

### **ФАКТОРЫ И ТИПЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ АЛКОГОЛЯ И ТАБАКА В РОССИИ**

**Демьянова Анна Андреевна**

аспирант Государственного университета – Высшей школы экономики

Email: [anna.dem@nm.ru](mailto:anna.dem@nm.ru)

#### **Введение. Проблема, цели и задачи исследования**

На сегодняшний день в России опубликовано немного работ, посвященных проблеме аддиктивного поведения, т.е. потребления одного или нескольких наркотических средств (в частности, алкоголя, сигарет), протекающего на фоне измененного состояния сознания. Между тем эта проблема актуальна в России уже на протяжении многих десятилетий: аддиктивное поведение, особенно курение и потребление алкоголя, имеет широкое распространение среди российского населения.

Российская статистика фиксирует серьезный «размах» негативных последствий влияния алкоголя на здоровье населения: в 1993–2000 гг. 283 тыс. человек умерли от отравления алкоголем, свыше 70 тыс. умерли от алкогольной болезни. При этом к концу 1990-х гг. алкоголизация как причина смертности среди трудоспособного населения по значимости вышла на первое место, опередив сердечно-сосудистые заболевания и новообразования. Что касается криминального поведения во время алкогольного опьянения и его последствий, то и здесь статистика неумолима: за тот же временной отрезок 160 тыс. человек убито лицами, находящимися в состоянии опьянения, около 80 тыс. человек погибло на дорогах по вине пьяных водителей [Заиграев 2001].

В России аддиктивное потребление имеет свой характер, свои особенности и дополнительные предпосылки. Совокупность экономических и материально-бытовых проблем, выливающих в социальную неуверенность, психологическое неприятие бытовой неустроенности, стимулируют потребность ухода от реальности, изменения настроения, что часто находит выход в потреблении наркотических средств.

Проблема алкоголизма в России имеет столь массовый характер также в силу культурных особенностей нашей страны, делающих потребление алкоголя частью повседневной жизни. «Преобладание в массовой психологии отношения к потреблению спиртного как обязательной нормы поведения при определенных обстоятельствах придает ему привычный и социально одобряемый характер» [Там же]. Решением этой проблемы государство занималось на протяжении всего предыдущего столетия, но проводимая политика не только не дала нужных результатов, но даже усугубила и без того неблагоприятную ситуацию. Основная причина в том, что при ограничении предложения или повышении цен уровень спроса на наркотические средства сохранялся. Именно поэтому особенно интересно рассмотреть причины аддиктивного поведения и их особенности в зависимости от различных групп населения, что будет способствовать выявлению наиболее эффективных методов борьбы с таким поведением и снижения спроса на наркотические вещества.

В данной работе рассматривается потребление только двух типов наркотических средств: табака и алкоголя, так как потребление именно этих средств имеет «богатую» историю и наиболее широкое распространение в нашей стране. Именно эти наркотические средства в настоящий момент наиболее доступны для населения.

*Цель* данной работы – изучение типов и факторов потребления алкоголя и табака в России. Работа решает следующие *задачи*.

1. Выявление типов потребления алкоголя в зависимости от конкретных спиртных напитков (водка, пиво, самогон, сухое вино, шампанское, крепленое вино и другие напитки).
2. Выявление факторов потребления алкоголя и табака:
  - а) влияющих на вероятность потребления алкоголя и сигарет;
  - б) влияющих на частоту потребления алкоголя и сигарет;
  - в) влияющих на количество потребляемого алкоголя и сигарет.
3. Выявление факторов, влияющих на потребление алкоголя и табака различными группами населения (влияние пола, места жительства).

### **Гипотезы**

Анализ работ зарубежных экономистов и социологов в области аддиктивного поведения позволяет выдвинуть ряд предположений о его возникновении и развитии. В данной работе будет осуществлена проверка следующих гипотез.

1. Различные виды аддиктивного поведения взаимосвязаны. Р. Джессор и С. Джессор доказали, что индивиды, потребляющие марихуану, с большей вероятностью, чем остальные, испытывают трудности, связанные с чрезмерным потреблением алкоголя [Jessor, Jessor 1977]. Д. Кэндел утверждает, что аддиктивное поведение одного типа переходит в аддиктивное поведение другого типа, и выделяются четыре стадии потребления наркотических средств: 1) потребление пива и вина; 2) потребление сигарет и (или) крепких спиртных напитков; 3) потребление марихуаны; 4) потребление других нелегальных наркотиков [Kandel 1975]. В данной работе будет осуществлена проверка следующей гипотезы: *потребление алкоголя и сигарет взаимосвязаны*: те, кто потребляет спиртные напитки, с более высокой вероятностью являются курящими и наоборот. Кроме того, предполагается наличие взаимосвязи между частотой и количеством потребления алкоголя и частотой курения.
2. В статье М.Е. Поздняковой [Позднякова 2001] отмечается, что потребление наркотиков в большей степени распространено среди мужчин, чем среди женщин. Несмотря на то что доля женщин-наркоманок в последние годы растет (на сегодняшний день эта цифра в 23 регионах России колеблется от 12 до 30% по сравнению с 2–7% в конце 1980-х гг.), соотношение между женщинами и мужчинами-наркоманами в России составляет 1:7. В данной работе выдвигается предположение о том, что *потребление алкоголя и сигарет также в большей степени распространено среди мужчин, чем среди женщин*. Предположительно, мужчины демонстрируют более высокие показатели частоты и количества потребления алкоголя и сигарет, чем женщины; при этом женщины предпочитают более слабые алкогольные напитки.

Кроме того, на потребление наркотиков среди мужчин и женщин влияют разные факторы. В частности, М.Е. Поздняковой выявлено, что инициация потребления наркотиков именно у женщин может быть спровоцирована желанием удержать партнера [Там же], а в работе Б. Флэя [Flay 1994] показано, что на потребление аддиктивных средств девушками, по сравнению с молодыми людьми, большее влияние оказывают родители. Поэтому в данной работе будет рассматриваться влияние разных факторов на курение и потребление алкоголя как всеми респондентами, так и отдельно мужчинами и женщинами.

3. Традиционное восприятие гендерных ролей усиливает гендерные различия в отношении потребления алкоголя и проблем, связанных с ним [Huselid, Cooper 1992]. Исследование 2052 подростков (13–19 лет) в г. Буффало и Нью-Йорке показало, что традиционное

восприятие распределения мужских и женских ролей положительно влияет на потребление алкоголя мужчинами и отрицательно – на потребление алкоголя женщинами. В данной работе будет осуществлена проверка *влияния установок в отношении гендерных ролей на параметры потребления алкоголя и сигарет*: факт потребления (курит / не курит, пьет / не пьет), частоту и количество потребления. В качестве установок анализируется позиция респондента о том, «должна ли жена работать» или скорее «должна быть домохозяйкой».

4. Повышение цен отрицательно влияет на потребление алкоголя [Grossman et al. 1993]. Кроме того, как показывает опыт превентивной политики (в частности, 1919 г.), повышение цен на алкоголь может повлечь за собой замену потребления качественного алкоголя более дешевыми субститутами. Поэтому можно предположить, что *уровень дохода влияет на потребление алкоголя и сигарет*: наименее чувствительные к цене аддиктивного средства группы (более высокодоходные) склонны потреблять сигареты и алкоголь с большей частотой и в больших количествах. Предполагаются различия в предпочтениях типов потребляемого напитка / сигарет среди различных доходных групп: например, среди низкодоходных групп наиболее популярными будут напитки низкого ценового сегмента (например, самогон) и более дешевые типы сигарет (например, сигареты без фильтра).
5. Согласно выдвинутой Г. Беккером теории рациональных пристрастий [Беккер 2003], индивиды, попавшие под зависимость от наркотического вещества, могут быть охарактеризованы отсутствием ориентации на будущее. Таким образом, предполагается следующее *влияние ориентации на будущее в целом на потребление алкоголя и сигарет*:
  - а) индивиды, наиболее *оптимистично* настроенные в отношении будущего уровня жизни, в меньшей степени склонны курить и потреблять алкоголь, а также склонны потреблять алкоголь и сигареты с более низкой частотой, в меньших количествах. Оценка уровня «оптимистичности» в данной работе произведена на основе индекса, фиксирующего настроения респондента в отношении карьерных перспектив в ближайшем будущем (в течение 12 месяцев), уровня жизни респондента и его семьи, а также уверенности в своих силах «изменить жизнь к лучшему»;
  - б) люди с более высоким уровнем *образования* в меньшей степени склонны курить и потреблять алкоголь. Кроме того, они скорее всего являются приверженцами слабоалкогольных напитков и (или) склонны потреблять алкоголь и сигареты с более низкой частотой, в меньших количествах;
  - в) люди, обучающиеся или обучавшиеся за последние 2 года на *профессиональных курсах*, курсах повышения квалификации, в меньшей степени склонны курить и потреблять алкоголь и скорее всего являются приверженцами слабоалкогольных напитков и (или) склонны потреблять алкоголь и сигареты с более низкой частотой, в меньших количествах.
6. Теория социального обучения [Peirce et al. 1994] гласит, что личностные ресурсы (в частности, уровень самооценки) оказывают влияние на состояние депрессии, а затем и потребление алкоголя. В данной работе проверяется предположение о влиянии *самооценки* (субъективной оценки материального положения, профессиональной квалификации, воспринимаемого отношения окружающих) на потребление алкоголя и сигарет: люди с более высокой самооценкой в меньшей степени склонны курить и потреблять алкоголь и скорее всего являются приверженцами слабоалкогольных напитков и (или) склонны потреблять алкоголь и сигареты с более низкой частотой, в меньших количествах.

7. Также будет осуществлена проверка *влияния общей удовлетворенности жизнью и материальным положением на настоящий момент* как еще одного «личностного» фактора депрессии, потребления алкоголя и сигарет: предположительно, люди, более удовлетворенные жизнью в настоящий момент, в меньшей степени склонны курить и потреблять алкоголь и скорее всего являются приверженцами слабоалкогольных напитков и (или) склонны потреблять алкоголь и сигареты с более низкой частотой, в меньших количествах.
8. Согласно теории социальных обручей [social control theory] Т. Хирши, ряд факторов оказывают сдерживающее влияние на аддиктивное поведение [Hirschi 1969].
- a. Фактор *«занятости»*: наиболее занятые люди в меньшей степени склонны к аддиктивному поведению. Мы протестируем влияние *рабочего времени* на потребление алкоголя: люди, проводящие на рабочем месте более продолжительное время, в меньшей степени склонны злоупотреблять алкоголем. Влияния занятости на потребление сигарет, предположительно, не будет выявлено: например, влияние данного фактора на потребление марихуаны не подтвердилось, и была выдвинута гипотеза о том, что этот фактор оказывает «сдерживающее» влияние только на более время- и энергоемкие типы аддиктивного поведения, такие, как потребление алкоголя [Ginsberg, Greenley 1978].
  - b. Фактор *«приверженности»* социальным институтам, целям и формам поведения, принятым в обществе (в качестве примера фактора «приверженности» Т. Хирши приводит ориентацию подростка на продолжение обучения в школе и получения престижной в данном обществе профессии). Мы протестируем следующие гипотезы о влиянии фактора «приверженности» институтам *религии и брака*:
    - 1) более религиозные люди в меньшей степени склонны злоупотреблять алкоголем и табаком. Помимо этого предполагается наличие влияния конкретного вероисповедания на потребление алкоголя: среди мусульман значительно чаще, чем среди представителей других конфессий встречаются люди, в меньшей степени склонные к потреблению алкоголя;
    - 2) состояние в браке отрицательно повлияет на потребление алкоголя и сигарет.
  - c. Фактор *наличия детей*: предполагается, что индивиды, имеющие детей, в меньшей степени склонны к потреблению алкоголя и курению.
9. Согласно концепции дифференцированной ассоциации и социального обучения [Akers et al. 1979], на аддиктивное поведение индивида оказывает влияние его окружение. Индивид перенимает модели поведения, наблюдаемые в его ближайшем окружении с большей частотой, более продолжительное время, появившиеся раньше в его жизни и (или) из более привлекательного, престижного источника. Таким образом, предполагается влияние *потребления алкоголя и сигарет супругом* (как представителем ближайшего окружения) на потребление этих аддиктивных средств индивидом: это касается как «факта курения и потребления алкоголя» (респонденты, чьи супруги курят или потребляют алкоголь, с большей вероятностью склонны к такому потреблению), так и моделей потребления аддиктивных средств (частоты, количества).
10. Будет проверена гипотеза о влиянии *места жительства* на потребление алкоголя: предполагается, что в наименее материально благополучных районах чаще встречается «проблемное» потребление алкоголя (в частности, в селах алкоголь потребляют в больших количествах и более популярными являются более дешевые спиртные напитки).

11. Согласно гипотезе Д. Паркера и Дж. Броди, представители *определенных профессий* (в частности, те, чья работа не требует решения сложных задач и не предполагает контроль результатов) в большей степени склонны к потреблению алкоголя [Parker, Brody 1982]. Отсюда мы предполагаем, что рабочие в большей степени склонны к потреблению алкоголя и курению.
12. *Существует два типа потребления спиртных напитков*: первый объединяет крепкие напитки (водка, самогон и т.п.); второй включает слабоалкогольные напитки (винные напитки, пиво и т.п.). Возможно, будет выявлен третий тип потребления, в который войдет только пиво как не относящееся к крепким алкогольным напиткам и винным напиткам.

## Описание базы данных

Работа выполнена на базе данных 9-й волны Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения (РМЭЗ), проводившейся осенью 2000 г. Мы анализировали индивидуальные карточки членов домохозяйства, при этом с учетом специфики исследования введено ограничение по возрасту: рассматривалось аддиктивное поведение только респондентов от 16 лет и старше. Объем выборки с учетом возрастного ограничения в девятой волне составляет 8702 респондента.

## Результаты эмпирического анализа

### *Статистика потребления алкоголя и сигарет*

На основе вопроса «В течение последних 30 дней вы употребляли алкогольные напитки?» были выделены группы «потребляющих алкоголь» и «не потребляющих алкоголь». Соотношение этих групп в 9-й волне РМЭЗ следующее.

Таблица 1. Потреблявшие алкоголь за последний месяц, %

В течение последних 30 дней Вы употребляли алкогольные напитки?	%*
Да	52,1
Нет	47,9
Общее (без пропущенных данных)	100,0

\* Здесь и далее указаны действительные проценты, без пропущенных данных.

Как видно из табл. 1, потребление алкоголя достаточно распространено: более половины опрошенных (52,1%) потребляли те или иные типы алкогольных напитков за последний месяц. Эта цифра стабильна, за последние несколько лет (5–10-я волны РМЭЗ) численность потреблявших алкоголь существенно не менялась (она колеблется от 51,4% в 8-й волне до 55,2% в 5-й волне).

Как и предполагалось, потребление алкоголя характерно в большей степени для мужчин: среди них доля потреблявших алкоголь за последний месяц составила 64,6% (против 42,6% среди женщин).

Наиболее популярным типом алкогольного напитка является водка или другие крепкие спиртные напитки: 32,5% потреблявших алкоголь за последний месяц пили водку. Пиво (брага) – следующий по популярности спиртной напиток (25,8%). Другие спиртные напитки значительно уступают первым двум: их потребление не превышает 10%.

Популярность того или иного типа алкогольного напитка сильно различается при сравнении различных доходных групп. Среди представителей более высокодоходной группы (доход

более 3 тыс. руб. в месяц) чаще встречается потребление водки (55,7% против 26,3% в группе с доходами менее 500 руб. в месяц), пива (45,2% против 24,8% соответственно) и сухого вина / шампанского (19,3% против 9,2%). При этом в низкодоходной группе выше процент потребления самогона (16,3 и 4,9% соответственно), что подтверждает гипотезу о том, что потребление дешевых напитков преобладает в низкодоходных группах.

Сопоставление потребления различных напитков жителями разных типов населенных пунктов показывает, что в селах, т.е. менее экономически благоустроенных типах населенных пунктов, больший процент респондентов потребляет дешевые напитки, в частности самогона (15,1% в селе, по сравнению с 4,9% в областном центре). Это подтверждает гипотезу о большей популярности самогона среди сельских жителей и меньшей популярности среди них более дорогих напитков (водки, пива, сухого вина / шампанского). Важно отметить, что наиболее существенные различия между областным центром и селом наблюдаются при сравнении потребления пива (32,7% в областном центре, 16,7% в селе), а наименьшие – при сравнении потребления водки и других крепких напитков (37,5 и 25,6% соответственно). Следовательно, можно сделать вывод о том, что большей популярностью среди сельских жителей пользуются крепкие напитки: несмотря на финансовые ограничения, потребление водки в этих типах населенных пунктов незначительно (по сравнению с потреблением пива) и уступает потреблению водки в более экономически благоустроенных типах.

Процент курящих людей составляет приблизительно треть опрошенных. Эта цифра достаточно постоянна во всех волнах исследования и колеблется от 30,3% в 5-й волне до 33,2% в 10-й. В 9-й волне соотношение курящих и не курящих следующее.

Таблица 2. Численность курящих, %

Вы курите в настоящее время?	%
Да	31,5
Нет	68,5
Общее (без пропущенных данных)	100

Существенные различия в потреблении сигарет наблюдаются при сравнении представителей разных полов. Если среди мужчин курящих более половины (57,9%), то среди женщин эта доля в пять раз меньше (всего лишь 11,6%).

Наиболее популярны среди респондентов сигареты с фильтром, их курит более половины курящих (58,4%). Сигареты без фильтра курит треть опрошенных (33,7%).

Как и в случае потребления алкоголя, наблюдаются различия в потреблении типов сигарет среди различных доходных групп: подавляющее большинство представителей более высокодоходной группы потребляют сигареты с фильтром (86,3%) и только 10,6% курят сигареты без фильтра, тогда как в низкодоходной группе почти половина (48,8%) курят сигареты без фильтра.

### ***Факторы, использованные в анализе***

Влияние выделенных факторов на потребление алкоголя было оценено методом регрессионного анализа. На основе гипотез, выдвинутых в рассмотренных теоретических работах, была составлена следующая формула, описывающая влияние различных экономических и социальных факторов на потребление алкоголя и сигарет.

$Y$  (потребление алкоголя) =  $B + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + B_6X_6 + B_7X_7 + B_8X_8 + B_9X_9 + B_{10}X_{10} + B_{11}X_{11} + B_{12}X_{12} + B_{13}X_{13} + B_{14}X_{14} + B_{15}X_{15} + B_{16}X_{16} + B_{17}X_{17} + B_{18}X_{18} + \varepsilon$ , где:

$X_1$  – пол;  $X_2$  – возраст;  $X_3$  – установки в отношении гендерных ролей;  $X_4$  – доход (отдельно доход респондента и отдельно доход супруга, для респондентов, состоящих в браке);  $X_5$  – оптимистичность в отношении материального положения и уровня жизни в будущем;  $X_6$  – образование;  $X_7$  – самооценка материального положения, уважения со стороны окружающих, профессионального уровня;  $X_8$  – общая удовлетворенность жизнью в целом и материальным положением в частности;  $X_9$  – занятость, количество рабочих часов в неделю;  $X_{10}$  – рабочая специальность;  $X_{11}$  – религиозность, вера;  $X_{12}$  – исповедание ислама;  $X_{13}$  – семейное положение;  $X_{14}$  – потребление алкоголя супругом;  $X_{15}$  – потребление сигарет респондентом;  $X_{16}$  – количество детей;  $X_{17}$  – регион проживания,  $X_{18}$  – тип населенного пункта.

По схожей формуле будет протестировано влияния этих же факторов на потребление сигарет:

$Y$  (потребление сигарет) =  $B + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + B_6X_6 + B_7X_7 + B_8X_8 + B_9X_9 + B_{10}X_{10} + B_{11}X_{11} + B_{12}X_{12} + B_{13}X_{13} + B_{14}X_{14} + B_{15}X_{15} + B_{16}X_{16} + B_{17}X_{17} + B_{18}X_{18} + \varepsilon$ ,

где в качестве независимых использованы те же переменные, что и в формуле с зависимой переменной «потребление алкоголя», только  $X_{14}$  описывает потребление сигарет супругом, а  $X_{15}$  – потребление алкоголя респондентом.

### **Оценка влияния выделенных факторов на потребление алкоголя**

Для оценки влияния выделенных факторов на потребление алкоголя было рассмотрено несколько переменных.

1. Переменная, указывающая на то, потреблял ли респондент алкоголь за последний месяц (дамми-переменная).
2. Частота потребления алкоголя за последний месяц (количественная переменная, отражающая, сколько раз респондент потреблял алкоголь за последние 30 дней).
3. Количество потребленного алкоголя за последний месяц (объем всех выпитых за последний месяц напитков в «условных единицах водки»).
4. Типы алкогольных напитков, которые респондент потреблял за последний месяц (6 количественных переменных, идентифицирующих количество потребляемых респондентом конкретных алкогольных напитков: например, водки, пива, сухого вина, крепленого вина, самогона, других напитков).
5. Типы потребления алкоголя, предварительно выделенные методом факторного анализа.

Первая модель регрессионного анализа (бинарная логистическая регрессия) была сделана с целью выявления влияния выделенных факторов на вероятность потребления алкоголя (за последние 30 дней). Зависимая переменная – дамми, где «1» означает, что за последний месяц респондент потреблял спиртные напитки, «0» – не потреблял. Результаты анализа приведены в [Приложении](#) в табл. 1.

Наибольшее влияние на вероятность потребления алкоголя для семейных респондентов оказывает *потребление алкоголя супругом*: коэффициент  $B$  равен 1,806. Таким образом, подтверждаются постулаты теорий, изучающих влияние окружения на аддиктивное поведение индивида, в частности, теорий дифференцированной ассоциации и социального обучения. *Принадлежность к мужскому полу* также значительно повышает вероятность

потребления алкоголя: при фиксированных прочих переменных принадлежность к мужскому полу увеличивает данную вероятность более чем в 3 раза (экспонента равна 3,226). *Потребление сигарет* респондентом повышает вероятность потребления алкоголя приблизительно в 1,8 раза, что подтверждает гипотезу о взаимосвязи различных форм аддиктивного поведения. Также положительное влияние на вероятность потребления алкоголя оказывает переменная *«доход супруга»*, *оптимистичность* респондента; отрицательно влияют *установки в отношении гендерных ролей* (люди, характеризующиеся традиционными установками в отношении гендерных ролей, с меньшей вероятностью склонны потреблять алкоголь).

Увеличивают вероятность потребления алкоголя как фактор *низкого уровня образования*, так и фактор *высшего образования* (обучение в вузе), что говорит об общей распространенности потребления алкоголя в целом в различных группах. По-видимому, различия в потреблении алкоголя между индивидами с разным уровнем образования следует искать в частоте потребления, количестве потребления и типах потребляемых алкогольных напитков.

### ***Частота потребления алкоголя***

Регрессионное уравнение было построено по тем же независимым переменным, которые были использованы в модели «потребление / не потребление алкоголя». В качестве переменной, идентифицирующей потребление алкоголя супругом, была взята *частота* потребления алкоголя. В качестве переменной «потребление сигарет респондентом» была взята количественная переменная, указывающая на *количество* выкуриваемых за день сигарет.

Проведенный регрессионный анализ описывает приблизительно 20% процентов вариации зависимой переменной: коэффициент детерминации равен 0,204. Результаты анализа представлены в [Приложении](#) в табл. 2.

Как и в регрессионной модели «потребление / не потребление алкоголя», наиболее существенное влияние на частоту потребления алкоголя оказывает *пол* респондента: коэффициент частной корреляции равен 0,291, означая, что мужчины потребляют алкоголь чаще женщин; а также *частота потребления алкоголя супругом* (0,268), т.е. чем чаще потребляет алкоголь супруг, тем чаще потребляет алкоголь и сам респондент, подтверждая гипотезу о влиянии моделей аддиктивного поведения на индивида со стороны его ближайшего окружения.

Как уже было выяснено ранее, потребление сигарет повышает вероятность потребления алкоголя. Наша регрессионная модель показала также, что *частота курения* (количество выкуриваемых сигарет в день) оказывает существенное влияние на частоту потребления алкоголя, вновь подтверждая гипотезу о взаимосвязи различных видов аддиктивного поведения.

Положительное влияние на частоту потребления алкоголя оказывает *низкий уровень образования респондента* («Обучался на профессиональных курсах, например, на курсах трактористов, шоферов, машинисток, бухгалтеров»).

Небольшое отрицательное влияние на частоту потребления алкоголя оказывает переменная *«установки в отношении гендерных ролей»* (люди с традиционными установками склонны потреблять алкоголь с меньшей частотой) и *место проживания*: жители Северного региона потребляют алкоголь с меньшей частотой по сравнению с жителями Центрального и Центрально-Черноземного региона. Также с меньшей частотой по сравнению с жителями областных центров потребляют алкоголь жители сел, что скорее всего обусловлено более низким уровнем дохода во втором типе населенных пунктов.

Как уже отмечалось, на потребление алкоголя мужчинами и женщинами предположительно влияют разные факторы. Для выявления особенностей были оценены дополнительно две регрессионные модели: для мужчин и женщин.

Влияние дополнительных факторов было выявлено только при анализе регрессионной модели «частота потребления алкоголя женщинами». Регрессионное уравнение в данном случае имеет большую объяснительную способность, чем для мужчин: коэффициент детерминации для мужчин равен 0,161, тогда как для женщин он составляет 0,328. Было выявлено, что на частоту потребления алкоголя женщинами существенное положительное влияние оказывает *доход супруга* (коэффициент частной корреляции равен 0,133), *низкий уровень образования* (0,096). Небольшое отрицательное влияние на частоту потребления алкоголя женщинами оказывает *возраст* (для старших женщин в меньшей степени характерно частое потребление) и *наличие детей до трех лет*. Последний фактор, по всей видимости, является «сдерживающим» в соответствии с теорией Хирши, при этом легко объясним тот факт, что значимое влияние оказывает именно он, а не переменные, идентифицирующие наличие у респондента детей более старшего возраста, так как присмотр за маленькими детьми (до трех лет) включает в себя этап кормления и этап наиболее пристального присмотра.

### ***Количество потребленного алкоголя***

В качестве зависимой переменной в данной модели регрессионного анализа выступает общий объем потребленных спиртных напитков в «условных единицах водки». Регрессионное уравнение объясняет 21% вариации, коэффициент детерминации равен 0,206. Результаты представлены в [Приложении](#) в табл. 3.

На количество потребляемого алкоголя наиболее существенное влияние оказывают примерно те же переменные, что и на частоту потребления. Наиболее существенное влияние оказывает *пол* респондента, где мужской обозначен 1, а женский 0 (0,366 коэффициент частной корреляции), а также *частота потребления алкоголя супругом* (0,129) и *частота курения самим респондентом* (0,13).

В отличие от регрессионной модели для частоты потребления и от модели «потребления / не потребления» в данной регрессионной модели было выявлено значимое отрицательное влияние *возраста* (-0,100): респонденты старшего возраста склонны пить в меньших количествах. Также выявлено небольшое отрицательное влияние переменной «*исповедание ислама*» на количество потребляемого алкоголя и положительное влияние *места проживания*: жители Западной Сибири склонны потреблять алкоголь в больших количествах по сравнению с жителями Центрального региона.

Как и в случае с частотой потребления, наблюдаются небольшие различия во влиянии выделенных факторов на мужчин и женщин. Регрессионное уравнение обладает большей объясняющей способностью для женщин (коэффициент детерминации равен 0,163), чем для мужчин (0,093). Общие факторы, оказывающие положительное влияние на количество потребления алкоголя, как мужчинами, так и женщинами, – потребление алкоголя супругом и количество сигарет, выкуриваемых респондентом в день. В обоих случаях отрицательное влияние на объем потребления оказывает возраст респондента. На женщин оказывают значимое положительное влияние низкий уровень образования (0,100) и самооценка (0,083). Как и в случае с частотой потребления, отрицательное влияние на объем потребления алкоголя женщинами оказывает наличие детей до трех лет (0,094).

Количество потребления алкоголя несколько выше в селах, по сравнению с областными центрами, что с учетом более низкого дохода может объясняться влиянием других факторов на потребление алкоголя именно в этом типе населенных пунктов. Поэтому была оценена

регрессионная модель для выявления влияния выделенных факторов на объем потребления алкоголя. Вопреки ожиданиям о влиянии специфических факторов на потребление алкоголя в селах, других факторов, оказывающих положительное влияние на количество потребления алкоголя в этом типе населенных пунктов, не было выявлено.

### ***Типы и факторы потребления алкоголя***

Для выявления типов потребления алкоголя в зависимости от типа спиртного напитка был проведен факторный анализ методом главных компонент для группирования переменных, свидетельствующих о потреблении респондентом каждого типа спиртного напитка за последний месяц.

6 дамми-переменных (потребление пива, браги; водки и других крепких спиртных напитков; самогона; сухого вина, шампанского; крепленого вина; других спиртных напитков) были автоматически сгруппированы в два фактора, в сумме описывающих 43,7% вариации: первый 25,9%, второй 17,8% (см. табл. 3).

Таблица 3. Факторный анализ. Матрица компонент факторов

	Компоненты	
	1 фактор	2 фактор
В течение последних 30 дней Вы пили пиво, брагу?	<b>0,793</b>	-0,144
В течение последних 30 дней Вы пили сухое вино, шампанское?	0,387	<b>0,604</b>
В течение последних 30 дней Вы пили крепленое вино?	0,331	<b>0,356</b>
В течение последних 30 дней Вы пили самогон?	0,303	<b>-0,628</b>
В течение последних 30 дней Вы пили водку или другие крепкие напитки?	<b>0,703</b>	-0,206
В течение последних 30 дней Вы пили что-нибудь другое?	0,284	<b>0,345</b>

Таким образом, в первый фактор объединены переменные, указывающие на потребление респондентом пива и водки (0,793 и 0,703 соответственно). Во втором факторе оказались переменные, указывающие на потребление сухого вина / шампанского (0,604), крепленого вина (0,356), других спиртных напитков (0,345) и самогона с отрицательным знаком (-0,628). Можно предположить, что первый фактор объединил наиболее «привычные», «стандартные», «повседневные» спиртные напитки для «общения в неофициальной обстановке».

Второй фактор включает более «праздничные», «романтизированные» напитки: винные напитки, другие спиртные напитки (например, ликеры). Присутствие в этом факторе самогона с отрицательным знаком легко объяснимо: культура потребления и имиджевое восприятие самого напитка в значительной степени отличаются от других напитков, объединенных под этим фактором. Таким образом, этот фактор описывает противоположные тенденции: те, кто потребляет винные напитки, не склонны потреблять самогон, и наоборот.

Напитки обладают символическим значением не только в России. Например, М.А.Торнтон [Thornton 1987] на примере австрийской деревни выделил два класса спиртных напитков, которые отвечают различным функциональным назначениям. Сект (аналог шампанского в Австрии) и шнапс находятся в оппозиции, тогда как остальные напитки занимают промежуточное положение: например, ближе всего к секту – пиво, затем горячительные напитки, а к шнапсу наиболее близки холодные вина и в меньшей степени – горячие напитки из вина. Таким образом, два напитка, противопоставленных друг другу, являются символами социализации. Шнапс и напитки его класса ассоциируются с социальными взаимоотношениями, а напитки класса секта – с индивидуализацией. Переводя описанную ситуацию на российскую действительность, можно предположить, что первый фактор

тяготеет к «напиткам типа шнапса», т.е. объединяет напитки, предназначенные для потребления в обыденных, повседневных ситуациях, без привязки к праздникам и иным событиям. Второй фактор, близкий к «напиткам типа сект», объединяет напитки, которые обычно потребляют по культурно-означенным датам (Новый год, день рождения и пр.).

С целью более детального изучения этих факторов и влияющих на них переменных были проведены два регрессионных анализа. Первый регрессионный анализ с первым фактором в качестве зависимой переменной описывает около 20% вариаций этой переменной: коэффициент детерминации равен 0,197 (см. табл. 4 [Приложения](#)).

Как и в предыдущих регрессионных моделях, существенное влияние на зависимую переменную оказывают привычки в потреблении алкоголя супругом и частота потребления сигарет респондентом. Существенное *положительное* влияние на первый фактор оказывает *пол респондента*, т.е. данный фактор объединяет в себе «мужские» спиртные напитки. Значимое положительное влияние наблюдается также со стороны переменной, идентифицирующей наиболее *низкий уровень образования* (профессиональные курсы), и переменных, идентифицирующих *высшие уровни образования* (институт, аспирантура), что говорит о распространенности, общепризнанности напитков, объединенных под этим фактором. Отрицательное влияние оказывает *фактор проживания в селе*, что говорит о том, что эти напитки (водка, пиво) в меньшей степени популярны среди сельских жителей по сравнению с жителями областных центров.

Регрессионное уравнение со вторым фактором в качестве зависимой переменной описывает 18,8% вариации (см. табл. 5 [Приложения](#)).

Рассматривая основные переменные, оказывающие влияние на второй фактор, можно сделать вывод о том, что напитки, объединенные этим фактором, больше потребляют *женщины*, респонденты с более *высоким уровнем дохода* (положительное влияние дохода) и более *высоким уровнем образования* (положительное влияние фактора «обучался в вузе»). Эти напитки не характерны для относительно некрупных населенных пунктов: *городов, не являющихся областными центрами, поселков городского типа и сел* по сравнению с областными центрами.

### ***Оценка влияния факторов на потребление табака***

Для оценки влияния выделенных факторов на потребление табака были рассмотрены две независимые переменные: переменная, указывающая на то, курит ли респондент в настоящее время, и количество выкуриваемых в день сигарет. В соответствии с этими переменными были оценены две модели регрессионного анализа.

Первая регрессионная модель, бинарная логистическая регрессия, была построена для оценки влияния выделенных факторов на потребление сигарет (дамми-переменная, где «1» означает «курит в настоящее время», «0» – «не курит»). Результаты регрессии представлены в табл. 6 [Приложения](#).

Наиболее существенное влияние на вероятность потребления респондентом сигарет оказывает *пол респондента*. Коэффициент В в данном случае равен 2,805. *Курящий супруг* повышает вероятность потребления сигарет самим респондентом в 2,2 раза (экспонента равна 2,228), что подтверждает гипотезу о влиянии на индивида аддиктивного поведения ближайшего окружения.

Как выявлено ранее, потребление сигарет респондентом оказывает влияние на потребление алкоголя. Данная регрессионная модель указывает на наличие и обратного влияния: *потребление алкоголя* респондентом повышает вероятность потребления сигарет приблизительно в 1,9 раза.

Существенное отрицательное влияние на потребление сигарет оказывает фактор *высшего образования*, снижая вероятность потребления более чем в 2 раза (экспонента равна 0,481). При этом существенное положительное влияние на вероятность курения оказывает *принадлежность респондента к рабочим* (экспонента равна 1,808), из чего можно сделать вывод о том, что к курению в большей степени склонны люди с более низким социальным статусом, тогда как среди представителей более высокого социального статуса курящие встречаются реже.

#### *Количество выкуриваемых сигарет*

Нами был выполнен регрессионный анализ, в котором в качестве зависимой переменной выступает количество выкуриваемых сигарет в день. В качестве независимой переменной, описывающей модель потребления сигарет супругом, выступает *количество* выкуриваемых супругом сигарет в день.

Коэффициент детерминации составляет 0,349 (см. табл. 7 [Приложения](#)). Наибольшее влияние на количество потребления сигарет оказывает *пол респондента* (коэффициент частной корреляции равен 0,416). Как показала данная регрессионная модель, *частота потребления алкоголя* оказывает значимое положительное влияние на частоту потребления сигарет (0,124). Существенное положительное влияние на частоту потребления сигарет оказывает *принадлежность респондента к рабочим* (0,149), при этом, как видно из таблицы, частое курение в меньшей степени характерно для людей с *высшим образованием* (-0,079), что говорит о том, что частое курение характерно в большей степени для людей с невысоким социальным статусом.

*Количество рабочих часов*, вопреки выдвинутым гипотезам, оказывает положительное влияние на частоту курения (0,053). Напомним, что согласно гипотезе Хирши, более занятые люди в меньшей степени склонны к аддиктивному поведению. Но, как уже говорилось ранее, эта гипотеза не подтвердилась в исследовании И. Гинсберга и Дж. Гринли [Ginsberg, Greenley 1978], посвященном потреблению марихуаны как форме аддиктивного поведения, не требующей существенных временных затрат. Таким образом, предполагалось, что количество рабочих часов может повлиять на потребление алкоголя, но не на потребление сигарет. Положительное влияние фактора занятости в данной регрессионной модели говорит о том, что курение тесно сопряжено с работой. По всей видимости, на работе респонденты склонны потреблять большее количество сигарет, чем во вне рабочее время, что говорит о распространенности практики «перекуров на работе», курения в компании коллег.

*Частота потребления сигарет супругом* также оказывает влияние на частоту потребления сигарет семейными респондентами (0,057), что говорит о влиянии моделей курения ближайшего окружения на курение индивида.

Регрессионная модель была оценена отдельно для мужчин и женщин. В обоих случаях наиболее существенное положительное влияние оказывает частота потребления алкоголя; выраженное положительное влияние оказывает частота потребления сигарет супругом, а также количество рабочих часов в неделю; отрицательное влияние на частоту потребления сигарет оказывает доход супруга.

На количество сигарет, потребляемых мужчинами, наиболее существенное влияние оказывает наличие высшего образования. Коэффициент частной корреляции отрицателен (-0,119), т.е. мужчины с высшим образованием курят с меньшей частотой. Также значимое отрицательное влияние на частоту потребления сигарет мужчинами оказывает самооценка. В регрессионной модели для женщин влияние этого фактора не значимо, но в данном случае обнаружено отрицательное значимое влияние возраста: женщины старшего возраста менее склонны к курению.

## **Выводы**

### *Группы по типам потребления алкоголя и сигарет*

Потребление алкоголя достаточно распространено среди российского населения (более половины опрошенных потребляли алкоголь за последний месяц). Наиболее популярными типами алкогольных напитков являются водка и пиво. Эти напитки, как и винные напитки в большей степени распространены в высокодоходной группе респондентов; в низкодоходной группе большей популярностью пользуется самогон, что подтверждает гипотезу о различии в потребляемых типах напитков среди различных доходных групп. Особенной популярностью самогон пользуется также у жителей сел, потребление же пива среди них менее распространено.

Гипотеза о разделении потребления алкогольных напитков на крепкие и слабоалкогольные напитки не подтвердилась, однако было обнаружено иное разделение, также на два типа. *Первый* тип объединяет водку и пиво. Эта группа была названа «повседневной», так как потребление напитков этого типа не связано с праздничной ситуацией, способствует налаживанию социальных связей. Такой тип потребления более распространен среди мужчин. *Второй* тип потребления описывает потребление винных напитков с положительным знаком и самогон с отрицательным: те, кто склонны потреблять винные напитки, не потребляют самогон, и наоборот. Этот тип потребления рассматривается как более «праздничный», предполагающий торжественность обстановки. Отрицательное влияние оказывает фактор пола, что говорит о популярности такого потребления среди женщин. Положительное влияние оказывает доход респондента и высокий уровень образования, что говорит о том, что приверженцы этого типа потребления – люди с более высоким социальным статусом.

Потребление сигарет – менее распространенное явление среди российского населения, чем потребление алкоголя: на момент опроса курила примерно треть респондентов. Подтверждена гипотеза о различиях в типах потребляемых сигарет: подавляющее большинство высокодоходных респондентов курит наименее «экономный» тип сигарет – сигареты с фильтром, тогда как сигареты без фильтра существенно более популярны среди бедных слоев населения.

### *Факторы, влияние которых было подтверждено эмпирически*

*Влияние пола.* Принадлежность к мужскому полу существенно увеличивает вероятность того, что индивид потребляет алкоголь или курит. Фактор пола оказывает влияние на частоту потребления алкоголя в целом, на объемы потребления алкоголя и на частоту курения. Наблюдаются гендерные различия в предпочтениях различных видов алкогольных напитков. Если на количество потребления пива, водки, самогона принадлежность к мужскому полу оказывает положительное влияние, то на количество потребления сухого вина / шампанского этот фактор оказывает отрицательное влияние, что говорит о большей популярности последних среди женщин.

*Взаимосвязь различных видов аддиктивного поведения.* Курение и потребление алкоголя взаимно влияют друг на друга. Курение повышает вероятность потребления алкоголя, количество выкуриваемых сигарет оказывает положительное влияние как на частоту потребления алкоголя, так и на количество этого потребления. Обратное влияние также было подтверждено.

*Влияние аддиктивного поведения ближайшего окружения на аддиктивное поведение индивида.* Гипотеза подтвердилась как в отношении потребления спиртных напитков, так и в отношении курения. Обнаружено влияние факта аддиктивного поведения («пил за последний

месяц – не пил», «курит – не курит»): курение супругом увеличивает вероятность курения самим индивидом, потребление алкоголя супругом увеличивает вероятность потребления алкоголя индивидом. На частоту и количество потребляемого алкоголя влияет частота потребления алкоголя супругом. На количество курения влияет количество потребляемых сигарет супругом. Таким образом, данное исследование подтверждает основные постулаты теории дифференцированной ассоциации и теории социального обучения, согласно которым инициация аддиктивного поведения и следование его определенным моделям являются результатом ассоциации индивида с представителями референтной группы, в частности с близкими людьми.

*Влияние дохода.* Во-первых, была подтверждена гипотеза о различии в типах потребляемых напитков: водка, пиво и сухое вино / шампанское более популярны среди высокодоходных групп, тогда как самогон популярен среди бедных слоев населения. Аналогично, наиболее опасный для здоровья тип сигарет – сигареты без фильтра – более распространен среди низкодоходной части населения. Во-вторых, обнаружено влияние дохода на потребление алкоголя в целом. Доход респондента и (или) его супруга оказывает значимое положительное влияние на факт и частоту потребления алкоголя (увеличивает вероятность потребления алкоголя индивидом). По всей видимости, в России экономический фактор выступает как «сдерживающий», ограничивающий возможности индивида в потреблении алкоголя.

*Влияние образования.* Гипотеза подтвердилась частично. Индивиды с наиболее низким уровнем образования с большей вероятностью и с большей частотой склонны потреблять алкоголь (значимого влияния всех уровней образования на количество потребления алкоголя в целом не было обнаружено). Тем не менее, увеличивает вероятность потребления алкоголя и фактор высокого уровня образования, что говорит о распространенности потребления алкоголя среди представителей различных социальных слоев. Различия, как и предполагалось, были обнаружены при рассмотрении определенных типов потребления алкоголя: обнаружено положительное влияние высокого уровня образования на тип потребления винных напитков с положительным знаком и самогон с отрицательным.

Подтверждена гипотеза о влиянии образования на курение: высокий уровень образования существенно снижает вероятность курения индивидом и оказывает отрицательное влияние на количество выкуриваемых в день сигарет, что говорит о том, что ориентированные на будущее индивиды в меньшей степени склонны к такому аддиктивному поведению, как курение.

*Влияние оптимистичности.* Предполагалось, что оптимизм как фактор ориентации на будущее оказывает сдерживающее влияние на склонность к аддиктивному поведению. Тем не менее, обнаружено, что оптимистичность настроения увеличивает вероятность потребления алкоголя индивидом. Есть два объяснения данного явления: во-первых, оптимизм в отношении будущего положения только условно является ориентацией индивида на будущее; во-вторых, его сдерживающее влияние может быть актуально только для проблемного потребления. В случае умеренного потребления оптимистичный настрой, возможно, является катализатором потребления алкогольных напитков, связанных с исключительными случаями: праздники, выходные, общение в компании.

*Влияние количества рабочих часов.* Влияния занятости индивида на потребление им алкоголя обнаружено не было. Вопреки ожиданиям было выявлено положительное влияние количества рабочих часов на частоту курения (на количество потребляемых сигарет в день).

*Влияние профессии на аддиктивное поведение.* Тестировалась гипотеза о влиянии принадлежности индивида к рабочим (к классу рабочих) на потребление алкоголя и сигарет. Влияние этого фактора на потребление алкоголя обнаружено не было. Однако этот фактор существенно повышает вероятность потребления индивидом сигарет и оказывает значимое положительное влияние на количество потребляемых сигарет. С учетом ранее выявленного

положительного влияния низкого уровня образования и отрицательного влияния дохода на потребление сигарет можно сделать вывод о том, что курение в большей степени характерно для индивидов с низким социальным статусом.

*Влияние возраста.* Возраст респондента оказывает отрицательное влияние на количество потребления алкоголя: индивиды более старшего возраста склонны потреблять алкоголь в меньших количествах, и наоборот. Наблюдается значимое влияние возраста на вероятность курения индивидом, но это влияние настолько мало, что не дает основания принимать данный фактор в расчет (исключение – женщины старших возрастных групп, среди которых курение значительно менее распространено).

*Влияние места жительства.* Значимое отрицательное влияние на частоту потребления алкоголя обнаружено со стороны фактора «проживание в селе»: потребление алкоголя в селах характеризуется меньшей частотой, чем в областных центрах, что, по всей видимости, частично является следствием более низкого уровня дохода сельских жителей. Как и предполагалось, наблюдаются различия в предпочтениях типов напитков между жителями различных типов населенных пунктов. Среди жителей села наблюдается больше потребляющих самогон, чем среди жителей областных центров, что подтверждает выдвинутую ранее гипотезу о сравнительной популярности этого вида алкоголя среди сельских жителей. При этом потребление пива в селе распространено существенно меньше, чем в областном центре.

Проживание в Северном и Северо-Западном регионах оказывает отрицательное влияние на частоту потребления алкоголя, а проживание в Западной Сибири – положительное влияние на количество потребляемого алкоголя (в обоих случаях потребление алкоголя в этих регионах сравнивается с соответствующим показателем в Центральном и Центрально-Черноземном регионах). В отношении потребления сигарет подобного влияния не выявлено.

*Количество детей.* Наличие детей рассматривалось как сдерживающий фактор: предполагалось его отрицательное влияние на потребление алкоголя и сигарет. Мы рассмотрели влияние трех переменных, идентифицирующих наличие детей трех возрастных категорий. Влияния этих переменных на потребление алкоголя и сигарет всеми респондентами обнаружено не было. «Сдерживающее» влияние обнаружено со стороны фактора «наличие детей до трех лет» на частоту и количество потребления алкоголя женщинами, что легко объяснимо гендерным распределением ролей в домохозяйстве, где функция заботы и воспитания детей лежит преимущественно на женщине, и поэтому частое потребление алкоголя в больших количествах для женщин с детьми до трех лет (т.е. требующих особенно пристального внимания) более проблематично.

*Факторы, влияние которых не подтвердилось*

Представленные ниже факторы не продемонстрировали значимого влияния в большинстве регрессионных моделей. Тем не менее, некоторые из них оказывали влияние в частных случаях: при проведении анализа отдельно для мужчин и женщин или для представителей определенных населенных пунктов.

В большинстве случаев факторы, влияния которых проверить не удалось, сложны для измерения: это психологическая оценка личности или общего эмоционального состояния на момент изучения (самооценка, удовлетворенность жизнью, установки в отношении гендерных ролей). При формировании этих факторов использовалось несколько переменных, но, вероятно, каждый из них имеет более сложную структуру.

*Влияние установок относительно гендерных ролей.* Традиционные установки снижают вероятность потребления респондентом алкоголя и оказывают отрицательное влияние на частоту потребления алкоголя. Предполагалось, что традиционные установки в отношении гендерных ролей будут усиливать различия между мужчинами и женщинами в потреблении алкоголя и сигарет, поэтому влияние данного фактора рассматривалось отдельно для

женщин и мужчин. Но ни в одной из регрессионных моделей значимого влияния выявлено не было.

*Удовлетворенность жизнью и материальным положением.* Влияние этого фактора также было незначимым в большинстве регрессионных моделей.

*Самооценка.* В большинстве случаев влияние этого фактора не значимо. Однако обнаружено положительное влияние на количество потребления алкоголя женщинами: женщины с более высоким уровнем самооценки склонны потреблять алкоголь в больших количествах, и наоборот, что противоречит выдвинутой гипотезе. Вероятно, положительное влияние самооценки на количество потребления алкоголя актуально только в случае «проблемного» потребления.

*Влияние брака* не было выявлено ни в одной из регрессионных моделей. Очевидно, самого факта «замужества» недостаточно для выявления степени «приверженности». Для выявления влияния этого фактора необходимы вопросы об отношении к институту брака, о взаимоотношениях с супругом и т.д., поэтому невозможность проверки этой гипотезы может быть частично обусловлена методологическими проблемами построения переменной.

*Влияние религии.* Влияния религии в целом не было выявлено ни в одной из моделей. Только исповедание ислама оказывает небольшое отрицательное влияние на количество потребления алкоголя в целом, что подтверждает гипотезу о том, что вследствие религиозных ограничений среди мусульман потребление алкоголя распространено в меньшей степени.

## Литература

*Беккер Г.* Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории. М.: ГУ–ВШЭ, 2003.

*Заиграев Г.Г.* Алкоголизация: влияние общества и государства на ее динамику // Россия: трансформирующееся общество / Под ред. В.А. Ядова. М.: Канон-пресс-Ц, 2001. С. 520–531.

*Позднякова М.Е.* Социальные и психологические предпосылки наркотизации // Россия: трансформирующееся общество / Под ред. В.А. Ядова. М.: Канон-пресс-Ц, 2001. С. 532–545.

*Akers R.L. et al.* Social Learning and Deviant Behavior: A Specific Test of a General Theory // American Sociological Review. 1979. Vol. 44. No. 4. P. 636–655.

*Flay B.F.* Differential Influence of Parental Smoking and Friend's Smoking on Adolescent Initiation and Escalation and Smoking // Journal of Health and Social Behavior. 1994. Vol. 35. No. 3. P. 248–265.

*Grossman M., Sindelar J.L., Mullahy J., Anderson R.* Policy Watch: Alcohol and Cigarette Taxes // Journal of Economic Perspectives. 1993. Vol. 7. No. 4. P. 211–222.

*Hirschi T.* Causes of Delinquency. Berkeley, Calif.: University of California Press, 1969.

*Huselid R.F., Cooper M.L.* Gender Roles as Mediators of Sex Differences in Adolescent Alcohol Use and Abuse // Journal of Health and Social Behavior. 1992. Vol. 33. No. 4. P. 348–362.

*Jessor R. Jessor S.L.* Problem Behavior and Psychosocial Development – A Longitudinal Study of Youth. New York: Academic Press, 1977.

*Kandel D.B.* Stages in Adolescent Involvement in Drug Use // Science. 1975. Vol. 190. P. 912–914.

*Parker D.A. Brody J.A.* Risk Factors for Alcoholism and Alcohol Problems among Employed Women and Men // Occupational Alcoholism: A Review of Research Issues / Research

Monograph. No. 8. National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism. Washington, DC: Superintendent of Documents, U.S. Government Printing Office, 1982. P. 99–127.

*Peirce R.S. et al.* Relationship of Financial Strain and Psychosocial Resources to Alcohol Use and Abuse: The Mediating Role of Negative Affect and Drinking Motives // *Journal of Health and Social Behavior*. 1994. Vol. 35. No. 4. P. 291–308.

*Thornton M.A.* *Sekt versus Schnaps in an Austrian Village // Constructive Drinking. Perspectives on Drink from Anthropology* / Ed. by M. Douglas. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.