

# Почему британские малолетки уходят в запой

**Сравнительный анализ «алкогольно-массовой культуры» в 36 странах и регионах Европы, проведённый недавно Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ), выявил бесспорных фаворитов по количеству употребляемого спиртного (см. [«Европа алкоголиков?»](#), №9(133), 2018).**

Немалым и печальным сюрпризом оказались данные, собранные британским университетом Сент-Эндрюс в интервале между 2002 и 2014 годами. Выяснилось, что девушки-подростки, проживающие в Англии, Уэльсе и Шотландии, относятся к категории сильно пьющих. И тем самым выводят свои три региона в первую шестёрку лидеров регулярного опьянения.

Во всех этих частях Соединённого Королевства тинэйджеры женского пола, достигшие 15 лет, отличаются неуёмной жаждой алкогольного опьянения. И хотя в целом факты отрадно указывают на снижение количества выпиваемых декалитров, эти почти шекспировские Джульетты (а ей было 14 лет) опережают мальчиков своего возраста по злоупотреблению веселящими напитками.

Во главе злополучной шестёрки запойных мест на карте Европы находится Дания. Ей на пятки наступает Уэльс. Следом выстроились в затылок Венгрия, Шотландия, Литва и Англия. Их роднит статистика: здесь каждая третья 15-летняя девушка регулярно напивается. Что в два раза превосходит способности их сверстниц в Италии и Франции.

Причина этой тенденции? Лондонская консервативная газета «Дейли телеграф» ссылается на растущее чувство тревоги и участившееся случаи... членовредительства, что провоцируется, в том числе через социальные сети (“It comes amid rising levels of anxiety among teenage girls, fuelled by social media, and rising levels of self-harm”).

Доктор Джо Инчли из университета Сент-Эндрюс в растерянности. Прежде именно девочки были больше обеспокоены своим здоровьем, в том числе и умственным, и старались придерживаться здорового образа жизни, нежели мальчики.

Профессор Иан Гилмор, возглавляющий организацию с труднопереводимым названием Alcohol Health Alliance, связывает тягу к опьянению у молодых британок с воцарившейся атмосферой беспокойства и агрессивным маркетингом алкогольной продукции. Особенно в тех случаях, когда целевой аудиторией выбрана именно женская половина. Сэр Иан также указывает на негативное воздействие социальных сетей, через которые пропагандируются не только «сладкие и газированные напитки».

Распространившийся в Британии культ т.н. пятничного запоя после конца рабочей недели (“binge drinking”) не способствует трезвому взгляду молодых британок на свою жизнь и свою будущность (см. [«Постыдилась бы, мамаша!»](#), №12(105), 2015).

*Вадим ВИХРОВ*