

**Критерии оценки
программ
предотвращения
курения среди
несовершеннолетних**

15.09.2004-25.12 2004 г.

Авторский коллектив:

*Адом Анна Александровна
Никонова Людмила Сергеевна*

Москва 2004 г.

125009, Москва, ул.Тверская, д.20,1.
Тел./факс: (095) 363 5047, 787 4520
E-mail mailbox@urbaneconomics.ru
Internet www.urbaneconomics.ru

СОДЕРЖАНИЕ

Вводная часть.....	3
Процесс управления и оценка.....	3
Микрооценка, макрооценка и метаоценка.....	4
Оценка и информация.....	4
Процесс оценки.....	6
Объект оценки.....	6
Информационная поддержка процесса оценки.....	7
Оценка соответствия программных мер намеченным целям.....	7
Анализ хода выполнения программы в рамках оценки.....	8
Оценка продуктивности.....	8
Оценка результативности.....	8
Оценка эффективности.....	8
Оценка политики и финансов.....	9
Организация оценки.....	9
Определение и использование результатов.....	10
Помехи в определении результата.....	10
Различные аспекты оценки программы предотвращения курения среди подростков.....	11
Стратегии и вариации конечного результата.....	12
Вариации результатов с течением времени.....	12
Характеристика программ предотвращения курения среди несовершеннолетних, индикаторы и методы оценки их эффективности.....	12
I. Программа по предотвращению продажи табачных изделий несовершеннолетним в розничной торговле.....	15
II. Образовательная программа «Мой выбор».....	221
III. Обучающая программа для родителей.....	31
IV. Программа «Классы, свободные от курения».....	365

Вводная часть

Процесс управления и оценка

В последние годы для оценки эффективности программ предотвращения курения среди подростков были разработаны различные экстенсивные методики, использующие в том числе научные методы оценки¹. Согласно этим методикам оценка программ должна быть встроена в общий процесс управления и включена в каждое его звено: формулирование политики, составление программ, бюджетирование, реализацию посредством использования разных подходов, оценку, корректировку и соответствующее информационное обеспечение.

Трудности при оценке программ предотвращения курения среди подростков объясняются, во-первых, принципиальной сложностью оценки любых внешних социальных программ, поддерживаемых или реализуемых той или иной компанией (трудности первого порядка), а во-вторых, сложностью оценки именно программ предотвращения курения (трудности второго порядка). Кроме того, деятельность в рамках социальных программ затрагивает социальные, поведенческие, политические и экономические аспекты, и зачастую бывает сложно определить, обусловлен ли результат программы исключительно конкретными мероприятиями, которые были проведены, или влиянием разных позитивных или негативных факторов, не зависящих от программы.

Чтобы преодолеть трудности первого порядка, разрабатывается достаточно сложная система индикаторов и методик их измерения. В данном отчете ставится цель упростить подход к оценке программ предотвращения курения среди подростков, что позволит сделать его доступным для менеджеров различного уровня (в том числе, например, для менеджеров в структуре компании или организации, поддерживающей данную программу, и фирмах - подрядчиках) при сохранении концептуальной полноты оценки.

Для преодоления трудностей второго порядка к разработке критериев и процедур привлекаются эксперты и специалисты, работающие как в сфере здравоохранения, так и в сфере

¹ Можно условно выделить две основные концепции оценки. Первая — *предварительная оценка* (ее еще называют "ранней оценкой"), и предмет ее изучения — процесс выполнения программы, программные компоненты или инициативы. Также могут изучаться и сравниваться альтернативные подходы и другие программы. Предварительная оценка должна ответить на вопрос, выполнила ли программа свои задачи или добилась ли намеченного результата. Полученные ответы создают основу для суммарной оценки, отвечающей на следующие вопросы: были ли применены адекватные подходы? что означает полученный результат? как быстро программа положительным образом повлияла на отношение подростков к курению и т.д. Вторая концепция — это *оценка до и после завершения программы*. Предмет «оценки до...» — та роль, которую программа может играть до начала собственно программной деятельности, выбор приоритетов программы и методы ее осуществления. «Оценка после...» принимается за суммарную оценку.

общественных коммуникаций, способные оценить влияние программ на поведение и здоровье людей.

Микрооценка, макрооценка и метаоценка

Для того чтобы в ходе оценки был получен достоверный и значимый для деятельности компании, поддерживающей и/или реализующей программу, результат, необходимо точно выбрать объект, сформулировать вопросы и критерии оценки. Имеются различия между оценкой эффективности деятельности в рамках программ предотвращения подросткового курения на микроуровне (когда оценивается эффект от конкретного мероприятия, например осознанный отказ подростка от курения) и оценкой эффективности на макроуровне (когда оценивается эффект от программы в целом, например прекращение продажи табачной продукции подросткам по всей стране). Важно отметить, что макрооценку, особенно в области борьбы с продажей табака подросткам, нельзя ни в коем случае воспринимать как сумму микрооценок. Пробные или экспериментальные проекты, особые формы деятельности на микроуровне нередко реализуются с привлечением больших ресурсов и «энергии» потребителя (целевой группы) — таким образом создаются искусственные условия, которые не удастся обеспечить при массовом внедрении методик. При широкомасштабном применении подобные проекты нередко оказываются менее эффективными.

Метаоценки (анализ и оценка нескольких оценок) вполне могут использоваться в области борьбы с потреблением табачных изделий подростками в формах критического обзора, анализа или сравнения результатов предыдущих оценок. Благодаря им можно совершенствовать методы оценок или снижать затраты на их проведение в целом.

При разработке настоящих руководящих принципов оценки авторы старались по возможности упростить концепцию, сделать ее как можно более доступной и понятной для всех участников программ по предотвращению курения среди подростков.

Оценка и информация

Оценка подразумевает, что должна существовать общая стратегия принятия решений относительно того, какую информацию следует собрать, каким образом, у кого и когда. Все решения должны приниматься с учетом трех основных факторов: вопроса, на который следует получить ответ, мешающих обстоятельств и затрат на сбор информации. Сбор информации не должен носить глобального характера или быть чрезмерно дорогим, тем более что различные

участники программ ведут статистический учет, которым можно воспользоваться для проведения оценки. Вообще говоря, сбор информации оказывается наименее затратным, когда она проистекает из программной деятельности или деятельности служб. Легче всего пользоваться имеющимися данными, и по возможности следует избегать создания новой базы данных. Выборочные обследования также могут дать важную информацию при умеренных затратах. В то же время, если информация не накапливалась в результате текущей деятельности, то необходимы соответствующие подробные исследования.

Если деятельность по сбору информации ведется, то в качестве методов исследования можно использовать:

- непосредственное наблюдение (например, подсчет минут, затрачиваемых на рекламу на телевидении закона, запрещающего продажу табачной продукции подростками);
- мониторинг различных типов отчетов или программных документов;
- экспертный опрос;
- обследования «до» и «после» (квазиэкспериментальные) для изучения внешних факторов, которые могут вызвать изменения на охваченной программой территории (должны быть временные срезы, контрольные и исследуемой группы).

Если деятельность по сбору информации не ведется, то к методам сбора информации, которыми можно пользоваться как самостоятельными или в совокупности с другими, относятся:

- сбор информации постфактум, если оценка не предусматривалась (не планировалась), как один из компонентов программ предотвращения курения среди подростков (здесь могут возникнуть проблемы, заключающиеся как в осознанном, так и в неосознанном искажении² респондентами предоставляемых сведений, например по поводу своей осведомленности о проводившейся информационной кампании или по поводу тех изменений, которые произошли в их отношении к табаку, — недостоверные сведения, исходящие от подростков и касающиеся, скажем, заявлений об отказе от курения или сокращении количества выкуриваемых сигарет, могут значительно исказить конечный результат информационной кампании);
- контролируемые исследования по ранжированной выборке для сравнения эффекта от разных подходов или стратегий.

² Под искажением в данном случае понимается искажение в описании действий. При этом с точки зрения эффекта анализ информации постфактум будет гораздо более точным, нежели анализ, проведенный по результатам мониторинга или отчетов.

Оценка должна основываться на информации не только достоверной, но и чувствительной к изучаемым проблемам. Следовательно, нередко нужно проводить перекрестную проверку сведений. Например, для точного анализа объема потребления табака подростками необходимо учитывать распространенность привычки к курению (по полу, возрасту, расовой принадлежности, этническому происхождению, социально-экономическому статусу, уровню образования и т.д.), среднее число сигарет, выкуриваемых одним подростком, способ покупки (по возможности с корректировкой на расчетное число незаконно сбываемых сигарет) и т.д. Без перекрестной проверки или использования многих способов для подтверждения сообщаемых респондентами сведений возникает опасность получить заниженные данные.

Процесс оценки

С некоторыми изменениями для каждой программы предотвращения курения среди подростков процесс оценки включает следующие главные элементы, которые можно адаптировать к разным ситуациям:

- определение предмета оценки;
- сбор информации для оценки;
- оценка соответствия предлагаемых мер намеченным целям;
- анализ хода выполнения программы в рамках оценки;
- оценка продуктивности предпринятой деятельности;
- оценка результативности программы;
- оценка эффективности программы;
- формулирование выводов и предложений для действий в будущем.

Объект оценки

Из-за многочисленных взаимосвязей, влияющих на результативность разных элементов программ по предотвращению курения среди подростков, затрудняется определение эффекта любой единичной меры. Однако для того, чтобы подобрать надлежащий комплекс мер с учетом разной политической, экономической, социальной и культурной ситуации, необходимо ответить на вопрос, насколько эффективна данная мера здесь и сейчас. Таким образом, определение предмета оценки представляется чрезвычайно важным, и это можно сделать, ответив на ряд

вопросов.

- Будет ли предметом оценки политика, программа, местная служба, занимающаяся осуществлением нескольких программ, или такое учреждение, как школа, выполняющая программу в поддержку отказа от курения? Убедитесь, что данный предмет заслуживает оценки из-за его объемности или потенциальной важности. Нужна или оправданна ли, к примеру, оценка каких-то незначительных действий за рамками программы, за пределами основной службы или учреждения?
- Нужно ли проводить оценку на всех соответствующих структурных уровнях, с тем чтобы обеспечить проведение в жизнь полученных результатов?
- Какова цель оценки? Проводится ли она для оправдания годовых бюджетных ассигнований либо нового плана развития или же в каких-то других целях?
- Какие факторы ограничивают возможность проведения оценки или ограничивают ее масштаб? Достаточно ли они серьезны, чтобы помешать оценке?
- Когда будут получены ответы на все интересующие нас вопросы, можем ли мы что-либо сделать, чтобы улучшить ситуацию? Если да, то что?

Информационная поддержка процесса оценки

Выше отмечалась важность информации для проведения оценки. Потребность в ней должна быть установлена для каждого компонента процесса оценки. Например, чтобы оценить адекватность программных мер, необходимо составить список задач и целевых групп; описать подходы, применяемые для решения задач и достижения поставленных целей; суммировать комплекс необходимых ресурсов, включая персонал, бюджетную и финансовую информацию; составить график работ с указанием мероприятий или проверок и времени их проведения. То, какая информация требуется, следует определять по критериям оценки или по вопросам, которые необходимо задать.

Отбор оптимального объема информации является важным шагом в процессе оценки. Сбор ненужных, избыточных или, наоборот, недостаточных данных может дорого обойтись.

Оценка соответствия программных мер намеченным целям

Под соответствием подразумевается, во-первых, обоснованность принятия программ по предотвращению курения среди подростков в плане их влияния на здоровье населения, социальную и экономическую сферы территории реализации и, во-вторых, обоснованность

разработки программ, осуществления деятельности, создания неких структурных подразделений учреждений с точки зрения решения приоритетных задач.

Анализ хода выполнения программы в рамках оценки

Оценка результатов осуществления программы проводится путем сравнения фактической деятельности с запланированной, выявления расхождений и их причин и указания путей выполнения проекта с учетом возникших расхождений. Цель оценки хода выполнения программы та же, что и при проведении мониторинга, отличие состоит в том, что анализ и оценка хода работ выполняются после завершения программы и опираются либо на результаты мониторинга, если он проводился, либо на отчетные документы программы или проекта.

Оценка продуктивности

Оценка продуктивности – это ответ на вопрос, были ли произведены запланированные продукты: плакаты, брошюры, семинары, курсы и др., и были ли они донесены до целевой аудитории.

Оценка результативности

Оценка результативности — это ответы на следующие вопросы: 1) какие результаты были достигнуты в рамках отдельных мероприятий и программ в целом и 2) каково общее влияние программы на целевые аудитории. Если речь идет о программах предотвращения курения среди подростков, то окончательный результат можно определить только через относительно длительный период времени.

Оценка эффективности

Эффективность — это выражение взаимосвязи между результатами, полученными в ходе выполнения программы предотвращения курения среди подростков или просто в ходе выполнения программных мероприятий, и затратами, понесенными в плане людских, финансовых и других ресурсов.

Экономический выбор делается на основе расчета затраченных средств и ожидаемых от них выгод. Обычно предпочтение отдается методу, который дает оптимальные выгоды. Экономический анализ позволяет сравнить разные варианты по качеству результата, «приходящегося» на данный объем затрат, или по затратам, которые сделали возможным

получение желаемого результата. Поскольку анализ включает изменения в отношении подростков к табакопотреблению, которые происходят спустя длительное время и вызваны конкретными программами, нужно при определении результатов учитывать этот фактор.

Оценка политики и финансов

Для обеспечения надлежащего расходования фондов, выделенных программе предотвращения курения среди подростков, нужно не только регулярно устраивать проверки, но и соотносить затраты с политическими решениями, принятыми после разработки программы. Цель такой политической и финансовой оценки заключается в анализе использования персоналом ресурсов программы в свете принятой политики и программных установок для совершенствования программы. При оценке необходимо выяснить, как и кем принимались решения об использовании ресурсов, в какой мере деятельность, осуществленная с помощью этих ресурсов, соответствовала утвержденной первоначально политике и чего удалось добиться предпринятыми действиями.

Организация оценки

Достаточно сложно давать рекомендации относительно объема ресурсов (финансовых или иных), затрачиваемых на оценку той или иной программы даже в сравнении с общей стоимостью последней. Можно предполагать, что как сбор информации, так, собственно, и оценка обходятся гораздо дешевле, если проводятся в рамках процесса управления. Поэтому внедрение оценки в программную деятельность (в частности, это касается сбора информации) и отслеживание результативности посредством регулярных отчетов в ходе выполнения программы представляется, на наш взгляд, наилучшим вариантом. Глубокий анализ данных, собранных через предварительно согласованные интервалы времени, позволит оценить результативность программы и выявить ее общий эффект.

Время, затрачиваемое на оценку, и ее частота тесно связаны с расходами на нее. Некоторые параметры оценки, например, распространенность случаев продажи табачных изделий подросткам, потребуют проведения регулярного мониторинга.

Важен для процесса оценки отбор лиц или целых команд, которые будут ее проводить. Принцип оценки как составной части программы или деятельности подразумевает ее проведение лицами или группами лиц, ответственными за разработку и выполнение программы. В процессе оценки можно привлечь группы экспертов, если в этом возникнет необходимость,

для обсуждения с исполнителями результатов программы или деятельности и вынесения предложений об изменении методов или подходов к проведению программы.

Ответственность за оценку на местном уровне должны нести разработчики и исполнители программы. На региональном уровне или же для оценки работы образовательного учреждения следует привлекать региональных руководителей или директора образовательного учреждения.

Очень важно привлекать к оценке всех лиц, причастных к программам предотвращения курения среди подростков, — в первую очередь для того, чтобы после получения результата оценки они вынесли практические и конструктивные рекомендации, которые можно было бы в последующем применять. Кроме того, это позволит нейтрализовать защитную реакцию со стороны исполнителей программы против проведения оценки. Наконец, некоторые параметры оценки могут быть чувствительными или противоречивыми по своему характеру, поэтому необходимо поддерживать диалог со всеми участниками программы. О проведении оценки и ее результатах следует известить всех, кто был причастен к выполнению программы, — это позволит им глубже осознать, что оценка носит конструктивный, а не деструктивный характер.

Определение и использование результатов

Помехи в определении результата

Если цели и задачи программ предотвращения курения среди подростков и соответствующей деятельности можно четко определить, то в отношении результатов это сделать гораздо труднее. Как ни парадоксально, но малоэффективные по отдельности виды деятельности могут принести значительный совокупный эффект не только в плане улучшения осведомленности целевой аудитории, но и в плане изменения поведения (например, сокращение табакопотребления самими подростками). Тогда как каждая отдельная мера может быть сама по себе недостаточна, комплекс мероприятий, рекомендаций и обязательств, вытекающих из разных видов деятельности и программ, в состоянии в целом дать положительные результаты, каждый из которых может проследиваться даже через разные промежутки времени. Такая комплексность усложняет оценку данных программ и затрудняет определение влияния конкретных компонентов на общую осведомленность или изменения в поведении людей. Ситуация усугубляется тем, что в программы предотвращения курения среди подростков зачастую включаются как первичные профилактические меры (например,

проведение информационных кампаний), так и меры вторичной профилактики (например, программы в поддержку отказа подростков от курения).

Различные аспекты оценки программы предотвращения курения среди подростков

Оценка данных программ может затрагивать разные аспекты:

- политический (например, взаимосвязь между социальными программами и политическими мерами, принятых на местном, региональном и национальном уровнях в области предотвращения курения);
- познавательный, связанный:
 - с общественным мнением и осведомленностью целевой аудитории;
 - изменениями, касающимися знаний о вреде табака и отношения к его потреблению со стороны целевой аудитории;
- поведенческий, связанный:
 - со снижением распространенности курения среди подростков;
 - снижением объема потребления табачных изделий подростками;
 - уменьшением количества случаев продаж подросткам табачных изделий продавцами розничной торговли;
 - с большей заботой подростков о собственном здоровье;
 - активизацией личного участия подростка в процессе отказа от курения.

Здесь следует подчеркнуть, что отрицательные результаты так же важны, как и положительные. Если при каком-то вмешательстве не была достигнута поставленная цель, важно признать этот факт и выяснить причину неудачи, для того чтобы откорректировать действия или же перенаправить фонды на другой вид деятельности.

Конечный результат, свидетельствующий об успехе программы предотвращения курения среди подростков, заключается в уменьшении числа подростков, употребляющих табачные изделия. Однако определение того, достигнут данный результат или нет, затрудняют два обстоятельства: 1) изменения в потреблении табачных изделий подростками отмечаются только по истечении определенного времени, 2) необходимо разграничивать воздействия от реализации каждого из целого набора компонентов программы.

Таким образом, для оценки влияния отдельных компонентов программ может понадобиться определение промежуточных результатов, которые выражаются в уровне

знаний целевой аудитории о вреде табака или запрете продажи его несовершеннолетним.

Стратегии и вариации конечного результата

Выбор, который делает подросток в пользу курения и последующей никотиновой зависимости, определяется разными факторами, среди них личностные характеристики, социальное влияние, экономическое положение и психологическое состояние. Эти факторы не статичны.

Вариации результатов с течением времени

При осуществлении программы предотвращения курения среди подростков, вероятно в большей степени, чем любой другой программы, связанной с образом жизни, со временем эффект от проводимого мероприятия в значительной степени уменьшается. Многими исследованиями установлено, что антитабачные мероприятия оказывают ощутимое влияние на популяции, в которых изначально было широко распространено курение, и оказывают относительно незначительное или не оказывают вовсе никакого влияния на популяции, достаточно хорошо осведомленные о вреде курения для здоровья. Это может свидетельствовать о том, что в популяциях снижается риск распространения курения.

Характеристика программ предотвращения курения среди несовершеннолетних, индикаторы и методы оценки их эффективности

Ниже представлены краткие описания и индикаторы оценки эффективности программ, поддерживаемых и реализуемых компаниями табачной индустрии (как самостоятельно, так и при взаимодействии с общественными организациями, властными и образовательными структурами), по предотвращению курения среди несовершеннолетних, включая следующие:

- 1) Программа по предотвращению продажи табачных изделий несовершеннолетним в розничной торговле,
- 2) Образовательная программа «Мой выбор»,
- 3) Обучающая программа для родителей,
- 4) Программа «Классы, свободные от курения».

Краткие описания каждой программы построены на основе анализа документов, содержащих сведения об их планировании, ходе реализации и достигнутых результатах, предоставленных компаниями табачной индустрии и работающими в этой области

общественными организациями.

Для определения степени эффективности той или иной программы, полноты выполнения заложенных в ней задач и целей при анализе необходимо отталкиваться от изначально запланированных:

- так называемых *продуктов* (outputs) – мероприятий, действий, которые планируется выполнить в ходе реализации программы;
- *результатов* (outcomes) – эффекта воздействия на целевую группу или аудиторию, показывающих размер позитивных изменений, которые должны быть достигнуты в ходе программы;
- исходных значений показателей, характеризующих *продукты* и *результаты* до начала программы, и их плановых значений после ее реализации.

Анализ документов показал, что указанные параметры и значения были определены не для всех программ по предотвращению курения среди подростков. В связи с этим предложенная методика оценки эффективности программ предлагает отталкиваться от следующих компонентов:

- 1) результативность с точки зрения эффективной организации программы:
 - a. соответствие проведенных мероприятий запланированным;
 - b. степень охвата целевой группы;
- 2) результативность с точки зрения наличия и размера позитивных изменений, произошедших в целевой группе и целевой аудитории под воздействием программы.

В качестве основы для построения индикаторов результативности использованы обозначенные выше цели, задачи, перечень мероприятий, ожидаемые продукты и результаты.

Под результативностью анализируемых программ по предотвращению курения среди подростков понимается результативность информационной и образовательной работы³, способной обеспечить достижение целей и решение задач программы. Результативность программы определяется как соотношение степени достижения результатов в **основной и контрольной группах**⁴.

³ Исследуемые программы носят образовательный и информационный характер.

⁴ Под **основной группой** понимаются граждане, затронутые программой. Например, для *Программы по ограничению продаж табачных изделий несовершеннолетним в розничной торговле* это видевшие рекламу, читавшие и слышавшие информационные сообщения в СМИ, проинструктированные. Под **контрольной**

группой в данном случае понимаются граждане, не затронутые программой, т.е. заявившие о том, что они не слышали и/или не видели рекламу, не получили инструктаж и пр.

I. Программа по предотвращению продажи табачных изделий несовершеннолетним в розничной торговле

Цели

1. Предотвращение продажи сигарет несовершеннолетним в розничной торговле.
2. Повышение сознательности и ответственности граждан за соблюдение законодательного запрета на продажу табачной продукции несовершеннолетним.

Задачи

1. Максимизация охвата продавцов розничной торговли специальными мерами, содействующими отказу от практики продажи табачных изделий несовершеннолетним.
2. Повышение мотивации продавцов розничной торговли к отказу от продажи табачных изделий несовершеннолетним.
3. Демонстрация социальной значимости рекламы о запрете продажи сигарет несовершеннолетним для общества в целом.
4. Демонстрация социальной значимости программы предотвращения продажи сигарет несовершеннолетним в розничной торговле для общества в целом.

Целевая группа

1. Реализующие табачную продукцию продавцы розничной торговли и руководители торговых точек, с которыми напрямую работают табакопроизводящие компании. Здесь и далее – **партнеры**.
2. Реализующие табачную продукцию продавцы розничной торговли и руководители торговых точек, прямо не взаимодействующие с табакопроизводящими компаниями (т.е. не являющиеся дилерами, дистрибьюторами, торговыми партнерами компаний табачной индустрии). Здесь и далее – **неохваченные продавцы / потенциальные партнеры**.

Целевая аудитория

Партнеры + неохваченные продавцы / потенциальные партнеры + прочие граждане трудоспособного возраста (покупатели).

Мероприятия

Информационная кампания

1. Размещение информационных сообщений о законодательном запрете продажи табачных изделий несовершеннолетним (до 18 лет включительно) в газетах, на радио и телевидении.

2. Реклама законодательного запрета, призывающая работников торговли и широкую общественность препятствовать доступу подростков к табачной продукции:

- наружная реклама (щиты 3 × 6 м);
- реклама в метро;
- рекламный модуль в прессе;
- размещение в торговых точках специальных знаков, уведомляющих, что работники розничной торговли соблюдают законодательный запрет и не допускают продажи сигарет несовершеннолетним.

3. Инструктаж продавцов и руководители торговых точек представителями табачных компаний о законодательном запрете продажи табачных продуктов несовершеннолетним:

- информирование в ходе бесед работников розничной торговли о содержании Закона РФ "Об ограничении курения табака";
- вручение руководителям / продавцам торговых предприятий специальных буклетов-памяток.

4. Инструкции продавцам от торговых организаций, администраций предприятий розничной торговли.

Результативность программы

Продукты программы (outputs)

*По данным компаний табачной индустрии*⁵

1. Предприятия розничной торговли заявили о своем участии и разместили в точках продажи табачных изделий соответствующую информацию.

Дополнительные ожидаемые продукты программы, выявленные сотрудниками ИЭГ в ходе анализа документов программы

- С точки зрения проведения запланированных мероприятий:
- 2. Факт проведения мероприятий, запланированных в рамках программы.
- 3. Действенность проведения запланированных мероприятий (например, результат размещения наружной рекламы в местах максимального охвата целевых группы и аудитории и т.д.).
- 4. Соответствие фактически проведенных мероприятий запланированному перечню и объему.
- С точки зрения охвата целевой аудитории:
- 5. Максимальная степень охвата аудитории или не менее запланированного показателя.
- 6. Использование способов и механизмов агитации и мотивации, соответствующих особенностям восприятия целевых групп и аудитории.

Результаты программы (outcomes) по предложению Фонда «Институт экономики города» (далее – ИЭГ)⁶

- С точки зрения изменения в целевой аудитории:
- 7. Рост числа представителей целевой группы, согласных с законодательным запретом на продажу табачной продукции несовершеннолетним.
- 8. Рост числа представителей целевой группы, отказавшихся от продажи табачной продукции несовершеннолетним.
- 9. Рост числа торговых точек, вовлеченных в программу, т.е. размещающих специальные знаки, информирующие о запрете на продажу табачной продукции несовершеннолетним.
- 10. Снижение объема продаж табачной продукции несовершеннолетним.
- 11. Снижение количества и объема штрафных санкций, налагаемых органами власти на торговые точки из-за продажи табачных изделий несовершеннолетним.
- 12. Формирование общественного мнения: увеличение количества граждан, согласных с законодательным запретом на продажу табачной продукции несовершеннолетним.

⁵ <http://www.youth-non-smoking.ru/RetailAccess.htm>

⁶ Ожидаемые продукты программы, выявленные сотрудниками ИЭГ в ходе анализа документов программы

Таблица 1. Индикаторы и показатели оценки эффективности Программы по предотвращению продажи табачных изделий несовершеннолетним в розничной торговле

Индикатор	Показатель	Метод исследования	Примечание
I. ИНДИКАТОРЫ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ВЫПОЛНЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ ПРОГРАММЫ И ЭФФЕКТИВНОСТИ ОХВАТА ИМИ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ			
I.1. Размещение информационных сообщений и рекламных модулей в СМИ			
1. Размещение информационных сообщений о законодательном запрете продажи табачных изделий подросткам (до 18 лет включительно) в газетах, на радио, телевидении	1.1 Количество информационных сообщений, размещенных в средствах СМИ в период с_ по_ 1.2 Доля соответствующих тематике информационных сообщений, размещенных на телеканалах и радиодиапазонах_, соответствующих медиа-предпочтениям и прайм-тайму целевой аудитории в период с_ по_	Результаты мониторинга выполнения медиа-плана.	Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком
Соответствие информационного сообщения особенностям целевой аудитории (с точки зрения эмоционально-психологического восприятия, национальных и культурных особенностей)	2.1. Степень восприятия информационного сообщения по следующим направлениям: позитивное / негативное; соответствует / не соответствует существующим моделям поведения целевой аудитории; степень освоения информации и перевода ее из внешнего сообщения в личностное качество (помогает ли реклама позитивно изменить поведение представителя целевой аудитории в соответствии с информационным посылом - не продавать табачную продукцию несовершеннолетним); позитивное влияние, когда отказ от курения связывается в сознании подростка с позитивными моментами его жизни: хорошей компанией, здоровьем, успехами в спорте и т.д.; запоминаемость	Фокус-группы; психологическое тестирование в рамках фокус-групп	
3. Соответствие проведенных мероприятий медийному плану программы	3.1. Соотношение запланированных и фактически проведенных мероприятий по размещению информационных сообщений	Мониторинг выполнения медиа-плана	Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком
I.2. Реклама законодательного запрета (наружная, в метро, специальные знаки)			
I.2.1. Наружная реклама и реклама в метро			
4. Размещение наружной рекламы и рекламы в метро	4.1. Количество размещенных щитов наружной рекламы в период с_ по_	Мониторинг выполнения медиа-плана	Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком

Индикатор	Показатель	Метод исследования	Примечание
5. Соответствие расположения щитов наружной рекламы и рекламы в метро территориальному распределению и основным транспортным потокам целевой аудитории (через оценку объема целевой аудитории в конкретном местоположении)	5.1. Доля размещенных щитов наружной рекламы в выбранных местах согласно транспортному прайм-трафику целевой аудитории	Сравнение с данными исследования пассажиропотока	
6. Соответствие содержания наружной рекламы и рекламы в метро особенностям целевой аудитории с точки зрения эмоционально-психологического восприятия, национальных и культурных особенностей	6.1. Степень восприятия информационного сообщения по следующим направлениям: позитивное / негативное; соответствует / не соответствует существующим моделям поведения целевой аудитории; степень освоения информации и перевода ее из внешнего сообщения в личностное качество (помогает ли реклама позитивно изменить поведение представителя целевой аудитории в соответствии с информационным посылом - не продавать табачную продукцию несовершеннолетним); позитивное влияние, когда отказ от курения связывается в сознании подростка с позитивными моментами его жизни: хорошей компанией, здоровьем, успехами в спорте и т.д.; запоминаемость.	Фокус-группы, психологическое тестирование в рамках фокус-групп	
I.2.2. Специальные знаки в торговых точках (далее – т.т.)			
7. Размещение специальных знаков в т.т.	7.1. Темп роста количества т.т., разместивших специальные знаки (отдельно среди партнеров и среди неохваченных т.т.)	Мониторинг выполнения медиа-плана со стороны компании	
8. Визуальная доступность в размещении специальных знаков	8.1. Доля специальных знаков, размещенных в зоне видимости ⁷ (витрины, кассовые аппараты, входные двери и прочее) целевой аудитории, в общем количестве размещенных в т.т. специальных знаков	Мониторинг выполнения плана мероприятий программы	

⁷ С точки зрения покупателей.

Индикатор	Показатель	Метод исследования	Примечание
	8.2. Доступность визуального восприятия текста сообщения (шрифт, цветовая сочетаемость)	Фокус-группы с покупателями (отдельно с подростками, совершеннолетними, продавцами)	
9. Соответствие плана охвата т.т. фактическому размещению специальных знаков	9.1. Соотношение фактического количества т.т., в которых размещены специальные знаки, и запланированного количества (отдельно среди партнеров и среди неохваченных т.т.)	Мониторинг выполнения плана мероприятий программы	
10. Соответствие содержания специального знака особенностям целевой аудитории с точки зрения эмоционально-психологического восприятия, национальных и культурных особенностей	10.1. Степень восприятия информационного сообщения по следующим направлениям: позитивное / негативное; соответствует / не соответствует существующим моделям поведения целевой аудитории; степень освоения информации и перевода ее из внешнего сообщения в личностное качество (помогает ли реклама позитивно изменить поведение представителя целевой аудитории в соответствии с информационным посылом - не продавать табачную продукцию несовершеннолетним); позитивное влияние, когда отказ от курения связывается в сознании подростка с позитивными моментами его жизни: хорошей компанией, здоровьем, успехами в спорте и т.д.; запоминаемость	Фокус-группы, психологическое тестирование в рамках фокус-группы	
I.2.3. Инструктаж представителей торговых точек представителями компаний табачной индустрии о законодательном запрете продажи табачных продуктов несовершеннолетним			
11. Проведение инструктажа	11.1. Количество работников розничной торговли, проинструктированных сотрудниками компании табачной индустрии (отдельно среди партнеров и среди неохваченных т.т.)	Мониторинг выполнения плана мероприятий программы	
12. Соответствие плана инструктажа фактически проведенному инструктажу	12.1. Соотношение количества фактически проинформированных работников розничной торговли запланированному количеству (отдельно среди партнеров и среди неохваченных т.т.)	Мониторинг выполнения плана мероприятий программы	
13. Потребность в проведении повторного инструктажа сотрудниками компаний табачной индустрии	13.1. Соотношение показателей текучести кадров среди работников т.т., торгующих табачными изделиями, и периодичности проведения инструктажа	Экспресс-опрос т.т., мониторинг выполнения плана мероприятий программы	

Индикатор	Показатель	Метод исследования	Примечание
14. Соответствие содержания инструктажа особенностям целевой аудитории с точки зрения психологически-эмоционального восприятия, национальных и культурных особенностей целевой аудитории	14.1 Степень восприятия информационного сообщения по следующим направлениям: Позитивно / негативное Соответствует/не соответствует существующим моделям поведения целевой аудитории Степень освоения информации и перевода ее из внешнего сообщения в личностное качество (помогает ли реклама позитивно изменить поведение представителя целевой аудитории в соответствии с информационным посылом - не продавать табачную продукцию несовершеннолетним); позитивное влияние, когда отказ от курения связывается в сознании подростка с позитивными моментами его жизни: хорошей компанией, здоровьем, успехами в спорте и т.д.; запоминаемость	фокус-группы; психологическое тестирование в рамках фокус-группы	
I.3. Партнерство с некоммерческими организациями			
15. Наличие некоммерческих организаций среди партнеров программы	15.1. Доля некоммерческих организаций в общем числе партнеров программы по борьбе с курением в среде несовершеннолетних		Предполагается, что социальная реклама, размещенная от лица или в партнерстве с некоммерческой организацией более эффективна (дешевле, способствует договорному процессу по поводу частоты и места размещения рекламы во временном графике теле- и радиоканалов и т.д.)
1.4. Охват аудитории			
16. Встречаемость источников информации о законодательном запрете для целевой аудитории	16.1. Динамика доли источников информации о запрете продажи табачных изделий подросткам для целевой аудитории (отдельно среди партнеров и среди неохваченных) в период с _ по _	Опрос представителей целевой аудитории до начала программы и после ее окончания	
II. ИНДИКАТОРЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ И ДОСТИЖЕНИЯ КАЧЕСТВЕННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОГРАММЫ			
17. Влияние на целевую группу	17.1. Динамика соотношения информированных и неинформированных представителей целевой группы и целевой аудитории в основной и контрольной группах в период с _ по _ . (с разделением основной группы на партнеров и неохваченных)	Опросы, контрольные замеры (по временным срезам), контрольные проверки (имитация)	Предлагается исследовать указанные ниже вопросы отдельно для основной группы (т.е. граждан, затронутых программой, а именно

Индикатор	Показатель	Метод исследования	Примечание
	17.2 Динамика доли торговых точек, ведущих продажу табачных изделий несовершеннолетним, среди т.т., прошедших инструктаж и разместивших специальные знаки в период с _ по _ (отдельно среди партнеров и среди неохваченных т.т.)		
18. Мотивация к отказу от продажи или к продолжению продажи табачных изделий несовершеннолетним в целевой группе	18.1. Причины отказа от продажи сигарет несовершеннолетним (отдельно для основной и контрольной групп с разделением основной группы на партнеров и неохваченных)	Опросы	
	18.2. Динамика причин отказа от продажи сигарет несовершеннолетним (отдельно для основной и контрольной групп с разделением основной группы на партнеров и неохваченных) в период с _ по _	Опросы	
	18.3. Количество фактов наказания в период с _ по _ (с разделением основной группы на партнеров и неохваченных): со стороны органов власти; со стороны компаний табачной индустрии ⁸	Мониторинг и анализ информации контролирующих органов и компаний табачной индустрии	
19. Воздействие на объемы продажи табачных изделий подросткам	19.1. Динамика объема продажи сигарет несовершеннолетним в период с _ по _ (количество подростков, заявивших о фактах продажи им табачных изделий после начала реализации программы)	Фокус-группы с временными срезами, контрольная группа со сходными статусными и половозрастными характеристиками среди подростков	
20. Влияние на общественное мнение	20.1. Динамика количества и доли граждан, согласных и несогласных с позитивным влиянием программы на формирование общественного мнения относительно законодательного запрета на продажу табачной продукции несовершеннолетним	Опрос	
		Опрос	

⁸ Под наказанием со стороны компании здесь понимаются некие действия экономического характера (например, лишения бонусов, скидок и т.д.).

II. Образовательная программа «Мой выбор»,

Цель программы

1. Формирование у учащихся умения анализировать социальную действительность, навыков самостоятельного выбора и готовности нести личную ответственность за принятое решение. Цели планируются достигнуть путем ведения обучающей и научно-методической деятельности.
2. Позиционирование программы «Мой выбор» как наиболее перспективной программы в области позитивного развития молодежи.

Задачи программы

1. Формирование умения анализировать социальную действительность: выявлять и сопоставлять альтернативные варианты решений.
2. Содействие нравственному становлению личности учащихся через формирование навыков самостоятельного принятия решений, готовности нести ответственность за собственный выбор.
3. Формирование у учащихся социальных компетенций человека современного общества: терпимости и умения вести диалог, ответственности за свое будущее, социальной активности и творческого мышления.
4. Укрепление репутации программы «Мой выбор» в России как наиболее эффективной не только в области позитивного развития молодежи, но и в области развития социальных компетенций (навыков самостоятельного мышления, умения делать собственный выбор и нести персональную ответственность за принятое решение и т.д.).
5. Стимулирование заинтересованности региональной педагогической общественности во внедрении учебного курса.

Целевая группа программы

1. Преподаватели среднеобразовательных учреждений, колледжей и ПТУ.
2. Учащиеся 8–9-х классов среднеобразовательных учреждений, колледжей и ПТУ.

Целевая аудитория

Руководители, преподаватели и учащиеся среднеобразовательных учреждений, колледжей и ПТУ, главы образовательных департаментов в государственных структурах разного уровня.

Мероприятия программы

В области научно-методической деятельности

1. Разработка учебных курсов в контексте образовательной программы «Мой выбор».
2. Валидизация и совершенствование содержания курса и методик образовательной программы «Мой выбор».
3. Разработка разноуровневой системы интеграции учебного курса «Мой выбор» в практику общеобразовательных школ.
4. Подготовка педагогов в области ведения образовательной деятельности в рамках учебного курса «Мой выбор».

В области обучения

5. Чтение учебного курса «Мой выбор» или внедрение его составляющих в учебные программы образовательных учреждений.

В области проведения информационной кампании

6. Проведение тематических научно-практических конференций с обсуждением проблем выбора и социализации подростков.
7. Издание учебно-методической литературы и видеоматериалов по учебному курсу «Мой выбор».
8. Проведение переговоров с представителями местной власти и руководителями образовательных учреждений о необходимости внедрения данного учебного курса в учебные программы образовательных учреждений.

Результативность программы

Продукты программы (outputs) по предложению ИЭГ⁹

- С точки зрения проведения запланированных мероприятий в области научно-методической, образовательной и информационной деятельности:
 1. Проведение мероприятий, запланированных в рамках программы.
 2. Действенность проведения запланированных мероприятий (например, соответствие социально-экономической и культурной ситуации на территории расположения образовательных учреждений методам внедрения и содержания курса, выбор соответствующего уровня чиновников органов образования для ведения переговоров о внедрении курса в учебные программы и т.д.).
 3. Соответствие фактически проведенных мероприятий запланированному перечню и объему.
- С точки зрения охвата целевой аудитории:
 4. Максимальная степень охвата аудитории, или не менее запланированного показателя.
 5. Использование методики работы с учащимися и выбор преподавателей определенной квалификации для ведения курса в соответствии с особенностями восприятия целевой группы.

Результаты программы (outcomes) по предложению ИЭГ¹⁰

- С точки зрения изменения в целевой аудитории:
 1. Положительная динамика в личностном развитии и поведении учащихся, включая:
 - готовность и умение взаимодействовать друг с другом в различных жизненных ситуациях, вести диалог;
 - принимать самостоятельные решения и нести за них ответственность;
 - проявлять инициативу;
 - работать в группе;
 - быть терпимым;
 - нести ответственность за свое будущее;
 - проявлять социальную активность и творческое мышление.
 2. Повышение информированности учеников о негативных последствиях курения.
 3. Положительная динамика отказа от вредных привычек: отказ от курения, снижение частоты курения, продвижение к отказу от курения по методу «5А»¹¹.

⁹ Ожидаемые продукты программы, выявленные сотрудниками ИЭГ в ходе анализа документов программы.

¹⁰ Ожидаемые результаты программы, выявленные сотрудниками ИЭГ в ходе анализа документов программы.

¹¹ Метод «5А» - метод клинического консультирования, помогающий медикам работать с вопросами, связанными с отказом от курения. Подход с позиции «5А» представляет собой последовательность из пяти этапов: 1. *Спрашивай* – спросить, курит ли молодой человек; 2. *Оценивай* – оценить степень желаний бросить; 3. *Советуй* – посоветовать

4. Осознанность выбора (обладание знаниями о вреде курения и его последствиях) в случае принятия учеником решения о начале курения.
5. Формирование общественного мнения: рост числа граждан, считающих программу «Мой выбор» наиболее перспективной в области позитивного развития молодежи.

Таблица 2. Индикаторы и показатели оценки эффективности Образовательной программы «Мой выбор»

Индикатор	Показатель	Метод исследования	Примечание
I. ИНДИКАТОРЫ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ВЫПОЛНЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ ПРОГРАММЫ И ЭФФЕКТИВНОСТИ ОХВАТА ИМИ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ			
I.1. Научно-методическая деятельность			
1. Разработка учебных курсов в контексте образовательной программы «Мой выбор»	1.1. Соотношение количества запланированных мероприятий по разработке учебных курсов и фактически осуществленных мероприятий	Мониторинг выполнения плана мероприятий	Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком
2. Валидизация и совершенствование содержания курса и методик образовательной программы «Мой выбор»	2.1. Квалификация привлекаемых к оценке курса экспертов	Мониторинг выполнения плана мероприятий	Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком
	2.2. Количество мероприятий по валидизации учебного курса		
	2.3. Динамика доли родителей, признавших положительное влияние курса на поведение подростков, в общем числе родителей, участвовавших в валидизации курса в период с_по_	Формализованные интервью, анкетирование	
	2.9 Доля фактически учтенных в общем числе рекомендаций, поступивших после валидизации курса	Мониторинг выполнения плана	
3. Подготовка педагогов к ведению образовательной деятельности в рамках учебного курса «Мой выбор»	3.1. Количество педагогов, получивших сертификат об успешном завершении курса повышения квалификации: по типам учебных заведений, географическому параметру, возрастному-половым и квалификационным показателям	Мониторинг выполнения плана	Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком
	3.2. Соотношение количества прошедших обучение к числу педагогов, активно внедряющих программу в своих образовательных учреждениях: по формам использования образовательного курса, типам учебных заведений, географическому параметру, возрастному-половым и квалификационным показателям, длительность участия в программе внедрения обучающего курса «Мой выбор»	Мониторинг выполнения плана.	Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком

Индикатор	Показатель	Метод исследования	Примечание
I.2. Информационная кампания			
4. Проведение тематических научно-практических конференций, с обсуждением проблем выбора и социализации подростков	4.1. Количество проведенных тематических научно-практических конференций с обсуждением проблем выбора и социализации подростков	Результаты мониторинга выполнения плана.	Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком
	4.2. Соотношение фактически проведенных и запланированных тематических научно-практических конференций с обсуждением проблем выбора и социализации подростков	Мониторинг выполнения плана	
5. Издание учебно-методической литературы и видеоматериалов к учебному курсу «Мой выбор»	5.1. Темпы воспроизводства тиражей по наименованиям учебно-методической литературы: периодичность запросов на дополнительные тиражи	Мониторинг выполнения плана	Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком
6. Обеспеченность школ учебно-методической литературой и видеоматериалами	6.1 Соотношение фактической и плановой обеспеченности школ учебно-методической литературой и видеоматериалами (в расчете на одну школы, на одного ученика – по различным наименованиям)	Мониторинг выполнения плана	Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком
7. Ведение переговоров с представителями местной власти и руководителями образовательных учреждений о необходимости внедрения учебного курса в образовательных учреждениях	7.1. Соотношение количества внедренных курсов и количества заключенных договоренностей (по рангу ответственных лиц, с которым проводились переговоры)	Мониторинг выполнения плана	Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком
8. Наличие запроса на проведение курса от внешних по отношению к образовательному учреждению сторон (родителей, представителей местной власти, органов образования, социальной защиты, милиции)	8.2. Соотношение количества запросов со стороны специально информированных представителей внешних по отношению к образовательному учреждению сторон (родителей, представителей местной власти, органов образования, социальной защиты, милиции) и количества узнавших о курсе из других источников (без специальных разъяснений о курсе)	Мониторинг выполнения плана. Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком	Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком
I.3. Обучение			
9. Проведение учебного курса	9.1. Количество случаев проведения учебного курса «Мой выбор» в виде отдельного спецкурса: по типам учебных заведений, по географическому параметру, по возрастно-половым показателям, по квалификационным показателям педагогов,	Мониторинг выполнения плана.	Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком

Индикатор	Показатель	Метод исследования	Примечание
	по продолжительности преподавания данного курса		
10. Модульное встраивание учебного курса в любой обществоведческий курс	10.1. Количество фактов модульного встраивания учебного курса в любой обществоведческий курс: по типам учебных заведений, по географическому параметру, по возрастно-половым показателям, по квалификационным показателям педагогов, по продолжительности преподавания данного курса	Мониторинг выполнения плана.	Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком
11. Проведение отдельных выборочных занятий учебного курса «Мой выбор»	11.1. Количество фактов проведения отдельных выборочных занятий учебного курса «Мой выбор»: по типам учебных заведений, по географическому параметру, по возрастно-половым показателям, по квалификационным показателям педагогов, по продолжительности преподавания данного курса	Мониторинг выполнения плана.	Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком
12. Включение элементов учебного курса «Мой выбор» в классные часы, внеклассные и внешкольные мероприятия	12.1. Количество фактов включения элементов учебного курса «Мой выбор» в классные часы, внеклассные и внешкольные мероприятия: по типам учебных заведений, по географическому параметру, по возрастно-половым показателям, по квалификационным показателям педагогов, по продолжительности преподавания данного курса	Мониторинг выполнения плана.	Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком
13. Включение отдельных занятий в спецкурсы среднеобразовательных учебных заведений	13.1. Количество фактов включения отдельных занятий в спецкурсы среднеобразовательных учебных заведений: по типам учебных заведений, по географическому параметру, по возрастно-половым показателям, по квалификационным показателям педагогов, по продолжительности преподавания данного курса	Мониторинг выполнения плана.	Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком
14. Использование методологии преподавания учебного курса «Мой выбор» в образовательной деятельности	14.1. Количество случаев использования методологии преподавания учебного курса «Мой выбор» в образовательной деятельности: по типам учебных заведений, по географическому параметру, по возрастно-половым показателям, по квалификационным показателям педагогов, по продолжительности преподавания данного курса	Мониторинг выполнения плана.	Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком
1.4. Характеристика образовательных учреждений с точки зрения возможности и эффективности внедрения курса			

Индикатор	Показатель	Метод исследования	Примечание
15. Соответствие социально-экономической и культурной ситуации на территории расположения образовательных учреждений методам внедрения и содержания курса	15.3. Количество случаев реальной адаптации курса при его внедрении в школах, расположенных на территориях с различными социально-экономическими и культурными ситуациями	Мониторинг выполнения плана.	Учет особенностей образовательного учреждения (микрорайона, города, региона) при составлении программы по внедрению учебного курса «Мой выбор»
16. Отношение к программе со стороны действующих лиц	16.1. Поддержка, степень позитивности восприятия деятельности преподавателей, ведущих курс, со стороны учеников, родителей, школьной администрации, преподавательского состава	Опрос, фокус-группы	Отношение к педагогам, ведущим деятельность по программе «Мой выбор», со стороны коллектива и администрации школы, доминирующее настроение в коллективе, самочувствие человека в системе
17. Осознание значимости своей деятельности, со стороны преподавателей ведущих курс.	17.1 Степень удовлетворенности и осознания значимости своей деятельности, со стороны преподавателей ведущих курс		
18. Кадровые ресурсы и материальная база образовательного учреждения	18.1. Доля высококвалифицированного педагогического персонала среди преподавателей курса «Мой выбор»: соответствующий сертификат, стаж, опыт, аттестационные категории	Мониторинг выполнения плана. Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком	Необходимо выбрать, что является критерием отнесения преподавателей к педагогам с высокой квалификацией
II. ИНДИКАТОРЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ И ДОСТИЖЕНИЯ КАЧЕСТВЕННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОГРАММЫ			
19. Уровень самостоятельности и развития личности учащихся по классам, параллелям, в целом по школе (по итогам промежуточного мониторинга)	19.1. Уровень соответствия психологической модели выпускника курса запланированным целям	Опросы, контрольные замеры (по временным срезам), контрольные проверки (использование диагностических методик), контрольные группы, фокус-группы	

Индикатор	Показатель	Метод исследования	Примечание
20. Личностное развитие и поведение учащихся	<p>20.1. Динамика уровня следующих аспектов социального развития ученика в конкретном образовательном учреждении в период с _ по _ : готовность и умение взаимодействовать друг с другом в различных жизненных ситуациях, способность принимать самостоятельные решения, брать на себя ответственность за самостоятельно принятые решения, проявлять инициативу, работать в группе, быть терпимым, умение вести диалог, нести ответственность за свое будущее, проявлять социальную активность и творческое мышление</p> <p>20.2. Частота нарушений правил поведения, устава образовательных учреждений и т.д., динамика соотношения этих показателей в основной и контрольной группах в период с _ по _</p>	Опросы, психологическое тестирование, фокус-группы с временными срезами, контрольная группа со сходными статусными и половозрастными характеристиками	
21. Динамика отказа от вредных привычек: отказ от курения или снижение частоты курения	21.1. Динамика количества и соотношения подростков в основной и контрольной группах (в период с _ по _) по следующим аспектам: количество знающих и не знающих о негативных последствиях курения (попросить респондентов назвать основные негативные последствия); количество курящих подростков, принявших решение о продолжении и/или начале курения при наличии информации о негативных последствиях этого решения; частота случаев курения и количество выкуриваемых сигарет за единицу времени; мотивы курения; мотивы принятия решения о начале или прекращении курения	Опросы, психологическое тестирование, фокус-группы с временными срезами, контрольная группа со сходными статусными и половозрастными характеристиками	

Индикатор	Показатель	Метод исследования	Примечание
	21.2. Динамика количества и соотношения подростков, прослушавших курс и не отказавшихся от курения	Психологическое тестирование контрольных и фокус-групп с временными срезами, контрольная группа со сходными статусными и половозрастными характеристиками	
22. Влияние на общественное мнение	22.1. Динамика количества и доли граждан, согласных и несогласных с позитивным влиянием программы на формирование общественного мнения относительно законодательного запрета на продажу табачной продукции несовершеннолетним	Опрос	

III. Обучающая программа для родителей

Согласно данным, полученным Институтом сравнительных социальных исследований, одной из главных причин курения среди несовершеннолетних является стремление подражать взрослым. Именно поэтому работа с родителями является важным направлением деятельности специально созданного *Общественного совета по проблеме подросткового курения*¹², объединяющего все заинтересованные стороны, работающие с этой проблемой. Табачные компании активно участвуют в работе Общественного совета и поддерживают образовательные программы для родителей, проводимые в сотрудничестве с издательским домом «Здоровье».

В рамках данной программы в 2001 - 2003 гг. в качестве приложений к журналу «Здоровье» были выпущены четыре тематические брошюры, посвященные проблеме подросткового курения, а также методам борьбы с ним.

Цель

1. Предотвращение подросткового курения.
2. Повышение сознательности и ответственности родителей, осведомленности о вреде курения и развитие навыков работы с детьми в данной проблемной области.

Задачи

1. Разработка практических рекомендаций и советов по предотвращению подросткового курения и курения в семье.
2. Издание в качестве приложений тематических брошюр, посвященных проблеме подросткового курения, методам борьбы с подростковым курением и курением в семье.

Целевая группа

Семьи, выписывающие журнал «Здоровье».

Целевая аудитория

Граждане трудоспособного возраста и старше - покупатели журнала «Здоровье».

Мероприятия

Информационная кампания

1. Разработка практических рекомендаций и советов по предотвращению подросткового курения и курения в семье.
2. Издание в качестве приложений брошюр, посвященных проблеме подросткового курения, методам борьбы с подростковым курением и курением в семье

Результативность программы

*Продукты программы (outputs) по данным компаний табачной индустрии*¹³:

1. Журналом «Здоровье» изданы четыре тематические брошюры по проблеме подросткового курения.

Дополнительные ожидаемые продукты программы, выявленные сотрудниками ИЭГ в ходе анализа документов программы:

¹² Информацию об Общественном совете по проблеме подросткового курения можно найти по электронному адресу : <http://www.youth-non-smoking.ru/Documents.htm>

¹³ <http://www.youth-non-smoking.ru/RetailAccess.htm>

- С точки зрения проведения запланированных мероприятий:
 2. Проведение мероприятий, запланированных в рамках программы.
 3. Действенность проведения запланированных мероприятий (например, соответствие тиража брошюр тиражу основного журнала).
 4. Соответствие фактически проведенных мероприятий запланированным (с точки зрения перечня и объема).
- С точки зрения охват целевой аудитории:
 5. Соответствие характеристик аудитории журнала «Здоровье» и характеристик целевых групп и целевой аудитории обучающей программы для родителей.
 6. Максимальная степень охвата аудитории, или не менее запланированного показателя.
 7. Использование в брошюрах способов и механизмов агитации и мотивации, соответствующих особенностям восприятия целевых групп и аудитории.

Результаты программы (outcomes) по предложению ИЭГ¹⁴

- С точки зрения изменения в целевой аудитории:
 8. Рост числа представителей целевой группы, согласных с необходимостью предотвращения подросткового курения.
 9. Рост числа представителей целевой группы, отказавшихся от курения.
 10. Рост числа представителей целевой группы, приблизившихся¹⁵ к решению отказаться от курения.
 11. Рост числа представителей целевой группы, использующих методы и практические советы для работы с подростками в своей семье.
 12. Формирование общественного мнения: рост числа граждан, согласных с необходимостью привлечения родителей к проблеме предотвращения подросткового курения.

¹⁴ Ожидаемые продукты программы, выявленные сотрудниками ИЭГ в ходе анализа документов программы.

¹⁵ Например, по методу 5А, предложенному для работы врачей с курящими гражданами. Он представляет собой метод клинического консультирования, помогающий медикам работать с вопросами, связанными с отказом от курения. Подход с позиции «5А» представляет собой последовательность из пяти этапов: 1. *Спрашивай* – спросить, курит ли молодой человек; 2. *Оценивай* – оценить степень желания бросить; 3. *Советуй* – посоветовать бросить; 5. *Организуй* – организовать последующие мероприятия для контроля за ходом событий.

Таблица 3. Индикаторы и показатели оценки эффективности Обучающей программы для родителей

Индикатор	Показатель	Метод исследования	Примечание
I. ИНДИКАТОРЫ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ВЫПОЛНЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ ПРОГРАММЫ И ЭФФЕКТИВНОСТИ ОХВАТА ИМИ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ			
1. Издание тематических брошюр по проблеме подросткового курения	1.1. Количество тематических брошюр, изданных в период с_ по _	Мониторинг выполнения плана.	Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком
2. Соответствие информационного сообщения особенностям целевой аудитории (с точки зрения эмоционально-психологического восприятия, национальных и культурных особенностей)	2.1. Степень восприятия информационного сообщения по следующим направлениям: позитивно / негативное; соответствует / не соответствует существующим моделям поведения целевой аудитории; степень освоения информации и перевода ее из внешнего сообщения в личностное качество (помогает ли содержание тематических брошюр позитивно изменить поведение представителя целевой аудитории в соответствии с информационным посылом – максимально позитивно влиять на подростков и содействовать прекращению, снижению или невозникновению практики курения среди подростков и внутри семьи); позитивное влияние, когда отказ от курения связывается в сознании подростка с позитивными моментами его жизни: хорошей компанией, здоровьем, успехами в спорте и т.д.; запоминаемость	Фокус-группы, психологическое тестирование в рамках фокус-групп	
3. Соответствие проведенных мероприятий медийному плану программы	3.1. Соотношение запланированных и фактически проведенных мероприятий по изданию тематических брошюр: по объему тиража, по географии распространения тиража	Мониторинг выполнения плана	Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком
4. Соответствие характеристик аудитории журнала «Здоровье» характеристикам целевой аудитории обучающей программы для родителей	4.1. Доля целевой аудитории в общей совокупности подписчиков журнала «Здоровье»	Сравнение с данными исследования характеристик подписчиков журнала «Здоровье»	

Индикатор	Показатель	Метод исследования	Примечание
5. Максимальная степень охвата аудитории, или не менее запланированного показателя	5.1. Доля подписчиков получивших тематические приложения, в общем объеме подписчиков, регулярно получающих журнал «Здоровье»	Мониторинг выполнения плана.	Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком
II. ИНДИКАТОРЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ И ДОСТИЖЕНИЯ КАЧЕСТВЕННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОГРАММЫ			
6. Вовлеченность представителей в целевой группе	6.1. Динамика соотношения согласных и несогласных с необходимостью подключения родителей в работу по предотвращению подросткового курения в основной и контрольной группах в период с _ по _ (с разделением основной группы на подписчиков и покупателей)	Опросы с временными срезами	Предлагается исследовать указанные ниже вопросы отдельно для основной группы (т.е. подписчиков и покупателей журнала «Здоровье», затронутых программой - читавших тематические брошюры) и для контрольной группы (т.е. подписчиков и покупателей журнала «Здоровье», заявивших о том, что они не получали и не читали тематических брошюр)
7. Динамика отказа от курения или продвижения к принятию решения об отказе от курения	7.1. Динамика доли семей, начавших работу с подростками согласно инструкциям и рекомендациям, предложенным в тематических брошюрах, среди получивших и прочитавших тематические брошюры в период с _ по _ (отдельно среди подписчиков и покупателей журнала «Здоровье»)	Опросы с временными срезами, фокус-группы	
	7.2. Доля подростков, бросивших курить в семьях, относящихся к основной и контрольной группам, в период с _ по _ (с разделением основной группы на подписчиков и покупателей)		
	7.3. Соотношение причин отказа от курения подростков в основной и контрольной группах в период с _ по _ (отдельно среди подписчиков и покупателей журнала «Здоровье»)		

Индикатор	Показатель	Метод исследования	Примечание
8. Восприятие предлагаемых программой методов и практических советов для работы с подростками в своей семье	8.1. Динамика количества и доли граждан, использующих методы и практические рекомендации по предотвращению подросткового курения в собственной семье, среди представителей целевой аудитории в период с _ по _	Опросы с временными срезами, фокус-группы	
	8.2. Доля подростков, бросивших курить в семьях, где взрослые использовали методы и практические рекомендации по предотвращению подросткового курения, среди представителей целевой аудитории в период с _ по _		
9. Формирование общественного мнения: рост числа граждан, согласных с необходимостью привлечения родителей к проблеме предотвращения подросткового курения	9.1. Динамика количества и доли граждан, согласных и несогласных с позитивным влиянием программы на формирование общественного мнения относительно необходимости проведения внутрисемейной работы по предотвращению подросткового курения	Опрос	

IV. Программа «Классы, свободные от курения»

Цель программы

Предотвратить курение или отсрочить начало курения среди молодых людей.

Задачи программы

1. Развивать способность учеников принимать собственные решения и сопротивляться социальному давлению в отношении курения.
2. Помогать молодым людям видеть преимущества некурения.

Целевая группа программы

1. Преподаватели среднеобразовательных учреждений, колледжей и ПТУ.
2. Учащиеся 6–7-х классов среднеобразовательных учреждений, колледжей и ПТУ.

Целевая аудитория

Руководители, преподаватели, учащиеся средне образовательных учреждений, колледжей и ПТУ, главы образовательных департаментов в государственных структурах разного уровня.

Мероприятия программы

В области научно-методической деятельности

9. Разработка социально-психологических занятий по первичной профилактике курения.
10. Разработка концепции творческих конкурсов по первичной профилактике курения.
11. Обучение педагогов навыкам проведения социально-психологических занятий и творческих конкурсов в рамках программы «Классы, свободные от курения».

В области обучения подростков

12. Проведение восьми социально-психологических занятий по первичной профилактике курения в 6–7-х классах.
13. Проведение восьми творческих конкурсов среди учеников 6-7х классов по первичной профилактике курения.

Результативность программы

Продукты программы (outputs) по предложению ИЭГ¹⁶

- С точки зрения проведения запланированных мероприятий в области научно-методической, образовательной и информационной деятельности:
 6. Проведение мероприятий, запланированных в рамках программы.
 7. Действенность проведения запланированных мероприятий (например, соответствие социально-экономической и культурной ситуации на территории расположения образовательных учреждений методам внедрения и содержания курса, выбор соответствующего уровня чиновников органов образования для ведения переговоров о внедрении курса в учебные программы и т.д.).
 8. Соответствие фактически проведенных мероприятий запланированным (по перечню и объему).
- С точки зрения охвата целевой аудитории:
 9. Максимальная степень охвата аудитории, или не менее запланированного показателя.

¹⁶ Ожидаемые продукты программы, выявленные сотрудниками ИЭГ в ходе анализа документов программы.

10. Использование методики работы с учащимися и выбор преподавателей определенной квалификации для ведения курса в соответствии с особенностями восприятия целевой группы.

Результаты программы (outcomes) по предложению ИЭГ¹⁷

- С точки зрения изменения в целевой аудитории:
 1. Положительная динамика в личностном развитии и поведении учащихся, заключающаяся в умении молодых людей сопротивляться социальному давлению в отношении курения и в развитии способности учеников принимать собственные решения.
 2. Повышение информированности учеников о негативных последствиях курения.
 3. Положительная динамика отказа от вредных привычек: отказ от курения, снижение частоты курения, продвижение к отказу от курения по методу 5А¹⁸.
- 4. Осознанность выбора (наличие знаний о вреде курения и его последствиях) в случае принятия учеником решения о начале курения.

¹⁷ Ожидаемые результаты программы, выявленные сотрудниками ИЭГ в ходе анализа документов программы.

¹⁸ Метод «5А» - метод клинического консультирования, помогающий медикам работать с вопросами, связанными с отказом от курения. Подход с позиции «5А» представляет собой последовательность из пяти этапов: 1. *Спрашивай* – спросить, курит ли молодой человек; 2. *Оценивай* – оценить степень желаяния бросить; 3. *Советуй* – посоветовать бросить; 5. *Организуй* – организовать последующие мероприятия для контроля за ходом событий.

Таблица 4. Индикаторы и показатели оценки эффективности Программы «Классы свободные от курения»

Индикатор	Показатель	Метод исследования	Примечание
I. ИНДИКАТОРЫ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ВЫПОЛНЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ ПРОГРАММЫ И ЭФФЕКТИВНОСТИ ОХВАТА ИМИ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ			
I.1. Научно-методическая деятельность			
1. Разработка социально-психологических занятий и творческих конкурсов по первичной профилактике курения	1.1. Соотношение запланированных мероприятий по разработке социально-психологических занятий и творческих конкурсов и фактически осуществленных мероприятий	Мониторинг выполнения плана.	Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком
2. Валидизация и совершенствование содержания социально-психологических занятий и творческих конкурсов	2.1. Квалификация привлекаемых к оценке курса экспертов	Квалификационное тестирование, наличие соответствующих дипломов и сертификатов	
	2.2. Количество мероприятий по валидизации социально-психологических занятий и творческих конкурсов	Мониторинг выполнения плана.	Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком
	2.3. Соотношение количества запланированных и фактически осуществленных мероприятий по валидизации социально-психологических занятий и творческих конкурсов	Мониторинг выполнения плана.	Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком
	2.4. Динамика доли родителей, признавших положительное влияние курса на поведение подростков, в общем числе родителей, участвовавших в валидизации курса в период с по	Формализованные интервью, анкетирование	
	2.5. Доля фактически учтенных в общем числе рекомендаций, поступивших после валидизации курса	Мониторинг выполнения плана.	Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком
3. Обучение педагогов навыкам ведения деятельности в рамках программы «Классы свободные от курения»	3.1. Количество педагогов, прошедших обучение: по типам учебных заведений, географическому параметру, возрастно-половым и квалификационным показателям	Мониторинга выполнения плана.	Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком

Индикатор	Показатель	Метод исследования	Примечание
	3.2 Соотношение количества прошедших обучение педагогов и педагогов, активно внедряющих программу в своих образовательных учреждениях: по формам использования образовательного курса, типам учебных заведений, географическому параметру, возрастно-половым и квалификационным показателям, длительность участия в программе «Классы свободные от курения»	Мониторинг выполнения плана.	Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком
I.2. Информационная кампания			
4. Ведение переговоров с представителями местной власти и руководителями образовательных учреждений о необходимости внедрения программы в образовательных учреждениях	4.1. Количество социально-психологических занятий и творческих конкурсов, внедренных по итогам переговоров представителей органов образования федерального, регионального и местного уровней власти с руководителями образовательных учреждений	Мониторинг выполнения плана.	Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком
5. Наличие запроса на проведение социально-психологических занятий и творческих конкурсов от внешних по отношению к образовательному учреждению сторон (родителей, представителей местной власти, органов образования, социальной защиты, милиции)	5.2. Соотношение запросов со стороны специально информированных представителей внешних по отношению к образовательному учреждению сторон (родителей, представителей местной власти, органов образования, социальной защиты, милиции) и тех, кто узнал о программе из других источников (без получения специальных разъяснений о курсе)	Мониторинг выполнения плана. Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком	Предполагается, что чем больше запросов со стороны так называемых неинформированных лиц, тем большую известность и лучшую репутацию имеет курс
I.3. Обучение			
6. Проведение социально-психологических занятий и творческих конкурсов	6.1. Количество случаев проведения программы: по типам учебных заведений, географическому параметру, возрастно-половым показателям, квалификационным показателям педагогов, продолжительности данной программы	Мониторинг выполнения плана.	Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком
1.4. Характеристика образовательных учреждений с точки зрения возможности и эффективности внедрения курса			

Индикатор	Показатель	Метод исследования	Примечание
7. Соответствие социально-экономической и культурной ситуации на территории расположения образовательных учреждений методам внедрения и содержания программы (учет особенностей образовательного учреждения - микрорайона, города, региона - при составлении программы по внедрению учебного курса «Классы свободные от курения»).	7.1. Количество случаев реальной адаптации программы при ее внедрении в школах, расположенных на территориях с различными социально-экономическими и культурными ситуациями	Мониторинг выполнения плана.	Иницируется компанией, поддерживающей и/или реализующей программу, выполняется независимой организацией-подрядчиком
8. Отношение к программе со стороны действующих лиц	8.1. Поддержка, степень позитивности восприятия деятельности преподавателей, проводящих социально-психологические занятия и творческие конкурсы, со стороны учеников, родителей, школьной администрации, преподавательского состава	Опрос, фокус-группы	Отношение к педагогам, ведущим деятельность по программе «Классы свободные от курения», со стороны коллектива и администрации школы, доминирующее настроение в коллективе, самочувствие человека в системе
9. Осознание значимости своей деятельности преподавателями, проводящими социально-психологические занятия и творческие конкурсы	9.1. Степень удовлетворенности и осознания значимости своей деятельности со стороны преподавателей, проводящих социально-психологические занятия и творческие конкурсы		
II. ИНДИКАТОРЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ И ДОСТИЖЕНИЯ КАЧЕСТВЕННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОГРАММЫ			
10. Уровень самостоятельности и развития личности учащихся по классам, параллелям, в целом по школе (по итогам промежуточного мониторинга)	10.1. Динамика соотношения учащихся с низким уровнем самостоятельности и с высоким уровнем самостоятельности в основной и контрольной группах в период с _ по _ (с разделением основной группы на учащихся, прошедших и не прошедших обучение)	Опросы, контрольные замеры (по временным срезам), контрольные проверки (использование диагностических методик), фокус-группы, контрольные группы	Предлагается исследовать указанные ниже вопросы отдельно для основной группы (граждан, затронутых программой - прошедших курс) и для контрольной группы (граждан, не прошедших курс)
	10.2 Уровень соответствия психологической модели выпускника курса запланированным целям		
11. Личностное развитие и поведение учащихся	11.1. Динамика уровня нравственного, культурного развития учеников в конкретном образовательном учреждении в период с _ по _	Опросы, психологическое тестирование, фокус-группы с	

Индикатор	Показатель	Метод исследования	Примечание
	<p>11.2. Динамика уровня социального развития ученика в конкретном образовательном учреждении в период с _ по _ по следующим направлениям: готовность и умение взаимодействовать друг с другом в различных жизненных ситуациях, принимать самостоятельные решения, брать на себя ответственность за самостоятельно принятые решения, проявлять инициативу, работать в группе, быть терпимым, умение вести диалог, нести ответственность за свое будущее, проявлять социальную активность и творческое мышление</p> <p>11.3. Частота нарушений правил поведения, устава образовательных учреждений и т.д., динамика соотношения этих показателей в основной и контрольной группах в период с _ по _</p>	временными срезами, контрольная группа со сходными статусными и половозрастными характеристиками	
12. Динамика отказа от вредных привычек: отказ от курения или снижение частоты курения	<p>12.1. Динамика количества и соотношения подростков в основной и контрольной группах (в период с _ по _) по следующим аспектам: количество знающих и не знающих о негативных последствиях курения (попросить респондентов назвать основные негативные последствия); количество курящих подростков, принявших решение о продолжении и / или начале курения при наличии информации о негативных последствиях этого решения; частота случаев курения и количества выкуриваемых сигарет за единицу времени; мотивы курения; мотивы принятия решения о начале или прекращения курения</p> <p>12.2. Динамика количества и соотношения подростков, прослушавших курс и не отказавшихся от курения</p>	Опросы, психологическое тестирование, фокус-группы с временными срезами, контрольная группа со сходными статусными и половозрастными характеристиками	