

გაყიდვის ადგილებში თამბაქოს ნაწარმის რეკლამის და პოპულარიზაციის ზეგავლენა ბავშვებზე

(ფოკუს ჯგუფების კვლევის ანალიტიკური ანგარიში)

სარჩევი

მეთოდოლოგია.....	3
კვლევის ძირითადი მიგნებები.....	4
1. რა დამოკიდებულება აქვთ და როგორ აღიქვამენ ბავშვები სიგარეტს და თამბაქოს მოხმარებას	6
2. ბავშვების მიერ სიგარეტის რეკლამისა და პრომოციის აღქმა	11
3. სიგარეტის შეფუთვის გავლენა	17
4. ქცევა.....	22
დანართი	24
ჯგუფური დისკუსიის გზამკვლევი მოსწავლეებისთვის	24

მეთოდოლოგია

კვლევის მიზანს შეადგენდა ბავშვებში (7–12 წლის) სიგარეტის აღქმის, თამბაქოს მიმართ დამოკიდებულების და საჯარო სივრცეში თამბაქოს ნაწარმის რეკლამის გავლენის თავისებურებების შესწავლა.

გამოყენებული იყო თვისებრივი კვლევის, კერძოდ, ფოკუს ჯგუფების მეთოდი.

ჩატარდა ორი ჯგუფური დისკუსია - ფოკუს ჯგუფის ტექნიკის დახმარებით. სამიზნე ჯგუფებს შეადგენდა 7–12 წლის ბავშვები, რომელთა დაყოფაც მოხდა 2 ასაკობრივ ჯგუფად. პირველ ჯგუფურ დისკუსიაში მონაწილეობდა 7-9 წლის ასაკის შვიდი ბავშვი, მათ შორის სამი გოგონა, ოთხი - ბიჭი. მეორე ჯგუფურ დისკუსიაში მონაწილეობდა 10 -12 წლის შვიდი ბავშვი, აქედან სამი გოგონა, ოთხი - ბიჭი.

სუპერვაიზორმა მოახდინა ამ ჯგუფების რეკრუტირება მიზნობრივი შერჩევის გზით. ბავშვების შერჩევა მოხდა თბილისის სხვადასხვა რაიონის სხვადასხვა სკოლებში.

ფოკუს ჯგუფების ჩატარებამდე, სუპერვაიზორის მხრიდან მოპოვებულ იქნა მშობელთა თანხმობა, რაც დადასტურდა მშობელთა თანხმობის ფურცელზე მათი ხელმოწერით.

ფოკუს ჯგუფის მოდერატორებმა, კულტურული და ასაკობრივი თავისებურებების გათვალისწინებით, მოდიფიცირება გაუკეთეს დამკვეთის მიერ მოწოდებულ უკვე არსებულ ჯგუფური დისკუსიის გზამკვლევს მოსწავლეებისათვის. მისი საბოლოო ვერსია შეთანხმდა დამკვეთთან და გამოყენებული იქნა ბავშვთა ორივე ჯგუფთან (ფოკუს ჯგუფის გზამკვლევი იხილეთ დანართში).

ფოკუს ჯგუფების მიმდინარეობისას, ბავშვთა ასაკობრივი თავისებურებებიდან გამომდინარე, გამოყენებული იქნა სხვადასხვა სახის პროექციული კვლევითი ტექნიკები, რომლებიც აადვილებდა სათანადო ინფორმაციის მიღებას - ხატვა, თამაში, ასოციაციები. ასევე, დისკუსიის პროცესში ბავშვების მოსაზრებების სტიმულირება ხდებოდა ფოტოებით, სადაც ასახული იყო მაღაზიები, ჯიხურები, მაღაზიების ინტერიერის ის ადგილები, სადაც სიგარეტებია განთავსებული, ბილბორდები სიგარეტებისა და სხვა სახის პროდუქტების რეკლამით და ა.შ. ასევე, იმისათვის რომ არ მომხდარიყო ბავშვების ყურადღების ზედმეტად ფოკუსირება თამბაქოზე და თამბაქოს მოხმარებაზე და ისინი დაცული ყოფილიყვნენ მავნე ზეგავლენის მცირედი რისკისგანაც კი, დისკუსიისას მოდერატორები იყენებდნენ რეალობასთან მიახლოებულ ე. წ. იმიტირებულ დახლს, სადაც სიგარეტის ყუთებთან ერთად წარმოდგენილი იყო ტკბილეულის, საღებავი რეზინებისა და უალკოჰოლო სასმელის შეფუთვები.

ჯგუფური დისკუსია 7- 9 წლის ბავშვთა ჯგუფთან გაგრძელდა 2 საათამდე, ხოლო 10-12 წლის ბავშვებთან - 1.5 საათის განმავლობაში.

კვლევის ძირითადი მიგნებები

სიგარეტის არსებობა სავაჭრო ობიექტებში და მისი მოხმარება ნორმალიზებულია, ჩვეულებრივ მოვლენად არის აღქმული, როგორც 7-9, ასევე 10-12 წლის ბავშვებისათვის;

ორივე ასაკობრივი ჯგუფის ბავშვები აცხადებენ, რომ სიგარეტი მავნებელია, თუმცა უფროსი ასაკისანი ნაკლებად, ხოლო შედარებით მცირეწლოვნები – უფრო მეტად. ამასთან, მავნებლობაზე საუბრისას, უპირატესად სახელდება მათი ასაკისთვის (7- 9 წელი) არამგრძნობიარე ზიანი („კიბოს გაჩენა შეიძლება გამოიწვიოს“; „სიგარეტის შიგნით საშიში რადიკებია და საშიშია ორგანიზმისთვის“; *ჰერი იწამლება*“; „კლავს“), რაც სავარაუდოდ მშობლებისაგან და მასწავლებლებისაგან მიღებული სტანდარტული, ნორმატიული ინფორმაციის გამეორებაა და ართულებს მსჯელობას რეალურ დამოკიდებულებებზე. იმავდროულად, სიგარეტის დადებით მხარეებზე საუბრისას, უპირატესად საკუთარ შეხედულებებს გადმოსცემენ და გასინჯვის პრაქტიკაც სწორედ დაბალ ასაკობრივ ჯგუფში აღინიშნა. მხოლოდ რამდენიმე ბავშვმა ემოციურად აღნიშნა, რომ ძალიან დედას იმის გამო, რომ მათი ოჯახის წევრები ეწევიან.

10-12 წლის ბავშვები სიგარეტისადმი ამბივალენტურ დამოკიდებულებას ავლენენ, ერთი მხრივ, სიგარეტი ინტერესს იწვევს, მეორე მხრივ აცხადებენ, რომ „ჯანმრთელობისთვის საზიანოა“;

მიუხედავად იმისა, რომ 7-9 წლის ბავშვების ნახატებში აქტიურად არ ვლინდება სიგარეტი, როგორც პროდუქტი, კვლევამ აჩვენა, რომ ისინი არ არიან ნეიტრალურნი ამ პროდუქტის მიმართ – იციან მისი არსებობის შესახებ, იციან, რისთვის მოიხმარენ მას ადამიანები, სად იყიდება ეს პროდუქტი; ასევე, მათთვის ავტორიტეტული უფროსების მიერ უარყოფითად შეფასებული პროდუქტი მათ მოსაზრებებში ასახულია და ისინი ღიად გამოხატავენ სიგარეტისადმი და მისი მოხმარებისადმი უარყოფით დამოკიდებულებას. თუმცა, უშუალოდ დისკუსიის პროცესში მათ ქცევაზე დაკვირვებისას თვალშისაცემია მაღალი ემოციური ჩართულობა (უხერხულად იცინიან; იცინიან და სახეზე ხელებს იფარებენ; იცინიან და თავში ხელს იცემენ; ძვრებიან და იმალებიან მერხის ქვეშ და სხვა), რაც არაცნობიერ დაინტერესებაზე შეიძლება მიუთითებდეს; ეს შესაძლოა განვიხილოთ, როგორც რისკ - ფაქტორი სამომავლო მოხმარებისათვის, განსაკუთრებით კი მოზარდობის ასაკში, როცა ავტორიტეტებისადმი კრიტიკული დამოკიდებულება და ნეგატივიზმი იჩენს თავს; ბავშვებს სიგარეტების შეფუთვა ბევრი ნიშნით იზიდავთ - ფორმა, ფერი, ნახატები, წარწერები და ა.შ;

ბავშვები სიგარეტის რეკლამისა და პრომოციის გარკვეული ზეგავლენის ქვეშ არიან, რაც მათ აღქმაში აყალიბებს შეხედულებას, რომ სიგარეტი ფართო მოხმარების პროდუქტია; კერძოდ, ამ შეხედულების ჩამოყალიბებაზე გავლენას ახდენს შემდეგი ფაქტორები:

- სატელევიზიო სერიალებში სიგარეტის აქტიური მოხმარების დემონსტრირება;

- ორივე ჯგუფის ბავშვებს კარგად აქვთ დაფიქსირებული, რომ სავაჭრო ობიექტებში ხურდის დასაყრელ დაფაზე სიგარეტი გამოსახული;
- ორივე ჯგუფის ბავშვები აღნიშნავენ, რომ სიგარეტი თითქმის ყველგან იყიდება და გარშემო მყოფი ადამიანების უმრავლესობა თამბაქოს მომხმარებელია;

ორივე ჯგუფის ბავშვებისათვის და, განსაკუთრებით, უფროსებისათვის (10-12 წელი) გაუგებარია ორმაგი სტანდარტი: თუ თამბაქო მავნებელია, რატომ არაა ის აკრძალული?!

არასრულწოვნებს შეუძლიათ სიგარეტის თავისუფლად ყიდვა;

- 10 - 12 წლის ბავშვებში გამოკვეთილია შემდეგი ტენდენცია:
- სახეზეა ინტერესი ამ პროდუქტის მიმართ „რადგან ყველა ეწევა - ყველას მოუნდება გასინჯვა“ (12 წლის გოგონა);
- თამბაქო იწვევს შეჩვევას - „პირველივე გასინჯვაზე ჩაუჯდებათ სისხლში“ (11 წლის ბიჭი).
- ბავშვების ნაწილისათვის მოწევა ასოცირებულია „მაგრობასთან“ (cool), „სვეცკობასთან“ და ა.შ.

1. რა დამოკიდებულება აქვთ და როგორ აღიქვამენ ბავშვები სიგარეტს და თამბაქოს მოხმარებას

კვლევამ აჩვენა, რომ სიგარეტი, როგორც სამომხმარებლო პროდუქტი, ერთნაირად ნაცნობია ორივე (7-9 და 10-12 წლის) ასაკობრივი ჯგუფის ბავშვებისათვის, მხოლოდ იმ განსხვავებით, რომ 7-9 - წლის ასაკის ბავშვები ნახატის „მაღაზია“ შექმნისას ძირითადად ხატავდნენ ცნობილ, ბრენდირებულ (როგორც სასურსათო, ასევე წიგნების) მაღაზიებს, აფთიაქებს, სადაც უმრავლესობას არ გასჩენია სიგარეტის ასოციაცია, ისინი გამოკვეთდნენ შემდეგ პროდუქტებს: ტკბილეული, წიგნები დიდებისა და პატარებისათვის, წამლები, სურსათი, ხინკალი და სხვა; ამისაგან განსხვავებით, 10-12 წლის ბავშვები ხატავდნენ სახლთან ახლოს მდებარე მხოლოდ სასურსათო მაღაზიებს და მათ ნახატებში, სხვა პროდუქტებთან ერთად, დახლზე „ელაგა“ სიგარეტიც. საინტერესო იყო 8 წლის გოგონას რეპლიკა საკუთარი ნახატის აღწერისას - „აქ იყიდება იოგურტები, ნაყინი, აქ მარტო საჭმელი არ იყიდება, სიგარეტიც იყიდება, მაგრამ მე არც ვხედავ სიგარეტს ... იმიტომ, რომ შიგნით ისეთი რაღაცებია, ძალიან საშიშია ადამიანის ორგანიზმისათვის“.

„ჩემს სახლთან ახლოს ჯიხურია და თამბაქო აწერია, იქ ჩემზე უფროსი (10 წლის ზემოთ) ბავშვებიც ყიდულობენ სიგარეტს, მე დამინახავს“ (10 წლის ბიჭი).

10 – 12 წლის ასაკის ბავშვები თავის გარშემო ხედავენ მწეველებს, როგორც არასრულწლოვნებს, ასევე უფროსებს, მეტწილად ოჯახის წევრებს:

„ბიძაჩემი ეწევა სიგარეტს“

„მამაჩემი დღეში ერთ კოლოფს ეწევა“

„ჩემი ძმის კლასელები 15-16 წლის ბიჭები 5 კოლოფს ეწევიან დღეში“

„ჩემს უბანში ერთი ბავშვია, ის სულ მარტოა ეზოში და ხან რას იღებს პირში ხან რას, ის ბავშვი ხშირად მინახავს რომ ეწევა“

7- 9 წლის ბავშვები ძირითადად ხაზს უსვამენ ოჯახის წევრების მიერ თამბაქოს მოხმარების შემთხვევებზე - „დედაჩემიც ეწევა, მამაჩემიც და ბებიაჩემიც“ (8 წლის გოგონა)

ბავშვები აღნიშნავენ, რომ ისინი მწეველებს ხვდებიან თითქმის ყველგან - ქუჩაში, სახლში და ა. შ. „მე მინახავს მაგალითად სადგურებში, ასევე მაღაზიებში, მაგალითად თბილისი - მოლში“ (10 წლის ბიჭი) ; „ჩემს ეზოში კაცები დგანან და სულ ეწევიან“ (11 წლის გოგონა).

„ქუჩაში, აი ასე (იმიტირებას ახდენს) დაიჭერენ ხელში, სანთებელას აანთებენ, მოუკიდებენ და ეწევიან“ (9 წლის ბიჭი).

ორივე ასაკობრივი ჯგუფის ბავშვებისათვის ნაცნობია, რომ მოწევა მავნებელია ჯანმრთელობისათვის. ისინი აღნიშნავენ, რომ ამის შესახებ შეიტყვეს მშობლებისგან, სკოლაში ესაუბრათ პედაგოგი, დაბადების დღის ცენტრში ნახეს დოკუმენტური ფილმი.

10-12 წლის ბავშვები ამდაგვარად აღწერენ სიგარეტს:

„სიკვდილს იწვევს“

„ფილტვებს აზიანებს“

„სუფთა ჰაერს აფუჭებს“

„ადრე აბერებს“

„ფილტვის კიბოს იწვევს“

7 წლის გოგონა აღნიშნავს: *„სიგარეტი არის შხამიანი და ფილტვებისათვის არის ცუდი და იყიდება მაღაზიებში“*; *„ჩვენ ბუნება გვაძლევს ჰაერს და ჩვენ (იგულისხმება მწეველი ადამიანი) რომ გამოვისუნთქავთ ბოლს, ამით ვაფუჭებთ ჰაერს“* (9 წლის გოგონა).

შეინიშნება განსხვავება ამ ორ ასაკობრივი ჯგუფის ბავშვებს შორის სიგარეტის მავნებლობისადმი დამოკიდებულების თვალსაზრისით, უმცროსები (7- 9 წლის ბავშვები) თითქმის ერთხმად მიანიშნებენ თამბაქოს მოხმარების უარყოფით მხარეებზე:

„კიბოს გაჩენა შეიძლება გამოიწვიოს“

„სიგარეტის შიგნით საშიში რაღაცეებია და საშიშია ორგანიზმისთვის“

„ჰაერი იწამლება“

„კლავს“

ამ ასაკობრივი ჯგუფის ბავშვებში თვალსაჩინოა, რომ ისინი ასახელებენ არა მათი ასაკისთვის მგრძნობიარე მავნე ეფექტებს, არამედ ე.წ. შორეულ ზიანს. შესაბამისად, სავარაუდოდ ბავშვების უმრავლესობა თამბაქოს მავნებლობის შესახებ იმეორებენ მშობლებისაგან და მასწავლებლებისაგან მიღებულ სტანდარტულ ინფორმაციას, რაც ართულებს მათ დამოკიდებულებებზე მსჯელობას. მხოლოდ რამდენიმე ბავშვმა ემოციურად აღნიშნა, რომ ძალიან ღელავენ იმის გამო, რომ მათი ოჯახის წევრები ეწევიან.

რაც შეეხება 10-12 წლის ბავშვებს, მათ მოსაზრებებში, გარდა ზემოთ აღნიშნული სიგარეტისადმი უარყოფითი დამოკიდებულებისა (*„სიკვდილს იწვევს“* ; *„ფილტვებს აზიანებს“*; *„სუფთა ჰაერს აფუჭებს“*; *„ადრე აბერებს“* და სხვა) იკვეთება თამბაქოს მოხმარების პოზიტიური მხარეებიც:

„ნერვიულობის დროს სიგარეტი ამშვიდებს“

„შიგნით თუთუნის რომ დევს სასარგებლოა“

„ბებიაჩემი ამბობს, რომ თუთუნის ჭრილობიდან სისხლდენას აჩერებს“

„მსოფლიოს ნახევარ მოსახლეობას ბოლის სუნთქვა მოსწონს“

„ბოლის შესუნთქვა სასიამოვნოა“

იგივე ასაკობრივი ჯგუფის ბავშვების მოსაზრებებში, იმასთან დაკავშირებით თუ რატომ ეწევიან ადამიანები, წამყვანია შემდეგი აზრი: *„ადამიანი ერთხელ რო მოწევს, მერე მოსწონს*

და მერე ვეღარ ანებებს თავს“ (10 წლის ბიჭი); „შეიძლება სულ არ მოსწონდეთ, მაგრამ ბავშვებს, ვინც ადრე იწყებს მოწევას თავიდან ჰგონიათ რომ ამით კაი ტიპები ჩანან, უფრო ბიჭები არიან ასე, მერე რო იწყებენ ვეღარ ანებებენ თავს მოწევას“ (12 წლის გოგონა) „აინტერესებთ სიგარეტის გემო და ასე იწყებენ“ (11 წლის ბიჭი) „სიგარეტი ძალიან საინტერესოა“ (10 წლის ბიჭი), „პირველივე გასინჯვაზე ჩაუჯდებათ სისხლში“ (11 წლის ბიჭი).

7-9 წლის ბავშვებს შედარებით უჭირთ თამბაქოს მოხმარების მიზეზების ახსნა „სიგარეტს ბევრი ეწევა და ბევრმა არ იცის, რომ ეს მავნებელია“ (8 წლის გოგონა).

9 წლის ბიჭი სიგარეტის მოხმარების მიზეზად მიიჩნევს - „ალბათ ამ ადამიანს უნდა რომ მოკვდეს“, ამ ასაკის (7- 9 წლის) ბავშვები თავიანთ მოსაზრებებში გამოთქვამენ შემოფოტებას იმ ახლობელი ადამიანების ჯანმრთელობისადმი, რომლებიც ეწევიან „*მე სულ ვუძალავ მაძაჩემს სიგარეტს რომ არ მოწიოს, იმიტომ, რომ ზედ აწერია, რომ აბერებს და კლავს*“ (8 წლის გოგონა).

ორივე ასაკობრივი ჯგუფის ბავშვები მწვევლებს უარყოფითად აღიქვამენ - „სიგარეტს ეწევიან ლოთები“ (7 წლის გოგონა); „თითქოს სხვა მართავს მათ სხეულს“ (12 წლის გოგონა), არის ნეიტრალური შეფასებებიც - „სიგარეტს ეწევიან სიგარეტის მოყვარულები“ (8 წლის ბიჭი).

კვლევის პროცესში ბავშვების ქცევაზე დაკვირვებისას ჩანს, რომ მიუხედავად იმისა, რომ 7-9 წლის ბავშვები შედარებით უფრო თავშეკავებულად საუბრობენ სიგარეტის შესახებ - სიტყვაძუნწობენ, ცდილობენ აქცენტი გადაიტანონ მოწევის მავნებლობაზე და ა. შ.(მაგალითად, როცა ხედავენ სიგარეტის ყუთს ამბობენ - „მოაშორეთ აქედან“ და ა. შ.) იმ მომენტებში, როცა მათი თანატოლები შედარებით თამამად საუბრობენ (მაგალითად, იმაზე რომ უნახავთ როგორ ეწევიან უფროსები, ან ამბობენ რომ თავად გაუსინჯავთ) თემა დიდ აჟიოტაჟს იწვევს: სიცილი, თავში ხელების წაშენა და მერხის ქვეშ დამალვა, სიცილი და სახეზე ხელის აფარება. შედარებით მოზრდილები კი, 10-12 წლის ბავშვები, საუბრობენ აუღელვებლად, თამამად გამოთქვამენ მოსაზრებებს, რაც იმაზე მიანიშნებს, 7-8 წლის ბავშვები არ არიან ნეიტრალური ამ პროდუქტის მიმართ, იციან მისი არსებობის შესახებ, იციან რისთვის მოიხმარენ მას ადამიანები, რა ტიპის მაღაზიაში და კონკრეტულად რა ადგილას იყიდება ეს პროდუქტი, ასევე, მათთვის ავტორიტეტული უფროსების მიერ (მშობლები, მასწავლებლები) უარყოფითად შეფასებული პროდუქტი (აქცენტი მავნებლობაზე, „შხამიანია“, „ფილტვებს აზიანებს“) მათ მოსაზრებებში ასახულია და ისინი ღიად გამოხატავენ სიგარეტისადმი და მისი მოხმარებისადმი უარყოფით დამოკიდებულებას, თუმცა ქცევაზე დაკვირვებისას თვალშისაცემია მაღალი ემოციური ჩართულობა და ინტერესი ამ პროდუქტის მიმართ.

კვლევის პროცესში თვალსაჩინო იყო სიგარეტისადმი არა ცალსახად უარყოფითი, არამედ ამბივალენტური დამოკიდებულება, ბავშვები (10-12 წლის) მიუთითებდნენ რა თამბაქოს მოხმარების უარყოფით მხარეებზე, ასევე აღნიშნავდნენ, რომ „ბოლის შესუნთქვა სასიამოვნოა“, „ამშვიდებს“; სიგარეტი, ერთი მხრივ, ინტერესს იწვევს, მეორე მხრივ, „ჯანმრთელობისთვის საზიანოა“; მსგავსი დამოკიდებულება მათ გამოხატეს მათთვის მისაღები და საყვარელი პროდუქტების მიმართაც - მაგალითად 10 წლის ბიჭი ამბობს, რომ „შოკოლადი სასარგებლოა, ტვინს კვებავს, მაგრამ აფუჭებს კბილებს“, „სალეჭი რეზინი გემრიელია, მაგრამ სასარგებლოც არ არის“, „კოკა-კოლა სასიამოვნო სასმელია, მაგრამ ქიმიია“ და ა. შ. დაახლოებით ასეთივეა მათი დამოკიდებულება სიგარეტისადმი „საინტერესოა“, „სასიამოვნო გემო აქვს“, „ნერვებს ამშვიდებს“, მაგრამ „შხამიანია“, „ფილტვებს აზიანებს“ და ა. შ. თამბაქოსადმი, მისი მოხმარებისადმი ამდაგვარი დამოკიდებულება საშიშ ტენდენციად მიუთითებს - სიგარეტის არსებობა მაღაზიის დახლებზე, მისი მოხმარება ნორმალიზებულია (როგორც 7-9 , ასევე 10-12 წლის ბავშვებისათვის), ჩვეულებრივი მოვლენაა, ანუ ის არსებობს, როგორც ფართო მოხმარების პროდუქტი „მსოფლიოს ნახევარი ეწევა“, რომელსაც აქვს, როგორც დადებითი (10-12 წლის ბავშვები), ასევე უარყოფითი მხარეები.

საგულისხმოა ისიც, რომ 10-12 ბავშვები გაკვირვებას გამოხატავენ ორმაგი სტანდარტის მიმართ - ადამიანებმა იციან, რომ ცუდია, მაგრამ მაინც ეწევიან, მაინც ყიდიან, ამას ხსნიან იმით, რომ „ისინი თავს იზღვევენ“ (იგულისხმება კომპანიები და მოვაჭრეები) (12 წლის გოგონა); „იმიტომ ყიდიან, რომ ფული იშოვონ და თან აწერენ მოწევა კლავს! იქნებ ვინმე ადამიანმა ამას დაუჯეროს“ (11 წლის ბიჭი).

ბავშვების დამოკიდებულება თამბაქოს მოხმარების ქცევისადმი თვალსაჩინოდ გამოჩნდა როცა მათ მივმართეთ შეკითხვით - თქვენი აზრით, როგორ შეიძლება დავიცვათ ბავშვები სიგარეტისგან?

ამ შეკითხვაზე 7-9 წლის ბავშვები იძლეოდნენ შემდეგი სახის პასუხებს:

„პოლიცია უნდა მოიყვანო და აკრძალო“

„ადამიანებს არ უნდა ჰქონდეთ უფლება, იყიდონ სიგარეტი 40 წლამდე“

„სიგარეტის გაკეთება უნდა შეწყდეს“

„ძალიან გთხოვთ ბატონო პრეზიდენტო, ბავშვები რომ იყვნენ დაცულები სიგარეტისგან, აკრძალოთ სიგარეტი, არ უნდა იყიდებოდეს“

„სიგარეტი არ უნდა იყიდებოდეს არსად“

10-12 წლის ბავშვების მოსაზრებები კი იყო შემდეგი:

„უნდა გაკონტროლდეს მაღაზიებში ბავშვებისთვის სიგარეტის მიყიდვა, ყველგან უნდა იდგეს კამერები და ამას ვიღაც უნდა აკონტროლებდეს, მე დავაკვირდი, იქ, სადაც არ აკონტროლებენ, გამყიდველები აძლევენ ბავშვებს სიგარეტს. ყველა მაღაზია უნდა გაკონტროლდეს, უფრო პატარა მაღაზიები“

„ბავშვის თვალწინ არ უნდა მოწიონ უფროსებმა“

„თუ მშობელი უმაღლეს ბავშვს სიგარეტს და მერე უცებ ეს ბავშვი გაიგებს, რომ მისი დედა ან მამა ეწევა, პირიქით უფრო დაინტერესდება, გაბრაზდება და მოწევს“

„არსად არ უნდა იყოს სიგარეტის სუნი, რომ არ დავზიანდეთ და არ მოგვინდეს ჩვენც გასინჯვა“

„გარდატეხის ასაკში უნდა მიაქციონ მშობლებმა ყურადღება შვილს, ამ დროს ბავშვს უნდა ყველაფერი გასინჯოს“

„ხილის და სხვა და სხვა არომატით რომ გამოდის სიგარეტი, ამას უნდა მიაქციონ ყურადღება, სუნს რომ იგრძნობს ბავშვი მოეწონება და გასინჯავს და თუ ერთხელ გასინჯა - მიეჩვევა“

2. ბავშვების მიერ სიგარეტის რეკლამისა და პრომოციის აღქმა

ფოტოების ჩვენებისას, რომლებზეც ასახულია მარკეტები და ჯიხურები, 7- 9 წლის ბავშვები ისეთივე აქცენტს აკეთებენ თამბაქოს ჯიხურებზე, როგორც დანარჩენ სავაჭრო ობიექტებზე, ეს ჯიხურები მათ გამორჩეულად არ ხვდებათ თვალში. კითხვაზე, რომელ მაღაზიაში/ჯიხურში შევიდოდნენ ან არ შევიდოდნენ და რატომ? ბავშვები განსხვავებულ პასუხებს იძლეოდნენ, ზოგი შევიდოდა ბანკში, ზოგი ყავის მაღაზიაში, ზოგი კი პირიქით, ბანკში არ შევიდოდა ან აფთიაქში და ა.შ. თუმცა ერთ - ერთი ბავშვი აღნიშნავს, რომ „მე არ შევიდოდი თამბაქოში, იმიტომ რომ ცუდი სახელია“ (7 წლის ბიჭი)



ასევე კონკრეტული ჯიხურების აღწერისას ბავშვები საკმაოდ დეტალურად აღწერენ ჯიხურში დადებულ სხვა პროდუქტებსაც, სადექ რეზინებს, ტკბილეულს და ა.შ.



ყველა ბავშვი ამბობდა, რომ სიგარეტის მოწევა ძალიან გავრცელებულია და მათ გარშემო ბევრი ადამიანი ეწევა, სხვადასხვა ადგილებში, ქუჩაში და ა.შ.

მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოში კანონით არის აკრძალული ტელევიზიით თამბაქოს რეკლამა, რამდენიმე ბავშვი საუბრობს, რომ უნახავთ თამბაქოს რეკლამა ტელევიზიით, თუმცა, ვერ იხსენებენ კონკრეტულად რეკლამის შინაარსს. რამდენიმე ბავშვი აღნიშნავს, რომ რეკლამებიდან ახსოვთ ფრაზა/წარწერა - „სიგარეტი კლავს“, ეს წარწერა მათ ასევე უშუალოდ სიგარეტების შეფუთვიდანაც ახსოვთ.

როგორც კვლევისას გამოჩნდა, 7- 9 წლის ბავშვები, არ შეხვედრიან პრომო- გოგონებს, ამ საკითხზე საუბრისას (შეკითხვა: გინახავთ თუ არა მაღაზიებში ან სხვა ადგილებში სპეციალურად, საგანგებოდ ჩაცმული გოგონები, რომლებიც ხალხს რაღაც პროდუქტს სთავაზობენ) მათ მოჰყავდათ ისეთი მაგალითები, როგორიცაა - „მაღაზიებში კონსულტანტები არიან და გეუბნებიან, რა რა ღირს“, „დედაჩემთან ჭურჭელი მოაქვთ“, „ჩვენთან ჟურნალები მოაქვთ“. შესაძლოა ვივარაუდოთ, რომ მათ პრომო გოგონები კი უნახავთ, მაგრამ არ დაუფიქსირებიათ, თუ რას აკეთებდნენ ისინი ან რას სთავაზობდნენ მომხმარებლებს.

სიგარეტის რეკლამირების, გაყიდვის მიზეზებსა და დანიშნულებაზე საუბრისას 7-9 წლის ბავშვები ამბობენ მხოლოდ იმას, რომ ეს მავნებელია და ცუდია.

7-9 წლის ბავშვები მაღაზიის ინტერიერის ფოტოების დათვალიერებისას, სადაც საგანგებოდაა განათებული სიგარეტების დახლი, ამბობენ რომ ეს იმისთვისაა, რომ ადამიანმა კარგად დაინახოს და იპოვოს სასურველი სიგარეტი. თუმცა, ბავშვებს უჭირთ კავშირი დაამყარონ სიგარეტებსა და მათ ახლოს განლაგებულ ტკბილეულსა და ყავას შორის. კითხვაზე, თუ რატომ დევს სიგარეტების გვერდით ტკბილეული, ბავშვები შემდეგ პასუხებს იძლევიან: *"მშობლებს უყვართ ყავადა ბავშვებს უყვართ ტკბილი"*, *"აქ სიგარეტი იმ შუაშია, რომ ხშირად ყიდულობენ"* (7 წლის გოგონა). *"იმიტომ, რომ ყავას ზოგი ყიდულობს ზოგი არა, სიგარეტსაც ზოგი ყიდულობს, ზოგი არა და კევა შეიძლება ყველამ იყიდოს და სიგარეტს ბევრი ეწევა სიგარეტს და ბევრმა არ იცის, რომ ეს მავნებელია"* (7 წლის გოგო).



ასევე, ფოტოზე, სადაც განათებული დახლია წარმოდგენილი, ბავშვები საუბრობენ, რომ მათ გაურბით თვალი საღეჭი რეზინისკენ, წყლისკენ, ტკბილეულისკენ, შოკოლადისკენ; თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ ყველა ბავშვს კარგად აქვს შემჩნეული, რომ ხურდის დასადებ დაფაზე ძირითადად სიგარეტები ახატია ხოლმე. ისინი ვერ ასახელებენ, კონკრეტულად რომელი სიგარეტებია ეს, მაგრამ ყველა ერთხმად აღნიშნავს, რომ ახსოვს ხურდის დასაყრელზე დახატული სიგარეტი.

როგორც ბავშვები ამბობენ, მათ არსად არ უნახავთ სიგარეტი, რომელსაც მოყვება რაიმე საჩუქარი ან ასაწყობი მოწყობილობა.

ბავშვებმა იციან (სავარაუდოდ, უფროსებისგან - მშობლებისგან, მასწავლებლებისგან), რომ ადამიანისათვის 18 წლამდე სიგარეტის მიყიდვა აკრძალულია - „*კითხებიან ბავშვებს როგორ გამოიყურება, რამდენი წლის არის და ისე აძლევენ ... 18 წლამდე არ აძლევენ, მაგრამ ზოგჯერ მაინც აძლევენ სიგარეტებს*“ (7 წლის ბიჭი).

10-12 წლის ბავშვებს უფრო მეტად აქვთ გაცნობიერებული თამბაქოს პრომოციისა და რეკლამირების მოტივაცია და ამბობენ, რომ თამბაქო იყიდება იმისათვის, რომ გასაღდეს და ხალხმა ამაში ფული გადაიხადოს. ისინი აღნიშნავენ, რომ სიგარეტები იმიტომ იყიდება, რომ მათი გასაღება უნდათ. ისინი, ასევე, ამბობენ, რომ [თამბაქოს კომპანიებს] არ აინტერესებს ხალხი და სავარაუდოდ იციან იმის შესახებ, რომ თამბაქოს მოხმარება მიჩვევას იწვევს:

- „*ცუდი რაღაცა უნდათ, რომ მიყიდონ ხალხს*“
- „*იმიტო ყიდიან, რომ ფული იშოვონ*“
- „*ერთს რომ იყიდიან და გასინჯავენ, მოეწონება და კიდე იყიდის*“
- „*მე მაინც ვფიქრობ, რომ სიგარეტებს ფულის საშოვნელად ყიდიან*“
- „*ძირითადად არ აინტერესებთ ხალხი*“

ქუჩების ფოტოების დათვალიერებისას ჩანს, რომ როგორც მაღაზიებში, ასევე ჯიხურებში ამ ასაკის ჯგუფის ბავშვები უფრო ხშირად ასახელებენ სიგარეტებს იმ პროდუქტებს შორის, რომლებიც იყიდება ამ მარკეტებსა თუ ჯიხურებში, ეს შესაძლოა მეტყველებდეს იმაზე, რომ 7-9 წლის ბავშვებისაგან განხვავებით, მათ ცნობიერებაში სიგარეტი უფრო აქტიურად არის დაფიქსირებული, როგორც გავრცელებული სამომხმარებლო პროდუქტი.

ამ ასაკის ბავშვები ასევე კარგად ამჩნევენ რომ ჯიხურებში დიდი ადგილი უკავია სიგარეტის დახლებს - „*სიგარეტებზე არის მთელი ყურადღება გადატანილი*“ (10 წლის ბიჭი). კითხვაზე, თუ რას დაარქმევდნენ ასეთ ჯიხურს, ბავშვების უმრავლესობა აღნიშნავს, რომ ამას სიგარეტის ჯიხურს დაარქმევდა, რადგან იქ ძირითადად სულ სიგარეტები იყიდება, რაც კიდევ ერთხელ მიუთითებს იმაზე რომ მსგავსი ჯიხურები ამ ბავშვებისათვის დიდწილად თამბაქოსთან ასოცირდება, მიუხედავად იმისა, რომ იქ სიგარეტის გარდა სხვა მრავალი პროდუქტიც იყიდება.

ბავშვები მეტ-ნაკლებად ამყარებენ კავშირს სიგარეტსა და მის გვერდით განლაგებულ პროდუქტებს შორის, ასევე აღიქვამენ იმას, რომ რადგან ბავშვებისათვის ადვილად თვალში მოსახვედრია სიგარეტი, რადგან ის ბევრგან იყიდება და გარშემო ყველა ეწევა, შემდეგ ისინიც უფრო ადვილად იწყებენ სიგარეტის მოწევას:

- „*ჩემი აზრით იმიტომ იყიდება სიგარეტი და სანთებელა ერთად, რომ დაკავშირებულია ერთმანეთთან და ძირითადად ყველა ეწევა სიგარეტს და ადვილად საშოვნელია უკვე ეს და ამიტომ ერგებიან*“

- „ბავშვები რომ ხედავენ თითქმის ყველა ეწევა, მარტივად ითვისებენ ბავშვებიც და როცა იზრდებიან, ეწევიან და გონიათ რომ კარგია“
- „ყველგან, თითქმის, აი ეზოში რომ გახვალ, იქ ათასი სიგარეტია გადაგდებული, ბავშვი ამას ეჩვევა და რო იზრდება, მერე აღარ უსმენს იმ ადამიანს, რომელიც ეუბნება ცუდიო და ეგრევე გადადის მოწევაზე და ეჩვევა“

ასევე, რამდენიმე ბავშვის აზრით, მიუხედავად იმისა, რომ სიგარეტი ყველგან დევს და ხელმისაწვდომია, შეფუთვაზე აწერია რომ კლავს და მავნებელია, და ის ვინც ყიდის, მაინც თავს იზღვევს, რომ ხალხს გააგებინოს რისკების შესახებ:

- „მაგრამ თან სიგარეტზეც იმიტო არის დაწერილი რომ მოწევა კლავს, იქნებ ვინმემ გაითვალისწინოს და დაიჯეროს“
- „მაგალითად, აი ახლა ხომ არის სიგარეტი ყველგან შემოყვანილი და თან რომ აწერენ სიგარეტი მავნებელიაო, სპეციალურად აკეთებენ, თავს იზღვევენ“

კითხვაზე, თუ რატომ ეწევიან ადამიანები, თუ ეს მავნებელია, ბავშვებს ორგვარი პასუხი აქვთ; ერთ შემთხვევაში მათი მოსაზრებები ძირითადად მავნე ჩვევას უკავშირდება, ისინი ამბობენ რომ ადამიანებს მოწევა ჩვევაში გადასდით და თავს ვეღარ ანებებენ- „ხშირად რომ ეწევიან ჩვევაში გადასდით“ „ჩვევაში გადასდით და მერე აღარ ანებებენ თავს“ „ჩვევაში რომ აქვთ გადასული სიგარეტი ცუდი კი არა, კარგი ჰგონიათ“. მეორე შემთხვევაში, მათთვის მაინც გაუგებარი რჩება, თუ რატომ ეწევიან ადამიანები და რატომ იყიდება პროდუქტი, რომელიც მავნებელია-„იმას ვერ ხედავენ, რაც აწერია სიგარეტს, რომ მოწევა კლავს, მოწევა აბერებს“ „მაშინ საერთოდ ნუ გამოუშვებენ“ (10 წლის ბიჭი), „თუ ამას აკრავენ მაშინ აღარ გამოუშვან“ „როცა კაცები სვამენ მაშინ სულ ეწევიან სიგარეტს და რატო ეწევიან ეგ ვერ გავიგე“ (10 წლის ბიჭი).

ამ ასაკობრივი ჯგუფის ბავშვები ასევე ხედავენ გარკვეულ კავშირს ალკოჰოლურ სასმელსა და სიგარეტს შორის. ისინი ამჩნევენ, რომ ერთი მხრივ როდესაც ადამიანები სვამენ, ბევრს ეწევიან, და, მეორე მხრივ, მეტ-ნაკლებად ხდებიან თუ რატომ დევს მაღაზიებში ალკოჰოლური სასმელი და სიგარეტი ერთად - „სასმელი და სიგარეტი ერთად იყიდება ანუ უფრო მეტს სარგებელს მოიტანს ეს იმიტომ, რომ ვინც ეწევა, ის სვამს და ვინც სვამს ის სიგარეტს ეწევა“ (10 წლის ბიჭი).

7-9 წლის ბავშვების მსგავსად, ამ ასაკობრივი ჯგუფის ყველა ბავშვს კარგად ახსოვს, რომ ხურდის დასაყრელზე სიგარეტია გამოსახული.

ჩვენ ვკითხეთ ბავშვებს, თუ როგორ მოაწყობდნენ მაღაზიას მათი ნება რომ ყოფილიყო, რომელი სახის პროდუქციას სად განათავსებდნენ. გამოიკვეთა, რომ ბავშვები სხვაგვარად აჯგუფებენ მაღაზიებში არსებულ პროდუქციას, ისინი ერთად ათავსებენ შოკოლადსა და ტკბილეულს, ხოლო სიგარეტი ამ ყველაფრისგან შორს დევს.

- „ყავას დავაწყობდი ცალკე კუთხეში, კევებს სალაროსთან რა თქმა უნდა, სიგარეტებს კიდე მოვაშორებდი საერთოდ“

- „რაც მავნებელია საერთოდ მოვაშორებდი ან ერთად დავდებდი“
- „მაგალითად, ალკოჰოლს და სიგარეტს დავდებდი ერთად“
- „კეკას სალაროსთან დავდებდი, აი, ყავა რო დევს, მაგასაც სალაროსთან დავდებდი“
- „ტკბილეულს ერთად დავდებდი“
- „კიდევ ალკოჰოლი ძალიან ბევრია, საერთოდ მოვაშორებდი და აი კოკა-კოლას და პეპსის მაცივარი როა მანდ გაზიანი სასმელი, გაზიანი სასმელიც მავნებელია და ალკოჰოლთან დავდებდი“

10-12 წლის ბავშვებში იკვეთება თამბაქოს მოწევის კავშირი სპეციფიკურ ინტერესთან და „მაგრობასთან“; ბავშვები თვლიან, რომ ადამიანები პატარა ასაკში ეწევიან, რადგან ინტერესი აქვთ, რადგან ეს მოდური შეიძლება იყოს და ამით თავს იწონებდნენ ან აწონებდნენ სხვებს:

- „შეიძლება სულ არ მოსწონდეთ, მაგრამ ფიქრობდნენ, რომ მაგარია და მაგიტომ ეწევიან“
- „მეც იგივეს ვფიქრობ, რომ დაინახვენ, რომ სხვები ეწევიან, ძირითადად მგონი ბიჭები არიან, გოგოებიც მარა, უფრო ბიჭები, თავიდან ჰგონიათ რომ მაგარია და უფრო კაი ტიპები არიან და მაგიტომ ეწევიან, მაგრამ ერთ ან ორ ღერს რომ მოწევენ მერე შეიძლება ველარც დაანებონ თავი“
- „სვეცკი გოგოები ეწევიან“
- „როცა ბავშვები ხედავენ, რომ ყველა ეწევა, მათაც უნდებათ და შემდეგ, როცა თვითონ მოწევენ, ყოველთვის მოუუნდებათ სიგარეტი“

ამ ასაკის ბავშვებს ასევე უფრო მეტად აქვთ შემჩნეული ბილბორდებზე სიგარეტის რეკლამები, თუმცა მათ მიერ მოწოდებული ინფორმაცია საკმაოდ არაზუსტი და ბუნდოვანია, „კიი, გზაზე რო მიდიხარ, დიდი რაღაცეები რო არის, მანდ აწერია ხოლმე“ (10 წლის ბიჭი). ისინი, ასევე, აღნიშნავენ, რომ უნახავთ სიგარეტის რეკლამები, მართალია, კონკრეტულ ინფორმაციას ვერ იძლევიან, მაგრამ მათ საკმაოდ ცხადად ახსოვთ ტელევიზორში, სერიალში სიგარეტის მოწევის სცენები.

- „აი, ტელევიზორს რომ ჩავრთავ იქაც სულ ეწევიან“
- „სერიალში „ჩემი ცოლის დაქალები“, მაგალითად“
- „სერიალში სულ სიგარეტს ეწევიან, აი, მთავარ როლში კაცს რომ დაინახავ, გადის უცებ და შემოდის სიგარეტით“

ამ საკითხზე საუბრისას საყურადღებოა ერთ-ერთი 10 წლის ბიჭის კომენტარი: „ხშირად არის, რომ სიგარეტის მოწევისთვის ფული [შეიძლება] გადაუხადოს რეკლამისთვის [მსახიობს კომპანია]“.

3. სიგარეტის შეფუთვის გავლენა

სიგარეტის შეფუთვის ზეგავლენის კვლევისას გამოიკვეთა შემდეგი ფაქტორების როლი:

- მიმზიდველი ფერი
- სიგარეტის ყუთის ზომა - „ბრტყელ და განიერ ყუთში წვრილი სიგარეტები აწყვია“, „განსხვავებული ზომა“, „ვიწრო და გრძელი“
- ნახატები ყუთებზე - „ყვავილები“, „სიჭრელე“, „აქლემი“, „ხილი“
- აქციზური მარკა და წარწერები (კუპრისა და ნიკოტინის ოდენობის შესახებ)
- სიგარეტის დასახელება

პროცესზე დაკვირვებისას თვალსაჩინოდ გამოჩნდა, რომ უმცროსი ბავშვები (7-9 წლის) ნაკლებად ამახვილებენ ყურადღებას ისეთ „დეტალებზე“, როგორიცაა წარწერები სიგარეტზე, აქციზური მარკა, მათ ინტერესი შეფუთვისადმი განისაზღვრებოდა ზომისა და ფერის მიხედვით:

- *„ფერით მიმიზიდა, ოქროსფერია და იმიტომ“*
- *„რადგან ახატია და გოგოებს მოსწონთ“*
- *„ეს ყუთი ბრტყელია და შიგნით ალბათ წვრილი სიგარეტები აწყვია, წვრილი სიგარეტი გოგოსია“*
- *„ლურჯია და წვრილი და ალბათ ძნარეა“*



საყურადღებოა ისიც, რომ როცა ჩვენ ამ ასაკის ბავშვებისათვის მოვაწყვეთ იმიტირებული დახლი, სადაც სიგარეტთან ერთად ელაგა კანფეტები, სალეჭი რეზინები, შოკოლადები - მთელი ყურადღება სწორედ ამ პროდუქციაზე გადავიდა, ბავშვები ცდილობდნენ დაეტაცებინათ ტკბილეული, იქვე ხსნიდნენ და იწყებდნენ ჭამას, სურდათ ესაუბრათ მხოლოდ ამ საყვარელ პროდუქციაზე და ნაკლებად იჩენდნენ ინტერესს სიგარეტებისადმი, თუმცა, დასმულ შეკითხვებს მაინც პასუხობდნენ და როცა ვთხოვეთ, რომ დაეხარისხებინათ პროდუქტები რაიმე ნიშნის მიხედვით, სიგარეტები საერთოდ განაცალკევეს მთელი დანარჩენი პროდუქციისგან. ერთ-ერთი მონაწილის რეპლიკა ამ დროს იყო შემდეგი – „მოაშორეთ ეს ყუთი აქედან!“ (ამ დროს იცინოდა), ხოლო სიგარეტის შეფუთვების დახარისხება მოახდინეს ფერების მიხედვით - ერთი ან დაახლოებით მსგავსი ფერის სიგარეტები ერთ ჯგუფში მოხვდა, ასევე შეიქმნა „მწარე“ (შედარებით მუქი ფერის) და „ტკბილი“ (შედარებით ღია ფერის) სიგარეტების ჯგუფები.

10 – 12 წლის ბავშვებისათვის სიგარეტების შეფუთვის ზეგავლენის შემდეგი მახასიათებლები გამოიკვეთა:

- „ეს კაშკაშა ფერია და მაშინვე გხვდება თვალში“
- „ეს ყუთი ვიწროა და ალბათ შიგნით უფრო მეტი სიგარეტი აწყვია, „მსხვილ“ ყუთებში 6 -8 ცალი აწყვია ალბათ“
- „ასეთ სიგარეტს მამა ეწევა და პირველად ეს მომხვდა თვალში“
- „აწერია classic და ეს ძლიერი სიგარეტია“
- „როგორც კი დავინახე, მაშინვე მიიქცია ჩემი ყურადღება, მიყვარს შავი ფერი, თან ყუთი განსხვავებულად იხსნება და თან მამაჩემი ეწევა ამას“
- „მუქი ლურჯია და ჩემთვის სიძლიერის ნიშანია ეს“
- „ფერადია და ალბათ ქალის სიგარეტია“
- „მსხვილ სიგარეტებს კაცები ყიდულობენ და წვრილს ქალები“
- „ადამიანები ფიქრობენ, რადგან ფერები ლამაზია ე.ი. სიგარეტიც კარგია და ამით ატყუებენ ადამიანებს“
- „ეს თვალში მოსახვედრი ფერია და რომც არ ეწეოდე, მისი გასინჯვა მოგინდება“
- „აქ რომ წერია natural product ვინმეს ეგონება და მიიზიდავს“
- „აქციზური მარკა აქვს და ამით მიმიზიდა, ვინმე რომ შეხედავს იფიქრებს ეს სანდოაო და ამიტომ იყიდის“
- „ეს სიგარეტი ისეთი ლამაზია ვინმე იფიქრებს, რასაც სიგარეტზე (ცუდს) ამბობენ ჭორიან და იყიდის“
- „ამ სიგარეტზე ახატია რაღაც ხილი და ე. ი. ხილის არომატითაა და ამით უნდათ, რომ გაყიდონ“

კვლევისას გამოჩნდა, რომ ამ ასაკის ბავშვებმა იციან, სად წერია სიგარეტის შემადგენლობა (ნიკოტინისა და მხუთავი აირის შესახებ) და იციან, რა დანიშნულება აქვს ამ წარწერას, როგორ განსაზღვრავს ის სიგარეტის „სიმსუბუქეს“ ან „სიმკვრივეს“, ბავშვებს ყურადღება არ მიუქცევიათ წარწერისათვის „მოწევა იწვევს ფილტვის კოხოს“ ან „მოწევა კლავს“, თუმცა ისაუბრეს იმაზე, რომ „სიგარეტს ადებენ მიმზიდველ ფერებს, აკეთებენ სხვადასხვა ყუთებს რომ ამით მიიქციონ ხალხის ყურადღება, სინამდვილეში ხალხს ცუდს უკეთებენ“





4. ქვევა

ქვევაზე საუბრისას იკვეთება ორი ტენდენცია: ა) 7-9 წლის ბავშვების ჯგუფში რამდენიმე ბავშვი საუბრობს მოწევის საკუთარ გამოცდილებაზე, ხოლო ბ) 10-12 წლის ბავშვების უმრავლესობა საუბრობს თანატოლების შემთხვევებზე.

7-9 წლის ბავშვების ჯგუფიდან სამმა ბავშვმა ისაუბრა თამბაქოს გასაინჯვის საკუთარ გამოცდილებაზე, მათ ყოველგვარი აღლავების გარეშე აღნიშნეს, რომ გაუსინჯავთ სიგარეტი. „[სიგარეტს] ცოტა კარგი გემო აქვს, მოწეული მაქვს, ჩემი მამიდაშვილის მეგობრის ძმამ გამასინჯა და მერე შიგნით ყავისფერი რაღაცეები რომ აქვს, ბოთლში ჩაყარა და იმ ბოთლს ცეცხლი წაუვიდა და ისეც ჩავისუნთქეთ“ (7 წლის გოგო); „მამაჩემმა ერთი გამაბოლებინა“ (7 წლის ბიჭი), „მე გუშინ მოვწიე, სახლში მარტომ“. ერთმა ბიჭმა კი მოწევის იმიტაცია გააკეთა - „ამ სიგარეტს ასე დაიჭერენ წვრილია, ასე და ბოლს უშვებენ“.

7-9 წლის ბავშვების ჯგუფისაგან განსხვავებით, 10-12 წლის ბავშვები აქცენტს აკეთებენ იმაზე, რომ ხშირად უნახავთ სხვა არასრულწლოვნების სიგარეტის მოწევა.

- „აი, არასრულწლოვნები მაგალითად ეწევიან სიგარეტს“
- „ჩემი [15 წლის] ძმის კლასელები დღეში 5 კოლოფს ეწევიან“
- „მაგის კლასელები ყიდულობენ/ის ამბობს ცუდიაო, მისი კლასელები არ უჯერებენ“
- ამ ბიჭის კლასელსაც სიგარეტი არ ჰქონდა, ცეცხლი ანთო და შეისუნთქა და პირიდან გამოუშვა „(ცეცხლის ანთების და შესუნთქვის იმიტაცია)“
- „ერთი ბავშვი დავინახე, მგონი სადღაც 11 წლის იყო, მე რომ სკოლიდან მოვდიოდი სადარბაზოში იყო შესული და ეწეოდა“
- „გამიგია და მინახავს კიდეც რომ არასრულწლოვანი ყიდულობს სიგარეტს“
- „მე და ჩემი მეგობარი როცა ეზოში ვთამაშობთ ხოლმე, ძალიან ბევრჯერ დაგვინახავს ასე, 12-13 წლის ბიჭები მოდიოდნენ და აქედან ყველას ეჭირა სიგარეტი და ყველა ეწეოდა“

ბავშვები ასევე საუბრობენ, რომ უნახავთ თუ როგორ მიუყიდიათ გამყიდვლებს არასრულწლოვნებისთვის სიგარეტი, ან ზრდასრულ ადამიანებს მოუკიდებიათ სიგარეტზე მათთვის:

- ზოგიერთი არასრულწლოვანი ატყუებს გამყიდველს, მამამ გამომიშვაო, თვითონ უნდათ და ეწევიან

- „ერთხელ სკოლიდან მოვდიოდი და ვიღაც ორი ბიჭი დავინახე უფროს კაცთან მივიდნენ, პატარა ბიჭები იყვნენ 11-12 წლისები და სიგარეტი გაქვსო? და ამ კაცმაც მისცა სიგარეტი“
- „ერთხელ, დავინახე, რომ ბავშვები გამოვიდნენ კაფედან, ალბათ იყვნენ 15-16 წლის, ერთ-ერთი სიგარეტს ეწეოდა, მეორეს არ ჰქონდა ასანთი რომ მოეკიდა, მივიდა მცველთან, იმან კიდე მოუკიდა სიგარეტზე ... მარტო ბავშვების ბრალი არ არის! მე ვფიქრობ, უფროსებიც ჩვეულებრივად უყურებენ, რომ ბავშვები ეწევიან და ამაში ხელს არ უშლიან“.

დანართი

ჯგუფური დისკუსიის გზამკვლევი მოსწავლეებისთვის

შესავალი

- კვლევის საგნის წარდგენა/პრეზენტაცია
- დისკუსიის წესები: წამყვანი მონაწილეებს აცნობს დისკუსიის რამდენიმე წესს:
 - გულწრფელი პასუხები;
 - არ არსებობს მცდარი და სწორი არჩევანი, არსებობს განსხვავებული შეხედულებები;
 - კონფიდენციალურობის უზრუნველყოფა;
 - აუდიო /ვიდეო ჩაწერის აუცილებლობა.
- გაცნობის სავარჯიშო: მონაწილეთა გაცნობა ხდება სახალისო სავარჯიშოთი - „გაცნობა ბურთით“, სადაც წამყვანი სვამს მარტივ და სახალისო შეკითხვებს: სახელი, ასაკი, სკოლა/კლასი, საყვარელი საქმიანობა, სპორტის სახეობა, თამაში, საყვარელი ანიმაციური პერსონაჟი, წიგნი და ა. შ.

ხატვა (ჯიხური/ მაღაზია)

მოდერატორი ბავშვებს სთხოვს დახატონ ჯიხური და /ან მაღაზია, რომელსაც ყველაზე ხშირად ხედავენ მათ სახლთან ან სკოლისკენ მიმავალ გზაზე.

ნახატის დახატვის შემდეგ ხდება განხილვა:

შეგიძლიათ მითხრათ რა დახატეთ? რა იყიდება ამ ჯიხურში? არის თუ არა სხვა ჯიხურები? და რა იყიდება იქ? კიდევ რა პროდუქტები იყიდება ჯიხურებში? (ნახატები შესაძლოა გამოვიყენოთ ანალიზისთვისაც)

მაღაზიების ფოტოები

ვაჩვენებთ სხვა და სხვა ტიპის მაღაზიის ფოტოებს და ვეკითხებით:

- ყველაზე მეტად რა იქცევს შენს ყურადღებას ამ მაღაზიაში? რას იყიდდი? (რატომ?)
- რას უყიდდი დედას, მამას, თანატოლს ? (რატომ?)
- შეგიძლია მითხრა რისთვის მოიხმარენ ადამიანები აქ ასახულ პროდუქციას და ძალიან ფრთხილად სათითაო პროდუქციაზე ვკითხოთ, მათ შორის მოხვდება სიგარეტიც.
- რა დანიშნულება აქვს/რისთვის ყიდულობენ ადამიანები აქ ასახულ პროდუქტებს? (ვეკითხებით სათითაოდ)

- რატომ აწყვია ეს პროდუქცია (ვუთითებთ ფოტოზე, სადაც განათებულია ან საგანგებოდ გამოყოფილია სიგარეტის დახლი) განათებულ/ცალკე გამოყოფილ ადგილას?
- რა არის ის, რაც ძალიან მოგწონს (არ მოგწონს ამ მაღაზიაში)
- რა გიყვინდა მარტოს მაღაზიაში?
- აქ არსებული პროდუქციიდან რისი მიყიდვა არ შეიძლება ბავშვებისთვის? რატომ?
- თუ გინახავთ მაღაზიებში, სავაჭრო ცენტრებში ან ქუჩაში საგანგებოდ გამოწყობილი გოგონები, რომლებიც მომხმარებლებს რაღაც პროდუქციას სთავაზობენ? თუ გახსოვთ რა იყო ეს პროდუქტი?

ქუჩის ფოტოები

ვაჩვენებთ ქუჩის ფოტოებს სადაც არის სხვადასხვა სახის მაღაზიები, ჯიხურები და ვეკითხებით:

- (სათითაოდ) რა იყიდება აქ?

მას შემდეგ, რაც გააკეთებენ ჩამონათვალს ვთავაზობთ: მოდით ვითამაშოთ, მაგალითად იპოვეთ სიტყვა „ბურთის“ რაც შეიძლება მეტი მახასიათებელი: მრგვალი, დიდი, პატარა ან მოქმედება, რასაცა ბურთით აკეთებთ: ხტუნვა, ტრიალი, გადაგდება და ა.შ. ეხლა იგივე გავაკეთოთ სიტყვა - „საღეჭ რეზინზე“, „ჟურნალი“, „ფანტა“ „სიგარეტზე“. დამისახელებთ ამ პროდუქტების მახასიათებლები (სათითაოდ ასახელებენ) და ერთად ჩავიწეროთ.

- ჯიხურების გარდა, სად შეგიძლიათ ამ სახის პროდუქციის ყიდვა, მაგალითად საღეჭი რეზინის, ფანტის, სიგარეტის?
- გაიხსენეთ ძირითადად რა სახის პროდუქტებს ხედავთ ერთად სხვა და სხვა მაღაზიებსა და ჯიხურებში? (შესაძლოა ბავშვების პასუხებიდან გამომდინარე დავსვით შეკითხვა - როგორ ფიქრობთ - რატომ?)
- თქვენი ნება რომ იყოს სად დაალაგებდით ამ პროდუქციას? (ცალ - ცალკე ვეკითხებით, სად დადებდით - ფანტას, წყალს, საღეჭ რეზინს, სიგარეტს?)
- გიყვინდათ თუ არა რაიმე მარტოს აქ? (და სათითაოდ ვაჩვენებთ თითოეულ ჯიხურს ან მაღაზიას)

ყუთები/შეფუთვა

მე აქ მაქვს სხვა და სხვა პროდუქციის შეფუთვა /ყუთები (საღეჭი რეზინი, კანფეტები, უალკოჰოლო სასმელი, სიგარეტი და სხვა)

ვეკითხებით სათითაო პროდუქციაზე:

- რა ასოციაციებს იწვევს ისინი თქვენში?/ რას ფიქრობთ ამ პროდუქციის შესახებ?

- რა მოგწონთ? რა არ მოგწონთ?
- რომელი ყუთი/შეფუთვა მოგწონთ ყველაზე მეტად?
- ეხლა უნდა გთხოვოთ, რომ დააჯგუფოთ ყუთები/შეფუთვა თქვენი სურვილის მიხედვით, მაგრამ უნდა ამიხსნათ რატომ დააჯგუფეთ ასე. ვინმეს აქვს დაჯგუფების განსხვავებული კრიტერიუმი? კონკრეტულად რომელი?

ქცევა

- თქვენი რომელიმე კლასელი ან მეგობარი ეწევა ან გაუსინჯავს სიგარეტი?
- როგორ არიან/ თავს როგორ გრძნობენ ადამიანები რომლებიც ეწევიან?
- როგორ ფიქრობთ, ზოგადად რატომ ეწევიან ადამიანები?
- თქვენი აზრით როგორ არის შესაძლებელი ბავშვების დაცვა სიგარეტის პრომოციისგან/რეკლამისგან? და ზოგადად მოწევისაგან?
- როგორ გიცავენ თქვენი მშობლები?

საოცნებო მაღაზია

წარმოიდგინეთ, რომ თქვენ გაქვთ მაღაზია, სადაც შეგიძლიათ განათავსოთ თქვენთვის სასურველი და საინტერესო პროდუქცია, რას განათავსებდით? პრინციპულად რას არ გაყიდდით თქვენს მაღაზიაში?

გარე რეკლამის ფოტოები:

ვაჩვენებთ (მათ წინ ვალაგებთ) ქუჩის ბილბორდებზე განთავსებულ რეკლამებს და ვეკითხებით:

- რომელი გეცნობა ყველაზე მეტად?
- შენი აზრით რა დანიშნულება აქვთ მათ (ამ რეკლამებს) ?
- რომელი მოგწონს, არ მოგწონს?
- რას ასახავს თითოეული?
- სად დაგინახავს? და ა. შ. რომელი გხვდება ყველაზე ხშირად?
- შენ რომ იყო ქალაქის მერი რას განათავსებდი ასეთ ბილბორდებზე?
- შენ რომ იყო ქალაქის მერი რას აკრძალავდი ამ რეკლამებიდან, რომელიც ფოტოებზეა გამოსახული?