

DOI: 10.19181/snsp.2021.9.3.8439

ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ АЛКОГОЛЯ ЖЕНЩИНАМИ-ГОРОЖАНКАМИ С РАЗЛИЧНЫМ СОЦИАЛЬНО- ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ СТАТУСОМ

М. Е. Позднякова¹, В. В. Брюно¹

¹Институт социологии ФНИСЦ РАН.

109544, Россия, Москва, ул. Большая Андроньевская, д. 5, стр. 1

Для цитирования: Позднякова М. Е., Брюно В. В. Особенности употребления алкоголя женщинами-горожанками с различным социально-профессиональным статусом // Социологическая наука и социальная практика. 2021. Т. 9, № 3. С. 148–166. DOI: 10.19181/snsp.2021.9.3.8439

Аннотация. На материалах количественных и качественных многолетних исследований, проведённых сектором социологии девиантного поведения Института социологии ФНИСЦ РАН, рассмотрено, как изменялась ситуация с вовлечённостью в алкоголизацию женщин различного социально-профессионального статуса. Проанализированы особенности алкогольного поведения – регулярность и интенсивность употребления спиртного, структура потребляемых алкогольных напитков – у женщин-руководителей, специалистов с высшим образованием без подчинённых, женщин-служащих и рабочих различной квалификации. Выявлены основные мотивы потребления алкоголя в этих группах. Показано, что, несмотря на зафиксированный позитивный тренд последних лет к снижению алкоголизации среди женщин крупных городов, характер потребления спиртного в некоторых социально-профессиональных группах женщин значительно изменился: у деловых женщин с высоким социальным статусом, употребляющих спиртное, наметилось утяжеление алкогольных привычек. Рассмотрено влияние эпидемии коронавирусной инфекции и введённого правительством РФ весной 2020 г. режима самоизоляции на употребление алкоголя женщинами с различным социально-профессиональным статусом. Обнаружено, что по многим показателям алкогольного поведения деловые женщины представляют собой группу повышенного риска. Выявлены факторы, способствующие алкоголизации деловых женщин, рассмотрено, какую роль алкоголь играет в их жизни, мотивы потребления. Показано, что значимыми факторами алкоголизации деловых женщин и женщин-руководителей является необходимость следовать деловой культуре с присущей ей практикой потребления спиртного, желательность соответствия женщины противостоящим друг другу социальным нормам, а также рабочий стресс. В стремлении адаптироваться к сложившимся непростым условиям деловые женщины прибегают к алкоголю.

Ключевые слова: алкоголизация; женское алкогольное поведение; социально-профессиональный статус; мотивы употребления алкоголя; стигматизация

Введение

Данная статья продолжает цикл работ, посвящённых исследованию употребления психоактивных веществ, — наркотиков и алкоголя — среди работающего населения России [6; 7; 8]. В фокусе работы — изучение распространённости и особенностей употребления алкоголя среди работающих женщин-горожанок с различным профессиональным и социальным статусом.

В последние годы в результате поэтапной реализации антиалкогольной Концепции (2010–2020 гг.) в России происходило снижение алкогольного потребления практически во всех половозрастных группах. Снизились показатели заболеваемости алкогольными расстройствами, показатели смертности от причин, связанных с употреблением алкоголя, отмечено снижение тяжёлого эпизодического употребления у мужчин и женщин [2, с. 61; 3, с. 21, 45; 10; 11].

Несмотря на фиксируемую многими социологическими исследованиями тенденцию к уменьшению потребления спиртного, вовлечённость россиян в потребление алкоголя всё ещё сохраняется на достаточно высоком уровне¹ [1; 5]. Существенные изменения произошли в характере потребления: злоупотребление спиртным приняло более социально приемлемые, но при этом завуалированные формы, совершив «переход» из общественных мест в дом, в семью. Распространение получила так называемая «тихая», «домашняя» алкоголизация, характерная, как правило, для жителей крупных городов, представителей «беловоротничкового» менеджмента, людей с высоким социальным статусом, а также женщин. На фоне тренда последних 15 лет к снижению общей доли потребителей алкоголя среди мужчин и женщин в последние годы в некоторых социальных группах возросла доля женщин с рискованным употреблением алкоголя².

В задачи исследования входило: рассмотреть динамику распространения употребления спиртного среди женщин различного профессионального и социального статуса, проанализировать особенности паттернов алкогольного потребления (регулярность и интенсивность потребления спиртного, структуру напитков, тяжесть опьянения) у женщин-руководителей, специалистов с высшим образованием без подчинённых, служащих и рабочих различной квалификации.

¹ Более 85% трудоспособных россиян пьют алкоголь // Коммерсантъ. 15.12.2020. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4615210> (дата обращения: 20.03.2021).

² Рискованным употреблением алкоголя является такое, при котором может возникнуть повышенный риск неблагоприятных последствий для здоровья (заболевания печени, рак, ишемическая болезнь сердца, инсульт, психические расстройства, травмы и др.), а также значимые социальные последствия (разрушение семьи, насилие, дорожно-транспортные происшествия, расходы на здравоохранение, снижение производительности труда и др.). В нашем исследовании под рискованным употреблением алкоголя понималось употребление с частотой от 1 до 7 раз в неделю, неоднократное в течение года состояние сильного опьянения, неоднократное в течение года опохмеление. Отметим, что в наших исследованиях речь идёт не об алкоголиках с медицинским диагнозом, а об обычных потребителях спиртного с различной степенью интенсивности питья, некоторые из которых в последствии могут стать проблемными потребителями.

Изучить отношение к спиртному и мотивам его потребления в этих группах. Особое внимание было уделено изучению факторов, способствующих алкоголизации деловых женщин и женщин-руководителей.

Эмпирическая база и методы исследования

Работа опирается на материалы количественных и качественных исследований.

Количественные исследования

Онлайн опросы городского трудоспособного населения в возрасте 18–60 лет, проведённые по многоступенчатой квотной выборке (2009 / 2010 гг. N=1200¹; 2018 г., N=1406; 2020 г., N=1259). Выборка сбалансирована по полу, возрасту и месту жительства респондентов². В выборку были включены 13 крупных городов России³. Результаты исследования отражают модели алкогольного поведения, характерные для городского населения европейской части России. Как и в предыдущих работах, интенсивность употребления спиртного изучалась через измерение частоты питья: частое употребление (от 1 до 7 раз в неделю), регулярное употребление (от одного до нескольких раз в месяц), эпизодическое употребление (от раза в 2–3 месяца до нескольких раз в год), редкое употребление (раз в год и реже). Результаты исследования обработаны в программе SPSS Statistics.

Качественные исследования

Полуструктурированные интервью (2018–2021 гг.) с женщинами – руководителями организаций, отделов или владеющими собственным бизнесом (N=31). Выборка целеориентированная, дополненная методом «снежного кома». Критерии отбора респонденток: высшее образование, должность руководителя предприятия (или его заместителя), подразделения или отдела (не

¹ Исходя из целей и задач исследования были объединены массивы данных исследований за 2009 и 2010 гг. В исследованиях 2010 и 2018, 2020 гг. повторялись переменные 2009 г. в той же формулировке.

² Онлайн-опросы проводились при поддержке компании OMI (Online Market Intelligence) по структурированной анкете с использованием «онлайн панелей». Респондентам из сформированной базы случайным образом были разосланы приглашения на участие в опросе по заданным параметрам (пол, возраст, город). Ошибка выборки составляет не более 3% (с доверительной вероятностью 0,95). Все приведённые в работе значения являются статистически значимыми на уровне 95%.

³ Москва, Санкт-Петербург, Калининград, Челябинск, Уфа, Сыктывкар, Архангельск, Краснодар, Казань, Екатеринбург, Омск, Тюмень, Пермь. В каждом городе было опрошено примерно равное количество респондентов.

менее года), владение бизнесом, вовлечённость в алкопотребление. Поиск респондентов осуществлялся через обращение исследователей в различные государственные и коммерческие организации для проведения интервью, а также через Интернет (в специализированных сообществах в социальных сетях и мессенджерах, посвящённых употреблению психоактивных веществ). Возраст опрошенных — 36–58 лет, сферы деятельности: сотрудники органов государственной власти, местного самоуправления, финансов, банковской сферы, телекоммуникации, строительства, торговли и сферы услуг (в том числе, цветочный бизнес, «бьюти-индустрия», пошив одежды, консалтинговые услуги), туристско-гостиничной сферы.

Распространённость и интенсивность употребления алкоголя

Одним из важнейших понятий, раскрывающих сущность профессиональной стратификации современного общества, является понятие «социально-профессиональный статус», обозначающий место определённой профессиональной группы в профессиональной структуре общества, исходя из той роли, которую играет эта профессиональная группа в системе профессиональных отношений [13]. В ряде исследований отмечается, что среди женщин, обладающих высоким социально-профессиональным статусом, занимающих высокие должности, употребление алкоголя и злоупотребление им может быть распространено больше, чем среди женщин, занимающихся менее ответственной и доходной работой [15; 18, с. 10].

В наших исследованиях были выделены четыре группы женщин, различающиеся по социально-профессиональным показателям: руководители высшего и среднего звена (руководители предприятий или его заместители, руководители отделов, владельцы бизнеса), специалисты с высшим образованием без подчинённых (в том числе врачи, писатели, учителя, юристы), служащие (секретари, кассиры, нижнее звено аппарата управления и другие работники, не занятые ручным трудом) и рабочие различной квалификации [8]. Согласно данным проведённых онлайн-опросов городского трудоспособного населения (2009–2020 гг.), женщины с высоким социально-профессиональным статусом (управленцы и представители бизнеса) обладают более высокими доходами по сравнению с другими группами: каждая четвёртая женщина-руководитель отнесла себя к тем, кто имеет доход выше среднего или высокий¹. Средний возраст женщин руководителей составляет 36 ± 10 лет, 84–86% имеют высшее образование. Со снижением профессионального статуса снижаются и доходы респондентов.

¹ Отметим варианты «Можем позволить себе практически всё, кроме покупки квартиры или дачи» и «Можем позволить себе всё, в том числе покупку квартиры или дачи».

Среди женщин-специалистов с высшим образованием без подчинённых достаток выше среднего и высокий отметила каждая десятая респондентка (средний возраст 33 ± 9 лет), среди служащих – 6–9% (средний возраст 30 ± 9 , высшее образование у 56–58%), среди рабочих – 10–12% (средний возраст 33 ± 9 , высшее образование у 36–38%).

За десять лет алкогольное поведение женщин – жительниц крупных городов с различным социально-профессиональным статусом значительно изменилось. В 2009–2010 гг. женщины-руководители отличались довольно умеренным употреблением спиртного и в целом представляли собой достаточно благополучную группу, женщины-специалисты употребляли спиртное регулярно (от одного до нескольких раз в месяц), но без выраженного риска. Женщины-служащие и рабочие, напротив, в большей степени были склонны к некоторым пагубным алкогольным привычкам: чаще выпивали больше, чем планировали, сильно напивались и опохмелялись (см. табл. 1).

Некоторый оптимизм внушает произошедшее с 2009 г. снижение распространённости алкопотребления среди женщин. Доля женщин, не употребляющих алкоголь, выросла во всех группах: среди руководителей с 4% до 14%, среди специалистов с 4% до 12%, среди служащих с 3% до 13%, среди рабочих с 5% до 19%. В то же время, несмотря на указанные позитивные тенденции, произошло утяжеление некоторых алкогольных привычек у женщин с более высоким статусом – руководителей и специалистов с высшим образованием без подчинённых. Так, среди женщин-специалистов выросла доля тех, кто употребляет спиртное часто – с 22 до 30%, женщины-руководители стали пить не только чаще, но и с большим риском: каждая вторая респондентка отметила, что выпивает больше, чем планировала изначально, каждая десятая – неоднократно опохмелялась, с 10 до 21% выросла доля женщин-руководителей, отметивших, что за прошедший год они напивались до состояния сильного алкогольного опьянения (табл. 1).

Таблица 1

Алкогольные привычки женщин с различным социально-профессиональным статусом, употребляющих алкоголь, 2009–2020 гг., % от группы

Проф. статус	Алкогольные привычки	Год исследования		
		2009 /2010	2018	2020
Руководители	Пьют часто	21	39	39
	Пьют специально, чтобы опьянеть	13	20	23
	Выпивают больше, чем собирались	25	41	52
	Сильно напивались за прошедший год (1–2 раза)	6	10	17
	Сильно напивались за прошедший год (неоднократно)	4	8	4
	Опохмелялись за прошедший год (1–2 раза)	16	25	13
	Опохмелялись за прошедший год неоднократно	2	8	11

Продолжение таблицы 1

Проф. статус	Алкогольные привычки	Год исследования		
		2009 /2010	2018	2020
Специалисты с в / о без подчинённых	Пьют часто	22	26	30
	Пьют специально, чтобы опьянеть	14	17	25
	Выпивают больше, чем собирались	31	33	40
	Сильно напивались за прошедший год (1–2 раза)	14	13	16
	Сильно напивались за прошедший год (неоднократно)	4	7	4
	Опохмелялись за прошедший год (1–2 раза)	20	19	19
	Опохмелялись за прошедший год (неоднократно)	7	6	7
Служащие	Пьют часто	26	25	26
	Пьют специально, чтобы опьянеть	21	15	19
	Выпивают больше, чем собирались	37	31	41
	Сильно напивались за прошедший год (1–2 раза)	18	13	9
	Сильно напивались за прошедший год (неоднократно)	4	4	3
	Опохмелялись за прошедший год (1–2 раза)	20	17	15
	Опохмелялись за прошедший год (неоднократно)	9	10	7
Рабочие	Пьют часто	20	35	24
	Пьют специально, чтобы опьянеть	18	29	16
	Выпивают больше, чем собирались	30	41	32
	Сильно напивались за прошедший год (1–2 раза)	30	28	30
	Сильно напивались за прошедший год (неоднократно)	9	2	7
	Опохмелялись за прошедший год (1–2 раза)	30	22	20
	Опохмелялись за прошедший год (неоднократно)	9	7	4

В 2009 г. спиртное считали частью своей жизни лишь 6% руководителей, и по 11% женщин из других социальных групп. К 2020 г. уже каждая третья женщина-руководитель (29%), каждая четвёртая женщина-специалист (22%) и женщина рабочих специальностей (21%) считали алкоголь частью своей жизни. Среди женщин служащих рост менее заметен (14%).

Структура потребляемых напитков

Во многих исследованиях обнаруживается связь между типом употребляемого алкоголя и социальным классом [9; 12]. В наших исследованиях также была выявлена зависимость между видами спиртного, предпочитаемыми женщинами, и их социально-профессиональным статусом. Опрос 2018 г. показал, что чем выше статус, тем большим разнообразием отличается женское алкогольное

«меню» и тем чаще женщины отдают предпочтение напиткам премиум-класса. Финансовые возможности позволяют деловым женщинам употреблять разнообразный алкоголь, в том числе дорогое, качественное вино и элитный крепкий алкоголь. Так, для женщин более высокого статуса характерна «мода» на сухие вина (предпочитают 42% руководителей, 38% специалистов, 27% служащих и 21% женщин рабочих). Женщины-служащие предпочитают полусладкие и сладкие вина – 54% (руководители и специалисты – 46–47%, рабочие – 37%). Наиболее популярным напитком у женщин служащих и рабочих является пиво, его выбрали 58% рабочих, 55% служащих, 46% специалистов и 40% руководителей.

Что касается крепких напитков, то женщины-руководители предпочитают более элитный алкоголь – коньяк (34%) и виски (15%). По мере «понижения» профессионального статуса популярность коньяка снижается (предпочитают 28% специалистов с высшим образованием без подчинённых, 26% служащих и 16% женщин-рабочих), а водки и наливки, наоборот, растёт (предпочитают водку 14–16% руководителей и специалистов и 23–26% служащих и женщин-рабочих, наливки – 8–9% руководителей и специалистов и 14–16% женщин служащих и рабочих).

По данным опроса, аналогичные тенденции наблюдались и в 2020 г. на фоне сохраняющегося приоритета элитного алкоголя у женщин-руководителей возросло потребление пива – каждая четвёртая отметила, что стала пить больше пива, в остальных группах рост потребления пива отметили от 10 до 12% женщин. От 1 до 7 раз в неделю употребляли пиво 32% руководителей, 27% специалистов с высшим образованием без подчинённых, 28% служащих и 21% рабочих (табл. 2).

Таблица 2

Доля женщин, употребляющих разные виды спиртного от 1 до 7 раз в неделю, 2020 г., %

Вид спиртных напитков	Частота употребления	Профессиональный статус			
		Руководители	Специалисты	Служащие	Рабочие
Пиво	1 раз в неделю	22	22	25	19
	Ежедневно	10	5	3	2
Вино / шампанское	1 раз в неделю	8	13	5	3
	Ежедневно	4	1	0	0
Водка, коньяк, виски	1 раз в неделю	7	7	3	4
	Ежедневно	2	0	0	0
Алкогольные коктейли	1 раз в неделю	2	3	1	3
	Ежедневно	0	0	0	0

Как было показано в наших предыдущих исследованиях, переход от «североевропейской модели» употребления алкоголя, характеризующейся нерегулярными интенсивными выпивками и предпочтением крепких спиртных напитков, к «центрально-европейской» модели, когда предпочтение отдаётся лёгким напиткам, в большей степени касается среднего класса, людей с высокими доходами. Данная социальная группа вместо широкого застолья с водкой чаще предпочитает пить пиво в небольших компаниях или выпивать в ресторане пару бокалов вина, но иногда представители этой группы позволяют себе и крепкий алкоголь — тогда действует схема «северной» культуры [7]. Данные онлайн опроса трудоспособного населения (2018 г.) это подтверждают: каждая третья женщина-руководитель отмечает, что регулярно (отметили «часто» или «иногда») употребляет спиртное в ресторане или кафе (среди женщин-специалистов — 23%, среди служащих — 14%, среди рабочих — 4%).

Факторы и мотивы и употребления алкоголя

Во многих исследованиях подчёркивается значимая роль стрессового фактора в распространении употребления психоактивных веществ — алкоголя и наркотиков — в различных профессиональных группах [14; 17]. По словам профессора кафедры психиатрии и наркологии МГМУ им. Сеченова Ю. Сиволапа, существует ряд так называемых «трудных» профессий (врачи, полицейские и др.), представители которых особенно склонны к алкогольной зависимости. Так люди реагируют на рабочий стресс — ненормированный график, нагрузки, работу по выходным, невысокую зарплату и неудовлетворённость результатами своего труда¹. Исследователь Ф. Мишем из Университета Ланкастера подчёркивает, что одним из самых важных и неожиданных выводов её работы стала информация о том, что активно занимающиеся карьерой женщины очень много пьют дома. Основная причина — снятие стресса [16].

По материалам опроса 2018 г., женщины-руководители и женщины-рабочие чаще других отмечали, что сталкивались с непомерными нагрузками и рабочим стрессом: более половины руководителей и две трети женщин-рабочих. В остальных группах на стресс указали 44–45% респондентов. При этом руководительницы, по их оценкам, справляются с нагрузками лучше остальных групп: на тяжёлые последствия стресса жалуются лишь 15% из них, среди женщин-рабочих и служащих таких уже более трети, среди женщин-специалистов — каждая четвёртая. К алкоголю в качестве средства для снятия стресса прибегает каждая третья женщина-руководитель, каждая четвёртая специалист с высшим образованием без подчинённых и служащая и более трети (35%) рабочих. Вызывает тревогу, что 16% руководителей и 15% специалистов периодически употребляют спиртное непосредственно во время рабочего процесса (среди служащих 9%, среди рабочих 11%).

¹ Три стратегии управления пьющими трудовыми коллективами в России // Ведомости: [сайт]. 10.06.2015. URL: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2015/06/10/595921-tri-strategii-upravleniya-pyuschimi-trudovimi-kollektivami-v-rossii> (дата обращения: 07.07.2021).

За десять лет существенно изменились причины, по которым женщины предпочитают тот или иной напиток. В 2009 / 2010 гг. наиболее значимыми параметрами, влияющими на выбор женщин с высоким социально-профессиональным статусом (руководители и специалисты), являлись польза напитка, его высокая цена, как гарант качества, и вкус. Женщины более низкого статуса при выборе алкоголя ориентировались в первую очередь на вкус напитка, повод, компанию, место распития и еду, с которой планировалось употребление спиртного. Показателем низкой алкоголизации женщин руководителей в те годы была невостребованность при выборе спиртного такого параметра, как желание напиться определённым напитком (до состояния опьянения) в то время как у служащих и рабочих на этот факт указали более трети женщин.

В 2020 г. женщины из всех групп при выборе спиртного почти перестали ориентироваться на его пользу, наибольшее значение приобрели вкус напитка и повод, компания, место распития, при этом руководители всё также большую значимость придают высокой цене напитка, а женщины из остальных групп особенностям воздействия на организм. Об усилении алкоголизации женщин-руководителей свидетельствует повышение значимости среди них такого мотива, как желание напиться определённым напитком – женщин, отметивших этот параметр, стало вдвое больше (табл. 3).

Таблица 3

**Причины, влияющие на выбор напитка женщинами
с различным социально-профессиональным статусом в 2009 и 2020 гг., %**

Причины выбора напитка ¹	Профессиональный статус			
	Руководители	Специалисты	Служащие	Рабочие
2009 / 2010				
1. Вкус напитка	80	78	82	72
2. Повод, компания, место распития	69	67	75	63
3. Цена (пью только качественные напитки, которые не могут стоить дешево)	85	71	34	28
4. Особенности воздействия на мой организм	67	73	65	45
5. Польза (стараюсь употреблять менее вредные спиртные напитки)	95	81	55	51
6. Цена (стараюсь выбрать недорогое)	37	50	51	43
7. Еда, с которой я собираюсь его пить, и(или) то, пью ли я спиртное до, после или во время еды	73	67	69	52
8. Планы (собираюсь ли напиться)	16	27	36	31
9. То, что принято в моем кругу	64	52	18	16
10. Пью любой алкоголь, который, предложат(мне всё равно, что пить)	9	10	16	16

¹ Альтернативы ранжированы по ответам руководителей в 2020 г.

Продолжение таблицы 3

Причины выбора напитка ¹	Профессиональный статус			
	Руководители	Специалисты	Служащие	Рабочие
2020				
1. Вкус напитка	92	87	84	86
2. Повод, компания, место распития	77	66	58	65
3. Цена (пью только качественные напитки, которые не могут стоить дешево)	71	50	37	36
4. Особенности воздействия на мой организм	67	62	54	50
5. Польза (стараюсь употреблять менее вредные спиртные напитки)	60	54	50	45
6. Еда, с которой я собираюсь его пить, и(или) то, пью ли я спиртное до, после или во время еды	58	56	53	50
7. То, что принято в моем кругу	46	37	39	39
8. Цена (стараюсь выбрать недорогое)	29	49	41	36
9. Планы (собираюсь ли выпить)	37	30	30	28
10. Пью любой алкоголь, который, предложат(мне всё равно, что пить)	12	4	8	22

Как было показано выше, наибольшие изменения в потреблении алкоголя в 2020 г. произошли в группе женщин с высоким социально-профессиональным статусом. Во многом это было вызвано распространением в мире коронавирусной инфекции (COVID–19), в связи с чем весной 2020 г. правительство России ввело ряд ограничений: режим самоизоляции, запрет находиться вне места проживания без специального пропуска, перевод значительной части работников на удалённую работу и др. Рост заболеваемости и смертности от инфекции, жёсткие противоэпидемические меры, сопутствующая ей стагнация экономики повлекли за собой серьёзные социальные последствия, одним из которых стало увеличение потребления алкоголя [5].

Как показали исследования, период самоизоляции сильнее всего повлиял на женщин-руководителей. По сравнению с женщинами других социально-профессиональных групп, руководители чаще отмечали, что во время самоизоляции ловили себя на желании выпить спиртное (25% против 14–20% женщин более низкого социального статуса). Более трети из них отметили, что их характер потребления алкоголя в этот период изменился в большую сторону (среди специалистов – каждая четвёртая, среди служащих – каждая пятая, среди рабочих – 15%), 14% руководителей стали чаще и больше покупать спиртные напитки (7% специалистов и служащих, 2% рабочих).

Анализ ситуации показал, что среди опрошенных женщин, находящихся на руководящих должностях, выше доля тех, кто в период режима самоизоляции перешёл на удалённую работу (46%), среди специалистов на «удалёнку» перешли 40%, среди служащих – 17%, среди рабочих – 10%. Несмотря на то, что существенные неблагоприятные изменения коснулись в большей степени женщин с низким социальным статусом (потеряли работу каждая четвертая женщина-рабочий и женщина-служащий и каждая десятая женщина-специалист и руководитель; сильно упали доходы почти у половины рабочих и служащих и более чем у трети специалистов и руководителей), негативные изменения в эмоциональном состоянии в период самоизоляции чаще отмечались у женщин с более высоким социальным статусом: чувство грусти и тоски испытывали 38% руководителей, каждая третья женщина-специалист и каждая пятая женщина-служащий и рабочий; чувство страха и тревоги – более трети руководителей и специалистов, каждая пятая женщина-служащий, каждая третья женщина-рабочий; чувство усталости и бессилия отметили каждая четвертая женщина-руководитель, каждая пятая женщина-специалист, каждая десятая женщина-служащий и лишь 5% женщин-рабочих.

Увеличение потребления алкоголя сами женщины-руководители объясняют стрессом (21%), скукой (17%), дискомфортом от необходимости работать на «удалёнке» (16%), ещё 6% отметили, что сильно скучали по коллегам. Женщины-рабочие видят причины усиления своей алкоголизации в потере работы и снижении доходов (19%), скуке (15%) и необходимости проводить больше времени с пьющими людьми (12%).

Следует отметить, что усиление алкопотребления во время режима самоизоляции наиболее характерно для тех женщин, кто и до пандемии имел склонность к злоупотреблению спиртным: среди часто пьющих алкоголь женщин 35% отметили, что во время самоизоляции у них увеличилась потребность в спиртном и они стали пить больше (38%), среди регулярно пьющих потребность в алкоголе увеличилась у 21%, ещё 19% стали больше пить, а среди эпизодически пьющих лишь 6% почувствовали повышение потребности в алкоголе, а увеличили потребление 2%. Таким образом, пандемия COVID–19 оказала двойное влияние на женское алкопотребление: работающие женщины, склонные к злоупотреблению спиртным, подвергаются стрессу, который увеличивает вероятность употребления алкоголя, при этом снижение социальных контактов, отсутствие рабочего графика, непосредственных контактов с коллегами препятствуют сохранению трезвости.

Таким образом, женщины-руководители по многим показателям алкогольного поведения представляют собой группу повышенного риска. В связи с этим в дополнение к онлайн опросам были проведены полуструктурированные интервью (2018–2021 гг.) с женщинами-руководителями. Материалы интервью позволили рассмотреть, какую роль играет алкоголь в их жизни, выявить скрытые особенности потребления спиртного и мотивы питья.

Особенности потребления спиртного среди деловых женщин и руководителей

Лонгитюдное исследование компании Deloitte показало, что на российском рынке труда женщины составляют почти половину (48,6%) от общего числа работников. При этом доля женщин в руководстве компаний последние несколько лет держится на уровне около 20%, что превышает среднемировые показатели примерно в 4,5 раза. Выше всего доля женщин среди руководителей небольших компаний¹.

Роль спиртного в жизни деловых женщин и женщин-руководителей многообразна. Материалы интервью позволили выявить несколько социальных функций спиртного, употребляемого деловыми женщинами: алкоголь как ресурс в профессиональной деятельности (соответствие нормам делового этикета и мужской деловой роли, создание и поддержание социальных контактов, поддержание социального статуса, творческие решения); алкоголь как источник стигматизации, связанной с злоупотреблением алкоголем; алкоголь как способ справляться с жизненными трудностями (негативными эмоциями, стрессом).

Алкоголь как ресурс

Интервью показали, что одна из функций алкоголя в деловых кругах — это налаживание деловых связей, столь необходимых в управленческой и бизнес-среде. Часть респонденток описывали употребление алкоголя как жизненно важное в контексте работы: алкоголем могут сопровождаться рабочие мероприятия, непосредственно деловые встречи.

Руководитель направления в консалтинговой фирме (36 лет): *«Алкоголь — универсальное средство для поддержки связей. Если ваша сфера деятельности связана с общением с людьми, с необходимостью завязывать нужные контакты, алкоголь всегда будет иметь место. <...> Те же рекламные акции, презентации, расположить клиента и, главное, его удержать. <...> Если ты умеешь правильно пить, не напиваться, а именно культурно выпивать, знать вот эти все ритуалы, знать, когда это уместно, а когда нет, чувствовать клиента, ты, скорее всего, просто больше сделаешь контрактов, то есть, это отчасти твой хлеб. <...> А трезвенники воспринимаются скептически, это скорее в минус».*

Рассказывая о своих алкогольных привычках, деловые женщины и женщины-руководители отмечают, что их деятельность подталкивает их к тому, чтобы хорошо разбираться в разных спиртных напитках. Руководитель финансового отдела по работе с банками (50 лет): *«Напиток — это же показатель статуса, даже не столько личного, а статуса компании. <...> Если ты на такой должности — это уже тебя определяет. Нельзя себе позволить не разбираться в хорошем алкоголе».*

¹ Женщины-СЕО в России. Показатели финансовой эффективности // Deloitte. 2020. URL: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/research-center/women_ceo_2020_05_03.pdf (дата обращения: 12.07.2021).

Как показывают и наши, и зарубежные исследования, употребление деловыми женщинами крепкого спиртного зачастую является вынужденной демонстрацией уверенности и силы партнёрам или конкурентам. Директор по инвестициям в строительной фирме (44 года): *«Моя задача — привлечь инвестора, а это значит, нужно его расположить. <...> Кто у нас обычно инвесторы? Мужчины. А это значит виски или коньяк. <...> Если предполагается алкоголь, я уже не могу отказаться. Алкоголь в моих руках здесь всего лишь инструмент <...> Скажу честно, для такой работы нужно хорошее здоровье».*

Алкоголь как источник стигматизации

Из бесед с женщинами-руководителями и предпринимателями было выявлено, что ситуации с употреблением спиртного в профессиональной среде представляет собой для женщин своеобразную психологическую ловушку, поскольку требует соответствия сразу двум противостоящим друг другу нормам: так называемой норме «женственного поведения» и мужской норме выносливости в деловой сфере. С одной стороны, в отличие от мужчин руководителей и бизнесменов, бизнес-леди и женщины-руководители не могут позволить себе во время деловых встреч с употреблением спиртного или на корпоративах выглядеть сильно пьяными, рискуя потерей женственного образа, поскольку чрезмерное употребление алкоголя и состояние сильного опьянения воспринимаются как традиционно мужское поведение. С другой стороны, чрезмерное употребление алкоголя при одновременном сохранении контроля над своим телом и поведением традиционно служило для демонстрации таких мужских характеристик, как сила, выносливость, конкурентоспособность и самоконтроль.

Одна из респонденток — сотрудник органов государственного управления — отмечает: *«Если приходится пить на встречах, и это не праздничная вечеринка с коллективом на Новый год, то постоянно приходится держать руку на пульсе, я постоянно отслеживаю своё состояние. <...> я должна быть профессиональной и непринуждённой одновременно, уверенной, жёсткой, но не грубой <...> Пить и не пьянеть — искусство. Но это приходит с опытом».*

Представительница строительной фирмы (49 лет) *«Отрасль очень мужская <...> Случается пить на встречах. Иногда это только мужская компания. И тут важно не скатиться в своего рубаху-парня, но и не быть девочкой-ромашкой, которая боится сделать лишний глоток водки, а значит боится и серьёзных решений, не умеет рисковать. Как совмещать такие разные ипостаси? <...> Должен быть внутренний стержень».*

Алкоголь как способ справляться со стрессом

Руководящая должность требует от женщины большого напряжения, ответственности. Респондентки отмечают большую нагрузку и высокие ожидания производительности, высокую конкуренцию. Многие компании поощряют

трудоголизм сотрудников, что в свою очередь приводит к недостатку личного времени, отдыха и часто вызывает напряжение и стресс. Так, одна из респонденток, совладелица юридической фирмы (46 лет), сообщает: *«В нашей сфере конкуренция, наверное, одна из высочайших, <...> нельзя показывать уязвимость, <...> нужно просчитывать свои действия, всегда быть наблюдательной, и выглядеть так, будто у тебя всё в порядке. Потому что иначе ты как бы выбываешь. <...> Очень много нервогрёпки. <...> Хорошее красное сухое вино помогает мне снять стресс, ну и, честно говоря, оно просто полезно для здоровья. Думаю, что то же вино <...> меня спасает от выгорания в профессии».*

В одном интервью респондентка говорит о способе снять напряжение: *«Когда нужно участвовать в важном мероприятии с важными людьми, выпиваю несколько глотков чего-нибудь покрепче. Не знаю, к сожалению или нет, но этот способ действенный, и у меня уже вошло в привычку так расслаблять себя».*

Другая респондентка-руководитель также подчёркивает: *«Я встаю очень рано, еду в офис, и первая половина дня – у меня чёткий план, я занята исключительно работой, которая требует внимательности, пить что-либо, кроме кофе, просто невозможно. <...> Где-то к обеду, когда важные задачи решены, я позволяю себе немного снизить темп и чуть-чуть расслабиться. Могу выпить немного коньяка просто так или, если предстоит встреча».*

«Тихая» алкоголизация деловых женщин

Анализ алкогольного поведения женщин-руководителей показал: в отличие от молодых женщин и женщин менее квалифицированных специальностей, которые часто выпивают публично, с более острыми последствиями для здоровья и риском совершения противоправных действий, женщины-руководители и женщины более старших возрастных групп употребляют спиртное практически незаметно для социума, поэтому данному явлению уделяется гораздо меньше внимания. Такое «скрытое» потребление получило название «латентный алкоголизм» (или «скрытые», «тихие» алкоголики). Данный тип алкогольного поведения представляет собой не многодневные запои (или не всегда многодневные), а приём алкоголя небольшими дозами и чаще в течение всего дня. В статистику злоупотребления спиртным эти люди не попадают, но употребляют при этом, хоть и понемногу, но регулярно. Как правило, употребляют алкоголь некрепкий или в разбавленном состоянии. Но выявлено немало случаев, когда малыми порциями в течение дня употребляют и крепкий алкоголь, в том числе на работе, например, перед важными встречами:

«...в моём кабинете мини-бар <...> для гостей, для встреч – один алкоголь, конечно, он подороже. <...> А я просто нашла своё. Раньше был период вин у меня, не воспринималось как алкоголь, ради вкуса, могла себе позволить и несколько бокалов в день, в обед или просто для настроения. <...> Работе это не мешало, а вот настроение, если нужно, повышало. <...> В какой-то момент открыла для себя виски, стала изучать. Перепробовала немало купажированных сортов с разным сроком вы-

держки, потом решила попробовать односолодовый. Остановилась на Синглтон 12-летней выдержки, относительно бюджетный из качественных, но для меня в приоритете. Легко пьётся, ароматный, сладкий <...> важно не переусердствовать. <...> Обычно со второй половины дня, по чуть-чуть <...> обычно разбавляю немного водой. Если не перебирать, с утра никаких негативных эффектов» (руководитель отдела в финансовой организации, 43 года).

Другая сторона дозированного употребления спиртного – употребление дома. Проведённые интервью с различными группами женщин показывают, что такой тип потребления достаточно распространён среди обеспеченных деловых женщин и руководителей, а также среди жён (чаще это домохозяйки или женщины, не занятые тяжёлой трудовой деятельностью) успешных и очень занятых бизнесменов или влиятельных мужчин. Так, владелица косметического салона (37 лет) отмечает: *«Мой муж мне, можно сказать, подарил этот салон. <...> Я всё с нуля училась делать <...> До этого было очень тяжело. Муж очень часто в разъездах. <...> В клубы не хожу, в музеи не с кем. <...> Буквально лезла на стенку. При этом у нас дома всегда хороший алкоголь. <...> Я больше по винам. И как-то так получилось <...> вино – то в обед, то в ужин. Сначала. А потом просто, чтобы себя порадовать, настроение улучшить, вроде как вода с соком или компот. Готовишь еду – наливаешь себе, сидишь в интернете – тоже бокальчик, потом ещё. <...> А бизнесу это только помогает. Женщинам вообще вино полезно. <...> Я не считаю, что у меня есть проблемы с алкоголем, слежу за здоровьем. А это просто. Для души.»*

Заключение

Исследования показали, что, несмотря на позитивные тенденции последних лет и зафиксированное уменьшение потребления спиртного среди женщин крупных городов, сам характер потребления в некоторых социально-профессиональных группах женщин значительно изменился: у женщин с высоким социальным статусом, употребляющих спиртное, наметилось утяжеление алкогольных привычек. По многим показателям алкогольного поведения женщины-руководители и деловые женщины представляют собой группу повышенного риска. Отличительной особенностью злоупотребления ими алкоголем следует считать большую значимость социальных факторов. С одной стороны, женщина вынуждена себя вести в соответствии со своей «женской» ролью. В отличие от мужчин, которые часто пьют напоказ, для женщин неприлично и недопустимо, чтобы кто-то видел их пьяной. С другой стороны, в современном обществе не приветствуется показывать свою «слабость», и чтобы «не выпасть из обоймы» нужно соответствовать меняющимся условиям и требованиям деловых кругов. Всё это приводит к тому, что деловые женщины и руководительницы взваливают на себя чрезмерную нагрузку, которая выливается в перенапряжения, моральную усталость, эмоциональную лабильность, депрессию и неуверенность.

Высокий статус и доходы могут являться одновременно и фактором защиты, и фактором риска злоупотребления спиртным. Так, высокие доходы, черты характера, которые делают деятельность женщин продуктивной (стремление к успеху, целеустремлённость, поиск нового, склонность рисковать), необходимость «сохранять лицо» в трудовом коллективе позволяют деловым женщинам поддерживать здоровье (в том числе проходить дорогую реабилитацию от алкогольной зависимости в частных медицинских организациях), оставаться длительное время социально сохранной и не терять квалификацию в профессиональной среде, несмотря на злоупотребление спиртным. В тоже время необходимость следовать определённой деловой культуре с присущей ей практикой потребления спиртного, высокий профессиональный стресс, необходимость соответствовать «двойной норме» в деловой сфере способствуют более интенсивной алкоголизации деловых женщин, которая часто является «скрытой» и не диагностируется ни медицинскими организациями, ни их ближайшим окружением, и, как следствие, ускользает от государственных профилактических антиалкогольных программ. Женщина может пить тайком годами, не обращаясь к специалистам. Это удаётся, пока алкоголизм не переходит в злокачественную форму.

Список литературы

1. Бурцев А. А. Оценка скрытого контингента потребителей алкоголя и наркотиков среди постоянных жителей / А. А. Бурцев, В. В. Киржанова, К. С. Баканов, А. В. Арнаут // 2020. Вопросы наркологии № 7(190). С. 49–65. DOI: 10.47877/0234-0623_2020_07_49
2. Женщины и мужчины России. 2020 : Стат. сб. М. : Росстат, 2020. 239 с.
3. Здравоохранение в России. 2019 : Стат. сб. М. : Росстат, 2019. 170 с.
4. Немцов А. В. Зависимая от алкоголя смертность в России // Международный демографический форум : Материалы заседания, Воронеж, 22–24 октября 2020 года. Воронеж : Цифровая полиграфия, 2020. С. 65–70.
5. Немцов А. В., Гридин Р. В. Косвенные показатели потребления алкоголя во время эпидемии коронавируса в России // Вопросы наркологии. 2020. № 10 (193). С. 16–33. DOI: 10.47877/0234-0623_2020_10_16
6. Позднякова М. Е., Брюно В. В. Вовлечённость женщин в употребление алкоголя как элемент асоциальной адаптации на современном этапе // Социологическая наука и социальная практика. 2020а. Т. 8, № 3 (31). С. 47–62. DOI: 10.19181/snsp.2020.8.3.7486
7. Позднякова М. Е., Брюно В. В. Женское алкопотребление как форма адаптации к современным условиям: возрастные особенности // Россия реформирующаяся: ежегодник : вып. 18 / отв. ред. М. К. Горшков. М. : Новый Хронограф, 2020b. С. 466–507. DOI: 10.19181/ezheg.2020.21466
8. Позднякова М. Е., Брюно В. В. Распространённость употребления наркотических средств среди работающего населения как форма дезадаптационного процесса Ч. 1 // Социологическая наука и социальная практика. 2019. Т. 7, № 3. С. 120–135. DOI: 10.19181/snsp.2019.7.3.6693
9. Рощина Я. М., Мартыненко П. А. Структура потребления алкоголя как индикатор социальной группы в современных российских городах // Экономическая социология. 2014. Т. 15, № 1. С. 20–42.

10. Социальное положение и уровень жизни населения России. 2005 : Стат. сб. / Росстат. М. : Росстат, 2005. 525 с.
11. Социальное положение и уровень жизни населения России. 2019 : Стат. сб. / Росстат. М. : Росстат, 2019. 352 с.
12. *Тапилина В. С.* Сколько пьёт Россия? Объем, динамика и дифференциация потребления алкоголя // Социологические исследования. 2006. № 2 (262). С. 85–94.
13. *Цвык В. А.* Социально-профессиональный статус личности и престиж профессии // Вестник Тюменского государственного университета. 2009. № 4. С. 44–52.
14. Drinking and stress: an examination of sex and stressor differences using IVR-based daily data / L. A. Ayer, V. S. Harder, G. L. Rose, J. E. Helzer // Drug and Alcohol Dependence. 2010. Vol. 115, P. 205–212. DOI: 10.1016/j.drugalcdep.2010.10.022.
15. *Collins S. E.* Associations Between Socioeconomic Factors and Alcohol Outcomes // Alcohol Research. 2016. Vol. 38 (1), P. 83–94.
16. *Measham F.* The public face of binge drinking: British and Danish young women, recent trends in alcohol consumption and the European binge drinking debate / F. Measham, J. Østergaard // Probation Journal. 2009. Vol. 56 (4), P. 415–434. DOI: 10.1177/0264550509346526.
17. Stress and alcohol consumption in heavily drinking men: 2 years of daily data using interactive voice response / J. E. Helzer, G. J. Badger, J. S. Searles, G. L. Rose, J. A. Mongeon // Alcohol. 2006. Vol. 30, P. 802–811. DOI: 10.1111/j.1530-0277.2006.00093.x
18. *Wood S., Bellis M.* Socio-economic inequalities in alcohol consumption and harm: evidence for effective interventions and policy across EU countries. International Report. Brussels: European Commission. Health Equity Pilot Project (HEPP) 2015-C4-032-S12.724119. 2017. 29 p.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Позднякова Маргарита Ефимовна – кандидат философских наук, ведущий научный сотрудник, Институт социологии ФНИСЦ РАН, Москва, Россия.
E-mail: margo417@mail.ru
AuthorID РИНЦ: 140027

Брюно Виктория Владимировна – кандидат социологических наук, старший научный сотрудник, Институт социологии ФНИСЦ РАН, Москва, Россия.
E-mail: victoria.bruno@mail.ru
AuthorID РИНЦ: 181955

Дата поступления в редакцию: 15.07.2021. Принята к печати: 15.08.2021.

DOI: 10.19181/snsp.2021.9.3.8439

Peculiarities of Alcohol Consumption in Female Urban Population of Different Social and Professional Status

Margarita E. Pozdniakova¹, Viktoriia V. Briuno¹

¹Institute of Sociology of FCTAS RAS.

5, b.1, Bol'shaja Andron'evskaja str., Moscow, Russia, 109544

For citation: Pozdniakova M. E., Briuno V. V. (2021). Peculiarities of alcohol consumption in female urban population of different social and professional status. *Sociologicheskaja nauka I social'naja praktika*. Vol. 9, № 3. P. 148–166. DOI:10.19181/snsp.2021.9.3.8439

Abstract. The aim of the work is to study the prevalence of alcohol consumption and features of alcoholic behavior among working urban women with different professional and social status. The situation with the involvement of various groups of women in alcohol consumption is analyzed on the basis of quantitative and qualitative long – term studies conducted by the team of Sociology of Deviant Behavior of ISRAS – FCTAS RAS. The article analyzes the features of alcoholic behavior – the regularity and intensity of alcohol consumption, the structure of consumed alcoholic beverages – among women leaders, specialists with higher education without subordinates, women employees and workers of various qualifications. The main motives of alcohol consumption in these groups were revealed. It is shown that, despite the recorded positive trend of recent years towards a decrease in alcoholism among women in large cities, the nature of alcohol consumption in some socio-professional groups of women has changed significantly. Business women with a high social status who drink alcohol have a heavier alcohol habits. The article considered the influence of the epidemic of coronavirus infection and the self-isolation regime introduced by the government of the Russian Federation in spring of 2020 on alcoholic behavior of women with different socio-professional status. It was found that according to many indicators of alcoholic behavior, business women represent a high-risk group. The factors contributing to the alcoholization of business women are identified, the role of alcohol in their life, the motives of consumption are considered. It is shown that significant factors of alcoholization of business women and women-leaders are the need to follow the business culture with its inherent practice of alcohol consumption, the desirability of a woman's compliance with opposing social norms, as well as work stress. In an effort to adapt to the current difficult conditions, business women resort to alcohol.

Keywords: alcoholization; female alcohol behavior; women; motives for alcohol consumption; stigmatization; social status

REFERENCES

1. Burtsev A. A., Kirzhanova V. V., Bakanov K. S., Arnaut A. V. (2020). Otsenka skrytogo kontingenta potrebitelej alkogolya i narkotikov sredi postoyannyh zhitelej Moskvy. [Estimating hidden populations of alcohol and drug users among permanent residents of Moscow]. *Voprosy narkologii*. № 7(190). P. 49–65 DOI: 10.47877/0234-0623_2020_07_49 (In Russ.).
2. *Zhenshchiny i muzhchiny Rossii*. (2020). [Men and women in Russia]. Stat.sb. M. : Rosstat publ. 239 p. (In Russ.).
3. *Zdravoohranenie v Rossii*. (2019). [Healthcare in Russia]. Stat.sb. M. : Rosstat, 170 p. (In Russ.).
4. Nemtsov A. V. (2020). Zavisimaya ot alkogola smertnost' v Rossii. [Alcohol-dependent mortality in Russia]. *Mezhdunarodnyj demograficheskij forum. Materialy zasedaniya*. Voronezh: Tsifrovaya poligrafiya publ. P. 65–70. (In Russ.).
5. Nemtsov A. V., Gridin R. B. (2020). Kosvennye pokazateli potrebleniya alkogolya vo vremya epidemii koronavirusa v Rossii. [Indirect indicators of alcohol consumption during the coronavirus epidemic in Russia]. *Voprosy narkologii*. № 10 (193). P. 16–33. DOI: 10.47877/0234-0623_2020_10_16 (In Russ.).
6. Pozdnyakova M. E., Bryuno V. V. (2019). Rasprostranyonnost' upotrebleniya narkoticheskikh sredstv sredi rabotayushchego naseleniya kak forma dezadaptacionnogo processa Chast' I. [Prevalence of drug use among the working population as a form of disadaptation process. Part I] *Sociologicheskaya nauka i social'naya praktika*. № 3. P. 120–135. DOI: 10.19181/snsp.2019.7.3.6693 (In Russ.).
7. Pozdnyakova M. E., Bryuno V. V. (2020). Vovlechyonnost' zhenshchin v upotreblenie alkogolya kak element asotsial'noj adaptatsii na sovremennom etape. [Women's involvement in alcohol consumption as an element of asocial adaptation at the present stage] *Sociologicheskaya nauka i social'naya praktika*. № 3. P. 47–63. DOI: 10.19181/snsp.2020.8.3.7486 (In Russ.).

8. Pozdnyakova M. E., Bryuno V. V. (2020). Zhenskoe alkopotreblenie kak forma adaptatsii k sovremennym usloviyam: vozrastnye osobennosti. [Female alcohol use as a form of adaptation to modern conditions: age characteristics]. *Rossiya reformiruyushchayasya: ezhegodnik*. Vyp. 18. Ed. by M. K. Gorshkov. M. : Novyj Hronograf publ. P. 466–507. DOI: 10.19181/ezheg.2020.21 (In Russ.).
9. Roshchina Ya. M., Martynenko P. A. (2014). Struktura potrebleniya alkogolya kak indikator sotsial'noj gruppy v sovremennykh rossijskikh gorodakh. [Patterns of alcohol consumption as a social group indicator in modern Russian cities]. *Ekonomicheskaya sociologiya*. T. 15, № 1. P. 20–42. (In Russ.).
10. *Sotsial'noe polozhenie i uroven' zhizni naseleniya Rossii 2005*. [Social status and standard of living of the population of Russia. 2005]: Stat.sb. M. : Rosstat. 525 p. (In Russ.).
11. *Sotsial'noe polozhenie i uroven' zhizni naseleniya Rossii 2019*. [Social status and standard of living of the population of Russia. 2019]: Stat.sb. M. : Rosstat. 325 p. (In Russ.).
12. Tapilina V. S. (2006). Skol'ko p'yot Rossiya? Ob'em, dinamika i differentsiatsiya potrebleniya alkogolya. [How much the russians drink: volume, dynamics, differentiation and social aspects of alcohol consumption]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*. № 2. P. 85–94. (In Russ.).
13. Tsvyk V. A. (2009). Sotsial'no-professional'nyj status lichnosti i prestizh professii. [Social and professional status of personality and occupational prestige]. *Vestnik Tyumenskogo gosudarstvennogo universiteta*. № 4. P. 44–52
14. Collins S. E. (2016). Associations Between Socioeconomic Factors and Alcohol Outcomes. *Alcohol Research*. Vol. 38(1). P. 83–94.
15. Drinking and stress: an examination of sex and stressor differences using IVR-based daily data. (2010) / Ayer L. A., Harder V. S., Rose G. L., Helzer J. E. *Drug and Alcohol Dependence*. Vol. 115, P. 205–212. DOI: 10.1016/j.drugalcdep.2010.10.022
16. Measham F., Østergaard J. (2009). The public face of binge drinking: British and Danish young women, recent trends in alcohol consumption and the European binge drinking debate. *Probation Journal*. Vol. 56(4), P. 415–434. DOI: 10.1177/0264550509346526
17. Stress and alcohol consumption in heavily drinking men: 2 years of daily data using interactive voice response. (2006). Helzer J. E., Badger G. J., Searles J. S., Rose G. L., Mongeon J. A. *Alcohol*. Vol. 30, P. 802–811. DOI: 10.1111/j.1530-0277.2006.00093.x
18. Wood, S., Bellis, M. (2017). Socio-economic inequalities in alcohol consumption and harm: evidence for effective interventions and policy across EU countries. *International Report. Brussels: European Commission. Health Equity Pilot Project (HEPP) 2015-C4-032-SI2.724119*. 29 p. URL: https://ec.europa.eu/health/sites/default/files/social_determinants/docs/hepp_screport_alcohol_en.pdf (date of access: 12.07.2021).

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Pozdniakova Margarita Efimovna, Candidate of Philosophy, Leading Researcher, Institute of Sociology of the FCTAS RAS, Moscow, Russia.

E-mail: margo417@mail.ru

Scopus Author ID: 25641649100

Briuno Viktoriia Vladimirovna, Candidate of Sociology, Senior Researcher, Institute of Sociology of the FCTAS RAS, Moscow, Russia.

E-mail: victoria.bruno@mail.ru

ORCID ID: 0000-0001-9735-024X

ResearcherID: ABD-9883-2020

The article was submitted on July 15, 2021. Accepted on August 15, 2021.