



## **Stabilirea unor linii directoare pentru o campanie educațională eficientă**

**Evaluarea procesului unei campanii educaționale ca parte a proiectului român DRAIN care vizează reducerea numărului de probleme legate de consumul de alcool în rândul tinerilor**

---

M. J. Reijlink, MSc

Colophon

© STAP - Dutch institute for alcohol policy – Institutul Olandez pentru politica privind alcoolul

P.O Box 9769  
3506 GT Utrecht  
The Netherlands - Olanda

Goeman Borgesiuslaan 77  
3515 ET Utrecht  
The Netherlands - Olanda

Noiembrie, 2010

*Nici o parte a prezentei publicații, indiferent dacă este în format fizic, electronic, sau în orice alt format, nu poate fi copiată, reprodusă, distribuită, transmisă făcută publică sau prezentată fără acordul prealabil și în scris al editorului.*

## Index

<b>§ 1. Introducere</b> .....	<b>3</b>
<b>§ 3. Rezultate</b>	<b>7</b>
§ 3.1 Linii directoare pentru o campanie educațională eficientă .....	7
§ 3.1.1 <i>Cum să invităm părinții</i> .....	7
§ 3.1.2 <i>Metode educaționale</i> .....	9
§ 3.1.3 <i>Care sunt informațiile care ar trebui să fie furnizate?</i> .....	10
§ 3.1.4 <i>Atenție din partea mijloacelor media</i> .....	11
<b>§ 4. Concluzii</b> .....	<b>13</b>
<b>Referințe</b> .....	<b>15</b>
<b>Anexe</b> .....	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.

## § 1. Introducere

Vârsta la care persoanele încep să consume băuturi alcoolice reprezintă un factor important atât pentru efectele pe termen scurt, cât și pentru efectele pe termen lung, asupra sănătății (Grube & Nygaard, 2001). În cazul persoanelor tinere, consecințele consumului de alcool sunt destul de importante. Corpul și creierul unei persoane tinere se află într-un proces de dezvoltare, ceea ce face ca acestea să fie sensibile la efectele toxice ale alcoolului. Adesea, adolescenții nu se gândesc la consecințele pe termen lung; ei doresc să se distanțeze de părinți și să își petreacă timpul cu cei de vârsta lor (WHO – Organizația Mondială a Sănătății, 2001; White, 2005). De aceea, consumul de băuturi alcoolice trebuie să fie considerat o problemă serioasă.

Pentru prevenirea consumului de alcool în rândul adolescenților, este necesară cunoașterea cauzelor care declanșează consumul de alcool. Comportamentul, normele și valorile legate de alcool nu reprezintă numai o alegere personală; în cea mai mare parte, acestea sunt rezultatul influențelor venite din partea mediului în care trăiesc tinerii, de exemplu: felul în care părinții își cresc copiii, influențele venite din partea prietenilor și legislația privind alcoolul (Holder, 1999). Deoarece consumul de alcool este în strânsă legătură cu multe influențe venite din partea mediului în care trăiesc tinerii, trebuie să abordăm întreaga comunitate, în ansamblu, nu numai individul. Numai așa modelele și problemele legate de alcool la nivelul societății pot fi modificate. Este foarte importantă, în special, modificarea comportamentului copiilor prin abordarea mediului în care aceștia trăiesc, în ansamblu, având în vedere faptul că copii nu fac întotdeauna alegeri raționale. Părinții au o influență foarte mare asupra comportamentului tinerilor față de consumul de alcool (Babor și ceilalți, 2010; Van der Vorst, 2007).

Proiectul DRAIN (Rețeaua Olandezo-Română de Implementare a Politicii privind Alcoolul) încearcă să abordeze această problemă în România; el face eforturi în vederea reducerii numărului de probleme legate de consumul de alcool. Proiectul este implementat în orașul-experiment Pitești, România, între Aprilie 2008 și Aprilie 2011. În acest oraș-experiment va fi dezvoltat un model pentru o politică locală legată de alcool în România. Acest model va fi ulterior distribuit în alte orașe din România. Proiectul se bazează pe o abordare integrată. Obiectivul proiectului DRAIN este ca experți din diferite entități din cadrul comunității să formeze o rețea integrată și să își unească forțele în vederea combaterii

problemelor legate de alcool. Implicarea acestor entități este, de asemenea, importantă ca urmare a concentrării proiectului asupra mediului consumatorului de alcool; aceste entități formează mediul oamenilor din cadrul comunității. Intervențiile implementate în cadrul proiectului sunt toate îndreptate către diferite entități și persoane din cadrul comunității și nu către consumatorul individual de alcool. Combinarea intervențiilor generale la nivel de societate s-a dovedit a fi eficientă pentru reducerea numărului problemelor legate de alcool (Babor și ceilalți, 2010; Holder, 1999).

Școlile reprezintă o entitate foarte importantă din cadrul mediului tinerilor. Din acest motiv, în cadrul proiectului DRAIN, a fost organizată o campanie educațională, la mai multe școli din Pitești. Un motiv important pentru implicarea școlilor în proiect îl reprezintă faptul că școlile sunt un portal pentru a ajunge la părinții adolescenților. După cum s-a menționat mai sus, părinții au o mare influență privind comportamentul față de consumul de alcool al adolescenților. Studiile au demonstrat faptul că copiii ai căror părinți restricționează consumul de alcool consumă mai puțin alcool și încep să consume alcool mai târziu (Vet & Van der Eijnden, 2007). Principalul obiectiv al acestei campanii l-a reprezentat informarea părinților cu privire la pericolele consumului de alcool în rândul tinerilor și educarea acestora cu privire la cea mai bună modalitate de a aborda problema consumului de alcool de către copiii lor. Educarea adolescenților prin întâlniri în cadrul școlilor nu s-a dovedit a fi eficientă pentru modificarea comportamentului acestora față de consumul de alcool. Totuși, combinarea educării copiilor cu educarea părinților în cadrul unor întâlniri poate avea efect și poate duce la scăderea consumului de alcool de către copii (Koning și ceilalți, 2009). Din acest motiv, au fost organizate și întâlniri cu elevi, dar campania a fost destinată părinților.

Acest raport reprezintă o evaluare a campaniei. Scopul acestei evaluări îl reprezintă: Stabilirea unor linii directoare pentru o campanie educațională eficientă. Ca și proiectul, campania a funcționat ca un experiment. Liniile directoare pot fi utilizate pentru îmbunătățirea campaniei atunci când aceasta va fi repetată în alte orașe din România.

## § 2. Metodă

În vederea evaluării campaniei și a stabilirii liniilor directoare necesare distribuirii, sunt colectate diferite date. La campanie au participat în total zece școli din Pitești. Campania s-a desfășurat în anul școlar 2009 – 2010.

Șase școli primare și patru licee au fost selecționate pentru a participa la campanie. A fost realizat un acord cu școlile privind organizarea lunară cel puțin a unei activități, pentru părinți și/sau elevi. Școlilor li s-a oferit câte o broșură pe care să o distribuie părinților și elevilor cu informații legate de consumul de alcool în rândul tinerilor. Școlile au avut libertatea de a concepe propriul format al întâlnirilor. În timpul campaniei au fost organizate două evenimente comune. La începutul și la sfârșitul campaniei a avut loc o manifestație în centrul orașului Pitești. La ambele evenimente au participat aproximativ 200 de elevi. Ei au făcut bannere și tricouri și au oferit trecătorilor foi volante și materiale informative legate de pericolele consumului de alcool în rândul tinerilor. În timpul campaniei, mijloacele media s-au implicat activ. Au apărut mai multe știri la TV și articole de ziar cu privire la activitățile din cadrul campaniei. De asemenea, un ziar a fost contractat în vederea publicării a șase articole diferite (câte unul la fiecare două săptămâni) cu informații legate de consumul de alcool în rândul adolescenților.

Datele în vederea evaluării procesului campaniei au fost colectate la sfârșitul anului școlar. Au fost completate mai multe chestionare de către profesorii care au organizat întâlnirile (legate de campanie). Toate școlile care au participat la campanie au completat aceste chestionare, timp de câteva luni, după fiecare întâlnire organizată. Analizarea acestor chestionare ne-a permis evaluarea întâlnirilor; informații reale (numărul de participanți, modalitatea prin care aceștia au fost invitați, etc.), o opinie generală asupra întâlnirilor și a punctelor care pot fi îmbunătățite. Profesorii au completat opinii generale ale elevilor și părinților, dar și tipurile de întrebări pe care aceștia le-au pus. Concluziile legate de opiniile elevilor și ale părinților (formate cu ajutorul chestionarelor) sunt analizate cu grijă, având în vedere faptul că acestea provin din informații la a doua mână (de la profesori).

În mai 2010, au avut loc zece interviuri, sub conducerea unui cercetător, în vederea colectării de date calitative legate de întâlnirile care au fost organizate. Din cele zece școli care au participat la campanie au fost selectate trei școli, iar din cadrul acestor școli, pentru fiecare școală, au fost selectați pentru interviu un profesor (responsabil pentru organizarea întâlnirilor din cadrul campaniei), un părinte și unul sau doi elevi (care au participat la întâlniri). Au fost interviuate în total 10 persoane. Coordonatorul proiectului a fost cel care a selectat persoanele participante la interviu, astfel încât nu se poate spune că aceste persoane au fost reprezentative pentru toți profesorii, respectiv părinții sau elevii. Din acest motiv, nu putem și nu vom generaliza efectul întâlnirilor care a fost indicat de persoanele care au participat la interviu, și nici opiniile acestora legate de întâlniri. Totuși, scopul acestui studiu nu este acela de a măsura efectul general sau opiniile generale, ci de a evalua procesul. Datele necesare pentru acest studiu reprezintă informații reale cu privire la anumite aspecte structurale ale întâlnirilor și sugestii ale persoanelor participante la interviu în vederea îmbunătățirii acestora. Interviul a durat între 20 și 30 de minute. Interviurile au fost înregistrate, iar datele au fost analizate după transcriere.

### **§ 3. Rezultate**

La campanie au participat zece școli. Unele dintre aceste școli au organizat întâlniri foarte frecvente, iar altele s-au limitat la numărul minim de o activitate pe lună. La activitățile organizate în cadrul acestei campanii au participat 87 de părinți, 105 elevi și 12 profesori. Majoritatea participanților au luat parte la mai multe întâlniri. În total, au avut loc 58 de întâlniri organizate, între lunile noiembrie și mai, de către școlile participante la campanie.

#### **§ 3.1 Linii directoare pentru o campanie educațională eficientă**

Multe dintre informațiile legate de campanie au fost obținute în urma analizării interviurilor și a chestionarelor. Din aceste date derivă patru subiecte principale legate de organizarea întâlnirilor privind consumul de alcool în rândul adolescenților: Cum să invităm părinții; care sunt metodele educaționale care ar trebui să fie utilizate; care sunt informațiile care ar trebui să fie furnizate și care ar trebui să fie rolul mijloacelor media. În acest sub-capitol veți găsi diferite linii directoare privind aceste patru subiecte care derivă din datele obținute.

##### *§ 3.1.1 Cum să invităm părinții*

Organizarea unei întâlniri începe cu invitarea participanților. Deciziile privind ‘participanții pe care trebuie să îi invităm’ și ‘modul în care îi motivăm să participe la întâlnire’ sunt foarte importante. Încă de la început este clar că părinții reprezintă un grup important din cadrul campaniei. Totuși, părinții nu sunt întotdeauna motivați și dornici să participe la întâlnirile din cadrul școlilor și să discute despre subiectul alcool.

În urma analizării interviurilor, este clar că există diferite metode de a motiva părinții să participe la întâlnirile care abordează subiectul alcoolului:

- Este necesar ca părinții să cunoască importanța unei întâlniri; școala poate trimite tuturor părinților o scrisoare personalizată. Prin această scrisoare părinții ar trebui să fie informați cu privire la importanța subiectului ‘consumul de alcool în rândul adolescenților’ și să fie invitați personal să participe la întâlnire.

- Unii părinți pot considera că o primă întâlnire specifică care abordează subiectul consumului de alcool este un afront, alții pot considera că nu sunt interesați de un astfel de subiect, iar alții pot să nu perceapă un astfel de subiect ca unul despre care să discute cu școala. Din acest motiv, ar fi înțelept să se facă apel la întâlnirile structurale din cadrul școlilor (în cazul în care școala organizează astfel de întâlniri) pentru discutarea subiectului consumului de alcool în rândul adolescenților. În timpul unor astfel de întâlniri structurale (care au loc cel mai adesea lunar) se discută diferite subiecte. Acest lucru face ca întâlnirea să nu pară un afront, ci una care abordează subiecte generale. Uneori, părinții sunt obligați să vină la astfel de întâlniri. Având în vedere faptul că părinții ar trebui să fie prezenți la astfel de întâlniri, este mai ușoară abordarea acestora și discutarea cu ei a subiectului consumului de alcool.
- În tipul primei întâlniri, este important ca părinții să primească cele mai urgente și importante informații. Părinții ar trebui să știe că pot veni la școală pentru a discuta astfel de subiecte. După această întâlnire pot avea loc întâlniri regulate de bilanț cu părinții care sunt interesați. Aceste întâlniri pot avea un caracter mai puțin formal; acest lucru ar putea face ca părinții să discute cu mai multă ușurință despre acest subiect. Persoanele care au participat la interviu au indicat faptul că ar fi bine să aibă loc lunar o astfel de întâlnire.
- În urma analizării interviurilor, este clar că părinții elevilor din primul an de liceu sunt mai motivați și mai implicați (având în vedere faptul că copilul lor abia a început liceul). Organizarea unor întâlniri în fiecare an cu acest grup de părinți poate fi o idee bună. De asemenea, a devenit clar faptul că dirigintele unei clase este persoana cea mai potrivită pentru organizarea unor astfel de întâlniri. Dirigintele cunoaște cel mai bine atât copiii, cât și părinții

După cum s-a menționat și în introducere, accentul întâlnirilor din cadrul campaniei educaționale trebuie să fie pus pe abordarea părinților.

Totuși, ar fi bine ca organizarea întâlnirilor cu părinții să fie combinată cu organizarea unor întâlniri cu elevii. Întâlnirile cu acest grup pot fi organizate mai ușor, având în vedere faptul că școala le poate organiza pe clase.



### § 3.1.2 Metode educaționale

Există diferite metode de comunicare a aceluiași mesaj. Modalitatea de comunicare a informațiilor este cea care face diferența. Pentru unii oameni poate fi dificil să discute pe marginea consumului de alcool. Prin utilizarea metodelor de comunicare corecte, oamenii pot interacționa mai mult în timpul întâlnirilor, își pot aminti și pot accepta mesajul mai bine.

Din analiza interviurilor rezultă clar diferite metode educaționale, atât pentru părinți, cât și pentru copii:

- Instrumentele vizuale reprezintă un stimulent pentru procesarea informației. Atât elevii, cât și părinții menționează faptul că informațiile sunt mai ușor de procesat în cazul utilizării instrumentelor vizuale de informare. Informațiile vizuale fac apel la imaginație și au un impact mai mare. De asemenea, ele generează mai multe întrebări și creează un bun punct de pornire pentru discuții.

Exemple de instrumente vizuale: un film care abordează acest subiect, o broșură cu imagini însoțite de text sau o prezentare în Power Point însoțite de un mesaj oral. Pentru copii, poate fi bine să fie puși în situația de a își exprima opiniile, emoțiile și cunoștințele într-un mod creativ; prin interpretarea unei piese sau prin desene (vezi figura 1).

- O altă metodă educațională poate fi ilustrarea unui caz concret cu privire la un subiect specific legat de alcool pe care doriți să îl discutați. Părinții sau copiii pot considera că este dificil să înceapă să vorbească despre consumul de alcool din proprie experiență. Dacă este dat un caz concret, ar putea fi mai ușor pentru oameni să înceapă să discute pe marginea lui.
- Un alt punct de pornire a unei discuții îl reprezintă utilizarea chestionarelor, fapt ce a putut fi constatat în urma analizării interviurilor. Completarea de către părinți a unui chestionar anonim ne poate lămurii cu privire la modul în care părinții gândesc în legătură cu consumul de alcool,



Figura 1: Un desen făcut de un copil despre consecințele alcoolului: "Alcool + Copil = X, Alcoolul dăunează creierului copiilor!"

precum și cu privire la experiențele sau întrebările acestora privind consumul de alcool în rândul adolescenților. Aceste informații pot reprezenta un punct de pornire foarte bun pentru discuții, prin utilizarea informațiilor anonime. În acest mod, moderatorul întâlnirii poate aborda subiecte foarte concrete și utile. De asemenea, un chestionar anonim completat de copiii respectivilor părinți poate fi un punct de pornire foarte bun pentru discuții, atât în timpul unei întâlniri pentru părinți, cât și al unei întâlniri pentru copii. Un joc-concurs poate fi, de asemenea, o modalitate drăguță și prietenoasă de a începe o întâlnire sau o discuție. Se pot adresa întrebări legate de fapte interesante, șocante sau amuzante privind alcoolul.

### *§ 3.1.3 Care sunt informațiile care ar trebui să fie furnizate?*

Pe lângă modalitățile de furnizare a informațiilor, tipul de informații furnizate este, de asemenea, foarte important. Este dificil să știm care sunt cunoștințele legate de consumul de alcool pe care participanții le au deja și ce tip de informații sunt mai urgente și mai importante.

A devenit clar faptul că este foarte util și important să furnizăm diferite tipuri de informații în timpul întâlnirilor:

- Primul tip de informații, care reprezintă și o metodă educațională, îl putem furniza prin invitarea unor experți care să vorbească despre cunoștințele și experiențele lor legate de consumul de alcool. Puteți să vă gândiți la medici, ofițeri de poliție care pot furniza informații legate de consecințele pentru sănătate ale consumului de alcool în rândul copiilor sau de restricțiile legale și consecințele acestora privind cumpărarea și consumul de alcool de către copii. Prin faptul că informațiile sunt furnizate participanților de către experți, acestea au un impact mai mare. Experții pot face ca mesajul să fie mai real, prin faptul că pot da exemple concrete din experiența lor. De asemenea, acest lucru ne asigură informații de calitate, având în vedere faptul că aceste persoane sunt experte în acest subiect.
- Este foarte important ca părinții să știe, după participarea la întâlnire, că au o influență foarte mare asupra comportamentului legat de consumul de alcool al copiilor lor. Din analiza interviurilor cu profesorii, a rezultat că părinții adesea consideră că ei nu pot influența comportamentul legat de consumul de alcool al copiilor lor, sau că ei atribuie școlii sau altor autorități responsabilitatea educării copiilor lor cu privire la acest subiect. Trebuie să fie clar pentru părinți că ei trebuie să își asume responsabilitatea în stabilirea unor limite legate de

consumul de alcool de către copiii lor. Din acest motiv este, de asemenea, important ca ei să primească informații exacte legate de riscurile privind sănătatea la care se expun adolescenții care consumă alcool; acest lucru ar putea ajuta părinții să devină conștienți de importanța acestui subiect.

- Acest subiect poate unul dificil de discutat, dar din analiza interviurilor a rezultat clar faptul că consumul de alcool de către părinți sau în cadrul familiei poate fi o problemă serioasă. Aceste probleme au un impact mare asupra copiilor și pot influența comportamentul lor legat de consumul de alcool. Este important ca părinții și elevii să devină conștienți, în timpul întâlnirilor, de faptul că pot discuta acest subiect la școală / cu profesorii, în particular.
- Din analiza atât a interviurilor, cât și a chestionarelor, a rezultat clar faptul că cifrele legate de consumul de alcool în rândul adolescenților la nivel local (în cadrul comunității relevante) au un mare impact. Oamenii au tendința de a crede că cifrele generale legate de consumul de alcool nu li se aplică și lor. În cazul în care datele se referă la comunitatea respectivă, aceste informații au un impact mai mare.
- În timpul acestor întâlniri, a devenit clar faptul că părinții au o influență mare asupra comportamentului copiilor lor. Dacă părinții stabilesc reguli pentru copiii lor, aceștia consumă, în general, mai puțin alcool. O bună idee ar fi ca părinții să fie lăsați să se gândească la regulile pe care să le stabilească în legătură cu copiii lor și să le menționeze în timpul întâlnirilor. Părinții se pot simți mai încrezători în aplicarea unor reguli dacă și alți părinți fac la fel.

#### *§ 3.1.4 Atenție din partea mijloacelor media*

În timpul campaniei, mijloacele media au avut o implicare activă. Au apărut mai multe știri de televiziune și articole de ziar legate de activitățile din cadrul campaniei. De asemenea, un ziar a fost contractat în vederea publicării a șase articole diferite (câte unul la fiecare două săptămâni) cu informații legate de consumul de alcool în rândul adolescenților. Din analiza interviurilor a rezultat clar faptul că atenția din partea mijloacelor media este importantă în sensibilizarea publicului cu privire la acest subiect. Unele persoane care au răspuns la interviu au menționat mesajele media cu privire la proiect. Ei nu au menționat în mod specific știrile și articolele apărute legate de consumul de alcool în rândul adolescenților. Din acest motiv, ei nu au putut să reflecteze la această intervenție.

Totuși, atenția din partea mijloacelor media poate fi foarte importantă, având în vedere faptul că numai un număr limitat de părinți pot fi abordați prin organizarea de întâlniri, dar mult mai mulți părinți

primesc mesajele din partea media. Din acest motiv, se recomandă implicarea mijloacelor media în campanie.

#### § 4. Concluzii

Școlile reprezintă un mijloc de comunicare foarte important și util a informațiilor legate de consumul de alcool. Este vorba despre un mijloc direct care se adresează unui grup-țintă; copiii și părinții. În specialii părinții sunt considerați un grup important asupra căruia este necesar să ne concentrăm atenția. Părinții au o influență mare asupra consumului de alcool de către copiii lor. Din analiza atât a interviurilor, cât și a chestionarelor, a rezultat clar faptul că părinții nu par să realizeze în totalitate (încă) că ei sunt cei care ar trebui și care pot să aibă o influență foarte mare asupra comportamentului legat de consumul de alcool al copiilor lor. Din acest motiv, organizarea unei campanii educaționale pare să reprezinte un pas important în direcția cea bună.

Din acest studiu derivă mai multe linii directoare pentru organizarea întâlnirilor din cadrul unei campanii ca aceasta. A devenit clar faptul că există patru subiecte principale asupra cărora este necesar să ne concentrăm atenția: Cum să invităm părinții la întâlniri; care sunt metodele educaționale care ar trebui să fie utilizate; care sunt informațiile care ar trebui să fie furnizate și cum ar trebui să contribuie la acestea mijloacele media.

În general, părinții sunt dificil de motivat în vederea participării la întâlniri. Uneori, părinții nu le percep ca abordând un subiect important, iar alții le consideră un afront. Este important ca, în special, acest grup de părinți să fie motivați să participe la întâlniri. Mai multe linii directoare, care au fost deja descrise, pot ajuta în atingerea acestui obiectiv, de exemplu; Trimiterea unei invitații personalizate și utilizarea întâlnirilor structurale.

Subiectul întâlnirii este, de asemenea, foarte important. În special cu privire la un subiect ca cel legat de alcool, modalitatea transmiterii mesajului este foarte importantă. Oamenii pot considera că nu le este ușor să discute despre consumul de alcool în public. Metodele educaționale bune pot duce la creșterea importanței impactului și a rezultatelor întâlnirii, de exemplu; utilizarea instrumentelor vizuale sau a unui chestionar, ca punct de pornire al unei discuții.

Este important să fim atenți la tipul de informații care vor fi furnizate. De exemplu, pentru unii părinți sau elevi, informațiile legate de riscurile privind sănătatea pot fi considerate un afront sau pot speria. Totuși, este important ca ei să fie conștienți de cele mai importante detalii, cum ar fi; influența părinților asupra comportamentului legat de consumul de alcool al copiilor lor și consecințele consumului de alcool prezentate de un medic.

După cum s-a menționat și mai sus, acest studiu nu măsoară efectele campaniei. Nu se pot trage concluzii generale cu privire la modificarea comportamentului legat de consumul de alcool și a cunoștințelor privind consumul de alcool în rândul adolescenților. Totuși, ar fi foarte interesant să putem măsura și acestor tipuri de efecte.

## References

Babor, T.F., Caetano, R., Casswell, S., Edwards, G., Giesbrecht, N., Graham, K., Grube, J.W., Hill, L., Holder, H.D. (2010). *Alcohol: No ordinary commodity, research and public policy* (second edition). UK: Oxford University Press.

Grube, J. W., & Nygaard, P. (2001). Adolescent drinking and alcohol policy. *Contemporary Drug Problems, 28*(1), 87-131.

Koning, I.M., Vollebergh, W.A.M., Smit, F., Verdurmen, J.E.E., Van den Eijnden, R.J.J.M., Ter Bogt, T.F.M., Stattin, H., Engels, R.C.M.E. (2009). Preventing Heavy Alcohol Use in Adolescents (PAS): Cluster Randomized Trial of a Parent and Student Intervention offered Separately and Simultaneously. *Addiction 104*, 1669-1678.

Romanian Anti Drug Agency (2005). *Prevalența consumului de droguri în România. Studiu în populația generală* [Prevalence of illicit drug use in Romania. A general public study.] București: Agenția Națională Antidrog.

Vorst, van der, H. (2007). *The key to the cellar door. The role of the family in Adolescents' Alcohol Use* (Proefschrift) Nijmegen: Radboud Universiteit Nijmegen.

Vet, R., Van den Eijnden, R. (2007). *Het gebruik van alcohol door jongeren en de rol van ouders: resultaten van twee metingen*. Rotterdam: IVO-onderzoek (NIGZ).

White, A.M., Swartzwelder H.S. (2005). Age-related effects of alcohol on memory and memory-related brain function in adolescents and adults. *Recent Dev Alcohol; 17*:161-76.

World Health Organization (2001). *WHO Global Status Report: Alcohol and Young People 2001*. Geneva: WHO.