

Интернет-опросы как инструмент индикации латентных тенденций среди потребителей наркотиков

ТЕТЕНОВА Е.Ю.¹

НАДЕЖДИН А.В.¹

КОЛГАШКИН А.Ю.¹

к.м.н., в.н.с. отделения детской наркологии; director@narkonet.ru

к.м.н., руководитель отделения детской наркологии; aminazin@inbox.ru

с.н.с. отделения детской наркологии; главный редактор информационно-публицистического ресурса

«Нет — наркотикам», Москва; editor@narkotiki.ru

ФЕДОРОВ М.В.

web-дизайнер информационно-публицистического ресурса «Нет наркотикам», Москва

¹ ФГУ Национальный научный центр наркологии Минздравсоцразвития, Москва

119002, Москва, М.Могилицевский пер., 3, тел.: (499)241-06-03

На основании интернет-опроса, постоянно проводимого на сайте Консультационной службы www.narkonet.ru, получены данные, позволяющие создать «портрет» среднестатистического потребителя наркотиков, установить его типичные модели поведения. Авторы делают вывод о том, что проведение опросов в компьютерной сети является чувствительным и объективным индикатором современных тенденций в среде наркопотребителей нашей страны.

Ключевые слова: интернет-опрос, наркотики, индикатор, модели поведения, современные тенденции

Введение

По данным Фонда «Общественное мнение», в России наблюдается постоянный рост аудитории Интернета. За 6 лет наблюдений (с 2002 по 2008 гг.) она значительно увеличилась и составляет сейчас 29% от населения страны (Опросы «Интернет в России / Россия в Интернете»). По последним данным компании ComScore, «Россия стала лидером среди европейских стран по годовому приросту интернет-пользователей» [3, 6]. Инициативный всероссийский опрос Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) в сентябре 2009 г. показал, что глобальную компьютерную сеть использует примерно каждый третий россиянин (32%). Более того, по сравнению с 2006 г. в 3 раза увеличилась доля тех, кто обращается к ней ежедневно (с 5 до 15% соответственно). Ежедневный пользователь сети Интернет — это, как правило, житель Северо-Западного округа (27%), Москвы и Санкт-Петербурга и крупных городов (22—25%), мужчина (17%), в возрасте от 18 до 24 лет (36%), высокообразованный и материально обеспеченный (28 и 22% соответственно), а также учащийся (47%). [5] Указанный контингент пользователей Интернета в нашей стране близок по основным характеристикам к популяции лиц, допускающих употребление наркотиков [1]. Следовательно, глобальная компьютерная сеть представляет собой перспективную среду для изучения целого ряда тенденций, отра-

жающих распространение наркотиков в обществе и поведение их потребителей.

Одним из эффективных инструментов сбора первичной информации в сети Интернет являются опросы как способ изучения общественного мнения [3, 7]. Несмотря на то, что в нашей стране распространение сетевых технологий все еще отстает от некоторых промышленно развитых стран, опросы пользователей русскоязычного сегмента сети по вопросам наркотизма представляются перспективными по целому ряду причин.

Во-первых, феномен потребления наркотиков, как и распространение сетевых технологий, в большей степени свойственен городам.

Во-вторых, пользователями сетевых технологий являются преимущественно несовершеннолетние, лица молодого и среднего возраста, что соответствует возрастным группам, в которых максимально представлено употребление наркотиков.

В третьих, затраты на проведение интернет-опросов существенно ниже, чем при проведении традиционного социологического исследования.

В-четвертых, технология интернет-опроса позволяет отслеживать ситуацию с результатами в режиме реального времени.

В-пятых, интернет-опросы способны обеспечить большой охват проблемной аудитории, что позволяет получать результаты, которые можно экстраполировать на генеральную совокупность исследуемой популяции.

Материалы и методы исследования

С целью проведения интернет-опроса сотрудниками Консультационной службы (www.narkonet.ru) была разработана структурированная анкета, валидная его целям и задачам [8].

На первоначальном этапе была выставлена часть анкеты с целью определить активность пользователей в отношении этого опроса, корректность сформулированных вопросов, определить отношение пользователей сервиса к самому факту проведения опросов. Другим фактором, побудившим нас выставить только часть анкеты, было опасение, что группа конкретных вопросов, связанных с более детальной информацией о потреблении наркотических средств, способна снизить активность участия в опросе.

Вторая часть анкеты была размещена, когда стало ясно, что пользователи ресурса активно отвечают на поставленные вопросы. Важным являлось определение локализации размещения анкеты опроса в наиболее оптимальных для обеспечения высокой активности клиентов службы навигационных и структурных компонентах сайта. Поэтому текст опроса был размещен в горизонтальном рубрикаторе в header'e главной страницы ресурса с заголовком «Наш опрос». Учитывая, что такое размещение побуждает пользователя к дополнительным действиям, которые он не склонен совершать, было принято решение дополнительно разместить анкету опроса в качестве завершающего этапа после его обращения за консультацией к специалистам Службы. Такое инструментальное решение создает ощущение непринужденности при работе с анкетой, так как она появляется после внесения вопроса в базу данных сервера Консультационной службы, а не до того, как пользователь сформулирует запрос.

Значимой для успешного проведения акции является формулировка того, кто и для чего проводит сбор информации. Эта информация должна побуждать пользователя потратить личное время на заполнение анкеты и не настораживать. Анкету предварял следующий текст: «Уважаемые посетители! С целью улучшения качества и повышения оперативности при удовлетворении ваших информационных запросов просим вас ответить на следующие вопросы. Опрос, как вы видите, носит анонимный и добровольный характер. Если вы примете в нем участие, мы будем вам очень признательны :)». Введение «смайла», символизирующего улыбку (такой элемент является неожиданным на официальном и серьезном интернет-ресурсе), располагает к себе и служит дополнительным мотивационным фактором для решения клиента принять участие в социологическом исследовании.

Результаты исследования

Первая часть анкеты содержала вопросы, достаточные для составления социального портрета посетителей сайта, определения их отношения к потреблению наркотиков, и видов потребляемых наркотических средств. С 01.11.07 по 21.10.08 в опросе приняло участие 2729 чел., что представляется нам достаточно значительным количеством. Ниже приводятся данные о результатах исследования.

Распределение по возрасту участников опроса отражено рис. 1, из которого видно, что основная масса наших пользователей — свыше 79% — находится в возрастном диапазоне 16—30 лет, а «ядро» аудитории (34,1%) находится в возрастной группе 21—25 лет. Это еще раз подчеркивает валидность изученной выборки задачам исследования, так как основная группа интервьюированных практически совпадает по своему возрасту с возрастом основной массы потребителей наркотиков, определенным другими исследованиями [1].

По половому признаку пользователи разделились следующим образом: 53% посетителей сайта были лицами мужского пола, 47% — женского (рис. 2).

География аудитории опроса была достаточно обширна. Несмотря на то, что ресурс www.narkonet.ru ориенти-

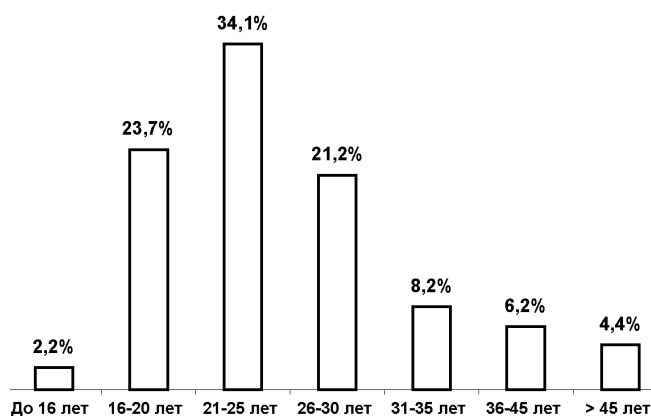


Рис. 1. Возраст лиц, участвовавших в опросе



Рис. 2. Гендерная принадлежность участников опроса

рован на жителей Российской Федерации, в силу специфических особенностей интернет-общения его посетители могут находиться в любой точке мира. Резидентов нашей страны было 85,5%, что подтверждает справедливость полученных данных именно для генеральной совокупности жителей России. Из других стран СНГ к нам обратилось 9,6% пользователей. Респонденты из стран Восточной Европы составили 1%, жители Западной Европы составляли 1,9% от всех заполнивших анкету. Жители Ближнего и Среднего Востока составляли 0,6%. Северная Америка была представлена 0,8% респондентов. Посетителей из азиатского региона (кроме стран СНГ) было 0,2%. В рассматриваемый период в опросе участвовали также жители Австралии (0,1%) и Южной Америки (0,2%)

По характеру деятельности среди респондентов преобладали учащиеся — 31,2%, служащие составили 26,1%, 14,2% определили свою деятельность как руководители разного уровня, 15,2% трудились на рабочих

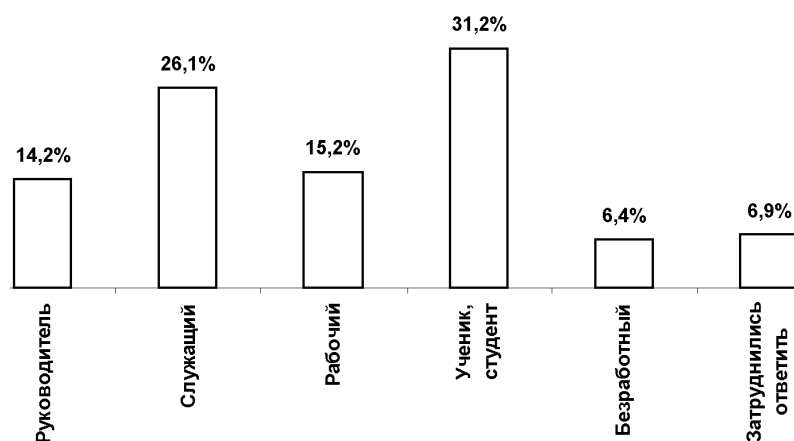


Рис. 3. Род деятельности участников опроса

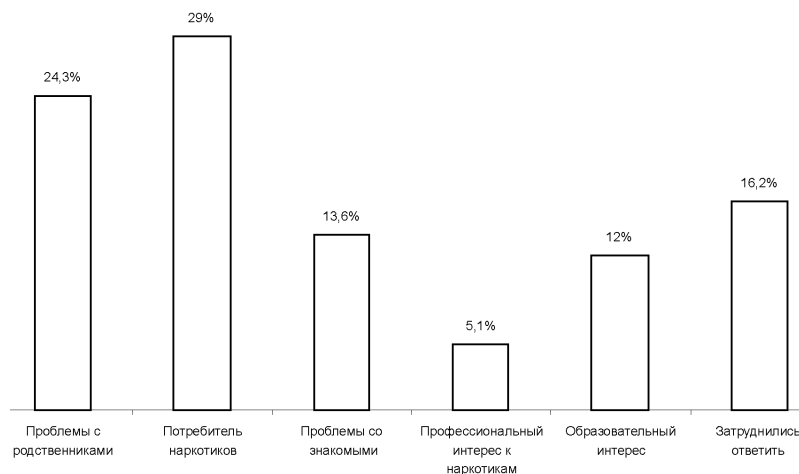


Рис. 4. Отношение к проблеме наркомании участников опроса

должностях, 6,9% не смогли определить род своей деятельности, 6,4% были безработными (рис. 3).

По отношению к проблеме наркомании лица, участвующие в опросе, распределились следующим образом: 29% посетителей сайта являлись потребителями наркотиков, у 24,3% были проблемы с родственниками, 16,2% затруднялись ответить на поставленный вопрос, 13,6% посетителей сайта искали информацию по этой теме в связи с проблемами у своих знакомых, у 12% был образовательный интерес, 12% имели профессиональный интерес (рис. 4).

Наиболее интересным и информационно значимым является распределение по видам наркотических средств среди посетителей сайта, являющихся потребителями наркотиков. Как и ожидалось, на первом месте находятся потребители марихуаны — 51,7%, потребителями психостимуляторов амфетаминового ряда являются 29,4%, экстази злоупотребляют 18,0%, опиаты и опиоиды используют 21,9%, кокаин 7,6%, галлюциногены — 9,7%. Сумма ответов превышает 100%, так как, учитывая полинаркоманические тенденции (потребление более одного наркотика в течение короткого промежутка времени) в популяции потребителей наркотиков, им была предоставлена возможность одновременно выбирать более одного вещества из перечисленных в этом разделе (рис. 5).

Необходимо отметить, что полученные данные существенно отличаются от сведений, предоставляемых государственной статистикой, которая является результатом деятельности медицинских учреждений государственной-муниципальной формы собственности и формируется на основании свободной обращаемости больных наркологического профиля в эти учреждения. По этим данным, лидирующее положение занимают потребители опиоидов, затем с большим отрывом следуют потребители каннабиса [2]. Этот феномен объясняется тем, что при потреблении опиоидных наркотиков скорость развития синдрома зависимости, тяжесть его проявлений, фатальность некоторых осложнений вынуждает этих больных часто обращаться за медицинской помощью. При потреблении наркотических средств, изготовленных на основе каннабиса, осложнения развиваются существенно более медленно и не носят такого острого характера, поскольку они сосредоточены в области нарушения функционирования когнитивных процессов, следовательно, у этих пациентов снижена

необходимость в обращении за ургентной наркологической помощью.

По частоте употребления наркотических средств потребители наркотиков—пользователи сервиса распределились следующим образом (рис. 6).

Максимальное количество потребителей наркотиков практиковало их ежедневное — 29,0%, а также эпизодическое (1—2 раза в месяц) потребление. Частое употребление (1—2 раза в неделю) было характерно для 19,7%, редкое (1—2 раза в год) для 14,4%, не смогли ответить на вопрос — 17,0%. В итоге можно констатировать, что по уровню вовлеченности в потребление наркотиков аудитория распределилась примерно в равной степени.

Следующий вопрос анкеты был посвящен социальным и иным последствиям потребления наркотиков. Учитывая характерную для этих больных анозогнозию (отрицание заболевания и обусловленных им проблем) и активацию патологических механизмов психологической защиты, рассчитывать на адекватное отражение респондентами реального положения дел не приходится. Вместе с тем, ответы на этот пункт анкеты поступили и, как нам кажется, они приблизительно отражают, какие именно последствия потребления наркотиков осознают наши клиенты. На проблемы со здоровьем вследствие потребления наркотиков указали 46,4%, 25,8% сообщили, что проблем не возникает, у 36,3% отмечались социальные проблемы, 16,7% имели проблемы с правоохранительными органами. Не смогли точно отнести последствия потребления наркотиков к группам, предложенным нами, но указали на их наличие 15,7%. Так как респондентам была предоставлена возможность выбирать один и более вариантов ответов, то их сумма превышает 100% (рис. 7).

На вопрос о месте приобретения наркотиков большинство сообщило, что наркотики покупают через своих знакомых — 51,9%, у наркодилера их приобретали 29,4% опрошенных, — в аптечной сети — 7,6%, указали иной источник — 18,0%, в клубе или на дискотеке — 9,7%, доставляли наркотики через родственников — 22,8%, посредством интернет-технологий — 14,1%. Сумма ответов превышает 100%, так как респонденты имели возможность выбрать

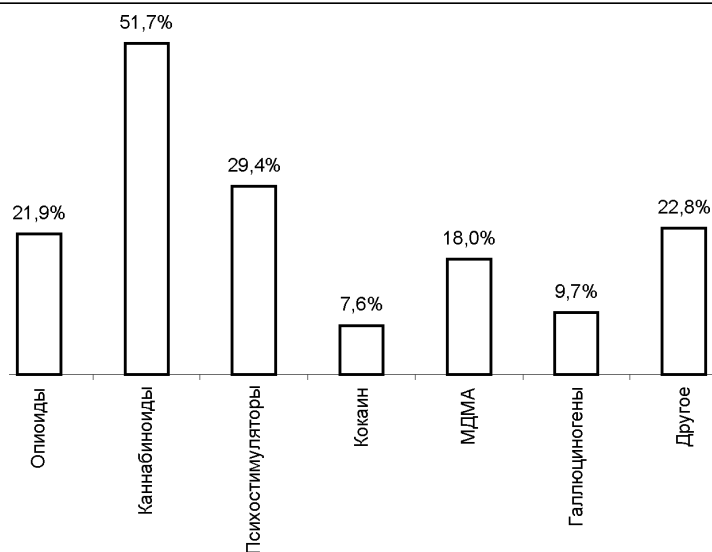


Рис. 5. Структура потребляемых наркотиков, по данным опроса

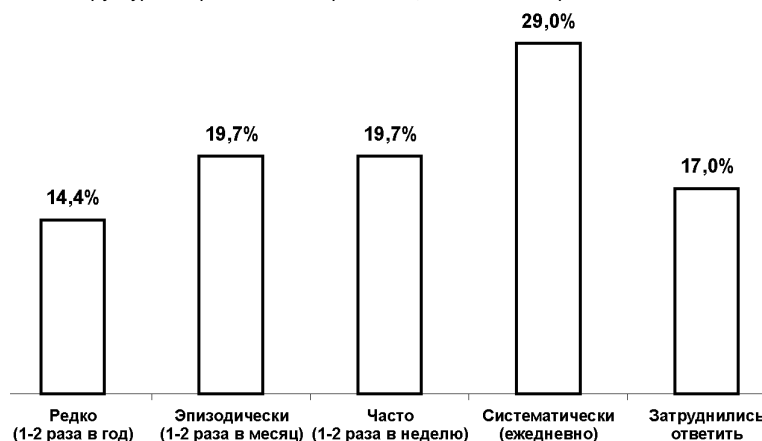


Рис. 6. Частота употребления наркотиков, по данным опроса



Рис. 7. Проблемы, возникшие в результате употребления наркотиков, по данным опроса

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ НАРКОЛОГИИ

более одного канала получения наркотических средств (рис. 8).

Анализируя приведенные данные, можно сделать определенные выводы: высокий процент покупающих наркотики у знакомых свидетельствует, что большинство наркодилеров, опасаясь правоохранительных органов, структурируют и ограничивают рынок реализации наркотических средств посредством формирования стихийных торговых сетей на основе доверенных лиц (знакомых или даже родственников). По той же причине потребители наркотиков предпочитают выбирать в качестве их поставщика людей, которым доверяют в достаточной степени.

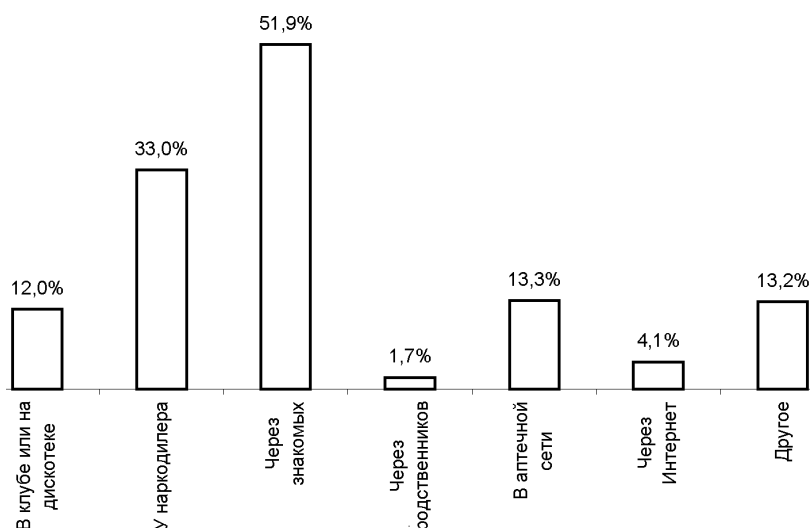


Рис. 8. Места приобретения наркотиков, по данным опроса

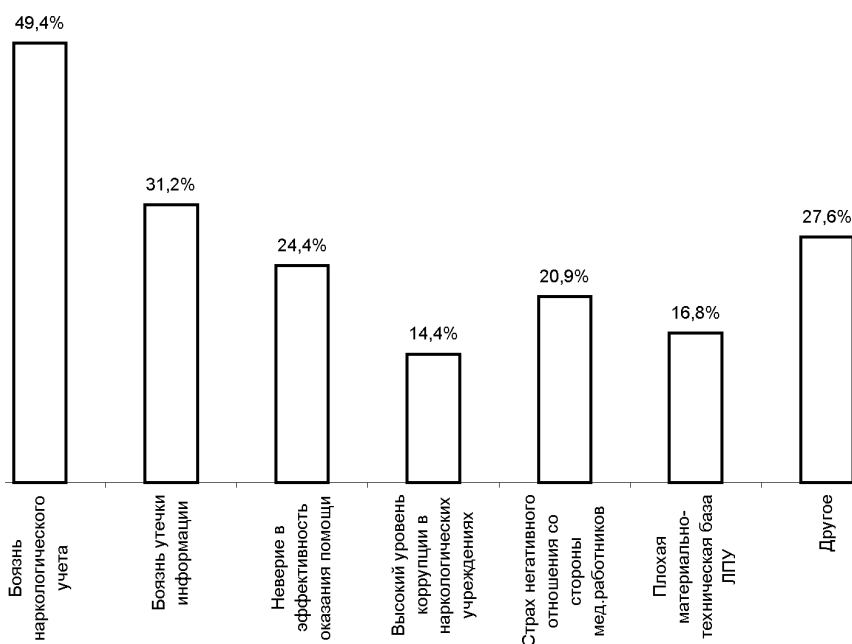


Рис. 9. Причины отказа от наркологической помощи, по данным опроса

Относительно высокий уровень аптечных учреждений, указанных как источник приобретения наркотиков, свидетельствует о явном несовершенстве российского законодательства в области регулирования аптечной деятельности и/или высоком уровне коррупции в упомянутой сфере.

Достаточно неожиданными были данные, которые нам сообщили респонденты о частоте приобретения наркотиков в клубе или на дискотеке — 12,0%. Мы предполагали, что этот показатель должен быть несколько выше. По всей видимости, приобретение наркотиков в местах досуга молодежи — достаточно рискованное мероприятие, и их ценовые характеристики весьма высоки. Таким образом, вероятно, клубы и дискотеки могут рассматриваться как точки разового приобретения наркотических средств. Около 13% указали иные источники приобретения наркотиков, среди которых фигурировали: самостоятельное культивирование и заготовка растительного сырья, сбор дикорастущих наркосодержащих растений, самостоятельный синтез на основе доступных прекурсоров.

Выяснение причин непопулярности государственных учреждений, оказывающих наркологическую помощь, показало предсказуемый и удручающий результат (рис. 9).

Боязнь наркологического учета послужила причиной отказа от наркологической помощи у 49,4% опрошенных, утечки информации о сведениях, составляющих медицинскую тайну опасались 31,2% респондентов, 20,9% опрошенных беспокоила возможность негативного отношения со стороны медицинских работников, 27,6% сообщили другие причины отказа от наркологической помощи, 24,4% не верили в эффективность оказания медицинской помощи больным наркоманией, 16,8% сообщали о плохой материальной базе этих учреждений, а 14,4% — о коррупции в системе государственного здравоохранения. Сумма ответов превышает 100%, так как пользователям была предоставлена возможность выбрать один или несколько пунктов анкеты.

Вышеизложенные данные свидетельствуют о наличии определенных проблем в организации наркологи-

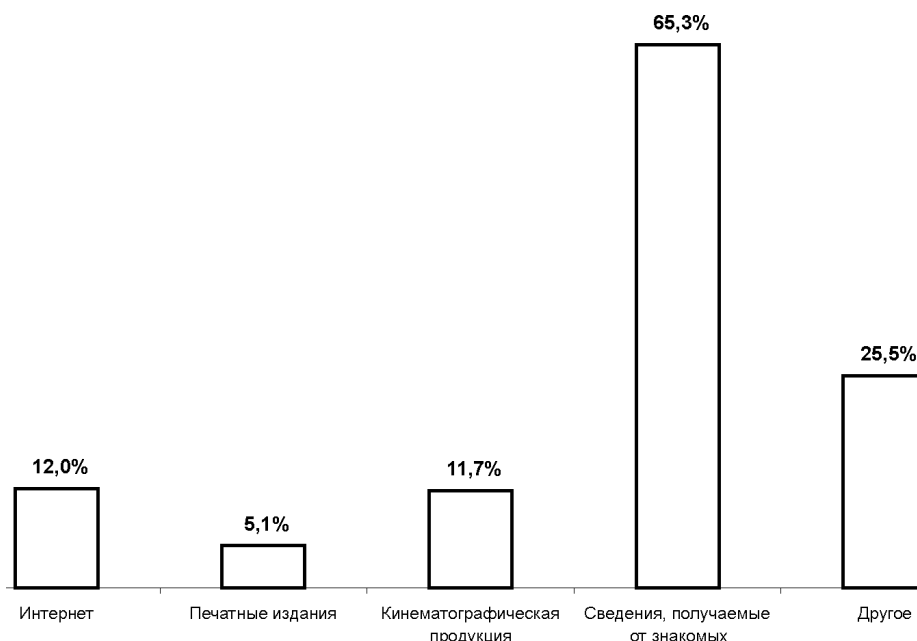


Рис. 10. Источники информации о наркотиках, по данным опроса

ческой помощи населению и настоятельной необходимости мер по ее реформированию.

Изучение источников информации о наркотических средствах (рис. 10) показало следующее: основным источником информации о наркотических средствах являются сведения, получаемые от знакомых — 65,3%. Четверть респондентов (25,5%) указали иные, отличные от предложенных в анкете, источники информации о наркотиках. На Интернет, как на источник получения информации указали только 12,0%, на печатные издания — 5,1%, на кинематографическую продукцию — 11,7%.

Заключение

В итоге можно сказать, что проведение интернет-опросов в компьютерной сети является чувствительным индикатором современных тенденций в распространении наркотизма в нашей стране. Более того, интернет-опросы незатратны, позволяют оперативно опросить большое количество человек, их аудиторию составляют те возрастные группы населения, в которых максимально распространено потребление наркотических средств, что подтверждается мнением большинства зарубежных социологов. Следует также отметить, что, по данным статистического сервиса «RUMетрика» (от 03.12.09) российской информационно-поисковой системы Rambler, наркомания остается одной из ключевых проблем нашего общества, прирост числа запросов, касающихся химической

зависимости, по отношению к октябрю 2008 г. составил 283% [4].

По сути проведенного нами опроса можно сделать следующие весьма вероятные выводы:

- среди российских граждан наибольшее количество человек с целью одурманивания потребляет наркотики, изготовленные на основе каннабиса, затем следуют различные наркотические средства с преимущественно психостимулирующим эффектом (амфетамины, экстази и т.д.), и только потом идут наркотики опийной группы;
- основной осознаваемой проблемой при потреблении наркотиков являются опасения за состояние своего здоровья;
- по всей видимости, некрупные наркодилеры проявляют тенденцию создавать «закрытые» сети сбыта наркотиков, рекрутируя в эту структуру прежде всего доверенных лиц;
- основным источником информации о наркотиках являются межличностные контакты и только затем идут СМИ и Интернет;
- в организации наркологической помощи населению существуют некоторые проблемы, что может потребовать определенных мер по ее реформированию.

Список литературы

1. Дубровский Р.Г., Теплицкий В.Г. Организация мониторинга наркоситуации // Наркология. — 2009. — №10. — С. 43—49.
2. Кошкина Е.А., Киржанова В.В. Основные показатели деятельности наркологической службы в Российской Федерации в 2007—2008 гг. (Статистический сборник). — М., 2009.

3. Лебедев П. Проблемы и барьеры развития Рунета: экспертные мнения // Социальная реальность. Журнал социологических наблюдений и сообщений. — 2008. — №7. — С. 5—20.

4. Наркозависимость и грипп стали болезнями общества, URL; http://rumetrika.rambler.ru/publ/article_show.html?article=4158 Дата обращения; 03.12.2009.

5. Пресс-выпуск №1317 ВЦИОМ 17.09.2009 URL; <http://wciom.ru/novosti/press-vypuski/press-vypusk/sing-le/12441.html> Дата обращения; 04.12.2009.

6. Результаты опросов общественного мнения, сентябрь — октябрь 2009. Мониторинг общественного мнения: экологиче-

ские и социальные перемены; — URL; <http://socre-al.fom.ru/?link=ARTICLE&aid=535> Дата обращения; 01.12.2009.

7. Стребков Д.О. Исследование аудитории Интернета: методологические подходы, применяемые в российской практике URL; <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/183324.html> Дата обращения; 01.12.2009.

8. Тетенова Е.Ю., Надеждин А.В., Колгашкин А.Ю., Попов С.Л. Теория и практика интернет-консультирования лиц, связанных с проблемой злоупотребления наркотическими средствами и психотропными веществами // Наркология. — 2008. — №10. — С. 35—41.

INTERNET SURVEYS AS A TOOL TO EXPOSE LATENT TRENDS IN THE BEHAVIOR OF DRUG USERS

TETENOVA E.J.

Leading Researcher, M.D., PhD, National Scientific Research Center for Drug Addiction, Moscow

NADEZH DIN A.V.

Director, Department for Child and Adolescent Drug Addiction, M.D., PhD,

National Scientific Research Center for Drug Addiction, Moscow

KOLGASHKIN A.J.

Editor in Chief, «No To Drugs» web-project; Senior Researcher,

National Scientific Research Center for Drug Addiction, Moscow

POPOV S.L.

Vice Editor, «No To Drugs» web-project; Junior Research Fellow,

National Scientific Research Center for Drug Addiction, Moscow

PHYODOROV M.V.

Web designer, «No To Drugs» web-project, Moscow

Regular interactive survey conducted in the framework of advisory e-service www.narkonet.ru provides data for portraying the average drug abuser and typical patterns of abuse-related behaviour. Authors regard interactive surveys as sensitive and unbiased means for exposure of up-to-date trends among drug-users nationwide.

Key words: internet surveys, drugs, indicator, patterns of behaviour, up-to-date trends