



РАСПРОСТРАНЕНИЕ САМОГОНОВАРЕНИЯ В РОССИИ В ПЕРИОД СОЦИАЛЬНЫХ КРИЗИСОВ

Виктория Владимировна Брюно¹
Маргарита Ефимовна Позднякова²

^{1,2} Институт социологии ФНИСЦ РАН,
Москва, Россия,

¹ victoria.bruno@mail.ru,

ORCID 0000-0001-9735-024X

² margo417@mail.ru,

ORCID 0000-0002-7896-5115

Для цитирования: Брюно В. В., Позднякова М. Е. Распространение самогонования в России в период социальных кризисов // Социологическая наука и социальная практика. 2023. Т. 11, № 4. С. 221–247. DOI 10.19181/snsp.2023.11.4.10. EDN OSNCQM.

Аннотация. Статья посвящена исследованию проблемы производства и потребления незарегистрированного алкоголя – самогона. На основе данных количественных и качественных исследований изучена вовлечённость различных групп населения России в употребление самогона и самогонование. Показано, что после многолетнего спада потребление самогона с 2012 года вновь начало расти, увеличившись почти в 2 раза. Анализ выявил, что потребление самогона больше свойственно малообеспеченным слоям населения и широко распространено в сельской местности и малых городах, где его пьют чаще и в больших количествах. С повышением благосостояния потребление самогона падает, однако при дальнейшем росте благосостояния потребление самогона вновь начинает расти.

Анализ материалов интервью с производителями и потребителями самогона с применением методов качественной социологии, а также данные экспертного опроса позволили определить специфику факторов и социальных предпосылок, побуждающих граждан к самогонрованию и переходу части населения к производству и употреблению самогона: экономические (экономия, доступность самогона, самогон как средство обмена), фактор безопасности (забота о качестве производимого самогона) и социально-культурологические (самогонование как традиция и образ жизни, как средство для коммуникации, как хобби и форма досуга). На основе анализа материалов экспертных интервью выявлено двойственное отношение государства к производству и потреблению самогона – признание необходимости введения мер регулирования в данной сфере и неразвитость необходимых инструментов контроля как за реализацией самогонных аппаратов, так и за незаконными продажами самогона.

Ключевые слова: алкоголь, самогон, факторы, самогонование, сельское население, уровень благосостояния

© Брюно В. В., 2023

© Позднякова М. Е., 2023

Введение

Материалы данной статьи представляют собой один из этапов широко-масштабного социологического исследования трансформации алкогольной ситуации в России в последние годы. Как показывают данные исследований сектора социологии девиантного поведения ИС ФНИСЦ РАН, несмотря на заметное фиксируемое снижение употребления алкоголя в России в последнее десятилетие, ситуация с потреблением спиртного сохраняется напряжённой. Начиная с 2020 года, после многолетнего спада алкопотребления, спрос на спиртное и вовлечённость населения в его употребление носили волнообразный характер, а с началом специальной военной операции на Украине и введения беспрецедентных анти-российских санкций наблюдается новый виток употребления спиртного. На этом фоне обозначилась и новая тенденция – увеличение объёмов изготовления алкоголя в домашних условиях.

Целью данной работы является изучение проблемы производства и потребления незарегистрированного алкоголя – самогона. Основные задачи исследования: изучить вовлечённость различных групп населения в самогонование; проанализировать причины, побуждающие граждан к производству и употреблению самогона; исследовать проблему отношения государства к производству и потреблению самогона.

Проблема самогонования и употребления самогона достаточно широко освещена в научной литературе, однако большинство исследований проведены историками, криминологами или юристами и посвящены историческим, административно-правовым и криминалистическим аспектам феномена самогонования. Так, значительный пласт литературы посвящён распространению самогонования в России в начале и первой половине XX в. (А. И. Кузнецов [1], А. П. Шекшеев [2], С. А. Сафронов [3]). Интерес представляет работа историка А. А. Терсковой, которая на основе данных различных ведомств, в частности Управления акцизного надзора, проанализировала протоколы, составленные на самогонщиков в течение 1914–1916 гг., и представила социальный портрет самогонщика тех лет. По данным её анализа, значительная часть самогонщиков производила спиртную продукцию в сельской местности, а в город вывозила только для продажи. Большинство из торгующих и производящих самогон относились к малообеспеченным слоям общества, для них производство и торговля самогоном были основным заработком [4].

Часть работ посвящена региональному опыту борьбы с пьянством, в котором главным считается борьба с самогонованием с помощью правоохранительных органов [5; 6; 2].

Важный вклад в понимание феномена самогонования вносят медики и проводимые ими эпидемиологические и токсикологические исследования [7; 8; 9; 10].

Наибольший интерес представляют социологические исследования самогонарения. Одним из первых авторов, описавших проблему самогонарения как социальный феномен, был доктор социологических наук, профессор Г. Г. Заиграев. В своём исследовании 1988 года автор показал, что в то время в структуре алкоголепотребления среди сельских жителей преобладал самогон (до 80%), а основным мотивом самогонарения была его дешевизна в производстве [11]. Социолог А. А. Вяльшина рассматривает пространственные, возрастные и гендерные особенности употребления алкоголя и самогона, в том числе касается вопроса вовлечённости в употребление самогона жителей сельской местности [12]. Н. А. Романович, рассматривая представления жителей Воронежа о самогоне, показывает двойственное отношение к этому напитку у населения, а также доказывает, что рост спроса на самогонные аппараты связан не только с ценой, но и с низким качеством алкогольной продукции [13].

Интерес представляет социологическое исследование М. О. Макушевой и Е. Г. Чо, посвящённое анализу теневого рынка алкоголя. На основе серии интервью с потребителями продукции теневого рынка алкоголя авторы приходят к выводу, что постоянно или ситуативно к его услугам прибегают прежде всего самые низкодоходные слои населения [14].

Известный социолог, доктор экономических наук, профессор В. В. Радаев, исследуя структуру и факторы потребления домашнего алкоголя в современной России на основе данных общероссийского опроса взрослого населения RLMS-HSE за 2014 год, показал, что группы потребителей самогона и домашнего вина близки по масштабам, почти не пересекаются по составу и демонстрируют контрастирующие стили потребления. Потребители самогона чаще подвергают риску собственное здоровье, а потребители домашнего вина демонстрируют более здоровые и цивилизованные привычки [15].

Несмотря на значительное количество исследований по самогонарению, на сегодняшний день практически нет работ, посвящённых анализу нового цикла вовлечённости населения в самогонарение и употребление самогона в последние несколько лет, а также изучению причин, побуждающих граждан к производству самогона. В статье предпринята попытка в какой-то мере заполнить данный пробел.

Эмпирическая база и методы исследования

Работа опирается на результаты как количественных, так и качественных исследований. При изучении вовлечённости различных групп населения России в употребление самогона были использованы данные

российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (RLMS-HSE)¹ за 1994–2021 гг.

Важным этапом исследования было проведение полуструктурированных интервью с производителями и потребителями самогона с целью выявления основных причин самогонварения. Выборка целеориентированная, дополненная методом «снежного кома»². В ходе исследования мы старались отбирать информационно богатые случаи, на основании которых можно было сделать выводы, имеющие значение для задач исследования. Опрос проходил как онлайн, так и очно. Способы достижения респондентов: через личные контакты, поиск в интернете в группах производителей самогона, обращение к местным экспертам, например, сельским участковым полицейским, непосредственное знакомство с производителями в месте проведения исследования (например, в областях).

Критерии отбора целевой группы. Поскольку самогонварение, согласно оценкам многих экспертов, распространено практически во всех возрастных группах, мы старались организовать исследование так, чтобы в нашу выборку попали респонденты различного возраста – от молодых до пожилых, однако в процессе отбора мы столкнулись с высокой долей отказов от интервью среди более молодых респондентов, связанных с высокой латентностью явления и, соответственно, страхом ответственности³. Также важно отметить, что, согласно результатам социологических опросов, молодёжь в возрасте 18–25 лет употребляет самогон реже, чем в более старших возрастных группах [12; 13, с. 81]. В результате в выборку попали люди в возрасте 36–71 года.

Для нашего исследования мы отбирали респондентов, которые как сами занимаются производством самогона, так и употребляют его. Потребители самогона, не занимающиеся самогонварением, не являлись эмпирическим объектом нашего исследования. Количество производителей самогона, которые сами не употребляют самогон, исчезающе мало,

¹ Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (RLMS-HSE), проводимый Национальным исследовательским университетом «Высшая школа экономики» и ООО «Демоскоп» при участии Центра народонаселения Университета Северной Каролины в Чапел-Хилле и Института социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН. Сайты обследования RLMS-HSE: URL: <http://www.hse.ru/rlms> и <https://rlms-hse.cpc.unc.edu> (дата обращения: 05.06.2022).

² Выборка «снежного кома» относится к методу невероятностной выборки (который включает и целеориентированную выборку), при котором исследователь начинает с небольшой популяции известных ему индивидов и расширяет выборку, прося этих первоначальных участников идентифицировать других, которые соответствуют определённым критериям в исследовании и могут принять участие в опросе. Недостатком выборки «снежного кома» является смещённость выборки и погрешность (поскольку люди предпочитают тех, кого они знают и кто обладает схожими характеристиками).

³ Самая серьёзная ответственность за самогонварение в России может наступить, если на домашнего изготовителя алкоголя заведут дело по уголовной статье 238. Она подразумевает санкции для тех, кто производит, а также хранит и транспортирует товары, которые могут нанести вред жизни и здоровью потребителя.

поэтому они также не вошли в выборку. Стаж и производства, и употребления самогона мы определили как «не менее 3 лет», поскольку в процессе поиска и отбора респондентов было обнаружено, что малоопытные самогонщики (то есть те, которые имеют опыт самогонварения менее 3 лет) имели недостаточно устойчивый интерес к самогонварению и у многих из них наблюдались большие временные перерывы в производстве и употреблении. Напротив, самогонщики, занимающиеся самогонварением 3 года и более, как правило, имели устойчивый и стабильный интерес к самогонварению.

Опрос проводился в 2022–2023 гг. Ареал исследования: Москва, Чита, Омск, Новосибирск, Московская, Тверская, Липецкая и Пензенская области, Краснодарский край, Чувашская Республика. Всего было проведено 32 глубинных полуструктурированных интервью.

Дополнительно для оценки алкогольной ситуации последних лет и проблем самогонварения в России был проведён анализ мнений аналитиков алкогольного рынка, экспертов рынка самогонных аппаратов, представленных в различных онлайн-СМИ. Для более глубокого изучения проблемы самогонварения авторами был проведён собственный опрос экспертов. Было сформировано несколько групп экспертов с различной степенью вхождения в проблему. Критерии отбора экспертов: компетентность в теме распространения и употребления алкоголя, в том числе домашнего производства; знание алкогольного рынка и его тенденций; непосредственная работа с потребителями (и/или производителями) алкоголя. Первая группа экспертов – медработники. Вторая группа – социологи, занимающиеся проблемами девиаций и распространения психоактивных веществ. Третья группа – сотрудники правоохранительных органов (участковые инспекторы, сотрудники районных подразделений). Считается, и с этим мнением согласны и авторы статьи, что местные правоохранители являются наиболее компетентными экспертами в проблемах самогонварения на местах, так как сталкиваются с этой проблемой практически ежедневно. Всего было проведено 30 интервью (2022–2023 гг.).

Проведение онлайн-опросов и интервью сопровождалось анализом статистических данных по исследуемой проблематике (Росстат, Минздрав, МВД, Росалкогольрегулирование), а также специальной научной литературы.

Вовлечённость россиян в производство и употребление самогона

Россия пережила несколько волн распространённости самогонварения (1914–1925 гг., 1985–1988 гг., 1996–2002 гг., 2013 г. – по настоящее

время.). С началом первой мировой войны царское правительство ввело запрет на продажу водки, что дало временный эффект снижения алкопотребления в стране – удалось добиться того, что в условиях мобилизации в конце 1914 г. не было пьяных проводов новобранцев. Однако уже ко второй половине 1915 г. начался всплеск изготовления и потребления самогона, выросло количество алкогольных отравлений и алкогольных заболеваний [4]. Новая советская власть продолжила политику запрета производства и продажи спиртных напитков в домашних условиях по всей территории России (самогоноварение приравнивалось к уголовному преступлению на основании ст. 140 Уголовного кодекса РСФСР 1922 г.), но ситуация гражданской войны, нестабильности и неуправляемости в обществе, дефицита водки привела к ещё большему распространению самогоноварения. По данным исследования, проведённого Госспиртом (1923 г.), число крестьянских хозяйств, занимающихся изготовлением и реализацией самогона, превысило 10 млн, или больше 10% всех хозяйств [11].

В последующие десятилетия, особенно в период после Второй мировой войны, домашнее изготовление самогона в определённой мере сдерживалось жёсткими законами (1948 и 1961 гг.), однако есть все основания полагать, что в послевоенные годы проблема самогоноварения стала носить латентный характер. Специалисты отмечают резкое увеличение потребления сахара в те годы. Так, среднедушевое потребление сахара в семьях промышленных рабочих только в Свердловской области с 1946 по 1952 год увеличилось с 3,9 кг в 1946 году до 22 кг в 1952 году, то есть почти в 6 раз [16].

Вторая волна распространения спиртного домашней выработки в России наблюдалась в годы широкомасштабной антиалкогольной кампании 1985–1988 гг. Резкое сокращение объёмов производства и продажи винно-водочных изделий, снижение реализации абсолютного алкоголя с 10,4 до 3,8 л на душу населения (в 2,7 раза) за эти годы при сохранении у населения прежнего спроса на алкоголь послужили толчком к образованию огромного дефицита спиртных напитков, что, в свою очередь, вызвало массовое распространение самогоноварения. По данным исследования, проведённого профессором Г. Г. Зиграевым в 1988 году, самогоноварение охватило практически все социальные группы и слои населения: в среднем у 68% опрошенных работников сельского хозяйства, у 45% рабочих промышленных предприятий и у 24% представителей интеллигенции в их ближайшем окружении часто или периодически употреблялись спиртные напитки домашней выработки [11].

С началом «демократических» преобразований 1990-х гг. страна захлебнулась суррогатными напитками из синтетического спирта: в деревнях продажный спирт становится дешевле самогона. Уже через несколько лет те, кто не спился и не умер от алкогольного отравления,

вернулись к производству самогона. Развернувшиеся в стране политический и социально-экономический кризисы, резкое ухудшение условий жизни и обнищание значительной части населения, особенно сельских жителей, отказ от государственной монополии на производство и продажу алкогольной продукции (1992 г.), отмена в 1996 году уголовной, а в 2002 году и административной ответственности за изготовление спиртных напитков в домашних условиях без цели сбыта способствовали тому, что население стало вновь массово производить домашнюю спиртную продукцию. Новый пик самогонварения в России пришёлся на середину 1990-х – начало 2000-х гг. (см. рис. 1). По данным исследования, проведённого Научно-исследовательским институтом МВД России в 1999 году в 6 регионах (было опрошено 1600 человек – представителей разных социальных групп населения), в среднем каждый второй опрошенный (а среди сельских жителей – каждые трое из четырёх) отметил наличие на территории своего проживания массовое производство самогона [11]. Согласно результатам международного исследования 2001 года «Изучение моделей потребления некоммерческого алкоголя: сравнительное изучение культурных традиций»¹, самогон являлся основным потребляемым алкогольным напитком в сельской местности в те годы. Соотношение потребляемых самогона и водки составляло 4,8:1. Почти каждый второй участник обследования употреблял самогон 4 раза в неделю и чаще. Потребление самогона было типично для всех возрастных групп, но наибольшее потребление самогона было зарегистрировано в возрастных группах 30–49 лет и 50 лет и старше [10].

В последние 10 лет, благодаря принятым государством профилактическим мерам, в России происходило последовательное снижение потребления алкоголя среди населения [17; 18]. Некоторые опрошенные эксперты подчёркивают, что происходит не столько снижение алкопотребления, сколько увеличение латентности алкоголизации населения, в частности из-за высокой доли рынка нелегального алкоголя, а также роста объёмов изготовления алкоголя (самогона) в домашних условиях для себя [9]. Дело в том, что на сегодняшний день самогон входит в сегмент алкогольной продукции так называемого «незарегистрированного потребления», если производится не на продажу. Этот сегмент не рассматривается в составе нелегального рынка алкоголя. Согласно расчётам Минздрава, в 2014–2017 гг. более половины потребления крепкого алкоголя

¹ Исследование было инициировано Международным центром алкогольной политики в Вашингтоне. В исследовании принимали участие четыре страны: Танзания, Мексика, Индия и Россия. В каждой стране было отобрано три региона, где проводилось исследование производителей и потребителей нелегального спиртного, а также осуществлялся сбор образцов самогона. В России были обследованы 75 сельских семей, проживающих в Нижегородской, Воронежской и Омской областях (210 человек) [10].

было незарегистрированным¹. Таким образом, самогонование остаётся очень латентным явлением. Важными факторами латентности явления самогонования являются два аспекта: во-первых, опросы по данной теме обычно не включают населённые пункты, где проживают менее 250 тыс. человек. Во-вторых, несмотря на рост популярности самогона, не все готовы признаваться, что занимаются самогонованием. Данная тема подвержена воздействию эффекта социальной желательности, что приводит к занижению показателей распространённости явления. Официальная статистика в этой сфере не ведётся, и оценить реальный объём рынка самодельного алкоголя практически невозможно. Об увеличении производства самогона можно судить по косвенным признакам – увеличению продаж сахара, дрожжей или самогонных аппаратов.

Опрошенные эксперты отмечают цикличность моды на самогон. Новые поколения по-новому открыли для себя некогда популярные традиции. С начала десятых годов XXI в. начался самый настоящий ренессанс самогонования. По подсчётам Центра исследований федерального и региональных рынков алкоголя (ЦИФРРА), в 2010 году россияне произвели около 250 млн л самогона, что в три раза превысило годовой объём производства такого водочного гиганта, как московский «Кристалл»². О возвращении интереса россиян к самогонанию свидетельствуют и данные российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (RLMS-HSE), согласно которым, после многолетнего падения, употребление самогона с 2012 по 2020 г. выросло почти в 2 раза: с 4,7 до 8,4% (см. рис. 1).

Важную роль в росте увлечения самогонанием сыграло развитие интернета и социальных сетей, сделавших процесс обмена опытом самогонования предельно простым. Уже с середины нулевых годов на интернет-форумах начали образовываться виртуальные группы, объединявшие людей, интересующихся производством качественных алкогольных напитков в домашних условиях. Начавшись как простое обсуждение на форумах, к началу десятых годов эти группы оформились в сообщества любителей самогона, некоторые из которых со временем превратились в полупрофессиональную отрасль. Сегодня на различных интернет-площадках блогеры с сотнями и тысячами подписчиков ведут свои каналы, посвящённые самогонанию (например: «Азбука Винокура», «Русская Дымка», «Самогон Саныч» и др.).

¹ См.: Гальчева А., Левинская А. Власти провели трезвый перерасчёт // РБК : [сайт]. 17.10.2019. URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2019/10/17/5da5baff9a7947b9dbfcb123> (дата обращения: 08.07.2023).

² В России может быть запрещено самогонование // Retail.ru : [сайт]. 2011. URL: <https://www.retail.ru/news/v-rossii-mozhet-byt-zapreshcheno-samogonovarenie/> (дата обращения: 02.08.2023).

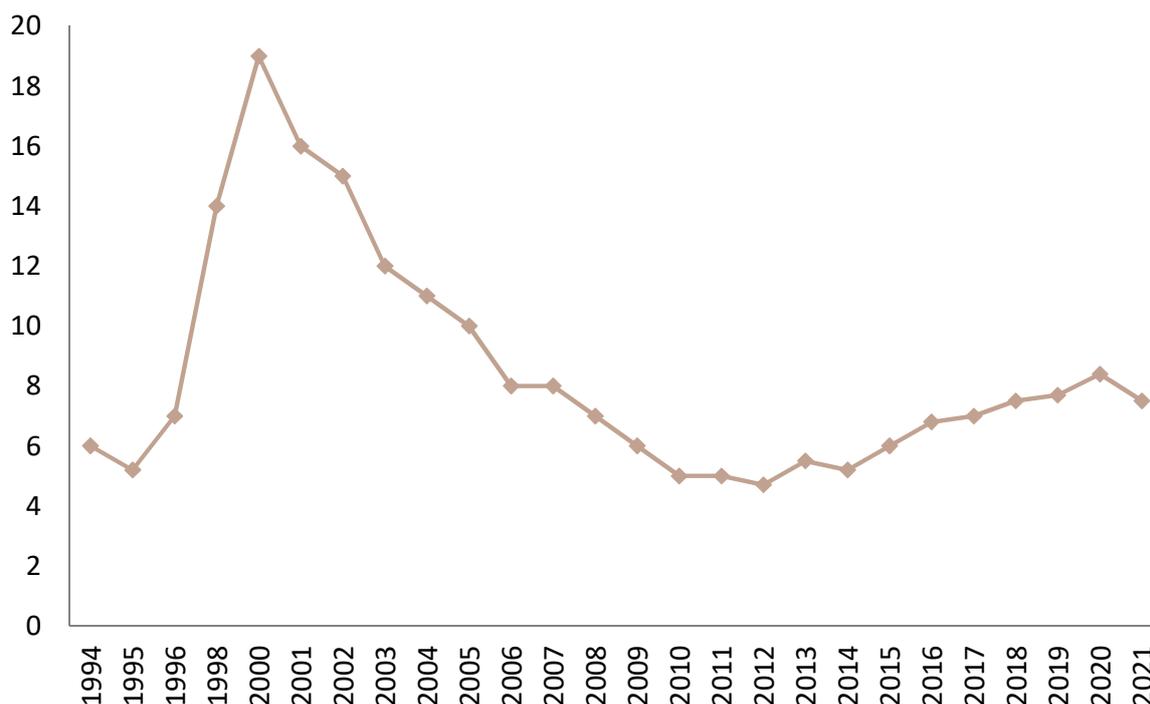


Рис. 1. Доля респондентов в возрасте 15 лет и старше, употреблявших самогон за последние 30 дней, предшествующих опросу, 1994–2021 гг., %

О стабильном росте интереса к самогонарению говорит и статистика поисковых запросов в интернете. Рост запросов на самогон начался в 2008 году, был особенно резким в 2014–2017 гг. и продолжается по сей день [9]. В январе 2017 г. был зафиксирован максимум покупательского спроса на самогонные аппараты – на руках у населения находилось 1,5 млн устройств¹. Уже в январе 2018 г. популярность самогонных аппаратов упала на 17%, и негативная динамика сохранялась до конца 2019 г. Второй пик продаж пришёлся на 2020 год – самоизоляция и переход на «удалёнку» спровоцировали новый всплеск интереса к аппаратам и ингредиентам для самогона. За десять месяцев 2020 года спрос на аппараты вырос в 13 раз по сравнению с аналогичным периодом 2019 года².

Исследование, проведённое Институтом социально-экономических исследований Финансового университета при Правительстве РФ, показало, что в сентябре 2019 г. наблюдалось снижение и производства, и потребления самодельного алкоголя: в городах с населением более 250 тыс. человек только 4,5% респондентов отметили, что им известны примеры

¹ Вербицкая Ю. На самогонных аппаратах можно неплохо заработать // Ведомости : [сайт]. 02.02.2018. URL: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2018/02/02/749754-samogonnih-apparatah> (дата обращения: 12.07.2023).

² Сухорукова Е. Самоизоляция увеличила спрос на самогонные аппараты // РБК : [сайт]. 18.11.2020. URL: <https://www.rbc.ru/business/18/11/2020/5fb3bb489a7947849a9a23c5> (дата обращения: 05.07.2023).

изготовления алкоголя в домашних условиях. Однако в 2020 году так ответили уже 7% опрошенных¹. Исследователи предположили, что рост производства и потребления самогона свидетельствует о сложной экономической ситуации и падении реальных доходов населения, а уменьшение потребления указывает на повышение его платёжеспособности.

Самогонование в России – необходимость или искусство?

Большинство опрошенных специалистов отмечают двойственность феномена самогонования в России. Руководитель ЦИФРРА Вадим Дробиз уверен – рост продаж самогонных аппаратов не отражает реальные масштабы явления, поскольку увеличение продаж аппаратов происходит в основном за счёт наиболее обеспеченных самогонщиков, или «творцов», в то время как основной объём этого сегмента (около 200 млн л в год) формируют малообеспеченные или даже «маргинальные» слои населения, которые не обзаводятся новыми аппаратами – им это не по карману².

Анализ материалов опросов экспертов, а также производителей и потребителей самогона позволил выявить некоторые причины, побуждающие граждан к производству и употреблению самогона.

Самогон для бедных. Опрошенные эксперты подчёркивают, что производство и потребление самогона характерно в основном для малообеспеченных групп граждан. Главный мотив самогонования для них определяется его экономической доступностью. Как правило, это жители сёл, деревень, посёлков городского типа – для них цена на покупной алкоголь имеет большое значение, а производство самогона обходится в несколько раз дешевле бутылки водки.

Данные российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (RLMS-HSE)³ также свидетельствуют, что употребление самогона распространено в менее обеспеченных слоях населения. В исследовании для оценки уровня своего благосостояния респондентам была предложена шкала, представляющая собой девятиступенчатую лестницу экономического положения, где 1-я ступень – самая низкая позиция (нищие), а 9-я – самая высокая (богатые). Респондентов просили поместить себя на одну из ступеней. В ходе анализа ответы респондентов были распределены по трём иерархическим уровням материального благосостояния: нижний (1–3-я ступени), средний (4–6-я

¹ В России растёт потребление самогона // Simple Wine News : [сайт]. 13.05.2020. URL: <https://swn.ru/articles/v-rossii-rastet-potreblenie-samogona> (дата обращения: 11.07.2023).

² См.: Жуков Н. Варим отсюда // Такие дела : [сайт]. 06.02.2018. URL: <https://takiedela.ru/2018/02/varim-otsyuda/> (дата обращения: 20.07.2023).

³ Здесь и далее используются данные российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (RLMS-HSE) за 1994–2021 гг.

ступени) и верхний уровень (7–9-я ступени). Оказалось, что в группе респондентов, отнёсших себя к нижнему уровню, употребляли самогон в последние 30 дней, предшествовавших опросу, 12,3% опрошенных, в группе среднего уровня благосостояния – 5,6%, в группе верхнего уровня – 3%. Имеется зависимость между материальным положением и частотой и объёмом потребляемого самогона: самая высокая доля потребителей самогона – в группе респондентов, отнёсших себя к 1-й ступени (нищие), – 16%. В среднем они пьют 5,8 дней в месяц и по 353,3 мл за день. С повышением субъективного ощущения благосостояния потребление самогона падает. Так, респонденты, отнёсшие себя к 4–7-й ступени, в среднем пьют реже и меньше – 3,5 дня в месяц по 282 мл за день. Однако с дальнейшим ростом благосостояния потребление самогона вновь начинает расти: респонденты, отнёсшие себя к 8–9-й ступени, в среднем пьют чаще остальных – 7,5 дней в месяц, хотя и в несколько меньшем объёме, чем самые бедные, – по 330,5 мл в день.

Материалы мониторинга подтверждают слова экспертов о том, что потребление самогона больше распространено в сельской местности (см. рис. 2). И частота, и объёмы потребления самогона в сёлах и посёлках городского типа выше, чем в городах. Если в городах самогон употребляют в среднем 3,6 дней в месяц (по 288,4 мл в день), то в посёлках городского типа – 5,7 дней в месяц (по 295 мл в день), а в сёлах – 4,1 день в месяц (по 306,5 мл).

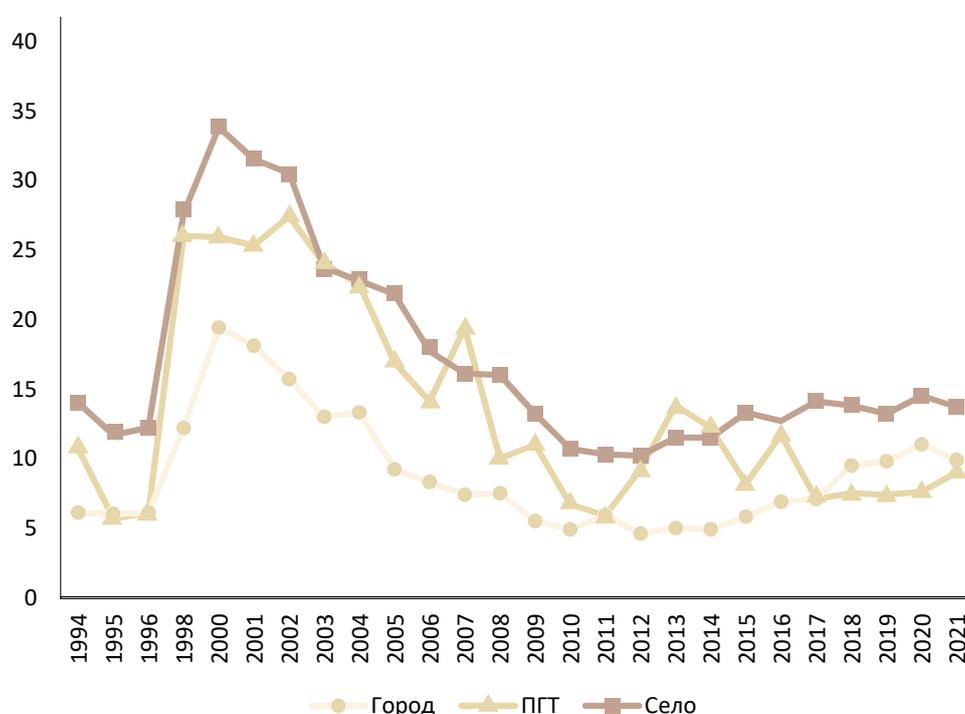


Рис. 2. Удельный вес респондентов, употреблявших самогон в последние 30 дней, предшествующих опросу, 1994–2021 гг., в зависимости от типа населённого пункта, в % от соответствующей группы

Согласно данным мониторинга, потребление самогона больше всего распространено среди бедных жителей сёл и посёлков городского типа. Доля потребителей самогона среди самых бедных жителей посёлков составляет 22,3%, среди жителей села – 23%. Бедные жители посёлков городского типа пьют чаще всех остальных групп – 7 дней в месяц (по 302 мл в день), на втором месте по частоте – бедные жители деревень, пьющие в среднем 4,8 дней в месяц, причём в значительном объёме (по 329 мл). Среди богатых сельчан употребление самогона распространено меньше, но всё равно значительно – каждый десятый пил самогон в течение последнего месяца, причём в существенных объёмах – 333,1 мл в день (см. табл. 1).

Таблица 1

*Употребление самогона в зависимости от типа поселения
 и субъективной оценки уровня материального благосостояния, 1994–2021 гг.*

Тип поселения	Уровень материального благосостояния	Доля респондентов, употреблявших самогон в течение последних 30 дней, %	Число дней в месяц (в среднем), в течение которых респондент употреблял самогон	Объём самогона (в среднем), который респондент обычно выпивал за день, граммы
Город	Нижний уровень (1–3-я ступени)	12,9	4,2	311
	Средний уровень (4–6-я ступени)	6,5	3,2	273
	Верхний уровень (7–9-я ступени)	2,6	3,5	336
ПГТ	Нижний уровень (1–3-я ступени)	22,3	7	302
	Средний уровень (4–6-я ступени)	8,9	7	328
	Верхний уровень (7–9-я ступени)	5,6	4,9	256
Село	Нижний уровень (1–3-я ступени)	23	4,8	329
	Средний уровень (4–6-я ступени)	12,3	3,6	301,8
	Верхний уровень (7–9-я ступени)	10,6	3,5	333,1

Примерно в равной мере распространено употребление самогона среди горожан среднего материального достатка (6,5%) и жителей посёлков городского типа высокого благосостояния (5,6%). Однако характер потребления самогона различен: горожане пьют реже, но больше: 3,2 дня в месяц, 276 мл за день, а зажиточные жители посёлков городского типа пьют чаще, но в меньшем количестве: 4,9 дней в месяц, 256 мл за день. Менее всего распространено употребление самогона среди самых богатых горожан (2,6%): они пьют самогон нечасто, всего в среднем 3,5 дней за месяц, однако в самом большом объёме за раз, по сравнению с другими группами, – 336 мл (см. табл. 1). Следует согласиться с профессором В. В. Радаевым и Я. М. Роциной, что нужно быть аккуратными при оценке объёма потребляемого спиртного при анализе опросных данных, так как существует проблема недооценки респондентами потребляемого ими объёма спиртного, который может быть чуть ли не в два раза больше, чем выявленный по результатам опроса [18].

Для лучшего понимания роли самогона в жизни малообеспеченных и сельских жителей мы обратились к сельским и районным участковым полиции (эксперты третьей группы). Оценки экспертов разделились. Часть опрошенных специалистов считают, что за самогоном, как и в прежние времена, закреплена функция своеобразной «жидкой валюты»: *«Самогон здесь до сих пор – средство выживания и поэтому всегда в ходу: за услуги рассчитаться, выменять на что-нибудь нужное для хозяйства. Старшее поколение зачастую варит самогон, чтобы расплатиться таким способом за помощь в хозяйстве»*. В то же время другая часть экспертов утверждают, что роль самогона в сельской местности изменилась: *«Всё это было распространено в 70–90-е гг. Самогон тогда действительно являлся средством расчётов за целый ряд услуг. Хозяйства были большие, держали скотину, без поллитровки просто нельзя было обойтись: ни огород вспахать, ни дров привезти. Колхозные трактористы предпочитали тогда брать "натурой". Сегодня люди предпочитают расплачиваться деньгами, а не бутылками»*.

Анализ материалов интервью с жителями сёл и экспертами показывает, что основной мотив самогонварения в сёлах – дешевизна производства (себестоимость в 3–5 раз ниже стоимости водки). Для приготовления самогона в деревне требуется не так много. Малообеспеченные граждане и жители деревень предпочитают самостоятельно собирать аппараты, не прибегая к готовой автоматике, – так дешевле. Житель Твери отмечает: *«У меня самый простой аппарат – дистиллятор без сухопарника. Беру пшеницу, сахар, воду. Если учесть, что себестоимость одной бутылки "сэма"¹ обходится в 100 рублей, то выходит неплохо!»*.

¹ «Сэм» – сленговое название самогона.

В то же время опрошенные участковые областей сообщают, что сегодня и до сельских, и до малообеспеченных жителей, хоть и с опозданием, дошла мода на современные самогонные аппараты: *«самогонных аппаратов сегодня на рынке столько, что даже при самой маленькой зарплате, даже на пенсию можно приобрести недорогой аппарат, и вроде ты как “белый человек”»*. Часть опрошенных жителей сёл – производителей самогона указали на то, что за последнее время поменяли свой старый самодельный аппарат на более современное изделие. Вышесказанное косвенно подтверждает возросший интерес к самогоноварению у населения.

Одним из латентных мотивов самогоноварения, выявленных в ходе исследования, является выгодность торговли им. Принято выделять три экономических типа самогоноварения, определяющихся целями его производства: потребительский (производство для личных потребностей), потребительско-товарный (производство одновременно и для личных нужд, и на продажу) и товарный (производство только на продажу) [1]. Чтобы составить представление о соотношении этих экономических типов самогоноварения на селе, необходимы дальнейшие исследования, включая количественные анкетные опросы. Однако материалы наших опросов экспертов и производителей самогона в сельской местности свидетельствуют, что в небольших деревнях, посёлках и малых городах подпольная торговля самогоном до сих пор процветает. Так, один из опрошенных участковых указывает: *«Гонит 100% населения. Половина для себя, остальные на продажу. Это нужно всех тогда поголовно наказывать, но ты его оштрафуешь, а через неделю он опять за своё»*. Житель Липецкой области отмечает: *«До сих пор торгуют самогоном. Некоторые покупают эти аппараты и гонят. Правда, не утруждаются. Берут обычный сахар и дрожжи, выгоняют спирт-сырец. Разводят до кондиции. Может, на чём-то настаивают. И торгуют»*.

Изготовление и продажа самогона является способом заработать для некоторых пенсионеров. Так, в 2022 году жители Дзержинска разоблачили один из подпольных магазинов самогона в Нижегородской области, который много лет держала пенсионерка, изготавливавшая суррогат и продававшая его местным алкоголикам¹. Важным фактором латентности торговли самогоном является то, что в небольших поселениях все друг друга знают, а сама торговля ведётся в основном среди «своих», о чём свидетельствуют высказывания местных жителей:

¹ Пенсионерка продавала самогон рядом с пунктом участкового в Дзержинске // Рен ТВ: [сайт]. 15.12.2022. URL: <https://ren.tv/news/v-rossii/1057149-pensionerka-prodavala-samogon-riadom-s-punktom-uchastkovogo-v-dzerzhinske> (дата обращения: 10.08.2023).

«У нас на углу каждый день сидят и пьют. Закончится – скинутся, сходят на точку и опять пьют. Говорили с участковым: все всё знают, кто и где гонит. Сделать ничего не могут. Чтобы оштрафовать – нужно за руку поймать при продаже. А продавцы кому попало не продают». Нередко деревенские участковые полиции сами закрывают глаза на проблему самогонварения, будучи такими же потребителями самогона, как и их односельчане.

Материалы интервью позволяют предположить, что большинство самогонщиков в областях производят самогон и для личного потребления, и для дополнительного заработка. При этом соотношение потребительского и товарного компонентов детерминируется наличием рынков сбыта.

В некоторых регионах исторически сложилась культура производства и потребления самогонварения. Причины не только в экономической целесообразности, но и в образе жизни. Самогонщик, житель Липецкой области сообщает: *«Люди консервируют для себя огурцы, помидоры, грибы. Варят варенье, компоты. Так же и самогон. Это часть бытовой культуры, часть традиции».* Житель Пензенской области говорит: *«У меня тут своё подсобное хозяйство, огород, плодовые деревья, птица. Спиртное в хозяйстве – всегда необходимая вещь. Но не покупать же технический спирт, хотя нам привозят. Так своё же можно сделать, это ж и вкуснее и лучше. Самогон – это часть сельской жизни».*

Зимой, когда в полях нет работы и появляется много свободного времени, в хозяйстве наступает активная пора для самогонварения. Некоторые жители готовят самогон к праздникам. Самогонщик из Чувашии сообщает: *«Пойти к кому-то в гости, на праздник – без своего самогона никто не придёт. А там уже начинается дегустация, у кого на грецких орехах, на цедре цитрусовых, на травах. Бывает на гулянках водка и коньяк магазинные, так и остаются нетронутыми».*

Таким образом, явление самогонварения в сельской местности представляет собой разновидность «неформальных» форм хозяйственной деятельности или, по выражению А. И. Кузнецова, своеобразную форму мелких «кустарных промыслов». По своей экономической сути и с учётом социальных функций самогонварение можно идентифицировать как вид неформальной экономики, целью которой является поддержание существования микросообщества [19]. Более того, самогонварение как форму экономической деятельности вне легально разрешённых форм (на продажу) можно считать и разновидностью «теневой» экономики.

Качество продукции. Несмотря на то, что доля нелегального алкоголя за последние несколько лет, по сравнению с нулевыми и десятими годами, заметно сократилась, проблема некачественной алкогольной про-

дукции сохраняется. По оценке экспертов Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ), в 2021 году объём нелегального оборота крепкой алкогольной продукции в России составил 27% (около 611 млн бутылок) от общего количества, представленного на российском рынке¹. По результатам испытаний Роскачества, в 52% исследованного коньяка, закупленного в магазинах розничной торговли, были выявлены признаки фальсификации². Употребление контрафактного алкоголя зачастую приводит к тяжёлым отравлениям, потере зрения и даже смертям. В поддельных спиртных напитках нередко используется некачественный этиловый спирт, может содержаться токсичный метиловый спирт. Руководитель ЦИФРРА Вадим Дробиз поясняет, что *«последние несколько лет потребителя алкоголя просто запугали регулярными сообщениями о подделках импортного крепкого алкоголя, которые обнаруживаются даже в дорогих ресторанах. Виски, ром, текила, премиальная водка, обычная водка – подделывается всё»*³.

О ситуации с распространённостью в России самогонварения резко высказался один из опрошенных экспертов-медиков: *«С 2022 г. катастрофически испортился алкоголь: водка стала очень низкого качества. Особенно всех напугали нашумевшие истории отравления суррогатным алкоголем в 2022 г. и массовым отравлением сидром в 2023 г. Основной мотив у всех самогонщиков сегодня – это свой продукт, а не “отравилка”»*.

Большинство опрошенных нами самогонщиков, как жителей сёл, так и городов, проявляют недоверие и имеют устоявшиеся предубеждения по отношению к официально продаваемому алкоголю, который между собой называют «казёнщина», и, напротив, проявляют положительные установки по отношению к самогону. Приводя аргументы в пользу самогонварения, самогонщики говорят об уверенности в качестве своего напитка: *«Я точно знаю, из каких ингредиентов выгнан мой самогон. Сахар, фрукты, спиртовые спрессованные дрожжи, колодезная вода. Однако я совершенно не в курсе, какой спирт использовали на винно-водочном заводе – картофельный, зерновой или из опилок. А может, туда добавили синтетический?»*

¹ См.: Карabut Т. Глава Росалкогольрегулирования: Что пьют россияне вместо водки и боярышника // Российская газета. 09.02.2022. URL: <https://rg.ru/2022/02/09/glava-rosalkogolregulirovaniia-chto-piut-rossiiane-vmesto-vodki-i-boiaryshnika.html> (дата обращения: 09.07.2023).

² Роскачество: доля фальсификата среди российского коньяка массового сегмента составила 52% // Роскачество : [сайт]. 27.04.2023. URL: <https://roskachestvo.gov.ru/news/roskachestvo-dolya-falsifikata-sredi-rossiyskogo-konyaka-massovogo-segmenta-sostavila-52/> (дата обращения: 09.08.2023).

³ Цит. по: Трофимова Е. Двухликый самогон: как самогонварение в России стало элитным хобби // Ридус : [сайт]. 15.04.2016. URL: <https://www.ridus.ru/dvulikij-samogon--kak-samogonovarenie-v-rossii-stalo-elitnym-hobbi-218442.html> (дата обращения: 01.08.2023).

Все опрошенные самогонщики проявляют уверенность в безопасности своего продукта: *«Покупая любой алкоголь в магазине, есть вероятность нарваться на контрафакт и получить последствия вплоть до летальных. При употреблении своего продукта вы можете максимум аллергию заработать на какой-нибудь натуральный компонент настоек»*.

Подобная переоценка качества собственной продукции может иметь серьёзные негативные последствия. Самогонварение – достаточно наукоёмкий процесс и сопряжено со значительными рисками, а население в большинстве своём не обладает достаточными знаниями химии. Например, выделение такого опасного вещества, как метанол, является частью процесса производства самогона. Учитывая отсутствие регулирования самогонварения и отсутствие эффективного и доступного способа проверки продукции на метанол, употребление самогона может быть опасным для любого, особенно если производитель неопытный или продукт приобретён у неизвестных лиц. Так, если самогон делается на продажу с целью получить как можно больше жидкости, невзирая на качество, в надежде на увеличение прибыли, риски многократно возрастают. В этом контексте тревожно выглядят результаты исследования, проведённого компанией «Квалитас» среди жителей Воронежа, согласно которым около половины населения (49%) склоняется к тому, что самогон является натуральным, экологически чистым продуктом, и только треть населения Воронежа считает самогон суррогатом, весьма далёким от эталона качества (31%) [13].

Самогонварение как хобби. По оценкам как опрошенных экспертов, так и специалистов, мнения которых представлены в СМИ, в течение последних десяти лет увеличилось количество производителей самогона среди представителей среднего класса и интеллигенции, которые изготавливают для себя и своего ближнего круга виски, кальвадос и другие экзотические алкогольные напитки. Производством самогона увлекаются финансовые аналитики, сотрудники IT-компаний, представители бизнеса, сотрудники научно-образовательной и медицинской сфер и др. Обычно это достаточно обеспеченные люди, которые могут позволить себе хорошие самогонные аппараты, и их больше беспокоит качество и безопасность алкоголя, а не его цена.

Помимо малообеспеченных самогонщиков нами были опрошены представители среднего класса: научная и творческая интеллигенция, сотрудники здравоохранения и сферы образования, владельцы бизнеса, госслужащие. Было выявлено, что у самогонщиков есть свои клубы по интересам, где происходит обмен опытом, а иногда и непосредственно получаемым продуктом. Анализ контента нескольких интернет-форумов

и интернет-клубов по самогоноварению показал, что активность участников на этих площадках высокая – темы и новостные ленты постоянно обновляются. Помимо обсуждений технических сторон изготовления и рецептуры, участники регулярно проводят дегустационные встречи, участвуют в совместных закупках сырья. Между самогонщиками существует и некоторая конкуренция – периодически устраиваются различные конкурсы в некоторых регионах страны.

Большинство самогонщиков, разбирающихся в самогоноварении на экспертном уровне, сходятся во мнении, что производство самогона – достаточно сложный, трудоёмкий процесс, требующий определённых навыков и знаний, а также понимания технологических мелочей. Как отмечает один из опрошенных, *«без должного уровня знаний и определённой квалификации можно не просто запороть продукт, но и получить токсичное пойло, в котором будет вся таблица Менделеева, несмотря на дорогое оборудование»*. Энтузиасты покупают оборудование за сотни тысяч рублей, дорогие качественные ингредиенты, вникают в тонкости как химических процессов, так и непосредственно производства, изучают различные рецептуры, заказывают дизайнерские этикетки на бутылки. Один из самогонщиков отмечает: *«Самогон – это не дёшево. Хорошее оборудование, дрожжи, качественное сырьё, время – всё это стоит денег. Проще и дешевле купить водки, чем горючить это всё. Другое дело, что есть тяга к изучению, экспериментам и разработке. Тогда это уже не просто пить, это уже чтобы творить, восхищаться»*. Большинство опрошенных нами самогонщиков среднего класса отмечают *«приятное чувство элитарности»*, возникающее от процесса: *«Мы, винокуры, мы же принадлежим к такому “закрытому клубу”»*.

Как показали материалы интервью, производство домашнего алкоголя среди представителей среднего класса достаточно распространено. Если человек не производит самогон или другой алкоголь сам, он, скорее всего, знает кого-то, кто этим занимается. Один из опрошенных нами самогонщиков (замдиректора научно-образовательного центра, 42 года, стаж самогоноварения 10 лет) на вопрос о том, насколько и где, по его мнению, распространено самогоноварение, отвечает: *«В регионах гонят поголовно все. Когда в Омске работал, гнали все, приехал в Тулу, бухгалтерша приносит бутылку – муж её гонит. Питер тоже, но там ещё и культура делать домашнее крафтовое пиво развита, это уже сложнее. Москва тут несколько особняком стоит, москвичи больше заморочены на хорошем иностранном алкоголе. Но, с учётом санкций, скоро и Москва подтянется»*.

Опрошенный изготовитель самогона (проректор по учебно-воспитательной работе в одном из вузов, 44 года, стаж самогоноварения 8 лет)

рассказал о том, кто, по его мнению, в основном занимается самогонварением: *«Если речь именно о качественном, хорошем домашнем алкоголе, то в основном это средний класс и выше. Есть те, кто перешёл с домашнего самогонварения на мини-заводики, например – в своём элитном посёлке».*

Эксперт-социолог говорит о распространённости самогонварения в среде интеллигенции и предпринимателей более сдержанно: *«Можно говорить о тенденции, о моде – да, это фиксируется уже несколько лет. Однако заядлым самогонщикам, кто погружён в тему, закупает дорогостоящее оборудование, кажется, что этим занимаются поголовно все, что, конечно, не так. Просто в круг общения этих людей входят такие же любители самогона».*

Как показали материалы опросов, в группе среднего класса так же, как и среди малообеспеченных, широко распространена скрытая торговля самогоном. По словам одного из производителей самогона, несмотря на то, что официальная продажа при условии оформления всех бумаг возможна, на практике это совершенно нерентабельно, а потому мало кто из производителей самогона переходит на легальные продажи. Юрист Алексей Голубев говорит: *«Дело не только в оформлении лицензии на производство, которую могут получить только полноценные ликёро-водочные заводы. Дело ещё и в акцизах, системе ЕГАИС и тому подобной отчётности, вести которую – слишком большие издержки для небольшой частной винокурни»¹.* Опрошенные винокуры также подтверждают, что вся торговля самогоном ведётся очень аккуратно, главным образом среди знакомых и почитателей. Но всё же чаще самогон производят не на продажу, а для себя, на подарки, также распространён обмен напитками и бартер.

Таким образом, материалы бесед с производителями самогона среднего класса позволили сделать вывод, что участие в производстве самогона для этой группы в значительной степени является формой поведения, направленного на удовлетворение некоторых социальных потребностей: в аффилиации (стремление быть в контакте с себе подобными), познании, самореализации и творчестве, достижении и признании, повышении престижа и статуса, доминировании, адаптации. Самогонварение в крупных городах перестало быть маргинальным занятием и превратилось в элитарное хобби, своеобразную субкультуру, где главным движущим мотивом является интерес и любовь к самому процессу.

¹ Цит. по: Размахин А. Самогонварение стало любимым развлечением богатых россиян // МК.ru : [сайт]. 09.11.2022. URL: <https://www.mk.ru/economics/2022/11/09/samogonovarenie-stalo-lyubimym-razvlecheniem-bogatykh-rossiyan.html> (дата обращения: 12.08.2023).

Отношение государства и общества к производству и употреблению самогона

В обществе сложилось двойное отношение к феномену самогонварения. Одни специалисты и законодатели выступают за введение жёстких мер регулирования в данной сфере, другие более сдержанны и считают, что к решению проблемы нужно подходить взвешенно и аккуратно, поскольку на сегодняшний день не сформированы эффективные инструменты контроля. Так, у специалистов большую озабоченность вызывает безопасность самодельной продукции, ведь большая часть всего производимого самогона, по оценкам экспертов, это кустарный самогон, который гонят на самодельных аппаратах маргинальные слои населения, жители деревень и лица, для которых главное прибыль, а не качество. По данным ЦИФРРА, из нескольких миллионов российских самогонщиков только около сотни тысяч занимаются этим «для души» и озабочены качеством продукта¹. Директор барнаульского ликёро-водочного завода Максим Байкалов говорит: «Разговоры, что качество кустарного самогона превосходит заводскую продукцию, вызывают серьёзные сомнения. Образцы самодельного продукта, которые изучали специалисты нашего предприятия, как правило, содержали огромное количество сивушных масел, а в худших образчиках даже метиловый спирт»². Именно такой некачественный кустарный самогон, по словам экспертов, чаще всего и идёт на продажу.

О рисках самогонварения свидетельствуют и участвовавшие случаи взрывов самогонных аппаратов³. Эксперты считают, что к трагедии приводят как ошибки самих самогонщиков, так и снижение качества самих самогонных аппаратов из-за повышения на них спроса и желания некоторых производителей сэкономить на комплектующих.

В связи с обозначенными рисками аппарат уполномоченного при президенте России по защите прав предпринимателей Бориса Титова совместно с Росалкогольрегулированием предложили серьёзно ужесточить правила реализации самогонных аппаратов⁴. Однако на сегодняшний день (сентябрь 2023 г.) никакого нового закона о самогонварении не появилась. В настоящее время на территории нашей страны

¹ См.: Житкова В. Крафтовый первач. Как заработать на производстве самогонных аппаратов // РБК : [сайт]. 03.08.2016. URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2016/08/04/57a09dc39a7947465cc9f52a> (дата обращения: 05.08.2023).

² Цит. по: Жоган Я. «Миллениалы выросли». Почему самогонварение набирает обороты // Толк : [сайт]. 07.06.2022. URL: <https://tolknews.ru/ekonomika/124169-pochemu-v-rossii-nabiraet-oboroti-samogonovarenie-i-kakie-u-nego-perspektivi> (дата обращения: 02.08.2023).

³ В России стали чаще взрываться самогонные аппараты // РИА Новости : [сайт]. 15.05.2023. URL: <https://ria.ru/20230515/samogon-1871874698.html> (дата обращения: 08.08.2023).

⁴ См.: В России озвучили возможные меры контроля за самогонными аппаратами // МК.ru : [сайт]. 28.05.2021. URL: <https://www.mk.ru/economics/2021/05/28/v-rossii-ozvuchili-vozmozhnye-mery-kontrolya-za-samogonnyimi-apparatami.html> (дата обращения: 15.08.2023).

действует закон, в котором чётко разрешено изготавливать самогон только для личных нужд – реализовывать такую продукцию другим лицам запрещено.

По мнению противников жёстких мер, предложение Бориса Титова отражает общий настрой алкогольного лобби – перекрыть кустарный рынок спиртного. Многие эксперты убеждены: даже если полностью искоренить торговлю самогоном, люди не перейдут на «официальное» спиртное. Эксперт популярной сети магазинов самогонных аппаратов считает: *«Если вытеснить с рынка самогонные аппараты, люди начнут собирать их своими руками. Не каждый способен собрать аппарат правильно. Вырастет количество взрывов, пожаров, на рынке станет больше некачественного самогона»*¹. Публицист Павел Пряников подчёркивает: *«Рынок никуда не денется – сегодня у людей на руках миллионы аппаратов. В СССР чёрный рынок существовал всегда, хотя гонение на самогонщиков было более сильным»*².

Большинство опрошенных экспертов убеждены, что основная причина существования нелегального рынка алкоголя заключается не в торговле самогонными аппаратами, а в том, что значительная часть населения принадлежит к малообеспеченным категориям граждан. Руководитель ЦИФРРА Вадим Дробиз отмечает: *«Нелегальная продукция – это продукт для малоимущих. Не будет самогона – маргинальная часть потребителей перейдёт на что-то ещё нелегальное, например, спиртосодержащие жидкости, а более значительная часть самогонщиков просто уйдёт в “тень”»*³.

Заключение

Материалы исследований позволяют заключить, что, несмотря на позитивный тренд последних десяти лет на последовательное снижение потребления алкоголя в России, в последние годы обозначилась новая тенденция – увеличение объёмов изготовления и потребления самогона в различных группах населения. Обобщая полученные результаты качественных интервью с производителями и потребителями самогона, а также данные экспертного опроса, можно выделить основные причины, побуждающие граждан к самогонварению и переходу части населения к производству и употреблению самогона.

¹ Цит. по: *Проскуряков Е.* Ваш сэм, сэр: Самогонварение в России неожиданно стало модным хобби успешных людей // Комсомольская правда : [сайт]. 17.06.2021. URL: <https://www.kp.ru/daily/27292/4430030/> (дата обращения: 12.08.2023).

² Цит. по: *Касс А.* Это хобби не задушишь, не убьёшь: чем грозит запрет самогонных аппаратов // Nwes.ru : [сайт]. 27.05.2021. URL: <https://yandex.ru/turbo/news.ru/s/society/eto-hobbi-ne-zadushish-ne-ubyosh-chem-grozit-zapret-samogonnyh-apparatov/> (дата обращения: 15.08.2023).

³ Цит. по: *Проскуряков Е.* Указ. соч.

Экономические факторы. Главный мотив самогонварения определяется его экономической доступностью: в большинстве случаев самогон начинают делать из желания сэкономить. В основном это касается малообеспеченных слоёв населения (не маргиналов, а людей с невысокими доходами) или сельских жителей, однако, как показало исследование, вопрос цены спиртного в некоторой степени важен и для самогонщиков-любителей, которые могут позволить себе дорогие самогонные аппараты, так как при домашнем производстве так называемого «элитного» алкоголя экономия может быть в 10–20 раз, даже с учётом затрат на качественное сырьё и аксессуары для самогонварения. Другим важным экономическим мотивом самогонварения, выявленным в ходе исследования, является выгода торговли им. В этом контексте самогонварение является формой неформальной «теневого» экономической активности. Кроме того, в условиях неразвитости в сельской местности рынка товаров и сферы бытовых услуг (заготовка кормов, вспашка земельных участков, ремонт жилищ и т.п.), в которых особенно нуждаются люди пожилого возраста, самогон для многих жителей села до сих пор выступает в некоторых регионах своеобразным суррогатом денег, посредством которого они рассчитываются за эти услуги или удовлетворяют ряд других насущных потребностей.

Фактор безопасности и качества. Недостаточная способность государства эффективно контролировать качество продаваемой алкогольной продукции, новый всплеск на алкогольном рынке фальсифицированных спиртных напитков, увеличение смертельных отравлений от алкоголя породили у части населения устойчивые предубеждения против покупного алкоголя и побудили к изготовлению спиртных напитков в домашних условиях как более безопасной альтернативы. В исследовании выявлена убеждённость производителей самогона в надёжности, безопасности и высоком качестве собственной продукции, причём эта убеждённость прослеживается во всех группах опрошенных самогонщиков: малообеспеченных, хорошо обеспеченных, сельских и городских жителей.

Социально-культурологические предпосылки. В некоторых регионах в сельской местности самогонварение представляет собой сложившуюся традицию, образ жизни и часть бытовой культуры. Важным аспектом самогонварения является и то, что оно выступает своеобразным средством для коммуникации, то есть производство и употребление самогона выполняют социальную функцию поддержания микросообщества. Что касается горожан и обеспеченных граждан, то в этой категории самогонварение перестало быть маргинальным занятием и превратилось в элитарное хобби, своеобразную субкультуру, где главным движущим мотивом является интерес к процессу.

Ответ на вопрос «чем же является самогонварение в России – необходимостью или искусством?» раскрывает двойственную природу этого социального явления. Несмотря на то, что в категорию самогонщиков входят граждане из самых разных социальных групп, примерно 75% объёма производства, по оценкам экспертов, приходится на людей, которые делают это из-за экономии или по «бедности», не желая тратить семейный бюджет на дорогое спиртное. В то же время в последние несколько лет выросло количество «творческих производителей» самогона. В этой среде получила распространение концепция «премиализации» самогона и процесса его производства. Таким образом, ответ на вопрос, чем же сегодня является самогонварение в России, отражает сегодняшнюю ситуацию в стране: для значительной части населения самогонварение – это необходимость, для меньшей части россиян – хобби и своего рода искусство.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Кузнецов А. И. Самогонварение в сибирской нэповской деревне как фактор конфликта между крестьянством и властью // Государство и личность в истории России : мат-лы регион. науч. конф. (Новосибирск, 24 мая 2004 г.) / Отв. ред. В. М. Рынков. Новосибирск : Сибирский хронограф, 2004. С. 75–82.
2. Шекшеев А. П. Самогонварение, потребление алкоголя и борьба с ним в енисейской деревне (1917–1930 гг.). Ч. 1 // Известия Лаборатории древних технологий. 2016. № 3 (20). С. 119–134. DOI [10.21285/2415-8739-2016-3-119-134](https://doi.org/10.21285/2415-8739-2016-3-119-134). EDN [WMGSAB](#).
3. Сафронов С. А. «Пьяный вопрос» в России и «сухой закон» 1914–1925 годов : в 2 т. / С. А. Сафонов ; Сибирский федеральный университет. Красноярск : СФУ, 2017. ISBN 978-5-7638-3600-4.
4. Терскова А. А. Борьба с самогонщиками в Енисейской губернии в годы Первой мировой войны // Социально-экономический и гуманитарный журнал. 2018. № 1 (7). С. 193–203. EDN [OSMILL](#).
5. Королева Л. А., Давыдов А. С. О борьбе с самогонварением на селе в СССР в конце 1950-х гг. (по материалам Пензенской области) // Успехи современной науки. 2016. Т. 7, № 10. С. 67–69. EDN [XCHXDB](#).
6. Фирсов И. Ф. Борьба с пьянством и самогонварением как одно из направлений деятельности органов тюменской милиции в годы их становления и развития // Вестник Тюменского института повышения квалификации сотрудников МВД РФ. 2013. № 1 (1). С. 101–109. EDN [SJIVPN](#).
7. Оценка характера и масштабов потребления неучтённого алкоголя в некоторых областях средней полосы России / Е. А. Кошкина, Н. И. Павловская, К. В. Вышинский [и др.] // Наркология. 2013. Т. 12, № 8 (140). С. 28–36. EDN [RBGCNF](#).
8. Анализ структуры потребления и потенциальной токсичности неучтённых алкогольных напитков, реализуемых в Ярославской и Калужской областях / В. В. Рожанец, М. А. Зиновьева, И. А. Горбачев, М. Б. Ершов // Наркология. 2013. № 4 (136). С. 57–65. EDN [OJILLM](#).

9. Немцов А. В., Гридин Р. В., Чо Е. Г. Оценка потребления нелегального алкоголя по запросам в интернете // Вопросы наркологии. 2020. № 3 (186). С. 67–77. DOI [10.47877/0234-0623_2020_3_67](https://doi.org/10.47877/0234-0623_2020_3_67). EDN [UJJRWF](#).
10. Нужный В. П., Савчук С. А., Каюмов Р. И. Химико-токсикологическое исследование крепких алкогольных напитков домашнего изготовления (самогона) из разных регионов России // Наркология. 2002. Т. 1, № 5. С. 43–48. EDN [QZCXKX](#).
11. Заиграев Г. Г. Особенности российской модели потребления некоммерческого алкоголя // Социологические исследования. 2002. № 12. С. 33–41.
12. Вяльшина А. А. Потребление алкоголя населением России: пространственные, возрастные и гендерные особенности // Социальное пространство. 2022. Т. 8, № 1. DOI [10.15838/sa.2022.1.33.6](https://doi.org/10.15838/sa.2022.1.33.6). EDN [ZAMUZY](#).
13. Романович Н. А. Алкоголь в России: мифы общественного мнения и реальность // Социологический журнал. 2015. Т. 21, № 3. С. 63–87. DOI [10.19181/socjour.2015.21.3.2378](https://doi.org/10.19181/socjour.2015.21.3.2378). EDN [UKAKGN](#).
14. Макушева М. О., Чо Е. Г. Теневой рынок алкоголя: к определению основных типов и мотивов потребителей // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 5 (159). С. 90–111. DOI [10.14515/monitoring.2020.5.1642](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.5.1642). EDN [BNSJTS](#).
15. Радаев В. В. Не самогоном единым: структура и факторы потребления домашнего алкоголя в современной России // Журнал социологии и социальной антропологии. 2016. Т. 19, № 4. С. 121–141. EDN [VNMWVS](#).
16. Мамяченков В. Н. Потребление алкоголя как элемент повседневной жизни населения Свердловской области в 1946–1991 годах // Вестник ЧелГУ. 2011. № 23 (238). С. 158–163. EDN [OWJXAB](#).
17. Позднякова М. Е., Брюно В. В. Употребление алкоголя в России в условиях пандемии COVID-19 // Социологическая наука и социальная практика. 2022. Т. 10, № 3. С. 25–44. DOI [10.19181/snsp.2022.10.3.9195](https://doi.org/10.19181/snsp.2022.10.3.9195). EDN [IEOPXY](#).
18. Радаев В. В., Рощина Я. М. Измерение потребления алкоголя как методологическая проблема // Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология: 4М). 2019. № 48. С. 7–57. EDN [DSPNRJ](#).
19. Виноградский В. Г. «Орудия слабых»: неформальная экономика крестьянских домохозяйств // Социологический журнал. 1999. № 3-4. С. 36–48. EDN [PZQKKX](#).

Сведения об авторах

В. В. Брюно

кандидат социологических наук,
старший научный сотрудник
AuthorID РИНЦ: [181955](#)

М. Е. Позднякова

кандидат философских наук,
ведущий научный сотрудник
AuthorID РИНЦ: [140027](#)

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Авторы внесли эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Статья поступила в редакцию 22.08.2023; одобрена после рецензирования 11.10.2023; принята к публикации 27.10.2023.

Original article

DOI: 10.19181/snsp.2023.11.4.10

THE SPREAD OF MOONSHINE PRODUCTION IN RUSSIA DURING SOCIAL CRISES

Viktoriia Vladimirovna Briuno¹
Margarita Efimovna Pozdniakova²

^{1,2}Institute of Sociology of FCTAS RAS,
Moscow, Russia,

¹victoria.bruno@mail.ru,
ORCID 0000-0001-9735-024X

²margo417@mail.ru,
ORCID 0000-0002-7896-5115

For citation: Briuno V. V., Pozdniakova M. E. The spread of moonshine production in Russia during social crises. *Sociologicheskaja nauka i social'naja praktika*. 2023;11(4):221–247. (In Russ.). DOI 10.19181/snsp.2023.11.4.10.

Abstract. The article investigates the issue of the production and consumption of unregistered alcohol, specifically moonshine. Based on quantitative and qualitative research data, the involvement of various population groups in Russia in moonshine consumption and production is examined. It is shown that after years of decline, moonshine consumption began to rise again from 2012, almost doubling in volume. The analysis revealed that moonshine consumption is more prevalent among low-income segments of the population and is widely spread in rural areas and small towns, where it is consumed more frequently and in larger quantities. As prosperity increases, moonshine consumption decreases; however, with further economic growth, moonshine consumption starts to rise again. Analysis of interviews with moonshine producers and consumers using qualitative sociology methods, along with expert survey data, helped identify the specific factors and social reasons that drive citizens toward moonshine production and consumption. These include economic factors (savings, accessibility, moonshine as a medium of exchange), safety factors (concern for the quality of the produced moonshine), and socio-cultural factors (moonshine production as a tradition and lifestyle, a means of communication, a hobby, and a form of leisure). Based on the analysis of expert interview data, the state's ambivalent attitude towards moonshine production and consumption is revealed, recognising the need for regulatory measures in this area but lacking the necessary control tools for moonshine stills and illegal moonshine

Keywords: alcohol, moonshine, factors, moonshine production, rural population, level of well-being

REFERENCES

1. Kuznecov A. I. Moonshine brewing in the Siberian Nep village as a factor of conflict between the peasantry and the authorities [Samogonovarenie v sibirskoj ne`povskoj derevne kak faktor konflikta mezhdu krest`yanstvom i vlast`yu]. In: Rynkov V. M. ed. State and personality in the history of Russia: materials of the regional scientific conference (Novosibirsk, May 24, 2004) [Gosudarstvo i lichnost` v istorii Rossii : mat-ly` region. nauch. konf. (Novosibirsk, 24 maya 2004 g.)]. Novosibirsk: Sibirskij xronograf; 2004; P. 75–82. (In Russ.).

2. Sheksheev A. P. Moonshine, alcohol consumption and fighting them in the Yenisei village (1917–1930). Part 1. *Reports of the Laboratory of Ancient Technologies=Izvestija Laboratorii drevnih tehnologij*. 2016;(3):119–134. (In Russ.). DOI [10.21285/2415-8739-2016-3-119-134](https://doi.org/10.21285/2415-8739-2016-3-119-134).
3. Safronov S. A. “The drunken question” in Russia and the Prohibition Law of 1914–1925: in 2 volumes. Siberian Federal University. Humanitarian Institute. Krasnoyarsk: SFU; 2017. (In Russ.). ISBN 978-5-7638-3600-4.
4. Terskova A. A. The fight against moonshiners in the Yenisei province during the years of the first world war. *The Socio-economic and Humanitarian journal=Social'no-jekonomicheskij i gumanitarnyj zhurnal*. 2018;(1):193–203. (In Russ.).
5. Koroleva L. A., Davydov A. S. On the fight against moonshine brewing in rural areas in the USSR in the late 1950s (based on the materials of the Penza region). *Advances of Modern Science=Uspehi sovremennoj nauki*. 2016;7(10):67–69. (In Russ.).
6. Firsov I. F. The fight against drunkenness and moonshine as one of the areas of activity of the Tyumen police in the years of their formation and development. *Bulletin of the Tyumen Institute for Advanced Training of Employees of the Ministry of Internal Affairs of Russia=Vestnik Tjumenskogo instituta povyshenija kvalifikacii sotrudnikov MVD Rossii*. 2013;1(1):101–109. (In Russ.).
7. Koshkina E. A., Pavlovskaja N. I., Vyshinskij K. V., [et al.]. Assessment of the nature and scale of consumption of unrecorded alcohol in some regions of central Russia. *Narcology=Narkologiya*. 2013;2(8):28–36. (In Russ.).
8. Rozhanec V. V., Zinov'eva M. A., Gorbachev I. A., Ershov M. B. Analysis of the consumption structure and potential toxicity of unaccounted alcoholic beverages sold in the Yaroslavl and Kaluga regions. *Narcology=Narkologija*. 2013;(4):57–65. (In Russ.).
9. Nemtsov A. V., Gridin R. B., Cho E. G. Assessing illegal alcohol consumption based on internet search queries. *Questions of narcology=Voprosy narkologii*. 2020;(3):67–77. (In Russ.). DOI [10.47877/0234-0623_2020_3_67](https://doi.org/10.47877/0234-0623_2020_3_67).
10. Nuzhnyy V. P., Savchuk S. A., Kayumov R. I. Chemical-toxicological study of strong home-made alcoholic beverages (moonshine) from different regions of Russia [Ximiko-toksikologicheskoe issledovanie krepkix alkogol'ny`x napitkov domashnego izgotovleniya (samogon) iz razny`x regionov Rossii]. *Narcology=Narkologiya*. 2002;1(5):43–48. (In Russ.).
11. Zaigraev G. G. Features of the Russian model of non-commercial alcohol consumption. *Sociological Studies=Sotsiologicheskie Issledovaniia*. 2022;(12):33–41. (In Russ.).
12. Vyal'shina A. A. Alcohol consumption by the Russian population: spatial, age and gender features. *Social space=Social'noe prostranstvo*. 2022;8(1):1–20. (In Russ.). DOI [10.15838/sa.2022.1.33.6](https://doi.org/10.15838/sa.2022.1.33.6).
13. Romanovich N. A. The alcohol in Russia: public opinion myths and reality *Sociological journal=Sotsiologicheskij zhurnal*. 2015.21(3):63–87. (In Russ.). DOI [10.19181/socjour.2015.21.3.2378](https://doi.org/10.19181/socjour.2015.21.3.2378).
14. Makusheva M. O., Cho E. G. Shadow Alcohol Market: Defining the Main Types and Motives of Consumers. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes=Monitoring obshhestvennogo mnenija: jekonomicheskie i social'nye peremeny*. 2020;(5):90–111. (In Russ.). DOI [10.14515/monitoring.2020.5.1642](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.5.1642).
15. Radaev V. V. Not moonshine alone: structure and factors of homemade alcohol consumption in modern Russia. *The Journal of Sociology and Social Anthropology=Zhurnal sotsiologii i sotsialnoj antropologii*. 2016;19(4):121–141. (In Russ.).

16. Mamjachenkov V. N. Alcohol consumption as an element of everyday life of the population of the Sverdlovsk region in 1946–1991. *Bulletin of Chelyabinsk State University=Vestnik ChelGU*. 2011;(23):158–163. (In Russ.).
17. Pozdniakova M. E., Briuno V. V. Alcohol consumption in Russia during the COVID-19 pandemic. *Sociological Science and Social Practice=Sociologicheskaja nauka i social'naja praktika*. 2022;10(3):25–44. (In Russ.). DOI [10.19181/snsp.2022.10.3.9195](https://doi.org/10.19181/snsp.2022.10.3.9195).
18. Radaev V. V., Roshchina Ya. M. Measuring alcohol consumption as a methodological problem. *Sociology: methodology, methods, mathematical modeling (Sociology: 4m)=Sociologija: metodologija, metody, matematicheskoe modelirovanie (Sociologija:4M)*. 2019;(48):7–57. (In Russ.).
19. Vinogradskij V. G. “Tools of the weak”: the informal economy of peasant households [«Orudiya slaby`x»: neformal`naya e`konomika krest`yanskix domox-ozyajstv]. *Sociological journal=Sotsiologicheskij zhurnal*. 1999;(3-4):36–48. (In Russ.).

Information about the Authors

V. V. Briuno

Candidate of Sociology,

Senior Researcher

ResearcherID: [ABD-9883-2020](https://orcid.org/0009-0001-9883-2020)

M. E. Pozdniakova

Candidate of Philosophy,

Leading Researcher

Scopus AuthorID: [25641649100](https://orcid.org/0009-0001-2564-1649)

The authors contributed equally to this article.

The authors declare no conflicts of interests.

The article was submitted 22.08.2023; approved after reviewing 11.10.2023; accepted for publication 27.10.2023.