

Председателю Харьковской региональной общественной организации  
«Союз борьбы за народную трезвость»  
Крупской С.П.

В ответ на Ваш запрос № 14 от 16.06.04 предоставляем ученый вывод кафедры наркологии Харьковской медицинской академии последипломного образования относительно вопросов, которые помещаются в запросе.

Озабоченность повышением в последние годы потребления молодежью слабоалкогольных напитков выказывают не только общественные организации, а и научные работники, медики, социологи. Типичным и очень распространенным представителем слабоалкогольных напитков, которые с большим желанием потребляет молодежь, есть пиво. В нашей стране, говорят про "пивную революцию". Уже невозможно вообразить себе общение подростков и молодёжи без пива. В последнее время все чаще на улицах, на стадионах, в кафе, в парках появляются несовершеннолетние ребята и девчата, которые держат в руках бутылку с пивом. Пиво активно употребляют девушки и женщины. По данным опрашиваний, школьники систематически пьют пиво, начиная с 10-13 лет. Для употребления пива никакого особого повода, по мнению пивных потребителей, не нужно. Взрослые и подростки пьют его по дороге домой, на улице, "для поддержки разговора" во время встречи, во время просмотра телевизионных передач, в том числе спортивных, дегустируют и сравнивают вкусовые и опьяняющие свойства разных сортов и т.д. Часто пиво считают почти безалкогольным напитком, не только не вредным, но и полезным. Ещё в 1927 году выдающийся психиатр В.М. Бехтерев писал: "К сожалению, вопросы о громадном вреде, приносимом алкоголем, недостаточно ясны для малокультурных масс, да и большинству интеллигентов не представляется очевидным, что алкоголь есть безусловный яд. Даже, наоборот, господствуют всюду мнения о полезности малых и умеренных доз алкоголя, хотя попытки некоторых ученых доказать эту «полезность» потерпели полное крушение с позднейшими научными исследованиями». Но и сегодня распространяется мысль, что выпить бутылку пива для преодоления жажды более полезно, чем стакан лимонада. Самое утверждение о пользе пива есть одно из обстоятельств, которые оказывают содействие распространению его распространения.

Этим поясняется приобщение к употреблению пива детей для «повышения аппетита», «рекомендации» потреблять пиво беременным и для улучшения лактации, при гиповитаминозах вместо пивных дрожжей, поливитаминов. Осуществляется своего рода культ пива.

Научно доказано, что алкогольная зависимость наступает не только при регулярном употреблении крепких спиртных напитков. Алкоголизм - заболевание, в основе которого лежит систематическое употребление алкогольных напитков, вырастает с обычного употребления алкоголя. Болезнь формируется постепенно, незаметно для окружающих и самого будущего алкоголика. Систематическое употребление пива может вызвать алкоголизм равно как вино, водка, коньяк ("пивной алкоголизм"). Пивной алкоголизм развивается по законам обычного алкоголизма. Алкоголь - это яд, который обладает наркотическим действием. Фармакологическое действие пива такое, что оно оказывает содействие отдыху и успокоению. С пивом человек приучает себя не только к обычному опьяняющему действию алкоголя, но и к седативному средству. Пиво становится необходимым элементом отдыха, успокоения. Со временем человек без "пивного допинга" не способен чувствовать себя нормально, ухудшается самочувствие, снижается расположение духа, появляется напряженность, ухудшается сон, ухудшаются взаимоотношения с близкими. Пиво становится привычкой. Одной бутылки пива обнаруживается недостаточно, нарастают дозы пива, появляются алкогольные эксцессы,

возникают провалы памяти, появляется похмельный синдром - первая за день выпивка переносится на все более ранний срок - на ранний вечер, на полдень, и, в конце концов, на утро. Так формируется пивной алкоголизм. Среди тех, кто обращается за помощью к наркологам, приблизительно 15-20% болеют пивным алкоголизмом.

По мнению ученых, для формирования алкоголизма пиво даже более опасно и коварно, чем крепкие алкогольные напитки. Научные данные свидетельствуют, что риск становления трудного или чрезмерного пьянства выше в тех, кто отдавал предпочтение пиву, в сравнении с лицами, которые отдавали предпочтение вину, как среди мужчин, так и среди женщин, которая служит дополнительным объяснением факта более высокого риска заболеваемости и смертности среди лиц, которые предоставляли преимущество пиву. Пиво благодаря своему быстрому всасыванию в желудочно-кишечном тракте вызовет даже более выраженное опьянение, чем водка.

Действие пива обусловлено компонентами, которые оно содержит - алкоголем и продуктами брожения солода. Пиво готовится из ячменя, хмеля, которые содержат белки, жиры, углеводы, витамины. Микробы брожения поедают эти продукты для роста и размножения, а их фекалии и есть алкоголь. Свое пагубное действие предоставляет спирт, который помещается в пиве. На этикетке пивной бутылки напечатанное число, которое показывает, сколько объемных процентов этилового спирта помещается в пиве (например, 5,0% об.) объемный процент алкоголя немного больше, чем тяжелого. Значит, в этом пиве - 4,35% тяжелого алкоголя. Другими словами в пол-литровой бутылке слабоалкогольного пива помещается 20 мл чистого спирта. Таким образом, бутылка пива крепостью 5% об. адекватная приблизительно 60 мл водки. Если пиво крепкое (удерживающее, например, 8% об.), бутылка адекватная 100 мл водки, а две бутылки крепкого пива - этот уже стакан водки. Между тем, много кто из современных 16-17-летних подростков выпивают больше 3-х л пива в день, что эквивалентно приблизительно 400 мл водки в день.

Большинство исследователей свидетельствуют об отрицательном влиянии пива на организм, считая его клеточным ядом, который приводит при употреблении больших количеств не только к алкоголизму, но и к трудным соматическим последствиям. Необходимо отметить, что пиво содержит в своем составе трудные (токсичные) металлы, такой как кобальт, кадмий, свинец, ртуть, медь, цинк. Накопление тяжелых металлов в организме человека приводит постепенно к симптомам хронического отравления. В ряде токсичных металлов в пиве кадмий, как добавка для сохранности пены, занимает особое место, так как имеет особые биологические свойства и механизм впечатляющего действия. Установлено, что большие дозы кадмия при неумеренном употреблении пива могут вызвать в организме явления острого отравления, а постоянное поступление небольших его количеств - хроническое отравление. Так, соли кадмия влияют на всасывание и обмен ряда необходимых микроэлементов, в том числе меди, железа и цинка. Кадмий поднимает передачу сигналов в нервных и эндокринных клетках регулирующих системы организма: угнетает изготовление гормонов, удручает условные рефлексы. Соли кадмия наносят мутагенное действие, влияют на сперматогенез, поражают почки и сердце, угнетают ферменты. Кадмий известный как вещество, которое угнетает продукцию ряда гормонов: мужских половых гормонов, инсулина. Условно временно переносимым предельным поступлением кадмия в организм за одну неделю принята величина 400-500 мкг (0,4-0,5 мг). Как безопасная суточная доза поступления кадмия с пищевым рационом, (включая весь набор продуктов), принята доза 1 мкг/ кг массы тела.

В пиве помещаются моноамины, которые получаются в результате брожения хмеля, которые, влияя на главный мозг, вызовут в опьяневшего состояние какой-то ошеломленности, отупения. Среди моноаминов в пиве присутствует и трупный яд - кадаверин. В пиве помещаются и растительные аналоги женских половых гормонов. В ответ на принятие пива печень синтезирует вещество, которое подавляет секрецию метилтестостерона (основного мужского полового гормона). Именно поэтому у мужчин, что чрезмерно восхищаются пивом, формируется похожая на женскую фигура: становится шире таз, увеличиваются грудные железы, жир откладывается на бедрах и животе ("пивной живот"). У женщин

пропорционально количеству потребляемого пива возрастает вероятность заболевания раком молочной железы.

Еще в конце 19 столетия известный врач Bollinger описал связанную с употреблением пива мужчинами молодого и среднего возраста патологию, которая проявляется в увеличении сердца и расширении его камер - "алкогольное праздничное сердце". Данное состояние более поздней стало известно как "Мюнхенское пивное сердце". Алкогольная кардиопатия (современное название данного заболевания) представляет и на данный момент очень важную медицинскую проблему для людей, которые злоупотребляют пивом. Мировыми исследованиями доказана положительная связь между употреблением пива и сердечно-сосудистой болезнью, которой противопоставляется существующее среди населения представление о том, что питье пива защищает сердце. Отмечается неблагоприятное влияние пива на ожирение, уровень артериального давления и выделения с мочой натрия и калия. Смертность среди людей, которые злоупотребляют пивом, выше, чем среди редко пьющих. Пиво, как и другие алкогольные напитки, влияет на желудочно-кишечный тракт, сначала возбуждая его секрецию, а потом удручая её, что приводит к гастритам, язвенной болезни, панкреатита, колита. Пиво может вызвать цирроз печени, как и другие алкогольные напитки. Прием пива вне приема пищи увеличивает риск развития алкогольного повреждения печени и поджелудочной железы.

Даже небольшие дозы пива влияют на потомство пьющих, как мужчин, так и женщин, которые вырабатывают под влиянием алкоголя неполноценные половые клетки, следствием чего есть выкидыши, рождение неполноценных или мертвых детей. Дети, которые родились с алкогольным синдромом плода, но без грубых увечий, отстают в физическом и психическом развитии. Крайне опасным есть употребление пива матерью, которая кормит ребенка грудным молоком потому, что ребенок таким образом получает и алкоголь, растет слабым, беспомощным, подвластным инфекциям и нервно-психическим расстройствам.

Мысль отечественных и иностранных ученых относительно недопустимости употребления слабоалкогольных напитков, в том числе пива, детьми и подростками единая. Доказано, что наиболее опасно для возникновения зависимости употребление алкоголя молодыми людьми до 18-20 пожилого века, так как в период интенсивного возрастания клетки мозга и других органов наиболее чувствительны к вредным влияниям. Пивной алкоголизм в особенности распространенный среди молодых людей. Так, за последние 7 лет значительно выросло количество больных алкоголизмом в возрасте до 25 лет. Заболевание у этих пациентов, как правило, прогрессирует очень быстро, сопровождается тяжелыми психическими расстройствами, деградацией личности, тяжело поддается лечению. Учеными установлено, что чем в более раннем возрасте начато систематическое употребление алкоголя, тем чаще встречаются случаи тяжелых социальных и медицинских последствий, быстрее развивается алкоголизм, независимо от образования, этнической принадлежности, семейного положения, наследственности. Доказанной есть высокая ассоциация между употреблением слабоалкогольных напитков детьми и детской преступностью в связи с быстрой трансформацией поведения (которая отклоняется от нормальной) в делинквентную (с нарушением общественного порядка) в среднем в 61% случаев. Подростки, которые употребляют слабоалкогольные напитки демонстрируют более бедное функционирование в важных областях личной и общественной жизни через 4-5 лет после начала употребления, чем лица, которые не употребляют алкоголь.

Кроме того, важным есть и то, что знакомство с слабоалкогольными напитками для ребенка очень часто является началом к употреблению других психоактивных веществ. Состояние измененного сознания под влиянием пива или «Лонгера» становится известной а потом и привлекательным для подростка. Это может стать началом «экспериментов по изменению сознания» с другими психоактивными веществами - крепким алкоголем или, даже наркотиками.

Между тем условия свободного рынка и конкуренции принуждают производителей пива проводить наступательную политику. Слабоалкогольных напитков вырабатывается все больше. Производители вынуждены формировать рынок потребителей. Вот, например, в статье «Обзор рынка слабоалкогольных напитков» в газете «Официальные ведомости» от 27.11.2003 г № 47 (270) - 48 (271) говорится, что для иностранных компаний рынок

Украины и России в категории слабоалкогольных напитков наиболее перспективный. При этом, для запуска производства "слабоалкоголки" нужны минимальные капитальные вложения. Все это сделало производство "слабоалкоголки" одним из наиболее привлекательных направлений развития бизнеса, уже в 2004 году украинский рынок подойдет к границе насыщения. "Особую пикантность украинскому рынку предоставляет то, что игроков на нем с каждым сезоном прибавляется, а конкуренция, которая еще недавно была практически неощутимая, становится все жестче. ... Производители заинтересованы в появлении слабоалкогольного продукта с более высокой рентабельностью. Кроме того, рынок слабоалкогольной продукции постепенно "стареет". Верхняя вековая граница активных потребителей продукта постоянно ползет вверх. Это значит, что основными потребителями слабоалкогольных напитков становятся не тинэйджеры, а финансово независимые молодые люди." Из этого значит, что теперь потребителями пива являются подростки. Интересно, что перспективным автор считает производство слабоалкогольных напитков с большим содержанием спирта (14-16%), а также под известными водочными (или коньячными) брэндами, что "могло бы расширить потребительскую аудиторию крепкого "материнского" напитка". Прогнозируется и расширение рынка за счет производства слабоалкогольных молочных коктейлей - "молочная "слабоалкоголка" имеет шансы стать соответствующей действительности "сливками" рынка, крепко закрепив за собой элитную нишу". Таким образом, кроме пива, "неистового сока" и пр. нас ожидает атака молочных алкогольных коктейлей, которые у детей может вызвать вопрос: "что может быть более невинное, чем молоко?!"

То есть выгодность, экономическая привлекательность производства и продажи слабоалкогольных напитков, условия жесткой конкуренции принуждают производителей проводить наступательную маркетинговую политику, использовать разнообразные, утонченные формы привлечения широчайших слоев населения к потреблению своей продукции. Одной из причин массового распространения употребления пива среди детей, подростков, молодых большинство ученых всего мира считают массивную, наступательную рекламу пива, которое делает употребление пива социально приемлемым и даже одобряемым. Питьевые обычаи и «привлекательные» свойства слабоалкогольных напитков навязываются не только рекламными роликами на телевидении, а их пропаганда идет в художественных фильмах, разных телепередачах, в печати, на рекламных щитах и пр.

Ведущим средством массовой информации в современных условиях есть телевидение. Много отечественных и зарубежных авторов считают, что телевизор в семье стал как бы "соучастником употребления алкоголя", при этом в особенности вредным обнаруживается его влияние на детей. В это время ни одного рекламного блока на телевидении не обходится без пивной рекламы, ориентированной в основном на молодых людей в возрасте 14-30 лет. Из рекламы вытекает, что пиво - это безалкогольный, безопасный напиток, почти что компот или сок, который пить модно и полезно, а тот, кто не потребляет этот напиток, лишает себя радости, силы, успеха. Основной целью пивной рекламы есть внедрение в массовое сознание стереотипа о необходимости потребления пива.

В 2001 в Канаде состоялся симпозиум Общества Исследования Алкоголизма, на котором были представлены работы, которые отображают влияние рекламы алкоголя на молодежь 15-26 лет и школьников средних классов, ее запоминание и эффекты. Отмечено важное влияние средств массовой информации (телевидение, кино, популярная музыка, компьютерные/видео игры и Интернет), в которых демонстрируется насилие, опасное половое поведение, употребление алкоголя и наркотиков, на физическое и психическое здоровья детей и подростков. Исследователи демонстрировали детям 8-11 лет на протяжении 5,5 минут отрывки из популярной телепередачи, узловыми моментами которой было употребление алкогольных напитков взрослыми. В дальнейшем с помощью специальной методики оценивали усвоения детьми стереотипов "алкогольного поведения". Авторы показали прямую связь соединения между употреблением алкоголя взрослыми в телепередачах и восприятием детьми алкогольных обычаев. Доказано, что положительное восприятие рекламы пиво коррелируют с повышением частоты употребление пива в настоящем и будущем среди этой вековой группы. Реклама пива не влияла на частоту употребления других видов алкоголя.

Много кто из самых молодых людей ощущали, что реклама пива делает заставляет подростков пить. Это в особенности имело место среди 10-13-летних ребят, которые наибольшее образно принимали рекламное изображение пива.

Распространенной, «модной» рекламной акцией, направленной на распространение аудитории потребителей, эффективное широкомасштабное привлечение молодежи и подростков к употреблению алкогольных напитков, прежде всего пива, есть так называемые «праздники пива», «праздника пива и табака». В обществе существуют разные точки зрения на безопасность этих мероприятий. К сожалению сегодня средства массовой информации наиболее частое занимают невзвешенную позицию, которое противоречит научно-обоснованным фактам, откровенно внедряют "алкогольное воспитание". Вот, например, выдержки с статьи "Даже красивое пиво умеи пить красиво" ("Комсомольская правда в Украине" от 31 августа 2001): "Тысячи киевлян и гостей столицы День Независимости Украины отметили бокалом *красивого ободряющего* (подчеркнуто нами) напитка на площади старинного Подола. Добротные, как в заморских пабах, магазинах, скамьи и столы под открытым небом, уютные торговые павильончики, вежливые надсмотрщики порядка. И, конечно ж, море музыки, песен и... пива. ...Кто еще совсем не остыл от праздничных эмоций, с удовлетворением унимает жажду прохладой в фирменных бокалах "Славутича" то ли пивом, то ли безалкогольными напитками. Благо есть выбор и для детей, и для взрослых. Рядом детвора с удовлетворением катались на мини-транспорте. ...

...Некоторые утверждают, что от непомерного употребления пива вырастают такие большие животы. Но, специалисты считают - янтарный напиток обогнали целиком незаслуженно. На самом деле пиво на 90% состоит из совсем некалорийной воды. Все другое - ячмень, хмель, дрожжи. Даже крепкое пиво не слишком калорийное: выпить бутылку - всё равно, что съесть толстый ломоть хлеба или полпачки творога. Мальтоза и глюкоза, которая помещаются в пиве, - отнюдь не та сладость, от которых толстеют. Они не откладываются в организме и не вызовут ожирения. И вдобавок в пиве нет жиров, и "пивному животу" взяться просто неоткуда. Поэтому пей, и соблюдай меру - одна-две кружки пива вреда организму не принесут... Прививая европейскую культуру питья, торговая марка "Славутич" активно *формирует новую психологию относительно пива*. Ведь оно отучает от пьянства, западные компании давно это поняли, и в этом направлении работают уже не один год. В отличие от крепких спиртных напитков, пиво - *творческий, цивилизованный напиток*» - конец цитаты.

К сожалению, эта статья есть не одиноким типичным примером распространенной печатной неопрятной рекламы. По мнению которых именно «специалистов», которые «реабilitируют» «янтарный напиток», ссылается автор, статьи не обсуждаются. Но приведенные «доводы» на защиту пива противоречат научно-обоснованным фактам, которые изложены выше. Кроме того кроткая, заманчивая, искусительная картина, которая нарисованная в статье под привлекательной вывеской «европейской культуры питья», не отвечает реалиям, которые можно наблюдать во время «праздников пива» в городе Харькове. В одном можно согласиться безусловно с автором статьи: такие «праздника» действительно «формируют новую психологию относительно пива». На эти «праздника» собирается, в основном молодежь, в том числе с маленькими детьми. Большой процент посетителей составляют подростки. В их возрасте присущи тенденции к общению в компании, наследование поведению ровесников, стремление ощущать себя взрослее, эмансипационные тенденции. «Праздники пива» делают алкоголь легко доступным для юношества. Их привлекает праздничный антураж, возможность бесплатного употребления пива во время разнообразных конкурсов, которые проводятся, между прочим, и на «победителя в количестве выпитого». Часто такой «героизм» заканчивается отравлением, или развязностью, неадекватным, агрессивным поведением. Например, фотозадокументированной распространенной «веселым» развлечением становится подбрасывание в воздух стеклянных бутылок - «на кого упадет». Во время «праздника» родители дают пиво 3-4-летним детям. Пиво пьют беременные женщины. Подростки в группах, ориентируясь на поведение ровесников. В следствие того, что эти «мероприятия» проводятся публично, открыто, активно рекламируются, у юношества складывается впечатление, что «праздник»

официально разрешен, одобрен, а пиво пить безопасно и полезно. Вне сознания не только подростка, а и ребенка, который пришел с родителями, формируется стойкое положительное отношение к употреблению алкоголя, усваивается привлекательный, легкий способ структурирования, проведение времени, возникает ассоциация употребления алкоголя с праздником, которое очень легко создать для себя когда, приобрел бутылку пива. Учитывая приведенные выше факты, которые свидетельствуют про выраженное токсичное влияние алкоголя, в том числе слабоалкогольных напитков, на организм тяжелые социальные, медицинские, психологические следствия алкоголизации, быстрое формирование алкоголизма у детей, подростков, молодёжи, мы считаем недопустимым сознательное, направленное привлечение этого контингента к потреблению алкоголя.

В связи с приведенными обстоятельствами для предотвращения проблем в жизни, ученые разных стран считают умным стремление искоренять употребление алкоголя, предлагают направлять усилие общества (юридические, медицинские, образовательные), чтобы предотвратить алкоголизацию людей.

*Док. Каврафрой нац. комис. КМАТО*

