



Призрак новой антиалкогольной кампании бродит по стране. И с каждым днем его контуры все яснее. Замах знакомый, советский. Одна надежда – силы прежней больше нет.

Чтобы разнести все по кочкам, как в незабываемом 85-м, нужна все-таки чиновничья машина тогдашнего образца. Нынешняя, хоть и многочисленнее, но слишком уж привыкла отвлекаться на посторонние предметы, да еще и отучилась что бы то ни было организовывать. Кроме дележки денег, разумеется.

Свежее этому подтверждение – план вернуть в строй легендарную, провалившуюся с треском три года назад систему тотального алкогольного компьютерного учета ЕГАИС. Предложения на этот счет уже написаны и лежат в правительстве, хотя вроде бы еще не утверждены премьером.

Начальственная мысль понятна.

Преимуществ у этой системы столько, что и не перечислишь. Претендуя отслеживать траекторию каждой бутылки, она может стать буквально грозой для производителей и поставщиков нелегального алкоголя. А предстоящая борьба с пьянством, помимо прочих своих задач, нацелена такой алкоголь стереть с лица земли как не приносящий барыша казне.

Сверх того, ЕГАИС – настоящее золотое дно и для новых ее разработчиков из ФГУП ГНИИВЦ (первоначальные разработки – из НТЦ «Атлас» – уволены то ли из-за

некомпетентности, то ли из-за того, что признаны уже достаточно богатыми), и для новых ее лоббистов, вдохновителей и организаторов новорожденного ведомства, на федеральном уровне руководящего теперь пьянством – Росалкоголя.

При стольких-то достоинствах у ЕГАИС всего один недостаток: она никогда не работала и работать не будет. Это наша алкогольная «Булава»: деньги год за годом текут рекой, а результата нет. Кстати, в те же самые антивиноводочные 80-е ракетные комплексы-предшественники «Булавы» еще доводились до ума. Сегодня изготавливать столь сложные изделия бюрократическим способом уже не выходит. Умений стало меньше. Зато желаний очень прибавилось. Аппарат буквально полнится энтузиастами, изобретающими все новые фантазийные проекты для всех областей жизни.

Система ЕГАИС – родная сестра ЕГЭ, точно такого же провального начинания. Они и духовно похожи до неотличимости. ЕГЭ претендует контролировать движение школьных выпускников, а ЕГАИС – движение бутылок.

С высоты чиновного полета, люди и бутылки – предметы однотипные. Объекты управления. А контроль над всем, что движется, – это святое. Упразднить эти контрольные системы из-за такого пустяка, что они никуда не годятся, – абсурд. Это ведь то же самое, что изменить всю философию управления, так заботливо отшлифованную за десять лет. Так что будьте поаккуратнее с такими советами.

Хотя еще в апреле президент Медведев как раз и советовал от ЕГАИС отказаться, как от системы неработающей и такой, в которую он лично никогда не верил. И вот ответ составлен. Посмотрим, сможет и захочет ли президент пойти против течения антиалкогольной кампании на таком ответственном участке.

Впрочем, у нее все участки ответственные. Вот

в Думе уже лежит законопроект, налагающий запрет торговать пивом «в ларьках, киосках, палатках, контейнерах, с рук и лотков». Вообще-то, покупка пива в ларьке – дело у нас традиционное. Но кампания выше традиций.

Ведь пивной алкоголизм в миллион раз страшнее водочного. Бедные дети становятся алкоголиками именно на пиве и именно у ларьков. А уж к водке они приохотятся потом автоматически.

Точно те же мысли высказывала и министр здравоохранения Татьяна Голикова на августовском совещании у президента, иллюстрируя их красивыми слайдами. Следовательно, это факт, очевидный для всякого серьезного участника нынешней кампании. Которая поднимает антивинное и антипивное знамя, выпавшее из рук кампании-85. Тогда ведь тоже бились против «культурного винопития» и клеймили вино и пиво с гораздо большей страстью, чем крепкие напитки.

Из-за чего это делали тогда – вопрос уже исторический. Много с тех пор утекло

алкоголя, и многие тонкости забылись. А вот сегодня можно видеть, что водка у нас, по европейской мерке, дешева и доступна, зато пиво и тем более вино – не особенно. И дополнительно можно вспомнить, что первыми подвигами, прославившими славное имя Геннадия Онищенко, были как раз акции против распространения пива, загадочным образом игнорирующие водку. Словом,

как и все великое, антиалкогольная кампания – это попутно и великий спор между лоббистами крепких и некрепких алкогольных напитков.

Во всяком споре рождается истина, а в данном конкретном она, кажется, уже и родилась, и поздно размахивать руками.

Но все-таки приведу пару цифр из свежих опросов Фонда «Общественное мнение». Среди всего массива опрошенных россиян пиво употребляют 38%, водку – 32%, вино – 31%. В Москве, городе далеко не самом пьяном, доля пьющих водку уменьшается до 29%, а доли пьющих пиво и вино на несколько процентных пунктов увеличиваются против среднего. Что же до молодежи, а точнее, тех, кому от 18 до 30 лет, то пьющих водку среди них заметно меньше среднероссийского стандарта – 22%, а пьющих пиво заметно больше – 57%. И вообще,

в более продвинутых группах реже пьют более крепкий и чаще – менее крепкий алкоголь. «Культурное винопитие», которое, как и во всем мире, гораздо лучше, чем некультурное, прокладывает дорогу и у нас, вопреки всем кампаниям.

И в личном своем обиходе наши начальствующие лица это вполне усвоили. Достаточно посмотреть, что они употребляют для души и какими напитками приветчают иностранных гостей. Если это не Ахмадинежад, то уж точно не фруктовыми соками. Но, вставая из-за столов и возвращаясь к роли воспитателей своего народа, они почему-то радикально меняют вкусы.

Если спросите, почему, то, наверное, объяснят, что их ужасает острота проблемы. Проблема и точно ужасает, но казенное препарирование этих ужасов нацелено на что-то очень знакомое и при этом имеющее в виду не исцеление пьющих, а удобства бюрократической отчетности.

Вот что на упомянутом президентском совещании было сказано Татьяной Голиковой: «Легко можно проследить, что в 1914 – 1917 годах уровень потребления алкоголя составлял 3,4 литра... К середине 80-х годов уровень потребления стал, по разным оценкам, от 11 до 14 литров на человека. Уже к 1995 году уровень потребления составлял 15—18 литров... Сейчас, по статистическим данным, уровень потребления составляет 10 литров на человека (на уровне Германии и Финляндии), а что касается оценок экспертов..., то мы являемся абсолютными лидерами по потреблению алкоголя, то есть 18 литров на человека...»

Какая, оцените, интеллектуальная изощренность. База для сравнений – откровенно липовые цифры времен Первой мировой войны, когда казенную торговлю водкой

прекратили, а размах самогоноварения никто оценить не мог.

А при переходе к временам более близким, появляются две шкалы измерения. Одна – «статистическая», а попросту – официальная, по которой у нас потребляют не столь уж фатальные 10 литров спирта на душу в год. И вторая – «экспертная», т. е. такая, какая нужна начальству. Кстати,

даже и по «экспертной» шкале сейчас пьют хоть и много, но, в общем, столько же, сколько в середине проклятых 90-х, когда водка и вовсе стоила гроши.

В руках толкового бюрократа «метод двух шкал» удобен до необычайности. Ведь неизбежная стадия всякой кампании – отчет о достигнутых успехах. И что может быть проще и убедительнее, чем доложить, что, «по оценке экспертов», ежегодная спиртовая доза упала с прежних 18 литров до, скажем, 14 (такова, кажется, контрольная цифра). Неужели «эксперты» подведут? А целомудрие статистических служб можно и не трогать. Пусть себе сообщают, если хотят, что официальное потребление – те же 10 литров, что и были. Даже и лучше. Значит, доля нелегального алкоголя падает. А это ведь тоже одна из целей кампании.

Как видите, уже на старте приготовлено спасательное оборудование, которое поможет на чистом глазу объявить о полном успехе, даже если его не будет и в помине. Зачинатели кампании-85 не были так предусмотрительны и всерьез верили, будто их исполняемая топором хирургия сможет что-то улучшить. Организаторы нынешней кампании никакой серьезной отдачи от нее и не ждут и готовятся лишь красиво отчитаться, а в других своих звеньях – выловить во взбаламученной воде полагающуюся им рыбку. Так что

второго восемьдесят пятого года не будет. Нет того энтузиазма, и уж точно нету тех сил. Поэтому будет пародия на ту кампанию, более или менее фальшивая, раздражающая и нацеленная на обирание потребителей спиртного.

К снижению алкоголизма это не приведет. Даже зубодробительные мероприятия-85 убавили его лишь ненадолго, и это убавление отозвалось новым всплеском уже в конце 80-х.

Люди спиваются не от отсутствия запретов пить, не от недостатка телерекламы спорта или здоровых привычек, а от безысходности, несправедливости и убожества жизни. Где этого у нас больше всего? В малых городах, которые вертикализация власти превратила в поселения третьего-четвертого сорта, подчиненные и центру, и региону, и району.

Там и пьют отчаяннее. По опросам того же ФОМа, именно там выше доля тех, кто пьет почти каждодневно. Именно там самая высокая в России доля тех, кто считает, что за последние пару лет люди стали больше пить – 69% (в Москве такого же мнения держатся только 46%, а 41% полагают, что люди пьют столько же или меньше). И там же – самые скептические ответы на вопросы, способны ли снизить пьянство какие-то там государственные ограничения либо просто рост цен на спиртное. На первый из них

ответ «не способны» дают здесь 64% опрошенных, на второй – 76%.

Вот вам и готовый прогноз действенности сочиняемых властями мероприятий. Так сказать, экспертам Минздравсоцразвития – от народных экспертов.

www.Gazeta.ru

http://www.gazeta.ru/comments/2009/09/09_a_3257338.shtml