

СОДЕРЖАНИЕ

ПРОЛОГ

ПЛАЩ-НЕВИДИМКА	7
----------------------	---

ГЛАВА 1

ВЫБИРАЙТЕ С УМОМ	20
------------------------	----

ГЛАВА 2

КОМУ ПРИНАДЛЕЖИТ ОТКРЫТИЕ?	49
----------------------------------	----

ГЛАВА 3

НЕОБХОДИМОСТЬ — МАТЬ ВСЕХ ИЗОБРЕТЕНИЙ	80
---	----

ГЛАВА 4

РОЖДЕНИЕ «ОЗЕМПИКА»	107
---------------------------	-----

ГЛАВА 5

НОВЫЕ СТАНДАРТЫ КРАСОТЫ	122
-------------------------------	-----

ГЛАВА 6

АЖИОТАЖ	142
---------------	-----

ГЛАВА 7

АНТИДОТ	167
---------------	-----

ГЛАВА 8

НОВАЯ ЗОЛОТАЯ ЛИХОРАДКА.....	203
------------------------------	-----

ГЛАВА 9

ТЯЖКОЕ БРЕМЯ ПОХУДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	224
---	-----

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

ПОВОД ДЛЯ РАДОСТИ.....	245
------------------------	-----

БЛАГОДАРНОСТИ	267
---------------------	-----

ОБ АВТОРЕ.....	271
----------------	-----

ПРИМЕЧАНИЯ	273
------------------	-----

ПРОЛОГ

ПЛАЩ-НЕВИДИМКА

Все мы уверены, что наши достижения — плоды таланта и упорного труда. Летом 2022 г. Сара, маркетолог из крупной мичиганской компании, добилась значительных успехов. На работе ей удалось наконец преодолеть период застоя и выйти на новый уровень — теперь ее приглашали на важные совещания и она лично презентовала проекты ключевым клиентам компании. Да и в целом ей стало гораздо легче находить общий язык с самыми разными людьми. А еще Сара собралась замуж.

Как-то раз к ней в кабинет зашел начальник — высокий, мускулистый мужчина лет 40. В руке он сжимал белый конверт. Опустившись в кресло напротив, босс сообщил: ее повысили до директора. Теперь она не просто рядовой сотрудник, а руководитель сразу трех отделов. В конверте оказалась еще одна хорошая новость: 25%-ная прибавка к зарплате. Сара решила, что это розыгрыш. Начальник отличался едким юмором и непредсказуемостью, и Сара, несмотря на растущее влияние в компании, никак не могла понять, что он на самом деле думает о ее работе. К тому же эту должность занимала ее коллега Эрин.

«А что с ней?» — спросила Сара. «Эрин уволилась, — отрезал босс, и улыбка сползла с его лица. — Ушла из компании». Позже Сара узнает: Эрин уволили специально, чтобы освободить для нее место.

Но чудеса на этом не закончились: в последние месяцы Сара стала замечать и другие перемены. По утрам в Starbucks мужчины открывали перед ней двери. На выставках клиенты и конкуренты подолгу с ней болтали, то и дело по-дружески касаясь ее руки. Отец, который всегда любил ее, но держался отстраненно, теперь живо интересовался ее делами. Он буквально светился от гордости — Сара впервые за свои 34 года видела его таким.

Такое внимание одновременно и радовало, и удивляло Сару. Работала она как и раньше. Отцу, который внезапно стал таким внимательным, рассказывала все то же. В Starbucks вела себя как обычно и не старалась привлечь внимание мужчин. Что же изменилось? За последние полгода она сбросила 32 кг. Забавно, но вместе с лишним весом с нее как будто сняли плащ-невидимку, под которым прятались ее таланты. Теперь ее видели и слышали, а коллеги, друзья и родственники наконец решили обратить на нее внимание.

Все началось меньше года назад с визита в клинику — Сара хотела разорвать замкнутый круг: она худела, срывалась, а затем снова набирала вес. Не успев сбросить 15 кг, тут же забывала про диету, и все возвращалось на круги своя. К врачам она не ходила — вставать на весы и видеть их осуждающие взгляды было просто невыносимо. Но на этот раз девушка решила обратиться к фельдшеру* вместо обычного

* В США фельдшеры могут принимать пациентов и назначать лечение самых распространенных заболеваний. — *Здесь и далее прим. пер.*

терапевта: хотелось, чтобы ей уделили больше времени и не критиковали. Ее расчет оправдался. Фельдшер была готова помочь. Сара горько усмехнулась: «Ну что, опять на диету?» — но та только сочувственно улыбнулась.

У фельдшера была идея получше. Недавно к ней приходили представители фармкомпании с необычным названием — Novo Nordisk. Устроили презентацию с ужином, рассказали о новом препарате для снижения веса, только что одобренном Управлением по контролю качества пищевых продуктов и лекарственных средств (FDA). На рынке они всего месяц, но результаты клинических испытаний впечатляют: пациенты в среднем теряют 15% массы тела. Сара вполне может сбросить больше 20 кг.

Именно это она и хотела услышать, и даже не подумала, что рекомендации фельдшера могут быть связаны с ужином, на который ее пригласили представители компании. И не спросила про побочные эффекты — а фельдшер про них промолчала. Зато пробирки с новым лекарством были у нее под рукой. Сара не могла поверить своему счастью: после стольких лет бесплодной борьбы с весом всего одного чудо-укола в неделю достаточно, чтобы начать новую жизнь без лишних килограммов.

В некотором смысле это и в самом деле чудо. На создание препарата ушли десятилетия. В ученом мире разгорелись ожесточенные споры, кому принадлежит слава первооткрывателя. Из скромного средства от диабета второго типа препарат превратился в чудодейственное лекарство, и список показаний к его применению продолжает расширяться.

В 2017 г. в маленьком городке Клейтон в Северной Каролине впервые ожили конвейерные ленты — они гудели, шумели, стучали, выбрасывая детали для устройств в форме ручки. Готовые изделия упаковывали в картонные коробки с темносиним быком Аписом — священным животным древних египтян, которое теперь стало логотипом малоизвестной датской фармацевтической компании.

В этих неприметных медицинских устройствах — шприц-ручках — находилась прозрачная бесцветная жидкость. На ее создание ушло почти 40 лет. Сорок лет упорного труда ученых, которые верили: загадочный кишечный гормон поможет устранить недостатки существующих методов лечения диабета. «Оземпик» (так назывался препарат) был далеко не первым подобным средством для лечения диабета, но очень быстро затмил всех конкурентов по эффективности. Впоследствии он станет родоначальником целого семейства лекарств.

Как любой другой медицинский прорыв, «Оземпик» родился в муках — путь к его созданию был долгим и извилистым. Все началось в 1980-х гг.: исследователи с разных континентов — ученый из Копенгагенского университета и команда, в которую входили молекулярный биолог, химик и врач из Массачусетской больницы общего профиля — независимо друг от друга двинулись к одной и той же цели. Все четверо были одержимы идеей фикс: понять, как гормоны управляют здоровьем человека. Исследователи сосредоточились на кишечном гормоне, обладавшем почти волшебной способностью контролировать уровень сахара в крови. Создатели препарата рассуждали так: если гипотеза верна, человечество получит лекарство от диабета второго типа, лишенное неприятных побочных эффектов

существующих лекарственных средств — опасного снижения сахара и набора веса. Но проблема заключалась в том, что гормон существовал пока только в теории — никто не знал наверняка, есть ли он вообще в природе.

Теперь совместными усилиями предстояло доказать существование и действие этого гормона — глюкагоноподобного пептида 1 (или просто ГПП-1). Важную роль в этом процессе сыграла целеустремленная женщина-химик, которая приехала в один из лучших научных институтов Америки из бывшей Югославии. Работая бок о бок с американскими коллегами и соперничая с не менее амбициозным ученым из Копенгагена, она горела желанием совершить научный прорыв, способный изменить жизнь миллионов людей к лучшему. 10 с лишним лет Светлана Мойсов упорно трудилась — проводила в лаборатории почти сутки напролет и боролась за место в научном мире, который традиционно считается мужской вотчиной. И вот ее старания увенчались успехом.

До открытия ГПП-1 ученые могли только догадываться о существовании мощной силы, управляющей уровнем сахара в организме. На тот момент им было известно, что внутривенное введение глюкозы дает более высокий уровень сахара в крови, чем употребление сладостей. Из этого следовал вывод — искомый регулятор уровня сахара, скорее всего, находится в кишечнике. Светлана работала одна, часами не выходя из лаборатории. А Джоэл Хабенер, главная звезда Массачусетской больницы, тем временем целыми партиями скупал рыб-удильщиков, пойманных в Бостонской гавани. С помощью этой хитрости удавалось обойти запрет на эксперименты с теплокровными: власти опасались, что генетически измененный материал попадет

в городские водопроводы и спровоцирует эпидемии, способные уничтожить человечество. Когда исследователи изучили клетки поджелудочной железы этих больших темно-серых рыб, они нашли последовательность аминокислот, похожую на один из гормонов человеческого организма — глюкагон. Этот новый гормон впоследствии назовут ГПП-1. Но цель еще не была достигнута. Требовалось обнаружить тот же гормон у теплокровных и доказать, что он способен снижать уровень сахара в крови.

В исследовательской группе Светлана отвечала за химическую часть — синтезировала вещества для экспериментов на крысах. Казалось бы, работа незаменимая, но она быстро поняла: коллеги не воспринимают ее как равную. Все дело в паре «отягчающих обстоятельств». Первое — она женщина, да еще и работает в одиночку, в стороне от гудящего улья лаборатории Хабенера. Второе — обидная правда научного мира: в исследовательской иерархии химики — обслуживающий персонал, а не творцы. Су-шефы на научной кухне.

Тем временем в Копенгагенском университете Йенс Юуль Хольст шел по тому же следу. Датский врач и физиолог задумался о существовании мощного кишечного гормона, когда заметил странную закономерность: после операций на кишечнике сахар в крови его пациентов резко падал, а инсулин — взмывал вверх. Хольст решил, что за этими скачками стоит какой-то сильный гормон. По другую сторону Атлантики, в Бостоне, Мойсов и команда Хабенера пытались найти ГПП-1 в кишечнике. Но Мойсов сделала рискованную ставку на конкретную последовательность аминокислот. И не прогадала — это оказалась активная форма гормона. Открытие сулило настоящий переворот в медицине: если все подтвердится, ГПП-1 сможет регулировать уровень сахара

и станет тем самым прорывом в лечении диабета второго типа, который так долго ждали. Мойсов и Хабенер быстро написали статью и отправили в научный журнал.

В сентябре 1986 г. Хольст представил свое открытие на конференции в Риме. Пятого числа того же месяца в никому не известном научном журнале появилась статья Мойсов и Хабенера — сплошной частокол медицинских терминов. Название мог понять разве что узкий круг посвященных: «Экспрессия гена препроглюкагона в поджелудочной железе и кишечнике диверсифицируется на уровне посттрансляционного процессинга». Эта статья Светланы и ее коллег и есть свидетельство о рождении ГПП-1. Мир узнал о существовании активного гормона, и плотину прорвало: десятки ученых бросились разрабатывать препараты, которые помогли бы лечить диабет удобнее и эффективнее, чем уколы инсулина. Загорелись глаза и у венчурных капиталистов — деньги на финансирование медицинской революции потекли рекой. Светлана с коллегами еще не подозревали, к чему приведет их открытие: появятся лекарства, способные лечить не только диабет, но и целый букет серьезных заболеваний, включая проблему, которая тогда только начинала выходить из-под контроля, — ожирение. Исследователи не знали, что уже совсем скоро врачи выскажут революционную мысль: «Ожирение — болезнь вроде пневмонии, а препараты типа “Оземпика” — по сути, те же антибиотики»¹.

Но когда научная работа завершена, побочные эффекты изучены и признаны приемлемыми, а база для создания лекарства готова — трудности только начинаются. Чтобы

попасть на крупнейший в мире американский рынок, фарм-компании должны убедить Управление по контролю качества пищевых продуктов и лекарственных средств США (FDA) не только в эффективности препарата, но и в его явном превосходстве над существующими аналогами. Для этого нужно собрать кипы данных по каждому участнику клинических испытаний, исследовать любые побочные эффекты и доказать уникальные преимущества препарата.

Двое датских ученых взялись провести через все регуляторные барьеры соединение ГПП-1, открытое Светланой и ее коллегами в 1980-х гг. Сначала его продвигали как препарат от диабета, а когда обнаружился побочный эффект в виде потери веса, из него сделали и средство против ожирения.

Датские ученые, которые довели ГПП-1 до стадии массового производства, были настоящими первопроходцами и прогрессивными мыслителями, которые раньше других поняли: ожирение — такая же болезнь, как и все остальные, а не просто результат неправильного образа жизни, слабости характера и отсутствия силы воли. Им предстояло убедить своего генерального директора, что ожирение требует медикаментозного лечения, — и сделать это было нелегко. Над ними постоянно висел дамоклов меч: не уложишься в предельно сжатые сроки — финансирование прекратят в любой момент. Если бы не их решительность и целеустремленность, препараты вроде «Оземпика», «Вегови», «Зепбаунда» и «Мунджаро» (все они — синтетические версии одного и того же природного гормона) вряд ли смогли бы появиться на свет.

Плоды их упорства приносят пользу не только здоровью — они питают всю датскую экономику. Компания Novo Nordisk, производитель «Оземпика», стала локомотивом национального хозяйства, создав больше рабочих

мест, чем многие компании (правда, есть и обратная сторона — цены на недвижимость резко взлетели). Благодаря невиданным доходам Novo Nordisk превратилась в одну из крупнейших корпораций Европы. Но в отличие от других фармгигантов, которые делятся прибылью с акционерами, львиная доля ее растущих капиталов уходит в Novo Nordisk Foundation, крупнейший благотворительный фонд мира — он затмил даже Фонд Билла и Мелинды Гейтс.

В борьбе с лишним весом препараты «Мунджаро» и «Зеп-баунд» от Eli Lilly оказались даже эффективнее «Оземпика» и «Вегови» от Novo Nordisk. Этот успех превратил американскую компанию из процветающего фармбизнеса в крупнейшего производителя лекарств на планете.

Пациенту с диабетом второго типа приходится постоянно рассчитывать время приема лекарств. Избыточный вес — тяжелый груз: болезнь разрушает печень, почки и сердце, спина и суставы постоянно ноют. Больные ощущают себя сломленными, подавленными, коллеги и близкие их осуждают за отсутствие силы воли. Почти половина диабетиков второго типа страдает еще и от депрессии². Но когда в январе 2018 г. появился «Оземпик», многие смогли освободить свои переполненные аптечки от лишних лекарств.

Один укол «Оземпика» в неделю мастерски справляется с уровнем сахара в крови — лекарство работает как точный термостат, который выключается именно в тот момент, когда глюкоза приходит к оптимальным значениям. Те, кому посчастливилось получить это чудо-лекарство, смогли защитить сердце, почки и другие органы, которые прежде разрушал и истощал диабет второго типа.

Узнав о способности препарата снижать вес, эндокринологи — специалисты по гормонам, влияющим на здоровье, — захотели получить его для своих пациентов. Многие из них держали наготове длинные списки тех, кто всю жизнь сражался с лишним весом и почти отчаялся найти эффективное лекарство. Как только в декабре 2017 г. FDA одобрило «Оземпик», врачи бросились обзванивать пациентов с радостной вестью: новое лекарство не только держит под контролем диабет, но и помогает похудеть.

В последующие годы о мощи «Оземпика» прознали кинозвезды, блогеры и знаменитый телеврач Доктор Оз. Газеты трубили о препарате, «меняющем правила игры», и называли его простым решением для людей с избыточным весом. В их число входила и Опра Уинфри. После многолетних безуспешных диет она наконец-то приблизилась к своей цели, весу 72 кг, — и все благодаря агонистам ГПП-1 типа «Оземпика»³. Бывшая королева дневных ток-шоу призналась: лекарство помогло ей понять, что «ожирение — это болезнь, а не результат слабоволия. Все дело в устройстве нашего мозга». Чудо-препарат вскоре стал неотъемлемой частью американской культуры.

Без сомнения, «Оземпик» и его родственники — «Вегови» и «Мунджаро» — кардинально изменили жизнь людей к лучшему. Но они не стали панацеей и не ответили на глубокие культурные и общественные вопросы: как лишний вес влияет на самоконтроль и самооценку, как он связан с другими моральными проблемами, как бороться с неравным доступом к медицинской помощи.

На каждую счастливую историю, как у Сары, приходятся десятки историй тех, у кого нет страховки и денег на лекарства. Зачастую даже в семье один получает препарат, а второй — нет. В результате жизнь счастливчика преобразуется, а его партнер по-прежнему страдает. Как семьи учатся жить с этим неравенством — отдельная повесть, которая пока не написана.

Еще один вопрос — доступность. Препараты помогают не всем, но те, кто может себе их позволить, желают получить их первыми. В начале 2018 г. на офис одного из топовых пластических хирургов Беверли-Хиллз обрушился шквал звонков. Доктору Джейсону Даймонду (личный хирург Ким Кардашьян и Кэти Перри, снискал славу своими процедурами для лица за 4000 долл.) звонили телезвезды, кинопродюсеры и состоятельные бывшие пациенты. Все они прослышали об интересном побочном эффекте «Оземпика». Даймонд мало что знал об этом препарате, но быстро сообразил: ажиотаж вызван его способностью снижать вес.

Многие превозносили чудодейственные свойства «Оземпика» и делились радостной новостью: сбросить вес теперь проще простого. Препарат кардинально преобразил жизнь людей и запустил волну изменений в пищевой промышленности, моде и даже игорном бизнесе. Но в перспективе общественные трансформации могут оказаться еще масштабнее. Триллионы долларов, которые сейчас тратятся на исправление последствий ожирения и диабета второго типа, государства смогут направлять на другие цели. А пищевой промышленности придется отказаться от привычных составляющих успешного бизнеса — соли, жира и сахара.

«Оземпик без иллюзий» — история одного из величайших научных и медицинских прорывов нашего времени. В основу книги легли десятки интервью с учеными-первооткрывателями, генеральными директорами и топ-менеджерами крупнейших фармкомпаний, а также с обычными людьми, впервые испытавшими препарат на себе. Спустя почти 10 лет после выхода на рынок «Оземпик» и его преемники стали главными движущими силами революции, которую уже не остановить. Около 15 млн человек попробовали препараты для похудения. Дэвид Рикс, глава Eli Lilly, уверен: настанет день, когда «Оземпик» будет принимать более 20% населения Америки.

Чтобы утолить ненасытный спрос, фармацевтические компании бросились в гонку, похожую на золотую лихорадку. Главы крупных и малых фармкомпаний прекрасно понимают: тот, кто доработает формулы и устранил побочные эффекты, заставляющие пациентов отказываться от лечения, сорвет многомиллиардный джекпот.

Спустя четыре года после первой инъекции «Вегови» Сара весила 79 кг — на 45 кг меньше начального веса. Муж последовал ее примеру, и теперь они вместе ходят в спортзал и ведут подсчет калорий в общем приложении на телефоне.

У нее появились новые увлечения. Теперь она не прячется дома, заказывая себе одежду, а зовет маму на совместные походы по магазинам. В примерочную она несет охапки платьев с открытой спиной, юбок и симпатичных свитеров, а продавцы наперебой предлагают принести размер поменьше или подобрать что-то еще — на ее подтянутой фигуре все смотрится прекрасно.

Осенью 2024 г. Сара пробежала марафон — несколько лет назад она не могла об этом даже мечтать. Готовясь к забегу, она не рассказывала коллегам, что участвует в спортивном мероприятии, — не верила, что добежит до финиша. Преодолев дистанцию, она вскользь упомянула о марафоне, случайно встретив босса в комнате отдыха. Через два дня он снова появился в ее кабинете — с очередной неожиданной прибавкой к зарплате.

Жизнь и здоровье Сары стали лучше — это несомненно. И все-таки ее не покидает чувство, что этот внезапный успех не в последнюю очередь свидетельствует и о том, как общество относится к полным людям. Две ее магистерские степени, новаторские идеи, которые принесли компании солидную прибыль, преданность работе — все это, похоже, значит меньше, чем цифры на весах. Сара хорошо помнит, каково это — быть невидимкой, несмотря на внушительные объемы. В то время она считала себя патологически застенчивым интровертом, неспособным найти общий язык с окружающими. Обычный разговор о том о сем давался ей с трудом. Но теперь она понимает: проблема была не в том, что она не умела налаживать контакт, — с ней просто не хотели контактировать.

Агонисты ГПП-1 уже изменили жизнь многих. Но они не изменили общество: лишний вес по-прежнему воспринимают как признак слабости характера, а худобу — как доказательство трудолюбия и силы воли.

ГЛАВА 1

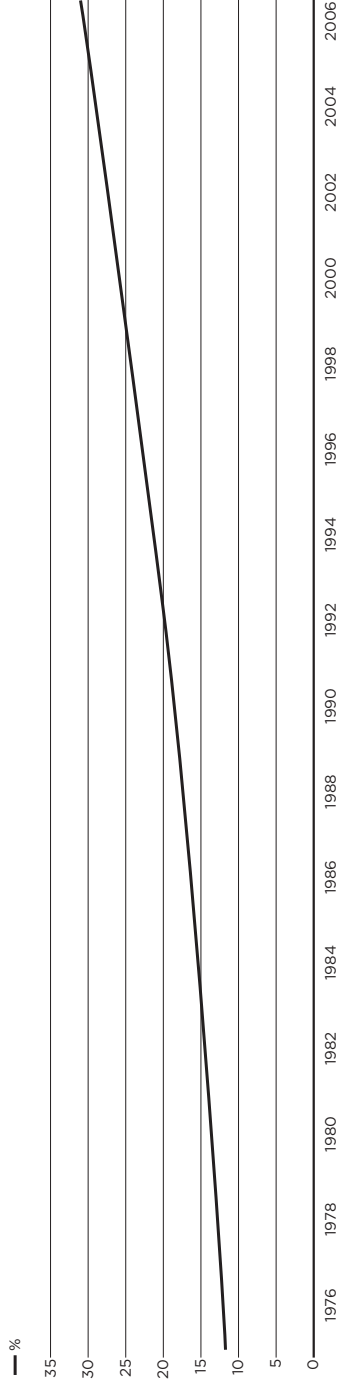
ВЫБИРАЙТЕ С УМОМ

40 лет до появления в США «Оземпика» стали тяжким испытанием для людей с избыточным весом. Против них объединились социальные, культурные, физиологические и экономические факторы, превратив здоровое питание в недостижимую роскошь. Поддерживать нормальный вес стало для большинства практически невозможно.

Врачи, столкнувшись с неожиданным наплывом пациентов с избыточным весом, плохо понимали глубинные причины проблемы. Они по привычке читали нотации и говорили о самоконтроле и необходимости уменьшать порции, но все это только усиливало чувство стыда у пациентов, чьи старания сбросить лишние килограммы по-прежнему не приносили результата. Миллионы американцев мечтали похудеть, но понятия не имели, как этого добиться.

Мир никогда еще не сталкивался с подобной проблемой. В 1950 г. клиническое ожирение наблюдалось менее чем у 10% американцев; в Великобритании показатели были примерно такими же. Считалось, что виноваты в этом гастрономические излишества, доступные только богачам. Но с 1960 по 1999 г. число случаев морбидного ожирения (когда вес

Процент взрослых американцев, страдающих ожирением



Источник: Всемирная организация здравоохранения

человека превышает идеальный более чем на 45 кг) выросло в три раза. Так началась эпидемия, изменившая внешность и здоровье американцев⁴. Дети полнели даже быстрее родителей. С 1960-х до конца 1990-х гг. уровень ожирения среди взрослых вырос более чем вдвое, а среди детей — почти в три раза⁵. Исследование Центров по контролю и профилактике заболеваний показало: в 1991 г. каждый третий американец страдал ожирением⁶.

В 1980-х гг. специалисты из сферы здравоохранения поначалу терялись в догадках. Что же произошло? Проблема отчасти кроется в особенностях питания разных поколений. Те, чья молодость пришлась на 1950–1960-е гг., в основном питались дома, покупали натуральные продукты и довольствовались скромными порциями. Полуфабрикаты и готовая еда тогда были редкостью.

В 1990-х гг. многие компании начали откровенно наживаться на стремительно полнеющих американцах. Для McDonald's 1995 год стал годом триумфа. В честь 40-летия компании генеральный директор Майк Куинлан вдвое снизил цены на бигмаки, объявив о возвращении к ценам 1979 г.⁷ Маркетинговый ход, а также ряд акций, призванных заманить еще больше покупателей в разрастающуюся империю фастфуда, сработали блестяще. В 1995 г. открылось 2400 новых ресторанов — на треть больше, чем годом ранее. Продажи взлетели на 18%, почти достигнув отметки в 30 млрд долл. — а это на 59% больше показателей 1990 г.⁸

Подобные акции были лишь частью стратегии, заставлявшей американцев есть все больше и больше. Тот же McDonald's особенно преуспел в навязывании увеличенных

порций. К примеру, в 1950-х гг. компания предлагала картофель фри только одного размера — сегодня он считается «маленьким». Эта изначальная порция весила втрое меньше самой большой порции 2001 г. А в 2002 г. «большая» порция картофеля фри сравнялась по весу с «суперпорцией» 1998 г.⁹

Впрочем, в этом нет ничего нового — тренд на изобилие наметился еще в 1980-х гг. В следующее десятилетие такие компании, как Nestlé, Kellogg's и Kraft, всего лишь повысили его популярность. К тому же наступила эра микроволновок. Изменился и образ жизни потребителей — теперь работали оба родителя, поэтому резко вырос спрос на быструю питательную еду. Производители продуктов охотно подстроились под новые реалии — по крайней мере, на словах. Например, Coca-Cola в Британии рекламировала свою перенасыщенную сахаром газировку как напиток с «растительными экстрактами». Nestlé и Kraft козыряли витаминами и минералами в своих продуктах, умалчивая о добавленном сахаре, стабилизаторах и прочей синтетике, необходимой для продления срока годности. Вдобавок пищевая индустрия быстро смекнула: на продуктах с высокой степенью переработки и дешевыми ингредиентами можно заработать куда больше. Coca-Cola, PepsiCo и другие производители фастфуда к тому времени уже захватили американский рынок. Дальнейшего роста продаж можно было добиться только одним способом — заставить людей есть и пить больше.

Маркетинг играл ключевую роль в стратегии продаж. Kellogg's и другие компании вкладывали миллионы в дорогостоящую телерекламу, которая выходила в эфир во время утренних мультфильмов. В 2006 г. Центр науки во благо общества — некоммерческая организация, судившаяся

с пищевыми гигантами вроде KFC, — сделал интересное открытие. Проанализировав 28 часов хронометража субботних утренних телеэфиров, представители организации выяснили, что 98% рекламных роликов Kellogg's продвигали продукцию, обладавшую низкой пищевой ценностью¹⁰.

Дизайн упаковок продумывался до мелочей: глаза персонажей — например, троицы «Снэп», «Крэкл» и «Поп» с коробок Rice Krispies — располагались под таким углом, чтобы они смотрели прямо в глаза ребенку, стоящему у стеллажа со сладостями¹¹. Ученые из Корнеллского и Йельского* университетов установили: этот визуальный контакт формирует доверие и усиливает желание заполучить товар¹². В 1994 г. Министерство сельского хозяйства США подсчитало: пищевая промышленность ежегодно тратит на рекламу 36 млрд долл. с одной-единственной целью — побудить американцев есть больше. Грэм Колдиц, доцент Гарвардской медицинской школы, отмечает, что лечение последствий ожирения — онкологии, сердечно-сосудистых заболеваний, проблем с желчным пузырем и раннего диабета — обходится государству вдвое дороже¹³.

Время шло, и вот уже в обществе развернулась кампания против сахара. Производители хлопьев пустились на хитрости. Возьмем для примера Honey Smacks — подслащенные воздушные пшеничные хлопья, которые уже раз переименовали, чтобы замаскировать вредные ингредиенты (ранее они назывались Sugar Smacks). Теперь из названия исчезло и слово Honey («мед»), хотя рецептура не изменилась ни на грамм. По иронии судьбы в 2004 г. на американском

* Деятельность данной организации признана нежелательной на территории Российской Федерации решением Генпрокуратуры от 08.07.2025.

рынке их снова переименовали в Honey Smacks, из-за чего потребители окончательно запутались. При этом одна порция этих хлопьев — с учетом молока — содержит столько же сахара, сколько целый батончик Snickers¹⁴.

Изобилие ультрапереработанной еды с зашкаливающим содержанием сахара катастрофически сказалось на весе американцев. Механизм ожирения прост: человек получает с пищей значительно больше килокалорий, чем его организм в состоянии переработать. В 1994 г. продовольственный рынок США скармливал каждому гражданину на 500 килокалорий в день больше, чем в 1970-е гг. При этом каждые лишние 100 килокалорий в день оборачиваются примерно 0,5 кг дополнительного веса в год¹⁵.

Ожирение распространялось стремительно. В 1990 г. ни в одном американском штате доля людей с ожирением не достигала 20%, а в среднем по стране показатель составлял 11%. К 2010 г. во всех без исключения штатах этот показатель превысил 20%¹⁶. Пищевые корпорации защищали свои раздутые продажи и агрессивный маркетинг, уверяя, что якобы заботятся о размерах порций. Coca-Cola пыталась отбиться от справедливых нападок на калорийность своих напитков, спонсируя спортивные события вроде Олимпиады и превознося пользу физических упражнений.

В последние годы пищевая индустрия попала под шквал критики — десятки книг и расследований разоблачали, как корпорации подсаживают покупателей на свою продукцию с помощью вызывающей зависимость триады: сахара, жира и соли. В 2023 г. британский врач, ученый и журналист Крис ван Туллекен в своей книге «Пустые калории»*

* Туллекен ван К. Пустые калории. — М.: Эксмо, 2024.

доказал: производители еды гонятся за прибылью, используя дешевые ингредиенты с долгим сроком хранения. Его исследования показывают: синтетические компоненты, стабилизаторы и прочая таинственная химия обводят вокруг пальца наши вкусовые рецепторы, чья работа оттачивалась миллионами лет эволюции. В результате мы поглощаем все больше вызывающей привыкание еды, которая почти всегда приводит к ожирению.

У ожирения множество причин, но путь к болезни в большинстве случаев один и тот же: проблемы с весом, как правило, зарождаются в раннем детстве, а бесконечная спираль стыда нередко раскручивается именно в кабинете врача.

«Теперь ты будешь отмерять хлопья».

Услышав это, семилетняя девочка перевела взгляд с разноцветных мерных стаканчиков на женщину, которая с ней говорила.

К диетологу девочку направил педиатр. Обычно врач улыбалась, расспрашивала о школе, быстро осматривала, иногда делала прививку, взвешивала и измеряла рост, а потом отпускала с наклейкой-наградой и одобрительно кивала маме на прощание.

Последний визит прошел иначе. Когда девочка сошла с весов, доктор Дьюк сказала, что ей нужно поговорить с мамой наедине. Сидя в приемной, малышка слышала приглушенный разговор. Наконец мама вышла, но, против обыкновения, не улыбнулась дочке и явно была чем-то встревожена. Причину девочка узнала позже. Весы снова показали прибавку. Врач предупредила мать: нужно научить ребенка контролировать аппетит.

В кабинете доктор, переводя взгляд с матери на дочь, набросал на бумажке имя и адрес местного диетолога. Девочка все еще не понимала, что происходит и зачем нужен еще один врач.

Через несколько недель они поехали к диетологу, и мама была непривычно молчалива. Она не объяснила дочери, зачем они опять едут к доктору, поэтому девочка оказалась совершенно не готова к разговору с врачом.

Когда они прибыли, диетолог проводила их в кабинет, изучила медкарту и медленно, с оттенком снисходительности в голосе, объявила: девочка слишком много ест. Ни слова о том, как питание влияет на здоровье ребенка, — речь шла только о размере тела. Затем на столе появились мерные стаканчики с подробными инструкциями, сколько можно съесть за один прием пищи. Тогда-то доктор и сказала про контроль размера порций.

Раньше родители не обращали особого внимания на вес дочери. Да, она была крупнее младшей сестры и, пожалуй, некоторых одноклассников. Но за ее рационом не следили и больше заботились о том, чтобы она занималась спортом и была активной как в школе, так и дома.

Позже девочка узнала, что после того визита родители не спали много ночей. Они-то считали, что все делают правильно. Оказалось — совсем наоборот. На дворе стояло лето — долгожданное беспечное и радостное время для ребенка, но мама шла к машине непривычно молчаливая, напряженная. Они ехали домой, и теплый ветер врывается в приоткрытое окно. Мама неожиданно обернулась к дочери и нежно убрала прядку, упавшую ей на глаза:

— Если не хочешь, мы больше не поедем к этому доктору.

— Не хочу туда больше. Совсем не хочу.

Для середины 1990-х у ее матери были на удивление прогрессивные взгляды. Заставлять семилетнего ребенка следить за размером порций — это же абсурд. Семья решила сосредоточиться на здоровье, а не на весе дочери, и найти другого врача.

До этого момента приготовление еды объединяло мать и дочь и доставляло им радость. Мама работала и предпочитала готовить что-то простое, что можно быстро подать на стол, и часто использовала овощи с собственного огорода. Она ласково смеялась, когда дочка просила добавки — еще немного мясного рулета или спагетти с фрикадельками. Матери было приятно видеть, с каким аппетитом ест ребенок.

Но урон самооценке уже был нанесен. Девочка навсегда усвоила урок. Там, в кабинете диетолога, она поняла две вещи: она толстая, и быть толстой — плохо.

Эта девочка — маленькая Сара. Та самая Сара, менеджер по маркетингу, с чьей истории начинается книга.

Сейчас ей около тридцати пяти. Она росла в любящей семье — родители не игнорировали ее, не обижали и не критиковали за лишний вес, а ведь именно осуждение и критика часто приводит к проблемам с едой. И все же слова диетолога, сказанные из лучших побуждений, но совершенно бестактно, подорвали самооценку девочки на долгие годы. Хуже того, всю жизнь Сара будет получать от общества один и тот же сигнал: полнота — признак личной несостоятельности.

К сожалению, история Сары до боли знакома всем, кто страдает от ожирения. Болезнь часто проявляется в раннем детстве — и тогда же в ход идет стандартное лечение: диета и физкультура. Толку от него мало, зато люди потом всю

жизнь винят себя в неправильном выборе продуктов и безволии и задаются вопросом: почему у друзей и родных получается держать вес под контролем, а у них — нет?

У Сары до сих пор наворачиваются слезы, когда она вспоминает себя, семилетнюю, в кабинете того диетолога. Заставлять маленького ребенка считать хлопья в тарелке ради похудения — прямой путь к тому, чтобы вырастить невротика с нездоровым отношением к еде. Именно такой она и стала.

Другая страна и еще одна психологическая травма. В пяти тысячах километров от Америки и за 10 лет до того, как Сара попала к диетологу, пятилетняя француженка, широко раскрыв глаза от ужаса, следила, как мама накладывает ей на тарелку очередную порцию рататуя — поверх несъеденной горки еды. Мать переставила кухонный таймер на пять минут вперед. Это наказание за то, что девочка не уложились в первые пять минут, отведенные в начале ужина. Камилла знала: если не успеет съесть добавку за эти пять минут, получит новую порцию. И так до бесконечности.

Таймер и контроль за съеденным превратили ужины в настоящую пытку. Девочка сидела и смотрела на густую коричневую жижу — баклажаны в овощном рагу, — пока желудок не скрутило судорогой. Ее вырвало прямо на стол. После этого с таймером было покончено, но ее по-прежнему заставляли съедать все без остатка.

История с таймером кажется чрезмерно жестокой, но родители считали, что так дочь научится пробовать новые блюда и не будет часами сидеть за столом. Только вот стремление Камиллы порадовать родителей чистой

тарелкой привело к нездоровым отношениям с едой. Она засовывала ненавистные продукты — например, треугольнички плавленого сыра — в трещины старинного семейного стола. Только так можно было все «доесть» и выбежать во двор к братьям, которых почему-то никто не мучил за обедом.

После нескольких лет пищевой пытки Камилла наконец научилась доедать все, что клали на тарелку. Но заслужить одобрение родителей ей так и не удалось: от усиленного питания девочка начала полнеть. И для матери это стало куда более серьезной проблемой. Во Франции женщинам удается быть стройными, казалось бы, без особых усилий, чем они очень гордятся. Врачи записывают вес пациента при каждом визите — даже на приеме у гинеколога. Тех, кто поправился, ждет суровый выговор.

Камилла твердо усвоила: лишний вес — это недопустимо. Родители без конца обсуждали внешность — свою и детей. Даже прохожих на улице подвергали безжалостной критике. Стоило какой-нибудь племяннице поправиться — и семья неделями смаковала эту тему. Мать каждый день пилила отца за растущий живот, требуя, чтобы он отказался от сладкого. А за стенами родительского дома французское общество было еще беспощаднее.

В 16 лет Камилла тоже попала к диетологу. Взвесив ее, врач мрачно кивнул и окинул девушку суровым взглядом, полным презрения. Придется сесть на диету. Жесткую. Максимум 1200 килокалорий в день — примерно половина нормы для растущего подростка. Хлеб отмерять линейкой: в день не больше 5 см, это десятая часть обычного багета. Все остальное — только «белая еда»: обезжиренные йогурты, куриная грудка и обезжиренные пасты вместо привычных

мясных пирогов. Родители с радостью обновили семейное меню. Поначалу килограммы таяли быстро, но через год стали потихоньку возвращаться. После 20 лет вес постоянно прибавлялся. Каждую весну, разбирая летние вещи, Камилла обнаруживала, что прошлогодняя одежда стала ей мала.

Сегодня Камилле за сорок, и внешне она — воплощение здоровья. Диета и силовые тренировки преобразили ее тело. Но отношения с едой у нее по-прежнему непростые. Она не может позволить себе расслабиться и съесть рыбу с жареной картошкой или еще что-либо калорийное. За столом ее терзают сомнения: зачем я это ем, не пора ли остановиться, не слишком ли много? Баклажаны она до сих пор терпеть не может, а стоит набрать пару килограммов — первая мысль: что скажет мама?

Ожирение — не только американская беда. Поначалу считалось, что проблема существует исключительно в США с их нездоровым питанием и засильем фастфуда. Но уже в конце 1980–1990-х гг. эпидемия ожирения охватила Европу, Австралию, Южную Корею, страны Северной Африки, Саудовскую Аравию и Южную Америку¹⁷. Дешевая вредная еда набирала популярность в разных странах и особенно в экономически неблагополучных районах. В 2006 г. в Рубе — бедном регионе на севере Франции, который в свое время подвергся серьезной деиндустриализации, — избыточный вес или ожирение были у 51% населения при среднем показателе по стране 42%¹⁸.

Специалисты по ожирению называют множество причин эпидемии. В 1990-х гг. человечество стало вести мало-подвижный образ жизни, а еда навечно прочно вошла

в рацион людей по всему миру. В 1970-х гг. в США расходы на рестораны составляли около 34% семейных расходов на питание, а в 1990-х гг. — уже почти половину¹⁹. Женщины все чаще предпочитали работать, а не сидеть дома — при этом мужчины не спешили взваливать на себя домашние обязанности. В результате семьи стали реже есть домашнюю еду. В 1965 г. неработающая замужняя женщина тратила больше двух часов в день на готовку и мытье посуды. В 1995 г. на это уходило уже вдвое меньше времени — во многом благодаря полуфабрикатам и готовым продуктам²⁰. В Европе и других регионах эти процессы шли медленнее, но глобальная экспансия McDonald's и подобных сетей привела к тому, что ожирение добралось до других стран и начало стремительно распространяться. Если в 1990 г. в большинстве европейских стран ожирением страдало менее 10% населения, то в 2022 г. в Великобритании и Ирландии эта цифра превысила 25%²¹.

Параллельно разрастались пригороды — процесс начался еще в 1950-х, когда миллионы американцев бежали из больших городов от шума, преступности и пробок. Это породило новые проблемы со здоровьем²². Градостроители проектировали широкие магистрали без тротуаров — во многих городах пешком ходить стало попросту невозможно. В таких растянутых городах, как Хьюстон и Канзас-Сити, без машины нельзя преодолеть даже короткие расстояния.

Начиная с 1960–1970-х гг. физический труд на предприятиях применялся все реже²³, но рабочие полнели с той же скоростью, что и офисные служащие, и поэтому ученые не считают этот фактор определяющим²⁴. На самом деле все гораздо проще: американцы начали есть как никогда много, и эта пища еще сильнее разжигает аппетит.

В начале 2000-х гг. журналисты и документалисты вплотную занялись проблемой ожирения. Их интересовал ответ на вопрос, почему склонные к полноте люди, такие как Сара и Камилла, ведут безуспешную борьбу за стройность. Главного злодея вычислили сразу: повсеместное распространение ресторанов быстрого питания с окошками для автомобилей, гигантскими порциями и копеечными ценами. «Американцы — самая тучная нация в мире. Поздравляю», — этой фразой открывался документальный хит 2004 г. «Двойная порция», главный герой которого 30 дней питался исключительно в McDonald's.

В 1990-е и 2000-е гг. полные люди не встречали особого сочувствия в обществе. Телеведущие открыто издевались над знаменитостями с лишним весом. Во время скандала с Моникой Левински ведущий Tonight Show Джей Лено высмеивал президента Билла Клинтона, называя его отъявленным лжецом — нет, не потому, что он изменял жене, а потому, что тот назвал бывшую стажерку Белого дома худой. В 2002 г. радиоведущий Говард Стёрн заставил Анну Николь Смит встать на весы — он поспорил, что она весит больше 135 кг. А британский телеведущий Крис Эванс в своем шоу TFI Friday постоянно требовал от звездных гостей — например, участниц Spice Girls Виктории Бекхэм и Джери Холливелл — взвешиваться в эфире, чтобы доказать, что они сбросили вес после родов.

Телеканалы почуяли золотую жилу и превратили ожирение в зрелище — теперь жертвами стали не только знаменитости. В 2004 г. вышло реалити-шоу The Biggest Loser — в нем обычные американцы с избыточным весом и ожирением боролись за денежный приз, соревнуясь, кто сбросит больше килограммов. Шоу с концепцией,

немыслимой еще несколько десятилетий назад, стало хитом и быстро разошлось по всему миру — права на съемки покупали телекомпании Алжира, Филиппин, Исландии и других стран. Появились даже подростковые версии — бизнес наживался на эпидемии детского ожирения²⁵. В 2012 г. вышло реалити-шоу «Я вешу 300 кг» — зрителям показали год из жизни американцев с морбидным ожирением. Это шоу пошло еще дальше: пациенты с тяжелейшими формами ожирения пытались сбросить вес, чтобы получить право на спасительную бариатрическую операцию. Их отчаянная борьба за нормальную жизнь стала забавой для миллионов.

Отказавшись признать ожирение заболеванием, общество сделало из него дешевое развлечение.

Чудовищное социальное давление испытывали не только женщины с лишним весом. В 1990-е гг. в начальной школе Виннипега маленький Иэн Паттон стал жертвой издевательств одноклассников.

Травля обычно ограничивалась словами. При каждом удобном случае его называли «жирдяем», «пузырем» или «толстуном Паттоном». Но однажды дело дошло до побоев. Иэна жестоко избили — позже он поймет, что это было настоящее преступление: на него напали. Окровавленный, в синяках, он поступил как учили: рассказал все преподавателю. Всю жизнь ему советовали жаловаться на обидчиков — вот он и пожаловался. Но свидетелей среди взрослых не было, и школьное начальство заявило: ничем помочь не можем — твое слово против их слова. А потом добавили нечто совсем абсурдное — назвали случившееся «ненаказуемым проступком»²⁶.