

КУРЕНИЕ И МОЛОДЕЖЬ

Курение и молодежь – очень серьезная проблема, и проблема не только медицинская, но и социальная. В то время как в Европе и в Америке все больше и больше распространяется приверженность здоровому образу жизни, у нас заметна совершенно противоположная тенденция. И это положение нельзя изменить, не зная причин явления и не имея данных о его характере и распространенности. Задача данного исследования - представить по возможности полную и достоверную характеристику этой проблемы в нашей республике.

Тема нашего исследования представляет интерес и для педагогов, и для врачей, и для законодателей, а расходы, связанные с его проведением, окупятся с лихвой: здоровье народа стоит гораздо больше. Поскольку проблема эта отнюдь не нова и определенные данные для анализа уже имеются, исследование будет построено по аналитическому плану, хотя для учета специфики Эстонии мы посчитали необходимым ввести и некоторые описательные элементы.

При формулировке вопросов задачей является раскрытие следующих понятий, составляющих сущность проблемы (в скобках - операциональные понятия, эмпирически интерпретирующие тот или иной аспект):

1. Распространенность и масштабы явления (пробовал ли курить респондент и курит ли он в настоящее время; если да - то регулярно или от случая к случаю, сколько выкуривает в день, чувствует ли физическое недомогание без сигареты).

2. Когда и как начинают курить (в каком возрасте впервые попробовал сигарету, почему решил попробовать, когда начал курить регулярно и чем это было вызвано).

3. Влияние социально-экономической неустроенности на курение (доход семьи респондента, живет ли он с обоими родителями или нет, работают ли родители респондента, часто ли бывают конфликты у него с родителями и родителей между собой, доверительные ли отношения в семье).

4. Влияние группы и референтной группы (сколько примерно человек курят из класса респондента или среди его коллег, курят ли его друзья, курят ли наиболее авторитетные для него люди, курят ли люди, с которыми ему больше всего хотелось бы общаться, курят ли его родители, бросил бы он курить, если бы на новом месте учебы или работы к его привычке бы плохо относились).

5. Влияние факторов социокультурного уровня (увлечение респондента его отношение к работе или учебе, предпочтение респондентом денег, знаний или высокого положения в обществе).

6. Влияние маркетинговых усилий табачных компаний на распространенность курения (доверие респондента к рекламе табака, наличие у него ассоциаций, наиболее часто внушаемых в рекламе сигарет, бросил бы он курить или стал бы курить меньше в случае резкого повышения цен на сигареты, возникновении трудностей с покупкой сигарет, ухудшения качества табака или исчезновения из продажи его любимых марок сигарет).

7. Отношение некурящих к курению (раздражает ли респондента табачный дым, почему, по его мнению люди начинают курить, как бы он отнесся к вве-

дению ограничений на курение в общественных местах и на дискриминацию курящих в оплате труда, как бы он отнесся к курению супруги или супруга).

8. Желание расстаться с привычкой (пытался ли респондент когда-нибудь бросить курить, сколько времени не курил после этого, собирается ли он бросать в ближайшем будущем, собирается ли бросить когда-нибудь, чем было вызвано это желание, будет ли он бросать при ухудшении здоровья).

Ответы на вопросы, сформулированные на основе этих понятий, помогут, во-первых, дать структурную картину распространенности курения среди молодежи, позволят выявить значение тех или иных факторов в формировании привычки к курению. Кроме того, можно будет подтвердить или опровергнуть следующие гипотезы:

а) Основными причинами курения среди подростков и молодежи являются не экономическая ситуация, не отсутствие стабильности в обществе, а прежде всего - влияние группы (и особенно - референтной группы). Поскольку на принадлежность к той или иной группе и выбор референтной группы влияют образование, род занятий, ценности, то и они окажут свое воздействие, хотя корреляция и не будет очень сильной. При прочих равных условиях зависимости между курением и доходами не будет.

б) Существует определенная доля курильщиков (в задачу исследования входит выявление ее величины), для которых курение не является физиологической необходимостью, и именно эта часть скорее всего сократится при проведении мер контрмаркетинга.

в) Влияние группы и советы близких друзей могут быть решающими в стремлении бросить курить, в то время как другие стимулы (в том числе и забота о здоровье) не будут столь эффективны.

В связи с тем, что основной целью опроса является анализ, то большая часть вопросов будет направлена именно на интересующий нас сегмент - молодых курильщиков, имея целью выявить различия в их установках и поведении. Но вместе с тем для описания некоторых особенностей этого явления в нашей стране и исследования структуры общества по признаку отношения к курению нам будет необходима и репрезентативная выборка среди всей молодежи. В ходе исследования мы планируем опросить учеников, студентов, учащихся ПТУ и техникумов, молодых рабочих и безработных от 15 до 20 лет, используя данные Департамента статистики о численности той или иной группы среди всей молодежи Эстонии. Всего предполагается опросить 400 человек, что дает достаточную гарантию точности.

Двойственная (описательно-аналитическая) задача исследования определила и специфику нашей выборки: с одной стороны, она представляет всю молодежь, но с другой - интересующий нас сегмент репрезентативной выборки отвечает на дополнительные вопросы. Поскольку выборка у нас довольно большая и вопросов тоже будет немало, устный опрос представляется чересчур дорогим и малоэффективным.

Анкета будет состоять из двух частей: общей, которую заполняют все респонденты репрезентативной выборки, и целевой, которую заполняют курящие респонденты. Каждый респондент получает обе части в конверте и по заполнении

возвращает их в том же конверте . Неиспользованные вторые части можно будет пустить по следующему кругу (бумага нынче дорогая).

Информация всегда собирается для достижения какой-либо цели, и главный этап в достижении цели исследования - интерпретация полученных данных. Мы будем проводить обработку по следующим направлениям:

1. Измерение числа курящих , изменение их доли за последние годы. Выявление доли женщин среди курящих, удельного веса курильщиков в разных социальных группах, доли "социальных курильщиков" по отношению к общему числу курящих.

2. Нахождение среднего возраста начала курения, его динамика за последние годы.

3. Выявление связи между курением респондента и курением в его окружении, факторами неустроенности, социокультурными факторами, а после нахождения этих связей можно будет сделать вывод о наиболее существенных причинах курения.

4. Оценка тесноты связи между курением и маркетинговыми программами, нахождение наиболее эффективных методов контрмаркетинга.

5. Анализ влияния социальных и культурных факторов на формирование негативного отношения к курению, нахождение групп, где "антикурильные" настроения наиболее сильны.

Конечно, нельзя надеяться, что одно только исследование способно решить проблему, и мы вовсе не ставили перед собой задачи совершить чудо. Но без всестороннего анализа любые попытки победить курение будут борьбой с невидимым противником. А знание неприятеля - это неременное условие победы.