

полученное удовольствие превышает ваши ожидания. Однако энергия, полученная от сахара, быстро расходуется, и на смену сытости снова приходит голод, плохое настроение и агрессивность, как в известной рекламе шоколадного батончика.

Поэтому сахар, продукты с высоким гликемическим индексом (гликемия — уровень сахара в крови) заставляют человека постоянно испытывать чувство голода. Это состояние похоже на похмелье: человек не успокоится, пока не получит новую дозу сахара в виде сладкой булочки, газированного напитка или шоколада. Как это ни печально, но у человека нет природных барьеров против сахара.

Тем не менее, вполне возможно «проложить окольные пути» и обмануть свои привычки и головной мозг. Избегайте мест, ассоциирующихся у вас со сладким. Обходите стороной кафе, кондитерские, булочные, стойку с попкорном в кинотеатре, будьте стойкими, подходя в магазине к кассе, у которой с особым маркетинговым расчётом в большом количестве находятся вредные продукты.

Химическую реакцию высвобождения дофамина в ответ на употребление сахара нещадно используют в рекламе сладких газированных напитков, сока, шоколада, кондитерских изделий, подменяя ею проявления истинных человеческих чувств — любви и заботы. При этом в центре внимания оказываются дети — заложники маркетологов, цель которых — сформировать у ребёнка связь: мама любит его и поэтому купит шоколад, шоколадное масло на завтрак и так далее.

Важно отметить, что резко возросший уровень сахара, ответный выброс дофамина активирует гипоталамус и центр памяти, поэтому подопытное животное, или ребёнок, или взрослый че-



ФОРМИРУЕТСЯ ПОКОЛЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, КОТОРОЕ СТАНОВИТСЯ ЗАВИСИМЫМ ОТ ПРОДУКТОВ С ВЫСОКИМ ГЛИКЕМИЧЕСКИМ ИНДЕКСОМ

ловек очень хорошо запоминают, при каких условиях получено вознаграждение в виде быстрых углеводов. Каждый раз, попадая в ситуацию (яркий рекламный знак, специфический аромат продукта и прочее), подобную той, в которой было получено удовольствие, подопытное животное (ребёнок, человек) испытывает нередко непреодолимую потребность её повтора.

Таким образом, формируется поколение потребителей, которое становится зависимым от продуктов с высоким гликемическим индексом. Уделом такого поколения будут ожирение и сахарный диабет, сердечно-сосудистые заболевания и раковая патология. Доказано, что употребление продуктов с высоким гликемическим индексом ведёт не только к появлению ожирения, как след-

ствие — к увеличению риска сахарного диабета, но и провоцирует воспаление и риск развития рака.

Эпидемиологические исследования доказали, что употребление детьми сладких газированных напитков ведёт к ожирению. Особенно опасны для детей диетические газированные напитки, которые содержат заменители сахара, в частности, сукралозу. Эти напитки необратимо нарушают обмен веществ и вызывают ожирение.

Задумайтесь над следующим фактом, который не афишируется, так как идёт вразрез с интересами продуктовых компаний по производству пищи быстрого приготовления, тратящих миллиарды на продвижение и рекламу своей продукции. Диетическая кампания в США, направленная на распространение и употребление обезжиренных, белковых и малокалорийных продуктов, потерпела сокрушительное фиаско. Известно, что сокращение потребления калорий на 4%, жиров — на 11% сопровождалось увеличением количества тучных американцев на 30%. При этом ограничение рынков сбыта компаний фаст-фуда в Северной Америке и Европе ведёт к их агрессивной экспансии в страны Африки, Южной Америки и, конечно, в Россию.

В настоящее время нет научных доказательств того, что еда с умеренным содержанием жиров приводит к ожирению или болезни. Жиры, в отличие от сахара, не вызывают у нас зависимости. Более того, когда жир расщепляется в кишечнике, происходит выделение веществ, так называемых энтеростатинов, которые уменьшают голод и усиливают чувство сытости. Поэтому употребление умеренного количества жиров необходимо для полноценного пищеварения и жизнедеятельности.