

## Чем опасно пиво?

Вы любите пиво? Я люблю. Не могу сказать, что любил всегда. До своего совершеннолетия я как-то не понимал пивного вкуса, считал его горьким и противным. Но в годы учебы дружеские компании и регулярные ритуальные походы в баню сделали свое дело. Теперь мне вкус пива не только приятен, но и понятен.

Думаете, я собираюсь рекламировать янтарный напиток? Слов нет, он достоин хороших отзывов. Но! На любую вещь в нашей жизни можно смотреть с разных сторон, и результаты этих «осмотров» будут разительно отличаться.

На далекие годы моей учебы в красивейшем Киеве пришлось замечательное «пивное» событие. В городе открылся новый, третий по счету пивзавод. Марка пива в те годы была практически одна – знаменитое «Жигулевское», успешно растиражированное по просторам Союза еще в 30-х годах. Но особенностей приготовления было достаточно, поэтому пиво разных предприятий отличалось существенно. Спорам ценителей не было конца, но «хорошо шла» продукция любого киевского «бровара».

Сегодня ситуация изменилась кардинально. На каждом шагу можно встретить киоск, битком набитый пивными банками и бутылками любых размеров и сортов. С наступлением вечера на улицах становится полно «пивного народа» всех сословий и возрастов, девушек и мужчин, юношей и дам неопределенного возраста, горделиво потягивающих из бутылок и банок хмельной напиток. Бутылочно-баночное слияние настолько «органично», что ничуть не мешает дружеской беседе, любовным поцелуям или мелкой ссоре с незначительным мордобоем.

Настоящая пивная эпидемия. И последствия у нее вполне настоящие. Оставим эстетику в стороне, есть более материальные причины бить тревогу. Рост пивного потребления неизбежно сопровождается ростом пивного алкоголизма. Число пивных алкоголиков за последние годы выросло в десять раз. Если 10-15 лет назад доля больных с пивной зависимостью была менее 2% от общего количества алкоголиков, то сегодня уже более 10.

Пиво овладевает человеком ласково и ненавязчиво. Многочисленная реклама захлеб

перечисляет полезные свойства напитка и совсем не упоминает об угрозах. На рекламных страницах журналов и экранах телевизоров стараниями продавцов создан образ безопасного, престижного и доступного удовольствия. В результате все чаще «попадают» те, кто наименее защищен от воздействия рекламы – подростки и молодежь. Украинский Минздрав считает, что сегодня каждый сотый подросток в возрасте 12-13 лет ежедневно употребляет спиртные напитки.

Несложные арифметические действия показывают, что в литровой бутылке пива крепостью пять градусов содержится 50 миллилитров чистого спирта - столько же, сколько в половине стакана водки. В заложники этих «незаметных» градусов попадают все чаще и чаще. В крупных городах доля зависимых доходит до 25%, причем далеко не все находятся «на дне», хватает и вполне успешных людей.

Наркологи считают пивной алкоголизм более коварным, чем водочный. Развиваясь незаметно для человека и окружающих, он резко переходит в тяжелую форму, трудно поддающуюся лечению. Для того, чтобы пивная зависимость развилась у женщины, достаточно 1-3 лет. Мужчины более стойки и сопротивляются в два раза дольше.

Не утихают споры, кто же виновен в сложившейся ситуации. Реклама, пивовары и продавцы или недочеты в организации культурного досуга? Думаю это не важно. Важно то, что люди забывают простую истину – много хорошего, это тоже не хорошо. Веселитесь и наслаждайтесь хмельным напитком, но помните, все должно быть в меру.

Автор - **Алексей Норкин**

[Источник](#)