

## **АНТИАЛКОГОЛЬНАЯ КАМПАНИЯ В СССР 1985 – 1987 ГГ.: ИСТОРИЧЕСКИЙ ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

**Семенихина Е.А.**

**научный руководитель канд.ист.наук Зберовская Е.Л.**

***МБОУ СОШ № 129 г. Красноярск***

Алкоголь – один из главных факторов катастрофической убыли населения в России. В нашей стране злоупотребление алкоголем приводит к преждевременной смерти около полумиллиона человек ежегодно. Каждая четвертая смерть прямо или косвенно связана с алкоголем. Потребление алкоголя опосредует развитие кризиса в экономической и социальной сферах российского общества. Ответ жесистемы здравоохранения, да и всего общества на этот социальный порок остается неадекватным. И тут хочется обратиться к уже имеющемуся в нашей стране опыту– опыту антиалкогольной кампании в СССР 1985-1987гг.

Цель работы – исследовать исторический опыт антиалкогольной кампании в СССР 1985-1987гг. и сформулировать пути преодоления современного алкогольного кризиса в нашей стране. В работе были поставлены следующие задачи:

1. изучить причины и предпосылки антиалкогольной кампании 80-х гг.;
2. охарактеризовать ход кампании;
3. раскрыть причины сворачивания антиалкогольной кампании;
4. раскрыть её результаты и последствия;
5. определить пути и перспективы улучшения алкогольной ситуации в стране.

Методологической основой исследования послужили такие методы, как сравнительно-исторический, математический, структурно-системный, ретроспективный и др. методы.

Источниковую базу исследования составили материалы официальной статистики СССР и России, а также публицистика эпохи Перестройки, а также исследования современной алкогольной ситуации и алкогольной политики в России.

Нужно отметить, что в историографии антиалкогольная кампания остается одной из наиболее спорных и наименее изученных тем Перестройки. По данной теме до сих пор нет ни диссертационных, ни монографических исследований.

В литературе в основном преобладают ангажированные оценки и нужно признать, что антиалкогольная кампания теряется на общем фоне Перестройки. При этом большинство авторов пользуются вторичными источниками, из-за чего не соответствуют действительности даже сведения о дате начала кампании.

Объективные причины начала кампании были связаны с кризисом смертности, негативными экономическими и социальными последствиями нарастающей массовой алкоголизации населения.

На графике 1 показано, что с начала 1960-х и до середины 1980-х гг. в СССР устойчиво росла смертность и сокращалась продолжительность жизни населения. Это напрямую было обусловлено увеличением потребления алкоголя. В частности, за 1960-1970-е гг. произошло более чем двукратное увеличение государственной продажи спиртного.

Помимо этого растущее потребление алкоголя крайне пагубно сказывалось на трудовой дисциплине и производительности труда. Отметим также, что к середине 1980-х гг. около 10% расходов населения приходилось на алкоголь.

Субъективная причина начала антиалкогольной кампании была связана с тем, что пришедшей к власти команде М.С. Горбачева требовалось наглядно и быстро продемонстрировать первые результаты своей работы. И, как представлялось, начать нужно было с наведения дисциплины.

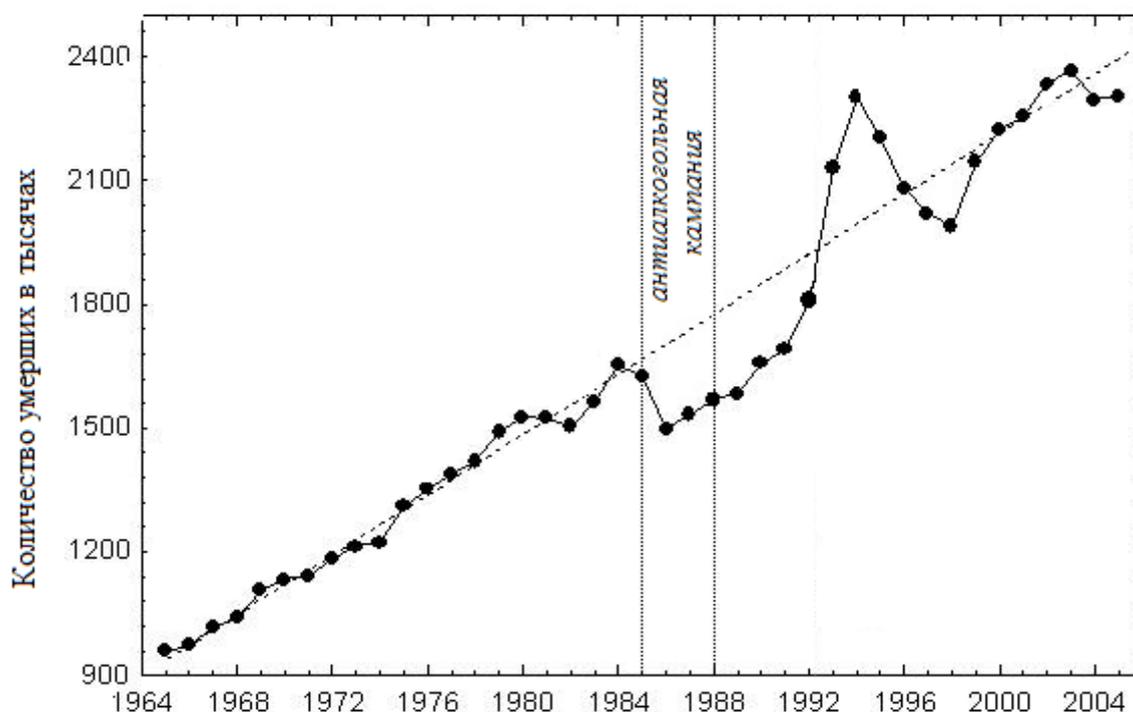


Рис.1 Ежегодное количество умерших в России в 1965-2005 гг.

17 мая 1985 года было издано постановление ЦК КПСС «О мерах по преодолению пьянства и алкоголизма» и уже через 2 недели началась его реализация. Таким образом, кампания изначально была очень плохо продумана и подготовлена, носила кампанейский характер.

Основной удар кампании был направлен на производство и потребление алкоголя. В стране было закрыто большое количество магазинов, торговавших ликёроводочной продукцией. Более чем на четверть выросли цены на алкоголь. В СМИ была развернута антиалкогольная пропаганда.

В результате принятых мер к 1987г. «потребление алкоголя из государственных ресурсов» сократилось почти в 3 раза по отношению 1984 году.

1987 год стал поворотным для антиалкогольной кампании. Решающим для этого стал дефицит бюджета. Свою роль здесь, безусловно, сыграла и Чернобыльская катастрофа, потребовавшая огромных затрат. И в 1988 году кампания была окончательно свернута.

Каковы же итоги и результаты антиалкогольной кампании? Следует четко разделить негативные и позитивные её последствия.

Положительные результаты кампании очевидны: К 1987 г. продолжительность жизни мужчин увеличилась на 3,2 года, смертность от алкогольных отравлений уменьшилась в 2 раза. Также за 2 года уменьшилось число травм и несчастных случаев, смертность от насильственных причин, самоубийств, существенно снизилась заболеваемость населения. Главный результат антиалкогольной кампании состоит в том, что она сберегла жизнь более чем миллиону человек и подтвердила, что одна из

основных причин низкой продолжительности жизни мужчин в России – массовое потребление алкоголя.

Нужно отметить и негативные результаты антиалкогольной кампании. Она привела к резкому снижению доходов союзного бюджета. Самогоноварение не только не было ликвидировано, но приобрело огромные масштабы. Кампания вызвала рост наркомании в стране. Нельзя не отметить и ряд эксцессов, связанных с уничтожением ценных виноградников и импортного оборудования. Также антиалкогольная кампания существенно подорвала политические позиции М.С. Горбачева. Это была первая неудача перестройки.

Следует обратить внимание на специфическую черту антиалкогольной кампании, выделяющую ее на фоне мирового опыта. Кампания имела сугубо командно-административный характер и стала своего рода экспериментом, который поставила советская система над своим народом. Поэтому акция не могла выполнить главной задачи – стабильно снизить потребление спиртного с учётом долгосрочной перспективы.

Современная же алкогольная политика должна быть оценена как формальная, половинчатая и по большому счету сугубо фискальная. Российское государство до сих пор не может определиться с целями своей политики в данной области.

Опыт антиалкогольной кампании показывает, что при отсутствии внятной альтернативы любые запреты будут нарушаться и обходиться обществом. Поэтому современная алкогольная политика должна основываться на резком ужесточении запретительных мер, пропаганде здорового образа жизни и неалкогольных форм досуга, а также возможностей для их реализации. Принципиальным представляется достижение такой позиции общества и государства, при которой и пьянство, и потребление алкоголя в целом считались бы социально неприемлемыми. Конечно, искоренить пьянство как социальный феномен – идея утопичная и несбыточная. Однако в современных условиях демографического и социального кризиса необходимо отказаться от попустительского отношения к неумеренному потреблению алкоголя, особенно среди молодежи.