

УДК 316.624(422)

КУЛЬТУРА АЛКОГОЛЬНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ И ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ДЕПРЕССИВНЫХ РЕГИОНОВ*

И.А. Германов

Рассматривается влияние потребления алкоголя на деятельностную и социокультурную компоненты человеческого потенциала депрессивного региона. Основное внимание уделяется оценке различий в степени включенности в инновационную деятельность, ценностным ориентациям в зависимости от типа алкогольного потребления.

Ключевые слова: человеческий потенциал; алкоголь; модернизация; инновации; ценности.

В последние годы тема модернизации, целей, путей и способов ее осуществления в России стала одной из ключевых проблем отечественного научного дискурса. Немаловажным аспектом данной темы является территориальная специфика указанного процесса, поскольку «не бывает модернизации страны без модернизации ее регионов» [5].

Неравномерность размещения природных ресурсов, различия в географическом положении, уровне развития транспортной инфраструктуры, институциональные условия и другие факторы обуславливают существенную дифференциацию регионов по уровню социально-экономического развития, качества жизни его жителей. Процессы модернизации стимулируют увеличение межрегиональных различий, что создает дополнительные предпосылки возрастанию мобильности населения и трансформации системы расселения. В наиболее уязвимом положении оказываются так называемые депрессивные регионы — территории, значительно уступающие в экономическом развитии и условиях жизни граждан. Концентрация населения в развитых территориях и отток жителей из «неблагополучных» регионов увеличивают риски сжатия обитаемого про-

странства страны [1, с. 130], обрекают отстающие территории на дальнейшую стагнацию.

Одним из важных факторов пространственного развития территории, ресурсов ее модернизации является человеческий потенциал. Следуя подходу Т.И. Заславской, человеческий потенциал региона можно определить как характеристику, отражающую способность региональной территориальной общности к активному саморазвитию, своевременному и адекватному ответу на множественные вызовы внешней среды и успешной конкуренции с другими территориальными сообществами [4, с. 10]. Поиск факторов, усиливающих или ослабляющих эту способность, представляется весьма актуальной задачей научных исследований.

Среди множества факторов, негативно влияющих на развитие человеческого потенциала России в целом и ее регионов, является алкоголизация населения. В стране сложилась специфическая алкогольная культура, характеризующаяся крайне высоким уровнем потребления (18 литров абсолютного алкоголя на душу населения, что в два раза выше того уровня, который Всемирная организация здравоохранения признала особо опасным для здоровья лю-

* Публикация подготовлена в рамках научно-исследовательских работ ФБГОУ ВПО «Пермский государственный национальный исследовательский университет», проводимых в рамках государственного задания Министерства образования и науки РФ в 2012 г. (проект № 6.4216.2011, рук. Е.Б. Плотникова).

дей [7, с. 6]), а также очень неблагоприятной структурой потребляемого алкоголя (доля крепких спиртных напитков, выпиваемых населением, составляет 72,3% против 25–30% в большинстве других стран [3, с. 74]).

К настоящему времени активно обсуждается пагубное воздействие злоупотребления алкоголем на социально-демографическую компоненту человеческого потенциала, отдельные аспекты социокультурной компоненты, в частности — правового сознания. Специалисты Центра по разработке национальной антиалкогольной политики, ссылаясь на данные доклада ООН, отмечают, что с момента распада СССР неумеренное потребление алкоголя стало прямой или косвенной причиной более половины всех смертей россиян в возрасте от 15 до 54 лет. Ожидается, что к 2025 г. потери населения, обусловленные алкоголем, составят 11 млн чел. [2]. Острота проблемы усугубляется тем, что потребление алкоголя становится своеобразным пусковым механизмом для развития других социальных патологий: наркотизации, роста преступности. В последние годы в России более 10% преступлений, расследуемых органами МВД, совершается людьми, находящимися в состоянии алкогольного опьянения [9].

Проблема алкоголизации достигла такой остроты, что рассматривается в качестве реальной угрозы национальной безопасности страны. Однако предпринимаемые государством ограничительные меры хоть и дают некоторые положительные результаты, пока недостаточно эффективны. По мнению некоторых исследователей, это может быть связано с отсутствием целостной картины алкогольного поведения населения страны [7, с. 4]. Требуется изучение структуры потребляемых напитков, частоты потребления, статистики о количестве выпитого, мотивы потребления, социальные установки и представления о норме потребления и т.п. Важным аспектом представляется также исследование связи алкогольной культуры с деятельностным потенциалом общества. Актуальность данного направления научного поиска определяется тем, что деловые качества социальных факторов, их энергия, предприимчивость, инициатива являются решающим фактором реализации других компонент человеческого потенциала, а значит, и укрепления жизнеспособности общества [4, с. 15].

Попытка частично восполнить данный пробел была осуществлена в ходе проекта «Оценка и прогнозирование рисков развития социокультурных ресурсов регионов, обусловленных потреблением алкоголя». Ставилась задача сформировать различные типы потребителей алкоголя и сопоставить эти типы по степени включенности в инновационную деятельность, выраженности ценностей самостоятельности и независимости, ориентациям на сохранение или изменение. Эмпирическую базу исследования составили результаты формализованного опроса (интервью по месту жительства) 507 жителей Коми-Пермяцкого АО.

Традиционно при проведении социологических исследований по алкогольной тематике возникают методические проблемы, связанные с тем, что данная тема относится к разряду чувствительных. Несмотря на растущую алкоголизацию населения, потребление спиртных напитков по-прежнему продолжает публично осуждаться, поэтому исследователи часто сталкиваются с большим числом ошибок и пропусков данных, полученных как при проведении интервью, так и в ходе анкетирования. Поэтому поиск адекватных способов измерения установок и поведения в отношении алкоголя являлся самостоятельной и довольно сложной задачей нашего исследования.

В типовой инструментарий социокультурного портрета региона [6] были включены ряд вопросов, характеризующих индивидуальные особенности культуры потребления алкоголя. Из всего многообразия возможных направлений изучения алкогольного потребления мы сосредоточились на его количественных аспектах. Во-первых, производилось деление респондентов на «пьющих» и «непьющих». Ко второй категории, следуя принятым подходам, были отнесены те, кто не употреблял алкоголь в течение последних 12 месяцев. Остальные были определены как «пьющие». Этой подгруппе респондентов были заданы вопросы о видах, объемах и частоте потребляемых спиртных напитков. Учитывая сложившиеся реалии, в опросный бланк были включены напитки заводского (водка, коньяк, бренди, джин, виски, текила, ром, пиво, вино, шампанское, вермуты) и кустарного производства (домашнее вино, самогон, брага), а также медицинские спирто-содержащие препараты. Данные об объемах,

частоте и структуре предпочитаемых напитков использовались для оценки уровня потребления чистого этанола. В качестве временного интервала измерения была принята одна неделя.

С помощью процедуры кластерного анализа нами были выделены четыре типа потребителей алкоголя:

- абстиненты (45%) — люди, отказывающиеся от потребления спиртного или пьющие очень редко минимальные дозы алкоголя;
- умеренно пьющие, любители легких напитков (19%) — люди, предпочитающие напитки с низким содержанием алкоголя (главным образом пиво), употребляющие алкоголь 2–3 раза в месяц, недельная доза около 60 мл этанола (далее — умеренно пьющие-1);
- умеренно пьющие, любители крепких напитков (14%) — люди, предпочитающие крепкий алкоголь (водка, бренди, коньяк и т.п.), употребляющие спиртное 2–3 раза в месяц, недельная доза около 50 мл этанола (далее — умеренно пьющие-2);
- систематически пьющие (14%) — люди, употребляющие алкоголь не реже одного раза в неделю, зачастую смешивающие различные виды напитков (крепкое спиртное, пиво, вино), изредка употребляют напитки кустарного производства (домашние настойки, самогон), недельная доза от 100 до 400 мл этанола.

Полученные данные отчасти подтверждают точку зрения о том, что уровень потребления, оцененный на данных самоотчетов респондентов, оказывается сильно заниженным. Несмотря на это, статистика продаж алкогольной продукции на территории Коми-Пермяцкого АО значительно превышает показатели Пермского края и России в целом, наше исследование показало довольно высокую долю «абстинентов» и не позволило выделить «привычно пьющих». В соответствии с одной из классификаций людей, неравнодушных к алкоголю, к последней группе относятся те, кто употребляют 2–3 раза в неделю не менее 500 мл крепких спиртных напитков [8].

В описании социально-демографического портрета респондентов, относящихся к различным типам потребителей алкогольной продукции, следует выделить ряд особенностей. Во-

первых, отмечен более высокий уровень потребления алкоголя у мужчин. В этой группе существенно меньше, чем среди женщин доля «абстинентов» (37% и 59% соответственно) и значительно больше «систематически пьющих» (23% и 8% соответственно). Во-вторых, регулярное употребление некрепкого алкоголя более характерно для молодежи. В группе «умеренно пьющих легкие напитки» средний возраст респондентов составил 34 года, в остальных — 43–49 лет. В-третьих, статус алкогольного потребления связан с занятостью. Умеренное потребление крепких напитков характерно для ИТР, управленческого персонала; легких напитков — для студентов; систематическое употребление алкоголя в значительных количествах — для людей, не имеющих постоянной занятости.

Проверка гипотез о влиянии типа алкогольного потребления на включенность в инновационную деятельность (участие в открытии новой фирмы, разработке новых технологий, продуктов, услуг) положительных результатов не дала. Все четыре модели, проверенные с помощью метода мультиномиальной логистической регрессии, оказались статистически незначимы. Возможным объяснением данного обстоятельства является то, что в целом по выборке доля респондентов, включенных в различные виды инноваций, колеблется от 1 до 3%.

Проверка гипотез о связях алкогольного потребления с жизненными ценностями оказалась более продуктивной. У систематически пьющих ориентации на самостоятельность — независимость, инициативу и предприимчивость несколько ниже, чем у абстинентов и умеренно пьющих (см. табл. 1). Выраженность ценностей сохранения существующих традиций и правил у представителей примерно одинакова у всех групп потребителей алкоголя, за исключением умеренно пьющих любителей легких напитков, у которых она меньше, чем у остальных.

Оценка параметров регрессии показывает, что отмеченные различия в ценностных ориентациях определяются именно типом алкогольного потребления. Имеется небольшой (коэффициент детерминации R^2 составляет 0,02–0,04), но все-таки статистически значимый эффект (см. табл. 2).

Полученные результаты подтверждают необходимость и целесообразность дальнейших исследований влияния алкогольной культуры на человеческий потенциал регионов не только в направлении воздействия на его социально-демографическую компоненту, но и в отношении социо-культурной и деятельностной компонент. В то же время актуальной задачей яв-

ляется совершенствование методического инструментария для измерения включенности населения в инновации (вопросы в типовой анкете обладают низкой дифференцирующей способностью для жителей депрессивных регионов), а также характеристики алкогольного поведения населения.

Таблица 1. Средние значения выраженности жизненных ценностей в группах по типам потребителей алкоголя (макс. 11)

Типы потребителей алкоголя		Ценности		
		Самостоятельность, независимость	Инициатива, предприимчивость	Ориентация на сохранение
Абстиненты	Среднее	9,03	7,73	8,82
	Стд. отклонение	2,131	2,754	2,268
Умеренно пьющие-1	Среднее	9,21	8,16	7,52
	Стд. отклонение	1,872	2,769	2,854
Умеренно пьющие-2	Среднее	9,16	7,73	8,38
	Стд. отклонение	1,915	2,878	1,952
Систематически пьющие	Среднее	8,20	6,54	8,38
	Стд. отклонение	2,444	2,463	2,141
Итого	Среднее	8,97	7,65	8,42
	Стд. отклонение	2,114	2,771	2,387

Таблица 2. Типы алкогольного потребления и ценности (параметры уравнений регрессии с использованием фиктивных переменных)

Тип потребления	Ценности					
	Самостоятельность, независимость		Инициатива, предприимчивость		Ориентация на сохранение	
	B	Exp.B	B	Exp.B	B	Exp.B
Абстиненты (константа)	9,01		7,72		8,722	
Умеренно пьющие-1	0,202		0,44		-1,206***	-0,199
Умеренно пьющие-2	0,148		0,15		-0,342	
Систематически пьющие	-0,808**	-0,124	-0,179**	-0,144	-0,338	
Параметры качества модели						
F	3,258*		4,779**		6,202***	
R ²	0,02		0,03		0,04	

*Параметр значим для $\alpha \leq 0,05$; **Параметр значим для $\alpha \leq 0,01$; ***Параметр значим для $\alpha \leq 0,001$

Список литературы

1. Доклад о развитии человеческого потенциала в Российской Федерации за 2011 г. / под ред. А.А. Аузана и С.Н. Бобылева. М.: ПРООН в РФ; Дизайн-макет, доредакционная подготовка, печать: ООО «Дизайн-проект «Самолет»», 2011.
2. Доклад ООН: Алкоголь убьет 11 млн россиян за 15 лет / Центр разработки национальной анти-алкогольной политики. URL: <http://www.alcomarket.info/CRNAP/print.asp?NewSId=156166> (дата обращения: 10.06.2012).
3. Заиграев Г.Г. Алкоголизм и пьянство в России. Пути выхода из кризисной ситуации // Социологические исследования. 2009. №8. С.74–84.
4. Заславская Т.И. Двадцать лет российской трансформации. Человеческий потенциал в современном трансформационном процессе // Общественные науки и современность. 2005. №3. С.5–16.
5. Лапин Н.И. Измеряем модернизацию России и ее регионов в международном контексте. URL: <http://novshestvoxx1.narod.ru/lapinni.doc> (дата обращения 12.06.2012).

6. *Лапин Н.И.* Программа и типовой инструментарий «Социокультурный портрет региона России» (модификация 2010) [Текст] / Н.И. Лапин, Л.А. Беляева; Рос. акад. наук, Ин-т философии. М.: ИФРАН, 2010.
 7. *Потребление* алкоголя в России. Социологический анализ. М.: Ин-т социологии РАН, 2011. URL: http://www.isras.ru/files/File/INAB/inab_2011_01.pdf (дата обращения: 10.06.2012).
 8. *Пьянство* как преддверие алкогольной зависимости. URL: http://polinar.com.ua/help/about_alcoholism/210 (дата обращения: 10.06.2012).
 9. *Удельный вес преступлений, совершенных в состоянии алкогольного опьянения, растет* / Центр разработки национальной антиалкогольной политики. URL: <http://www.alcomarket.info/CRNAP/print.asp?NewsId=140648> (дата обращения: 10.06.2012).
-

THE CULTURE OF ALCOHOL CONSUMPTION AND HUMAN POTENTIAL
OF DEPRESSED AREA

Igor A. Germanov

Perm State National Research University; 15, Bukirev str., Perm, 614990, Russia

This article is devoted to the influence of alcohol use for human potential of the economic depressed area. The focus is differences in values and innovation activity between people who are different in alcohol consumption culture type.

Key words: human potential; alcohol consumption; modernization; innovation; values.