

## СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ: АЛКОГОЛЬ И МОЛОДЕЖЬ В РОССИИ

Алкоголь относится к сильно действующим психоактивным веществам, вызывающим устойчивую зависимость. Проблема алкоголизации молодежи в России на сегодняшний день стоит очень остро. Этим и обоснован выбор именно этой темы исследовательской работы. В опросе принимали участие 100 студентов (50 девушек и 50 юношей). Им была предложена анкета из 10 вопросов.

Результаты получены следующие: было выявлено, что 48 % молодежи впервые употребляли алкоголь в возрасте 12–16 лет, 29 — в возрасте 16–18 лет, 20% — в возрасте до 12 лет, и всего 3% — в 18–20 лет.

Около 33% опрошенных пьют в компаниях, чтобы поднять себе настроение, 24 % — чтобы снять напряжение (стресс), 29% — просто за компанию, 13% — чтобы не быть «белой вороной». Так же 1% респондентов предложили свои варианты: «чтобы набраться храбрости», «чтобы пережить горе».

На вопрос «Всегда ли человек может отказаться от предложения выпить?», большинство респондентов ответили положительно: может, если у человека сильная воля (24%), если он просто не хочет пить (48%), если у него отличное настроение и не хочется его нарушать алкоголем (5%), если имеет проблемы со здоровьем / за рулем / обещал кому-то не пить и т.д. (5 %), в современном обществе считается плюсом, если человек не пьет (4%). Нет, не может отказаться выпить — так ответили 14% респондентов, причем только молодые люди (22% опрошенных молодых людей).

В результате проведенного опроса было выявлено, что, по мнению респондентов, 57 % населения страны употребляет алкоголь не более трех раз в неделю, 14% — не более 2 раз в месяц, 10% — ежедневно, 5% — считают, что каждый человек индивидуален, но алкогольные напитки сегодня употребляют в больших количествах.

Серьезно заставляет задуматься тот факт, что респондентам был предложен свой вариант ответа, но никто не избрал «непьющий» вариант или вариант «редко, по праздникам», 14 процентов опрошенных выбрали вариант «один раз в неделю».

71% опрошенных считают, что, выпивая, человек не задумывается о вреде, наносимом организму человеком, 29% — задумывается. На вопрос: «Влияет ли реклама на желание человека выпить?», 57% респондентов ответили «нет, не влияет», 43 % — «влияет».

Интересная статистика получилась при проведении подсчетов ответов на вопрос: «Как вы считаете, нравится ли человеку состояние алкогольного опьянения?». По всей выборке (вся совокупность опрошенных людей) получилось следующее: «да, нравится» — 57 %; «нет, не нравится» — 43 %. Но данные отдельно по молодым людям и по девушкам отличаются: большинству молодых людей не нравится состояние алкогольного опьянения (56%), а большинству девушек нравится (69%).

Таким образом, темп роста употребления алкогольных напитков среди девочек (девушек) идет быстрее, чем у мальчиков (юношей). Девушки, как свидетельствуют исследования зарубежных авторов, по всем показателям употребления (дозе, частоте, крепости напитков и т. д.) догоняют юношей. Нам всегда было интересно, какие чувства может вызывать человек, который отказывается от спиртного во время застолья, тем более, сегодня как никогда, существенную роль в жизни каждого человека играет общественное мнение. Поэтому мы решили включить такой вопрос в свой тест. Получилась, на наш взгляд, очень печальная статистика: чувство уважения испытывают только 13% людей, удивление — 46%, недовольство — 13%, обиду, что отказывается выпить со всеми — 20%, удивление и недовольство — 8%.

На вопрос: «Видите ли вы альтернативу алкоголю и в чем?» большинство опрошенных студентов ответили: «да, видим в активном образе жизни, спорте, туризме, отдыхе в кругу веселой, но не пьющей компании и т.п. (62%), в наркотиках — 10%, в любви — 5%. Не видят альтернативу алкоголю 24%.

Профилактика массовой девиации молодого поколения и особенно массовой алкоголизации требует пристального внимания каждого из нас: государства, родителей, брата, сестры, детей, друзей и т.д. Потому что сегодня каждый из нас тем или иным образом вовлечен в эту проблему и самое главное, на наш взгляд, не оставаться к ней равнодушным. Самое простое, что мы можем сделать — это поддержать человека, который находится рядом, или даже совсем далеко, протянуть ему руку помощи, дать ему понять, что он не одинок.