

Вредные привычки швейцарских школьников | Bad habits of the Swiss schoolchildren

Auteur: Азамат Рахимов, [Берн](#) , 25.03.2015.



(© Keystone)

Ассоциация Addiction Suisse выяснила, что за последние 13 лет подростки стали употреблять заметно меньше алкоголя и никотина, но при этом пристрастились к социальным сетям.

|

The association Addiction Suisse discovered that over the past 13 years teenagers show the marked tendency of consuming less alcohol and nicotine while getting more addicted to social networks.

Bad habits of the Swiss schoolchildren

Клин клином вышибают: новая зависимость помогает справляться с другими. К такому интересному выводу пришли исследователи из ассоциации Addiction Suisse,

подготовившие специальное исследование по заказу министерства здравоохранения. Более 10 тыс подростков в возрасте от 11 до 15 лет были опрошены в 2002 году, а затем повторное анкетирование было проведено в конце прошлого года. Полученные результаты одновременно радуют и огорчают.

Начнем с хороших новостей. Итак, сегодня только каждый десяток мальчик один раз в неделю употребляет алкогольные напитки. В 2002 году в тяге к пиву и вину признавался каждый третий. Еще более показательные цифры демонстрируют девочки-подростки: раньше хотя бы один раз в неделю выпивали 22% опрошенных, а сейчас – только 5,7%.

Естественно, это сказывается и на частоте алкогольных опьянений. Если в 2002 году 32% мальчиков и 23% девочек признались в том, что были пьяными не менее двух раз в жизни, то к настоящему моменту доля подростков, испытавших на себе хмельное действие алкоголя, заметно сократилась – 16% и 13% соответственно. Примечательно, что эти тенденции никак не сказываются на молодых людях в возрасте от 20 до 24 лет: как и десять лет назад, почти 40% доводят себя до алкогольного опьянения не менее одного раза в неделю. О вредных привычках взрослых швейцарцев читайте [здесь](#), а пока вернемся к подросткам.

Обнаруженная динамика наблюдается и в отношении сигарет. За указанный срок вдвое сократилось число подростков, курящих не менее одного раза в неделю: всего лишь 12% респондентов признались в пристрастии к никотину.

Чем же вызваны такие замечательные результаты и как добиться аналогичных успехов в других странах? Как выяснилось, причины всего две. Во-первых, наиболее эффективным борцом с сигаретами и алкоголем стали социальные сети: ежедневно подростки тратят на них не менее трех часов. Проводя время за компьютером или ноутбуком, они обычно находятся в помещении под присмотром взрослых, а потому лишены возможности пить и курить. Конечно, привязанность к социальным сетям сама по себе является формой зависимости, которая приводит к психологическим расстройствам, но зато она хотя бы не вредит сердцу, легким и печени.

Вторая причина гораздо масштабнее. «Государственная политика, направленная на популяризацию здорового образа жизни, в сочетании со строгими ограничениями дает свои результаты», - уверена директор Addiction Suisse Ирена Абдерхальден. Планомерное увеличение цен на сигареты и алкогольную продукцию, наверное, самая эффективная мера. Подкрепленная большими штрафами для магазинов, соглашающихся продавать товары клиентам младше 18 лет, она явно сказывается на общей статистике. Десять лет назад две трети опрошенных признались в том, что они самостоятельно приобретают сигареты и алкоголь в магазинах и киосках. Сегодня это удается только 25% подростков.

Почему же школьники продолжают тянуться к алкоголю и никотину? «Помимо понятного желания попробовать новое и неизвестное, мальчики и девочки пытаются получить удовольствие. В этом признаются 60% опрошенных. Еще 10% рассказали о том, что курят и пьют на вечеринках, чтобы справиться с чувством одиночества», - говорится в исследовании.

[алкогольная зависимость](#)
[зависимость от компьютера](#)

Статьи по теме

[Борьба с вредными привычками больно ударила по человеческим страстям](#)

[Швейцарцы ищут сильных впечатлений](#)

[Во что обществу обходится алкоголь?](#)

[Швейцария инвестирует в крепкие алкогольные напитки](#)

Source URL: <http://www.nashagazeta.ch/node/19308>