

Список використаної літератури

1. Соціальне сирітство в Україні: експертна оцінка та аналіз існуючої в Україні системи утримання та виховання дітей, позбавлених батьківського піклування / [авт. кол. Волинець Л. С., Комарова Н. М., Антонова-Турченко О. Г. та ін.]. – К. : Логос, 2000. – 87 с.
2. Притулки для неповнолітніх: статус та особливості роботи // Матеріали на допомогу працівникам притулків для неповнолітніх. – К. : Студцентр, 2006. – 152 с.
3. Про Типове положення про притулок для дітей служби у справах дітей [Електронний ресурс] : постанов Кабінету Міністрів України від 5 черв. 1997 року № 565. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/565-97-%D0%BF>.
4. Психолого-педагогічні аспекти роботи з «дітьми вулиці» : зб. ст. та методик / [за заг. ред. Толстоухової С. В., Пінчук І. М.]. – К. : УДЦССМ, 2000. – 84 с.
5. Реабілітаційна педагогіка на рубежі XXI ст. – Запоріжжя : ЛПС ЛТД, 2008. – 248 с.

Надійшла до редколегії 01.10.12

БЕЛЫХ О. Е. СОЦИАЛЬНО-РЕАБИЛИТАЦИОННАЯ РАБОТА С НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИМИ ДЕВИАНТАМИ

Освещены проблемы социализации «детей улиц», проанализированы возможности приютов для несовершеннолетних как субъектов деятельности по реадaptации таких детей. На основе данных социологического исследования рассмотрены основные типы личностей «детей улиц», которые наиболее распространены в приютах для несовершеннолетних, и актуальные направления воспитательного воздействия на личность ребенка в приюте.

BELYN O. SOCIAL AND REHABILITATION WORK WITH JUVENILE DEVIANTS

The problems of socialization of «street children» are highlighted, the abilities of the shelters for minors as actors of rehabilitation of these children are analyzed. On the basis of the data of sociological research the main types of personalities of «street children» which are most common in shelters for minors, and directions in educational influence on the personality of a child in a shelter are examined.

УДК 316.624(477)

В. О. БОЛОТОВА,

*кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціології та політології
Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»,*

Н. О. ЛЯШЕНКО,

*кандидат соціологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціології та політології
Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*

СПОЖИВАННЯ ПІДЛІТКАМИ СЛАБОАЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ: СОЦІОЛОГІЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ

Розглянуто особливості та чинники вживання неповнолітніми слабоалкогольних напоїв. Наведено дані про обсяги, характер і мотиви їх вживання підлітками, виділено основні напрямки профілактичної роботи щодо зниження рівня вживання слабоалкогольних напоїв підлітками.

Останніми роками в українському суспільстві показник захворюваності алкоголізмом значно зростає. Непомірне споживання алкоголю є не тільки медичною, але й соціальною проблемою, невирішення якої руйнує майбутнє країни. Особливе занепокоєння викликає збільшення за останні 15 років вживання алкоголю неповнолітніми. За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я, які були оголошені у 2008 р.,

Україна посідає перше місце за масштабами розвитку підліткового алкоголізму [1]. За даними європейського опитування учнівської молоді «ESPAD», проведеного у 2009–2010 роках Українським інститутом соціальних досліджень ім. А. Яременко, 79 % підлітків указали, що вживали алкоголь, 64 % – бували п'яними [2; 3]. За даними ВООЗ, в Україні систематично вживають алкоголь 40 % підлітків у віці 14–18 років [4].

Підліток – це особливий споживач алкогольних напоїв. Нормативно він не може їх вживати, але фактично вживає. Споживча поведінка покупців-підлітків і повнолітніх людей дуже відрізняється. Це стосується видів і типів куплених алкогольних напоїв, факторів, які впливають на їх споживання. Найбільшу популярність серед підлітків мають слабоалкогольні напої, які вживали 62 % опитаних підлітків [4].

Слабоалкогольні напої (далі – САН) – це алкогольні напої із вмістом етилового спирту від 1,2 до 8,5 відсотка об'ємних одиниць та екстрактивних речовин не більш як 14,0 г на 100 см³, виготовлені на основі водно-спиртової суміші з використанням інгредієнтів, напівфабрикатів та консервантів, насичені чи ненасичені діоксидом вуглецю. Хоча до даної категорії належать слабоалкогольні коктейлі на основі солоду (так звані «бірмікси»), пиво вона не включає [5].

САН позиціонуються як напої для молоді, легкі та модні, такі, що мають безліч приємних смаків, доступні за ціною та місцями купівлі. Саме ці характеристики, на нашу думку, роблять їх привабливими в очах сучасних підлітків.

Проблему зростання рівня вживання неповнолітніми слабоалкогольних напоїв посилює ще низка особливостей підлітка-споживача:

1) більш швидке звикання до спиртних напоїв (це пояснюється анатомічно-фізіологічною будовою організму, який ще розвивається). У підлітковому віці стабільний потяг до алкоголю формується у вісім разів швидше, ніж у дорослої людини, призводячи до різкого розладу поведінки підлітків, сприяючи прояву їх агресивності. Похмільний синдром у підлітків формується через 1–3 роки після початку систематичного пияцтва [6];

2) зляканий перебіг хвороби (організм знаходиться у стадії формування, і стійкість центральної нервової системи до дії алкоголю знижена, внаслідок чого відбуваються глибокі і незворотні процеси її руйнування);

3) прийняття підлітком великих доз алкоголю (прийняття алкоголю дітьми не схвалюється суспільством, тому підлітки, як правило, п'ють потайки, часто без закуски, приймаючи всю дозу одночасно);

4) швидкий розвиток запійного пияцтва (для підлітків стає нормою пити з певного приводу, при цьому в стані легкого сп'яніння вони починають відчувати себе невпевнено) [7].

Таким чином, постає необхідність вивчення характеру та факторів споживання підлітками САН на фоні збільшення кількості вживання ними алкоголю. З цією метою співробітниками

та студентами НТУ «ХПІ» було проведено пілотажне соціологічне дослідження (методу анкетування), у якому взяли участь 320 підлітків від 14 до 17 років, вибірка стихійна. Звісно, дані опитування не можна екстраполювати на всіх підлітків м. Харків, але можна виявити загальні тенденції, пов'язані з їх споживчою поведінкою стосовно слабоалкогольних напоїв.

За даними опитування, дві третини респондентів вважає нормальним вживати спиртні напої нечасто («на свята») і в обмеженій кількості. Така сама кількість тією чи іншою мірою є споживачами слабоалкогольних напоїв. Кожний другий неповнолітній вживає подібні напої менше одного разу на місяць, а кожний шостий відмітив, що споживає слабоалкогольні напої щотижня, хоча за законом це неможливо. Відмітимо, що опитування проводилося в березні, а споживання САН має яскраво виражений сезонний характер, тобто воно різко зростає влітку. Таким чином кількість підлітків – регулярних споживачів САН різко зростає.

Іншим показником кількості споживання САН є те, що майже третина опитаних вживала слабоалкогольні напої протягом останнього тижня. Більш того, серед тих, хто п'є, кожний п'ятий протягом останнього тижня брав до рук пляшку більше одного разу. Відмітимо, що протягом двох тижнів до опитування не було ніяких державних свят і, відповідно, «культурологічного приводу» вживання алкоголю.

Чим нижчий рівень матеріального забезпечення респондента, тим більше він уживає слабоалкогольних напоїв. Алкоголь має ейфоризуючу і транквілізуючу властивості. Тому після його споживання може відбуватися підвищення самооцінки, підняття настрою, поява почуття зменшення реальних проблем, уявне задоволення потреб, усунення проблем у спілкуванні, зняття страхів. Отже, низька навчальна успішність та матеріальні труднощі додатково провокують уживати САН.

Щодо обсяг споживання слабоалкогольних напоїв підлітками, то якщо підліток один, частіше за все йому достатньо саме 0,5 л, щоб задовольнити бажання скуштувати слабоалкогольний коктейль. Коли ж він перебуває в компанії з друзями, то обсяг випитого помітно зростають. У компанії майже кожний четвертий неповнолітній випиває більше одного літра САН за раз. За результатами дослідження, стать, вік, соціальний клас, успішність у навчанні не впливають на обсяг споживання респондентами слабоалкогольних напоїв.

Щодо вартості слабоалкогольних напоїв, то не дивно, що майже половина опитаних підлітків

частіше обирають товари низької цінової категорії (до 10 грн за пляшку). Кількість тих, хто обирає товар середньої (від 10 до 12 грн за пляшку) та високої цінової ніші (більше 12 грн за пляшку), майже однакові (26 % та 28 % відповідно). Дешеві товари мають, як правило, більш низький рівень якості та ще більш негативно впливають на молодий організм, ніж їхні дорожчі аналоги. Тож можемо припустити, що одним із методів боротьби з пияцтвом непов-

нолітніх може виступати політика підняття ціни на алкогольні напої

На вибір ціни коктейлю не впливають вік підлітка, прибуток сім'ї та успішність у навчанні. Хлопці значно частіше обирають дешеві напої, у той час як частка дівчат, котрі є прихильницями різних цінових категорій напоїв приблизно однакові. Детальніше ці дані представлені на рис. 1.

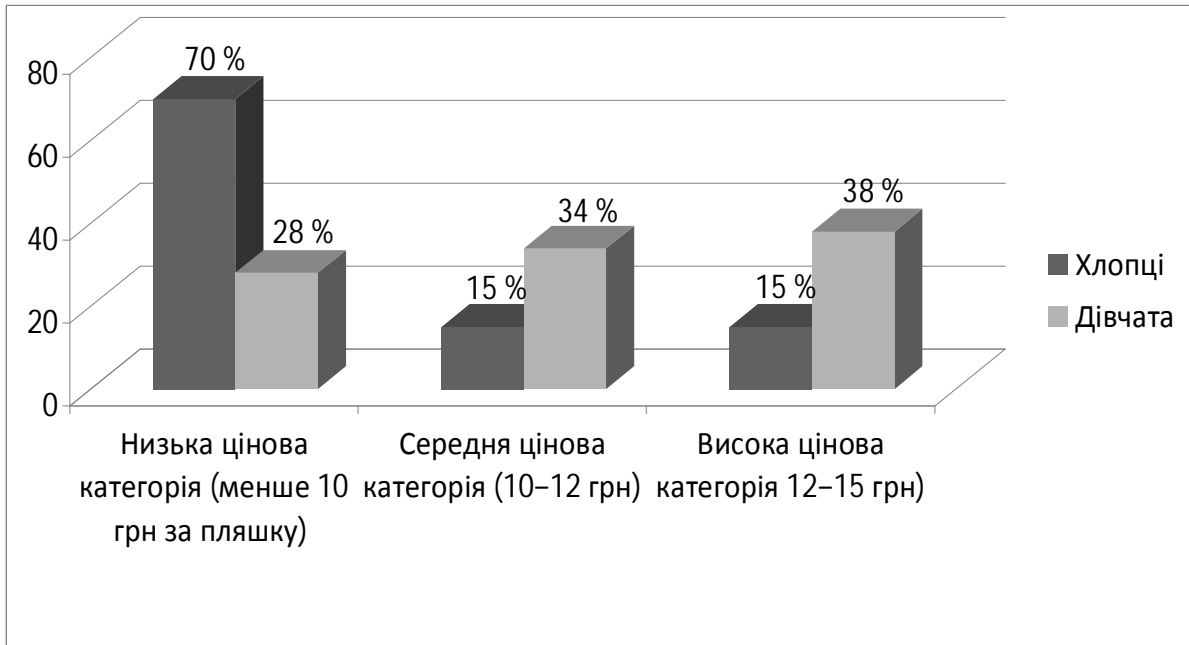


Рис. 1. Цінові категорії слабоалкогольних напоїв, яким віддають перевагу респонденти залежно від статі

Вищенаведене може бути пов'язано з більшою вимогливістю дівчат до смаку та якості напою, естетичного оформлення пляшки, прагненням бути модною, можливістю отримати задоволення від меншого об'єму, але ці припущення потребують додаткової перевірки.

Найбільш популярними напоями серед неповнолітніх є марки *Shake* – їх обирають половина респондентів. 44 % респондентів обрали *King's bridge*, потім йдуть *Ravo alko* та *Beermix* – їх обрала майже третина підлітків. Замикає п'ятірку *Creamel*, який обрав кожний п'ятий. Інші сім брендів, які були представлені в переліку слабоалкогольних напоїв, не набрали більше ніж 18 %. Зазначимо, що респонденти могли обирати до чотирьох запропонованих альтернатив, тому сума результатів перевищує 100 %. Також результати засвідчили, що немає зв'язку між обраним брендом та статтю, віком, сімейним достатком і успішністю в навчанні респондентів.

Таким чином, підлітки найчастіше обирають недорогі (особливо хлопці) слабоалкого-

льні напої, які мають етикетку розрекламованого популярного бренду.

Кількість тих, хто є прибічником слабоалкогольних напоїв, майже однакова як серед хлопців (67 %), так і серед дівчат (65 %). Що стосується віку, то більшим попитом слабоалкогольні коктейлі користуються у 15-річних (вживають 82 %). Частка тих, хто вживає коктейлі, серед 16- та 17-річних майже однакова: 55 % и 59 % відповідно. Серед 14-річних – 46 %. Майже половина підлітків почали вживати слабоалкогольні напої в 14 років, чверть – у 13 років, кожний двадцятий – у 12 років, кожний десятій – ще раніше. Виникає закономірне питання: як підлітки їх отримували та чому вживали.

На думку респондентів, найбільше спонукає підлітків до вживання слабоалкогольних коктейлів саме мода (62 % респондентів). Трохи менше опитаних (58 %) вважають, що великий вплив на вживання алкоголю мають друзі, адже саме в очах друзів підліток намагається

бути модним та дорослим. На третьому місці серед причин, що сприяють вживанню САН, на думку респондентів, є свобода їх придбання (44 %). Четверте місце посідає реклама цього товару (31 %), яка певною мірою формує моду; п'яте місце – доступність їх ціни (28 %). Вплив батьків на споживання САН респонденти попустили на останні місця: слабкий контроль дорослих вважає причиною пияцтва неповнолітніх лише кожний п'ятий, а збільшення кількості дорослих, які п'ють, – кожний десятий.

Таким чином, за результатами дослідження найбільш впливові механізми профілактики вживання підлітками САН пов'язані зі збільшенням контролю за їх продажем, підвищенням ціни та введенням заборон на рекламу САН. Безумовно, це вплине на обсяг продажів та розмір доходів заводів – виробників САН, тому що вони втратять групу покупців, але це необхідно зробити для покращення ситуації з підлітковим пияцтвом.

Під час аналізу місць купівлі САН виявлено, що в підлітків найбільшу популярність мають середні торговельні точки (58 % обирають магазини), кожний п'ятий використовує для цього великі торговельні точки, тобто супермаркети, і лише 9 % ідуть до кіосків, щоб купити алкоголь. Ми можемо припустити, що у великих торговельних точках контроль за продажем більш серйозний, адже підліткам там більш складно купити слабоалкогольні напої,

ніж у магазинах. Нічні клуби як місце придбання САН не вказав жоден із опитаних підлітків, і можна припустити, що або там існує жорсткий контроль за їх продажем, або підлітки під час навчального періоду такі заклади практично не відвідують.

Цікаво, що кожному десятому підлітку не потрібно купувати слабоалкогольні напої, тому що їх пригощають друзі, а 3 % беруть алкоголь вдома. Таким чином встановити контроль за продажем САН підліткам не дуже складно, тому що типових суб'єктів продажу не так багато.

На запитання «Де ви берете кошти, щоб придбати слабоалкогольні напої» 38 % неповнолітніх відповіли: «Зовсім не витрачаю гроші, мене пригощають». 2/3 з цієї групи – це дівчата, яких скоріше за все пригощають хлопці. Сумно, що раніше юнаки пригощали ту дівчину, що їм подобалася солодощами, а тепер – пляшкою.

Раніше ми вже вказували, що разом із друзями респонденти випивають більшу кількість САН. У результаті дослідження ми також отримали дані, що існує тісна залежність між тим, чи вживає неповнолітній слабоалкогольні напої, і тим, як багато друзів респондента полюбляють подібні коктейлі. Виявилось, що частка споживачів САН серед тих, у кого майже всі або більшість друзів вживає аналогічні напої, значно вища, ніж серед тих, у чиєму оточенні мало або практично ніхто не п'є. Детальніше дані представлені на рис. 2.

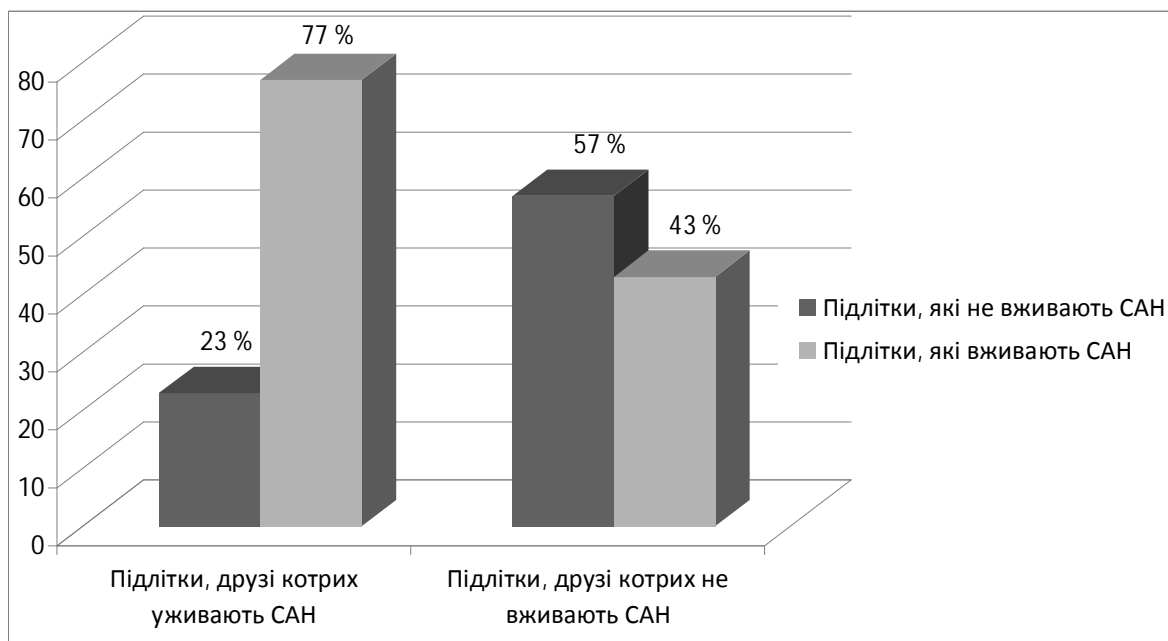


Рис. 2. Співвідношення частки підлітків, які вживають САН, і тих, хто не вживає, залежно від ставлення більшості їх друзів до вживання аналогічних напоїв

Зазначимо також, що кожний дев'ятий підліток вживає слабоалкогольні напої зазвичай із друзями. Таким чином, можна сказати, що саме друзі значною мірою впливають на ставлення підлітка до вживання алкоголю, крім того, вони складають йому компанію, допомагають у придбанні, впливають на обсяг випитого.

Про зниження соціального контролю за споживання підлітками САН свідчить те, що 56 % неповнолітніх вживають слабоалкогольні напої на вулиці. Можливо, такі показники можна пояснити тим, що на такі місця відпочинку, як кафе, бари тощо, у підлітків не вистачає коштів, а вдома забороняють батьки. Тож вони обирають найдешевший варіант – вулицю, де байдужість суспільства захищає їх від зайвих питань та докорів перехожих.

Крім того, ми намагалися виявити думку респондентів стосовно реакції батьків, якщо ті дізнаються, що їх дитина вживає алкоголь. Дані, які були отримані не це питання, дещо здивували нас. Згідно з відповідями респондентів, ставлення батьків та ступінь їх контролю за поведінкою дітей не впливає на частоту споживання алкоголю дітьми. Тому дана проблема однаково актуальна для сімей із різними типами стосунків поколінь. Серед тих, кого покарають за вживання САН, цінителів слабоалкогольних коктейлів стільки ж, як і серед тих, кому батьки просто пояснюють шкідливість алкоголю або поставляться нормально – дві третини. Майже таке ж відношення й серед тих підлітків, кому дозволяють вживати слабоалкогольні напої в сімейному колі, та тих, кому забороняють: 63 % та 60 % відповідно. Тобто можемо зробити висновок, що ставлення батьків до вживання САН на підлітків не справляє важливого впливу.

Щодо мотивів, які зазвичай спонукають підлітка купувати слабоалкогольні напої, то перші ранги посіли такі позиції, як «підняти настрій» (66 %) та «подобається смак» (55 %). Зі значним відривом ідуть «спробувати новий смак» (25 %), «слабоалкогольні напої надають упевненості» (17 %), «так прийнято в компанії» та «на зло іншим» – по 14 %. Зазначимо, що респонденти могли обирати кілька альтернатив, тому сума відповідей перевищує 100 %. Таким чином, більшість має гедоністичні мотиви, сумно лише, що вони реалізують їх у такий деструктивний спосіб. Мотив, який посідає третє місце, можна назвати пізнавальним, і це також закономірно, адже неповнолітні більш охочі до всього нового та невідомого. Четвертий ранг посідає мотив гіперактивності, що час-

то пов'язано з проблемами у спілкуванні, недостатньою впевненістю в собі та інших.

Обрання позиції «так прийнято в компанії» лише 14 % респондентів скоріш за все свідчить про те, що респонденти не бажають зізнатись навіть собі, що їх бажанню випити пляшку слабоалкогольного коктейлю посприяла його компанія, адже раніше ми довели вплив друзів на споживання САН. Подібна ситуація і з мотивом моди, який обрали 5 % неповнолітніх респондентів.

Лякає популярність відповіді «на зло іншим», адже вона являє собою прояв мотиву самознищення, який свідчить про наявність психологічних проблем у респондента. Радше, що установка виглядати дорослішим через вживання алкоголю притаманна лише 3 % респондентів. На похмільний мотив, який свідчить про глибоку алкоголічну залежність, теж указали 3 % респондентів.

Таким чином, дослідження підтвердило, що частка підлітків, які вживають слабоалкогольні напої, досить велика (за даними опитування – майже дві третини). Подібні напої вживають і хлопці, і дівчата. Більшість скуштувала подібні коктейлі в 14 років чи навіть раніше.

Якщо звернути увагу на вподобання респондентів, то підлітки та молодь найчастіше обирають недорогі (особливо хлопці) слабоалкогольні напої, розлиті в півлітрові пляшки, матеріал яких не має великого значення, але на яких наявна етикетка розрекламованого бренду.

Вживання слабоалкогольних напоїв підлітками стимулюють такі чинники, як мода на слабоалкогольні напої, наявність у підлітка друзів, які вживають алкоголь, відсутність належного соціального контролю. Ставлення батьків до алкоголю майже не впливає на вибір підлітка. За даними дослідження, немає зв'язку й між уживанням слабоалкогольних коктейлів та наявністю в родині підлітка родича, який п'є.

Основним мотивом прийому слабоалкогольних напоїв є гедоністичний («підняти настрій», «подобається смак»). Також було виявлено зв'язок між установкою на те, що слабоалкогольні напої є атрибутом хорошого свята та вживанням цих товарів респондентом, що є проявом деструктивного впливу алкогольної культури.

Отримані дані дозволяють окреслити основні напрямки профілактичних заходів для зниження рівня споживання слабоалкогольних напоїв підлітками. Українське суспільство вже сьогодні повинно включитись у боротьбу за тверезе майбутнє, інакше згубність наслідків алкоголізації важко буде переоцінити.

Перш за все важливо формувати моду на тверезий спосіб життя, відмовитись від установки «алкоголь – заповука вдалого свята». Для цього варто проводити систематичну профілактичну роботу в навчальних та позанавчальних закладах про шкідливість алкоголю, починаючи з дитинства, адже, як свідчить дослідження, вік знайомства з алкоголем зараз дуже ранній.

Варто підвищувати рівень соціального контролю: більш ретельно слідкувати за виконанням заборони продажу алкогольних напоїв неповнолітнім (особливо в магазинах), проводити рейди по торговельних точках зі спиртним. Також необхідно поширювати інформацію про те, куди можуть звернутися громадяни, якщо вони

помітили, що неповнолітні купують чи споживають алкогольні напої.

Заходом, який допоміг би знизити рівень уживання алкогольних напоїв підлітками, може бути підвищення цін на подібні товари, однак у цьому буде важко переконати виробників, бо така цінова політика зменшить кількість потенційних покупців товару. Дієвою, але такою, що зустрічає опір з боку компаній – виробників алкогольних виробів, є заборона їх реклами у ЗМІ та громадських місцях або принаймні значне її обмеження. Беручи до уваги важливість впливу на підлітків та молодь реклами та моди, яку часто формують саме ЗМІ, даний захід є необхідним.

Список використаної літератури

1. ВОЗ: Україна на першому місці в світі за масштабами підліткового алкоголізму [Електронний ресурс] // Кореспондент net. – 2008. – 4 січ. – Режим доступу: <http://ua.korrespondent.net/ukraine/338847-voz-ukrayina-na-pershomu-misci-v-sviti-za-masshtabami-pidlitkovogo-alkogolizmu>.
2. Рівень і тенденції поширення тютюнокуріння, вживання алкоголю та наркотичних речовин серед учнівської молоді України / О. М. Балакірева, Т. В. Бондар, Н. О. Рингач та ін. – К. : УІСД ім. О. Яременка, 2008. – 152 с.
3. Європейське опитування учнівської молоді щодо вживання алкоголю та наркотичних речовин – ЕСПАД (ESPAD) [Електронний ресурс] / Український інститут соціальних досліджень імені Олександра Яременка. – Режим доступу: <http://www.uisr.org.ua/espada>.
4. Алкоголь та українці: традиція чи загроза? [Електронний ресурс] / BBC Ukrainian. Com. – 2004. – 24 серп. – Режим доступу: http://www.bbc.co.uk/ukrainian/forum/story/2004/08/040824_interactive_alcohol.shtml.
5. Завьялов В. Ю. Психологические аспекты формирования алкогольной зависимости [Электронный ресурс] / В. Ю. Завьялов. – Новосибирск : Наука, 1988. – 198 с. – Режим доступа: <http://openpsy.ru/programs/tra-metodika-opredeleniya-motivacii-potrebleniya-alkogolya>.
6. Коробкина З. В. Профилактика наркотической зависимости у детей и молодежи : учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / З. В. Коробкина, В. А. Попова. – М. : Академия, 2002. – С. 41–43.
7. Климова С. Алкоголизм: обыденные теории [Электронный ресурс] / С. Климова // Социальная реальность. – 2007. – № 2. – Режим доступа: <http://socreal.fom.ru/?link=ARTICLE&aid=284>.

Надійшла до редколегії 12.09.2012

БОЛОТОВА В. А., ЛЯШЕНКО Н. А. ПОТРЕБЛЕНИЕ ПОДРОСТКАМИ СЛАБОАЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ: СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

Рассмотрены особенности и факторы употребления несовершеннолетними слабоалкогольных напитков. Приведены данные об объемах, характере и мотивах их употребления подростками, выделены основные направления профилактической работы по снижению уровня употребления слабоалкогольных напитков подростками.

BOLOTOVA V., LIASHENKO N. CONSUMPTION OF SOFT DRINKS BY TEENAGERS: SOCIOLOGICAL RESEARCH

The features and factors of soft drinks consumption of alcohol by teenagers are discussed. The data on the volume, nature and motives of their drinking by teenagers are provided; key areas of prevention work to reduce the consumption of soft drinks by teenagers are highlighted.