

## Ставлення молоді до вживання спиртних напоїв

Луцький державний технічний університет (м. Луцьк),  
\*Загальноосвітня спеціалізована школа № 5 (м. Луцьк)

**Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень і публікацій.** Особлива увага нашого суспільства спрямована на охорону та зміцнення здоров'я молоді, на виховання її в дусі негативного ставлення до будь-яких проявів пияцтва та алкоголізму. Адже державі не байдуже, хто прийде на зміну старшому поколінню: морально й духовно стійка здорова зміна чи квота, духовно спустошена молодь.

На всіх етапах розвитку людського суспільства пияцтво та алкоголізм були серйозним гальмом прогресу. Останнім часом серйозне занепокоєння викликає те, що вживають спиртні напої юнаки та дівчата. Серед причин смерті алкоголізм і пов'язані з ним захворювання поступаються лише серцево-судинним захворюванням та злоякісним пухлинам.

З'ясовано, що найбільше страждає від алкоголю нервова система людини. Учені довели, що навіть невелика кількість спиртного порушує злагоджену роботу кори великого мозку. Алкоголь – це отрута, яка заважає здійсненню нормального процесу обміну речовин [1; 3–7].

На Всеукраїнському форумі “Здоров'я нації” Віктор Ющенко відзначив, що сьогодні, за статистикою, 70 % української молоді у віці від 12 до 20 років вживають алкоголь та курять. Тому він закликав зробити основний акцент на боротьбі з усіма шкідливими звичками. Закликає необхідність боротьби з рекламою алкоголю та тютюнових виробів не телебаченні. Активісти протиалкогольного руху звинувачують у цьому рекламу та наполягають на її забороні [8].

Виробники ж стверджують, що причиною цих явищ є убогість дозвілля більшої частини населення та відсутність її соціальної культури.

Як показує дослідження Українського інституту соціальних досліджень, 28 % школярів скуштували пиво у десять років; 50 % дітей спробували алкогольні напої у віці 13–16 років. Серед сімнадцятирічних школярів 89 % уже скуштували алкогольні напої, починаючи від світлого пива закінчуючи горілкою. Алкоголізм починає молодшати. На одну особу в Україні припадає понад 15 літрів алкогольних напоїв, тоді, як стадією схильною до алкоголізму вважається та, коли на людину припадає 10 літрів [2].

### Завдання дослідження

1. Вивчити ставлення молоді до вживання спиртних напоїв.
2. Проаналізувати рекламу спиртних напоїв щодо її кількості на українських телеканалах.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Для вивчення дослідження нами розроблено анкету (оцінка ставлення молоді до вживання спиртних напоїв). В анкету були включені такі запитання:

1. Чи вживаєте Ви спиртні напої? (підкреслити).
2. В якому віці Ви вперше скуштували спиртні напої?
3. Як часто Ви вживаєте спиртні напої? (підкреслити).
4. Які найчастіше Ви вживаєте спиртні напої? (підкреслити).
5. Хто Вам радить які спиртні напої вживати? (підкреслити).
6. Чому Ви вживаєте спиртні напої? (підкреслити).
7. Де Ви найчастіше купуєте спиртні напої?
8. Чи є в Вас проблеми з придбанням спиртних напоїв?
9. Чи вважаєте Ви алкоголізм хворобою?

У дослідженні брали участь учні м. Луцька. Анкетування проведено серед учнів 7–11 класів. На запитання: “Чи вживаєте ви спиртні напої?” – 52 % учнів відповіли – так, 20% учнів спробували спиртні напої в 13 років, 15 % учнів вперше спробували спиртні напої в 12 років. Є 3 % респондентів, які вперше скуштували алкоголь у 5 років; 32 % учнів вживають алкогольні напої декілька разів на рік, 31 % – вживають два, три рази на місяць, а 35 % – зовсім не вживають алкогольні напої. Зі спиртних напоїв на першому місці – пиво, його вживає (51 %), на другому – вживання вина (44 %) і 5 % вживання алкоголю припадає на горілку. На запитання: “Хто вам радить, які напої вживати” – 43 % учнів відповіли, що це реклама спиртних напоїв на телебаченні та на рекламних щитах.

На наступне запитання: “Чому Ви вживаєте алкогольні напої?” – 48 % учнів відповіли, що хочуть спробувати те, що рекламується.

Для 89 % учнів немає проблеми в придбанні спиртних напоїв. Найчастіше (59 % учнів) купують алкоголь в магазинах.

На останнє запитання анкети: “Чи вважаєте Ви алкоголізм хворобою?” – 85 % учнів дали позитивну відповідь.

Під час обробки анкетних даних дійшли висновку, що на вживання спиртних напоїв значною мірою впливає реклама, тому ми дослідили рекламу спиртних напоїв на українських телеканалах.

В табл. 1 наведено телеканали та кількість реклами на телебаченні спиртних напоїв.

Таблиця 1

Реклама спиртних напоїв на телеканалах України

Телеканал	Під час перегляду передач, разів	Під час трансляції спортивних передач, разів	Всього, разів
I+1	20	10	30
СТБ	35	10	45
Інтер	57	15	72
УТ 1	14	6	20
ICTV	35	15	50
ТРК Україна	16	9	25
Мегаспорт	20	15	35
Новий канал	44	36	80

З таблиці видно, що на телеканалах з 9 год ранку по 21 год вечора 357 разів рекламуються спиртні напої.

Реклама алкогольних напоїв транслюється під час перегляду фільмів, різноманітних передач. Рекламують торгові бренди спиртних напоїв провідні спортсмени Андрій Шевченко (пиво “Оболонь”), Брати Клички (пиво “Чернігівське”), Василь Вірастюк (пиво “Арсенал”). Під час спортивних трансляцій рекламують спиртні напої: Неміров, Хортиця, Союз Віктан, Мерная, Житомирська на березових бруньках, Калганов, Горілочка, Олімп.

І цю рекламу переглядають діти та молодь, у них складається стереотип, що вживання спиртних напоїв – це задоволення.

**Висновки.** З вищевикладеного випливає, що виникає необхідність заборони реклами спиртних напоїв на телеканалах та рекламних щитах та посилення контролю за придбанням спиртних напоїв у торгових мережах, збільшивши при цьому віковий ценз на придбання (до 21 року).

Молоді потрібно запропонувати моду на здоров'я та підняти престиж здорового способу життя. Велике значення мають організація дозвілля молоді, створення умов, які забезпечують розумне використання вільного часу. Для цього варто ефективніше використовувати спортивні зали, стадіони, виділяти та обладнувати приміщення і майданчики для проведення оздоровчих і культурно-виховних заходів, розширити мережу гуртків за інтересами.

#### Література

1. Желібо Є., Заверука Н., Зацарний В. Безпека життєдіяльності.– К.: Каравела, 2002.
2. Кандя Ю. Школярі! Пияки! // Експрес.– 2008.– С. 11.
3. Климова С. Алкоголизм: обыденные теории // Социальная реальность.– 2007.– № 2.– С. 7–10.
4. Левитський П., Язловецкий Б. Вред алкоголя и никотина.– К.: Рад. шк., 1987.
5. Ноги Д. Современные аспекты здорового образа жизни как основы здоровья общества.– М., 2007.
6. Роговин В., Наумова Н. Культура разумного потребления.– М.: Педагогіка, 1987.
7. Чаклін А., Милюевская И. Сохранить здоровье смолоду.– М.: Педагогіка, 1987.
8. Ющенко В. Нужно ли меньше пить, нужно меньше курить: Всеукраинский форум: “Здоровая пища”.– К, 2007.

#### Анотації

*Розглянуто проблему ставлення молоді до вживання спиртних напоїв у м. Луцьку. Вивчено кількість реклами спиртних напоїв на телебаченні.*

**Ключові слова:** спиртні напої, учні, реклама.

*Рассмотрено проблему отношения молодежи к употреблению спиртных напитков в г. Луцке. Изучено количество рекламы спиртных напитков на телевидении.*

**Ключевые слова:** *спиртныя напіткі, ученики, реклама.*

*In the article the problem of relation of young people is examined to the use of strong waters in Lutsk. The amount of advertising of strong waters is studied not television.*

**Key words:** *strong waters, students, advertising.*