

La maggioranza dei giovani che beve alcolici lo fa per motivi collegati alla socialità, una parte per ricercare emozioni piacevoli ed una quota minore per ridurre alcune sensazioni negative.

Tali motivazioni sono collegate a fattori storici, tradizionali, socio culturali, ambientali, individuali ed ai potenziali effetti attesi, cui si aggiunge il mercato, inteso come produzione, disponibilità, prezzi, iniziative promozionali e pubblicità.

Vanno considerati anche aspetti strettamente individuali come la diversa reattività biochimica (che comprende reazioni individuali sia positive che negative), una eventuale disposizione genetica e alcune caratteristiche specifiche come impulsività, estroversione, ricerca di sensazioni e tendenza all'emulazione.

Questi fattori sono le basi per le aspettative del singolo sia in termini di effetti "chimici", come ad esempio il cambiamento d'umore, che di effetti non chimici, come festeggiare con amici o migliorare la qualità di un pasto

Vi sono inoltre fattori correnti riconducibili alla qualità della vita del singolo soggetto, riassumibili nella quantità e qualità di incentivi positivi e negativi al bere ed a specifiche situazioni come la disponibilità della sostanza, la frequentazione di persone che assumono Alcol o di luoghi in cui è disponibile.

In questi casi le ricerche empiriche hanno dimostrato che i motivi del bere sono collegati più con le modalità d'uso che agli effetti prodotti.

Sebbene tali motivi siano associati con il consumo in luoghi e situazioni differenti, essi da soli spiegano gran parte dell'uso di Alcol in aggiunta a fattori contestuali come occasioni favorevoli, luoghi, giorni della settimana, numerosità del gruppo, tipo di relazioni, normativa locale e residenza.