

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ОБЗОРЫ

В. А. Кондратенко, Я. М. Рощина

Можем ли мы объяснить различия в моделях потребления алкоголя: обзор теоретических подходов¹



КОНДРАТЕНКО

Валерия

Александровна — магистрант программы «Прикладные методы социального анализа рынков» факультета социальных наук; стажёр-исследователь Лаборатории экономико-социологических исследований (ЛЭСИ); преподаватель кафедры экономической социологии Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». Адрес: Россия, 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: vkondratenko@hse.ru

Алкоголь является важной частью культуры многих народов, и модели его потребления различаются тем, как именно люди пьют, то есть какие напитки и в каких обстоятельствах употребляют, какие придают им смыслы и т. д. Эти аспекты обычно изучаются с точки зрения социологии, культурологии, антропологии, истории. Цель данной статьи — классифицировать публикации, посвящённые различиям в моделях потребления алкоголя, на основании доминирующей идеи. В первую очередь нужно обратить внимание на критерии выделения следующих паттернов: количественный (в зависимости от объёма и частоты потребления) и качественный (в зависимости от выбираемых напитков, обстоятельств, мотивов использования). Первый из них позволяет выделить такие часто используемые модели, как эпизодическое употребление алкоголя в больших количествах, злоупотребление, спорадический, постоянный лёгкий и интенсивный типы. В рамках второго чаще всего выделяют северный (основанный на водке), южный (базирующийся на вине) и центральноевропейский (предпочитающий пиво) типы. Акцент на мотивах потребления даёт возможность обнаружить четыре модели: усиление, совладание, конформизм и общность. Однако исследователи, как правило, хотят понять, чем объясняются различия в выборе паттерна потребления. Во второй части статьи мы обращаемся к систематизации таких объяснений на основе культурного, исторического и структурного подхода. В последней части статьи мы показали, что выделенные нами подходы позволяют объяснять особенности моделей потребления алкоголя в России и их изменение в течение последних двух десятилетий. Можно сделать вывод, что наиболее плодотворным является комплексное применение рассмотренных нами подходов — выделение паттернов на основе разнообразных критериев, объяснение их выбора как культурно-историческими факторами, так и с точки зрения различий между социальными группами, смыслами и мотивами потребления.

Ключевые слова: модели потребления алкоголя; мотивы потребления алкоголя; потребительская культура; структурный подход; культурно-антропологический подход; идентичность; эффект коллективности.

Чаще всего алкоголь рассматривается как фактор угрозы здоровью и социальная проблема. С этой точки зрения прежде всего важно понять, что

¹ В данной научной работе использованы результаты проекта «Соотношение формальных и неформальных источников хозяйственной власти в современной российской экономике», выполненного в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2021 г.



РОЩИНА Яна Михайловна — кандидат экономических наук, доцент департамента социологии; старший научный сотрудник Лаборатории экономико-социологических исследований (ЛЭСИ); ведущий научный сотрудник Центра лонгитюдных исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». Адрес: Россия, 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: yroshchina@hse.ru

влияет на спрос и какие меры можно использовать для его сокращения. Ранее в публикации «Что влияет на потребление алкоголя и табака: обзор экономических, социологических концепций и эмпирических результатов» [Рощина, Богданов 2018] были достаточно подробно рассмотрены некоторые факторы склонности к потреблению алкогольных напитков, в первую очередь основанные на экономических концепциях аддиктивных благ и потребительского капитала. Кроме того, в той же публикации упоминались такие социологические объяснения потребления алкоголя и табака, как теории девиантного поведения, социализация, поиск идентичности, а также «маркировка», «побег от реальности» и «диффузия инноваций» [Рощина, Богданов 2018]. Это направление исследований очень важно, так как потребление алкоголя в современной России было подвержено существенным изменениям. Так, в 1990-х гг. наблюдалось значительное увеличение объёма продаж, а также снижение спроса на водку и рост — на пиво. За последнее десятилетие одной из важнейших тенденций является увеличение доли людей, отказывающихся от алкоголя, прежде всего среди молодёжи [Radaev, Roshchina 2019]. Это вселяет надежду на то, что Россия не будет более одной из наиболее пьющих стран и потребление алкоголя, став умеренным, перестанет рассматриваться только как один из серьёзнейших факторов заболеваемости и смертности.

Алкогольные напитки являются, несомненно, важной частью потребительской культуры многих народов. Помимо изучения спроса, прежде всего в количественном аспекте, важно знать не только СКОЛЬКО, но и КАК пьют, то есть какие употребляют напитки, в каких обстоятельствах и т. д. Как правило, такие различия принято называть моделями, типами, паттернами потребления, иногда также говорят о структуре потребления (виды напитков и соответствующий им объём).

Аспекты потребления алкоголя чаще изучаются с точки зрения социологии, культурологии, антропологии, истории. Эти науки ищут ответы на целый ряд вопросов: зачем люди пьют и какие смыслы приписывают этому действию? Какие напитки выбирают? В каких обстоятельствах пьют, с кем и когда, на какие референтные группы ориентируются? Мы попробуем последовательно разобрать, как исследователи отвечают на эти вопросы.

Поиск публикаций, сделанных в 1990–2020 гг., осуществлялся для данной статьи на основе ключевых слов в поисковых системах ScienceDirect, JTORE для зарубежных публикаций, а также eLYBRARY.RU для российских публикаций; в первую очередь — в журналах, по тематике «социология», «культура» и «аддиктивное поведение». Однако в тех случаях, когда в изучаемых публикациях обнаруживались отсылки к более ранним фундаментальным работам по теме, мы также использовали эти книги или статьи. Отбор текстов проводился на основе релевантности и тематического насыщения, то есть мы не ставили целью описать абсолютно все исследования по выбранной теме, а упоминали в обзоре наиболее, на наш взгляд, важные и (или) цитируемые из них. Мы также отдавали предпочтение статьям, в которых выделялись несколько моделей потребления, не отбирались специфические категории (например, молодёжь, женщины и т. д.) и, по возможности давались объяснения выбора разных моделей.

Достаточно сложно оказалось решить поставленную в данном обзоре цель — систематизировать публикации, классифицировать их в зависимости от выбранных авторами подходов, методов, концепций, особенно потому, что зачастую многие из них можно отнести одновременно к нескольким направлениям исследований. В результате отобранные источники были разбиты на несколько направлений по критерию основной идеи. Мы встречали три типа таких идей: (1) основание типологии (например, состав напитков, мотивы потребления и др.); (2) объяснение факторов выбора людьми каждого типа (например, конкретный период времени или социальный класс, или гендер и др.); (3) влияние типа модели на изменения в потреблении или приписываемые людьми смыслы.

В первой части статьи рассматривается, какие варианты построения паттернов потребления алкоголя выделяют исследователи, отмечая два основных подхода — количественный и качественный. Вторая часть работы — ключевая, в ней мы структурируем теоретические подходы по их отличительным чертам: модели, которые основываются на причинах потребления алкоголя; модели, сформулированные на основе культурных различий между обществами; модели, связанные с историческими эпохами; модели потребления алкоголя в контексте социальной структуры общества, идентичности человека и его связей другими людьми. В последней части работы попытаемся продемонстрировать то, как данные подходы могут сочетаться друг с другом, на примере потребления алкоголя в современной России.

«Количественное» и «качественное» конструирование паттернов потребления

Типологический подход основан на идее выделения различных типов потребления, их ещё называют моделями или паттернами. Для различения моделей потребления алкоголя принято выделять два метода — количественный и качественный. Первый делает акцент на различиях в объёме и частоте потребления алкоголя без учёта его вида, а второй — на структуре (то есть видах напитков и, иногда, на объёмах каждого из них) и обстоятельствах потребления.

В рамках первого подхода обычно учитывается объём потребления (зачастую измеряемый в количестве «стандартных порций») в течение некоторого периода времени, например, года, месяца, недели и т. д. Так, в работе А. Бреннана и его коллег были выделены типы «умеренного», «рискованного» и «вредного для здоровья» потребления [Brennan et al. 2009]. Если, помимо объёма, учитывать также частоту потребления, то одной из наиболее часто выделяемых моделей является *binge drinking* — эпизодическое употребление алкоголя в больших количествах, означающее превышение некоторого фиксированного количества стандартных порций за один раз (обычно 4 порций и более для женщин и 5 порций и более для мужчин), а также ограниченного количества эпизодов потребления в месяц (обычно не более пяти случаев) [Радаев, Рощина 2019]. Если таких эпизодов больше, чаще всего говорят о чрезмерном потреблении алкоголя или о злоупотреблении им (*heavy alcohol use*). Наряду с этими двумя нередко выделяют такие типы, как спорадический (от случая к случаю), эпизодический, а также постоянный — лёгкий и интенсивный. «Социальным» иногда называют приемлемый уровень потребления алкоголя, то есть время от времени и в небольших количествах [Epstein et al. 2004].

Если говорить о качественном подходе, то чаще всего исследователи принимают во внимание следующие параметры: виды напитков; время потребления — в какое время суток, недели и т. д.; обстоятельства «случая потребления» (*drinking occasion*), то есть с кем пили, когда, с едой или нет, в каком месте (дома, в баре, в гостях и т. д.); было ли потребление приурочено к какому-то событию (например, к празднику) и т. д. В случае запрета на потребление алкоголя в обществе выделяют также подпольное потребление [Single, Leino 1998]. Так, в Испании чётко различаются обычаи пить за обедом или ужином, пить без еды, зачастую — между приёмами пищи, и они служат разным целям. В зависимости от времени года испанцы выбирают разные наборы напитков: летом — холодное пиво и сангрию, зимой — бренди и виски. На их выбор оказывают влияние социальное окружение (в присутствии жен-

щин принято пить умеренно), день недели (в выходные можно позволить себе на несколько порций больше, чем в будние), время суток. Так, ранним утром за завтраком принято выпить рюмку крепкого алкоголя; в первой половине дня — пиво или вино во время второго завтрака, зачастую в баре; в полдень уместен аперитив. Семейный обед сопровождается вином. Сиеста предполагает кофе с ликёром. Вечером принято посидеть в баре и выпить вина или крепкие напитки без еды. Ужин, дома или в ресторане, сопровождают вином. Наконец, ночью с пятницы на субботу алкоголь служит для релаксации, ухаживания и общения в баре и не предполагает приёма пищи [Gamella 1995].

Качественный подход позволяет выделить некоторые типичные модели потребления алкоголя в зависимости от структуры потребляемых напитков. Ж. Бенцен и В. Смит предложили нетривиальный способ оценить структуру потребления алкоголя при помощи измерения длины вектора (B, W, S) , определенного соответственно для пива, вина и водки [Bentzen, Smith 2009]. Структурные особенности моделируются углом между этим и единичными векторами. Однако самая популярная идея связана с имеющейся дифференциацией между странами. Действительно, объём крепкого алкоголя, вина и пива, потребляемый людьми в различных регионах, не является одним и тем же. Считается, что можно выделить два основных паттерна — северный и южный. Северная модель характеризуется редким потреблением крепкого алкоголя, но в больших количествах, в выходные или по праздникам; зачастую это сопровождается агрессивным поведением, которое нередко получает негативную оценку со стороны общества [Горячева 2003; Porova et al. 2007]. Потребление алкоголя в этом случае связывается с желанием «оторваться» от повседневной рутины, что является поводом выпить с друзьями и родственниками. Такая модель считается самой опасной из-за последствий интоксикации и связанной с ней высокой смертностью [Радаев, Рощина 2019], она распространена в северных странах, например, в Финляндии, Швеции, Норвегии, России и др. [Горячева 2003].

Однако модель потребления алкоголя не только формируется на основе выбора напитков, но и включает условия, в которых люди пьют. В обществах, где потребление алкоголя связано с негативными моральными оценками, места для питья зачастую находятся в замкнутых пространствах с неприметными вывесками, таким образом посетителям предоставляется своего рода гарантия конфиденциальности [Social and Cultural Aspects... 1998: 26]. Таким образом, в баре или ресторане человек может расслабиться и быть самим собой, но это осуществляется при помощи строгих мер внешней «маскировки» заведений, которые помогают «оторвать» человека от внешних реальностей и осуждения.

Отличие южной модели состоит в том, что потребление алкоголя является частью образа жизни людей. В обществах с такой моделью пьют вино довольно часто, но преимущественно в небольших количествах. Процесс потребления внедрён в повседневную жизнь, а значит, не вызывает осуждения. Алкоголь не только выступает как возможность отдохнуть и расслабиться, он связывается со спокойным и «мирным» времяпрепровождением [Радаев, Котельникова 2016]. Примерами такой модели являются южные страны, производящие вина, — Франция, Испания, Португалия, Италия и др. [Горячева 2003]. Важная черта этого паттерна — осуждение потребления алкоголя в одиночестве [Smart 2005: 111]. Отличие южной модели потребления алкоголя от северной проявляется и в пространстве питейных заведений. Так, вместо неприметных мест, спрятанных от общественного взгляда, в южных странах заведения располагаются на центральных улицах, представляют собой довольно просторные залы с большими окнами, зачастую с открытыми верандами. Посетители уже не анонимны, наоборот, они открыты для общения и не опасаются критики со стороны проходящих мимо людей [Social and Cultural Aspects... 1998: 26].

Близкая идея лежит в разделении стран на «влажные» и «сухие» [Room, Mitchell 1972; Room, Mäkelä 2000; Room 2001]. Традиционно «влажный» тип означает высокую интеграцию алкоголя в повседневную жизнь общества (мало трезвенников, много хронических проблем, связанных с алкоголем),

тогда как «сухой» — наоборот, низкую. Производящие вино страны относят к «влажной» культуре, а Скандинавские страны — к «сухой». В России, на Украине и в некоторых других странах потребление водки долгое время сочеталось с потреблением самогона.

Часто выделяют также центральноевропейскую модель, особенной чертой которой является доминирование в потреблении пива [Porova et al. 2007: 1], нередко в больших количествах. Причиной возникновения такого типа называют заимствование молодым поколением практик из разных стран, что отмечают, например, в Испании [Social and Cultural Aspects... 1998: 23]. Важно, что часто вместе с заимствованием определённого напитка общество инкорпорирует и соответствующий ему паттерн потребления [Social and Cultural Aspects ...1998]. Можно отметить ещё одну тенденцию: со второй половины XX века наблюдается гомогенизация моделей потребления алкоголя. Так, страны с северной моделью потребления алкоголя сдвигаются к центральноевропейской, а в странах с центральноевропейской моделью начинается переход к южной [Social and Cultural Aspects... 1998: 8]. Такие сдвиги от одной модели потребления к другой вписываются в существующие в мире тренды [Porova et al. 2007].

Фактически идея выделения моделей, или типов, потребления алкоголя на основе различных критериев (таких, как мотивы потребления; виды напитков; объём, частота и обстоятельства потребления и др.) лежит в основе всех остальных концепций, на которых мы остановимся в следующих разделах обзора.

Модели, основанные на различиях в мотивах потребления

Зачем люди пьют спиртные напитки? Как указывает Ф. Бродель, первоначально алкоголь использовался для утоления жажды, и в прошлом вино и пиво с точки зрения качества нередко имели преимущество перед водой, которая нередко была грязной и непригодной для питья [Бродель 2006]. Кроме того, вино зачастую представляло собой дешёвый способ утоления голода, так как его цена порой была ниже, чем у хлеба. Появление перегонного куба привело к возникновению крепкого алкоголя, который сначала использовался как лекарство или как способ консервации вина, а затем приобрёл самостоятельное значение. В то же время Ф. Бродель относит спиртные напитки к возбуждающим средствам, которые можно найти в культуре народов почти всех стран и континентов [Бродель 2006]. Способность алкоголя возбуждать организм связана с его психоактивными свойствами, имеющими эйфоризирующее, антидепрессивное и транквилизирующее действие [Немцов 2008: 147]. Выявлено также влияние алкоголя на субъективное хорошее настроение и в то же время на снижение способности решать задачи [Smith, Kendrick, Maben 1992]. Именно эти свойства, согласно А. Немцову, привели к успеху алкоголя в европейской цивилизации, способствовали повышению самооценки индивида, устранению помех в коммуникативности и подавлению индивидуальности [Немцов 2008]. Таким образом, чисто физиологическое действие алкогольных напитков приводит к их социальному значению. Потребление водки снижает социальную напряжённость и облегчает коммуникацию [Smith, Kendrick, Maben 1992]. Кроме того, алкоголь позволяет «убежать» от реальности, снизить беспокойство, справиться с депрессией [Loose, Acier, El-Baalbaki 2018].

Социологи выделяют несколько мотивов потребления алкоголя [Heath 1999]:

- повышение коммуникабельности;
- возможность релаксации;
- обозначение социальных границ и социального статуса;
- разграничение рабочего времени и досуга;
- ритуальные цели (праздники, торжественные события);
- «преодоление границ» (трансцендентность): в ряде культур вино использовали в религиозных церемониях;

- использование «социального кредита», означающего обмен и реципрокность, неформальную поддержку партнёров по питью;
- особого рода состязательность: кто больше выпьет или произнесёт тостов (Грузия), или сочинит стихов (Китай);
- повышение креативности и ослабление контроля, что нередко бывает важно для социальных групп создателей искусства.

У. Кокс и Е. Клиндер предложили мотивационную модель, разделив все причины потребления алкоголя на четыре ведущих типа, которые складываются под влиянием двух ортогональных измерений: позитивные или негативные эмоции; внешний или внутренний источник ожидаемых изменений в аффектах. Таким образом, выделяются четыре скрытых мотива: (1) усиление (позитивные эмоции и внутренний источник, то есть человек сам ожидает позитивного результата); (2) совладание (негативные эмоции и внутренний источник); (3) конформизм (негативные эмоции и внешний источник, следование давлению группы); (4) общность (позитивные эмоции и внешний источник, ожидание улучшения контактов и социальных связей). Различия в мотивации могут быть важными предикторами рискованного потребления алкоголя. Было обнаружено, что описанные выше мотивы являются медиаторами между психологическими типами личности и вероятностью алкоголизма [Loose, Acier, El-Baalbaki 2018], между импульсивностью и опасностью потребления алкоголя [Anderson et al. 2020], между рациональностью и отказом от потребления [Yang, Borges, Leyro 2019]. Подтвердилась также взаимосвязь между мотивами потребления алкоголя детьми и их родителями [Marino et al. 2018].

Модели потребления алкоголя как результат культурных различий

Культурно-антропологический подход был разработан антропологами в XX веке и представляет собой уникальный взгляд на изучение потребления алкоголя, которое рассматривается не как проблема [Douglas 1987: 3], а как форма материальной культуры [Dietler 2001], социальный акт [Health 1987: 46], и считается обусловленным набором множества культурных и социальных правил [Dietler 2006: 232], приобретая символическое значение. Различные общества и культуры могут приписывать алкоголю совершенно противоположные смыслы; он может восприниматься и как еда, и как напиток, и как приправа или яд, и как что-то сакральное или, наоборот, запретное (мусульманство); может быть сигналом низкого или, напротив, высокого социального статуса и т. д. Так называемая «влажная» культура плохо относится к пьянству, тогда как «сухая» более терпима. В первой алкоголь допустим для женщин и в присутствии детей, а также на работе, а во второй — недопустим [Heath 1999].

В книге «Alcohol and Pleasure: A Health Perspective» («Алкоголь и удовольствие: медицинская перспектива») рассматриваются особенности потребления и восприятия алкоголя в различных обществах — в Африке, Латинской Америке, Австралии, Индии, Японии и других; показано, что алкоголь может служить разным целям (например, разрешению конфликтов, как в Нигерии), его потребление по-разному регулируется (например, в Японии существуют 10 принципов умеренного питья) [Peele, Grant 1999]. Однако оказывается, что по-разному воспринимаются и понятие «удовольствие», связанное с алкоголем, и допустимый уровень потребления как в разных культурах [Heath 1999], так и в разных обстоятельствах — например, на свадьбе или на дружеской вечеринке [Single, Pomeroy 1999] или в гендерных группах [Camargo 1999; Nadeau 1999]. Неодинаковое понимание удовольствия приводит также к разным паттернам использования алкоголя [Marlatt 1999].

Р. Рум и К. Макела, основываясь на различных подходах к типологии культур потребления алкоголя, предложили новую классификацию обществ [Room, Mäkelä 2000]. По их мнению, для такой классификации нужен социокультурный подход, так как «холокультурного» (основанного только на сравнении обобщённой функции индивидуального потребления) недостаточно. Одним из первых использовал

социокультурный подход Р. Бэйлс [Bales 1946], который выделил такие типы обществ, как полная абстиненция (мусульманские страны); «ритуальное отношение» (например, Израиль); «утилитаристское отношение» (Ирландия, США); и «дружелюбное потребление алкоголя» в качестве промежуточного между двумя предыдущими. Р. Рум и К. Макела отмечают, что на основании социокультурного подхода ранее было предложено еще много различных типологий — например, «запретительная», «предписывающая» и «разрешительная» культуры [Mizruchi, Ferrucci 1970], а также дополняющие их «амбивалентная» и «сверхразрешающая» [Pittman 1967]. Р. Рум и К. Макела также критикуют разделение культур на «влажные» и «сухие», так как соответствующие стили, с одной стороны, не описывают множество разнообразных практик, а с другой, должны включать большое количество сопутствующих характеристик (например, отношение к чрезмерно пьющим, организацию потребления и т. д.). В итоге авторы предлагают четыре «идеальных типа» культур потребления алкоголя на основании сочетания параметров регулярности и распространённости практик: (1) общество с запретом потребления алкоголя; (2) ограниченное ритуальное потребление (*constrained ritual drinking*); (3) повседневное распитие алкоголя (*banalized drinking*) и (4) праздничное потребление (*fiesta drunkenness*).

Говоря о взаимосвязи алкоголя и религии, Р. Рум выделил следующие типы соотношения опьянения и духовности [Room 2013]: опьянение как средство сообщения с духовным миром; опьянение как разрушение духовности; совместное использование алкоголя и опьянение как способ возникновения сообществ; духовность и религия как средство коллективной трезвости; духовность как путь к индивидуальной трезвости; воздержание как духовная практика и индикатор членства в религиозном сообществе. Таким образом, опьянение может способствовать или препятствовать духовности как на индивидуальном, так и на коллективном уровне.

Однако культурные различия в способах потребления алкоголя можно не только проводить между обществами, но и дифференцировать напитки и паттерны внутри обществ. Наибольшее внимание в антропологическом подходе уделяется алкоголю как социальному акту, явлению [Douglas 1987: 4; Demossier 2005: 129]. Алкоголь может представлять собой неотъемлемую часть ритуала, быть частью празднования определённого события [Smart 2005: 112]. Иллюстрирует эту идею исследование А. Торнтон, которая разделила потребляемые жителями австрийской деревни напитки на две группы, несущие определённый социальный смысл. Первую группу напитков символизирует сект (игристое вино), его потребление опосредуется традицией и связано с городскими и национальными праздниками, например, с Новым годом. Его пьют в однотипных ситуациях, а виды мало отличаются по вкусу, он подаётся сразу для большого количества людей, которые не связаны между собой. Вторую группу представляет шнапс (фруктовая водка), потребление которого опосредует общение связанных близкими отношениями людей, не ориентировано на какое-либо время суток или день месяца, а зависит от интересов объединяемых им людей. Существует множество видов шнапса, поэтому каждый может подобрать себе вкус индивидуально. При распитии шнапса формальности исчезают, общепринятые нормы уходят на второй план, и человек может вести себя так, как захочет, ведь он находится в кругу друзей и близких [Thornton 1987]. Дж. Гусфельд противопоставляет в своих исследованиях кофе и алкоголь: кофе, по его наблюдениям, выступает как переход от досугового времени к рабочему, в то время как алкоголь, наоборот, переводит человека из рабочего режима в состояние отдыха [Gusfield 1986].

Модели потребления алкоголя в разные исторические эпохи

Исторический подход тесно примыкает к культурно-антропологическому; его представители изучают практики потребления алкоголя в различных обществах на протяжении времени. Алкоголь играл центральную роль почти во всех человеческих культурах с неолитических времён [Charters 2006: 14]. Все общества без исключения используют опьяняющие вещества, среди которых алкоголь является наиболее распространённым [Social and Cultural Aspects... 1998]. Исследователи показывают, для каких

стран и эпох был характерен тот или иной напиток и почему, какие традиции были связаны с практиками потребления. К. Макела отмечал три исторических типа использования спиртосодержащих напитков, основываясь на их потребительской ценности: (1) пищевое; (2) медицинское и (3) в качестве интоксиканта. В потреблении алкоголя эти три эффекта всегда присутствуют одновременно. Макела полагал, что исторически доминирующее использование можно принять как критерий классификации культур алкоголя [Mäkelä 1983].

Умеренное потребление вина, согласно Платону, могло играть роль обучения людей сочетать желания, удовольствия и контролю над ними; эта точка зрения была характерна для Афин. В Спарте же пропагандировалась абстиненция, так как трезвость была необходима воинам [Nelson 2008]. Исследуя историю возникновения пива, М. Нельсон отмечает, что ещё в Древней Греции оно противопоставлялось вину как более холодный, женственный, нечистый напиток. Фактически уже в Древнем мире он обнаруживает два типа использования алкоголя: первый (умеренное потребление вина) практиковался в Древней Греции, тогда как второй (чрезмерное потребление пива) был характерен для варваров [Nelson 2008].

Одно из важнейших исторических исследований — труд Ф. Броделя 1979 г., в котором он показывает место спиртосодержащих напитков в XV–XVIII веках и то, что выбор конкретного вида алкоголя чаще всего связан с имеющимся сырьём: в южных районах Европы — виноградное вино; севернее — пиво на основе хмеля и ячменя или яблочный сидр, а также медовуха и т. п.; Китай — рисовое вино и пиво; Америка — напитки на основе маиса, маниоки или агавы, а на севере — на основе кленового сока [Бродель 2006]. После изобретения перегонного куба начинается распространение крепких напитков (виски, коньяк и др.), которые становятся наиболее типичными прежде всего для северных стран. Важная закономерность, которую отмечает Ф. Бродель, — это взаимосвязь между выбором напитков и социальной группой: высшие слои предпочитают более редкие и дорогие напитки, являющиеся роскошью, однако со временем такие напитки могут начать пить более низкие классы (так называемый «эффект просачивания»). Кроме того, согласно Броделю, в Европе с XVI века известно применение ограничений с целью сокращения пьянства и алкоголизма. Наконец, алкоголь представлял собой и средство управления; например, распространение пульке, водки и рома среди индейцев Северной и Южной Америки имело целью создать зависимость аборигенов от колонизаторов [Бродель 2006].

Историки отмечают, что одним из факторов, способствующих распространению вина в Европе, было христианство. Так, важной частью церковного ритуала было символическое потребление хлеба и вина как «тела и крови Христовых», причём предпочтение отдавалось именно красному вину, символизирующему кровь [Дирцу 1986]. Со временем, однако, наоборот, белое вино стали использовать чаще как для того, чтобы подчеркнуть разницу между вином и кровью [Poulain, Rouyer 1987], так и, по некоторым свидетельствам, в силу того что оно оставляло меньше пятен на алтарном покрывале [Albert 1991].

Распространение алкоголя происходило и на основе развития технологий. В течение 2000 лет вино хранилось в тяжёлых амфорах, однако в I веке были изобретены бочки, начали использоваться водонепроницаемые виды дерева, что позволило упростить не только хранение, но и перевозку вина, а значит, об этом напитке узнали новые регионы и страны [Charters 2006: 24–25]. Изменение технологий, появление на рынке новых продуктов влияют и на вкусовые характеристики вина [Charters 2003]. Возросшая в XX веке популярность сахара повлияла на рост количества сладких вин на рынке. Таким образом, производство алкогольных напитков, их качество и распространение тесно связаны с жизнедеятельностью общества, его развитием, поэтому изучать потребление спиртного необходимо в историческом контексте, в тесной связи с событиями рассматриваемого периода.

Модели потребления алкоголя и социальные классы

Анализ взаимосвязи структуры общества с различными предпочтениями в питании и выборе напитков принято называть структурным подходом [Douglas, Isherwood 1979; Levi-Strauss 1981]. Представители данного направления отмечают, что различия в потребительских предпочтениях алкоголя обуславливаются рассматриваемым периодом и принадлежностью человека к социальному классу. При этом потребительское поведение, в том числе в сфере питания и напитков, включая алкоголь, представляет собой важную часть стиля жизни, который, по Веберу, характерен именно для определённой стратификационной группы [Вебер 1994]. Потребление алкогольных напитков, как и другие практики, при этом выступают индикатором социального положения, который позволяет отличать членов социальных групп друг от друга, и способствуют общности внутри группы [Douglas 1987; Thornton 1987; Бурдьё 2005].

Согласно концепции П. Бурдьё, дифференциация потребительских практик, в том числе связанных с алкоголем, зависит, во-первых, от соотношения экономического и культурного капитала каждой группы, а во-вторых, от специфического габитуса, возникающего на основе разных условий жизни [Bourdieu 1984]. Вкусы того или иного класса зависят от «представлений класса о теле и о взаимодействии, оказываемом пищей на тело» [Бурдьё 2005: 38]. Описывая специфичность потребления алкогольных напитков в зависимости от соотношения капиталов на примере французского общества 1970-х гг., Бурдьё утверждал, что для обеспеченных людей характерно потребление коньяка и шампанского, а для клерков — аперитивов, в то время как рабочие пьют вино и пиво [Бурдьё 2005]. Однако в 2000-х гг. представители среднего класса во Франции предпочитают качественное вино, причём признаком принадлежности к классу выступает знание особенностей его производства и вкусов, участие в специальных клубах «знатоков», и М. Демоссье в своём исследовании называет такие паттерны «новой винной культурой» [Demossier 2005].

Вино называют пищей для иерархии, поскольку его потребление воспроизводит структуру социума [Guille-Escuret 1987: 63]. М. Демоссье выделила во французском обществе две группы людей: образованные знатоки, для которых потребление вина представляет собой нечто большее, чем потребление алкоголя; любители вина, которые мало в нём разбираются и чувствуют себя растерянными в мире с большим количеством правил и норм того, как вино необходимо потреблять [Demossier 2005].

Таким образом, соответствие между социальной группой и предпочитаемым напитком подвижно, может меняться с течением времени. Такие взаимосвязи различаются в разных странах. Например, в Польше в конце 1980-х гг. импортное вино служило признаком высокого социального статуса, а водка и пиво — низкого [Engs, Slawinska, Hanson 1991]. Кроме того, сам по себе отказ от алкоголя в пользу более здорового типа питания также может служить признаком принадлежности к более высокому классу, как это было обнаружено в Норвегии [Flemmen, Hjellbrekke, Jarness 2018]. Было также выявлено, что социальный статус влияет на тип и частоту потребления алкоголя: низшие слои пьют реже, чем управляющие, хотя в «типичный» день они выпивают больше и для них более характерно эпизодическое употребление алкоголя в больших количествах (*binge drinking*) [Beard et al. 2019].

В последней четверти XX века появилась концепция общества постмодерна, характерной чертой которого является снижение значимости класса. Причиной перехода к новому типу общества называют различные экономические и политические шоки, глобализацию и технологизацию в целом [Harvey 1989; Негрен, Вергер 2008]. Предполагается, что в этом новом обществе повседневные практики людей уже не зависят напрямую от их принадлежности к социальному классу. Особенностью постмодернистского типа считается фрагментарность потребительских практик, стиль жизни уже не является маркером принадлежности человека к определённому классу, люди могут потреблять тот алкогольный напиток, который хотят, а не предписанный их социальной страте [Demossier 2005: 149].

Структурный подход применялся в России. В исследовании П. Мартыненко и Я. Рощиной на основе базы данных Росиндекса за 2010 г. были выявлены четыре кластера потребителей алкоголя: (1) гендерно-нейтральный кластер «любителей лёгкого алкоголя»; (2) «мужской тип потребления» с преобладанием водки; (3) «женский тип» с предпочтением вина и шампанского; (4) «эклектичный, или постмодернистский тип», характеризующийся сочетанием разнообразных напитков. В исследовании была обнаружена взаимосвязь между данными типами и принадлежностью к социальному классу. Для высшего класса характерно потребление вина, шампанского, коньяка и редких напитков (ром, текила), а водку и пиво пьют менее образованные люди с низким уровнем дохода. Постмодернистский тип предпочитает прежде всего молодёжь [Рощина, Мартыненко 2014].

Учитывая не только вид напитка, но и ситуацию, в которой употреблялся алкоголь, З. Котельникова на основе базы данных Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения (РМЭЗ ВШЭ) за 2012 г. выделила шесть практик, которые, как оказалось, связаны с социальным статусом. Высшие классы склонны к разнообразию, они выбирают лёгкий, но дорогой алкоголь. Представители среднего класса не имеют ярко выраженных практик, отдают предпочтение как традиционным, так и новым необычным напиткам. Низшие слои потребляют традиционные напитки в больших количествах [Котельникова 2015].

Модели потребления алкоголя как маркер идентичности

Практики потребления с течением времени трансформируются, адаптируются под существующие нормы в обществе и, согласно концепции Н. Эллиаса, подвергаются всё большему контролю со стороны общества и индивида, а разные виды продуктов и напитков всё чаще «закрепляются» за определёнными социальными группами. У людей в связи с новыми общественными правилами приличий развиваются чувство деликатности и самоконтроля, сдержанность в потреблении блюд и напитков, алкоголь становится, скорее, привилегией мужчин и взрослых, а отдельные его виды — высших слоёв общества (дорогие вина, коньяк и т. д.) [Mennell 1985; 1987].

С одной стороны, алкоголь имеет интегративную функцию, которая проявляется в налаживании коммуникации между людьми, социальной сплочённости [Gariné 2001: 2; Dietler 2006: 235]. С другой стороны, алкоголь поддерживает границы идентичности людей, воспроизводит их, является возможностью для проявления социальной напряженности, «включения» и «исключения» индивида из социального взаимодействия [Douglas 1987: 8; Demossier 2005: 133; Dietler 2006: 235]. При этом для разных социальных групп (выделенных по признаку пола, возраста, профессии, национальности, дохода и др.) такую роль могут играть разные спиртные напитки [Dietler 2006: 235].

Алкогольные напитки часто являются важным маркером национальной идентичности. Нередко такая взаимосвязь мифологизируется, как это произошло с водкой для русских. Ирландцы чаще всего пьют пиво, текила характерна для мексиканцев, а виски прежде всего для шотландцев [Macdonald 1994]. Вино традиционно выступает напитком французов [Demossier 2005], а его потребление может быть шкалой, по которой оценивают их работоспособность, умение себя контролировать и выстраивать общение с людьми [Thurnell-Read 2015]. Вино для французов выступает «тотемным» напитком [Wocock 2008: 40] в той мере, в какой пиво в середине прошлого века воспринималось национальным напитком в Англии. В различных исследованиях того времени отождествляли потребление пива рабочим классом и повседневную жизнь англичан, однако на сегодняшний день наблюдается снижение роли пива как национального напитка, его замещают другие виды алкоголя [Thurnell-Read 2015].

Потребление алкоголя, особенно крепкого, во многих странах и культурах прочно связано с образом сильного мужчины. Более того, в некоторых ситуациях мужчину могут оценивать на соответствие при-

нятым в обществе стандартам именно по практикам потребления алкоголя. Д. Марс описывает практики потребления алкоголя дальнотойщиками в одном из портов Канады [Mars 1987: 91]: мужчин оценивают по их умению пить, вести себя в соответствии с общепринятыми правилами поведения после этого, а также по тому, сколько они тратят на выпивку. Если кандидат удовлетворяет всем условиям, то он может быть принят в группу «инсайдеров» при наличии вакантного места, что позволяет ему претендовать на более высокую заработную плату, привилегии относительно продвижения по карьерной лестнице, уважение со стороны коллег. Иначе он попадает в группу «аутсайдеров», которые отличаются более низким положением и вынуждены ждать, пока в доминирующей группе появится «вакансия» [Mars 1987].

Умение пить много и не пьянеть является лекалом, по которому оценивают, насколько человек себя ведёт «по-мужски» [Iwamoto et al. 2011]. Те молодые люди, которые имеют успех в алкогольных соревнованиях (на скорость, по количеству выпитого за раз и т. д.), оцениваются как мужественные, а не достигшие заданного уровня могут быть исключены из общения [Lemle, Mishkind 1989; Iwamoto et al. 2011]. В этом случае потребление алкоголя связано с выходом за общепринятые рамки поведения, однако это позволено только мужчинам, так как означает проявление маскулинности [Østergaard 2007: 145].

Практики потребления алкоголя помогают воспроизводить и феминность, так как определённые спиртные напитки связывают, скорее, с женским поведением (например, различные коктейли, шампанское, вино). Потребление алкоголя женщинами может представлять собой и протест против общепринятых норм в обществе [Social and Cultural Aspects... 1998], оно даёт возможность отойти от типичного женского образа, от повседневных обязанностей [Hunt, Antin 2019: 3]. Однако способы проявления гендерной идентичности меняются со временем [Mullen et al. 2007]. Более того, исследователи отмечают «сближение» моделей потребления алкоголя среди мужчин и женщин, это означает, что мужчины начинают пить меньше, а женщины, наоборот, больше [Hunt, Antin 2019: 1].

Алкоголь используется молодёжью, чтобы заявить о своей зрелости, как ритуал перехода из одной возрастной группы в другую [Bakken, Sandøy, Sandberg 2017: 18]. Для более взрослых людей, наоборот, подражание молодёжной модели (например, пить много, сочетать разные крепкие напитки) является возможностью вернуться к своей молодости и взять «тайм-аут» в повседневной рутине и исполняемых человеком ролях [Hunt, Antin 2019: 3]. Так, для матерей маленьких детей потребление алкоголя — это способ вернуться к «беззаботным временам» молодости [Emslie, Hunt, Lyons 2015: 443]. Однако возможны и проявления других видов идентичности. Рекламные ролики, например, демонстрируют потребление алкоголя как символ успеха; в литературе алкоголь, наоборот, является «метафорой личной неудачи»; спиртное выступает и как помощник в рефлексии о жизни. Таким образом, те символы и смыслы, которые вкладываются в потребление алкоголя сегодня, тесно связаны с историей общества и социальных групп [Hailwood, Toner 2015: 7].

Модели потребления алкоголя и эффект коллективности

Практически все исследователи отмечают, что выпивка в большинстве культур представляет собой коллективное явление, «компания подталкивает к выпивке, вовлекает новых потребителей» [Немцов 2008: 29]. Хорошо известны эффекты влияния родителей на потребление алкоголя подростками [Yu 2003], инициация потребления в молодёжных компаниях [McVicar, Polanski 2013; Ding 2014], совместное потребление на работе или в сообществах, клубах [Heath 1999], в семье [Edenberg, Foroud 2006; Рощина 2012]. Однако речь может идти не только о групповой выпивке, но и об особенностях потребления определённой социальной группы, в том числе поколения.

Близость потребительских привычек людей одного и того же возраста может объясняться общим периодом социализации. С этой идеей связаны исследования в русле модели «возраст — период — когорта» (*age — period — cohort*, APC), ставящей целью выделить эффекты каждого из этих компонентов на особенности потребления алкоголя. Значимое влияние когорты было обнаружено для США, Швеции, Германии, Австралии, России и других стран [Kerr et al. 2009; Pabst et al. 2010; Kraus et al. 2015; Livingston et al. 2016; Radaev, Roshchina, Salnikova 2020].

Ещё одна идея может быть названа теорией социального взаимодействия или коллективности (*collectivity*). Согласно ей паттерны алкогольного поведения формируются на основе диффузии опыта, а изменение потребления возникает под мультипликативным воздействием факторов социума на индивида [Немцов 2008: 166]. Эту концепцию предложил О. Ског [Skog 1985] отчасти в противовес теории одномерного распределения С. Ледерманна [Ledermann 1956], которая постулировала, что характеристики распределения потребления алкоголя в обществе описываются логнормальным распределением, а по среднему уровню можно предсказать долю злоупотребляющих им людей [Bruun 1975]. Но исследования показали, что обычно в таком распределении есть два пика: один — для социальных (умеренных) потребителей, второй — для зависимых потребителей. К тому же теория Ледерманна исходит из гомогенности потребителей, тогда как в обществе есть много разных социальных групп [Single, Leino 1998].

Как правило, для тестирования гипотезы коллективности используются данные об изменении потребления различных децильных групп: различия в темпах изменений были найдены для разных стран [Norström, Svensson 2014; Rossow, Mäkelä, Kerr 2014; Gomes de Matos et al. 2015]. Обычно наиболее сильно пьющая группа (95%-ная дециль) может существенно отличаться от других, например, снижать или повышать объём потребления в большей или меньшей степени, чем остальные. В том случае, если все группы изменяют потребление в одном направлении, но в разной степени, можно говорить о мягкой коллективности [Oldham et al. 2020].

Изменение моделей потребления алкоголя в современной России

Если говорить об истории алкоголя в России, то лучшими обобщающими работами следует признать исследования В. Дмитриева начала XX века [Дмитриев 2001]² и А. Немцова, включающее как советский, так и ранний постсоветский периоды [Немцов 2008]. Однако можем ли мы интерпретировать изменения в потреблении алкоголя в России в новейшее время, опираясь на рассмотренные выше теории? Иными словами, может ли сделанный нами обзор иметь прикладное значение?

В СССР в 1960–1980 гг. сложилась советская модель потребления алкоголя [Радаев, Котельникова 2016], которая характеризовалась конкуренцией между потреблением водки и самогона, невысоким спросом на зарубежное вино и ещё более низким — на пиво (как правило, плохого качества). Эта модель полностью соответствовала описанному выше северному типу. Первым шоком для этой модели была антиалкогольная кампания 1985–1987 гг., когда следствием жёсткого контроля за производством и продажей алкоголя стали как снижение общего объёма потребления, так и рост доли нелегального алкоголя [Ващук, Крушанова 2014]. Вторым шоком стали экономические и политические реформы начала 1990-х гг., которые запустили процесс разрушения северного типа потребления из-за либерализации цен, притока на рынок дешёвого алкоголя, агрессивной рекламы пива и др.

С 1994 г. до начала 2000-х гг. спад спроса на водку компенсировался ростом потребления самогона и пива, а женщины стали реже пить вино и шампанское. При этом более 70% потребляемого алкоголя приходилось на высшую квантильную группу, а бедные пили меньше и чаще предпочитали самогон

² Репринт издания 1911 г.

[Тапилина 2006; Рощина 2012], что подтверждает упомянутую в обзоре структурную теорию. В то же время было обнаружено, что в неумеренном потреблении алкоголя в 1990-е значительную роль играли профессиональные группы, а не классы, что может быть связано с кризисом идентичности и сломом социальной структуры [Тапилина 2006: 93].

С начала 2000-х до 2010 г. — это время перехода от северной к центральноевропейской модели потребления алкоголя на фоне экономического роста, когда после запрета рекламы водки и притока иностранных инвестиций в российские заводы пива его потребление конкурировало с водкой [Рощина 2012; Радаев, Котельникова 2016]. Меняются не только структура и объём потребляемых напитков россиян, но и отношение к нему; спиртное становится повседневностью и видом досуга [Позднякова 2011], а между социальными стратами и типом алкогольного потребления существует значимая связь [Рощина, Мартыненко 2014].

К 2010 г. в России сложилась центральноевропейская модель, отличительными чертами которой является конкуренция выбора между водкой и пивом с низким спросом на самогон и вино [Радаев, Котельникова 2016], а также с сохранением взаимосвязи типа потребления с социальной структурой [Котельникова 2015]. Однако начиная с этого времени наблюдается постоянное снижение душевого потребления чистого спирта, прежде всего среди молодёжи, что в значительной степени объясняется эффектом когорты [Radaev, Roshchina 2019; Radaev, Roshchina, Salnikova 2020]. Вероятно, это связано с изменением роли алкоголя в обществе: он перестаёт служить маркером социальной, гендерной и возрастной идентичности. На это же указывает наличие эклектичного типа потребления, который может быть охарактеризован как постмодернистский и не связан с социальным классом [Рощина, Мартыненко 2014].

Были обнаружены различия между поколениями в качественном аспекте. В 1994–2017 гг. разные когорты россиян (при контроле возраста и периода) были склонны к разным типам напитков (водка, вино, пиво, самогон) [Radaev, Roshchina 2019]. Похожий вывод был сделан и в исследовании Е. Яковлева: мужчины, выросшие в СССР, в течение своей жизни предпочитали водку, а те, кто вырос в постсоветский период, — пиво [Yakovlev 2012]. Это можно объяснить тем, что в период взросления молодые люди инкорпорируют наиболее распространённые паттерны, а в Советском Союзе самым популярным напитком была водка, тогда как в 1990-е это место было занято пивом [Yakovlev 2012]. На российских данных за последние 15 лет также было обнаружено, что тенденции к снижению объёма выпитого наблюдаются и среди умеренных, и среди активных потребителей, хотя сильно пьющие снижают его в меньшей степени. Это поддерживает гипотезу мягкой коллективности для России, а не гипотезу поляризации [Radaev, Roshchina 2021].

Как показывают полевые исследования российских и зарубежных учёных, в России алкоголь имеет одно из ключевых значений в культуре [Tutorsky 2016: 8]. Было обнаружено, что потребление алкоголя россиянами наделено множеством символов, при его помощи люди выражают своё уважение, воспроизводят религиозные ритуалы, свою идентичность [Leete, Ventsel 2016: 3]. В России распитие спиртных напитков используется для демонстрации маскулинности, это само собой разумеющаяся практика «нормальных людей», мужчин [Mikeshin 2016: 21].

Как и в других странах, в России потребление спиртных напитков является частью культуры и традиций, наполнено смыслами и ритуалами. Вместе с изменениями социальной структуры и ценностей, под влиянием рекламы и антиалкогольной политики, с приходом новых поколений могут разрушаться казавшиеся вечными стереотипы: водка как главный национальный напиток; пьянство как типичный досуг; бутылка как способ общения и универсальная взятка. Эти и другие изменения требуют объяснения с точки зрения не только влияния экономических и регулятивных стимулов, но и понимания социальных механизмов формирования моделей потребления алкоголя.

Заключение

В данной статье мы продолжили систематизацию исследований потребления алкоголя, дополняя уже существующую публикацию, в которой рассматривались факторы спроса на алкоголь и табак [Рощина, Богданов 2018], сфокусировавшись на особенностях различных паттернов, или моделей, прежде всего в качественном аспекте. Нашей целью была систематизация публикаций, их классификация в зависимости от выбранных авторами подходов и концепций. Однако нередко одно и то же исследование сочетает в себе несколько подходов, поэтому основанием для классификации мы выбрали ведущую идею рассматриваемого источника — либо критерий выделения паттерна потребления, либо взаимосвязь паттернов с особенностями общества или социальной группы, либо их эффект на динамику спроса на алкоголь или др.

Прежде всего, нам удалось выделить два важнейших подхода к выделению паттернов потребления алкоголя — количественный (основанный на различиях в объёме и частоте) и качественный (принимающий во внимание различия в напитках, обстоятельствах, мотивах и проч.). В рамках второго подхода наиболее часто используемыми можно назвать северную, южную и центральноевропейскую модели, основанные на предпочитаемом напитке и частоте его использования. Различия в причинах потребления позволяют выделить четыре паттерна: усиление, совладание, конформизм и общность.

Во второй части обзора мы попытались рассмотреть различия в выборе модели потребления в зависимости от типа культуры и исторической эпохи. Социокультурный подход означает, что недостаточно выделения только северной и южной моделей, а в зависимости от сочетания параметров регулярности и распространённости практик можно обнаружить следующие «идеальные типы»: общество абстиненции; ограниченное ритуальное потребление; повседневное распитие алкоголя; праздничное потребление. Нужно также принимать во внимание смыслы, приписываемые в разных обществах потреблению алкоголя. Исторический подход позволяет соотнести различные паттерны потребления алкоголя, в том числе разные спиртные напитки, с определёнными историческими эпохами развития общества и показывает, какие факторы влияли на распространение напитков и их изменение, а также доказывает, что для одних и тех же стран в разные периоды были характерны разные модели.

Затем мы показали, что различные модели потребления в одной и той же стране и в одно и то же время бывают характерны для различных социальных групп, являясь и инструментом сплочённости, и границей идентичности, выступая как их маркер. Исследования показывают, что разные социальные классы обычно выбирают разные напитки, хотя с появлением общества постмодерна эта закономерность стирается. Однако разные паттерны потребления алкоголя могут разграничивать и другие социальные группы, выделенные по критериям пола, возраста, национальности, года рождения и т. д.

Наконец, в заключительной части мы показали, что исследования моделей потребления алкоголя и их изменения в современной России лежат в русле рассмотренных концепций и позволяют объяснить такие феномены, как снижение потребления водки и рост потребления пива в 1990-х гг., уменьшение спроса на алкоголь в 2010-х гг.

Мы полагаем, что для будущих исследований потребления алкоголя наиболее плодотворным может быть комплексное применение рассмотренных нами подходов, то есть выделение паттернов на основе разнообразных критериев, объяснение их выбора как культурно-историческими факторами, так и с точки зрения различий между социальными группами, смыслами и мотивами потребления. Сделанный обзор, мы надеемся, будет полезен для этого.

Литература

- Бродель Ф. 2006. Материальная цивилизация, экономика и капитализм, XV–XVIII вв. *Том 1: Структуры повседневности*. М.: Весь мир.
- Бурдьё П. 2005. Различение: социальная критика суждения. *Экономическая социология*. 6 (3): 25–48. URL: <https://ecsoc.hse.ru/2005-6-3/26594088.html>
- Ващук А. С., Крушанова Л. А. 2014. Антиалкогольная политика в СССР в годы перестройки и её последствия в Дальневосточном регионе. *Россия и АТР*. 4 (86): 94–108.
- Вебер М. 1994. Основные понятия стратификации. *Социологические исследования*. 5: 147–156.
- Горячева Н. В. 2003. Модель потребления алкоголя в России. *Социологический журнал*. 4: 101–107.
- Дмитриев В. К. 2001. *Критические исследования о потреблении алкоголя в России*. М.: Русская панорама.
- Котельникова З. В. 2015. Взаимосвязь практик потребления алкоголя с социальной структурой современной России. *Социологические исследования*. 4: 105–112.
- Немцов А. В. 2008. *Алкогольная история России. Новейший период*. М.: URSS.
- Позднякова М. Е. 2011. Алкогольные традиции в современной России. *Россия реформирующаяся*. 10: 350–372.
- Радаев В. В., Котельникова З. В. 2016. Изменение структуры потребления алкоголя в контексте государственной алкогольной политики в России. *Экономическая политика*. 11 (5): 92–117.
- Радаев В. В., Рощина Я. М. 2019. Измерение потребления алкоголя как методологическая проблема. *Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология:4М)*. 48: 7–57.
- Рощина Я. М., Богданов М. Б. 2018. Что влияет на потребление алкоголя и табака: обзор экономических, социологических концепций и эмпирических результатов. *Экономическая социология*. 19 (4): 134–171. URL: <https://ecsoc.hse.ru/2018-19-4/224872166.html>
- Рощина Я. М., Мартыненко П. А. 2014. Структура потребления алкоголя как индикатор социальной группы в современных российских городах. *Экономическая социология*. 15 (1): 20–42. URL: <https://ecsoc.hse.ru/2014-15-1/111329690.html>
- Рощина Я. М. 2012. Динамика и структура потребления алкоголя в современной России. *Вестник Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (RLMS-HSE)*. 2: 238–257.
- Тапилина В. С. 2006. Сколько пьёт Россия? Объем, динамика и дифференциация потребления алкоголя. *Социологические исследования*. 2: 5–94.
- Albert J. P. 1991. Le vin sans l'ivresse. In: Fournier D., D'Onofrio S. (eds) *Le Ferment divin*. Paris, MSH; 77–91

- Anderson K. R. et al. 2020. Drinking Motives Mediate the Associations between Urgency and Hazardous/Harmful Alcohol Use among Moderate-to-Heavy Drinking Men Who Have Sex with Men (MSM). *Addictive Behaviors*. 110 (November): 106520.
- Bakken S. A., Sandøy T. A., Sandberg S. 2017. Social Identity and Alcohol in Young Adolescence: The Perceived Difference between Youthful and Adult Drinking. *Journal of Youth Studies*. 20 (10): 1380–1395.
- Bales R. F. 1946. Cultural Differences in Rates of Alcoholism. *Quarterly Journal of Studies on Alcohol*. 6 (4): 480–499.
- Beard E. et al. 2019. Associations between Socio-Economic Factors and Alcohol Consumption: A Population Survey of Adults in England. *PLoS ONE*. 14 (2): e0209442. URL: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0209442>
- Bentzen J., Smith V. 2009. *Wine Production in Denmark Do the Characteristics of the Vineyards Affect the Chances for Awards?* Working Paper. Aarhus: University of Aarhus; Aarhus School of Business; Department of Economics.
- Bocock R. 2008. *Consumption*. Abingdon, UK; New York: Routledge.
- Bourdieu P. 1984. *Distinction. A Social Critique of the Judgment of Taste*. Transl. by Richard Nice. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Brennan A. et al. 2009. *Modelling to Assess the Effectiveness and Cost-Effectiveness of Public Health Related Strategies and Interventions to Reduce Alcohol Attributable Harm in England Using the Sheffield Alcohol Policy Model version 2.0*. The National Institute for Health and Care Excellence, Report to the NICE Public Health Programme Development Group. Sheffield, UK: The University of Sheffield.
- Bruun K. 1975. *Alcohol Control Policies in Public Health Perspective*. Helsinki: Finnish Foundation for Alcohol Studies; 25.
- Camargo C. A. 1999. Gender Differences in the Health Effects of Moderate Alcohol Consumption. In: Peele S., Grant M. (eds) *Alcohol and Pleasure: A Health Perspective*. Ann Arbor: Taylor & Francis; 157–170.
- Charters S. 2003. Wine in the Modern World. In: Katz S., Weaver W. W. (eds) *Encyclopedia of Food and Culture*. New York: Charles Scribner's Sons. 3; 557–561.
- Charters J. 2006. *Wine and Society: The Social and Cultural Context of a Drink*. Oxford, UK: Elsevier Ltd.
- Cox W. M., Klinger E. 1988. A Motivational Model of Alcohol Use. *Journal of Abnormal Psychology*. 97 (2): 168–180.
- Demossier M. 2005. Consuming Wine in France. The 'Wandering' Drinker and Vin-Anomie. In: Wilson Y. M. (ed.) *Drinking Cultures: Alcohol and Identity*. Oxford: Berg; 129–154.
- Dietler M. 2001. Theorizing the Feast: Rituals of Consumption, Commensal Politics and Power in African Contexts. In: Dietler M., Hayden B. (eds) *Feasts: Archaeological and Ethnographic Perspectives on Food, Politics, and Power*. Washington, DC: Smithsonian Institution Press; 65–114.

- Dietler M. 2006. Alcohol: Anthropological/Archaeological Perspectives. *Annual Review of Anthropology*. 35: 229–249.
- Ding L. 2014. *Drinking in Context: The Influence of Peer Pressure on Drinking Among Chinese College Students*. Lincoln, NE: University of Nebraska-Lincoln.
- Douglas M. 1987. A Distinctive Anthropological Perspective. In: Douglas M. (ed.) *Constructive Drinking: Perspectives on Drink from Anthropology*. Cambridge: Cambridge University Press; 3–15.
- Douglas M., Isherwood B. 1979. *The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption*. New York: Basic Books.
- Dupuy B. 1986. *L'eucharistie et le Seder pascal juif. Rencontres de l'Ecole du Louvre. La table et le partage*. Paris: La Documentation Française.
- Edenberg H. J., Foroud T. 2006. The Genetics of Alcoholism: Identifying Specific Genes Through Family Studies. *Addiction Biology*. 11 (3–4): 386–396.
- Emslie C., Hunt K., Lyons A. 2015. Transformation and Time-Out: The Role of Alcohol in Identity Construction Among Scottish Women in Early Midlife. *International Journal of Drug Policy*. 26 (5): 437–445.
- Engs R. C., Slawinska J. B., Hanson D. J. 1991. The Drinking Patterns of American and Polish University Students: A Cross-National Study. *Drug and Alcohol Dependence*. 27 (2): 167–175.
- Epstein E. E. et al. 2004. Development and Validity of Drinking Pattern Classification: Binge, Episodic, Sporadic, and Steady Drinkers in Treatment for Alcohol Problems. *Addictive Behaviors*. 29 (9): 1745–1761.
- Flemmen M., Hjellbrekke J., Jarness V. 2018. Class, Culture and Culinary Tastes: Cultural Distinctions and Social Class Divisions in Contemporary Norway. *Sociology*. 52 (1): 128–149.
- Gamella J. F. 1995. Spain. In: Heath D. B. (ed.) *International Handbook on Alcohol and Culture* Westport, CT: Greenwood Publishing Group; 254–268.
- Garine I. de. 2001. For a Pluridisciplinary Approach to Drinking. In: Garine I. de, Garine V. de (eds). *Drinking: Anthropological Approaches*. New York: Berghahn Books; 1–11.
- Garine I. de, Garine V. de (eds.) 2001. *Drinking: Anthropological Approaches*. New York: Berghahn Books.
- Giddens A. 1991. *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Gomes de Matos E. et al. 2015. Does a Change Over All Equal a Change in All? Testing for Polarized Alcohol Use Within and Across Socio-Economic Groups in Germany. *Alcohol and Alcoholism*. 50 (6): 700–707.
- Guille-Escuret G. 1987. *Le décalage humain : Le fait social dans l'évolution*. 1er édition. Paris: Kimé.
- Gusfield J. R. 1986. *Symbolic Crusade: Status Politics and the American Temperance Movement*. Urbana; Chicago: University of Illinois Press.

- Hailwood M., Toner D. (eds) 2015. *Biographies of Drink: A Case Study Approach to Our Historical Relationship with Alcohol*. Newcastle upon Tyne, UK: Cambridge Scholars Publishing.
- Harvey D. 1989. *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Oxford, UK; Cambridge, MA: Basil Blackwell.
- Health D. 1987. A Decade of Development in the Anthropological Study of Alcohol Use, 1970–1980. In: Douglas M. (ed.) *Constructive Drinking: Perspectives on Drink from Anthropology*. Cambridge, MA: Cambridge University Press; 73–90.
- Heath D. B. 1999. Drinking and Pleasure across Cultures. In: Peele S., Grant M. (eds) *Alcohol and Pleasure: A Health Perspective*. Ann Arbor: Taylor & Francis; 61–72.
- Herpin N., Verger D. 2008. *Consommation et modes de vie en France*. Paris: La Découverte, coll. «Grands Repères».
- Hunt G., Antin T. 2019. Gender and Intoxication: From Masculinity to Intersectionality. *Drugs: Education, Prevention and Policy*. 26 (1): 70–78.
- Iwamoto D. K. et al. 2011. «Maning» Up and Getting Drunk: The Role of Masculine Norms, Alcohol Intoxication and Alcohol-Related Problems Among College Men. *Addictive Behaviors*. 36 (9): 906–911.
- Kerr W. C. et al. 2009. Age–Period–Cohort Modelling of Alcohol Volume and Heavy Drinking Days in the US National Alcohol Surveys: Divergence in Younger and Older Adult Trends. *Addiction*. 104 (1): 27–37.
- Kraus L. et al. 2015. Age, Period and Cohort Effects on Time Trends in Alcohol Consumption in the Swedish Adult Population 1979–2011. *Alcohol and Alcoholism*. 50 (3): 319–327.
- Ledermann S. 1956. *Alcool, Alcoolisme, Alcoolisation*. 1. Paris: Presses Universitaires de France.
- Leete A., Ventsel A. 2016. Preface to the Special Issue: Drinking Is Not Just Fun. *Journal of Ethnology and Folkloristics*. 10 (2): 3–6.
- Lemle R., Mishkind M. E. 1989. Alcohol and Masculinity. *Journal of Substance Abuse Treatment*. 6 (4): 213–222.
- Levi-Strauss C. 1981 (1947). *Les structures élémentaires de la parenté*. Paris: Mouton.
- Livingston M. et al. 2016. Understanding Trends in Australian Alcohol Consumption — An Age-Period-Cohort Model: Trends in Australian Alcohol Consumption. *Addiction*. 111 (9): 1590–1598.
- Loose T., Acier D., El-Baalbaki G. 2018. Drinking Motives as Mediators between Personality Traits and Alcohol Use among Young French People. *Personality and Individual Differences*. 134: 268–274.
- Macdonald S. 1994. Whisky, Women and the Scottish Drinking Problem. A View from the Highlands. In: McDonald M. (ed.) *Gender, Drink and Drugs*. Oxford: Berg; 125–143.
- Mäkelä K. 1983. The Uses of Alcohol and Their Cultural Regulation. *Acta Sociologica*. 26 (1): 21–31.

- Marino C. et al. 2018. Parents' Drinking Motives and Problem Drinking Predict Their Children's Drinking Motives, Alcohol Use and Substance Misuse. *Addictive Behaviors*. 84: 40–44.
- Marlatt G. A. 1999. Alcohol, the Magic Elixir? In: Peele S., Grant M. (eds) *Alcohol and Pleasure: A Health Perspective*. Ann Arbor: Taylor & Francis; 233–248.
- Mars G. 1987. Longshore Drinking, Economic Security and Union Politics in Newfoundland. In: Douglas M. (ed.) *Constructive Drinking: Perspectives on Drink from Anthropology*. Cambridge, MA: Cambridge University Press; 91–101.
- McVicar D., Polanski A. 2013. Peer Effects in UK Adolescent Substance Use: Never Mind the Classmates? *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*. 76 (4): 589–604.
- Mennell S. 1985. *All Manners of Food. Eating and Taste in England and France from the Middle Ages to the Present*. Oxford: Basil Blackwell.
- Mennell S. 1987. On the Civilizing of Appetite. *Theory, Culture & Society*. 4 (2–3): 373–403.
- Mikeshin I. 2016. «I'm Not Like Most of You Here, I'm Just an Alcoholic»: A Russian Baptist Theory of Addiction. *Journal of Ethnology and Folkloristics*. 10 (2): 19–32.
- Mizruchi E. H., Perrucci R. 1970. Prescription, Proscription and Permissiveness: Aspects of Norms and Deviant Drinking Behavior. In: Maddox G. L. (ed.) *The Domesticated Drug: Drinking Among Collegians*. New Haven, CT: College and University Press: 234–253.
- Mullen K. et al. 2007. Young Men, Masculinity and Alcohol. *Drugs: Education, Prevention and Policy*. 14 (2): 151–165.
- Nadeau L. 1999. Gender and Alcohol: The Separate Realities of Women's and Men's Drinking. In: Peele S., Grant M. (eds). *Alcohol and Pleasure: A Health Perspective*. Ann Arbor: Taylor & Francis; 305–321.
- Nelson M. 2008. *The Barbarian's Beverage: A History of Beer in Ancient Europe*. Abingdon, UK; New York: Routledge.
- Norström T., Svensson J. 2014. The Declining Trend in Swedish Youth Drinking: Collectivity or Polarization? *Addiction*. 109 (9): 1437–1446.
- Oldham M. et al. 2020. The Decline in Youth Drinking in England — Is Everyone Drinking Less? A quantile Regression Analysis. *Addiction*. 115 (2): 230–238.
- Østergaard J. 2007. Mind the Gender Gap! *Nordic Studies on Alcohol and Drugs*. 24 (2): 127–148.
- Pabst A. et al. 2010. Age, Period, and Cohort Effects on Time Trends in Alcohol Consumption in the German Adult Population. *SUCHT*. 56 (5): 349–359.
- Peele S., Grant M. (eds) 1999. *Alcohol and Pleasure: A Health Perspective*. Ann Arbor: Taylor & Francis
- Pittman D. J. 1967. International Overview: Social and Cultural Factors in Drinking Patterns, Pathological and Nonpathological. In: Pittman D. J. (ed.) *Alcoholism*. New York: Harper Collins; 3–20.

- Popova S. et al. 2007. Comparing Alcohol Consumption in Central and Eastern Europe to Other European Countries. *Alcohol and Alcoholism*. 42 (5): 465–473.
- Poulain J. P., Rouyer J. L. 1987. *Histoire et recettes de la Provence et du Comte de Nice*. Toulouse: Privat.
- Radaev V., Roshchina Y. 2019. Young Cohorts of Russians Drink Less: Age-Period-Cohort Modelling of Alcohol Use Prevalence 1994–2016. *Addiction*. 114 (5): 823–835.
- Radaev V., Roshchina Y. 2021. Decline in Alcohol Consumption in Russia: Collectivity or Polarization? *Drug And Alcohol Review*. 40 (3): 481–488.
- Radaev V., Roshchina Y., Salnikova D. 2020. The Decline in Alcohol Consumption in Russia from 2006 to 2017: Do Birth Cohorts Matter? *Alcohol and Alcoholism*. 55 (3): 323–335.
- Room R. 2001. Intoxication and Bad Behaviour: Understanding Cultural Differences in the Link. *Social Science & Medicine*. 53 (2): 189–198.
- Room R. 2013. Spirituality, Intoxication and Addiction: Six Forms of Relationship. *Substance Use & Misuse*. 48 (12): 1109–1113.
- Room R., Mäkelä K. 2000. Typologies of the Cultural Position of Drinking. *Journal of Studies on Alcohol*. 61 (3): 475–483.
- Room R., Mitchell A. 1972. Notes on Cross-National and Cross-Cultural Studies. *Drinking and Drug Practices Surveyor*. 5 (14): 16–20.
- Rossow I., Mäkelä P., Kerr W. 2014. The Collectivity of Changes in Alcohol Consumption Revisited. *Addiction*. 109 (9): 1447–1455.
- Single E., Leino V. E. 1998. The Level, Patterns and Consequences of Drinking. In: Grant M., Litvak J. (eds) *Drinking Patterns and Their Consequences*. Washington, DC: Taylor & Francis; 7–24.
- Single E., Pomeroy H. 1999. Drinking and Setting: A Season for All Things. In: Peele S., Grant M. (eds) *Alcohol and Pleasure: A Health Perspective*. Ann Arbor: Taylor & Francis; 265–276.
- Skog O. J. 1985. The Collectivity of Drinking Cultures: A Theory of the Distribution of Alcohol Consumption. *British Journal of Addiction*. 80 (1): 83–99.
- Smart J. 2005. Cognac, Beer, Red Wine or Soft Drinks? Hong Kong Identity and Wedding Banquets. Drinking Cultures. In: Wilson Y. M. (ed.) *Alcohol and Identity*. Oxford: Berg; 107–128.
- Smith A., Kendrick A., Maben A. 1992. Use and Effects of Food and Drinks in Relation To Daily Rhythms of Mood and Cognitive Performance. Effects of Caffeine, Lunch and Alcohol on Human Performance, Mood and Cardiovascular Function. *Proceedings of the Nutrition Society*. 51 (3): 322–333.
- Social and Cultural Aspects of Drinking. 1998. *A Report to the European Commission*. Oxford: The Social Issues Research Centre.
- Thornton M. A. 1987. Sekt Versus Schnaps in Austrian Village. In: Douglas M. (ed.) *Constructive Drinking. Perspectives on Drink from Anthropology*. Cambridge, MA: Cambridge University Press; 102–112.

- Thurnell-Read T. (ed.) 2015. *Drinking Dilemmas: Space, Culture and Identity*. Abingdon, UK; New York: Routledge.
- Tutorsky A. V. 2016. Drinking in the North of European Russia: From Traditional to Totalising Liminality. *Journal of Ethnology and Folkloristics*. 10 (2): 7–18.
- Yakovlev E. 2012. *USSR Babies: Who Drinks Vodka in Russia?* CEFIR/NES Working Paper. 183. Moscow: Center for Economic and Financial Research (CEFIR).
- Yang M. J., Borges A., Leyro T. M. 2019. The Sequential Indirect Effect of Negative Urgency on Drinking Consequences Through Distress Intolerance and Drinking Motives: Initial Examination in College Students Reporting Past Month Alcohol Use. *International Journal of Mental Health and Addiction*. 17 (3): 479–492.
- Yu J. 2003. The Association Between Parental Alcohol-Related Behaviors and Children's Drinking. *Drug and Alcohol Dependence*. 69 (3): 253–262.

PROFESSIONAL REVIEWS

V. Kondratenko, Y. Roshchina

Can We Explain Differences in Patterns of Alcohol Consumption? Review of Theoretical Approaches

KONDRATENKO, Valeriia — MA Student; Research assistant, Laboratory for Studies in Economic Sociology, HSE University. Address: 20 Myasnitskaya str., Moscow, 101000, Russian Federation.

Email: vkondratenko@hse.ru

ROSHCHINA, Yana — PhD in Economics, Associate Professor, Department of Economic Sociology; Senior Researcher, Center of Longitudinal Research; Senior Research Fellow, Laboratory for Studies in Economic Sociology, HSE University. Address: 20 Myasnitskaya str., Moscow, 101000, Russian Federation.

Email: yroshchina@hse.ru

Abstract

Alcohol is an important part of the culture of many people, and the patterns of its consumption differ according to the types of drinks people drink, in what circumstances they drink, what kind of meaning drinking offers them, etc. In this article, we decided to classify publications on differences in drinking patterns based on a dominant idea. We highlight the criteria for identifying such patterns: quantitative (depending on the volume and frequency of consumption) and qualitative (depending on the chosen drinks, circumstances, and motives for use). The quantitative criteria make it possible to identify frequently used patterns, such as episodic alcohol consumption in large quantities, binge drinking, sporadic drinking, and light and heavy drinking. Within the framework of the qualitative criteria, Northern, Southern, and Central European types are often distinguished. The emphasis on consumption motives reveals four patterns: reinforcement, coping, conformity, and community. However, researchers tend to understand what explains the differences in consumption patterns. Therefore, in the second part of the article, we turn to the systematization of such explanations based on cultural-anthropological, historical, and structural approaches.

In the last part of our article, we show that the approaches we have identified allow us to explain the features of alcohol consumption patterns in Russia and their changes over the past several decades. It can be concluded that the most productive way of analyzing alcohol consumption is the complex application of the approaches we have considered—the identification of patterns based on various criteria and the explanation of their choice by different highlighted approaches.

Keywords: patterns of alcohol consumption; alcohol consumption motives; consumer culture; structural approach; cultural and anthropological approach; identity; collectivity effect.

Acknowledgements

This research paper uses the results of the project “The Ratio of Formal and Informal Sources of Economic Power in the Modern Russian Economy” carried out within the framework of the HSE Program of Fundamental Research in 2021.

References

Albert J. P. (1991) *Le vin sans l'ivresse. Le Ferment divin* (éditeurs D. Fournier, S. D'Onofrio), Paris, MSH, pp. 77–91.

- Anderson K. R., Palfai T. P., Maisto S. A., Simons J. S. (2020) Drinking Motives Mediate the Associations between Urgency and Hazardous/Harmful Alcohol Use among Moderate-to-Heavy Drinking Men Who Have Sex with Men (MSM). *Addictive Behaviors*, vol. 110, art. 106520.
- Bakken S. A., Sandøy T. A., Sandberg S. (2017) Social Identity and Alcohol in Young Adolescence: The Perceived Difference between Youthful and Adult Drinking. *Journal of Youth Studies*, vol. 20, no 10, pp. 1380–1395.
- Bales R. F. (1946) Cultural Differences in Rates of Alcoholism. *Quarterly Journal of Studies on Alcohol*, vol. 6, no 4, pp. 480–499.
- Beard E., Brown J., West R., Kaner E., Meier P., Michie S. (2019) Associations between Socio-Economic Factors and Alcohol Consumption: A Population Survey of Adults in England. *PLoS ONE*, vol. 14, no 2, e0209442. Available at: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0209442> (accessed 15 July 2020).
- Bentzen J., Smith V. (2009) *Wine Production in Denmark Do the Characteristics of the Vineyards Affect the Chances for Awards?* Working Paper, Aarhus: University of Aarhus; Aarhus School of Business; Department of Economics.
- Bocock R. (2008) *Consumption*, Abingdon, UK; New York: Routledge.
- Bourdieu P. (1984) *Distinction. A Social Critique of the Judgment of Taste* (transl. R. Nice), Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bourdieu P. (2005) Razlicheniye: sotsial'naya kritika suzhdeniya [Distinction: The Social Critique of Judgment]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya Sotsiologiya*, vol. 6, no 3, pp. 25–48. Available at: <https://ecsoc.hse.ru/2005-6-3/26594088.html> (accessed 15 July 2020) (in Russian).
- Braudel F. (2006) *Materialnaya tsivilizatsia, ekonomika i kapitalizm, XV–XVIII vv. Tom 1: struktury povsednevnosti* [Material Civilization, Economy and Capitalism, XV–XVIII. Vol. 1: Structures of Daily Occurrence], Moscow: Ves' Mir (in Russian).
- Brennan A., Purshouse R., Latimer N., Meng Y., Rafia R. (2009) *Modelling to Assess the Effectiveness and Cost-Effectiveness of Public Health Related Strategies and Interventions to Reduce Alcohol Attributable Harm in England Using the Sheffield Alcohol Policy Model version 2.0*. The National Institute for Health and Care Excellence, Report to the NICE Public Health Programme Development Group, Sheffield, UK: The University of Sheffield.
- Bruun K. (1975) *Alcohol Control Policies in Public Health Perspective*, Helsinki: Finnish Foundation for Alcohol Studies. 25.
- Camargo C. A. (1999) Gender Differences in the Health Effects of Moderate Alcohol Consumption. *Alcohol and Pleasure: A Health Perspective* (eds. S. Peele, M. Grant), Ann Arbor: Taylor & Francis, pp. 157–170.
- Charters S. (2003) Wine in the Modern World. *Encyclopedia of Food and Culture* (eds. S. Katz, W. W. Weaver), vol. 3, New York: Charles Scribner's Sons, pp. 557–561.
- Charters J. (2006) *Wine and Society. The Social and Cultural Context of a Drink*, Oxford, UK: Elsevier Ltd.

- Cox W. M., Klinger E. (1988) A motivational Model of Alcohol Use. *Journal of Abnormal Psychology*, vol. 97, no 2, pp. 168–180.
- Demossier M. (2005) Consuming Wine in France. The “Wandering»” Drinker and Vin-Anomie. *Drinking Cultures: Alcohol and Identity* (ed. Y. M. Wilson), Oxford: Berg, pp. 129–154.
- Dietler M. (2001) Theorizing the Feast: Rituals of Consumption, Commensal Politics, and Power in African Contexts. *Feasts: Archaeological and Ethnographic Perspectives on Food, Politics, and Power* (eds. M. Dietler, B. Hayden), Washington, DC: Smithsonian Institution Press, pp. 65–114.
- Dietler M. (2006) Alcohol: Anthropological/Archaeological Perspectives. *Annual Review of Anthropology*, vol. 35, pp. 229–249.
- Ding L. (2014) *Drinking in Context: The Influence of Peer Pressure on Drinking Among Chinese College Students*, Lincoln, NE: University of Nebraska-Lincoln.
- Dmitriev V. K. (2001) *Kriticheskiye issledovaniya o potreblenii alkogolya v Rossii* [Critical Research on Alcohol Consumption in Russia], Moscow: Russian panorama (in Russian).
- Douglas M. (1987) A Distinctive Anthropological Perspective. *Constructive Drinking: Perspectives on Drink from Anthropology* (ed. M. Douglas), Cambridge, MA: Cambridge University Press, pp. 3–15.
- Douglas M., Isherwood B. (1979) *The World of Goods: Towards an Anthropology of Consumption*, New York: Basic Books.
- Dupuy B. (1986) *L’eucharistie et le Seder pascal juif. Rencontres de l’Ecole du Louvre. La table et le partage*, Paris: La Documentation Francaise.
- Edenberg H. J., Foroud T. (2006) The Genetics of Alcoholism: Identifying Specific Genes Through Family Studies. *Addiction Biology*, vol. 11, no 3–4, pp. 386–396.
- Emslie C., Hunt K., Lyons A. (2015) Transformation and Time-Out: The Role of Alcohol in Identity Construction among Scottish Women in Early Midlife. *International Journal of Drug Policy*, vol. 26, no 5, pp. 437–445.
- Engs R. C., Slawinska J. B., Hanson D. J. (1991) The Drinking Patterns of American and Polish University Students: A Cross-National Study. *Drug and Alcohol Dependence*, vol. 27, no 2, pp. 167–175.
- Epstein E. E., Labouvie E., McCrady B. S., Swingle J., Wern J. (2004) Development and Validity of Drinking Pattern Classification: Binge, Episodic, Sporadic, and Steady Drinkers in Treatment for Alcohol Problems. *Addictive Behaviors*, vol. 29, no 9, pp. 1745–1761.
- Flemmen M., Hjellbrekke J., Jarness V. (2018) Class, Culture and Culinary Tastes: Cultural Distinctions and Social Class Divisions in Contemporary Norway. *Sociology*, vol. 52, pp. 128–149.
- Gamella J. F. (1995) Spain. *International Handbook on Alcohol and Culture* (ed. D. B. Heath), Westport, CT: Greenwood Publishing Group, pp. 254–268.
- Garine I. de (2001) For a Pluridisciplinary Approach to Drinking. *Drinking: Anthropological Approaches* (eds. I. de Garine, V. de Garine), New York: Berghahn Books, pp. 1–11.

- Garine I. de, Garine V. de (eds) (2001) *Drinking: Anthropological Approaches*, New York: Berghahn Books.
- Giddens A. (1991) *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*, Stanford, CA: Stanford University Press.
- Gomes de Matos E., Kraus L., Pabst A., Piontek D. (2015) Does a Change Over All Equal a Change in All? Testing for Polarized Alcohol Use Within and Across Socio-Economic Groups in Germany. *Alcohol and Alcoholism*, vol. 50, no 6, pp. 700–707.
- Goryacheva N. V. (2003) Model' potrebleniya alkogolya v Rossii [Model of Alcohol Consumption in Russia]. *Sociological Journal = Sotsiologicheskii Zhurnal*, no 4, pp. 101–107 (in Russian).
- Guille-Escuret G. (1987) *Le décalage humain: Le fait social dans l'évolution*. 1er edition, Paris: Kimé.
- Gusfield J. R. (1986) *Symbolic Crusade: Status Politics and the American Temperance Movement*, Urbana; Chicago: University of Illinois Press.
- Hailwood M., Toner D. (eds) (2015) *Biographies of Drink: A Case Study Approach to Our Historical Relationship with Alcohol*, Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Harvey D. (1989) *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*, Oxford, UK; Cambridge, MA: Basil Blackwell.
- Health D. (1987) A Decade of Development in the Anthropological Study of Alcohol Use, 1970–1980. *Constructive Drinking: Perspectives on Drink from Anthropology* (ed. M. Douglas), Cambridge, MA: Cambridge University Press, pp. 73–90.
- Heath D. B. (1999) Drinking and Pleasure across Cultures. *Alcohol and Pleasure: A Health Perspective* (eds. S. Peele, M. Grant), Ann Arbor: Taylor & Francis, pp. 61–72.
- Herpin N., Verger D. (2008) *Consommation et modes de vie en France*, Paris: La Découverte, coll. “Grands Repères”.
- Hunt G., Antin T. (2019) Gender and Intoxication: From Masculinity to Intersectionality. *Drugs: Education, Prevention and Policy*, vol. 26, no 1, pp. 70–78.
- Iwamoto D. K., Cheng A., Lee C. S., Takamatsu S., Gordon D. (2011) “Maning” Up and Getting Drunk: The Role of Masculine Norms, Alcohol Intoxication and Alcohol-Related Problems among College Men. *Addictive Behaviors*, vol. 36, no 9, pp. 906–911.
- Kerr W. C., Greenfield T. K., Bond J., Ye Y., Rehm J. (2009) Age–Period–Cohort Modelling of Alcohol Volume and Heavy Drinking Days in the US National Alcohol Surveys: Divergence in Younger and Older Adult Trends. *Addiction*, vol. 104, no 1, pp. 27–37.
- Kotelnikova Z. V. (2015) Vzaimosvyaz' praktik potrebleniya alkogolya s sotsial'noy strukturoy sovremennoy Rossii [The Relationship of Alcohol Consumption Practices with the Social Structure of Modern Russia]. *Sociological Studies = Sotsiologicheskie Issledovaniya*, no 4, pp. 105–112 (in Russian).

- Kraus L., Tinghog M. E., Lindell A., Pabst A., Piontek D., Room R. (2015) Age, Period and Cohort Effects on Time Trends in Alcohol Consumption in the Swedish Adult Population 1979–2011. *Alcohol and Alcoholism*, vol. 50, no 3, pp. 319–327.
- Ledermann S. (1956) *Alcohol, Alcoolisme, Alcoolisation*, vol. 1, Paris: Presses Universitaires de France.
- Leete A., Ventsel A. (2016) Preface to the Special Issue: Drinking Is Not Just Fun. *Journal of Ethnology and Folkloristics*, vol. 10, no 2, pp. 3–6.
- Lemle R., Mishkind M. E. (1989) Alcohol and Masculinity. *Journal of Substance Abuse Treatment*, vol. 6, no 4, pp. 213–222.
- Levi-Strauss C. (1981) *Les structures élémentaires de la parenté*, Paris: Mouton.
- Livingston M., Raninen J., Slade T., Swift W., Lloyd B., Dietze P. (2016) Understanding Trends in Australian Alcohol Consumption — An Age-Period-Cohort Model: Trends in Australian Alcohol Consumption. *Addiction*, vol. 111, no 9, pp. 1590–1598.
- Loose T., Acier D., El-Baalbaki G. (2018) Drinking Motives as Mediators between Personality Traits and Alcohol Use among Young French People. *Personality and Individual Differences*, vol. 134, pp. 268–274.
- Macdonald S. (1994) Whisky, Women and the Scottish Drinking Problem. A View from the Highlands. *Gender, Drink and Drugs* (ed. M. McDonald), Oxford: Berg, pp. 125–143.
- Mäkelä K. (1983) The Uses of Alcohol and Their Cultural Regulation. *Acta Sociologica*, vol. 26, no 1, pp. 21–31.
- Marino C., Moss A. C., Vieno A., Albery I. P., Frings D., Spada M. M. (2018) Parents' Drinking Motives and Problem Drinking Predict Their Children's Drinking Motives, Alcohol Use and Substance Misuse. *Addictive Behaviors*, vol. 84, pp. 40–44.
- Marlatt G. A. (1999) Alcohol, the Magic Elixir? *Alcohol and Pleasure: A Health Perspective* (eds. S. Peele, M. Grant), Ann Arbor: Taylor & Francis, pp. 233–248.
- Mars G. (1987) Longshore Drinking, Economic Security and Union Politics in Newfoundland. *Constructive Drinking: Perspectives on Drink from Anthropology* (ed. M. Douglas), Cambridge, MA: Cambridge University Press, pp. 91–101.
- McVicar D., Polanski A. (2013) Peer Effects in UK Adolescent Substance Use: Never Mind the Classmates? *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, vol. 76, no 4, pp. 589–604.
- Mennell S. (1985) *All Manners of Food. Eating and Taste in England and France from the Middle Ages to the Present*, Oxford: Basil Blackwell.
- Mennell S. (1987) On the Civilizing of Appetite. *Theory, Culture & Society*, vol. 4, no 2–3, pp. 373–403.
- Mikeshin I. (2016) “I’m Not Like Most of You Here, I’m Just an Alcoholic”: A Russian Baptist Theory of Addiction. *Journal of Ethnology and Folkloristics*, vol. 10, no 2, pp. 19–32.

- Mizruchi E. H., Perrucci R. (1970) Prescription, Proscription and Permissiveness: Aspects of Norms and Deviant Drinking Behavior. *The Domesticated Drug: Drinking among Collegians* (ed. G. L. Maddox), New Haven, CT: College and University Press, pp. 234–253.
- Mullen K., Watson, J., Swift J., Black D. (2007) Young Men, Masculinity and Alcohol. *Drugs: Education, Prevention and Policy*, vol. 14, no 2, pp. 151–165.
- Nadeau L. (1999) Gender and Alcohol: The Separate Realities of Women's and Men's Drinking. *Alcohol and Pleasure: A Health Perspective* (eds. S. Peele, M. Grant), Ann Arbor: Taylor & Francis, pp. 305–321.
- Nelson M. (2008) *The Barbarian's Beverage: A History of Beer in Ancient Europe*, Abingdon, UK; New York: Routledge.
- Nemtsov A. V. (2008) *Alkogol'naya istoriya Rossii. Noveyshiy period* [Alcoholic History of Russia. The Newest Period], Moscow: URSS (in Russian).
- Norström T., Svensson J. (2014) The Declining Trend in Swedish Youth Drinking: Collectivity or Polarization? *Addiction*, vol. 109, no 9, pp. 1437–1446.
- Oldham M., Callinan S., Whitaker V., Fairbrother H., Curtis P., Meier P., Livingston M., Holmes J. (2020) The Decline in Youth Drinking in England — Is Everyone Drinking Less? A quantile Regression Analysis. *Addiction*, vol. 115, no 2, pp. 230–238.
- Østergaard J. (2007) Mind the Gender Gap! *Nordic Studies on Alcohol and Drugs*, vol. 24, no 2, pp. 127–148.
- Pabst A., Kraus L., Piontek D., Mueller S. (2010) Age, Period, and Cohort Effects on Time Trends in Alcohol Consumption in the German Adult Population. *SUCHT*, vol. 56, no 5, pp. 349–359.
- Peele S., Grant M. (eds.) (1999) *Alcohol and Pleasure: A Health Perspective*, Ann Arbor: Taylor & Francis.
- Pittman D. J. (1967) International Overview: Social and Cultural Factors in Drinking Patterns, Pathological and Nonpathological. *Alcoholism* (ed. D. J. Pittman), New York: Harper Collins, pp. 3–20.
- Popova S., Rehm J., Patra J., Zatonski W. (2007) Comparing Alcohol Consumption in Central and Eastern Europe to Other European Countries. *Alcohol and Alcoholism*, vol 42, no 5, pp. 465–473.
- Poulain J. P., Rouyer J. L. (1987) *Histoire et recettes de la Provence et du Comte de Nice*, Toulouse: Privat.
- Pozdnyakova M. E. (2011) Alkogol'nyye traditsii v sovremennoy Rossii [Alcoholic traditions in modern Russia]. *Reforming Russia = Rossiya reformiruyushchayasya*, vol. 10, pp. 350–372 (in Russian).
- Radaev V. V., Kotelnikova Z. V. (2016) Izmeneniye struktury potrebleniya alkogolya v kontekste gosudarstvennoy alkogol'noy politiki v Rossii [Changes in the Structure of Alcohol Consumption in the Context of State Alcohol Policy in Russia]. *Economic Policy = Ekonomicheskaya Politika*, vol. 11, no 5, pp. 92–117 (in Russian).
- Radaev V. V., Roshchina Y. M. (2019a) Izmereniye potrebleniya alkogolya kak metodologicheskaya problema [Measurement of Alcohol Consumption as a Methodological Problem]. *Sociology: Methodology, Methods, Mathematical Modeling (Sociology: 4M)*, no 48, pp. 7–57 (in Russian).

- Radaev V., Roshchina Y. (2019b) Young Cohorts of Russians Drink Less: Age-Period-Cohort Modelling of Alcohol Use Prevalence 1994–2016. *Addiction*, vol. 114, no 5, pp. 823–835.
- Radaev V., Roshchina Y. (2021) Decline in Alcohol Consumption in Russia: Collectivity or Polarization? *Drug and Alcohol Review*, vol. 40, no 3, pp. 481–488.
- Radaev V., Roshchina Y., Salnikova D. (2020) The Decline in Alcohol Consumption in Russia from 2006 to 2017: Do Birth Cohorts Matter? *Alcohol and Alcoholism*, vol. 55, no 3, pp. 323–335.
- Room R. (2001) Intoxication and Bad Behaviour: Understanding Cultural Differences in the Link. *Social Science & Medicine*, vol. 53, no 2, pp. 189–198.
- Room R. (2013) Spirituality, Intoxication and Addiction: Six Forms of Relationship. *Substance Use & Misuse*, vol. 48, no 12, pp. 1109–1113.
- Room R., Mäkelä K. (2000) Typologies of the Cultural Position of Drinking. *Journal of Studies on Alcohol*, vol. 61, no 3, pp. 475–483.
- Room R., Mitchell A. (1972) Notes on Cross-National and Cross-Cultural Studies. *Drinking and Drug Practices Surveyor*, vol. 5, no 14, pp. 16–20.
- Roshchina Y. M. (2012) Dinamika i struktura potrebleniya alkogolya v sovremennoy Rossii [Dynamics and Structure of Alcohol Consumption in Modern Russia]. *Bulletin of the Russian Monitoring of the Economic Situation and Health of the Population of the Higher School of Economics*, no 2, pp. 238–257 (in Russian).
- Roshchina Y. M., Bogdanov M. B. (2018) Chto vliyaet na potreblenie alkogolya i tabaka: obzor ekonomicheskikh sotsiologicheskikh kontseptsiy i empiricheskikh rezultatov [What Influences Alcohol and Tobacco Consumption: Review of Economic and Sociological Concepts and Empirical Results]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya Sotsiologiya*, vol. 19, no 4, pp. 134–171. Available at: <https://ecsoc.hse.ru/2018-19-4/224872166.html> (accessed 15 July 2020) (in Russian).
- Roshchina Y. M., Martynenko P. A. (2014) Struktura potrebleniya alkogolya kak indikator sotsial'noy gruppy v sovremennykh gorodakh [The Structure of Alcohol Consumption as an Indicator of a Social Group in Modern Cities]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya Sotsiologiya*, vol. 15, no 1, pp. 20–42. Available at: <https://ecsoc.hse.ru/2014-15-1/111329690.html> (accessed 15 July 2020) (in Russian).
- Rossow I., Mäkelä P., Kerr W. (2014) The Collectivity of Changes in Alcohol Consumption Revisited. *Addiction*, vol. 109, no 9, pp. 1447–1455.
- Single E., Leino V. E. (1998) The Level, Patterns and Consequences of Drinking. *Drinking Patterns and Their Consequences* (eds. M. Grant, J. Litvak), Washington, DC: Taylor & Francis, pp. 7–24.
- Single E., Pomeroy H. (1999) Drinking and Setting: A Season for All Things. *Alcohol and Pleasure: A Health Perspective* (eds. S. Peele, M. Grant), Ann Arbor: Taylor & Francis, pp. 265–276.
- Skog O. J. (1985) The Collectivity of Drinking Cultures: A Theory of the Distribution of Alcohol Consumption. *British Journal of Addiction*, vol. 80, no 1, pp. 83–99.
- Smart J. (2005) Cognac, Beer, Red Wine or Soft Drinks? Hong Kong Identity and Wedding banquets. *Drinking Cultures: Alcohol and Identity* (ed. Y. M. Wilson), Oxford: Berg, pp. 107–128.

- Smith A., Kendrick A., Maben A. (1992) Use and Effects of Food and Drinks in Relation to Daily Rhythms of Mood and Cognitive Performance Effects of Caffeine, Lunch and Alcohol on Human Performance, Mood and Cardiovascular Function. *Proceedings of the Nutrition Society*, vol. 51, no 3, pp. 322–333.
- Social and Cultural Aspects of Drinking (1998) *A Report to the European Commission*, Oxford: The Social Issues Research Centre.
- Tapilina V. (2006) Skol'ko p'yet Rossiya? Ob'yem, dinamika i differentsiatsiya potrebleniya alkogolya [How Much Does Russia Drink? Volume, dynamics and differentiation of alcohol consumption]. *Sociological Studies = Sotsiologicheskie Issledovaniya*, no 2, pp. 5–94 (in Russian).
- Thornton M. A. (1987) Sekt versus Schnaps un an Austrian Village. *Constructive drinking. Perspectives on Drink from Anthropology* (ed. M. Douglas), Cambridge, MA: Cambridge University Press, pp. 102–112.
- Thurnell-Read T. (2015) *Drinking Dilemmas: Space, Culture and Identity*, Abingdon, UK; New York: Routledge.
- Tutorsky A. V. (2016) Drinking in the North of European Russia: From Traditional to Totalising Liminality. *Journal of Ethnology and Folkloristics*, vol. 10, no 2, pp. 7–18.
- Vashchuk A. S., Krushanova L. A. (2014) Antialkogol'naya politika v SSSR v gody perestroyki i posledstviya v dal'nevostochnom regione [Anti-alcohol policy in the USSR during the years of perestroika and the consequences in the Far East region]. *Russia and the Pacific = Rossiya i ATR*, vol. 4, no 86, pp. 94–108 (in Russian).
- Weber M. (1994) Osnovnyye ponyatiya stratifikatsii [Basic Concepts of Stratification]. *Sociological Studies = Sotsiologicheskie Issledovaniia*, no 5, pp. 147–156 (in Russian).
- Yakovlev E. (2012) *USSR Babies: Who Drinks Vodka in Russia?* CEFIR/NES Working Paper, no 183, Moscow: Center for Economic and Financial Research (CEFIR).
- Yang M. J., Borges A., Leyro T. M. (2019) The Sequential Indirect Effect of Negative Urgency on Drinking Consequences Through Distress Intolerance and Drinking Motives: Initial Examination in College Students Reporting Past Month Alcohol Use. *International Journal of Mental Health and Addiction*, vol. 17, no 3, pp. 479–492.
- Yu J. (2003) The Association Between Parental Alcohol-Related Behaviors and Children's Drinking. *Drug and Alcohol Dependence*, vol. 69, no 3, pp. 253–262.

Received: 10 September 2020

Citation: Kondratenko V., Roshchina Y. (2021) Mozhem li my ob'yasnit' razlichiya v modelyakh potrebleniya alkogolya? Obzor teoreticheskikh podkhodov [Can We Explain Differences in Patterns of Alcohol Consumption? Review of Theoretical Approaches]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 22, no 3, pp. 129–157. doi: [10.17323/1726-3247-2021-3-129-157](https://doi.org/10.17323/1726-3247-2021-3-129-157) (in Russian).