzumiranja alkohola	10
6.1. Da li ste ikada probali alkohol?	10
6.2. Asocijacija na alkohol	11
6.3. Sa koliko godina ste prvi put probali alkohol?	12
6.4. Okruženje u kojem su mladi prvi put probali alkohol	14
6.5. Učestalost pijenja alkohola?	16
6.6. Kada pijem alkohol, ja....	17
6.7. Koja alkoholna pića najčešće piješ i zašto?	20
6.8. Da li se mogu dobro provesti bez alkohola?	22
6.9. Pritisak okoline	23
6.10. Alkohol i nasilje	24
6.11. Svest o problemu alkohola	25
6.12. Zaključci i preporuke	26
7. Stanje u omladinskom radu	28
7.1. Struktura ispitanika	28
7.2. Sponzorstvo kompanija koje proizvode alkohol i duvanske proizvode	28
7.3. Konzumiranje alkohola od strane mladih u programima omladinskog rada	30

7.4. <i>Kako reaguju omladinski radnici/e...</i>	32
7.5. <i>Omladinski radnici kao uzori, socijalne mreže i promovisanje alkohola</i>	35
7.6. <i>Politike i procedure udruženja/kancelarija za mlade</i>	37
7.7. <i>Alkohol i rodno zasnovano nasilje</i>	41
7.8. <i>Programi promocije zdravih stilova života</i>	42
7.9. <i>Zaključci i preporuke</i>	45
8. Instrumenti	48
8.1. <i>Instrument za mlade</i>	48
8.2. <i>Upitnik za udruženja/kancelarije za mlade</i>	54

Ovaj materijal u celini finansira Sida (Švedska agencija za međunarodni razvoj i saradnju). Mišljenja unutar ovog materijala nisu nužno mišljenja Sida-e i odgovornost za sadržaj snose isključivo autori materijala.

1.UVOD

Centar za omladinski rad je sproveo studiju mapiranja **“Odnos mladih prema alkoholu i presek stanja u programima omladinskog rada”**, kako bi utvrdio trenutno stanje i kreirao adekvatne programe za prevenciju konzumacije alkohola među mladima. Studija je sprovedena u okviru projekta „Lažna sloboda – Životni stil bez alkohola“, uz podršku Švedske internacionalne organizacije IOGT-NTO, kao deo trogodišnjeg razvojnog programa koji Centar za omladinski rad sprovodi na području Srbije.

Konzumacija alkohola među mladima u Srbiji je prisutna u veoma visokom procentu. Bez obzira na postojanje legislativa koje služe kao mere prevencije ili represije i dalje ne možemo reći da, na nacionalnom nivou, postoji sveobuhvatna strategija i strukturisanje aktivnosti koje se bave ovim problemom. S obzirom na to da je u Srbiji konzumacija alkohola društveno prihvatljiva, alkohol je prisutan u različitim prilikama, od slavlja do žalosti, kao i u svakodnevnom životu. Ovaj problem utiče na mlade koji sve ranije počinju da konzumiraju alkohol, čime alkohol postaje deo njihove svakodnevice. Stoga je potrebno podići svest o postojanju ovog problema koji je sve prisutniji u današnjem društvu, kao i njegovom uticaju na rast i razvoj mladih.

Opšti cilj studije je da se istraži kakav je odnos mladih prema alkoholu, kao i kakvo je trenutno stanje i praksa pružaoca usluga omladinskog rada u odnosu na prevenciju konzumiranja alkohola. Rezultati studije će poslužiti za unapređenje programa i praksi omladinskog rada u odnosu na ovo pitanje.

Studijom su obuhvaćeni pružaoci usluga omladinskog rada u Srbiji u okviru udruženja mladih i udruženja i kancelarija za mlade. Takođe, studijom su obuhvaćeni direktno i mladi, uzrasta 15-30 godina, oni koji su učestvovali u programima omladinskog rada i oni koji nisu. Mladi su imali mogućnost da svoje stavove i iskustvo izraze popunjavanjem onlajn upitnika, kao i učešćem u grupnom intervjuu (fokus grupi). Na ovaj način, osim ispitivanja odnosa mladih prema alkoholu, istraživalo se trenutno stanje u okvirima programa omladinskog rada u Srbiji.

2. CILJ I ZADACI STUDIJE

Zadaci:

- Sprovesti analizu postojećih dokumenata, strategija i zakona.
- Utvrditi stepen konzumiranja alkohola među mladima, posledice i razloge konzumacije.
- Sprovesti analizu postojećih usluga državnih ustanova i OCD koje su fokusirane na smanjenje/prevenciju konzumiranja alkohola među mladima.
- Utvrditi postojeće vrednosti i stavove mladih u odnosu na razloge konzumacije alkohola, društveno prihvatljivo ponašanje i kulturološke norme (odnos mladih prema alkoholu).

Studija će se koristiti kao osnova za kreiranje priručnika za primenu metodologije "Lažna sloboda" (eng. fake free methodology) kroz programe omladinskog rada u Srbiji.

3. METODOLOGIJA

Studija mapiranja je sprovedena u periodu jul-avgust 2014. godine. Obuhvaćen je uzorak od **461 ispitanika/ca**. Za potrebe prikupljanja podataka korištene su metode kvalitativnih i kvantitativnih participativnih tehnika.

Pored analize relevantnih zakona i strategija, sprovedena su dva on-lajn upitnika, pri čemu je, jedan od njih, bio namenjen mladima, dok je drugi upitnik namenjen udruženjima i kancelarijama za mlade koje sprovode programe omladinskog rada. Takođe, u okviru upitnika za mlade, identifikovali smo mlade koji su imali iskustvo učešća u omladinskom radu, te su njima postavljena dodatna pitanja.

Pored upitnika, sprovedene su i dve fokus grupe za mlade u Novom Sadu i Beogradu, kroz koje je obuhvaćeno 16 ispitanika/ca.

4. STRUKTURA ISPITANIKA ISTRAŽIVANJA

Studijom smo obuhvatili ukupno **389 mladih osoba** sa područja Republike Srbije, uzrasta od 15-30 godina. Upitnikom je obuhvaćeno 373 mladih osoba, od čega je 35% muškog i 65% ženskog pola. U odnosu na starosnu dob, najveći broj ispitanika je pripadao grupaciji od 15-19 godina, što je činilo 37% ispitanika, potom grupaciju od 20-24 godine, što je činilo 36%, a najmanji broj ispitanika je pripadao uzrastu od 25-30 godina, ukupno 27%. Kroz fokus grupe je obuhvaćeno 16 ispitanika/ca, od kojih je bilo 12 osoba ženskog pola i 4 osobe muškog pola. Takođe, od ukupnog broja ispitanika, 261 mlada osoba je imala iskustvo učešća u omladinskom radu. Od toga, 16 ispitanika/ca su obuhvaćeni fokus grupom, dok je 245 upitnikom.

Shema prikaza gradova iz kojih mladi dolaze. Slika br.1.

Beograd Kikinda Kragujevac Krusevac
Leskovac Loznica Niš Novi Pazar
Novi Sad Obrenovac Palanka Pancevo
Ruma Sjenica Sombor Sremska Mitrovica
Subotica Temerin Uzice Valjevo Vranje Zaječar
Zrenjanin Čačak Šid

U odnosu na **pružaoce usluga omladinskog rada**, kroz upitnik smo obuhvatili **72 udruženja i kancelarije za mlade** sa područja Republike Srbije. Od ukupno 72 ispitanika, 25% predstavljaju udruženja mladih, 29,17% udruženja za mlade, 29,17% kancelarije za mlade, 6,94% njih se definiše kao ostala udruženja, 5,56% su omladinski centri i 4,17% su međunarodne organizacije. Od ukupnog broja udruženja njih 40,28% pripada članstvu Nacionalne asocijacije praktičara/ki omladinskog rada, 37,5% su članice Krovne organizacije mladih Srbije, 19,44% su članice Nacionalne asocijacije kancelarija za mlade, dok 30,56% ne pripada nijednom savezu.

5. ANALIZA POSTOJEĆIH DOKUMENATA

5.1. Evropski i svetski dokumenti

Kada je u pitanju konzumacija alkohola, mnogi evropski dokumenti prepoznaju mlade kao veoma rizičnu grupu. Neretko je, upravo ova ciljna grupa, targetovana od strane velikih proizvođača alkohola i reklame su upravo namenjene mladima, oslikavajući njihov životni stil, želje i potrebe. U prevenciji konzumacije alkohola među mladima značajnu ulogu može da ima uloga pojedinaca, lokalne zajednice, a time i programa omladinskog rada.

Globalna strategija koje se bavi smanjenjem štetne upotrebe alkohola (WHO, 2010a) predlaže razvoj politika i intervencija na nivou zajednice, kao što je mobilizacija zajednica, a sa ciljem sprečavanja prodaje alkohola i konzumacije od strane maloletnih lica, čime bi se razvilo i podržalo sigurno okruženje bez alkohola, posebno za mlade i druge grupe u riziku¹.

Takođe, globalna strategija prepoznaje potrebu razvijanja programa podrške na lokalnom nivou, kao i politika za rizične grupe kao što su mladi, nezaposlena lica i drugi. Neophodno je baviti se konkretnim pitanjima proizvodnje i distribucije nedozvoljenih i tzv. neformalnih pića koja se neretko prodaju na različitim događajima u lokalnim zajednicama, kao što su sportski događaji i lokalni festivali.

Istraživanja ukazuju na to da je postavljanje starosne granice pri kupovini alkoholnih pića efikasan način koji dovodi do smanjenja potrošnje alkohola među mladima (Wagenaar et al., 2005.). Određivanje starije starosne granice ima veću verovatnoću da spreči konzumaciju alkohola kod mladih, u odnosu na mlađu starosnu granicu (Wechsler and Nelson, 2010.). U Srbiji, zakon nalaže da se mladima ispod 18 godina ne prodaje i ne služi alkohol. U isto vreme, međutim, za mlade važi tolerancija za vožnju pod uticajem alkohola u iznosu od 0.03 promila.

Veliki deo literature navodi da bi povećanje cene alkohola bio efikasan način smanjenja štetne upotrebe alkohola među svim korisnicima, kao i među mladima. Takođe, istraživanja navode da, kako raste cena alkohola, tako se smanjuje morbiditet pripisan alkoholu, kao i pad mortaliteta (Wagenaar et al., 2009; 2010.; Elder et al., 2010.).

Brojne logitudinalne studije su pokazale da mladi, koji su izloženi marketinškoj promociji alkohola, imaju veću verovatnoću da počnu da piju ili, ako već piju, da piju više (Anderson et al., 2009.). Marketing može imati značajan uticaj na potrošnju alkohola u nisko i srednje razvijenim zemljama koje imaju viši nivo mlađe populacije, visoku stopu odrasle (a naročito ženske) apstinencije i razvoj tržišta alkoholnih pića (Babor et al., 2010.; Jernigan, 2013.). Takođe, utvrđeno je da mladi imaju manju averziju prema rizicima, te se češće nesmotreno ponašaju dok su pod uticajem alkohola.

Kada je u pitanju evropski nivo, 2001. godine **Evropski Savet** je usvojio Preporuke koje se fokusiraju na konzumiranje alkohola od strane mladih, posebno dece i adolescenata, 2001/458/EC (OJ L 161,

¹ WHO izveštaj za 2014, str. 80

16.6.2001, p. 38), kao i set zaključaka koji se jasnije poziva na sveobuhvatnu strategiju za smanjenje štete uzrokovane konzumiranjem alkohola (OJ C 175, 20.6.2001.). Ovo je ponovljeno u zaključcima Saveta 2004. godine. Alkohol politika je istaknuta kao prioritet prvog programa akcije Saveta u oblasti javnog zdravlja (2003.-2008.). U ovoj fazi je prepoznato da postoji sve više dokaza da su nacionalni problemi javnog zdravlja, a u vezi sa alkoholom, postali sve rasprostranjeniji širom EU, posebno u odnosu na probleme u ponašanju mladih pod uticajem alkohola. U oktobru 2006. godine, Komisija je usvojila prvu "EU alkohol strategiju za podršku zemljama članicama u smanjenju štete u vezi sa alkoholom".

Prema **Globalnom izveštaju stanja o alkoholu i zdravlju 2014.** godine, ovo su neke od ključnih činjenica na globalnom nivou²:

- Širom sveta svake godine umre 3,3 miliona ljudi zbog štetne upotrebe alkohola, a to predstavlja 5,9% svih smrtnih slučajeva.
- Štetna upotreba alkohola je uzročni faktor u više od 200 bolesti i povreda.
- Ukupno 5,1% globalnog opterećenja bolestima i povredama se pripisuje alkoholu, kako je prikazano u DALYs (*eng. Disability Adjusted Life Years*)
- Konzumiranje alkohola izaziva smrt i invaliditet i u relativno ranim godinama života. U starosnoj grupi od 20-39 godina, oko 25% od ukupnog broja smrtnih slučajeva su pripisani alkoholu.
- Postoji uzročna veza između štetne upotrebe alkohola i niza mentalnih poremećaja i poremećaja ponašanja, drugih nezaraznih stanja, kao i povreda.
- Najnoviji uzročni odnosi su uspostavljeni između štetnog opijanja i učestalosti zaraznih bolesti kao što je tuberkuloza, kao i razvoj HIV/SIDA.
- Osim zdravstvenih posledica, štetna upotreba alkohola dovodi do značajnih socijalnih i ekonomskih gubitaka kod pojedinaca, kao i društva u celini.

5.2. Srbija – relevantni dokumenti, strategije i istraživanja

Zakon o zaštiti potrošača, član 26, zabranjuje prodaju, služenje i poklanjanje alkoholnih pića licima mlađim od 18 godina, a trgovac nije dužan da proda ili posluži alkoholno piće dok mu potrošač ne omogući uvid u važeću ličnu kartu, pasoš ili vozačku dozvolu.

Prema članu 148, u vršenju inspeksijskog nadzora, nadležni inspektor ima sva prava, dužnosti i ovlašćenja koja su propisana ovim zakonom i zakonima kojima se uređuje inspeksijski nadzor u odgovarajućoj oblasti. Pravno lice koje ne postupa u skladu sa ovim članom zakona, prema članu 151, može biti kažnjeno novčanim iznosom od 300 hiljada do dva miliona dinara, dok je za fizička ili odgovorna lica, taj iznos od 50 do 150 hiljada.

² *Global status report on alcohol and health 2014.*

Primer: "UPOZORENJE - Preduzetnik koji, pri prometu alkoholnih pića koja se troše na licu mesta, daje alkoholna pića očigledno pijanom licu ili maloletnom licu koje nije navršilo 16 godina života, čini prekršaj iz člana 11. Zakona o javnom redu i miru ("Sl. glasnik RS", broj 51/92 i 101/05).".

Ovo upozorenje mora biti istaknuto na vidnom mestu u prodavnicama prehrambenih proizvoda, pored kase (A4 format), a u ugostiteljskim objektima na vidnom mestu, unutar šanka (A3 format).

Takođe, Zakon o javnom redu i miru Republike Srbije navodi u članu 11:

"Ko, pri prometu alkoholnih pića koja se troše na licu mesta, daje alkoholno piće očigledno pijanom licu ili maloletnom licu koje nije navršilo 16 godina života – biće kažnjen novčanom kaznom do 10.000 dinara ili kaznom zatvora do 30 dana. Za prekršaj iz stava 1. ovog člana - pravno lice biće kažnjeno novčanom kaznom do 50.000 dinara, preduzetnik novčanom kaznom do 25.000 dinara, a odgovorno lice novčanom kaznom do 10.000 dinara."

Nacionalna strategija za mlade u Republici Srbiji 2009-2014 u nekoliko segmenata naglašava potrebu za kreiranjem zdravog i sigurnog okruženja za mlade. U okviru kvalitetnog provođenja slobodnog vremena mladih, naglašava se važnost prevencije alkoholizma među mladima. Takođe, u oblasti bezbednosti mladih je identifikovana neophodnost reakcije na probleme izazvane konzumiranjem alkohola, kao što je vožnja u alkoholisanom stanju, dok se, u oblasti zdravlja mladih, akcenat stavlja na generalnu zaštitu mladih od zloupotrebe alkohola, kao i na smanjenje rizičnog ponašanja u alkoholisanom stanju koje, između ostalog, dovodi do širenja seksualno prenosivih infekcija.

U Srbiji je usvojena **Strategija za borbu protiv zloupotrebe droga** (2008.) za period 2009.-2013., koja obuhvata problem alkoholizma. Ovim su regulisana osnovna pravila saradnje i rada različitih sektora u društvu. Nacionalna Strategija za borbu protiv droga Republike Srbije je usvojena u februaru 2009. godine. Strategija pokriva period od 2009. do 2013. godine i uključuje akcioni plan. Nacionalna Strategija i akcioni plan se fokusiraju na: koordinaciju, smanjenje potražnje, smanjenje ponude, informacije, istraživanja i evaluaciju, međunarodnu saradnju i smanjenje štete.

Od 2009. do aprila 2011. godine, Evropska unija je podržala Vladu Republike Srbije u implementaciji strategije projektom „Implementacija Strategije za borbu protiv droga”. Glavni korisnik projekta bilo je Ministarstvo zdravlja, a uključena su i druga ministarstva: Ministarstvo prosvete, Ministarstvo unutrašnjih poslova, Ministarstvo pravde, Ministarstvo omladine i sporta. Ovaj projekat je podržao aktivnosti u oblasti politike droga, zakona, promocije zdravlja i edukacije, medijsku kampanju, lečenje, smanjenje štete i socijalnu integraciju.

Na osnovu Nacionalne strategije, Pokrajinski sekretarijat za sport i omladinu je, u saradnji sa Pokrajinskim sekretarijatom za zdravstvo, sačinio **Akcioni plan za borbu protiv droge u AP Vojvodini** koji obuhvata mere reakcije na problem alkoholizma.

Evropsko školsko istraživanje o upotrebi alkohola i drugih droga (ESPAD) iz 2008. godine, predstavlja izvore informacija o upotrebi alkohola među mladima dobijene istraživanjem zdravlja koje sadrži pitanja i istraživanja o upotrebi alkohola. Istraživanje pruža prve i detaljne podatke o upotrebi alkohola i drugih

droga kod učenika, uzrasta 16 godina, na teritoriji Republike Srbije. Podaci iz istraživanja su značajan putokaz i podrška kod određivanja prioriteta i planiranja. Poseban problem među učenicima je konzumiranje alkoholnih pića, na šta ukazuju podaci da je devet, od deset učenika (89,1%), bar jednom tokom života, popilo jedno ili više alkoholnih pića, a da jedna četvrtina školske dece (24,9%) redovnije konzumira alkoholna pića.

Postojanje problema zloupotrebe alkohola dokazuju istraživanja po kojima se 42,2% učenika, bar jednom tokom života napilo, nešto manje od jedne trećine (29,7%) se, bar jednom, napilo u prethodnih 12 meseci, čak trećina učenika (32,0%) je, bar jednom prilikom u poslednjih mesec dana, popilo pet ili više pića zaredom (tzv. "binge drinking" ili ekscesivno pijenje).

Podatak da je 8,4% učenika prijavilo prvo napijanje sa 13 godina i manje, naglašava značaj ranog otpočinjanja preventivnih programa.

Uprkos zakonski regulisanoj zabrani prodaje i služenja alkoholnih pića maloletnim licima, čak 40,5% učenika su mišljenja da su im žestoka piće lako dostupna, dok više od polovine učenika misli da bi veoma lako mogli da kupe pivo i vino.

Učenici gimnazija i srednjih stručnih škola češće navode upotrebu alkohola od učenika srednjih zanatskih škola. Učenici iz velikih i malih gradova češće probaju da piju alkohol od učenika iz seoskih sredina.

Visok je procenat mladih koji, iz znatiželje, odluče da probaju alkohol, a značajno je manji procenat mladih koji nastavljaju da ga konzumiraju. Mladići češće i više piju od devojaka, češće se napijaju i mnogo ranije probaju alkohol od devojaka.

Mladi nisu u dovoljnoj meri svesni rizika upotrebe alkoholnih pića.

Prema **finalnom izveštaju, Zdravlje mladih u Republici Srbiji**, koje je u **junu 2009.** godine izdao Institut za javno zdravlje Srbije „Dr. Milan Jovanović Batut“, u delu koji govori o upotrebi alkohola među mladima, navodi se da upotreba alkoholnih pića u ranim godinama predstavlja rizično ponašanje iz više razloga, a pre svega, jer su dejstva alkohola na psihofizičko stanje mladog organizma neuporedivo negativnija i sa ozbiljnijim posledicama na ukupno zdravlje, nego što je to slučaj kod konzumiranja alkohola od strane odrasle osobe. Takođe, konzumiranje alkohola među mladim ljudima govori i o mogućem riziku u pogledu prihvatanja određenih „zavisničkih navika“, stilova života i sistema vrednosti.

Prema podacima iz nacionalnog istraživanja zdravlja sprovedenog 2006. godine u Srbiji, čak 55,7% mladih, uzrasta 15–29 godina, konzumira alkohol. Približno dve trećine mladića (65,8%) i svaka druga devojka (53,4%) piju alkoholna pića. Broj mladih koji ne piju alkohol opada sa uzrastom, tako da je najveći u starosnoj grupi 15-19 godina (63,6%).

Procenat mladih koji ne konzumiraju alkohol je najveći u Centralnoj Srbiji (47,0%), dok je najmanji u Beogradu (39,0%). Ukupan broj mladih uzrasta 15-29 godina koji ne piju alkoholna pića (44,3%) je, u 2006. godini, smanjen u odnosu na 2000. godinu (58,7%) za 14,4%. Rezultati pilot istraživanja među korisnicima usluga Savetovaništva za mlade u primarnoj zdravstvenoj zaštiti iz 2008. godine, u okviru

projekta „Unapređenje zdravlja mladih na Balkanu“, pokazuju da 42,7% korisnika Savetovaništva konzumira alkoholna pića, pri čemu, mladići to čine u znatno većem broju (61,5%) u odnosu na devojke (31,8%).

Najveći broj mladih koji ne piju alkoholna pića nalazimo među najmlađima tj. u uzrasnoj grupi od 15-19 godina starosti (58,6%). Veći broj mladih koji konzumira alkoholna pića je registrovan u Beogradu (45,1%) i Centralnoj Srbiji (42,8%), u odnosu na Vojvodinu (31%)

6. ODNOS MLADIH PREMA ALKOHOLU I RAZLOZI KONZUMIRANJA ALKOHOLA

Kroz upitnik i fokus grupe, želeli smo da uvidimo kakav je odnos mladih prema alkoholu i koji su razlozi konzumiranja alkohola. Interesovalo nas je koje su im asocijacije na reč alkohol, da li su ga ikada probali i, ukoliko jesu, sa koliko godina su to učinili i u kakvom okruženju. Interesovalo nas je koje alkoholno piće piju i zašto, kao i koji su najčešći razlozi zbog kojih konzumiraju alkohol?

6.1. Da li ste ikada probali alkohol?

Prvo pitanje koje smo postavili ispitanicima je „***Da li ste ikada probali alkohol?***“. 96% ispitanika je odgovorilo pozitivno, dok je svega 4 % ispitanika odgovorilo negativno. Od 4 % ispitanika koji nikada nisu probali alkohol, 66,67% je starosne dobi od 15 -19 godina, 26,67% starosne dobi od 25-30 i 6.67% od 20-25 godina. Od toga, 60% je bilo muškog pola, 40% ženskog pola. Gore navedeno stanje u društvu je potvrđeno kroz fokus grupe, u kojima su skoro sve osobe probale alkohol.

Na osnovu rezultata možemo da vidimo u kojoj meri je konzumiranje alkohola sastavni i opšte prihvaćen deo naše kulture i usvojenog ponašanja. Od ukupno 373 ispitanika, svega 15 njih nikada nije probalo alkohol. Interesantan je podatak da osobe koje nikada nisu probale alkohol, većinom dolaze iz Sandžaka (Novi Pazar, Sjenica, Tutin) u kom je prisutno stanovništvo islamske veroispovesti koja zabranjuje upotrebu alkohola.

Shematski prikaz br.2 :“Da li ste ikada probali alkohol?”



6.2. Asocijacija na alkohol

Zamolili smo ispitanike/ce da napišu koja je njihova asocijacija na reč **alkohol**. **Najčešće reči koje su navedene su:** *izlazak, pijanstvo, provod, žurka, zabava, opuštanje, društvo, slavlje, potom, nazivi alkoholnih pića (koje ispitanici verovatno najčešće piju) poput vino, vinjak, vodka, pivo itd. Takođe se pojavljuju i asocijacije poput zavisnost, bolest, gubitak kontrole, nesreća, preterivanje, problem, smrt.*

Shematski prikaz br. 3; Asocijacija na alkohol

Alkohol Bolest Društvo Gubitak Kontrole
 Izlasci Izlazak Ljudi Nesreća Opijanje
 Opustanje Pice Pijanstvo Pivo
 Ponasanje Povraćanje Preterivanje Problem Provod
 Rakija Slavlje smrt Uživanje Vinjak Vino Vodka
 Zabava Zavisnost Zurka

Kroz dalju analizu, utvrdili smo da najveći deo ispitanika (58,44%) imaju pozitivne asocijacije na alkohol (*izlazak, druženje, zabava, provod, opuštanje, slavlje*). Nije zanemarljiv podatak da 38,6% ispitanika ima negativne asocijacije (*gubitak kontrole, nesreća, preterivanje, zavisnost, bolest, smrt*), dok 2,95% ima neutralne asocijacije (*medicinski alkohol, hemijska jedinjenja alkohola, dezinfekcija itd*).

Interesovalo nas je i da li postoji razlika u asocijacijama u odnosu na pol, pri čemu smo dobili sledeće rezultate: 58,1% osoba ženskog pola ima pozitivne asocijacije na alkohol, 32,78% negativne i 9,54% neutralne. Kod osoba muškog pola imamo 59,37% ispitanika koji imaju pozitivne asocijacije, 28% negativne, a 15,6% neutralne.

Kroz fokus grupe smo takođe dobili vrlo slične rezultate po kojima su asocijacije na alkohol često neutralno pozitivne, alkohol se posmatra ravnodušno, kao sastavni deo proslava i srpske kulture. Takođe se u manjoj meri prepoznaje negativan uticaj alkohola i potreba za depopularizacijom istog.

Shematski prikaz br.4: „Asocijacije na alkohol – osobe ženskog pola“

Alkohol Drustvo Gubitak Kontrole Izlasci
 Izlazak Kolicinama Ljudi Mucinina Nesreca Opijanje
 Opustanje Pice Pijanstvo Pijem Pivo
 Ponasanje Povracanje Preterivanje Provod
 Rakija slavlje Tequila Uživanje Vino Vodka
 Zabava Zavisnost Zurka

Shematski prikaz br.5: „Asocijacije na alkohol – osobe muškog pola“

Alkohol Drustvo Izlasci Izlazak Mamurluk Opijanje
 Pijanstvo Pivo Piće Povracanje Problem
 Provod Rakija Smrt Vinjak Zabava Zurka

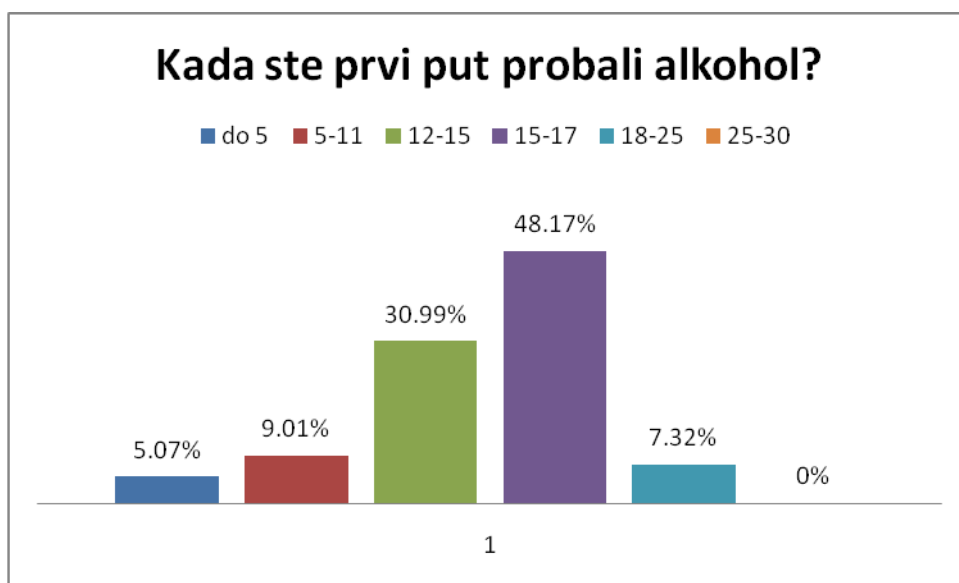
Na osnovu dobijenih rezultata, možemo da potvrdimo već poznatu činjenicu da i pored toga što postoji svest o štetnosti alkohola i mogućim posledicama konzumiranja istog, uglavnom prevladava pozitivno mišljenje o alkoholu. Alkohol ima status sredstva za opuštanje, relaksaciju i zabavu. Takođe, u odnosu na pol, možemo da primetimo da osobe muškog pola imaju nešto pozitivnije viđenje alkohola, ali da ne postoji neka značajna razlika koja je uslovljena polom. Mala razlika se uočava u odnosu na negativne asocijacije, gde uviđamo da osobe ženskog pola i pored relativno jednakog pozitivnog viđenja alkohola kao i osobe muškog pola, pokazuju nešto veću svest o negativnim posledicama konzumiranja alkohola. Jedinu značajnu razliku u asocijacijama vidimo kod osoba koje su se izjasnile da nikada nisu probale alkohol, pri čemu su sve asocijacije imale negativan predznak (smrt, pijanstvo, bolest, gubitak kontrole, neprijatan miris osobe, alkoholizam).

6.3. Sa koliko godina ste prvi put probali alkohol?

Ispitanicima koji su se izjasnili da su probali alkohol, postavljeno je pitanje sa koliko godina su prvi put probali alkohol, pri čemu su imali mogućnost otvorenog odgovora koje smo kasnije svrstali u sledeće kategorije: a) do 5 godina, b) od 5-11 god, c) od 12-14 god, d) od 15-17, e) od 18-25 god, f) od 25-30 god.

Rezultati ukazuju na to da mladi najčešće probaju alkohol u srednjoj adolescenciji. Čak 48,17% njih je prvi put probalo alkohol kada su imali 15-17 godina, dok je u ranoj adolescenciji procenat 30,99% mladih koji su probali alkohol kada su imali 12-14 godina. Ono što je interesantno je da se 5,07% ispitanika izjasnilo da su prvi put probali alkohol do svoje 5 godine, a 9,01% od 5-11 godine, što ukupno čini 14,08% ispitanika koji su probali alkohol do svoje 11 godine. Niko od ispitanika se nije izjasnio da je prvi put probao alkohol od svoje 25-30 godine, dok je 7,32% njih je reklo da su prvi put probali alkohol kada su imali 18-25 godina.

Grafikon br. 6: “Sa koliko godina su mladi prvi put probali alkohol”.



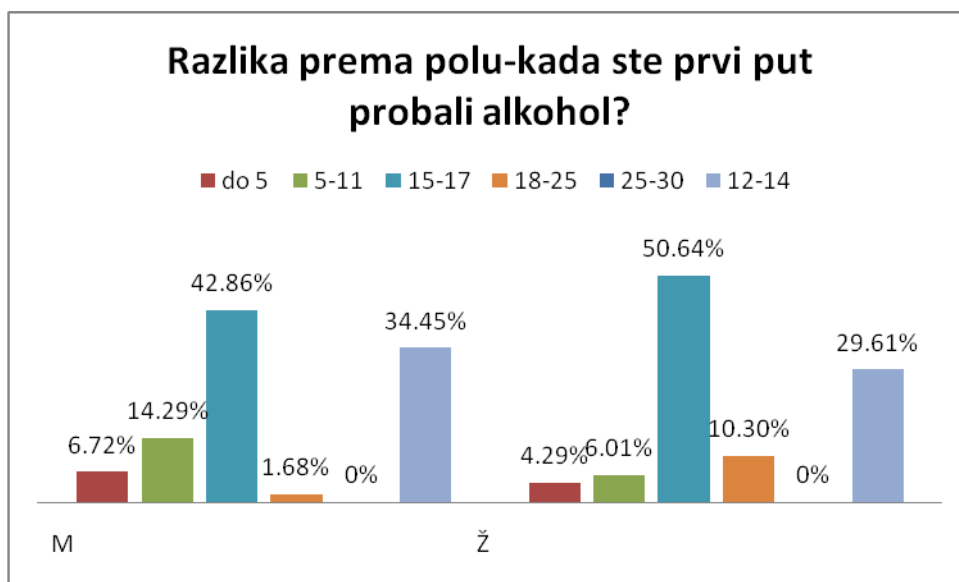
Zabrinjavajuća je činjenica da je, prema rezultatima, veća verovatnoća da će dete do svoje 11 godine prvi put probati alkohol, nego od 18 -30 godine, kao i da je njih svega 7,32% probalo prvi put alkohol kada su bili punoletni i kada je to zakonski dozvoljeno. Rezultati nas upućuju na društvene norme pod čijim uticajem dete i mlada osoba odrastaju, a po kojima je alkohol deo svakodnevnog života i opšte je prihvaćen. Visok procenat od 14,08% ispitanika/ca koji su se izjasnili da su probali alkohol do svoje 11 godine nas upućuje da je konzumiranje alkohola ohrabrivano od strane porodice i uže rodbine, što ćemo na sledećem pitanju sagledati detaljnije. Svakako je najveći procenat mladih koji su prvi put probali alkohol u ranoj i srednjoj adolescenciji, što je karakteristično za ovaj starosni uzrast. Period adolescencije donosi želju za samopotvrđivanjem, izgradnjom stavova i testiranjem granica. Eksperimentisanje sa alkoholom je podstaknuto radoznalošću, željom za dokazivanjem, a pod uticajem okoline i društva.

Takođe, interesovalo nas je da li postoji razlika u odnosu na pol. Rezultati pokazuju da mladići nešto ranije probaju alkohol nego devojke. U obe grupe, najveći procenat mladih su prvi put probali alkohol **od 15 – 17 godine** (M – 42,86%, Ž – 50.64%). U ovom starosnom dobu je nešto veći broj devojaka koje su prvi put probale alkohol, dok mladići u odnosu na devojke prednjače u dobu od 12-14 godina. 34,45% mladića je odgovorilo da su u ovom periodu prvi put probali alkohol, dok se za ovu dob izjasnilo 29,61% devojaka. Takođe, ukoliko sagledamo raniju dob od 5-11 godina, dečaci ponovo prednjače: u ovom uzrastu je prvi put probalo alkohol 14,29% dečaka i 6,01 % devojčica. 6,72% mladića i 4,29% devojaka se

izjasnilo da su do svoje 5 godine probali alkohol. 10,30% devojaka i svega 1,68% mladića su prvi put probali alkohol u starosnom dobu od 18-25 godina. U skladu sa prethodnom analizom, niko od ispitanika se nije izjasnio da je prvi put probao alkohol u uzrastu od 25-30 godina.

Sagledavajući rezultate, možemo da vidimo da mladići nešto ranije probaju alkohol, odnosno, devojke to iskustvo odlažu za kasnije. Ovo, takođe, upućuje na pretpostavku u odnosu na društvene norme, pri čemu istraživanje navodi na zaključak da se dečaci više ohrabruju unutar uže porodice da probaju alkohol nego devojčice. Do 5 godine života imamo podjednako izjašnjavanje i kod mladića i devojaka, razlika je u svega 2 %. U tom periodu, u skladu sa društvenim normama, deci se često utrljava alkohol u desni u periodu kada im izbijaju zubići, kako bi se ublažio bol, ili im se daje malo alkohola iz zabave, kako bi se uvidela njihova prva reakcija. Gledajući motive, u tom periodu nema razloga za neku razliku u odnosu na pol. Sa druge strane, značajnija razlika se već uviđa u periodu od 5-11 godine života, kada deca već uveliko počinju da uče svoje rodne uloge. Najčešće poruke koje se šalju dečacima u odnosu na alkohol su: „nisi dovoljno muško ako ne piješ“; „hajde, popij jednu, malo da očvrsneš“ itd. Razlika između procenta dečaka i devojčica koji su imali prvo iskustvo sa alkoholom u ovom uzrastu, iznosi preko 8%. Razlika u korist dečaka se nastavlja i u dobu od 12-14 godina. Devojke počinju da prednjače u dobu od 15-17 godine, a potom i u dobu od 18-25. Dakle, kod devojaka, prvo iskustvo probanja alkohola se nastavlja i do uzrasta od 18-25, dok kod mladića ono većinski završava u uzrastu od 15-17 godina.

Grafikon br. 7: “Sa koliko godina su mladi prvi put probali alkohol” – razlika prema polu

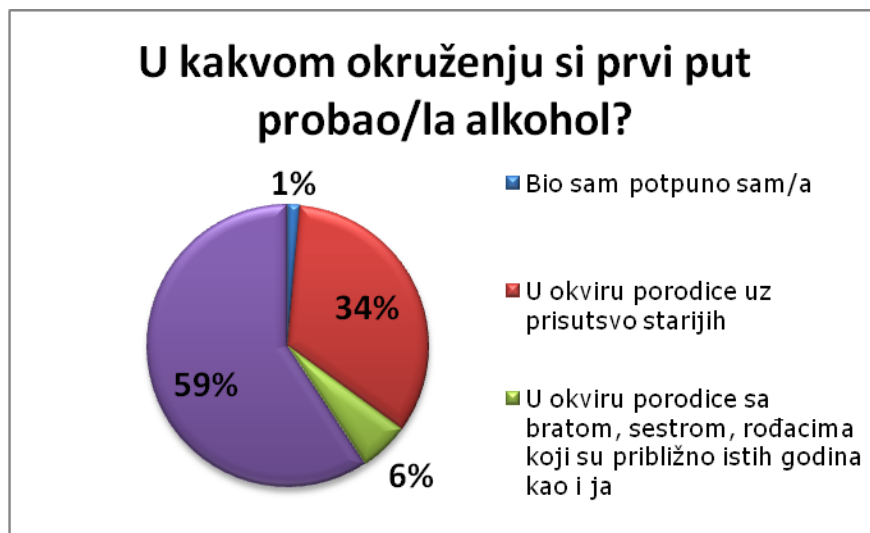


6.4. Okruženje u kojem su mladi prvi put probali alkohol

Ispitanike smo pitali u kakvom okruženju su prvi put probali alkohol, kako bismo dopunili prethodno pitanje. Ispitanici su imali priliku da odaberu nekoliko ponuđenih odgovora, kao i da dopišu drugo. Prema ponuđenim odgovorima, njih 59% prvi put je probalo alkohol sa društvom, potom 34% njih u

okviru porodice, uz prisustvo starijih, 6% u okviru porodice sa bratom, sestrom, rođacima koji su približno istih godina kao i ispitanici, dok je 1% ispitanika odgovorilo da su alkohol prvi put probali kada su bili sami.

Grafikon br.7: “U kakvom okruženju si prvi put probao/la alkohol”.



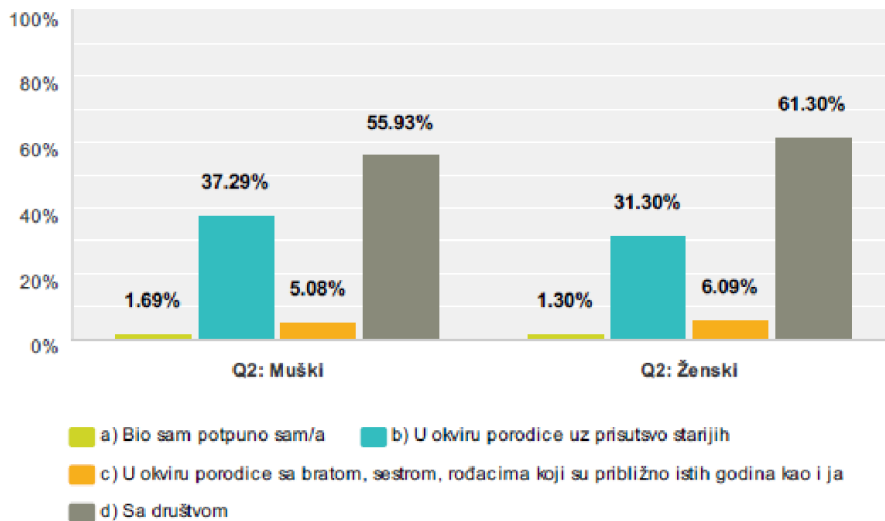
Pri analizi ovog pitanja utvrdili smo da li postoji razlika u odnosu na pol. Iz rezultata se uviđa razlika od 5,37% u korist devojaka koje su alkohol prvi put probale sa društvom. Sa druge strane, uočava se razlika od 6% u korist mladića koji su prvi put probali alkohol u okruženju porodice, uz prisustvo starijih. Procenat situacija u kojima su mladi prvi put konzumirali alkohol kada su bili sami ili u okviru porodice sa bratom, sestrom i rođacima istih godina, je podjednak. Iz razgovora sa devojka unutar fokus grupa je vidljivo da su devojke podjednako podložne uticaju vršnjaka u pogledu konzumiranja alkohola, da, čak i ako im ne prija alkohol, konzumiraju ga u društvu, kako bi bile prihvaćene i ujedno se osećale sigurno.

Na osnovu dobijenih odgovora, dodatno potvrđujemo prethodnu analizu. Konzumiranje alkohola je, kao što je prethodno rečeno, opšte prihvaćeno ponašanje u društvu, sastavni deo društvenih normi i to je ponašanje koje se uči. Ono, na svojevrstan način, predstavlja i društvenu inicijaciju za ulazak u odraslo doba, jer je alkohol namenjen odraslima, što potvrđuje i činjenica da je svega 1% ispitanika alkohol probalo kada su bili sami. Ovakav ulazak u svet odraslih deca i mladi započinju u okviru svoje vršnjačke grupe kao sastavni deo adolescencije i eksperimentisanja, ali i u okviru porodice, pri čemu se, između ostalog, uče i rodnim ulogama. Najviše je njih koji to upravo rade u okviru svoje vršnjačke grupe, ali druga po redu je porodica, uz prisustvo starijih. Sagledavajući razlike u odnosu na pol, devojke to češće čine, kao sastavni deo eksperimentisanja u okviru svoje vršnjačke grupe, dok su mladići češće ohrabrivani u okviru porodice, što je potpuno u saglasnosti i sa rezultatom u odnosu na dob kada prvi put probaju alkohol. Iz ovoga možemo da vidimo da su dečaci stavljeni pod nešto veći pritisak da usvoje takvo ponašanje od devojčica, mada ni devojčice ne podležu mnogo manjem pritisku.

Interesantan podatak je da, od 34% ispitanika, mladića i devojaka koji su prvi put probali alkohol u okruženju porodice, uz prisustvo starijih, samo njih 0,85% je bilo punoletno. Dakle 99,15% ispitanika je

ohrabrivano u okviru porodice za konzumiranje alkohola dok su još bili maloletni, od toga je 68.38% ispitanika probalo alkohol dok su još pripadali kategoriji dece do svoje 14 godine života.

Grafikon br.8: "U kakvom okruženju si prvi put probao/la alkohol"-razlika prema polu



6.5. Učestalost pijenja alkohola?

Ispitanici su u upitniku odgovarali na pitanje koliko često su pili alkohol u poslednjih mesec dana, pri čemu su imali mogućnost da odaberu ponuđene odgovore. Rezultati pokazuju da je 2,2% ispitanika pilo alkohol svaki dan, 19% do 3 puta nedeljno, 30,4% samo vikendom, 29,9% jednom mesečno i 18,4% nijednom.

Grafikon br.9: "Učestalost pijenja alkohola".

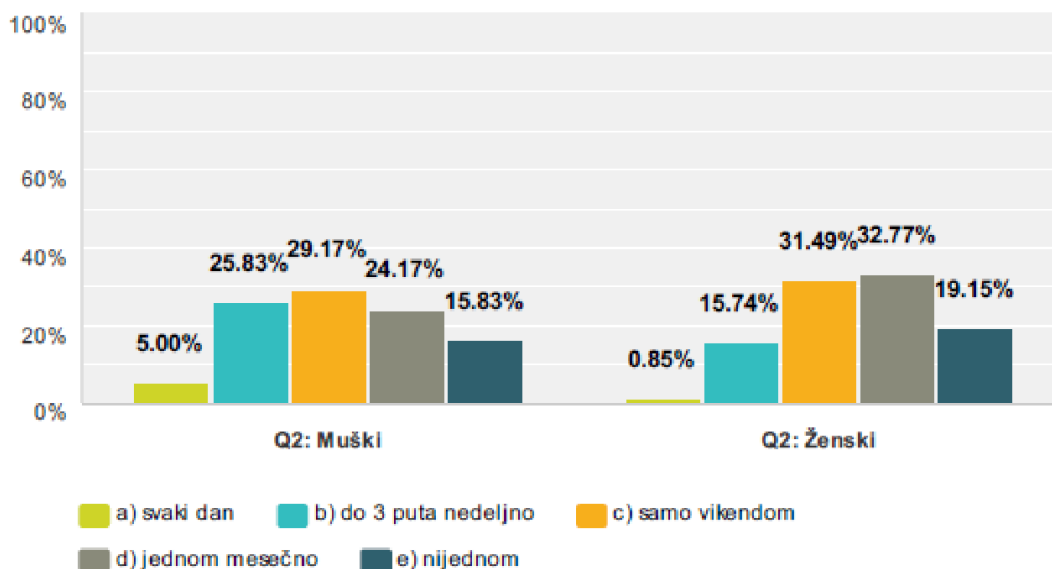


Na osnovu rezultata možemo videti da je najveći broj ispitanika odgovorio da konzumiraju alkohol samo vikendom (30,4%) ili jednom mesečno (29,9%). Ovaj podatak ujedno upućuje i na rezultate koje smo dobili kroz **pitanje asocijacije** na alkohol gde se alkohol povezuje sa žurkama, proslavama, izlascima. Na

osnovu ova dva podatka, može se doći do pretpostavke da mladi većinski konzumiraju alkohol upravo tokom večernjih izlazaka vikendom ili na nekim žurkama. Sa druge strane, 19% ispitanika je odgovorilo da alkohol konzumira do 3 puta nedeljno, što već upućuje na ustaljenu naviku koja se ne povezuje toliko sa “provodom”, već na čin uživanja i opuštanja. Nije zanemarljiva činjenica da više od polovine ispitanika, odnosno 51,6%, konzumira alkohol na nedeljnoj osnovi.

Proverili smo da li postoji razlika u odnosu na pol. Uočeno je da mladići češće konzumiraju alkohol od devojaka. U odnosu na devojke, 4,15% više mladića konzumira alkohol svaki dan, takođe 10,09% više mladića se izjasnilo da konzumira alkohol do tri puta nedeljno. 8,6% mladića u odnosu na devojke manje pije alkohol jednom mesečno, kao i što se 3,3% mladića manje u odnosu na devojke izjasnilo da nisu pili ni jednom. Kada je u pitanju konzumiranje alkohola tokom vikenda, uočena je razlika od 2.32% u korist devojaka, odnosno da one tada češće konzumiraju alkohol.

Grafikon br.10: “Učestalost pijenja alkohola”-razlika prema polu.



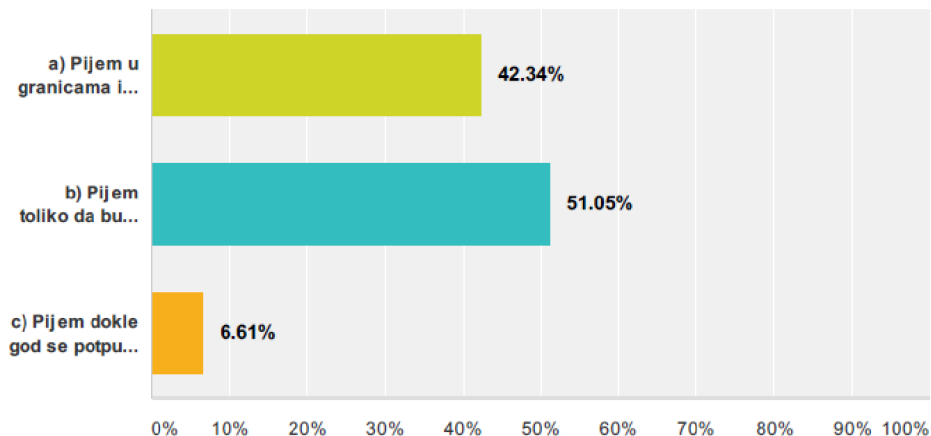
Ukoliko uzmemo u obzir podatke iz prethodnih pitanja koji ukazuju na to da mladići ranije počinju da konzumiraju alkohol i da su više podložni pritisku usvajanja ponašanja u odnosu na konzumiranje alkohola, razlika u konzumiranju alkohola prema polu nije iznenađujuća. Samim tim, za očekivati je da će mladići češće konzumirati alkohol od devojaka.

6.6. Kada pijem alkohol, ja....

Nadalje, pitali smo ispitanike/ce koji su to razlozi za konzumiranje alkohola koje je povezano i sa količinom alkohola koji mladi popiju. Imajući u vidu da svaka osoba ima različitu toleranciju na alkohol, umesto pitanja koliko pića popiju, postavili smo im sledeće pitanje: „**Kada pijem alkohol, ja...**“: a) pijem u granicama i pazim da se ne napijem; b) pijem toliko da budem malo pijan/a, ali da imam kontrolu nad

svojim telom; c) pijem dokle god se potpuno ne napijem, d) drugo. Ispitanici su imali mogućnost da odaberu jedan od navedenih odgovora.

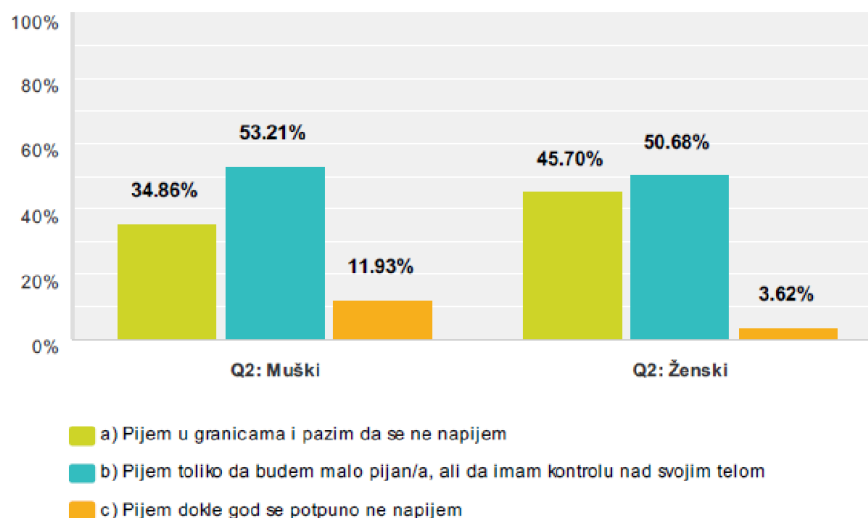
Grafikon br.11: „Kada pijem alkohol, ja...”



Na osnovu rezultata, možemo videti da je najveći broj mladih odgovorilo da pije toliko da bude malo pijan/a, ali da ima kontrolu nad svojim telom (51.05%). 42,34% njih je odgovorilo da pije u granicama i da paze da se ne napiju, dok je 6,61% njih odgovorilo da piju dok god se potpuno ne napiju.

Kada smo sagledali razliku u polu, rezultati ponovo ukazuju na to da mladići više konzumiraju alkohol nego devojke. U odnosu na mladiće, devojke prednjače u tome da, kada piju alkohol, paze da se ne napiju. Ovaj odgovor je odabralo 45,7% devojaka, naspram 34,86% mladića, gde je razlika u korist devojaka 10,84 %. Najviše devojaka i mladića je odabralo odgovor “pijem toliko da budem malo pijan/a, ali da imam kontrolu nad svojim telom”. Ovaj odgovor je odabralo 53,21% mladića i 50,68% devojaka. Odgovor „pijem dokle god se potpuno ne napijem“ je odabralo 11,93% mladića i 3,62% devojaka, gde nailazimo na razliku od 8,31%, u korist mladića.

Grafikon br.12: „Kada pijem alkohol, ja...” – razlika prema polu



Na osnovu rezultata, uočavamo da mladi kada piju, najviše njih ima primarnu intenciju da dođu do stanja kada su malo pijani, ali im je ipak važno da imaju kontrolu nad svojim telom. Pretpostavka je da je ovoj grupi potreban dodatni podsticaj dejstva alkohola za opuštanje i zabavljanje, ali da prepoznaju važnost umerenosti i kontrole tela i sopstvenog delovanja. Po broju izabranih odgovora, drugi po redu je da mladi piju, ali da paze da se ne napiju. Ovu grupu ispitanika možemo okarakterisati kao grupu koja uživa u ukusu alkoholnog pića ili ga, pak, piju zbog društvenih normi, ali ga primarno ne konzumiraju zbog dejstva koje alkohol uzrokuje. Kod obe grupe, alkohol se prepoznaje kao prihvatljivo sredstvo postizanja ugođaja i uklapanje u društvene norme. Najmanji broj ispitanika (ali ipak nije zanemarljiv) je odabrao odgovor da piju dokle god se potpuno ne napiju. Za ovu grupu ispitanika možemo reći da je primarni motiv konzumiranja alkohola dejstvo koje on uzrokuje. Kod ove grupe ispitanika možemo očekivati učestalo prekomerno konzumiranje alkohola. Na osnovu rezultata, možemo videti da ovoj rizičnoj grupi većinom pripadaju osobe muškog pola, u odnosu na osobe ženskog pola. Štetne posledice konzumiranja alkohola među mladima su najčešće akutno trovanje, nesreće, nasilje i kriminal. Učestalije i redovnije pijenje, koje izaziva želja da se iskusi delovanje alkohola koje se doživljava kao pozitivno, otvara put "problematičnom pijenju". Danas se od mlade osobe očekuje maksimum psihičkih, intelektualnih, emocionalnih i socijalnih snaga i sposobnosti. To traži golem napor i odricanje. Strahovi mladih, krize, pritisak okoline često dovode do sklonosti ka konzumiranju alkohola. U alkoholu, lažnom osećaju koji ga on stvara, mladi traže smirenje, izlaz, rešenje, ohrabrenje, kao i izgovor, ukoliko ne uspeju da odgovore na sve zadatke i obaveze koje su im postavljene. Za prevenciju štetnog konzumiranja alkohola među mladima, treba ponuditi racionalniju i bolju organizaciju slobodnog vremena, zabave, korisnije sadržaje druženja, gde bi mladi imali priliku da pronađu sebe, da nađu osećaj zadovoljstva kao i

*načine kako da se nose sa novim obavezama i mogućim neuspesima. Treba im osigurati zadovoljavanje njihovih interesa i razvojnih potreba.*³

6.7. Koja alkoholna pića najčešće piju i zašto?

Interesovalo nas je koja alkoholna pića mladi najčešće piju i zašto. Ispitanike smo prvo pitali da odaberu sa liste koja to pića najčešće piju. Prema rezultatima, najviše ispitanika konzumira pivo 49,71%, potom vino 45,98%, žestoka pića (rakija, vodka, viski, itd) 41,95%, mešana pića (kokteli, likeri) 23,28%, cider, breezer 8,91%, svejedno mi je šta pijem 2,87%.

U odnosu na pol, mladići najviše piju pivo (73,04%), potom žestoka pića (48,7%), vino (32,14%), mešana pića pije 7,83%, cider, breezer 2,61% i 0,87% je svejedno šta piju.

Sa druge strane, devojke najviše piju vino (53,04%), na drugom mestu se nalaze pivo i žestoka pića sa 38,26%, potom mešana pića sa 30,87%, 11,74% pije cider, breezer i njih 3,91% je odabralo opciju da im je svejedno šta piju.

Kada smo ih upitali za razlog zbog kog piju baš to piće, najviše ispitanika je odabralo odgovor „zato što volim ukus tog pića i prija mi“ (90,77%). Kao drugi odgovor sa najviše odabira bilo je „zato što je najjeftinije“ (14,29%), a treći odgovor po broju odabira je „zato što to piće obično piju muškarci/žene“ 11,9%. Odgovor sa najmanjim brojem odabira je „zato što se od njega brzo napijem“ (8,93%).

Kroz ova pitanja želeli smo da vidimo koliko se mladi vode stereotipima o muškim i ženskim pićima i koliko to suštinski prepoznaju. Kao što smo i kroz prethodnu analizu naveli, ponašanje u odnosu na alkohol usvajamo i učimo kroz razne prizme; kroz svoje mikro i makro okruženje, u okviru društva, porodice, kroz medije, od vršnjaka itd. Iako ne postoji zvanična podela, prema stereotipima, „ženskim pićima“ se smatraju ona pića koja su više slatkasta i koja sadrže manje alkohola, dok se „muškim pićima“ smatraju ona pića koja imaju više alkohola. U internet pretraživač smo uneli muška i ženska pića, pri čemu su nam se pojavili članci iz magazina, novina i određeni internet portali gde se dele saveti i iznose mišljenja autora/ki u odnosu na to šta da poručite, a da izgledate macho ili ženstveno. Ovom prilikom, iznosimo nekoliko citata; „(...) muškarci piju pivo, radžu⁴ i ponekad vino, kad želiš da izgledaš kulturiška“ (...)”⁵ „Logično, pivo je za muškarca uvek prvi izbor. Toliko se odomaćilo da je već postalo zamena za vodu. Ipak, ne možete u svakoj prilici poručiti pivo. I baš u tim prilikama naš muškarac nalazi se u problemu – šta poručiti?“ Dalje u tekstu se navode „pića koja pravi muškarac treba da izbegava. Pića poput Bacardi Silver, Smirnoff Ice i slična su izrazito NE MUŠKA.. u pitanju su slatkasta, voćkasta pića.“, potom se navodi dalje: “ Martini i mali Martini dva su alkoholna pola – prvi je muški, drugi je ženski”⁶ itd. Takođe, slogani reklama za pivo specifično ciljaju osobe muškog pola sa porukom dokazivanja muškosti: „Ili jesi, ili nisi lav“, kao i „ jer muškarci znaju zašto“⁷. Sa druge strane, za žene se navode upravo ova pića koja se muškarcima ne preporučuju da piju, sa savetom da neka pića nisu dovoljno ženstvena: „videti devojku sa flašom ili limenkom piva, uopšte nije ženstveno, te ovo treba

³ Luketić P. „Mladi i alkohol“ -

http://www.zzjzbpz.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=42:alkohol-i-mladi&catid=8:arhiva

⁴ rakiju

⁵ Muški magazine; “Gin-tonik – muško ili žensko piće?”

⁶ Muški magazine; “Pića koja pravi muškarci NE PORUČUJU!”

⁷ Reklama Jelen piva, Apatinska pivara

izbegavati“. Takođe smo naišli na zanimljiv citat u jednom internet članku koji govori kako se žene prepoznaju u odnosu na piće koje piju: “Prilazite li devojci koja pije bezalkoholna pića, dobro proverite koliko godina ima, možda ste naleteli na maloletnicu. Okrenite se i potražite nekog svojih godina.”⁸. Iz ovog citata se uočava poruka da se konzumacija alkohola povezuje sa odraslošću i zrelošću. Gotovo da je socijalno neprihvatljivo da ne pijete alkohol ukoliko ste u izlasku i ukoliko ste punoletni. Šalje se poruka da ćete biti izbegavani u ostvarivanju ljubavnih veza, ukoliko pijete bezalkoholno piće. Ukoliko pogledamo rezultate istraživanja i koja pića načešće piju, osobe muškog pola su nekako dosledniji stereotipima i porukama koje društvo šalje, dok devojke i nisu. Prema rezultatima se približavaju muškarcima, prva tri pića su jednaka kao i kod osoba muškog pola (pivo, vino i žestoka pića). Međutim, uočava se razlika u izboru pića koje je na prvom mestu. Kod devojaka se na prvom mestu nalazi vino, dok se kod muškaraca na prvom mestu nalazi pivo. Pretpostavka je da je ovo uslovljeno sa kulturno istorijskim i društveno-ekonomskim činjenicama.

Transformacijom patrijarhalne porodice, uloga žene se menja u smislu stvaranja znatno drugačijih odnosa, ne samo u porodici, nego i u društvu uopšte. Svojom ulogom žena, istovremeno, doživljava određene gratifikacije i priznanja, ali i mnoga opterećenja, što bitno utiče na način njenog života. Jedan od tih rezultata je i učestalije konzumiranje alkohola od strane žena koje je u porastu, kao i izbor pića koji više ne spada u stereotipna ženska pića, nego devojke sebi dopuštaju konzumiranje i „muških“ pića, što je, sa druge strane, prava retkost za muškarce. Međutim, prema istraživanju, odgovor da „određeno piće piju zato što to obično piju muškarci ili žene“ se nalazi na trećem mestu, a na prvom mestu se nalazi odgovor da na izbor pića utiče sam ukus, a potom i cena pića.

Interesovalo nas je koji su najčešći razlozi zbog kojih mladi konzumiraju alkohol. Ispitanicima smo ponudili listu odgovora gde su mogli da odaberu najviše 3 opcije. Najviše ispitanika je odabralo sledeće odgovore:

-
- | |
|---|
| 1. Ne treba mi razlog, pijem jer volim alkohol, ali se obično ne napijem (44,3 %) |
| 2. Da mi održi dobro raspoloženje (40,8 %) |
| 3. Da mogu da se opustim i da zaboravim na sve probleme (39,5 %) |
| 4. Alkohol ide dobro uz razgovor (25,6 %) |
| 5. Bez alkohola nema dobrog provoda (16,2 %) |
| 6. Da skupim hrabrosti (10,4 %) |
| 7. Pijem da se napijem, jer to je „cool“ 1,3 % |
-

U odnosu na dobijene odgovore, možemo da vidimo da je ispitanicima najveći motiv konzumiranja alkohola, pre svega, uživanje, a ne sam efekat koji alkohol ima na organizam. Dakako, odmah na drugom

⁸ <http://www.novimagazin.rs/opusteno/otkrijete-zenu-po-picu-koji-pije>

mestu se nalazi i efekat alkohola koji se povezuje sa zabavom i opuštanjem. Na trećem mestu se navodi bežanje od stvarnosti i problema („da se opustim i zaboravim na sve probleme“). Na četvrtom mestu se nalazi socijalizacija i podstrek za kreiranje opuštene atmosfere. Na petom mestu se nalazi podstrek i preduslov za dobar provod. Na šestom mestu je skupljanje hrabrosti, gde se jedino uočila razlika u odgovorima u odnosu na pol. Ovaj odgovor je odabralo 10,43% više ispitanika muškog pola, u odnosu na ženski. Ispitanici na poslednje mesto pozicioniraju društveno prihvatljivo ponašanje. Pri analizi odgovora, moramo imati na umu da je moguće da su neki od ispitanika davali socijalno poželjne odgovore.

6.8. Da li se mogu dobro provesti bez alkohola?

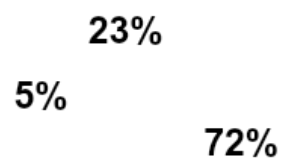
Interesovalo nas je šta ispitanici misle da li se mogu dobro provesti i bez konzumiranja alkohola. Kroz upitnik su imali 3 ponuđena odgovora: a) *Da*, b) *Ne* i c) *Ponekad*. Rezultati pokazuju da čak 72% ispitanika smatra da se mogu dobro provesti bez alkohola, 23 % ispitanika smatra da je to moguće ponekad, dok 5% ispitanika smatra da nije moguće dobro se provesti bez alkohola.

Ovde, ujedno, uviđamo i jednu malu kontradiktornost: u prethodnom pitanju 16,2% ispitanika je odgovorilo da bez alkohola nema dobrog provoda, međutim, na ponovo postavljeno pitanje, njih svega 5% je odgovorilo da to nije moguće.

Grafikon br.13: “Da li smatraš da se bez alkohola možeš dobro provesti?”

Da li smatraš da se bez alkohola možeš dobro provesti?

Da Ne Ponekad



U odnosu na pol, nešto pozitivniji stav prema ovom pitanju imaju devojke: 75,93% devojaka smatra da je moguće da se dobro zabave bez alkohola, dok to isto misli 65,63% mladića. 21,58% devojaka i 25,78% mladića smatra da je to ponekad moguće, dok 8,59% mladića i 2,49% devojaka smatra da to nije moguće.

Interesantno je što je jedan od najviše kotiranih razloga zašto konzumiraju alkohol, upravo zabava, dok visok procenat i mladića i devojaka smatra da je moguće da se dobro provedu i bez alkohola, iako ipak nastavljaju da ga konzumiraju. Ovo nas upućuje na zaključak da konzumiranje alkohola predstavlja

društvenu normu i da je društveno prihvatljivo i uslovljeno ponašanje. Kao što je i prethodno ukazano, potrebno je raditi na rušenju postojećih normi u odnosu na ovo pitanje, kao i da se mladima pruži prilika da iskuse osećaj zadovoljstva i uzbuđenja kroz bolju organizaciju slobodnog vremena u okruženju koje podstiče njihov zdrav rast i razvoj.

6.9. Pritisak okoline

Da bismo ispitali kakav je pritisak okoline na mlade u odnosu na konzumiranje alkohola, ispitanicima smo postavili pitanje: „**Da li je bilo situacija kada ti se nije pio alkohol, ali su ostali pili pa si i ti?**“, pri čemu su ispitanici mogli da odaberu sledeće odgovore: a) *Da, to mi se često dešava*, b) *Ponekad mi se to desilo*, c) *Ne, to mi se nikada nije desilo, kada mi se ne pije, ja ne pijem*.

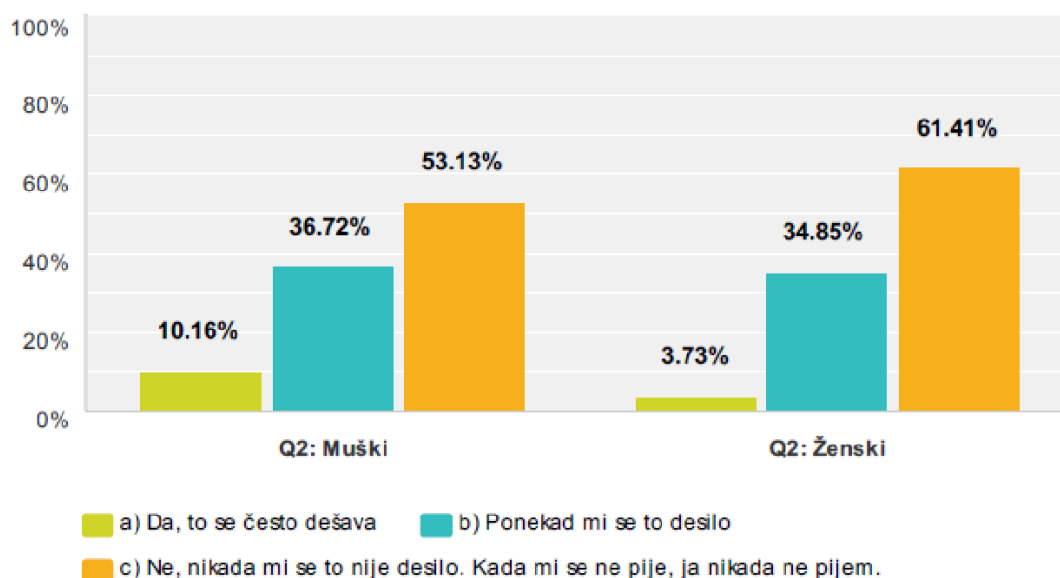
Od ukupnog broja ispitanika, 58 % njih je odgovorilo da im se to nikada nije desilo, 36 % ispitanika da im se to ponekad desilo i 6 % ispitanika da im se to često dešava.

Kroz dalju analizu, utvrdili smo da su mladići pod nešto većim pritiskom okoline nego devojke. 10,16% mladića i 3,73% devojaka su odgovorili da im se to često dešava, 36,72% mladića i 34,85% devojaka su odgovorili da im se to ponekad dešava, dok 53,13% mladića i 61,41% devojaka su rekli da im se to nikada nije desilo.

Grafikon br.14: „Pritisak okoline-mladi“



Grafikon br.15: Razlika u odnosu na pol – „Pritisak okoline“



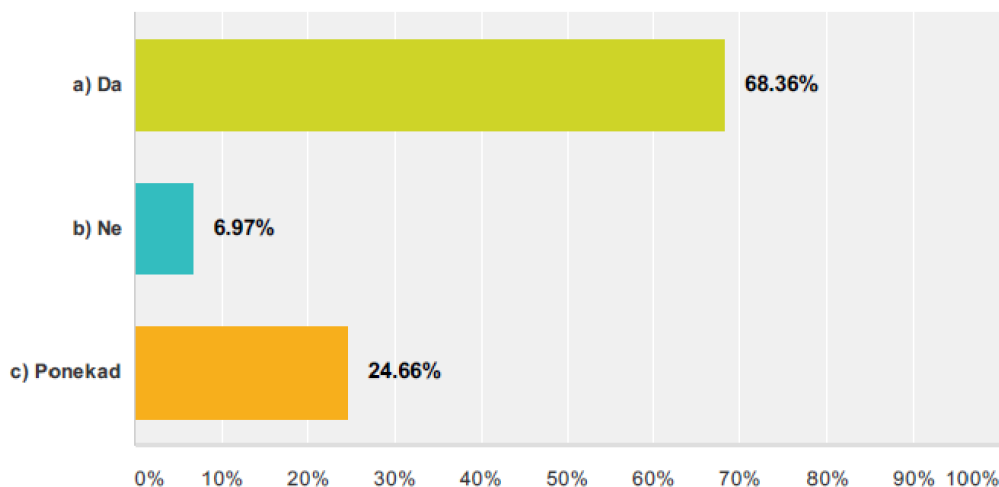
Iako su se mladi većinom izjasnili da mogu da se odupru pritisku okoline kada je u pitanju alkohol, 40% njih se izjašnjava da im se to ponekad ili često dešava. Ovaj podatak nije ni malo zanemarljiv. Adolescenti su najvulnerabilnija grupa za zloupotrebu sredstava koja uzrokuju bolesti zavisnosti. U tom periodu se najčešće započinje sa eksperimentisanjem. Uzimanjem sredstava koja uzrokuju zavisnost, stvara se privid socijalne pripadnosti i zajedništva. Kako je mladima važno da ih društvo prihvati, često se događa da, pod pritiskom društva, čine neke stvari koje možda i ne žele. Iako mladi često kao uzrok eksperimentisanja s drogama i alkoholom navode pritisak vršnjaka, znatiželju i način zabave, treba imati na umu da se, iza ovih razloga, uglavnom kriju nisko samopoštovanje, osećaj zbunjenosti i beznađa. Upravo zbog ovoga, mere prevencije koje bi trebalo sprovoditi su podsticanje samopouzdanja kod mladih ljudi, sticanje veština asertivnosti i građenje integriteta, kako bi se mladi osnažili da ne podležu iskustvima i aktivnostima koje oni zapravo ne žele.

6.10. Alkohol i nasilje

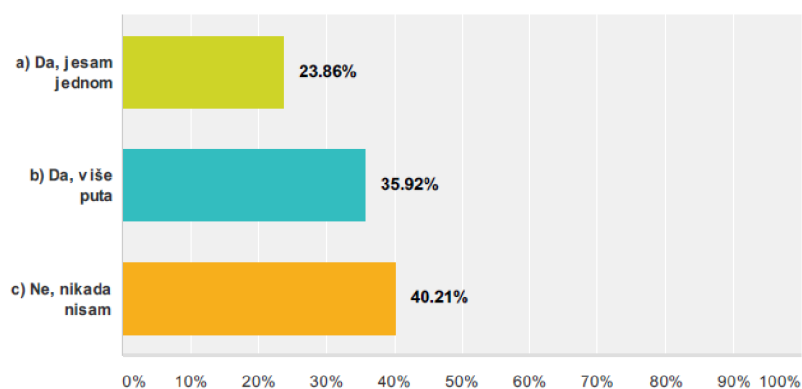
Ispitanicima smo postavili pitanje „**Da li smatrate da mladi koji su pod uticajem alkohola češće ulaze u svađe/tuče?**“. Ponuđena su tri odgovora i dobijeni su sledeći rezultati: 68,36% ispitanika smatra da mladi češće ulaze u svađe ili tuče kada su pod dejstvom alkohola, 6,97% smatra da ne ulaze, dok 24,66% ispitanika smatra da se to dešava ponekad. Na sledeće pitanje: „**Da li si nekada prisustvovao/la ili si upoznat/a sa nasiljem u porodici koje je prouzrokovano konzumiranjem alkohola?**“ su dobijeni rezultati: 23,86% ispitanika je prisustvovalo ili je bilo upoznato sa jednim slučajem nasilja u porodici koje je prouzrokovano konzumiranjem alkohola, 35,92% njih je to osvedočilo više puta, dok 40,21% se nikada nije lično upoznalo sa tim problemom.

U okviru fokus grupa, na pitanje: „***Da li ste nekada prisustvovali ili ste upoznati sa nasiljem među mladima koje je prouzrokovano konzumacijom alkohola?***“, učesnici su, u početku, bili nesigurni i, generalno, ukazivali na to da mladi ne obraćaju posebnu pažnju na nasilje, kao posledicu konzumacije alkohola jer je ono konstanta u njihovom okruženju. Iako imaju određeni nivo svesti i upoznati su sa ovim problemom, ispitanici/ce ne prepoznaju da ga oni mogu rešavati kroz programe omladinskog rada.

Grafikon br.16: „Da li mladi koji su pod uticajem alkohola češće ulaze u svađe/tuče?



Grafikon br.17: “Da li si nekada prisustvovao/la ili si upoznat/a sa nasiljem u porodici koje je prouzrokovano konzumiranjem alkohola?



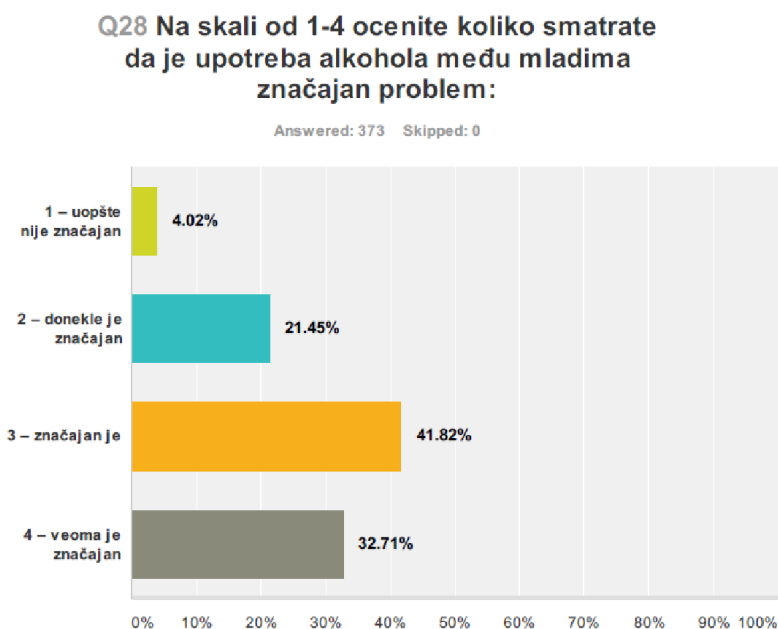
Na osnovu rezultata, vidimo da su mladi svesni povezanosti između alkohola i nasilja, kao i da je oko 60% ispitanika upoznato sa nasiljem ili je prisustvovalo nasilju u porodici koje je prouzrokovano alkoholom jednom ili više puta, što je prilično alarmantan podatak.

6.11. Svest o problemu alkohola

Ispitanike smo pitali da ocene **da li je upotreba alkohola među mladima značajan problem**, na skali od 1-4. Ispitanici su mogli da odaberu na 4-stepenoj skali jedan odgovor: 1-uopšte nije značajan, 2-donekle je značajan, 3-značajan je, 4-veoma je značajan.

Kroz rezultate smo dobili sledeće podatke: 4,02% ispitanika smatra da to uopšte nije značajno, 21,45% smatra da je to donekle značajan problem, 41,82% ispitanika smatra da je značajan i 32,71% ispitanika smatra da je taj problem veoma značajan.

Grafikon br.18: „Svest mladih o problemu alkohola“



Sledeće pitanje je **„Da li smatrate da je važno da se sprovedu programi kojima bi se mladi informisali o prevenciji konzumiranja alkohola, njegovom uticaju i posledicama?“**. Ponudili smo im odgovore: a) Da, b) Ne, c) Nisam siguran/a. Rezultati pokazuju da 73,99% ispitanika smatra da je to potrebno, 8,31% ispitanika da to nije potrebno, dok 17,69% ispitanika nije sigurno da li su takvi programi potrebni mladima.

Rezultati upitnika ukazuju na to da većina mladih prepoznaje problem u odnosu na konzumiranje alkohola, kao i na nužnost za sprovođenje programa prevencije. Ipak, oko 25% ispitanika koji su na oba pitanja odgovorili negativno ili da nisu sigurni, ne pokazuju očekivanu svest o problemu ili, pak, o istom nisu više razmišljali. Ovo je pomalo iznenađujuće, pored opšte prisutnosti alkohola u društvu, kao i prilično visokog procenta mladih koji su lično upoznati sa negativnim posledicama koje uzrokuje štetna konzumacija alkohola. Pitanje je da li ga tumače i doživljavaju kao nešto što se dešava nekom drugom, odnosno, kao nešto što nije relevantno za njih same, ili je pitanje konzumiranja alkohola i njegove zloupotrebe toliko opšte poznato, a samim tim i društveno prihvaćeno, da ga uopšte ne prepoznaju kao problem.

6.12. Zaključci i preporuke

S obzirom na podatak da je 96% mladih probalo alkohol, govori nam da je neophodno što pre početi sa programima prevencije konzumacije alkohola među mladima, koja je, u najvećoj meri, posledica kulturološke prihvatljivosti i vršnjačkog pritiska u pogledu na prisutnost alkohola u svakodnevnom životu.

92,6% mladih je probalo alkohol pre dozvoljenog zakonskog roka, što dovodi do zaključka da je neophodno fokusirati programe na mlađu ciljnu grupu, odnosno mlade koji su deo osnovnog i srednjeg sistema obrazovanja. Iako većina mladih (59%) prvi put konzumira alkohol u okviru svoje vršnjačke grupe, nije zanemarljiva činjenica da su roditelji i staratelji upravo ti koji u 34% slučajeva ohrabruju mlade da probaju alkohol u njihovom prisustvu.

Na neophodnost informisanja mladih o štetnim uticajima alkohola ukazuje činjenica da u našem društvu preovladava pozitivan stav prema alkoholu među mladima, nešto više među mladićima, nego devojkama.

U Srbiji samo 18,4% mladih nije konzumiralo alkohol u proteklih mesec dana. Iako, na prvi pogled, izgleda ohrabrujuće da je skoro trećina mladih samo jednom mesečno konzumirala alkohol i dalje je veoma zabrinjavajuća činjenica da, više od polovine mladih ljudi, to radi na nedeljnom nivou, a 22% ispitanih više puta nedeljno.

Iako možemo doći do generalnog zaključka da mladići piju više od devojaka, ta razlika nije znatno veća. Devojke su znatno opreznije kada je upitanju napijanje ali, kod oba pola, postoji potreba za osećajem pripitosti u kojem mogu imati kontrolu nad svojim telom. Prepoznaje se potreba za zabavom i opuštanjem za koje mladi smatraju da im alkohol pruža.

Među mladima u Srbiji se najviše konzumira pivo, žestoka pića i vino, dok su nešto manje zastupljena mešana pića. Kod mladića je dominantna konzumacija piva koje se može prepoznati kao piće koje je kulturološki najprihvaćenije za svakodnevno korišćenje u većim količinama, dok je kod devojaka zastupljenija konzumacija vina, kao nešto sofisticiranijeg pića. Iako oba pola, u velikoj meri, koriste i žestoka pića, rezultati istraživanja ukazuju da devojke u većoj meri konzumiraju mešana pića. Zanimljiva činjenica je da je skoro 4% devojaka izjavilo da im je svejedno šta piju, što može da se interpretira kao potrebu za prilagođavanjem okruženju u kojem se nalaze. Iz istraživanja možemo prepoznati da su stereotipi o muškim i ženskim pićima prisutni u određenoj meri, ali isto tako se oseti snažan uticaj alkohol marketing industrije koja upravo koristi kulturološke norme kako bi približila određena pića specifičnoj ciljnoj grupi.

Iako mladi pokušavaju da odaju utisak samostalnosti i snage da se odupru uticaju sredine i provedu se bez konzumacije alkohola, te skoro $\frac{3}{4}$ kaže da se može dobro provesti bez alkohola, alkohol je i dalje veoma prisutan u vikend provodima, žurkama i svakodnevnim prilikama. Alkohol se konzumira najčešće kako bi podstakao ili održao dobro raspoloženje. Kao jedan od najčešćih razloga konzumiranja alkohola se može prepoznati u pritisku sredine zbog čega se skoro polovina ispitanih mladića odlučuje za alkoholno piće.

Sve upućuje na to da mladima treba omogućiti kvalitetno sprovođenje slobodnog vremena u kojem će iskusiti osećaj uzbuđenja i zadovoljstva sobom i sopstvenim uspehom, koji će predstavljati alternativu provodima koji podrazumevaju konzumaciju alkohola.

7. STANJE U OMLADINSKOM RADU

Jedan od zadataka studije mapiranja je da utvrdimo kakvo je stanje u udruženjima, kao i u kancelarijama za mlade koje pružaju usluge omladinskog rada, a povodom postojećih politika i prakse o promociji zdravih stilova života, sa fokusom na prevenciju konzumiranja alkohola.

7.1. Struktura ispitanika

U ovu svrhu, kroz upitnik smo obuhvatili 72 udruženja i kancelarije za mlade koje pružaju usluge omladinskog rada sa područja R. Srbije. Od ukupno 72 ispitanika, 25% su predstavljala udruženja mladih, 29,17% udruženja za mlade, 29,17% kancelarije za mlade, 6,94% njih se definiše kao ostala udruženja, 5,56% su omladinski centri i 4,17% međunarodne organizacije. Od ukupnog broja udruženja, njih 40,28% pripada članstvu Nacionalne asocijacije praktičara/ki omladinskog rada, 37,5% su članice Krovne organizacije mladih Srbije, 19,44% su članice Nacionalne asocijacije kancelarija za mlade, 30,56% ne pripada nijednom savezu.

Pored udruženja, kroz upitnik smo obuhvatili 245 mladih osoba sa područja R. Srbije koji su imali iskustvo učešća u programima omladinskog rada, od čega je 67,35% bilo osoba ženskog pola, a 32,65% osoba muškog pola. U odnosu na starosnu dob, 37,14% ispitanika je imalo od 15-19 godina, 30,61% od 20-24 godina, 32,24% od 25-30 godina. U odnosu na dužinu učešća, 61,89 % ispitanika je imalo iskustvo od 2 -5 godina i više, dok je 38,11 % imalo iskustvo učešća do godinu dana.

Želeli smo prvo da istražimo kakvo je stanje u omladinskom radu u odnosu na promociju zdravih stilova života, sa fokusom na prevenciju konzumiranja alkohola.

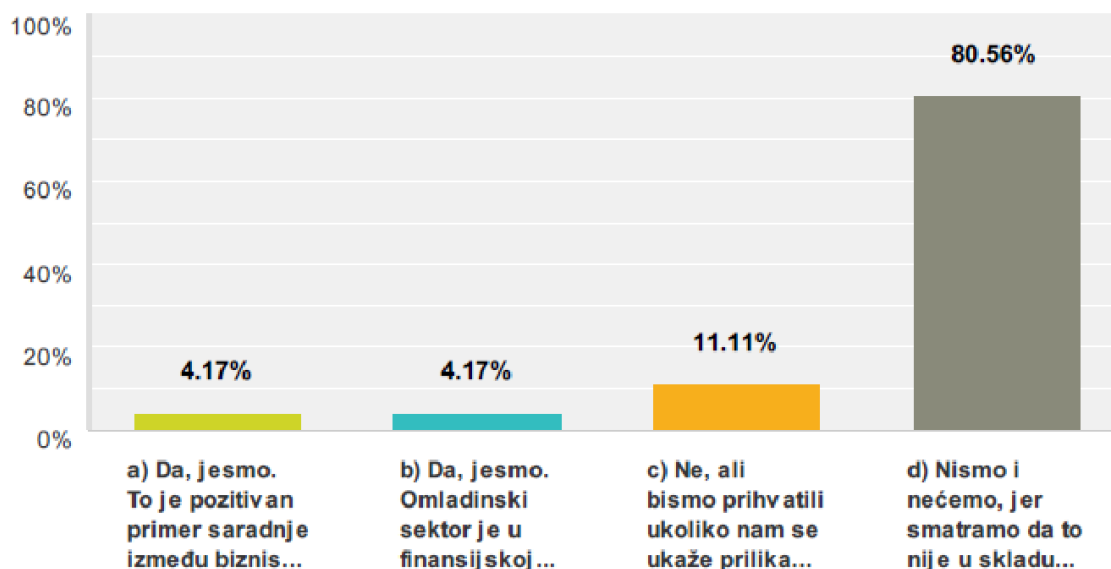
7.2. Sponzorstvo kompanija koje proizvode alkohol i duvanske proizvode

Prvo pitanje koje smo postavili udruženjima i kancelarijama za mlade je **„Da li ste nekada prihvatili sponzorstva od strane kompanija koje proizvode alkohol i duvanske proizvode?“**. Ispitanicima su ponuđena 4 odgovora, gde su mogli da odaberu jednu opciju; a) *Da, jesmo. To je pozitivan primer saradnje između biznis sektora i civilnog sektora;* b) *Da, jesmo. Omladinski sektor je u finansijskoj krizi i prihvatamo bilo koje sponzorstvo;* c) *Ne, nismo ali bismo prihvatili, ukoliko nam se ukaže prilika. Potrebna je svaka podrška za sprovođenje omladinskog rada;* d) *Nismo i nećemo, jer smatramo da to nije u skladu sa pravilima našeg udruženja/KZM.*

Rezultati pokazuju da je 4,17% udruženja odgovorilo da su prihvatili sponzorstvo i da je to za njih pozitivan primer saradnje biznis sektora i civilnog sektora. Isto toliko njih (4,17%) se izjasnilo da su prihvatili sponzorstvo jer je omladinski sektor u finansijskoj krizi. 11,11% se izjasnilo da nisu do sada prihvatili sponzorstvo ali da bi to učinili, ukoliko im se ukaže prilika jer je omladinski sektor u finansijskoj

krizi. Najveći broj ispitanika 80,56% je odgovorilo da nisu i da neće jer to nije u skladu sa pravilima njihovog udruženja/KZM.

Grafikon br.19: „Da ste nekada prihvatili sponzorstva od strane kompanija koje proizvode alkohol i duvanske proizvode?”



Iz ovoga možemo da vidimo da, iako većina udruženja/kzm pokazuju razvijenu svest o tome da omladinski rad treba da promoviše zdrave stilove života, ipak postotak od 19,44 onih koji ne pokazuju tu svest nije zanemarljiv. To bi, u proseku, značilo da svako peto udruženje nije u potpunosti osvešćeno u odnosu na ovo pitanje. Omladinski rad bi trebalo da kreira sigurno okruženje za rast i razvoj mlade osobe, što podrazumeva i promociju zdravih stilova života. Prihvatanjem sponzorstva i promovisanjem alkohola i duvanskih proizvoda u omladinskom radu prenosimo mladima poruku da je konzumiranje alkohola u skladu sa vrednostima omladinskog rada, čime se promoviše stil života i društvene norme koje se kose sa zdravim stilom života. Jedan od odgovora upućuje na to da su udruženja prihvatila takva sponzorstva i da bi to učinili u budućnosti jer je omladinski sektor u finansijskoj krizi. Doslednost je jedan od osnovnih vrednosti omladinskog rada, kao i generalno, kada radimo sa mladima. Time pokazujemo mladima kako gradimo svoje stavove i principe. U sličnim okolnostima, vrlo je teško i kontradiktorno, u okviru programa omladinskog rada, promovisati zdrave stilove života, a u isto vreme prihvatati sponzorstva koja nisu u skladu sa promovisanim principima i vrednostima. Na taj način, šaljem mladima duple poruke, a očekivani rezultati nisu dovoljno učinkoviti. Bez obzira na to u koliko finansijskoj krizi se omladinski sektor nalazi, potrebno je dobro razmisliti o posledicama i dugoročnim rezultatima, pre nego što se prihvati ova vrsta sponzorstva koja dolazi direktno od alkohol ili duvanske industrije.

Interesantan podatak je da svi ispitanici koji su označili da su članice Nacionalne asocijacije praktičara/ki omladinskog rada i Nacionalne asocijacije kancelarija za mlade, odgovorili da nisu do sada prihvatili sponzorstvo kompanija koje promovišu alkohol i duvanske proizvode, niti će to u budućnosti činiti jer to

nije u skladu sa politikama udruženja/KZM. Takođe, članice KOMS-a su se većinski isto izjasnile 72,41%. 10,34% njih je reklo da je prihvatilo sponzorstva jer je to primer dobre prakse saradnje, 3,45% je reklo da su prihvatili usled finansijske krize, dok je 13,79% reklo da nije do sada imalo prilike, ali da bi prihvatili. Udruženja koja nisu deo nijednog saveza, su takođe odgovorila većinski 72,73% njih da to nisu niti će u budućnosti raditi, 9,09 % njih se izjasnilo da su prihvatili sponzorstva usled krize, 18,18% da do sada nisu imali prilike, ali bi prihvatili.

Pretpostavka je da se ovakvo stanje delimično može objasniti činjenicom da je NAPOR intenzivno, u poslednjih par godina, radio na izgradnji kapaciteta svojih članica, a kroz uspostavljanje standarda programa omladinskog rada. U izradi standarda je učestvovalo oko 80 udruženja, pri čemu su članice većinski prošle proces akreditacije, odnosno verifikovali su svoju praksu u odnosu na standarde. Izrada standarda je ostvarena u partnerstvu sa Ministarstvom omladine i sporta, čime je Ministarstvo prepoznalo proces akreditacije pri dodeli sredstava za finansiranje i sufinansiranje projekata iz budžeta R. Srbije tako što se udruženja koja su prošla proces akreditacije dodatno boduju. Standardi, između ostalog, uključuju zaštitu dece i mladih, kreiranje sigurnog okruženja i promociju zdravih stilova života. Centar za omladinski rad, kao organizacija članica NAPOR-a, sprovodi obuke upravo na ovu temu, obuhvatajući NAPOR članice, kancelarije za mlade i druge javne ustanove koje se bave mladima. Sa druge strane, Centar za omladinski rad, od 2001. godine, sprovodi univerzitetski kurs, u saradnji sa Jenčeping univerzitetom iz Švedske: „Liderstvo i omladinski rad u zajednici“, kao i osnovne i master studije, u saradnji sa univerzitetima u Srbiji. Takođe, NAPOR, u saradnji sa svojim članicama, sprovodi sistemsku obuku za koordinatore programa omladinskog rada. Ove obuke, između ostalog, obrađuju i ove teme i pretpostavka je da se, upravo kroz ove procese, podigla svest udruženjima koja su u članstvu NAPOR-a. U odnosu na kancelarije za mlade, veliki broj koordinatora kancelarija za mlade su prošli obuku NAPOR-a, što je, najverovatnije, doprinelo ovim rezultatima.

7.3. Konzumiranje alkohola od strane mladih u programima omladinskog rada

Pružaoce usluga omladinskog rada i mlade smo pitali **„Da li ste imali prilike da vidite da mladi, u okviru aktivnosti omladinskog rada, konzumiraju alkohol?“**, pri čemu su bili ponuđeni odgovori: a) da; b) ne. Obe grupe ispitanika su odgovorile skoro identično, 50% udruženja/KZM su odgovorila da su imali prilike, kao i što je 50% njih odgovorilo da nisu imali prilike da vide mlade kako konzumiraju alkohol. 50,21% mladih su odgovorili da nisu imali prilike da vide, dok 49,79% njih da jesu.

Takođe, pitali smo pružaoce usluga i mlade: **„Kada, po Vašem mišljenju, mladi u okviru programa omladinskog rada najčešće konzumiraju alkohol?“**. Ispitanicima smo ponudili 7 odgovora, gde su mogli da odaberu najviše 3: a) Tokom rada u prostorijama udruženja, u večernjim časovima, b) Kada samostalno pripremaju aktivnosti, c) Tokom seminara/treninga, u večernjim časovima, d) Tokom seminara/treninga, na pauzama za ručak, e) Tokom volonterskih kampova, f) Tokom javnih akcija, g) Nakon uspešno obavljene aktivnosti.

Po mišljenju ispitanika koji dolaze iz udruženja/KZM, mladi najčešće konzumiraju alkohol **„tokom seminara/treninga, u večernjim časovima“** (73,33%), potom, **„nakon uspešno obavljene aktivnosti“**

(55,33%), na trećem mestu, po mišljenju udruženja, nalazi se odgovor „*tokom volonterskih kampova*“ 43,33%, na četvrtom mestu „*tokom rada u prostorijama udruženja, u večernjim časovima*“ 16,67%, dok peto mesto dele odgovori „*kada samostalno pripremaju aktivnosti*“, „*tokom seminara/treninga, na pauzama za ručak*“, „*tokom javnih akcija*“ (3,33%), odnosno udruženja smatraju da u tim situacijama mladi najređe piju alkohol.

Prikaz mišljenja udruženja: “Kada mladi najčešće piju alkohol u okviru omladinskog rada”

1.	Tokom seminara/treninga, u večernjim časovima	73.33%
2.	Nakon uspešno obavljene aktivnosti	53,33%
3.	Tokom volonterskih kampova	43.33%
4.	Tokom rada u prostorijama udruženja, u večernjim časovima	16.67%
5.	Kada samostalno pripremaju aktivnosti Tokom seminara/treninga, na pauzama za ručak Tokom javnih akcija	3,33%

Mišljenja mladih su slična kao i kod grupe ispitanika koji su predstavnici udruženja. Prva dva mesta su zamenjena, kao i treće i četvrto. Mladi, pak, smatraju da se najviše konzumira alkohol „*nakon uspešno obavljene aktivnosti*“ (76,27%) a potom „*tokom seminara/treninga u večernjim časovima*“ (47,37%). Treće mesto zauzima odgovor „*tokom rada u prostorijama udruženja u večernjim časovima*“ (29,66%), dok je na četvrtom mestu odgovor „*tokom volonterskih kampova*“ (27,12%). Na poslednja tri mesta su odgovori mladih na pitanje kada smatraju da se najmanje konzumira alkohol, što je identično kao i kod grupe ispitanika udruženja: „*kada samostalno pripremaju aktivnosti*“, „*tokom seminara/treninga, na pauzama za ručak*“, „*tokom javnih akcija*“.

Prikaz mišljenja mladih: “Kada mladi najčešće piju alkohol u okviru omladinskog rada”

1.	Nakon uspešno obavljene aktivnosti	76.27%
2.	Tokom seminara/treninga, u večernjim časovima	47,37%
3.	Tokom rada u prostorijama udruženja, u večernjim časovima	29,66 %
4.	Tokom volonterskih kampova	27,12 %
5.	Kada samostalno pripremaju aktivnosti	22.03%
6.	Tokom seminara/treninga, na pauzama za ručak	14,41%
7.	Tokom javnih akcija	10,17 %

Takođe, ispitanici su imali mogućnost i da navedu svoje mišljenje, pored navedenih odgovora, a najčešće se pojavljuju odgovori „*tokom organizovanja promotivnih žurki udruženja kao i koncerata koje organizuje udruženje*“.

Odgovori fokus grupa su u skladu sa odgovorima koje smo dobili kroz upitnike. Izjave mladih, uglavnom, upućuju na dominantan stav da je za opuštanje i druženje, nakon završenih aktivnosti, neophodan alkohol. Takođe, neke izjave upućuju da posete lokalnom stanovništvu i upoznavanjem sa kulturom i

običajima određenog kraja, podrazumevaju degustaciju i konzumiranje alkohola, čija se ponuda ne odbija da se „domaćini“ ne bi uvredili, što govori o duboko uvreženim vrednostima i običajima koji se prenose sa generacije na generaciju.

Alkohol se prepoznaje kao i određeni vid „izduvnog ventila“ i opuštanja nakon napornog radnog dana, najčešće kod aktivnosti koje traju nekoliko dana, ali i nakon uspešno sprovedenih aktivnosti. Kampovi, skoro po pravilu, podrazumevaju i upotrebu alkohola. Ukoliko su postojala pravila koja su imala zabranu korišćenja alkohola, ona su se prećutno zaobilazila. U slučajevima kada se alkohol koristio tokom dnevnih aktivnosti, prepoznato je da su mladi bili odgovorni za sopstvenu ishranu, u okviru čega se, umesto bezalkoholnih pića, konzumirao alkohol.

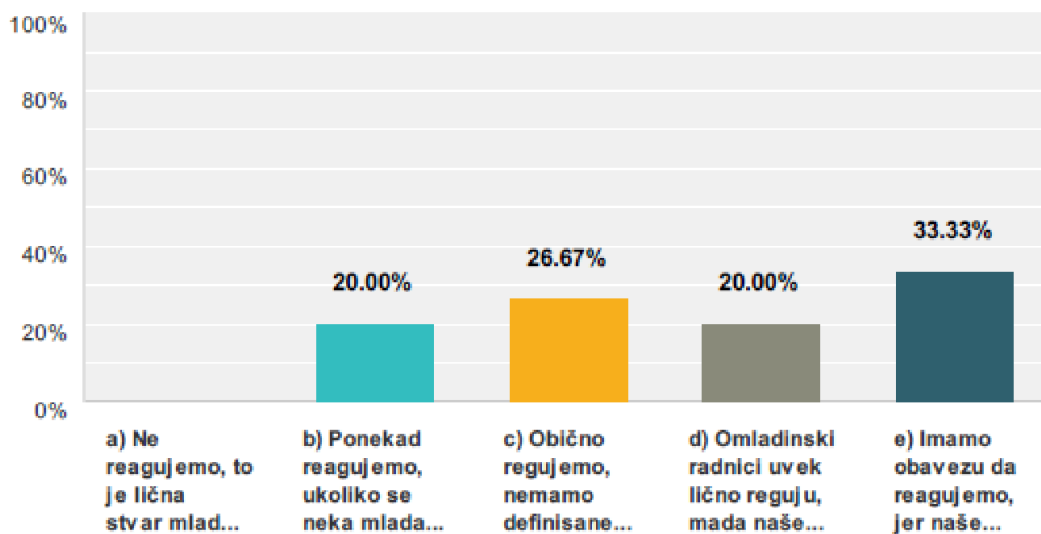
Rezultati o konzumiranju alkohola od strane mladih (50%), u okviru aktivnosti omladinskog rada, su krajnje zabrinjavajući. Ovakva situacija nas upućuje na zaključak da omladinski rad trenutno omanjuje u pružanju usluga omladinskog rada kojima se promovišu zdravi stilovi života, a u odnosu na prevenciju konzumacije alkohola. Takođe, ukazuje i na nedovoljnu svest samih omladinskih radnika/ca, kao i neefikasne politike, ukoliko ih udruženje ili kancelarija poseduje. Možemo da vidimo da mladi, tokom omladinskog rada, najviše konzumiraju alkohol u okviru dela koji ne pripada tzv. radnom delu aktivnosti, kao i što uključuje izmeštanje iz kancelarije i putovanja (seminari, volonterski kampovi, koncerti), povezujući se sa zabavom ili proslavljanjem nečega. Upravo je ovo deo gde omladinski rad treba da ima najviše uticaja u promeni stavova i navika u odnosu na konzumiranje alkohola kod mladih. Kroz ove delove, omladinski rad bi trebalo da ukaže mladima da je moguće da se zabavljaju i bez konzumacije alkohola. Možemo da vidimo da principi i politike udruženja postaju nešto fleksibilnije kada je u pitanju slobodno vreme koje mladi imaju nakon radnog dela. Pretpostavka je da do ovoga dolazi zbog nepotpunog razumevanja koncepta omladinskog rada koji treba da bude zabavan, kao i da je i slobodno vreme, jednako tako, sastavni deo celokupne aktivnosti/programa omladinskog rada, kao i radni deo. Sa druge strane, kao što smo mogli i da vidimo i kroz ovo istraživanje, je da je najčešća asocijacija na alkohol upravo vezana za slobodno vreme i zabavu. To trojstvo je sastavni deo društvene norme i folkloru ovih prostora, koje pružaoci usluga omladinskog rada, najčešće, ne pokušavaju da menjaju. To vidimo i iz dodatnih odgovora koje smo dobili od ispitanika, u kojima su ukazali da alkohol najčešće piju i na koncertima koje organizuje udruženje/kzm ili na proslavama udruženja. Uobičajeno je da se na koncertima piju alkoholna pića ili da se proslavlja sa alkoholom. U praksi su veoma česte debate na ovu temu. Ukoliko kao primer uzmemo organizovanje koncerta koji za cilj ima sakupljanje pomoći u humanitarne svrhe, uvek se postavi pitanje kakva će biti posećenost i koliko će se sakupiti pomoći, ukoliko se na koncertu ne služe alkoholna pića? Da li da se, zarad višeg cilja (humanitarne pomoći), prekrše principi i vrednosti omladinskog rada? U većini slučajeva, upravo u toj debati, se principi i vrednosti omladinskog rada izgube. Međutim, navedene aktivnosti su sastavni deo omladinskog rada, bez obzira na opšte prihvaćene društvene norme, a pružaoci usluga omladinskog rada moraju biti dosledni u sprovođenju onoga što zagovaraju i time se suprotstavljati društvenim normama jer su promene, jedino na taj način, moguće.

7.4. Kako reaguju omladinski radnici/e...

Nadalje, želeli smo da saznamo kako se omladinski radnici/e ponašaju kada, tokom aktivnosti njihovog udruženja, naiđu na slučaj kada mladi konzumiraju alkohol. Ovo pitanje smo postavili i mladima i udruženjima/kzm. Udruženjima/kzm je postavljeno pitanje sa ponuđenim odgovorima: „**Kada, tokom aktivnosti vašeg udruženja/KZM, mladi konzumiraju alkohol, Vi obično:** a) *Ne reagujemo, to je lična stvar mladih. Omladinski rad treba da bude zabavan kako bi privukao mlade,* b) *Ponekad reagujemo, ukoliko se neka mlada osoba napije i narušava aktivnost,* c) *Obično reagujemo, nemamo definisane procedure udruženja/kzm, samim tim, reakcija zavisi od slučaja do slučaja,* d) *Omladinski radnici uvek lično reguju, mada naše udruženje/KZM nema usvojenu politiku o promociju zdravih stilova života,* e) *Imamo obavezu da reagujemo, jer naše udruženje/KZM ima usvojenu politiku o promociji zdravih stilova života*“.

Kroz analizu odgovora, dobili smo sledeće rezultate: najviše njih je odgovorilo da „**ima obavezu da reguje, jer udruženje/kzm ima politiku**“ (33,33%), potom 26,67% ispitanika se izjasnilo da „**obično reaguje mada nemaju definisane procedure, pa samim tim reakcija zavisi od slučaja do slučaja**“, 20% ispitanika govori da je to „**na nivou pojedinca gde omladinski radnici uvek lično reguju**“, isto toliko ispitanika (20%) je iskazalo da „**ponekad reaguje, ukoliko se mlada osoba napije i narušava aktivnost**“.

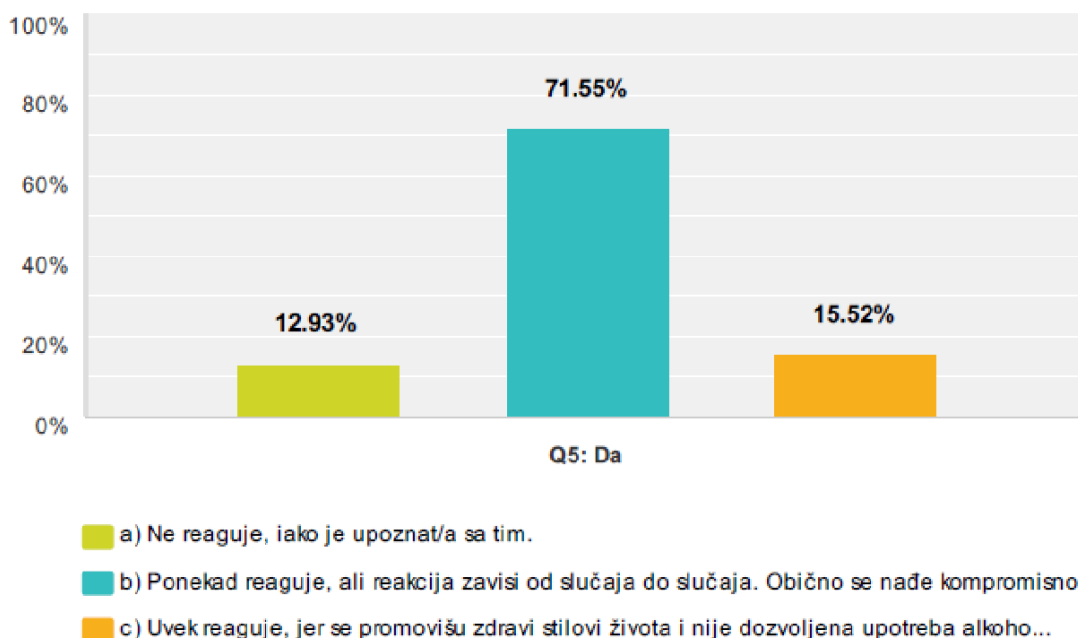
Grafikon br.20: Udruženja/KZM – Kada, tokom aktivnosti vašeg udruženja/KZM, mladi konzumiraju alkohol, Vi obično:



Isto pitanje smo postavili i mladima da vidimo da je to uistinu tako u praksi. Mladi, sa druge strane, pokazuju malo drugačiju sliku: 12,93% mladih se izjasnilo da omladinski radnici, ne reaguju iako su upoznati sa situacijom da mladi piju, najviše njih 77,55 mišljenja su da omladinski radnici obično reaguju tako što se nađe kompromisno rešenje i da se može konzumirati alkohol, ali da se ne narušava dinamika

aktivnosti, dok svega 15,52% njih kaže da omladinski radnici uvek reaguju, jer se promovišu zdravi stilovi života.

Grafikon br. 21: Mladi – Kada, tokom aktivnosti vašeg udruženja/KZM, mladi konzumiraju alkohol, omladinski radnici/e obično:



Odgovori na ova pitanja nam samo dodatno potvrđuju prethodnu analizu. Nešto pozitivniju sliku dobijamo od strane pružaoca usluga omladinskog rada, nego od strane mladih. Ovo se može protumačiti da su pružaoci usluga davali nešto socijalno poželjnije odgovore. Iz navedenog vidimo da, u suštini, veoma mali broj omladinskih radnika/ca reaguje prema jasno propisanim politikama i procedurama udruženja/kzm, kao i prema principima omladinskog rada. Većinom je sve ostavljeno na individualnoj proceni omladinskog radnika/ce, kao i na njihovim vlastitim vrednostima. Poznato je da je, u Srbiji, omladinski rad u procesu profesionalizacije. Standard zanimanja omladinskog radnika/ce bi trebalo da se i zvanično nađe u nacionalnom standardu klasifikacije zanimanja. Trenutno, omladinski rad sprovode praktičari/ke omladinskog rada koji/e su stekli kompetencije kroz različite vidove obrazovanja. Međutim, postojeći praktičari/ke i njihove kompetencije, još uvek, nisu harmonizovane sa definisanim standardom zanimanja. Samim tim, imamo i različitu praksu i kvalitet rada na terenu. U praksi, to znači da su npr. neki omladinski radnici/ce prošli obuke u odnosu na zdrave stilova života, principa i vrednosti omladinskog rada, dok drugi nisu. Ovo znatno utiče na rezultate rada sa mladima i jasno pozicioniranje omladinskog radnika/ce i njihove uloge u odnosu na promociju zdravih stilova života i prevenciju konzumiranja alkohola. Prema datim odgovorima, čak 84,48% mladih se izjasnilo da je u praksi ovo

pitanje ostavljeno da se rešava od slučaja do slučaja, u zavisnosti od individualne procene i ličnih vrednosti omladinskih radnika/ca, a čiji su ishodi u većini slučajeva u suprotnosti sa onim što omladinski rad treba da zastupa.

U okviru fokus grupa, na pitanje „Kako reaguje omladinski radnik/radnica kada mladi konzumiraju alkohol?“, od ponuđenih odgovora, svi učesnici su odabrali kao najčešću situaciju u kojoj omladinski radnik/radnica reaguje ponekad, kada reakcija zavisi od slučaja do slučaja. Sa jasnim ili nejasnim ograničenjima, opšti je zaključak da postoji odsustvo reakcije omladinskih radnika/ca. Konkretno intervencije i sankcije se susreću u okviru internacionalnih programa za koje su najčešće zadužene strane organizacije. Ispitanici/ce prepoznaju izazove u sankcionisanju i reagovanju u ovim situacijama, jer pokušavaju da se, na bilo koji način, približe mladima i steknu njihovo poverenje, a situacije u kojima se zajednički „opuštaju“ kroz konzumiranje alkohola, po njihovom mišljenju, prepoznate su kao jedna od prilika za uspostavljanje prijateljskog odnosa.

Izrečeni stavovi ukazuju na to da učesnici istraživanja, u dobroj meri, razumeju uspostavljanje pravila i procedura u vezi sa konzumiranjem alkohola u aktivnostima omladinskog rada, no da, u praksi, kao voditelji, imaju ključni izazov kako da profesionalni stav protiv alkohola odbrane pod pritiskom duboko ukorenjenih kulturoloških vrednosti društva u kojem živimo, a koje, s druge strane, mladi preuzimaju i inkorporiraju u svoj vrednosni sistem, bez kritičkog promišljanja.

7.5. Omladinski radnici kao uzori, socijalne mreže i promovisanje alkohola

Usled specifičnog prijateljskog, ali profesionalnog odnosa između omladinskog radnika/ce i mlade osobe, a koje je bazirano na poverenju i međusobnom poštovanju, omladinski radnici/e su od strane mladih vrlo često viđeni kao uzori. Samim tim, želeli smo da vidimo kako se omladinski radnici/e ponašaju kada je u pitanju konzumiranje alkohola i kakvu poruku šalju mladima svojim ponašanjem. Interesovalo nas je i kakvo je stanje na socijalnim mrežama. U današnje vreme, socijalne mreže su postale svakodnevice naših života, pri čemu nam se vrlo često prepliću privatni i profesionalni životi. Prenos informacija nikada nije bio brži nego danas. U omladinskom sektoru, socijalne mreže se često upotrebljavaju za informisanje mladih i šire javnosti o aktivnostima koje udruženja i kancelarije za mlade sprovode. Upravo zbog toga nas je interesovalo kakav je odnos omladinskih radnika/ca, kao i mladih, prema alkoholu na društvenim mrežama i u toku učestvovanja u programima omladinskog rada.

Postavili smo pitanje da li su ikada bili u prilici da vide da voditelji aktivnosti omladinskog rada konzumiraju alkohol. 40% ispitanika koji su bili predstavnici udruženja odgovorili su pozitivno, dok 60% njih je odgovorilo negativno tj. da nisu bili nikada u prilici da vide da voditelji konzumiraju alkohol u okviru omladinskog rada.

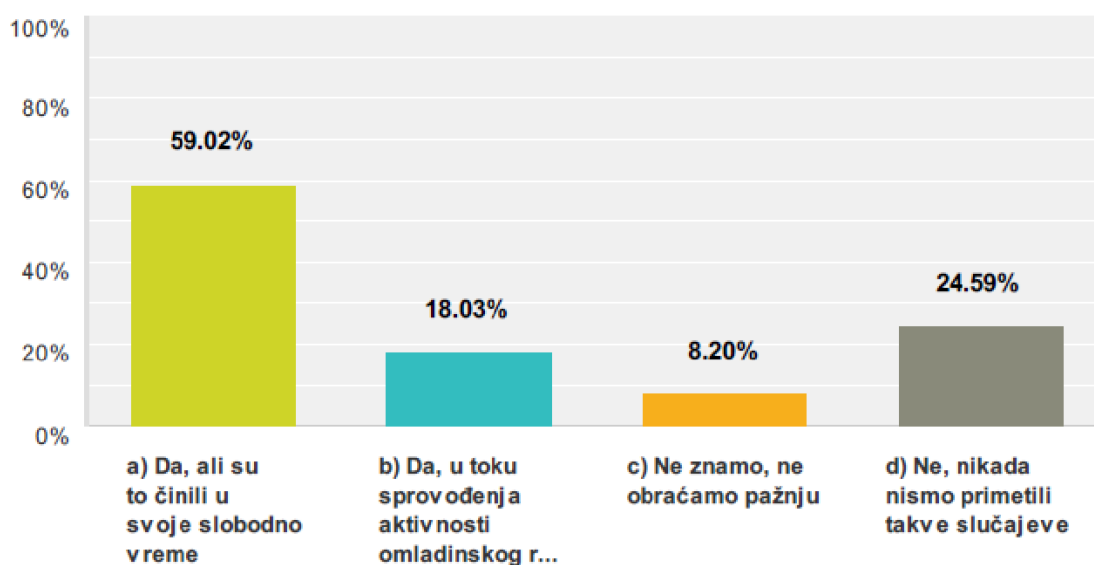
Isto ovo pitanje smo postavili i mladima, da bismo dobili još jednu perspektivu ovog pitanja, pri čemu 68,57% mladih nikada nije imalo priliku da vide voditelje da, u okviru omladinskog rada, piju alkohol, dok 31,43% mladih jeste.

Udruženjima i kancelarijama za mlade smo postavili pitanje „***Da li ste bili u prilici da vidite da se omladinski radnici/treneri povezuju sa konzumiranjem alkohola i to promovišu na društvenim mrežama (postavljanje statusa, fotografija, twit-ova?)***“. Ispitanicima su ponuđeni sledeći odgovori, pri

čemu su mogli izabrati više opcija: a) *Da, ali su to činili u svoje slobodno vreme*, b) *Da, u toku sprovođenja aktivnosti omladinskog rada (uključujući i večernje časove)*, c) *Ne znamo, ne obraćamo pažnju*, d) *Ne, nikada nismo primetili takve slučajeve*.

Kroz analizu odgovora, dobili smo sledeće rezultate: najviše njih (59,02%) je odgovorilo pozitivno, ali da su to činili u svoje slobodno vreme, 18,03% ispitanika tvrdi da su videli voditelje da konzumiraju alkohol u okviru omladinskog rada, 8,20% njih je odgovorilo da ne znaju jer ne obraćaju pažnju, dok je 24,59% njih da nikada nisu primetili takve slučajeve.

Grafikon br. 22: „Da li ste bili u prilici da vidite da se omladinski radnici/treneri povezuju sa konzumiranjem alkohola i to promovišu na društvenim mrežama (postavljanje statusa, fotografija, twit-ova?)“



Pružaoce usluga omladinskog rada smo, takođe, pitali „**Da li ste bili u prilici da vidite da se mladi, tokom učešća u aktivnostima omladinskog rada, povezuju sa konzumiranjem alkohola i to promovišu kroz društvene mreže (kroz postavljanje statusa, fotografija, twitt-ova i sl.)?**“ 42,62% ispitanika je odgovorilo potvrdno, 55,74% ispitanika nikada nisu videli, 1,64% ispitanika ne obraća pažnju.

Omladinski radnici imaju nekoliko uloga i, od strane mladih, viđeni su kao uzori, mentori/ke i edukatori/ke. Mladi učestvuju u programima omladinskog rada na dobrovoljnoj osnovi, samim tim i samostalno prepoznaju omladinskog radnika/cu kao značajnu odraslu osobu sa kojom mogu partnerski i, kroz prijateljski odnos, da analiziraju svoje probleme, životne situacije, odluke, istražuju identitet, stavove, vrednosti itd. Ovde se možemo osvrnuti na Bandurinu sociokognitivnu teoriju ili teoriju socijalnog učenja (1974)⁹, po kojoj mladi uče putem imitacije modela, te da je ovo učenje zasnovano na unutrašnjoj motivaciji. Proces opservacije drugih i rekonstrukcija svojih ponašanja je primenljiv u raznim

⁹ *Adolescence (seventh edition); John W. Santrock; (1999), Publisher: McGraw – Hill International*

životnim kontekstima, pa tako i u omladinskom radu. U kontekstu omladinskog rada, stavlja se poseban fokus na omladinske radnike/ce koji/e moraju biti dosledni/e u onome što pričaju i onome što rade, tj. da i sami sprovode u delo ono što zagovaraju. Zbog samog odnosa i uzajamnog poštovanja, omladinski radnici/e su prepoznati kao uzori i, kao takvi, svesno ili nesvesno, prenose na mlade svoje vrednosti, stavove, uverenja i ponašanja, pa tako i odnos prema konzumaciji alkohola. Na osnovu rezultata, vidimo da uopšte nije retkost da su omladinski radnici viđeni da konzumiraju alkohol u okviru aktivnosti omladinskog rada. 40% udruženja i kancelarija za mlade i 31,43% mladih je svedočilo ovakvim situacijama. Sa druge strane je, u odnosu na socijalne mreže, situacija još alarmantnija, samim tim što se na socijalnim mrežama prepliće privatni i profesionalni odnos.

Kada imamo ovakvo stanje, postavlja se pitanje koliko efikasno možemo kroz omladinski rad da promoviramo zdrave stilove života i prevenciju konzumiranja alkohola? Ovde se nameće nekoliko pitanja: da li omladinski radnici uopšte poseduju vrednosti o promociji zdravih stilova života, da li su svesni problema konzumacije alkohola, da li su svesni da, svojim ponašanjem, prenose vrednosti mladima, da li postoji nerazumevanje u shvatanju značenja termina profesionalni odnos u radu sa mladima ili je uzrok svemu što ne postoje funkcionalne politike i procedure udruženja/kancelarija za mlade?

Politike u odnosu na socijalne mreže.

Veoma je teško razdvojiti privatno i poslovno kada su socijalne mreže u pitanju. U omladinskom radu je to još više izraženo, s obzirom na to da omladinski radnici pokušavaju da ostvare prijateljski odnos sa mladima, što podrazumeva interakciju putem socijalnih mreža. Alkohol politike unutar udruženja/KZM su retke, a posebno one koje se poštuju u praksi. One najčešće ne obuhvataju socijalne mreže, nego se više fokusiraju na prostorije u kojima se radi i direktne aktivnosti, što će se detaljnije prikazati u narednom delu.

Ponašanje omladinskih radnika/ca na socijalnim mrežama.

Na socijalnim mrežama, ponekad, imamo priliku da vidimo potpuno ogoljenu sliku koja ne dopušta omladinskim radnicima/cama da imaju privatnost, odnosno da svojim aktivnostima odvoje privatni i poslovni svet. Mladi najčešće pozivaju svoje omladinske radnike za prijatelje, jer oni za njih predstavljaju određenu vrstu uzora. S obzirom na to da se alkohol u našoj kulturi smatra neodvojivim od zabave i opuštanja, nažalost, neretko se koristi i kao jedan od načina da se omladinski radnici približe mladima. Statusi, izjave, fotografije često upućuju, ne samo na redovno konzumiranje alkohola, nego i na promociju. Često se susrećemo sa situacijom da omladinski radnici nose majice poznatih alkohol kompanija, što dodatno ohrabruje mlade kako je alkohol „cool“.

7.6. Politike i procedure udruženja/kancelarija za mlade

Nadovezujući se na prethodno pitanje, upravo zbog toga smo pružaoce usluga pitali da li njihovo udruženje/kzm ima usvojenu politiku o promociji zdravih stilova života koja obuhvata pitanje

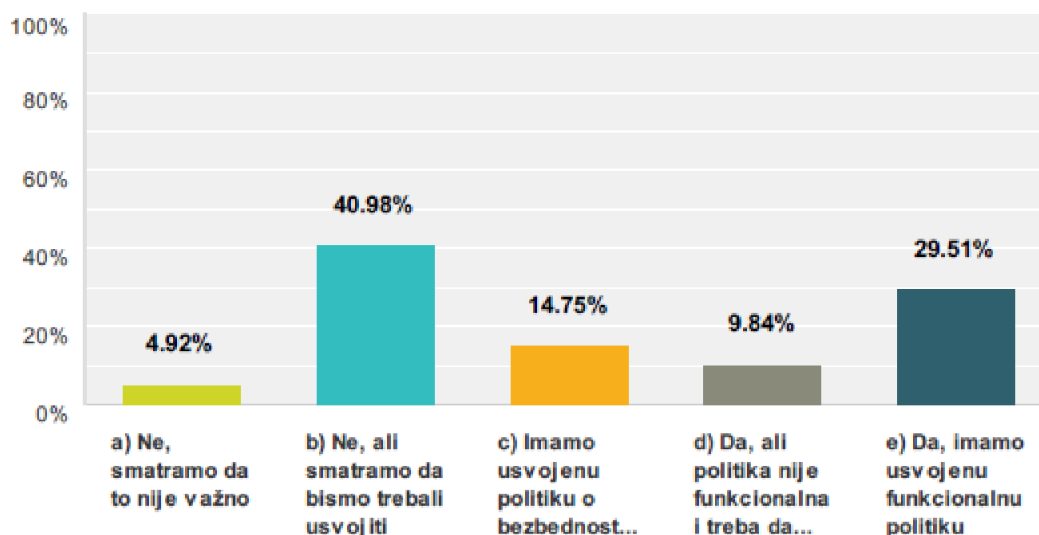
konzumiranja alkohola, pri čemu smo im ponudili sledeće odgovore: a) *Ne, smatramo da to nije važno,* b) *Ne, ali smatramo da bismo trebali usvojiti,* c) *Imamo usvojenu politiku o bezbednosti i zaštiti mladih i promociji zdravih stilova života, ali politika ne obuhvata specifično pitanje konzumacije alkohola,* d) *Da, ali politika nije funkcionalna i treba da se unapredi,* e) *Da, imamo usvojenu funkcionalnu politiku.*

Rezultati istraživanja ukazuju da 4,92% udruženja/kancelarija za mlade nema usvojenu politiku i smatraju da to pitanje uopšte nije važno, 40,98% nemaju usvojenu politiku ali smatraju da bi je trebalo usvojiti, 14,75% ima usvojenu politiku o bezbednosti i zaštiti mladih i promociji zdravih stilova života, ali politika ne obuhvata specifično pitanje konzumacije alkohola, dok svega 29,51% pružaoca usluga imaju usvojenu funkcionalnu politiku.

Jedan od odgovora na celokupnu sliku koju smo stekli kroz prethodna pitanja i analize, upravo dobijamo ovde, a to je činjenica da svega 29,51% pružaoca usluga ima usvojenu funkcionalnu politiku u odnosu na pitanje konzumiranja alkohola, dok 70,49% nema. Deo njih, čak, smatra da to nije važno, što upućuje na potpunu neosvešćenost. Sa druge strane, pozitivno je što, ipak, većina udruženja/kzm, iako nemaju politike i procedure, prepoznaju važnost i pokazuju motivaciju za uspostavljanje iste.

*Politike i procedure udruženja/kzm predstavljaju jedan od osnovnih temelja za dosledno funkcionisanje, a samim tim i postizanje rezultata. Čak i u situacijama kada imamo obučene omladinske radnike/ce, bez uspostavljenih politika i procedura, to neće u potpunosti rešiti postojeći problem. Omladinski radnici/e će delovati u skladu sa principima i vrednostima, ali će praksa zavisi od slučaja do slučaja i od individualnog tumačenja određene situacije. U omladinskom radu često se nalazimo u situacijama kada moramo da sagledavamo situaciju iz različitih uglova, prvenstveno gledajući najbolji interes mlade osobe, ali i da zaštitimo sebe kao omladinske radnike/ce. Upravo zbog toga, često se dolazi do različitih rešenja koja variraju. Funkcionalne politike i procedure nam omogućavaju doslednost u delovanju i značajno nam olakšavaju praksu. Stoga je preporuka, ukoliko želimo da poboljšamo trenutnu situaciju, da se dalje radi na jednom od prvih i najznačajnijih koraka, koji podrazumeva **definisanje svih, gore pomenutih, aspekata procesom uspostavljanja politike i procedura.***

Grafikon br.23: „Da li Vaše udruženje/kzm ima usvojenu politiku o promociji zdravih stilova života koja obuhvata pitanje konzumiranja alkohola?“



Ono što nas je takođe zanimalo je kako mladi dobijaju informacije i da li su uopšte informisani o politikama i procedurama, odnosno principima o promociji zdravih stilova života i prevenciji konzumiranja alkohola u okviru omladinskog rada. Da li je to nešto što se dešava sistemski ili *ad-hoc* ili se, pak, uopšte ne dešava. Kako bismo dobili potpuniju sliku, ovo pitanje smo postavili i pružaocima usluga omladinskog rada i mladima. Pružaocima usluga smo postavili pitanje „**Na koji način upoznajete mlade o principima/politikama povodom promocije zdravih stilova života i upotrebe alkohola**“, pri čemu su imali mogućnost da izaberu više ponuđenih odgovora: a) *Usmenim i pisanim putem*, b) *Kroz neformalni razgovor/sastanak*, c) *Kroz razgovor pred neke veće aktivnosti/događaje (seminari, treninzi, javne akcije, studijska putovanja, kampovi)*, d) *Politike i procedure se nalaze na vidljivom mestu u organizaciji/kzm, tako da se mladi sami informišu*, e) *Ne informišemo mlade*.

Pružaoци usluga su odgovorili na sledeći način: najviše njih to radi „**kroz neformalni razgovor/sastanak**“ (70,49%), potom „**kroz razgovor pred neke veće aktivnosti (seminari, treninzi, studijska putovanja, itd)**“ (68,85%), svega 39,34% njih se izjasnilo da to rade i „**usmenim i pisanim putem**“, 24,59% su naznačili da se „**politike i procedure nalaze na vidljivom mestu organizacije, gde se mladi sami informišu**“, 1,64% njih se izjasnilo da uopšte „**ne informišemo mlade**“.

Iz rezultata možemo uočiti varijacije u praksi. Najviše njih informiše mlade kroz neformalni razgovor ili pred veće aktivnosti. Sa jedne strane, to bi bilo u redu kada bi taj korak predstavljao sastavni deo procedura, kako bi se mladi, pred organizaciju neke veće aktivnosti, podsetili na postojeće principe i procedure. Mladi se sa politikama i procedurama moraju upoznati sistemski, usmenim i pisanim putem, kao i što politika udruženja/kzm treba da se nalazi na vidljivom mestu kako bi mladi znali jasan stav i principe udruženja koje ono zastupa i promoviše. Kroz neformalne razgovore i informisanje pred veće

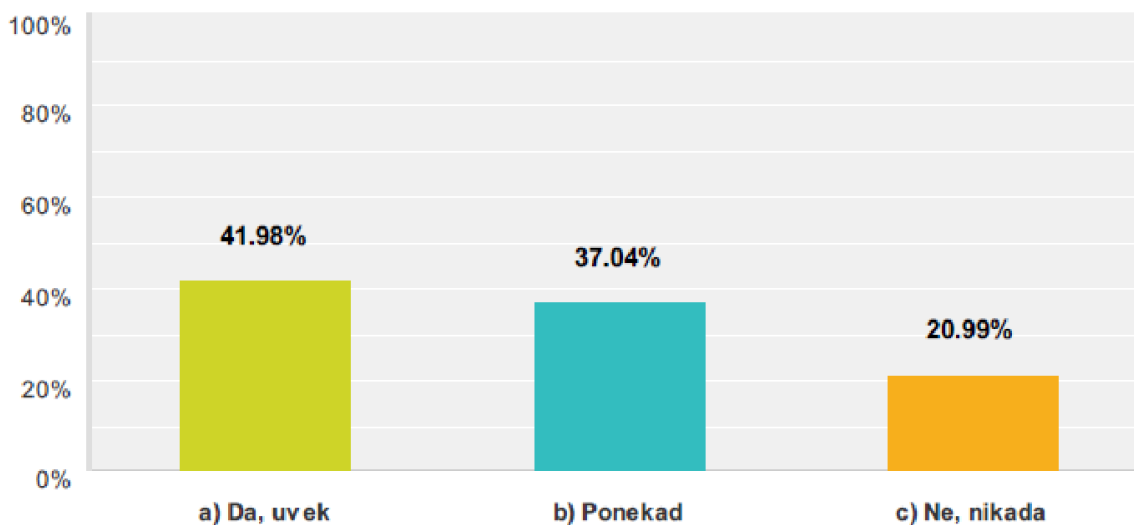
aktivnosti stiče se utisak da je pitanje konzumacije alkohola usputno i nedovoljno važno. Takođe, stiče se utisak da se referiše samo na određene aktivnosti (seminari, treninzi, studentska putovanja), a ne da su sastavni deo celokupnih vrednosti i principa koji se promovišu kroz omladinski rad i aktivnosti udruženja. Takođe, dovodimo u rizik da, pri ovakvom pristupu, u nekim slučajevima mlade ne informišemo ili ne dosegemo sve mlade. Ostaje na individualnoj proceni omladinskog radnika/ce koja je aktivnost dovoljno važna da se ovo pitanje pomene, kao što postoji mogućnost da neka mlada osoba ne učestvuje u nekom od neformalnih razgovora/sastanaka.

Ovo potvrđujemo i kroz pitanje koje smo uputili mladima. Njih smo upitali „***Da li vas obično udruženje/kancelarija za mlade koja organizuje aktivnost, upoznaje sa pravilima i procedurama u odnosu na upotrebu alkohola u okviru omladinskog rada?***“. Mladi su imali mogućnost izbora jednog odgovora pri čemu su odgovori bili sledeći: a) *Da, uvek*, b) *Ponekad*, c) *Ne, nikada*.

41,98% mladih je odgovorilo da ih udruženje/kzm uvek upoznaje sa principima i politikama u odnosu na promociju zdravih stilova života i konzumiranje alkohola, 37,04% mladih se izjasnilo da to pružaoci usluga omladinskog rada ponekad čine, dok 20,99% mladih se izjasnilo da to nikada ne čine.

Iz rezultata vidimo da je oko 41,98% mladih sistemski informisano o principima i politikama udruženja i omladinskog rada, dok je oko 58% mladih podložno nesistemskom informisanju, usled nejasnih procedura i nepostojanja funkcionalne politike.

Grafikon br. 24: „Da li vas obično udruženje/kancelarija za mlade koja organizuje aktivnost, upoznaje sa pravilima i procedurama u odnosu na upotrebu alkohola u okviru omladinskog rada?“



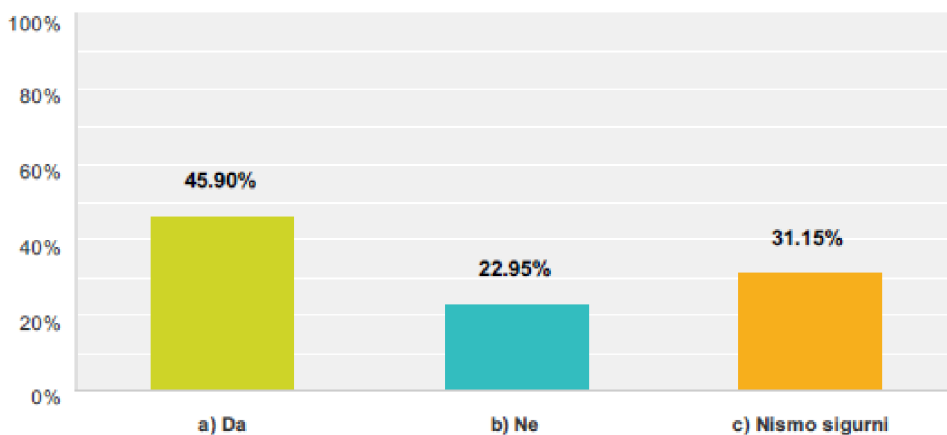
Proverili smo, takođe, da li praksa udruženja/kzm zavisi od vrste aktivnosti, dužine učešća i učestalosti pohađanja aktivnosti omladinskog rada, međutim, nisu utvrđene značajne korelacije. To bi značilo da udruženje/kzm, ukoliko ima funkcionalnu politiku, jednako upoznaje sve korisnike svojih programa, bez obzira na dužinu učešća, dok oni koji ne poseduju funkcionalnu politiku to ne čine, u pojedinim slučajevima, čak ni pred veće aktivnosti, poput seminara, studentskih poseta.

Kroz fokus grupe, doznajemo da su mladi bili upoznati sa tim da nije dozvoljeno konzumiranje alkohola u prostorijama organizacije, ali da nisu bili upoznati sa daljim procedurama. Većinsko iskustvo ispitanika/ca ukazuje na konfuziju i protivrečnosti koje se javljaju u praksi u omladinskom radu. U nekim organizacijama i aktivnostima postoje vrlo jasna pravila protiv konzumiranja alkohola ali su, u nekim specifičnim situacijama, kao što su festivali i koncerti gde su alkohol kompanije komercijalni sponzori, nema pravila ni zabrana. Vrlo često se podrazumeva da su granice postavljene, ali nisu jasno definisane. U suštini, odgovornost se, sa voditelja, u velikoj meri prenosi na učesnike aktivnosti. Kada je u pitanju volontersko angažovanje u nekim stranim organizacijama, vrlo jasno je rečeno da ne postoje situacije u kojima se konzumira alkohol. Takođe, ovde je važno naglasiti da je volotiranje dozvoljeno samo onim mladima koji su prošli prethodnu obuku i koji su spremni za određeni posao. Ukoliko i postoje neka pravila i procedure u vezi sa alkoholom, ona se tiču zakonske regulative, prostora, kao i stavova omladinskog radnika/ce, a nisu vezana za udruženje. Ovim je podcrtan stav da doslednost u sprovođenju organizacijske politike u mnogome zavisi od spremnosti samog omladinskog radnika/radnice.

7.7. Alkohol i rodno zasnovano nasilje

Na pitanje „***Da li vidite vezu između konzumacije alkohola i rodno zasnovanog nasilja?***“, ispitanicima su ponuđena tri dogovora: a) *Da*, b) *Ne*, c) *Nismo sigurni*. Dobili smo sledeće podatke: 45,90% ispitanika je odgovorilo pozitivno, odn. da prepoznaju vezu; 22,95% ispitanika je odgovorilo negativno, 31,15% ispitanika nisu sigurni.

Grafikon br. 25: „Da li vidite vezu između konzumacije alkohola i rodno zasnovanog nasilja?“



Takođe, ispitanike koji su odgovorili da prepoznaju povezanost između konzumacije alkohola i rodno zasnovanog nasilja, zamolili smo da ukratko obrazlože svoje razmišljanje. Odgovori ukazuju da „*najčešće muskarci počinju da konzumiraju alkohol zato što time dokazuju da su "muško", čak i kada nemaju želju da probaju*“. Zatim, „*osobe, najčešće muške, pod dejstvom alkohola, po povratku kući vrše nasilje na nekom od svojih ukućana, najčešće nad ženama*“. Dalji odgovori navode da „*konzumiranje alkohola neretko dovodi do pojačane agresivnosti i nemogućnosti kontrole impulsa, te osoba koja ga*

konzumira može postati sklona nasilju uopšte, pa tako i rodno zasnovanom nasilju“. Konzumiranje alkohola ima dvostruku vezu sa rodno zasnovanim nasiljem. Na prvom mestu, konzumiranje alkohola je očekivano ponašanje u rodno zasnovanoj ulozi muškarca na Balkanu i, u slučaju da neko odstupa od ovog očekivanog ponašanja, često biva izložen mentalnom pritisku okoline da učestvuje u konzumiranju alkohola. U kompletu sa time ide i smanjenje inhibicija koje je prateći simptom konzumiranja alkohola i otvara vrata za sve vidove nasilja, kao i rodno zasnovano nasilje koje je, nažalost, društveno prihvatljivo ponašanje u svim generacijama u Srbiji i na Balkanu.

Odgovori učesnika fokus grupe ukazuju na to da mladi ne obraćaju posebnu pažnju na nasilje, kao posledicu konzumacije alkohola, jer je ono konstanta u njihovom okruženju i ne prepoznaju da je oni mogu rešavati kroz programe omladinskog rada. Jedna od fokus grupa smatra da je ovo pitanje kojim se trebaju baviti Ženske i feminističke organizacije iz prostog razloga što se one najviše bave pitanjima nasilja nad ženama i decom. Kroz deo odgovora prepoznamo da se nasilje vidi kao odraz muškosti. Deo mladih prepoznaje da, pod dejstvom alkohola, osobe postaju razdražljive, sklone sukobima, ali isto tako prepoznaju da je konzumacija alkohola izgovor za nasilno ponašanje. Zaključak je da postoji nizak nivo svesti o ovom problemu jer se, među adolescentima, ne prepoznaje u dovoljnoj meri specifičnost nasilja koje je uzrokovano alkoholom i koje može da se prevenira kroz specifične programe omladinskog rada.

7.8. Programi promocije zdravih stilova života

Ono što nas je takođe interesovalo je da li su pružaoci usluga programa omladinskog rada nekada sprovodili programe/projekte koji su bili usmereni na promociju zdravih stilova života i kakvi su to programi bili, kao i da li su, po njihovom mišljenju, bili efikasni.

81,97% pružaoca usluga omladinskog rada je odgovorilo da su sprovodili ovakvu vrstu programa, dok 18,03% njih nikada nisu sprovodili programe koji su se ticali ove teme.

Ispitanike koji su odgovorili pozitivno na pitanje da li su sprovodili programe usmerene na promociju zdravih stilova života, zamolili smo da **označe polja koja najbolje opisuju aktivnosti njihovog udruženja/KZM u odnosu na ovu temu, pri čemu su mogli odabrati više opcija**. Najviše njih se izjasnilo da su se promocijom zdravih stilova života bavili u najširem mogućem smislu, kao sastavnim delom svih aktivnosti koje sprovode (71,43%). Drugi po zastupljenosti su aktivnosti/programi sa specifičnim fokusom na zdrave stilove života (42,86%). Treći po zastupljenosti su programi sa specifičnim fokusom na prevenciju konzumiranja alkohola (11,9%), dok se na četvrtom mestu nalaze aktivnosti sa fokusom na rodne uloge i konzumiranje alkohola (svega 2,28%).

Sprovedeni programi su se najviše fokusirali na podizanje svesti relevantnih aktera i mladih (78,57%), potom direktnim radom sa mladima, uključujući prevenciju (73,81%), zatim lobiranjem i zagovaranjem za usvajanje i poboljšanje politika i zakona (16,67%), dok se najmanje programa ticalo direktnog rada sa mladim zavisnicima (svega 11,9%).

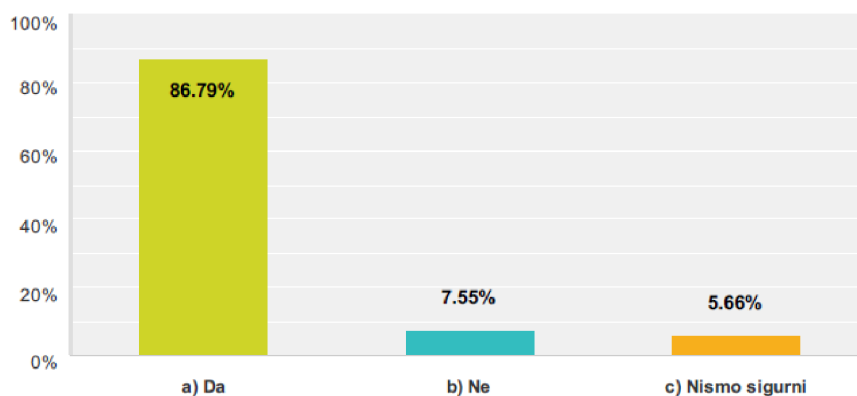
Takođe, ispitanicima smo postavili pitanje **„Da li su, tokom sprovođenja gore pomenutih aktivnosti, sarađivali sa nekom od državnih institucija?“**. 28,57% je odgovorilo negativno, dok je 71,43% odgovorilo pozitivno. Najčešće institucije koje se spominju su domovi zdravlja, Ministarstvo omladine i

sporta, Ministarstvo unutrašnjih poslova, Ministarstvo zdravlja, Institut za javno zdravlje Srbije i Vojvodine, Centar za socijalni rad, savetovališta i škole itd.

Kada smo ih upitali „***Da li su, po Vašem mišljenju, sprovedeni programi bili efikasni?***“, najviše njih je odgovorilo sa *delimično* 40,48%, zatim da *nisu sigurni* 30,95%. Svega 21,43% su bili sigurni da su programi dali određene rezultate, dok 7,14% njih smatra da programi uopšte nisu dali rezultate.

Pitali smo ih i „***Da li smatrate da je potrebno unapređenje metodologije rada sa mladima?***“, njih 86,79% smatra da je potrebno, 7,55% smatra da nije potrebno, dok 5,66% nije sigurno.

Grafikon br. 26: „Da li je potrebno unapređenje metodologije rada sa mladima u odnosu na prevenciju konzumiranja alkohola?“



Iz navedenog možemo da vidimo da, iako je od ukupnog broja udruženja i kancelarija za mlade, 81,91% njih odgovorilo da su sprovodili programe koji su bili usmereni na promociju zdravih stilova života, kada smo ih konkretnije pitali kakvi su to programi bili, u većini slučajeva smo dobili odgovor da su se ovom temom bavili u najširem mogućem smislu, kao sastavnim delom svih aktivnosti. Veoma mali broj udruženja i kancelarija za mlade su naveli da su sprovodili programe sa fokusom na zdrave stilove života, a posebno sa fokusom na prevenciju konzumiranja alkohola. Imajući u vidu sliku koju smo stekli kroz prethodna pitanja o postojanju procedura i politika, kao i doslednosti u odnosu na primenljivost principa u praksi, nameće se pitanje kakav je bio kvalitet tih programa i koliko se uspešno prenela poruka mladima. Ovo potvrđujemo i kroz rezultate odgovora koje smo dobili kada smo pitali ispitanike o uspešnosti sprovođenja programa, gde je svega 21,43% njih bilo sigurno da su se postigli određeni rezultati kod mladih. Nadalje, to isto potvrđujemo i činjenicom da je 86,79% ispitanika odgovorilo da je potrebno unapređenje metodologije rada sa mladima. Pozitivna strana je što udruženja i kancelarije za mlade prepoznaju da je potrebno unapređenje, kao i da su se programi većinom sprovodili u saradnji sa

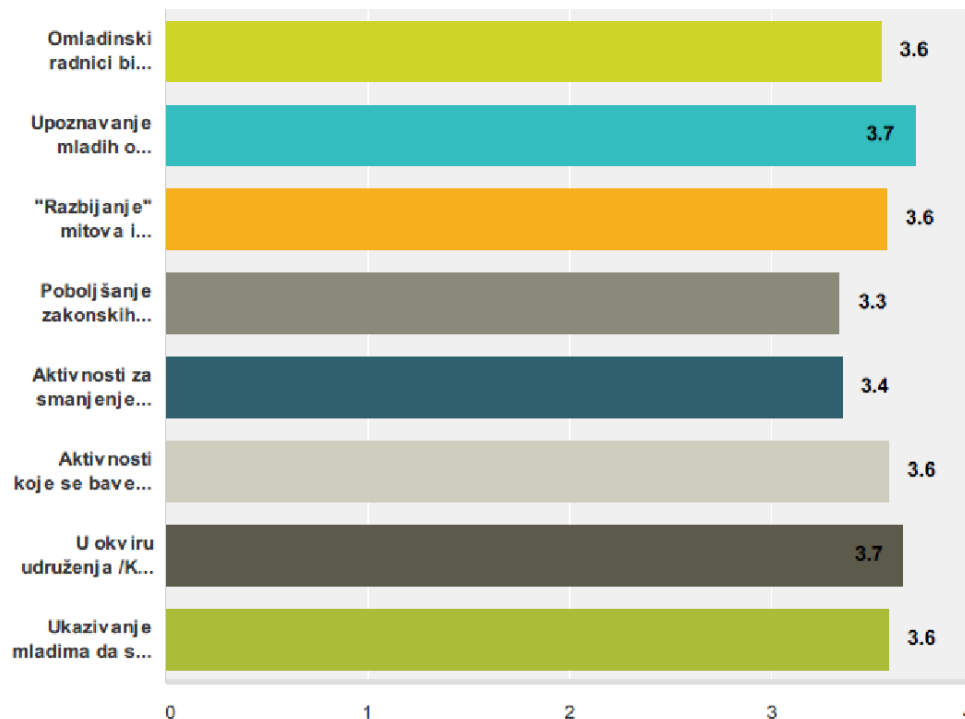
državnim institucijama. Ovim pristupom se neguje međusektorska saradnja koja doprinosi boljoj koordinaciji, iskorišćenosti resursa i ekspertize.

Udruženja i kancelarije za mlade smo pitali: „Šta bi, po Vašem mišljenju, trebalo da obuhvataju mere prevencije konzumiranja alkohola, u okviru omladinskog rada?“. Ispitanicima smo ponudili 8 mogućih mera pri čemu su oni mogli da ocene svaku meru prema 4-stepenoj skali (1-*uopšte se ne slažem*, 2 – *donekle se slažem*, 3- *uglavnom se slažem*, 4 – *u potpunosti se slažem*). Ponuđene mere prevencije su bile sledeće:

1. Omladinski radnici bi trebalo da budu uzori mladima;
2. Upoznavanje mladih o uticaju i posledicama alkohola;
3. "Razbijanje" mitova i predrasuda o uticaju alkohola;
4. Poboljšanje zakonskih regulativa;
5. Aktivnosti za smanjenje štetnosti (ukoliko već mladi piju, informisati ih kako da konzumiraju alkohol da bi se smanjila štetnost, npr. da ne mešaju energetska pića i alkohol itd);
6. Aktivnosti koje se bave uzrocima konzumiranja alkohola od strane mladih;
7. U okviru udruženja /KZM kreirati okruženje koje promoviše zdrave stilove života;
8. Ukazivanje mladima da se i bez alkohola mogu dobro zabaviti i iskusiti uzbuđenje koje traže kroz konzumiranje alkohola.

Sve mere su prilično visoko ocenjene. Sa srednjim prosekom vrednosti 3,7 od mogućih 4, najviše su ocenjene mere: ***Upoznavanje mladih o uticaju i posledicama alkohola*** i ***U okviru udruženja /KZM kreirati okruženje koje promoviše zdrave stilove života***. Sa 3,6 su ocenjene mere: ***Omladinski radnici bi trebalo da budu uzori mladima***; ***„Razbijanje“ mitova i predrasuda o uticaju alkohola***; ***Aktivnosti koje se bave uzrocima konzumiranja alkohola od strane mladih***; ***Ukazivanje mladima da se i bez alkohola mogu dobro zabaviti i iskusiti uzbuđenje koje traže kroz konzumiranje alkohola***. Sa 3,4 je ocenjena mera: ***Aktivnosti za smanjenje štetnosti (ukoliko već mladi piju, informisati ih kako da konzumiraju alkohol da mi se smanjila štetnost, npr. da ne mešaju energetska pića i alkohol itd)***. Najmanju ocenu nosi mera ***Poboljšanje zakonskih regulativa***.

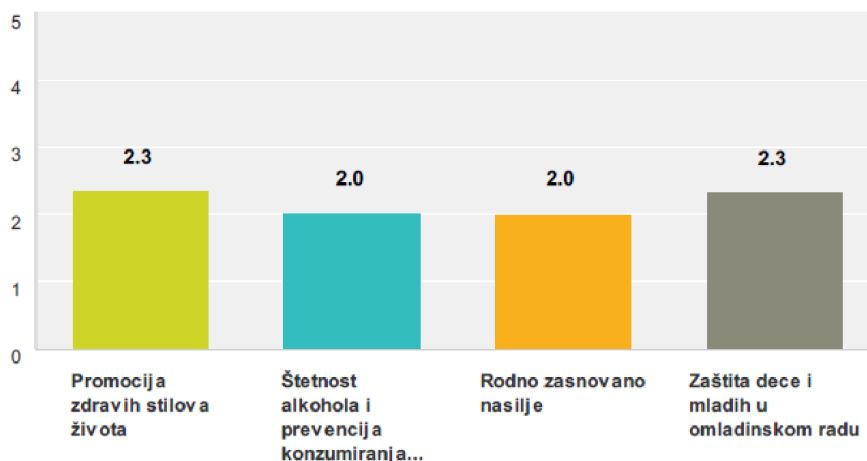
Grafikon br.27: „Mere prevencije u omladinskom radu, prema mišljenju udruženja/kzm“



Ono što nas je takođe interesovalo je u kojoj meri omladinski radnici u udruženjima i kancelarijama za mlade poseduju kompetencije iz oblasti: a) *Promocija zdravih stilova života*, b) *Štetnost alkohola i prevencija konzumiranja alkohola kod mladih*, c) *Rodno zasnovano nasilje*, d) *Zaštita dece i mladih u omladinskom radu*. Ispitanici su mogli da ocene nivo kompetencija na 3-stepenoj skali (1-uopšte nisu obučeni, 2-donekle su obučeni, 3 – u potpunosti su obučeni).

Prema prosečnim vrednostima, ispitanici smatraju da najviše kompetencija poseduju u oblasti promocije zdravih stilova života sa srednjom ocenom 2,34, potom zaštite dece i mladih u omladinskom radu sa 2,32, zatim iz štetnosti alkohola i prevencije konzumiranja alkohola sa 2,02, dok smatraju da najmanje kompetencija poseduju iz oblasti rodno zasnovanog nasilja sa srednjom ocenom 2.

Grafikon br.28: „Kompetencije omladinskih radnika/ca“



Iako postoji mala gradacija u odnosu na oblasti, prema prosečnoj srednjoj vrednosti, sve oblasti su na približno istom nivou, tj. ispitanici u proseku smatraju da su donekle obučeni u odnosu na navedene teme. Dakle, ispitanici prepoznaju mogućnost daljeg unapređenja, kao i motivaciju za profesionalno usavršavanje. Ovo uviđamo na osnovu činjenice da je 84,91% ispitanika iskazalo zainteresovanost za izgradnju kapaciteta omladinskih radnika/ca i uspostavljanje politika u odnosu na prevenciju konzumiranja alkohola među mladima.

7.9. Zaključci i preporuke

Iako je nešto manje od 20% predstavnika udruženja i KZM prihvatilo i ubuduće bi opet prihvatilo sponzorstvo alkohol kompanija za sprovođenje svojih programa, pozitivna je činjenica da skoro 80% udruženja/KZM nije voljna da prihvati ovu vrstu sponzorstva jer to nije u skladu sa njihovim pravilima. To nas ohrabruje da programe omladinskog rada posmatramo kao važan prostor za sprovođenje programa prevencije konzumiranja alkohola među mladima. Dodatno je potrebno raditi na podizanju svesti ostalih udruženja/KZM o važnosti ulaganja u ovu temu, kao i posledicama koje problemi sa alkoholom uzrokuju.

Potencijalno uključivanje organizacija/KZM u saveze koji neguju politike promocije zdravih stilova života, može biti od važnosti za poboljšanje stanja kvaliteta i kompetencija pružaoca usluga.

Iako se većina organizacija izjašnjava da ne bi sarađivala sa industrijom alkohola, podaci pokazuju da je učešće u programima omladinskog rada i dalje pogodno mesto za konzumiranje alkohola i negovanje društvenih normi nametnutih od strane društva koje favorizuju konzumaciju alkohola. Alarmantna je činjenica da se alkohol vidi kao sredstvo opuštanja, zabave i proslave postignutih uspeha u polovini programa omladinskog rada koji su obuhvaćeni ovim istraživanjem. Reakcija na konzumiranje alkohola u navedenim programima najčešće zavisi od ličnih stavova i vrednosti omladinskih radnika/ca, a trenutno stanje u kojem samo 1/3 organizacija/KZM ima definisanu alkohol politiku, ne doprinosi poboljšanju i rešavanju ovog problema. Mladi prepoznaju reakcije omladinskih radnika/ca tako što se nalaze kompromisna rešenja u kojima se i dalje nastavlja sa konzumacijom alkohola.

Neretko, a često i nesvesno, upravo omladinski radnici/ce promovišu promociju alkohola, putem socijalnih mreža. S obzirom na vrlo tanku liniju između prijateljskog profesionalnog odnosa i prijateljstva

sa mladima, omladinskim radnicima/cama je vrlo teško da postave jasne granice. Promovisanje vrednosti iz privatnog života omladinskih radnika/ca koje nisu u skladu sa vrednostima omladinskog rada, predstavlja poteškoću, s obzirom na to da oni predstavljaju uzor mladima. Omladinski radnici/e ne bi trebalo da imaju povlašćenu poziciju u odnosu na mlade, što znači da, po završetku radnog vremena, treba da ostanu dosledni onome što promovišu u okviru omladinskog rada, npr. postavljajući statute i fotografije na društvenim mrežama, ne promovišući konzumaciju alkohola.

Izrečeni stavovi ukazuju da učesnici istraživanja u velikoj meri razumeju uspostavljanje pravila i procedura u vezi sa konzumiranjem alkohola u aktivnostima omladinskog rada, ali da u praksi, kao voditelji, imaju ključni izazov kako da profesionalni stav protiv alkohola odbrane pod pritiskom duboko ukorenjenih porodičnih vrednosti i kulturoloških vrednosti društva u kojem živimo i koje, s druge strane, mladi preuzimaju i inkorporiraju u svoj vrednosni sistem, bez kritičkog promišljanja.

Stoga, dolazimo do zaključka da je, istovremeno, neophodno raditi, kako na uspostavljanju jasnih politika i procedura i njihovoj primenljivosti u praksi, tako i na procesu profesionalizacije omladinskog rada, odnosno sistemskog obrazovanja omladinskih radnika/ca.

Kroz istraživanje je prepoznato da je potrebno uvoditi nove metodologije rada kada je u pitanju prevencija konzumacije alkohola. Predlog je da se izbegava klasičan radioničarski rad u kojem mladi slušaju o mitovima i posledicama konzumacije alkohola. Preporuka je da je potrebno raditi na razvojnim programima koji rade na testiranju vrednosti i uverenja mladih, kako bi mladi iskustveno prošli kroz različite situacije iz kojih mogu da nauče i shvate, a ne samo da budu informisani.

U odnosu na vezu između konzumiranja alkohola i vršnjačkog i rodno orijentisanog nasilja, mladi, generalno, ne obraćaju posebnu pažnju na nasilje kao posledicu konzumacije alkohola jer je ono konstanta u njihovom okruženju, deo svakodnevne komunikacije. U skladu sa tim, programe omladinskog rada kao preventivne mere samo deklarativno prepoznaju kao dobra rešenja, tj. uglavnom ne prepoznaju način, odnosno kako se kroz omladinski rad mogu dekodirati duboko ukorenjeni vrednosni kodovi pozitivne tolerancije na alkohol.

U skladu sa tim, preporuka je da se osposobe omladinski radnici/ce da principe omladinskog rada primene u konkretnim situacijama, kako da neguju razvojni pristup u omladinskom radu, tj. kako da osiguraju prilike za razvoj kritičkog promišljanja mladih.

Još jedna zabrinjavajuća činjenica je da, iako mladi prepoznaju alkoholom uzrokovano rodno zasnovano nasilje, ne pokazuju svest o tome da je potreban rad na ovom problemu. Preporuka je da se osvetle problemi koji se nalaze u našem društvu, kako bi se, sa prepoznavanja problema, prešlo na konkretne akcije za suzbijanje istih.

S obzirom na to da dosadašnji programi promocije zdravih stilova života, po mišljenju ispitanika/ca, nisu dali značajne rezultate, potrebno je fokusirati se na nove, inovativnije metode, kako bi mladima i društvu u celini, približili značaj ove teme za dobrobit mladih i društveno blagostanje.

Izgradnja kapaciteta omladinskih radnika je potrebna i u određenim temama koje se tiču rodno zasnovanog nasilja, štetnosti alkohola i prevencije konzumacije alkohola, kao i u temama zaštite i sigurnosti dece i mladih. Na osnovu iskazane zainteresovanosti oko 85% obuhvaćenih udruženja/KZM, preporuka je da se, osim izgradnje kapaciteta omladinskih radnika/ca, radi na uspostavljanju politika u odnosu na prevenciju konzumiranja alkohola među mladima.



8.1. INSTRUMENT ZA MLADE

Pred Vama je upitnik namenjen svim mladima od 15-30 godina na području Republike Srbije.

Upitnik je deo studije mapiranja pod nazivom: "Odnos mladih prema alkoholu i presek stanja u programima omladinskog rada".

Studiju sprovodi Centar za omladinski rad, uz podršku Švedske internacionalne organizacije IOGT-NTO, kao deo trogodišnjeg razvojnog programa.

Opšti cilj studije je da istražimo kakav je odnos mladih prema alkoholu, kao i kakvo je trenutno stanje i praksa pružaoca usluga omladinskog rada u odnosu prevenciju konzumiranja alkohola. Rezultati studije će poslužiti za unapređenje programa omladinskog rada i praksi pružaoca usluga u odnosu na ovo pitanje.

Učešće u istraživanju je anonimno i podrazumeva garanciju privatnosti, a sve prikupljene informacije biće isključivo korišćene u istraživačke svrhe. Vaši odgovori biće publikovani samo kao deo skupa odgovora celokupnog uzorka.

Studija će obuhvatiti tri ključne ciljne grupe: mlade koji su imali iskustvo učešća u programima omladinskog rada i one koji nisu, kao i udruženja mladih, udruženja za mlade, kancelarije za mlade koje sprovode programe omladinskog rada.

Ukoliko ste spremni da odvojite 15 minuta Vašeg vremena, biće nam drago da podelite Vaša iskustva i mišljenja sa nama i učestvujete u istraživanju.

Unapred hvala.

Tim Centra za omladinski rad

1. Molimo te da navedeš iz kojeg si grada?

2. Označi kojeg si pola?

M Ž I

3. Koliko imaš godina?

15-19 20-24 25-30

4. Koji nivo završenog obrazovanja poseduješ?

- a) osnovna škola
- b) trogodišnja srednja škola
- c) četvorogodišnja srednja škola
- d) viša škola
- e) fakultet - osnovne studije
- f) master/magistratura
- g) doktorat

5. Da li si nekada učestvovao/la u aktivnostima omladinskog rada (npr. trening/seminar, vršnjačka edukacija, volonter/ka na nekom javnom događaju, itd)?

- a) Da
- b) Ne

Ukoliko si odgovorio/la pod B, preskoči sledeća pitanja od 6 do 12.

6. Koliko dugo si uključen/a u aktivnosti omladinskog rada?

- a) manje od 3 meseca
- b) 3-6 meseci
- c) do 1 godine
- d) do 2 godine
- e) do 3 godine
- f) do 5 godina
- g) više od 5 godina

7. Koliko često u proseku učestvuješ u ovim aktivnostima?

- a) svakodnevno
- b) nekoliko puta nedeljno
- c) jednom nedeljno
- d) 2 puta mesečno
- e) jednom mesečno

- f) svaka 2-3 meseca
- g) 2 puta godišnje
- h) jednom godišnje
- i) ređe od jednom godišnje

8. U kojoj vrsti aktivnosti si učestvovao/la? (možeš odabrati više odgovora)

- a) trening/seminar
- b) radionice
- c) međunarodna omladinska razmena
- d) organizacija javnih akcija
- e) kratkoročni omladinski rad sa grupom
- f) dugoročni omladinski rad sa grupom
- g) volonterski kamp
- h) Evropski volonterski servis (EVS)
- i) Drugo (molimo te da navedeš)

9. Da li si ikada bio/la u prilici da vidiš da voditelji aktivnosti konzumiraju alkohol u okviru omladinskog rada?

- a) Da
- b) Ne

10. Da li si ikada bio/la u prilici da vidiš da mladi konzumiraju alkohol u okviru aktivnosti omladinskog rada?

- a) Ne (ukoliko si odabrao/la ovu opciju, molimo te da preskočiš sledeće pitanje)
- b) Da

11. U kojim situacijama su mladi najčešće konzumirali alkohol tokom aktivnosti omladinskog rada? (možeš odabrati više opcija)

- a) tokom rada u prostorijama udruženja, u večernjim časovima
- b) kada su samostalno pripremali aktivnosti
- c) tokom seminara/treninga, u večernjim časovima
- d) tokom seminara/treninga, na pauzama za ručak
- e) tokom volonterskih kampova
- f) tokom javnih akcija
- g) nakon uspešno obavljene aktivnosti
- h) drugo (molimo te da navedeš)

11. Kada mladi u okviru omladinskog rada konzumiraju alkohol, voditelj/omladinski radnik/ca, obično:

- a) Ne reaguje, iako je upoznat/a sa tim.

- b) *Ponekad reaguje, ali reakcija zavisi od slučaja do slučaja. Obično se nađe kompromisno rešenje da se može konzumirati alkohol, ali da se ne naruši dinamika tokom radnih delova aktivnosti.*
- c) *Uvek reaguje, jer se promovišu zdravi stilovi života i nije dozvoljena upotreba alkohola.*
- d) *Drugo (molimo te da navedeš).*

12. Da li te udruženje/kancelarija za mlade koje organizuje aktivnost, obično upozna sa pravilima i procedurama u odnosu na upotrebu alkohola u okviru omladinskog rada?

- a) *Da, uvek*
- b) *Ponekad*
- c) *Ne, nikada*

13. Molimo te da napišeš koja je tvoja prva asocijacija na reč alkohol?

14. Da li si ikada probao/la alkohol?

- a) *Da*
- b) *Ne*

15. Sa koliko godina si prvi put probao/la alkohol?

16. U kom okruženju si prvi put probao/la alkohol?

- a) *Bio sam potpuno sam/a.*
- b) *U okviru porodice, uz prisustvo odraslih.*
- c) *U okviru porodice sa bratom, sestrom, rođacima koji su približno istih godina kao i ja.*
- d) *Sa društvom.*
- e) *Drugo (molimo te da navedeš).*

17. Koliko često si pio/pila alkohol u poslednjih mesec dana?

- a) *svaki dan*
- b) *do 3 puta nedeljno*
- c) *samo vikendom*
- d) *jednom mesečno*
- e) *nijednom*

18. U kojim situacijama najčešće piješ alkohol (možeš odabrati više odgovora)?

- a) *U večernjim izlascima.*
- b) *U okviru porodice, preko vikenda.*
- c) *Kada se okupi društvo radi druženja.*

- d) *Kada hoću da se ispričam sa prijateljem/prijateljicom.*
- e) *Kod kuće u okviru porodice, svakog dana.*
- f) *Tokom gledanja sportskih događaja.*
- g) *Pijem samo na žurkama, svečanim događajima i slavljima.*
- h) *Pijem sam/a.*
- i) *Drugo (molimo te da navedeš).*

19. Kada pijem alkohol, ja...:

- a) *Pijem u granicama i pazim da se ne napijem.*
- b) *Pijem toliko da budem malo pijan/a, ali da imam kontrolu nad svojim telom.*
- c) *Pijem dok god se potpuno ne napijem.*

20. Koja alkoholna pića najčešće piješ?

- a) *Mešana pića (kokteli, likeri)*
- b) *Vino (crno, belo)*
- c) *Pivo*
- d) *Cider, breezer...*
- e) *Žestoka pića (rakija, vodka, viski, itd)*
- f) *Svejedno mi je šta pijem*
- h) *Drugo (molimo te da navedeš)*

21. Zašto piješ baš to piće? (možeš odabrati 3 odgovora)

- a) *Zato što je najjeftinije.*
- b) *Zato što volim ukus tog pića i prija mi.*
- c) *Zato što se od njega brzo napijem.*
- d) *Zato što to piće piju muškarci.*
- e) *Zato što to piće obično piju devojke.*

22. Koji su najčešći razlozi zbog kojih piješ alkohol? (možeš odabrati 3 odgovora)

- a) *Bez alkohola nema dobrog provoda.*
- b) *Da mogu da se opustim i da zaboravim na sve probleme.*
- c) *Zato što to priliči muškarcima/devojkama.*
- d) *Da skupim hrabrosti.*
- e) *Da mi održi dobro raspoloženje.*
- f) *Ne treba mi razlog, pijem jer volim alkohol, ali se obično ne napijem.*
- g) *Pijem da se napijem, jer to je „cool“.*
- h) *Alkohol me čini odraslijim i nezavisnijim.*
- i) *Alkohol ide dobro uz razgovor.*

23. Da li smatraš da se bez alkohola možeš dobro provesti?

- a) *Da*
- b) *Ne*

c) *Ponekad*

24. Bilo je situacija kada mi se nije pio alkohol, ali svi ostali su pili, pa sam i ja.

a) *Da, to se često dešava.*

b) *Ponekad mi se to desilo.*

c) *Ne, nikada mi se to nije desilo. Kada mi se ne pije, ja nikada ne pijem.*

25. Da li smatraš da mladi koji su pod uticajem alkohola češće učestvuju u svađi ili tuči?

a) *Da*

b) *Ne*

c) *Ponekad*

26. Da li si nekada prisustvovao/la ili si upoznat/a sa nasiljem u porodici koje je prouzrokovano konzumiranjem alkohola?

a) *Da, jesam jednom*

b) *Da, više puta*

c) *Ne, nikada nisam*

27. Na skali od 1-4 oceni u kojoj meri smatraš da je upotreba alkohola među mladima značajan problem:

1 – *uopšte nije značajan*

2 – *donekle je značajan*

3 – *značajan je*

4 – *veoma je značajan*

28. Da li misliš da je važno da se sprovode programi kojima bi se informisali mladi o prevenciji konzumiranja alkohola, njegovom uticaju i posledicama?

a) *Da*

b) *Ne*

c) *Nisam siguran/a*

8.2. UPITNIK ZA UDRUŽENJA/KANCELARIJE ZA MLADE

Pred Vama je upitnik namenjen svim udruženjima mladih i udruženjima za mlade, kao i kancelarijama za mlade koje sprovode omladinski rad.

Upitnik je deo studije mapiranja pod nazivom: "Odnos mladih prema alkoholu i presek stanja u programima omladinskog rada".

Studiju sprovodi Centar za omladinski rad, uz podršku Švedske internacionalne organizacije IOGT-NTO, kao deo trogodišnjeg razvojnog programa.

Opšti cilj studije je da istražimo kakav je odnos mladih prema alkoholu, kao i kakvo je trenutno stanje i praksa pružaoca usluga omladinskog rada u odnosu na prevenciju konzumiranja alkohola. Rezultati studije će poslužiti za unapređenje programa omladinskog rada i praksi pružaoca usluga u odnosu na ovo pitanje.

Učešće u istraživanju je anonimno i podrazumeva garanciju privatnosti, a sve prikupljene informacije biće isključivo korišćene u istraživačke svrhe. Vaši odgovori biće publikovani samo kao deo skupa odgovora celokupnog uzorka.

Studija će obuhvatiti tri ključne ciljne grupe: mlade koji su imali iskustvo učešća u programima omladinskog rada i one koji nisu, kao i udruženja mladih i udruženja za mlade, kancelarije za mlade koje sprovode programe omladinskog rada.

Ukoliko ste spremni da odvojite 15 minuta Vašeg vremena, biće nam drago da podelite Vaša iskustva i mišljenja sa nama i učestvujete u istraživanju.

Unapred hvala,

Tim Centra za omladinski rad

1. Molimo Vas da navedete okrug u kom je sedište organizacije/KZM.

2. Šta od navedenog najbolje opisuje vašu organizaciju?

- a) Udruženje mladih
- b) Udruženje za mlade
- c) Ostale organizacije civilnog društva
- d) Kancelarija za mlade
- e) Omladinski klub
- f) Omladinski centar
- g) Međunarodna organizacija
- h) Drugo (molimo Vas da navedete)

3. Da li je vaše udruženje/KZM članica nekog od, dole navedenih, saveza u Srbiji?

- a) Nacionalna asocijacija praktičara/ki omladinskog rada –NAPOR
- b) Krovna organizacija mladih Srbije - KOMS
- c) Nacionalna asocijacija lokalnih kancelarija za mlade
- d) Savez izviđača Srbije
- e) Nismo članica nijednog saveza
- f) Neki drugi savez (molimo Vas da navedete): _____

4. Da li ste nekada prihvatili sponzorstva kompanija koje proizvode alkohol i duvanske proizvode?

- a) Da, jesmo. To je pozitivan primer saradnje između biznis sektora i civilnog sektora.
- b) Da, jesmo. Omladinski sektor je u finansijskoj krizi i prihvatamo bilo koje sponzorstvo.
- c) Ne, ali bismo prihvatili, ukoliko nam se ukaže prilika. Potrebna je svaka podrška za sprovođenje omladinskog rada.
- d) Nismo i nećemo jer smatramo da to nije u skladu sa pravilima našeg udruženja/KZM.

5. Da li ste ikada bili u prilici da vidite da mladi konzumiraju alkohol u okviru aktivnosti omladinskog rada?

- a) Ne (ukoliko ste odabrali ovu opciju, molimo Vas da preskočite sledeće pitanje)
- b) Da

6. Po Vašem mišljenju, u kojim situacijama mladi najčešće konzumiraju alkohol u okviru omladinskog rada? (možete odabrati više opcija)

- i) tokom rada u prostorijama udruženja, u večernjim časovima
- j) kada samostalno pripremaju aktivnosti
- k) tokom seminara/treninga, u večernjim časovima
- l) tokom seminara/treninga, na pauzama za ručak
- m) tokom volonterskih kampova
- n) tokom javnih akcija
- o) nakon uspešno obavljene aktivnosti
- p) drugo (molimo Vas da navedete)

7. Kada, tokom aktivnosti vašeg udruženja/KZM, mladi konzumiraju alkohol, Vi obično:

- a) *Ne reagujemo, to je lična stvar mladih. Omladinski rad treba da bude zabavan, kako bi privukao mlade.*
- b) *Ponekad reagujemo, ukoliko se neka mlada osoba napije i narušava aktivnost.*
- c) *Obično reagujemo, nemamo definisane procedure udruženja/kzm, samim tim reakcija zavisi od slučaja do slučaja.*
- d) *Omladinski radnici uvek lično reaguju, mada naše udruženje/KZM nema usvojenu politiku o promociji zdravih stilova života.*
- e) *Imamo obavezu da reagujemo jer naše udruženje/KZM ima usvojenu politiku o promociji zdravih stilova života.*
- f) *Drugo (molimo Vas da navedete).*

8. Da li ste ikada bili u prilici da vidite da voditelji aktivnosti konzumiraju alkohol u okviru omladinskog rada?

- a) *Da*
- b) *Ne*

9. Da li ste bili u prilici da vidite da se omladinski radnici/treneri povezuju sa konzumiranjem alkohola, i to promovišu na društvenim mrežama (postavljanje statusa, fotografija, twit-ova)? (možete odabrati više opcija)

- a) *Da, ali su to činili u svoje slobodno vreme.*
- b) *Da, u toku sprovođenja aktivnosti omladinskog rada (uključujući i večernje časove).*
- c) *Ne znamo, ne obraćamo pažnju.*
- d) *Ne, nikada nismo primetili takve slučajeve.*

10. Da li ste bili u prilici da vidite da se mladi, tokom učešća u aktivnostima omladinskog rada, povezuju sa konzumiranjem alkohola, i to promovišu na društvenim mrežama (kroz postavljanje statusa, fotografija, twit-ova i sl.)?

- a) *Da*
- b) *Ne*
- c) *Ne obraćamo pažnju*

11. Da li vaše udruženje/KZM ima usvojenu politiku o promociji zdravih stilova života koja obuhvata pitanje konzumiranja alkohola?

- a) *Ne, smatramo da to nije važno.*
- b) *Ne, ali smatramo da bi je trebalo usvojiti.*
- c) *Imamo usvojenu politiku o bezbednosti i zaštiti mladih i promociji zdravih stilova života, ali politika ne obuhvata specifično pitanje konzumacije alkohola.*
- d) *Da, ali politika nije funkcionalna i treba da se unapredi.*
- e) *Da, imamo usvojenu funkcionalnu politiku.*

12. Na koji način upoznajete mlade u Vašem udruženju/KZM sa principima/procedurama (bilo da imate usvojenu politiku ili neformalni princip) povodom promocije zdravih stilova života i upotrebe alkohola? (možete odabrati više opcija)

- a) Usmenim i pisanim putem.
- b) Kroz neformalni razgovor/sastanak.
- c) Kroz razgovor pred neke veće aktivnosti/događaje (seminari, treninzi, javne akcije, studijska putovanja, kampovi).
- d) Politike i procedure se nalaze na vidljivom mestu u organizaciji/kzm, tako da se mladi sami informišu.
- e) Ne informišemo mlade.

13. Da li smatrate da postoji veza između konzumacije alkohola i rodno zasnovanog nasilja?

- a) Da
- b) Ne
- c) Nismo sigurni

14. Ukoliko ste na prethodnom pitanju odabrali opciju da, molimo vas da, svojim rečima, ukratko obrazložite.

15. Da li je Vaše udruženje/KZM nekada sprovodilo aktivnosti/projekte koji su se ticali promocije zdravih stilova života?

- a) Da
- b) Ne

16. Molimo Vas da označite polja koja najbolje opisuju aktivnosti vašeg udruženja/KZM u odnosu na promociju zdravih stilova života

- a) Promocijom zdravih stilova života se bavimo u najširem mogućem smislu, kao sastavni deo svih aktivnosti koje sprovodimo.
- b) Sprovodimo aktivnosti sa specifičnim fokusom na zdrave stilova života.
- c) Sprovodimo aktivnosti sa specifičnim fokusom na prevenciju konzumiranja alkohola.
- d) Sprovodimo različite aktivnosti sa fokusom na rodne uloge i konzumiranje alkohola.
- e) Drugo (molimo Vas da navedete).

17. Molimo Vas da odaberete na šta su sprovedene aktivnosti bile usmerene (možete odabrati više odgovora):

- a) Lobiranje i zagovaranje usvajanja politika/zakona.
- b) Podizanje svesti relevantnih aktera i mladih.
- c) Direktan rad sa mladima, uključujući prevenciju.
- d) Direktan rad sa mladim zavisnicima.
- e) Drugo.

18. Da li ste, tokom sprovođenja gore navedenih aktivnosti, sarađivali sa nekim državnim institucijama?

- a) Ne, aktivnosti sprovodimo samostalno
- b) Da, sarađujemo

Ukoliko ste odabrali odgovor DA, molimo Vas da navedete sa kojim državnim institucijama sarađujete:

19. Da li smatrate da su aktivnosti/projekti dali rezultate u vidu smanjenja konzumacije alkohola kod mladih?

- a) Da, jesu,
- b) Delimično
- c) Nisam siguran/a
- d) Ne, nisu uopšte (molimo Vas da obrazložite)

20. Da li smatrate da je potrebno unapređenje metodologije rada sa mladima u odnosu na prevenciju konzumiranja alkohola?

- a) Da
- b) Ne
- c) Nismo sigurni
- d) Drugo

21. Šta bi, po Vašem mišljenju, trebalo da obuhvataju mere prevencije konzumiranja alkohola kod mladih u okviru omladinskog rada?

1- uopšte se ne slažem 2- donekle se slažem 3- uglavnom se slažem 4- u potpunosti se slažem

Omladinski radnici bi trebalo da su uzori mladima	1	2	3	4
Upoznavanje mladih o uticaju i posledicama alkohola	1	2	3	4
Sprovoditi aktivnosti i radionice koji se bave „razbijanjem“ mitova i predrasuda o uticaju alkohola	1	2	3	4
"Razbijanje" mitova i predrasuda o uticaju alkohola	1	2	3	4
Poboljšanje zakonskih regulativa	1	2	3	4
Aktivnosti za smanjenje štetnosti (ukoliko već mladi piju, informisati ih kako da konzumiraju alkohol da bi se smanjila štetnost, npr. da ne mešaju energetska pića i alkohol itd.)	1	2	3	4
Aktivnosti koje se bave uzrocima konzumiranja alkohola od strane mladih	1	2	3	4
U okviru udruženja /KZM kreirati okruženje koje promoviše zdrave stilove života	1	2	3	4
Ukazivanje mladima da se i bez alkohola mogu dobro zabaviti i iskusiti uzbuđenje koje traže kroz konzumiranje alkohola	1	2	3	4

22. U kojoj meri omladinski radnici u Vašem udruženju/KZM poseduju kompetencije iz sledećih oblasti?

1 - uopšte nisu obučeni

2 - donekle su obučeni

3 - u potpunosti su obučeni

Promocija zdravih stilova života	1	2	3
Štetnost alkohola i prevencija konzumiranja alkohola kod mladih	1	2	3
Rodno zasnovano nasilje	1	2	3
Zaštita dece i mladih u omladinskom radu	1	2	3

23. Da li bi vaše udruženje/KZM bilo zainteresovano za izgradnju kapaciteta omladinskih radnika/ca i uspostavljanje politika u odnosu na prevenciju konzumiranja alkohola među mladima?

- a) Da
- b) Ne
- c) Nismo sigurni

24. OPCIONO

Centar za omladinski rad će u naredne 3 godine sprovesti projekat: "Lažna sloboda - Životni stil bez alkohola" koji je finasiran od strane IOGT-NTO. Ukoliko ste zainteresovani za dalje učešće u projektu, možete da ostavite kontakt vašeg udruženja/KZM, kako bi vas Centar za omladinski rad u narednom periodu kontaktirao i uključio u dalji rad.

Naziv udruženja:

Kontakt osoba:

Kontakt telefon:

E-mail: