

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИ-  
ТЕТ  
ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ»

КАФЕДРА РУССКОГО ЯЗЫКА И ЛИТЕРАТУРЫ

# ПО КОНТИНЕНТАМ И СТРАНАМ

Учебное пособие  
для иностранных учащихся  
продвинутого этапа обучения

И:  
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО  
ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ  
УНИВЕРСИТЕТА

2011

*Рекомендовано научно-методическим советом университета*

ББК 81.2Рус  
П 41

П 41 По континентам и странам : учеб. пособие для иностранных учащихся продвинутого этапа обучения / Под ред. О.И. Фроловой. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2011. – 80 с.

Данное пособие по дисциплине «Русский язык как иностранный» является продолжением пособия «По странам и континентам» и предназначено для иностранных учащихся продвинутого этапа обучения (студенты III и IV курсов, магистранты, стажеры). Тексты средней степени адаптации объединены темами «Медицина и здоровье», «Транспорт», «Мода», «Музеи».

Тексты несут лингвострановедческую информацию, касающуюся разных стран и народов, разных политических, религиозных и социальных сфер деятельности человека. Тексты нейтральны, оценочного характера не имеют. Каждая глава содержит несколько текстов, в которых обозначенная тема рассматривается с разных точек зрения. Первые два текста снабжены лексическими комментариями и заданиями, направленными на отработку и закрепление тематической лексики. Остальные тексты являются дополнительными, и предполагается, что задания к ним составляет ведущий преподаватель в зависимости от уровня лингвистической подготовленности группы.

В комментариях толкуется специфическая лексика, относящаяся к определенной эпохе и культуре; лексика эта предназначена для понимания текста и не предлагается для обязательного заучивания.

В пособии нет текстов о России, так как предполагается собрать их в отдельном выпуске, где те же проблемы будут рассматриваться на материале современной российской действительности.

**ББК 81.2 Рус**

Авторы-составители: **О.И. Фролова**  
**В.И. Фролова**

*Под редакцией О.И. Фроловой*

Рецензенты: канд. филол. наук, доцент **Т.А. Круглякова**  
(Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена)  
ст. преп. **Т.С. Борщевская**  
(Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов)

© СПбГУЭФ, 2011

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Глава 1. В ЗДОРОВОМ ТЕЛЕ – ЗДОРОВЫЙ ДУХ.....4

|  |    |
|--|----|
| Текст 1. Одиночество – свобода или болезнь? .....      | 4  |
| Текст 2. Свиной грипп – мифы и реальность.....         | 9  |
| Текст 3. Всемирный недуг .....                         | 15 |
| Текст 4. Хвостатый доктор .....                        | 17 |
| Текст 5. За здоровьем в супермаркет .....              | 19 |
| <br>   |    |
| Глава 2. АВТОМИР .....                                 | 21 |
| Текст 1. Транспортная революция .....                  | 21 |
| Текст 2. В Индии все по-другому.....                   | 25 |
| Текст 3. Остров Свободы: об автостопе и не только..... | 30 |
| Текст 4. Дорожное хамство.....                         | 31 |
| Текст 5. Новый вид автосолидарности .....              | 32 |
| Текст 6. Коротко о разном .....                        | 34 |
| <br>   |    |
| Глава 2. НЕПОСТОЯННАЯ БОГИНЯ.....                      | 37 |
| Текст 1. Индустрия моды.....                           | 37 |
| Текст 2. Мода в стране Восходящего солнца.....         | 42 |
| Текст 3. Модный Олимп .....                            | 49 |
| Текст 4. Одежда будущего? .....                        | 51 |
| Текст 5. Потребление как текст.....                    | 53 |
| Текст 6. По одежке встречают.....                      | 55 |
| <br>   |    |
| Глава 4. МУЗЕИ.....                                    | 57 |
| Текст 1. Таинственный остров .....                     | 57 |
| Текст 2. Музей Жака Ширака .....                       | 64 |
| Текст 3. Художественный музей в Сан-Паулу .....        | 70 |
| Текст 4. Музеи под открытым небом.....                 | 73 |
| Текст 5. Музеи игрушек .....                           | 75 |
| Текст 6. Человек–музей.....                            | 77 |
| Текст 7. Фальшивое искусство .....                     | 78 |

## ГЛАВА 1. В ЗДОРОВОМ ТЕЛЕ – ЗДОРОВЫЙ ДУХ

### Текст 1

#### ОДИНОЧЕСТВО – СВОБОДА ИЛИ БОЛЕЗНЬ?

Ответов на вопрос, что сильнее всего укорачивает жизнь современного человека, множество. Это и вредные привычки, и загрязнение окружающей среды, и стрессы. Одним из таких факторов, как ни странно, является одиночество.

В чем же дело? Что мешает людям, не знающим ни семейных забот, ни тревог за судьбу близких\*, жить долго и счастливо?

Сегодня существует много исследований, которые демонстрируют бóльшую уязвимость\* одиноких людей для целого ряда самых разнообразных болезней. Выводы ученых схожи\*: одиночество плохо влияет на здоровье мужчин и женщин, черных и белых, менеджеров и солдат, жителей разных континентов и климатических зон. Среди угрожающих одиноким людям болезней лидируют сердечно-сосудистые. Кроме того, такие люди сильнее подвержены инфекциям, заболеваниям мозга, язве желудка и даже злокачественным опухолям.

Сначала такое состояние дел объясняли разницей в образе жизни. Семья – это прежде всего забота и контроль. Те, кто этого лишен, легче поддаются\* дурным привычкам, неправильно питаются. Одиноким людям не с кем поделиться своими проблемами. Заболев, они часто недооценивают опасность своего недуга. Так что же удивительного в том, что они умирают раньше?

Все перечисленное, безусловно, вносит свой вклад в повышенную уязвимость и смертность одиноких людей. Но нельзя полностью объяснить все этими причинами.

Сейчас исследователи различают два основных фактора: «социальную изоляцию» и «психологическую изоляцию». «Социальная изоляция» – это отсутствие семьи и регулярных контактов с другими людьми. «Психологическая изоляция» – субъективное ощущение собственного одиночества. Решающими оказываются именно субъективные ощущения.

Человек может жить в отдельной квартире, но при этом чувствовать заботу о себе, разговаривать по телефону, принимать гостей. Другие же, живя в большой семье, ощущают себя лишни-

ми. На такого лишнего никто не обращает внимания, его слова пропускают мимо ушей, никто не считается с его мнением. Состояние безысходности\* усугубляется\*, если человеку начинает казаться, что его никто не любит.

Душевный дискомфорт, депрессия, расстройства сна – это только наименее безобидные последствия изоляции. Дальше идут телесные болезни: гипертония, стенокардия, расстройства пищеварения ... Снижается способность организма к сопротивлению практически любым болезням и неблагоприятным факторам.

Существует гипотеза, что в тело человека встроена программа самоуничтожения. Эта программа активизируется нехваткой эмоциональных контактов. Но в таком случае, что же можно сделать, чтобы предотвратить срабатывание этой программы?

Трудно даже предположить, что какие-либо научные данные смогут повлиять на образ жизни современного человека. А современный человек проводит все больше времени в толпе незнакомцев и все меньше – в кругу семьи. Сами семьи стали гораздо меньше из-за снижения рождаемости и нежелания молодых людей жить под одной крышей с родителями. Во всем мире постоянно растет количество людей, живущих в одиночестве. Для молодежи и людей среднего возраста это, как правило, результат собственного выбора. Старики же все чаще оказываются одни по независящим от них обстоятельствам: супруг умер, у детей своя жизнь, и часто в другом городе. Единственный выход – это дом престарелых. Там им будет обеспечен надлежащий\* уход, но они уже не смогут ни на что повлиять и постоянно будут ощущать себя ненужными.

Одиночество – это реальная и серьезная угроза здоровью. От него невозможно защититься ни вакцинами, ни чудо-таблетками, ни интенсивной терапией.

Сейчас наука только пытается понять механизмы его влияния на человека. До профилактики и лечения дело дойдет нескоро. Кого-то спасают домашние животные, кого-то – Интернет, кого-то – интерактивные теле- и радиопрограммы. Но можно не сомневаться, что в ближайшие годы и даже десятилетия острота проблемы будет только возрастать.

(по ст.: Б. Значков. Синдром Робинзона // Вокруг света. – 2009. – № 4.)

*Задание 1. Прочитайте комментарии к тексту.*

**Близкий** – 1. находящийся на небольшом расстоянии; 2. о родстве: кровносвязанный, непосредственный,

**Уязвимость** от **уязвимый** – 1. такой, которого легко обидеть; 2. слабый, мало защищенный.

**Схожий** – похожий, сходный.

**Поддаваться** – уступать под чьим-либо давлением.

**Изоляция** – исключение индивида из обычных отношений.

**Безысходность** от **безысходный** – о горе, печали: не имеющий исхода, конца.

**Усугублять** – усиливать, увеличивать.

**Надлежащий** – такой, какой следует, нужный, соответствующий.

*Задание 2. Определите значение словосочетаний, составьте с ними предложения.*

Вредные привычки, семейные заботы, злокачественная опухоль, состояние дел, субъективное ощущение, объективный показатель, душевный дискомфорт, неблагоприятные факторы, очевидные последствия, научные данные, дом престарелых, угроза здоровью, разрушительное влияние, острота проблемы.

*Задание 3. Составьте словосочетания, используя слова группы А и Б.*

**А.** Укорачивать (что-либо), влиять (на кого- / что-либо), угрожать (чем-либо), быть подверженным (чему-либо), поделиться (чем-либо), недооценивать (что-либо), считаться (с кем- / чем-либо), предотвратить (что-либо), повлиять (на что-либо), обеспечить (что-либо, кому-либо).

**Б.** Образ жизни, инфекция, опасность, жизнь, проблемы, здоровье, желание, надлежащий уход, срабатывание бомбы.

*Задание 4. Составьте словосочетания, используя слова пунктов 1 и 2. С полученными словосочетаниями составьте предложения.*

1. Человек, привычка, среда, заботы, уязвимость, ощущение, дискомфорт, последствия, болезнь, факторы, контакты, данные, выбор, уход, угроза, терапия, влияние.
2. Семейный, душевный, телесный, собственный, современный, окружающий, вредный, разрушительный, повышенный, очевидный, научный, реальный, интенсивный, эмоциональный, надлежащий, субъективный, неблагоприятный.

**Задание 5.** Прочитайте синонимы к слову «болезнь». Составьте словосочетания с прилагательными, данными в скобках.

Болезнь – заболевание, недуг, недомогание, нездоровье (тяжелый, легкий, хронический, продолжительный).

**Задание 6.** Определите значение паронимов. Составьте с ними словосочетания. Какие паронимы встретились вам в тексте?

Кровный – кровавый, различимый – различный, схожий – сходный, временный – временной.

**Задание 7.** Уточните значения следующих слов, составьте с ними предложения.

Одинокий, одиночка, одиночество, одиночный, единственный.

**Задание 8.** Ответьте на вопросы к тексту.

1. Что сильнее всего укорачивает жизнь современного человека?
2. О каких выводах ученых говорится в тексте?
3. Какие болезни чаще всего укорачивают жизнь одиноким людям?
4. Что такое «социальная изоляция», «психологическая изоляция»?
5. Что можно отнести к наиболее очевидным последствиям изоляции?
6. Какая программа встроена в мозг человека?
7. Каков типичный образ жизни современного жителя планеты?
8. Почему во всем мире растет количество одиноких людей?
9. Как люди спасаются от одиночества?

*Задание 9. Напишите сочинение на одну из предложенных тем.*

«Причины одиночества современного человека», «Лекарство от одиночества», «Одиночество и уединение – есть ли разница?», «Куда бежать от одиночества?».

### **ДАВАЙТЕ ОБСУДИМ !**

Так уж заложено природой: человек, как все звери и птицы, должен жить в стае.

\* \* \*

На земле существуют так называемые «врожденные одиночки». Они целенаправленно стремятся к одиночеству, потому что им так комфортнее. Приблизительно одна десятая часть населения планеты является именно такими одиночками.

\* \* \*

Интересное открытие сделали голландские ученые: одиночество объясняется не только застенчивостью или волею случая, но отчасти может передаваться и по наследству.

(А. Новоселова. Живем долго, <http://www.sta-net.ru/medikal/>)

\* \* \*

Статистика «телефона доверия» свидетельствует, что половина обращений тем или иным образом связана с проблемой одиночества. Вероятно, это можно объяснить тем, что проще открыть душу незнакомому человеку. Так иногда рассказываем мы о себе случайному попутчику в вагоне в расчете на то, что уже никогда его больше не увидим.

\* \* \*

Существует определенная связь между одиночеством и низкой самооценкой. Одинокие люди часто чувствуют себя никчемными, некомпетентными, нелюбимыми, ненужными, неуверенными, неудачливыми, несчастливыми. Оценивая себя таким образом, они уверены, что и другие оценивают их так же. Любую критику в свой адрес они воспринимают как подтверждение своей неполноценности. Любая неудача для них – катастрофа. Нередко выход из таких ситуаций они видят в алкоголе и наркотиках

(по материалам сайта <http://www.omsklecar.ru>)



**Текст 2****СВИНОЙ ГРИПП – МИФЫ И РЕАЛЬНОСТЬ**

17 апреля 2009 года были зафиксированы первые два случая свиного гриппа А/Н1N1. Всего 12 дней спустя, 29 апреля, генеральный директор ВОЗ в своем официальном обращении объявил чрезвычайную ситуацию (уровень 5). Спустя 1,5 месяца после первых случаев заражения, 11 июня, ВОЗ официально объявила о пандемии гриппа А (6 уровень).

Но почему ВОЗ объявила пандемию, если у гриппа А смертность\* значительно ниже, чем у ежегодного сезонного гриппа? Оказывается, в мае ВОЗ поменяла официальное определение пандемии. Из определения был изъят\* критерий значительного уровня смертности. С новым определением пандемии ежегодные сезонные вирусы гриппа – это уже пандемия, не говоря о других болезнях.

Известно, что ВОЗ разрабатывает рекомендации для стран-участниц. Но в ее уставе есть пункт, по которому в период пандемии она дает не рекомендации, а прямые указания или приказы.

Что же может приказать ВОЗ странам-участницам? Например, обязательную вакцинацию.

Одним из главных производителей вакцин против свиного гриппа является компания «Baxter International» (США). Но вот что вызывает удивление: компания «Baxter International» запатентовала вакцину Н1N1 еще 28 августа 2008 года!

Патентная заявка была зарегистрирована за семь месяцев до того, как о «новом» подтипе вообще стало известно. Руководители «Baxter International» сообщили, что будут поставлять вакцину по всему миру.

Дэвид Айк в своей статье «Не так страшен грипп, как его вакцина», пишет: «Компания «Baxter International» является одним из основных поставщиков вакцины против свиного гриппа, которую правительства по всему миру навязывают\* населению без мало-мальски\* серьезной проверки на безопасность. Санитарные инспекции в лучшем случае ограничились тестами продолжительностью менее одной недели».

Лондонская «Таймс» сообщила: «Клинические тесты будут продолжены одновременно с началом общей массовой вакцинации населения».

В то же самое время фармацевтические компании запросили снять с них всякую ответственность за возможные негативные побочные эффекты от вакцины. Они аргументировали это тем, что работа, которую они на себя взяли, требует сверхусилий. Ведь за рекордно короткое время им необходимо было произвести 4,6 миллиарда доз.

В США уже подписан акт, по которому фармацевтические компании не отвечают за возможные последствия вакцинации. Из этого следует, что потребитель лишается хоть какой-то гарантии.

Многие прививаются от сезонного гриппа каждый год и ничего страшного в этом не видят. Однако 26 сентября 2009 года в мировой сети появилось видеообращение испанской монахини Тересы Форкадес. В нем доктор медицины, бывший врач, Т. Форкадес, озвучила точку зрения многих медиков. Она привела научные факты, которые заставляют взглянуть на ситуацию с пандемией по-новому.

Тереса объясняет, что есть существенные отличия новой вакцины от привычных ежегодных вакцин.

Новая вакцина состоит из двух доз. С обычной прививкой от гриппа получается уже три дозы. Человек получит три вакцины с тремя живыми вирусами разных типов. Пока еще никто не знает, как отреагирует на это человеческий организм. Но вероятность побочных эффектов, а такую вероятность имеют все вакцины, увеличивается в три раза.

Из-за огромного количества доз, которые надо произвести, в этой вакцине используются адъюванты\*, еще ни разу не опробованные\*. Новый адъювант – в 10 раз эффективнее известных. При этом возникает возможность поражения центральной нервной системы и таких побочных эффектов, как паралич и артрит.

Основная рекомендация, которой заканчивает свое обращение Тереса Форкадес: «Не прививаться!» Многие медики присоединяются к этой рекомендации, но, находясь в системе, боятся делать такое заявление открыто.

Тем временем в конце 2009 года в штате Нью-Йорк стали проводить принудительную\* вакцинацию от гриппа. Перед вак-

цинацией давали подписать бумагу, в которой были перечислены возможные тяжелые осложнения, вплоть до внезапной смерти. Человек обязан был подписаться под этим документом в том, что он с вероятными последствиями ознакомлен и претензий иметь не будет. Дома отсидеться тоже не удавалось: действовали передвижные прививочные команды. Всех сотрудников госпиталей Нью-Йорка, отказавшихся от принудительной вакцинации, с 1 декабря приказано было ... уволить!

Так на какой же эффект действительно была рассчитана вакцинация? Волновало ли разработчиков вакцины здоровье людей вообще? Какие цели они преследовали? Не является ли пандемия свиного гриппа 2009 года заранее спланированной глобальной биотеррористической операцией?

(по кн.: Т. Грачева. Когда власть не от Бога)

*Задание 1. Прочитайте комментарии к тексту.*

**Смертность** – количество смертей.

**Изъять** – исключить, устранить (офиц.), а также вообще удалить, вынуть (книж.).

**Навязывать** – принуждать, заставлять принять, купить что-нибудь.

**Мало-мальски** – хоть немного, хоть в какой-нибудь степени.

**Адъювант** – часть вакцины, которая отвечает за «возбуждение» иммунной системы и должна спровоцировать превосходящий иммунитет.

**Опробованный** – подвергнутый испытанию до применения.

**Принудительный** – осуществляемый по принуждению.

*Задание 2. Определите значение словосочетаний, составьте с ними предложения.*

Официальное обращение, случаи заражения, уровень смертности, страна-участница, вызывать удивление, основной поставщик, проверка на безопасность, вакцинация населения, побочный эффект, существенные отличия, живой вирус, сделать заявление, тяжелые осложнения, иметь претензии, биотеррористическая операция.

**Задание 3.** Уточните значение следующих слов по словарю, составьте с ними предложения.

Заразиться, заразный, заражение, зараза; вакцина, вакцинация, вакцинировать; прививать(ся), прививка, прививочный.

**Задание 4.** Соедините и согласуйте левую и правую части.

|                            |  |
|----------------------------|--|
| 1. поменять (что?)         | случаи заражения                         |
| 2. объявить (что?)         | патентная заявка                         |
| 3. зафиксировать (что?)    | клинические исследования                 |
| 4. разрабатывать (что?)    | рекомендации для стран-участниц          |
| 5. зарегистрировать (что?) | чрезвычайная ситуация                    |
| 6. ограничиться (чем?)     | официальное определение пандемии         |
| 7. продолжить (что?)       | принудительная вакцинация                |
| 8. нести (что?)            | точка зрения                             |
| 9. лишить (кого?)          | непродолжительные тесты                  |
| 10. озвучить (что?)        | ответственность за возможные последствия |
| 11. проводить (что?)       | какие-либо гарантии                      |

**Задание 5.** Объясните значения паронимов. Составьте с ними словосочетания. Какие из этих паронимов встретились вам в тексте?

Заразный – заразительный, значительный – значимый, истерика – истерия, больной – болезненный – болевой, указ – указание, приказ – приказание.

**Задание 6.** Прочитайте аббревиатуры, расшифруйте их, определите их род, составьте с ними предложения.

ООН, ВОЗ, СМИ, РАМН, ОРВИ, СПИД, ЕС, ТНК, ЭКГ, БАД, УЗИ, АМН.

**Задание 7.** Ответьте на вопросы к тексту.

1. Когда были зафиксированы первые случаи свиного гриппа?

2. Почему ВОЗ изменила официальное определение пандемии?
3. Каковы функции ВОЗ?
4. Кто первым запатентовал вакцины против свиного гриппа?
5. Несут ли фармацевтические компании ответственность за негативные побочные эффекты?
6. В чем принципиальное отличие новой вакцины против гриппа от других вакцин?
7. Как отнеслись медики к идее принудительной вакцинации против свиного гриппа?

**Задание 8.** *Ответьте на вопросы.*

1. Существует ли государственная программа вакцинации детей (взрослых) в вашей стране?
2. Принимаете ли вы участие в этой программе?
3. Как вы относитесь к системе «календарных прививок»?
4. Что вы знаете о ВОЗ (история, структура, задачи, сферы деятельности, работа)?

**Задание 9.** *Напишите сочинение на одну из этих тем.*

Ежегодно 7 апреля отмечается Всемирный день здоровья. ВОЗ каждый год посвящает Всемирный день здоровья каким-либо темам: «Урбанизация и здоровье» (2010 г.), «Защитим здоровье от изменений климата» (2008 г.), «Движение – это здоровье» (2002 г.), «Активное долголетие меняет жизнь» (1999 г.), «Безопасное материнство» (1998 г.), «Новые инфекционные болезни» (1997 г.), «Здоровые города для лучшей жизни» (1996 г.) и т.д.

**ДАВАЙТЕ ОБСУДИМ !**

\* \* \*

Д. Дорст, микробиолог из Южного Уэльса, пишет: «Страх, который создает пропаганда относительно смертельных болезней и того, как вакцины могут их предотвратить, является очередной ложью, существующей, чтобы убедить массы, что вакцины эффективны... Но однажды вакцины начнут делать то, для чего они

на самом деле не предназначены – контролировать население в глобальных масштабах».

Речь идет о нановакцинах.

Под предлогом эпидемии свиного гриппа на производство нановакцин были выделены огромные деньги. «Одно из ключевых направлений развития нанотехнологий в фармакологии и медицине – создание нановакцин и адресная доставка лекарств» – пишут «Ведомости» (06.10.2009).

Согласно глобальному плану развития отрасли, составленному ЕС, это направление в ближайшие годы ожидает бурный рост. К 2015 году эффективная адресная доставка лечебных препаратов станет массовой методикой, достигшей коммерческой стадии».

Однако, как считает академик РАМН Сергей Колесников, «наносубстанции могут обладать огромной разрушительной (!) силой, поскольку мы еще толком не знаем, как они могут влиять на организм. Требуется новые и очень серьезные исследования».

(по кн.: Т. Грачева. Когда власть не от Бога)

\* \* \*

«Английская газета «The Guardian» и ряд европейских СМИ опубликовали мнения независимых ученых-эпидемиологов, которые обвинили ВОЗ в завышении опасности свиного гриппа. Компанию против ВОЗ начали английский эпидемиолог Том Джефферсон из независимой ассоциации ученых «Cochrane Collaboration» и его коллега из США Уильям Энгдаль. Они обвинили ведущих экспертов организации в том, что они связаны с фармацевтическими компаниями. По мнению независимых ученых, ВОЗ объявила о повышении угрозы пандемии свиного гриппа до максимального, 6 уровня в интересах бизнес-структур, хотя уровень смертности от этого заболевания не превышал смертность от обычного сезонного гриппа. По последним данным ВОЗ, в мире от вируса А/Н1N1 скончалось 7826 человек. Последний раз ВОЗ объявила о 6 уровне пандемии в 1968 году, когда от гонконгского штамма вируса гриппа умерло около 1 миллиона человек.

Решение ВОЗ объявить пандемию вызвало панику во всем мире. Правительства разных стран выделили на закупку препаратов от свиного гриппа не менее 7 миллиардов евро. При этом ВОЗ настойчиво рекомендовала для профилактики и лечения за-

болевания только два препарата «Тамифлю» (производитель «Roche») и «Релензу» (производитель – «GlaxoSmithKline»).

Эксперты из «Cochrane Collaboration» объявили еще и о том, что средство «Озельтамивир», продаваемое под торговой маркой «Тамифлю», «обладает незначительной эффективностью в борьбе с симптомами гриппа и простуды». Оно помогает лишь при повторной профилактике тем, кто уже переболел гриппом.

(по ст.: А. Козенко, Е. Кузнецова, И. Седых.  
На свином гриппе заработали миллиарды // Коммерсантъ. – 10.12.2009. – № 231(4286).

### Текст 3

#### ВСЕМИРНЫЙ НЕДУГ

Планету охватила небывалая эпидемия. Болезнь эта незаразна, но это не мешает ей проникать во все страны и регионы и пополнять список своих жертв. Ею уже поражена шестая часть человечества. По расчетам, лет через десять эта болезнь выйдет на первое место среди причин смертности. Болезнь эта имеет два названия: более легкая форма – избыточный\* вес, тяжелая – ожирение. ВОЗ признала ожирение «неинфекционной эпидемией». Эффективных средств борьбы с ожирением не найдено до сих пор.

Почему же человечество вдруг начало толстеть и почему оно ничего не может с этим поделать?

Еще не так давно у множества самых разных народов полнота не считалась чем-то болезненным. Наоборот, она воспринималась как символ материального изобилия\* и вообще жизненного успеха. Всему этому есть объяснение. Люди на протяжении всей истории боялись голода. Изобильные времена сменялись скудными\*, на смену щедрому лету приходила лютая\* зима, а за урожайными годами следовали неурожайные. Задолго до того, как человек научился создавать и хранить запасы пищи, его организм поступал так же, как и организм животных. Всякий раз, когда человек получал возможность есть, он съедал гораздо больше, чем было необходимо. В ходе множества биохимических реакций излишки питательных веществ накапливались в виде

специальной жировой ткани. Можно сказать, что таким образом создавались стратегические запасы\*.

Такая система была абсолютно нормальной в условиях, когда доступ к пище был нерегулярным и требовал больших физических усилий. Не важно, была ли это охота или полевые работы. За последние десятилетия население целых континентов получило возможность есть досыта, не прилагая серьезных физических усилий. Победа над голодом – великое достижение человечества. Вот только система регуляции пищевого поведения об этом ничего не знает! Она по-прежнему требует запасаться впрок.

Существует множество теорий, объясняющих формирование избыточного веса. Одни уделяют больше внимания генетическим факторам, другие – обстоятельствам раннего детства, третьи – социальным условиям жизни.

Человек ест много калорийной пищи. По улицам его возит автомобиль или общественный транспорт, на нужный этаж доставляет лифт. Профессиональная деятельность многих проходит в удобном кресле, в домашней работе помогает пылесос, стиральная машина и кухонный комбайн. Вес человека увеличивается, а вместе с ним растет сложность выполнения физических нагрузок. Ежедневный рацион сокращать никто и не думает.

Вот уже которое десятилетие мировая медицина ищет средства против всемирного недуга. Создано множество специальных «легких» продуктов – со вкусом «как у настоящих», но пониженной калорийности. Разработано не меньшее количество диет. Однако похудеть с их помощью удалось всего 5% толстяков. Не меньше создано и медицинских препаратов. Как выяснилось, они не только не замедлили распространение эпидемии, но и усложнили ситуацию. Многие из них имеют очень опасные побочные эффекты: одни способствуют развитию депрессии, другие вызывают повышение артериального давления, нарушение сна и тошноту, третьи отрицательно действуют на пищеварительную систему.

Следует сказать, что в некоторых случаях избыточный вес играет и положительную роль. Согласно статистическим данным, люди с небольшим избыточным весом умирают от пневмонии, травм, некоторых инфекционных болезней, болезни Паркинсона на 40% реже, чем худые. Люди с избыточным весом быстрее по-



правляются после инфарктов. Правда, и сами инфаркты у них бывают чаще, чем у худых.

Напрашивается печальный вывод: бороться с болезнью, к которой нас подталкивают наши гены и заложенный в них эволюционный опыт предков, очень сложно. И если медицина не найдет эффективных средств против ожирения, у этой болезни есть все шансы занять одно из первых мест в XXI веке.

(по ст.: И. Стрельцов. Обратная сторона сытости // Вокруг света. – 2008. – № 2)

## КОММЕНТАРИИ

**Избыточный** – излишний, выходящий за пределы необходимого.

**Изобилие** – 1. очень большое количество чего-либо; 2. достаток, богатство.

**Скудный** – недостаточный; бедный в каком-либо отношении.

**Лютый** – очень сильный, тяжкий, причиняющий мучения.

**Стратегические запасы** – государственные запасы продовольствия, топлива, товаров, создаваемые для обеспечения экономической безопасности на случай непредвиденных критических условий.

## Текст 4

### ХВОСТАТЫЙ ДОКТОР

Только у закоренелых скептиков мысль о том, что животные могут лечить, вызовет усмешку. В каких академиях их обучают врачебному делу?

Но лечение с помощью животных было известно тысячи лет назад. Сейчас лишь возрождаются забытые рецепты наших предков.

К сожалению, современный человек лишен многих естественных контактов с окружающим миром. Это, в конечном счете, приводит к депрессиям, стрессовым состояниям, одиночеству и различным заболеваниям.

Еще в V веке до нашей эры Гиппократ заметил влияние окружающей среды на человека. Древние целители рекомендовали

при нервных расстройствах холодный душ, ходьбу босиком и езду на лошади.

Древние греки обнаружили, что помочь людям справиться с некоторыми недугами способны собаки. В Египте в тех же целях использовали кошек. В Древней Индии прописывали в качестве лекарства прослушивание птичьего пения.

Со временем вера в подобный метод оздоровления людей почти угасла. Но в XVIII веке зоотерапия возродилась в Англии. Уже в 1792 году в Йорке животные использовались как часть терапевтического процесса. Именно в Великобритании делались первые попытки научного осмысления зоотерапии. Здесь эта наука пропагандировалась, преподавалась, здесь она процветает и поныне.

В наше время анималотерапия признана во многих странах. Созданы институты, занимающиеся исследованием влияния животных на людей. Проводятся международные конференции и семинары, посвященные методикам лечения с помощью животных.

Какие же животные способны стать докторами? По сути дела, все живые существа могут оказать человеку эффективную психологическую помощь.

Иппотерапия как основное средство использует общение с лошадьми и верховую езду. Иппотерапия – это эффективная лечебная физкультура. С конца 50-х годов ее начали применять при психологических и неврологических заболеваниях.

Общение с дельфинами (дельфинотерапия) помогает снять психологическое напряжение. После общения с дельфинами человек успокаивается, начинает нестандартно мыслить, быстро находит выход из кризисной ситуации. Дельфинотерапия – это прекрасная психологическая реабилитация для людей, попавших в экстремальные условия, переживших землетрясение, ураганы, аварии или любой другой стресс. Их пациенты – предприниматели, люди творческих профессий, дети с заболеваниями нервной системы.

В канистерапии в качестве доктора выступают собаки. Собака – прекрасное «лекарство» против гиподинамии, вызванной малоподвижным образом жизни. Прогулки с собакой снижают вероятность сердечно-сосудистых заболеваний. Собака уменьшает дефицит в общении, повышает самооценку хозяина, улучшает его общительность, разрешает конфликты в семье. Частыми гостями являются собаки в хосписах и психиатрических клиниках.

Фелинотерапия – терапевтическое воздействие кошек. Кошки скрашивают одиночество, успокаивают, снижают артериальное давление. Кошка – своеобразный прибор, который угадывает больные места хозяина. Мурлыканье кошки (а это определенные звуковые колебания) тоже способствует исцелению. Длительная дружба с кошкой укрепляет иммунную систему и способствует здоровью и долголетию.

Пиявка (гирудотерапия) за много тысячелетий «присосалась» практически ко всем отраслям медицины. Она дает потрясающие результаты в кардиологии, офтальмологии, дерматологии, хирургии, гинекологии, урологии, неврологии. В последнее время при помощи пиявок лечат целлюлит, худеют и даже омолаживаются.

В анималотерапии используются и другие животные, но гораздо реже, так как прямой терапевтический эффект в этих случаях несколько ниже. Так, например, американское общество «Дельта» использует в своей работе морских свинок, кроликов, кур, лам, коз, осликов, попугаев и других одомашненных животных. Африканские племена лечатся слонами и крокодилами, австралийцы проводят сеансы кенгуротерапии.

Всех этих фактов более чем достаточно для признания удивительной и пока необъяснимой зоотерапии.

(по материалам <http://www.qenon.ru/>)

## Текст 5

### ЗА ЗДОРОВЬЕМ В СУПЕРМАРКЕТ

В США в последние годы все более популярными становятся Minute clinic, которые располагаются в больших супермаркетах. Правда, принимает в них не врач, а медсестра. Но американцев это не смущает. На их взгляд, главные достоинства этих клиник – отсутствие предварительной записи и очередей, низкая цена.

Одна медсестра обслуживает примерно 40 пациентов в день. В миниклинике можно сделать то же самое, что и в обычном центре: измерить давление, температуру, послушать сердце и легкие, сделать прививки, уколы, провести некоторые тесты и выписать рецепты.

Все «удовольствие» стоит от 25 до 70 долларов. В США 46 миллионов человек не имеют медицинской страховки. Для них миниклиники – просто спасение и явная экономическая выгода. Если они обратятся в обычный медицинский центр, встреча с врачом обойдется им в 150 долларов.

Сторонники миниклиник считают, что такая система бережет время, деньги и силы. По их мнению, у современных людей нет времени ходить по больницам, вести долгие разговоры с доктором, намного удобнее заехать в любой магазин и за покупками, и за «здоровьем». Кроме того, защитники новых клиник ссылаются на результаты социологических опросов. Согласно этим опросам, жители США недовольны своей медицинской системой в большей степени, чем граждане Австралии, Новой Зеландии, Великобритании. В частности, две трети американцев жаждут «ментальной помощи, хотят видеть врача в день, когда заболели, а не ждать два-три дня».

Но и у критиков миниклиник есть свои аргументы. Они считают, что за 10-15 минут медсестра не может оказать серьезную помощь, точно поставить диагноз, из-за отсутствия обычной медицинской карты невозможно полностью определить состояние больного. Кроме того, быстрое обслуживание нарушает и постепенно убивает необходимую связь «врач-пациент», доверие между врачом и больным. Помимо этого, врач в госпитале или клинике, зная, что видит больного не первый и последний раз, чувствует ответственность перед ним. Быстро еще не значит хорошо.

Немало симптомов могут быть вызваны разными болезнями. Нередко очереди к врачам вызваны тем, что медики подходят к лечению и оказанию помощи с огромным чувством ответственности. Такое чувство вызвано не только наставлениями Гиппократов, но и тем, что в США врачи часто отвечают перед судом.

(по ст.: А. Грипас. Американцы лечатся в супермаркетах //  
Заграница. – № 19(330))

## ГЛАВА 2. АВТОМИР

### Текст 1

#### ТРАНСПОРТНАЯ РЕВОЛЮЦИЯ

Попытки упорядочить дорожное движение предпринимались еще в Древнем Риме. Первые правила дорожного движения ввел Юлий Цезарь\*. Некоторыми из них мы пользуемся и сейчас. Например, были введены улицы с односторонним движением. Проезд частных колесниц\*, повозок и экипажей\* по Риму был запрещен с восхода до конца рабочего дня. Иногородние были обязаны оставлять свой транспорт за чертой города и могли передвигаться по улицам только пешком или в наемных паланкинах\*. За соблюдением этих правил следила специально созданная служба.

Прототипами\* дорожных знаков стали таблички, которые информировали путешественников о направлении движения и расстоянии, которое им предстоит преодолеть.

С появлением автомобиля возникла необходимость в правилах дорожного движения. Но эти правила заметно отличались друг от друга в разных странах. Поэтому в 1909 году на международной конференции в Париже было принято решение о единых для всех стран Европы правилах дорожного движения.

Предупреждать, запрещать, предписывать и указывать – у каждого знака свое назначение. Они помогают водителям и пешеходам ориентироваться на дороге и служат безопасности участников дорожного движения.

Однако сегодня ведутся дискуссии о «засилье\* дорожных знаков», которые часто противоречат друг другу и отвлекают внимание водителей от ситуации на дороге. В Германии, например, действует 648 различных указателей, дорожный знак встречается каждые 28 метров, а в общей сложности их около 20 миллионов. В плотном транспортном потоке одновременно следить за дорогой и анализировать все эти указатели и комбинации достаточно сложно. К тому же исследования по безопасности дорожного движения показали, что около 70% дорожных указателей водители просто не замечают. Если водитель двигается по знакомому маршруту, то количество незамеченных знаков возрастает.

И вот в Европе развернулась компания по упрощению дорожного движения и ликвидации «лишних» дорожных знаков, разметки и светофоров. Вдохновителем стал Ганс Мондерман – один из ведущих экспертов по организации автодорожного движения в Европе. Основная идея Мондермана такова: проезжая часть не должна отличаться от тротуара или велосипедной дорожки, а автомобилисты должны быть лишены привилегий. «Большинство дорожных происшествий случаются не из-за ошибки, а из-за неверной реакции на чужую ошибку», – поясняет автор проекта. Управление дорожным движением должно осуществляться не с помощью искусственного регулирования, а с помощью естественного взаимодействия между людьми. Его проект получил название «Общее пространство» (Shared Space).

Идеи Мондермана многим кажутся абсурдными. Если убрать все разграничения между пешеходом и автомобилем, шоссе и тротуаром (как физические, так и нормативные), движение станет более опасным и для пешеходов, и для водителей. Однако Мондерман настаивает на том, что при таких обстоятельствах все участники движения станут вести себя осторожнее. Чем больше предписаний, тем меньше собственная ответственность. Такова психология человека.

Конечно, такой масштабный проект строится не только на смелых идеях Мондермана. В разработке концепции «пространства» принимают участие службы дорожного планирования, психологи, социологи и даже ландшафтные дизайнеры. Неожиданную поддержку получил проект и со стороны экологов, которые считают, что «бесполезные регулировщики» зря расходуют электроэнергию.

На родине Мондермана, в Голландии, уже 11 населенных пунктов обходятся без дорожных знаков. В Драхтене со времени старта этого проекта (2000 год) число ДТП снизилось на 70%, пропускная способность дорог увеличилась, а пробки остались в прошлом.

С каждым годом увеличивается число городов, участвующих в этом проекте. Опыт перенимают в Австрии, Дании, Франции, Германии, Испании, Швеции, Великобритании, США.

(по ст.: А Куц. Знаковые перемены европейского масштаба, <http://www.vokrugsveta.ru/telegraph/techniks/458/>).

**Задание 1. Прочитайте комментарии к тексту.**

**Гай Юлий Цезарь** (100 или 102 до н.э. – 44 до н.э.) – древнеримский государственный и политический деятель, полководец, писатель.

**Колесница** – большой колесный экипаж.

**Экипаж** – легкая не грузовая повозка, коляска.

**Паланкин** – средство передвижения в виде укрепленного на длинных шестах крытого кресла или ложа, которое несут носильщики.

**Прототип** – начальный, основной образец, источник.

**Засилье** – вредное, подавляющее влияние кого-чего-нибудь на ход жизни, дел.

**Задание 2. Уточните значение словосочетаний, составьте с ними предложения.**

Предпринять попытку, черта города, соблюдение правил, ориентироваться на дороге, отвлекать внимание, транспортный поток, развернуть кампанию, ведущий эксперт, проезжая часть, лишить привилегий, взаимодействие между людьми, разработка концепции, расходовать электроэнергию, пропускная способность.

**Задание 3. Образуйте существительные от глаголов по образцу. Какие из них встретились в тексте?**

**Образец:** двигать – движение.

Предупреждать, лишать, запрещать, соблюдать, упрощать, снижать, отражать, решать, предназначать, прекращать.

**Задание 4. Дополните таблицу.**

| Предупреждающие знаки | Предписывающие знаки | Запрещающие знаки | Информационные знаки | Знаки особых предписаний         | Знаки сервиса     |
|-----------------------|----------------------|-------------------|----------------------|----------------------------------|-------------------|
| разводной мост        | движение прямо       | обгон запрещен    | схема объезда        | дорога с односторонним движением | мойка автомобилей |

Дети, разворот запрещен, автомагистраль, пункт питания, место стоянки, пешеходная дорожка, ограничение минимальной скорости, скользкая дорога, ограничение максимальной скорости, пешеходный переход, тоннель, тупик, место отдыха, ограничение высоты, дорожные работы, подземный пешеходный переход, движение запрещено, затор, место остановки автобуса, рекомендуемая скорость.

**Задание 5.** Закончите предложения словами из текста.

1. Первые правила дорожного движения ввел ...
2. Таблички, которые информировали путешественников о направлении движения и расстоянии, стали ...
3. Решение о единых для всех европейских стран правилах дорожного движения было принято ...
4. Все чаще ведутся дискуссии о «засилье дорожных знаков», т.к. ...
5. Исследования по безопасности дорожного движения показали, что ...
6. Идеальный вдохновитель кампании по упрощению дорожного движения ...
7. Основная идея проекта «Общее пространство» в следующем: ...
8. Многие идеи Мондермана кажутся абсурдными, т.к. ...
9. В разработке концепции «Общего пространства» приняли участие ...
10. Опыт Мондермана перенимают ...

**Задание 6.** Ответьте на вопросы.

1. Какие знаки дорожного движения игнорируются чаще всего? (нарушаете вы лично?)
2. Есть ли у вас знаки дорожного движения, которые отсутствуют в других странах? Какие?
3. Поддерживаете ли вы идеи Мондермана? Почему?
4. Какие реформы в системе правил дорожного движения могли бы предложить вы?

**Задание 7.** Напишите сочинение на одну из предложенных тем.

1. Кому нужны правила дорожного движения?



2. Причины аварий на дорогах.
3. Ганс Мондерман – пионер дорожной анархии.

### **ДАВАЙТЕ ОБСУДИМ!**

Мондерман сумел заинтересовать своей новой теорией не только власти города Бомте, но и руководителей Евросоюза. Последние пообещали компенсировать бюджету Бомте половину всех затрат на демонтаж знаков. А дело это, между прочим, не дешевое – 1,2 млн евро.

(по материалам сайта [auto.mail.ru](http://auto.mail.ru))

\* \* \*

Согласно данным ЕС, в результате ДТП ежегодно гибнет 43000 людей, а 1,8 млн получают травмы. Несоблюдение безопасности дорожного движения обходится в 160 млрд евро.

Самыми безопасными дорогами в странах ЕС признаны автомагистрали Мальты и Нидерландов. Безопаснее двигаться стало по дорогам Франции, Люксембурга и Португалии, где с 2001 года количество летальных случаев во время ДТП снизилось на 40%.

(по материалам сайта <http://www.rate1.com.ua/ehconomika/transport-i-svgaz/>)

### **Текст 2**

#### **В ИНДИИ ВСЕ ПО-ДРУГОМУ**

Описать индийское дорожное движение – задача не из легких. Для того чтобы управлять автомобилем в Индии, мало быть подготовленным водителем. Надо пожить в этой стране, и если не понять ее, то хотя бы просто принять ее такой, какая она есть. Здесь все иное, в том числе и дорожное движение.

Местное население традиционно рассматривает дороги как часть интерьера своего жилища и использует их для своих нужд. На дорогах расстилают для просушки выстиранное белье, раскладывают сжатый\* рис и кокосовую скорлупу\*. Проезжающий транспорт обмолачивает\* рис и давит скорлупу – дешево и сер-

дито\*. По дорогам гоняют скот. И совершенно не имеет значения, проселочная\* это дорога или скоростная трасса. На последних через каждые 50-70 километров посты дорожной службы, взимающие плату за проезд (в среднем около доллара с легковушки\*).

Что касается дорожных знаков, то индийцы предельно демократичны и либеральны – каждое управление дорожной полиции может оформлять знаки так, как ему кажется целесообразным.

Движение – левостороннее. Но оно имеет очень мало общего с левосторонним движением в Великобритании и Австралии. Сплошь и рядом\* едут в противоположном направлении. Подача звуковых сигналов не запрещается, а наоборот всячески приветствуется. На большинстве грузовиков даже есть надписи на задних бортах: «Please, sound horn!» («Пожалуйста, сигнал!»). Поэтому сигналият все и всегда, предупреждая о своем приближении.

Самый распространенный в Индии транспорт – желтые мотороллеры, имеющие обиходное\* название «туктук». Недорогой, выносливый, юркий\*, очень экономичный, он перевозит все: от пассажиров (норма загрузки – сколько влезет) до коров.

Купить автомобиль в Индии может далеко не каждый. Цены на машины сопоставимы с европейскими, а уровень доходов населения значительно ниже. Однако, если индеец приобретает автомобиль, то стремится поскорее окупить затраты. Он занимается извозом\*, сдает машину в аренду и т.п. Водительские права здесь имеют далеко не все. Нередко эти права передаются по наследству от отца к сыну или берутся взаймы у родственников. Впрочем, они не особенно и нужны. Дорожная полиция не имеет привычки их проверять.

С автосервисом в Индии проблем нет. Это подтвердят в любой автомастерской, которых здесь предостаточно и в крупных городах, и в провинции. Починить можно все и везде. Цены – договорные. Качество работ гарантировано, поэтому техника в Индии работает до полного износа.

Угон автомобилей носит эпизодический характер. Чаше крадут велосипеды, мопеды и мотоциклы. Оставляя машину на стоянке, можно быть за нее спокойным.

Сигналам светофора водители следуют до определенного момента. Если красный свет долго не переключается на зеленый, начинают движение: одновременно, аккуратно и организованно.

При этом индийцы умудряются ездить, причем очень даже неплохо. Аварии на дорогах случаются, но дорожная полиция работает оперативно.

Несмотря на обилие транспорта, пробок на дорогах не так много. Они могут возникать в сезон уборки сахарного тростника. Этот тростник перевозится на специальных грузовиках (рисовозах), которые занимают много места на дороге.

Дорожного хамства в Индии нет, несмотря на то, что все лезут\* кому куда надо. Напротив, здесь развито взаимоуважение и забота. Например, идет легковушка на обгон грузовика, а его водитель подает знак: «Подожди!» И вот через пару секунд на встречу вылетает мотоциклист, которого было не видно из-за грузовика. Как только дорога освободилась, грузовик обязательно пропустит легковушку вперед.

Поэтому трудно ответить на вопрос, что же все-таки лучше – западный порядок и дисциплина или индийское взаимоуважение? А вы как считаете?

(по ст.: С. Рогожкин. ПДД по-индийски // За рулем – Регион. – 2008. – № 5. – март.)

*Задание 1. Прочитайте комментарии к тексту.*

**Сжатый от сжать** – срезать под корень (стебли зерновых).

**Скорлупа** – твердая оболочка (яйца, ореха).

**Обмолачивать** – очищать, извлекать зерно из колосьев, метелок, початков.

**Дешево и сердито** (разг.) – о чем-нибудь дешевом, доступном и в то же время вполне отвечающем своему назначению.

**Проселочная дорога** – грунтовая дорога между небольшими населенными пунктами.

**Легковушка** (разг.) – легкой автомобиль.

**Сплошь и рядом** (разг.) – почти всегда, очень часто.

**Юркий** – быстрый, увертливый.

**Извоз** (разг.) – платные перевозки пассажиров владельцами личных автомобилей.

**Лезть** (разг.) – проникать куда-нибудь.

**Задание 2.** *Определите значение словосочетаний, составьте с ними предложения.*

Управлять автомобилем, местное население, гонять скот, скоростная трасса, дорожная полиция, левостороннее движение, подача звуковых сигналов, уровень доходов, окупить затраты, водительские права, передаваться по наследству, брать займы, угон автомобиля, сигнал светофора, пробки на дорогах, идти на обгон.

**Задание 3.** *Составьте словосочетания со словами из левой и правой части. С полученными словосочетаниями составьте предложения.*

1. подача аварийная остановка
2. зона дорожное движение
3. правила обязательное страхование
4. знак максимальная скорость
5. превышение звуковой сигнал
6. состояние транспортное средство
7. лишение алкогольное опьянение
8. край пешеходный переход
9. обеспечение водительские права
10. движение проезжая часть
11. полис безопасность движения

**Задание 4.** *Прочитайте и расшифруйте следующие аббревиатуры.*

ДПС, ПДД, ГИБДД, ДТП, АЗС.

**Задание 5.** *Закончите предложения словами из текста.*

1. Для того чтобы управлять автомобилем в Индии, мало ...
2. Индийцы рассматривают дороги как часть ...
3. В отношении дорожных знаков индийцы предельно ...
4. подача звуковых сигналов ..., а наоборот ...
5. Экономичный и выносливый ярко-желтый мотороллер перевозит ...

6. После покупки автомобиля индийцы поскорее стараются окупить затраты: ...
7. Автосервис в Индии работает прекрасно, поэтому техника работает ...
8. За машину на стоянке можно не беспокоиться, т.к. ...
9. Дорожного хамства в Индии нет, наоборот здесь ...

*Задание 6. Составьте вопросы к тексту.*

*Задание 7. Напишите сочинение на одну из предложенных тем.*

1. Автомобили и автовладельцы.
2. Безопасность дорожного движения.
3. Автомобили будущего.
4. Автотранспорт и окружающая среда.

### **ДАВАЙТЕ ОБСУДИМ!**

\* \* \*

Дорожная полиция в Дели призвала к ответу 665 правонарушителей, после того как она завела себе аккаунт в популярной социальной сети Facebook.

В настоящий момент в столице Индии, где проживает 12 миллионов человек, патрульную службу несут всего лишь 5 тысяч автоинспекторов. Естественно, они не в состоянии отследить все правонарушения на дорогах. Им на помощь пришли сами водители, которые фотографировали и снимали на камеры нарушителей ПДД, а затем выкладывали отснятые материалы на страничку автоинспекции в Facebook.

За два месяца «ябедники» разместили на ней более 3 тысяч фотографий и десятки видеозаписей. Езда на мотоцикле без шлема, парковка в неположенном месте, разворот через двойную полосу и другие нарушения делийских автомобилистов стали достоянием общественности.

На многих фотографиях номер незадачливого водителя был снят крупным планом. Проанализировав опубликованные на сайте материалы, автоинспекция разослала штрафы 665 правонарушителям.

Автоинспекция заводит страничку в Facebook для того, чтобы дать людям возможность общаться на форуме и обсуждать дорожно-транспортные проблемы. Однако такой неожиданный поворот дела она приветствует: если людям хочется сообщить нам о правонарушениях, мы будем рады. В конце концов, правила нарушать нельзя!

(по материалам сайта <http://www.pravo.ru/interpravo/news/>)

\* \* \*

Дорожная полиция Индии больше не штрафует водителей за превышение скорости. Вместо этого полицейские ... дарят нарушителям розы! Заменить штрафную квитанцию на цветок решено ради того, чтобы улучшать отношение водителей к дорожным полицейским.

По словам комиссара полиции города Ахмадабада, «к нарушителям ПДД теперь будут относиться не как к преступникам, а как к гражданам, допустившим незначительный проступок». Их не будут штрафовать, вежливо попросят «больше не нарушать» и подарят розу.

По замыслу полиции, цветы должны показать провинившемуся водителю, что полиция существует не для того, чтобы собирать штрафы и изымать права, а чтобы помогать водителям и обеспечивать их безопасность и комфорт на дороге.

(по материалам сайта <http://www.indostan.ru/novosti/>)

### Текст 3

#### **ОСТРОВ СВОБОДЫ: ОБ АВТОСТОПЕ И НЕ ТОЛЬКО**

Дорога прямая и ровная, машин почти нет. Зато на обочинах десятки кубинцев крутят педали велосипедов. Далеко ли лежит их путь – неизвестно, а в тридцатиградусную жару и короткое расстояние преодолевается с большим трудом. Но путешествовать по своим делам все же нужно. И кубинцы бесстрашно голосуют на перекрестках или на обочине дорог.

Дело в том, что на Кубе автостоп поощряется правительством. Согласно существующему законодательству, определенные типы транспортных средств, если в них есть свободные места, обязаны останавливаться и подвозить попутчиков.

Помимо этого на оживленных перекрестках при выезде из крупных населенных пунктов автостоп организуют «желтые» (amarillos). Это служащие департамента транспорта, одетые в желтую униформу. У них есть табличка «Остановись!», на которую должны реагировать все водители, кроме туристов. Тут же на выезде из городов стоят и желающие отправиться в путь. Иногда собирается достаточно много народу.

«Желтый» останавливает грузовик, спрашивает у водителя пункт назначения, а потом командует: «Тридцать человек в Тринидад!» И кубинцы ловко забираются в кузов по первой команде.

На перекрестке обычно работают трое «желтых». Каждый день они обслуживают около 1000 пассажиров. Система автостопа действует 7 дней в неделю с 6 утра до 6 вечера.

Когда кому-то из пассажиров нужно выйти, они сообщают об этом водителю, громко стуча по крыше кабины.

В конце пути принято платить водителю: местные отдают пару песо, а вот туристам можно раскошелиться и на пару долларов. Для водителя это большие деньги.

Говоря о кубинском автостопе, необходимо отметить его совершенную безопасность по сравнению с так называемыми «развитыми» странами, где открыто предупреждают: опасно подвозить незнакомцев и опасно пользоваться машиной неизвестных лиц.

На Кубе все по-другому. И безопасные совместные поездки с незнакомцами являются прекрасным примером равноправия в кубинском обществе.

По оценке кубинских властей, в год совершается более 31,5 миллиона поездок автостопом.

(по ст.: Л. Пелле. Выставка передвижников // Всемирный следопыт. – 2007. – № 21.)

#### **Текст 4**

### **ДОРОЖНОЕ ХАМСТВО**

Германию многие считают страной с высокой культурой поведения на дорогах. Но ситуации на дорогах возникают разные, и некоторые из них могут закончиться обменом «любезностями».

Власти пытаются строго пресекать дорожное хамство. В Германии существует статья 185 Уголовного законодательства, по которой «оскорбление наказывается лишением свободы сроком до одного года или денежным штрафом». В разных федеральных землях судьи по-разному оценивают тяжесть оскорбительных выражений и жестов. Единых расценок, которые действовали бы по всей стране, не существует. Так, слово «чокнутый» стоит 250 евро, «глупая корова» от 300 до 600 евро, «тупая свинья» – 500, «не все дома» – 750, «дурак в униформе» – 1500, «дерьмо поганое» – уже 2500. За некоторые жесты тоже приходится платить. Например, показать язык – от 150 до 300 евро, покрутить пальцем у виска – 750 евро, жест, эквивалентный слову «идиот» – от 350 до 1000 евро. Цена некоторых жестов может достигать даже 4000 евро.

Ко всему вышеперечисленному в «картотеку грешников» Федерального ведомства автодорожного транспорта во Фленсбурге записываются штрафные баллы. «Баллы во Фленсбурге» считаются одним из наиболее эффективных средств воздействия на немецких водителей. Оскорбление на дороге помимо денежного штрафа – это 5 баллов. Если счет достигает 18 баллов, нарушитель лишается водительских прав. Получить их обратно можно только после очень сложной и дорогостоящей процедуры.

Свой черный счет сейчас открыт у 7,1 миллиона немецких водителей, т.е. у каждого седьмого.

(по материалам сайта <http://www.europeanbelarus.org/be/news/2009/12/16/1104/>)

## Текст 5

### НОВЫЙ ВИД АВТОСОЛИДАРНОСТИ

Разразившийся экономический кризис и, как следствие, подорожание бензина привели к довольно интересным нововведениям.

Во Франции, да и вообще в Европе, на почве автомобильной экономии получило распространение «совождение» (co-voiturage). Это значит, что регулярно или ради каких-то целевых поездок владельцы автомобилей берут себе попутчиков. Таким



образом они экономят на заправках и сокращают свои расходы на платных участках дорог.

В Интернете размещается множество объявлений: «3 места, 15 евро с человека, Париж-Кан, встречаемся у метро ...» Автор анонса доволен: «Вместо 94 евро я плачу за бензин всего 24 евро. Единственный минус – попутчики заканчивают работу в разное время, поэтому приходится ждать».

Социологи гадают, то ли это новый вид бизнеса, то ли новый вид автосолидарности. Эксперты по урбанизму считают, что путешествия в одиночку просто выходят из моды.

У платных участков дорог возникли неофициальные парковки. Система простая: приезжают на нескольких машинах, дальше едут на одной.

Самый частый маршрут – дом-офис. Средний путь от дома до работы – 50 км, в месяц по 1500 км. Значит, нужно два полных бака бензина, т.е. 140 евро в месяц. При средней зарплате 1400 евро это уже не шутка.

Тех, кто живет в агломерациях, вроде парижской или лионской, выручает общественный транспорт. На машине ездят только по выходным, а на работу добираются пригородными поездами или автобусами.

И, конечно, нельзя забывать о велосипедах. Во всех крупных городах (Париж, Лион, Нант, Страсбург) есть службы аренды велосипедов. Первый час – бесплатно, второй – 1 евро. «Бабушкин» вид спорта снова стал модным. Психологи считают «модный» эффект самым важным: подсчитано, что на один арендованный велосипед приходится два, которые достали из чулана или с чердака.

В пригородах Лиона пошли еще дальше. Здесь обходятся даже без велосипедов. Школьники и их родители добираются до школы пешком. Инициатива получила название «пеший автобус» (Pedibus). Она охватила 80 школ и 2 тысячи детей, которые отправляются на уроки и с уроков по 63 пешим маршрутам под присмотром «дежурного» родителя.

«Совождение», велосипеды, «пешие автобусы» – вариантов все больше и больше. Но, как считают социологи, это только подготовка к постановке главного вопроса.

Поскольку жить за городом, а работать в городе слишком дорого, надо переселяться ближе к работе или искать работу рядом с жильем.

(по ст.: А. Вонг, К. Белянинов. Прожить без авто // [www.ogoniok.com/5050/30/](http://www.ogoniok.com/5050/30/))

## Текст 6

### КОРОТКО О РАЗНОМ

На улицах Шанхая планируют впервые в Китае опробовать так называемый налог на пробки. Власти мегаполиса собираются взимать плату за проезд по наиболее забитым транспортным магистралям. По предварительным сведениям, тариф за право доступа в «зону ограниченного движения» составит семь юаней (около \$ 1). Сумма весьма скромная. Тем не менее, полагают местные эксперты, благодаря ей интенсивность движения на наиболее оживленных трассах Шанхая сократится в часы «пик» на 10-20 %, а средняя скорость автомобилей, наоборот, возрастет на 15-25 %.

\* \* \*

Более 30 тысяч швейцарцев регулярно садятся за руль, не имея прав. При этом около 2 тысяч из них никогда даже не пробовали сдать экзамен на получение водительского удостоверения. Эти данные приведены в специальном докладе местного Фонда защиты прав жертв ДТП.

Впрочем, эти цифры, по мнению представителей фонда, только вершина айсберга. Реально таких людей в Швейцарии гораздо больше, однако дорожная полиция страны, утверждают они, «отказывается предоставить достоверные данные или попросту ими не располагает».

В частности, отмечается в докладе, до 40 % водителей, у которых права изъяли за грубые нарушения ДТП, продолжают эксплуатировать свои машины.

Как бороться с «бесправными» автовладельцами? Предлагают, с одной стороны, усилить полицейский контроль на трассах и пересмотреть действующее законодательство, например, карать езду без водительских удостоверений лишением свободы сроком

до трех лет. С другой стороны, снизить расценки на обучение в автошколах для молодежи, «чтобы не вводить ее в искушение ездить без прав».

\* \* \*

Как заявил президент Франции, в ближайшее время в этой стране примут закон, вводящий мораторий на строительство новых автомагистралей и аэропортов, а также запрещающий движение тяжелых грузовиков по скоростным трассам. Таким образом, по замыслу французских властей, большинство пассажиров и грузов будет перевозить железнодорожный транспорт. Это положительно скажется на экологической ситуации.

(Автомир. – 2008. – № 20.)

\* \* \*

На улицах городов Швеции появились первые знаки «Пешеходный переход», на которых красуется символический силуэт не мужчины, а представительницы прекрасной половины человечества. Подобного дорожного равноправия в этой стране наконец-то добились местные феминистки.

\* \* \*

Власти Малайзии решили сурово карать «адских гонщиков», устраивающих свои заезды прямо на городских улицах. Согласно новому закону, стритрейсерам теперь грозит не только солидный штраф (а в отдельных случаях – тюремное заключение), но и показательная порка – три удара крепкой палкой.

(Автомир. – 2008. – № 39.)

\* \* \*

За последний год несколько тысяч жителей Лондона, разговаривая за рулем по мобильникам, налетели на фонарные столбы. Для некоторых все закончилось печально. Поэтому власти одного из муниципалитетов британской столицы распорядились оборачивать опасные столбы поролоном. Эксперимент стартовал на улице Бриклейн, где чаще всего происходят «фонарные» ДТП.

(Автомир. – 2008. – № 19.)

\* \* \*

Давным-давно доказано, что основная причина аварийности на дорогах всех стран – человеческий фактор. Поэтому ученые всего мира ищут возможность повлиять на этот самый человеческий фактор, привлекая современные научные разработки.

В ряде стран для того, чтобы повысить ответственность водителя, начали оборудовать транспортные средства автоматическими фиксаторами параметров движения (скорость, время, направление, ускорения или замедления, углы поворота и т.п.) – своеобразными «черными ящиками».

Изначально они предназначались для повышения объективности разбора ДТП, совершенных с участием транспортных средств специальных служб. Оказалось, что использование «черных ящиков» уменьшает уровень аварийности среди всех водителей. Расчет прост: зная, что все допущенные прегрешения могут стать известны полиции, автовладельцы ведут себя намного осторожнее. Да и избежать ответственности за совершение ДТП становится сложнее.

В итоге все больше машин оборудуются фиксаторами параметров движения уже на конвейере. Владельцев же авто, не имеющих этой системы, страховые компании стимулируют к ее установке.

(Автомир. – 2008. – № 7.)

\* \* \*

Великобритания традиционно держится особняком среди европейских стран. В частности, санкции за нарушение установленных ПДД высоки даже по европейским меркам. Например, непристегнутый ремень безопасности обойдется в 500 фунтов стерлингов, превышение скорости, проезд на запрещающий сигнал светофора – в 1000 фунтов стерлингов. За отсутствие страховки, за управление машиной, будучи лишенным прав, за оставление места ДТП или сокрытие информации о нем нарушителю грозит штраф в 5000 фунтов стерлингов. Однако у британцев есть возможность значительно сэкономить на штрафах. Если деньги будут выплачены в течение двух недель, то предоставляется скидка 50 %.

(Автомир. – 2008. – № 39.)

### ГЛАВА 3. НЕПОСТОЯННАЯ БОГИНЯ

#### Текст 1

#### ИНДУСТРИЯ МОДЫ

Закон современной моды, как и любой индустрии, непреложен\*. Мало придумать и сшить, пусть даже супермодный туалет\*, его нужно еще продать, причем по возможности с хорошей для себя выгодой.

Согласно статистическим данным, модная индустрия приносит в бюджеты развитых европейских стран от 20 % до 30 % дохода, формируя около 25 % ВВП\*. Но, несмотря на баснословные\* прибыли, сущность индустрии моды очень непрочна. Она подвержена влиянию любого колебания, как политического, так и экономического. Поэтому бизнесмены от моды вынуждены неустанно\* следить за всеми составляющими своего бизнеса: супер-передовой дизайн, постоянное обновление производства, отлаженная система продвижения товара на рынке, продуманная до мелочей рекламная политика.

Существует в модной индустрии и еще одна очень непростая наука, которая находится на стыке\* маркетинга и рекламы. Это брендинг.

Понятие «бренд» интернационально для всей индустрии потребления. Но для индустрии моды оно основополагающее. Довольно часто бренд воспринимают как синоним товарного знака. Но это далеко не все: бренд для модного бизнеса – явление культовое. Бренду, или имени, подчинены все без исключения составляющие модного бизнеса: центры дизайнерских разработок, производственные потоки, рынки сбыта, мельчайшие детали в оформлении фирменных магазинов и шоу-румов\*, организация штата байеров\* и т.д.

В понятие «бренд» входит и ежегодная организация сезонных распродаж.

Дважды в год, к концу летнего и зимнего сезонов, на улицах европейских столиц, где располагаются магазины модных марок\*, наблюдается оживление\*. Десятки людей устремляются в дорогие бутики. Публика не может устоять перед соблазном сэкономить.

Существует своеобразный «туризм распродаж», когда иностранцы специально приезжают, например, в Лондон, чтобы воспользоваться снижением цен в дорогих универмагах. На тротуарах перед магазинами выстраиваются длинные очереди из желающих попасть внутрь. Среди них немало коммерсантов, с большой выгодой перепродающих потом товар в своих странах.

Естественно, что во время распродажи возможность выбора согласно личному вкусу исключается. Важна только марка. Но есть и привилегированная категория покупателей, которая не стоит в очередях. Престижные бутики располагают списком своих клиентов. Им посылаются на дом открытка с приглашением воспользоваться «специальными предложениями». Они могут приобрести вещи с теми же скидками, но дней за 10 до официального начала распродаж, без толпы.

Насколько же выгодны распродажи для покупателей и для самих магазинов, какими могут быть проценты скидок и почему вообще их делают? Период распродаж в Италии, например, регулируется законом, который разрешает проводить их посезонно в течение 2 месяцев в году (30 дней – с середины июля и 30 – с середины января). Официальные даты начала распродаж объявляются в печати и в телевизионных новостях. Магазины, выставляющие объявления о начале сезонной распродажи раньше установленной даты, подвергаются штрафам. В Англии, Франции и Голландии правила менее жесткие, и сезонные распродажи начинаются раньше: зимой уже в декабре, перед Рождеством, летом – в июне.

Размеры скидок устанавливаются самими бутиками, а иногда фирмой, выпускающей определенную марку. Некоторые начинают со скидок 20 %, затем 30 % и к концу 50 %. Иногда мультибрендовые бутики практикуют разные проценты скидок на разные марки. Иногда все артикулы с самого начала распродаж предлагаются за полцены.

Выгодность распродаж для покупателей очевидна. В чем же выгода для магазинов? Фирменные магазины и мультибрендовые бутики повышают розничную цену по сравнению с оптовой на 120 %, универмаги – на 40 %. В результате бутикам выгоднее продать со скидкой, например, 50 % и положить в кассу 70 % чистой прибыли, чем остаться с непроданным товаром.

(по ст.: Л. Попова Механизм действия //  
Вокруг света. – 2003. – № 12.)

**Задание 1.** Прочитайте комментарии к тексту.

**Непреложный** – не подлежащий изменению, нарушению.

**Туалет** – предметы одежды, гардероб.

**ВВП** – валовой внутренний продукт.

**Баснословный** – необычайно большой.

**Неустанно** – не ослабевая, непрерывно.

**Шоу-рум** – специальная комната, в которой после показа моделей известных кутюрье и дизайнеров проходит отбор тех образцов, которые вскоре появятся в бутиках.

**Стык** – линия соприкосновения чего-либо.

**Байер** – специалист, который на свой вкус определяет конъюнктуру рынка будущего модного сезона.

**Марка** – 1. торговый знак, клеймо на изделии, товаре; 2. сорт, качество.

**Оживление** – усиленное движение.

**Задание 2.** Определите значение словосочетаний. Составьте с ними предложения.

Непреложный закон, статистические данные, баснословные прибыли, экономические колебания, отлаженная система, рекламная политика, индустрия потребления, товарный знак, производственные потоки, сезонная распродажа, привилегированные покупатели, официальная дата, мультибрендовый бутик, чистая прибыль.

**Задание 3.** Уточните значение следующих слов: **бренд, лейбл, стикер, логотип**. Вместо многоточия вставьте нужное слово.

1. ... – этикетка, ярлык, наклеиваемые на товар.
2. ... – этикетка на одежде, обычно с названием фирмы.
3. ... – фирменный товарный знак, обычно монопольно используемый предприятием, выпускающим данный товар.
4. ... – торговая марка предприятия, играющая роль рекламы этого предприятия.

*Вставьте подходящие по смыслу слова.*

Надпись на ...; раскрутить ...; наклеить на брюки ...; смена ...; ... торговой фирмы.

**Задание 4.** *Образуйте существительные от глаголов **продавать, распродавать, перепродавать**. Составьте с данными словами предложения.*

**Задание 5.** *Уточните по словарю значения следующих слов: **портной, модельер, кутюрье, дизайнер, стилист**. Составьте с ними предложения.*

**Задание 6.** *Вместо многоточия вставьте подходящие по смыслу прилагательные.*

Законы ... моды; приносить ... прибыли; ... обновление производства; центры ... разработок; оформление ... магазинов; организация ... распродаж; ... категория покупателей; воспользоваться ... предложениями; магазины ... марок.

*Слова для справок:* фирменный, постоянный, модный, сезонный, современный, баснословный, привилегированный, дизайнерский, специальный.

**Задание 7.** *Закончите предложения.*

1. Закон современной моды непреложен: ...
2. Современная модная индустрия приносит ...
3. Сущность современной модной индустрии очень непрочна, т.к. ...
4. Составляющие современного модного бизнеса – это ...
5. Культовое понятие модного бизнеса – ...
6. На улицах европейских столиц, где располагаются магазины модных марок, наблюдается ...
7. Десятки людей устремляются в дорогие бутики, т.к. не могут устоять ...
8. Во время распродаж перед магазинами выстраиваются ...
9. Привилегированная категория покупателей не стоит в очередях, т.к. им посылаются ...
10. Период распродаж регулируется законом ...
11. Размеры скидок устанавливаются самими бутиками ...
12. Выгода распродаж для фирменных магазинов очевидна ...



**Задание 8.** *Напишите сочинение на одну из предложенных тем.*

1. Блеск высокой моды.
2. Распродажи и хватательный рефлекс.
3. Время покупать.
4. Что такое брендинг?

### **ДАВАЙТЕ ОБСУДИМ!**

Язык одежды, как и обычный язык, существует только во времени. Это значит, что одно и то же слово вчера казалось странным и непонятным, сегодня оно в моде, и им щеголяют все, а завтра оно будет вызывать насмешки. Американский социолог Джейм Левер в середине 1940-х годов предложил таблицу, которая описывает реакцию на одежду, меняющуюся во времени. Ее называют законом Левера. Согласно этому закону один и тот же костюм будет:

- неприличным – за 10 лет до своего времени;
- бесстыдным – за 5 лет;
- смелым – за 1 год;
- нарядным в свое время;
- вышедшим из моды – годом позже;
- отвратительным – через 10 лет;
- смешным – через 20 лет;
- забавным – через 30 лет;
- причудливым – через 50 лет;
- очаровательным – через 70;
- романтическим – через 100;
- красивым – через 150.

Разумеется, не стоит искать в этом законе жесткой точности, объясняющей все колебания вкуса. В наше время закон выглядит уже по-иному, поскольку бег времени резко ускорился. В то же время одежда стала гораздо более свободной, модели идут по кругу и в течение 10-20 лет проходят цикл от смешного до модного.

(по кн.: Почему существует мода? – М.: «Центр Благо», 2001)

**Текст 2****МОДА В СТРАНЕ ВОСХОДЯЩЕГО СОЛНЦА**

По окончании Второй мировой войны для возрождения разрушенной экономики правительство Японии стало активно поощрять\* потребление во всех сферах. Для этого использовали все средства: маркетинговую политику, банковские кредиты, рекламу, прессу. Общество потребления стало синонимом прогресса.

Главный глашатай\* моды в современном японском обществе – пресса. Здесь печатаются сотни модных журналов, которые точно нацелены на определенную социальную категорию рынка. В них дается самая подробная информация: что и какие национальные и международные марки предлагают в каждом сезоне, указывается цена каждого артикула и адреса магазинов, где его можно купить. Журналы буквально бомбардируют публику новыми предложениями мира моды. Создается психологическая потребность немедленно что-то купить. Чем более знаменита марка покупаемого товара, тем больше потребитель уверен в себе и достигнутом им социальном благополучии.

Почему же японцы, будучи патриотами, едут за модной одеждой за границу, причем большими группами?

Токио – огромный 12-миллионный город с несколькими центрами, в которых сосредоточены многочисленные магазины. Расстояния между кварталами достаточно большие. Поэтому в Японии принято сначала купить журналы, чтобы сориентироваться в брендах, ценах и адресах магазинов, а потом решить, куда направиться. В результате у японцев выработалась привычка покупать по возможности все сразу. В Европе же большинство фирменных бутиков, как правило, находятся рядом. Поэтому здесь принято совершать покупки, неторопливо прогуливаясь по магазинам.

В Японии модная импортная одежда в розницу стоит в 3-4 раза дороже, чем в стране изготовления (например, Италии, Франции или Англии). В первую очередь, это обусловлено японской политикой протекционизма\*. Для ограждения от иностранной конкуренции предусмотрены высокие таможенные налоги на ввозимые товары и ограничение их количества. Таможенный на-

лог на импортную обувь равен в среднем 21 %, на одежду – 11-15 % плюс 5-процентный налог на потребление. Если количество импортируемого артикула превышает установленный для импорта предел, полагаются дополнительные таможенные налоги. Кроме того, мультибрендовые магазины и бутики Японии, как правило, не закупают товар непосредственно в шоу-румах зарубежных фирм. Они делают это через японские агентства по импорту, которым принадлежит эксклюзивное право на продажу марок. Агентства зарабатывают на этом посредничестве не менее 60 % прибыли. Транспортировка товара в Японию тоже стоит недешево. В результате цена на импортные изделия в японских магазинах становится заоблачной\*.

Интересно, что европейским фирмам, работающим в Японии, пришлось пересмотреть свое понимание сезонной коллекции. Постоянная жажда потребления и обновления гардероба здесь такова, что новые коллекции выпускаются на рынок каждые 2-3 недели, а не дважды в год, как в Европе.

Мода – это всегда стремление к обновлению и самоутверждению. Фанаты моды готовы заплатить несколько сот долларов за трикотажную майку себестоимостью несколько долларов, если на ней есть этикетка престижной модной марки. Несмотря на кажущуюся абсурдность, подобная покупка может стать пропуском в ту социальную среду, к которой хочется принадлежать, а еще лучше в ней утвердиться. Поэтому поход по магазинам можно рассматривать как часть своеобразной терапии от стрессов и даже депрессий. Только принимать лекарство нужно разумными дозами.

В профессиональной среде психологов и психотерапевтов давно появились такие термины, как магазиномания и навязчивый\* шопинг. Специалисты утверждают, что увлечься модой можно так же сильно, как наркотиками или алкоголем. Погоня за модными стандартами может стать разрушительной для психики. Купив себе какую-то новую модную вещь, человек получает большое удовольствие, после чего возникает непреодолимое желание еще и еще раз испытать это чувство. Только с каждым разом удовольствия все меньше, а чувство неудовлетворенности все глубже.

(по ст.: Л. Попова. Японский феномен; Н. Русакова. Лекарство или наркотик // Вокруг света. – 2003. – № 12.)

**Задание 1.** *Прочитайте комментарии к тексту.*

**Поощрять** – содействием, сочувствием, наградой одобрить что-нибудь, возбудить желание сделать что-нибудь.

**Глашатай** – тот, кто провозглашает что-нибудь, провозвестник.

**Протекционизм** – экономическая политика государства, направленная на ограждение национальной экономики от иностранной конкуренции.

**Заоблачный** – очень далекий, находящийся за облаками; нереальный.

**Навязчивый** – против воли внедрившийся в сознание, неотступный.

**Задание 2.** *Уточните значение словосочетаний. Составьте с ними предложения.*

Возрождение экономики, общество потребления, психологическая потребность, социальное благополучие, политика протекционизма, таможенный налог, эксклюзивное право, заоблачная цена, артикул, транспортировка товара, жажда потребления, престижная марка (товара), поход по магазинам, непреодолимое желание.

**Задание 3.** *Составьте предложения со следующими глаголами.*

Поощрять (что-либо), нацелиться (на что-либо), бомбардировать (кого-либо), сориентироваться (в чем-либо), выработаться, превышать (что-либо), закупать (что-либо), зарабатывать (на чем-либо), пересмотреть (что-либо), принадлежать (к чему-либо), увлечься (чем-либо), испытать (что-либо).

**Задание 4.** *Составьте предложения со следующими словами и словосочетаниями. Какие из них вам встретились в тексте?*

Опт, розница, товар, импорт, экспорт, налог, потребление, кризис, кредит, поставка, потребление, товарооборот, посредничество, обязательство, протекционизм, транспортировка, таможня, изделие, договор.

**Задание 5.** Составьте предложения со словосочетаниями, приведенными ниже.

Войти в моду, выйти из моды, быть в моде, ввести в моду, дань моде, одет (-а, -ы) по моде, модничать, следовать моде, гоняться за модой.

**Задание 6.** Уточните значение следующих слов. Подберите к ним (где это возможно) соответствующие существительные женского рода. Составьте с этими словами словосочетания (предложения).

Франт, модник, денди, щеголь, пижон.

**Задание 7.** Объясните значение следующих глаголов. Определите их стилистическую окраску. Составьте с ними предложения.

Одеться, нарядиться, вырядиться, прибарахлиться, напялить, натянуть, набросить, накинуть, нахлобучить, закутаться.

**Задание 8.** Закончите предложения словами из текста.

1. В послевоенной Японии формировалось общество потребления, которое стало ...
2. В Японии печатается огромное количество модных журналов, каждый из которых рассчитан ...
3. В модных журналах содержится подробнейшая информация о новых предложениях мира моды, что создает психологическую ...
4. Столица Японии – это огромный многомиллионный город ...
5. Японцы предпочитают покупать необходимые вещи все сразу, в то время, как европейцы ...
6. Японцы едут за модной одеждой в Европу, т.к. ...
7. Политика протекционизма в Японии заключается в том, что ...
8. В Японии новые коллекции одежды выпускаются на рынок значительно чаще, чем в Европе, т.к. ...
9. Дорогая модная одежда часто служит пропуском ...
10. Все чаще психологи говорят о магазиномании и навязчивом шопинге ...

**Задание 9.** Прочитайте текст о структуре потребителей моды. К какой референтной группе отнесете вы себя? Объясните, почему.

Новое принимается разными людьми по-разному. С точки зрения скорости принятия модных моделей социологи условно разделили людей на пять групп.

1. **Экспериментаторы.** Это самая малочисленная группа потребителей. Это люди, так или иначе связанные с производителями опытных образцов товаров и рискующие первыми их опробовать. Они по долгу своей профессии мелькают на экранах телевизоров и на публичных мероприятиях. Экспериментаторы, с одной стороны, рискуют оказаться объектом насмешек, с другой стороны, могут привести других за собой к новой моде.

2. **Местные лидеры.** Они пользуются особым вниманием и уважением со стороны окружающих. Местные лидеры отбирают для себя у экспериментаторов те модели, которые вероятнее всего вызовут общее одобрение. После усвоения ими новой модели потребления уже можно говорить, что это модная тенденция.

3. **Ранние последователи.** Это те, кто составляет массу «модных людей». Они используют новые модели потребления, когда окажутся в довольно большой «передовой» группе. Когда эта группа примет новую модель потребления, можно с уверенностью говорить, что данный товар стал объектом моды.

4. **Консерваторы.** Для них характерна смесь консерватизма и желания быть «как все». Поскольку большинство уже приняло данную модную модель, то консерваторам ничего не остается, как присоединиться к модной части потребителей. Однако они это делают не потому, что хотят быть модными, а потому, что не хотят быть белыми воронами.

5. **Традиционалисты.** Для их потребления характерна ориентация прежде всего на традицию. Традиционалисты – смелые люди: они не боятся быть отличными от большинства, оставаться самими собой, несмотря на окружающих. Сознательные традиционалисты поступают так из принципа, а стихийные – из равнодушного отношения к моде.

(по кн.: Почему существует мода? – М.: «Центр Благо», 2001)

**Задание 10.** *Объясните понятие «дресс-код». Каким, с вашей точки зрения, должен быть дресс-код школьника, студента, менеджера, преподавателя, врача, официантки, продавца и т.д.?*

**Задание 11.** *Ответьте на вопросы.*

1. Знаете ли вы, какое значение имел пояс в традиционном костюме? Что означало раньше слово «распоясаться»? Что оно означает сейчас?
2. Какое значение в одежде имел головной убор? Что значило слово «опростоволоситься» и к кому оно относилось – к мужчине или к женщине? Что оно означает сейчас?

**Задание 12.** *Объясните значение пословиц.*

По одежке встречают, по уму провожают. По Сеньке и шапка. Хорошая одежда ума не прибавит. Бедняку да вору вся одежда впору.

*Какие пословицы, связанные с одеждой, есть в вашем языке?*

**Задание 13.**

С одеждой связаны приметы и суеверия. Например, случайно одетая наизнанку одежда может привести к неприятностям (будешь бит, упадешь и т.д.), а вот одетая задом наперед одежда – к удаче, приятной неожиданности. Нельзя зашивать одежду на себе, так можно зашить свою память. Нельзя класть на стол головные уборы – это к ссоре.

*Какие приметы и суеверия, связанные с одеждой, существуют у вас? Какова причина их возникновения? Расскажите об этих приметах и суевериях.*

**Задание 14.** *Напишите сочинение на одну из предложенных тем.*

1. По одежке встречают.
2. Мода и субкультура.
3. Традиционный костюм: возрождение или упадок?
4. Все новое – хорошо забытое старое.

## ДАВАЙТЕ ОБСУДИМ!

\* \* \*

Хорошо одетый человек – это тот, на чью одежду вы не обращаете внимания.

Моэм

Питайся, чтобы доставить удовольствие себе, но одевайся, чтобы доставить удовольствие другим.

Франклин

Приличная одежда открывает все двери.

Фуллер

Во всем мире женщины одеваются одинаково: так, чтобы досадить другим женщинам.

Ралей

В одежде старайся быть изящным, но не щеголем; признак изящества – приличие, а признак щегольства – излишество.

Сократ

(по материалам сайта <http://bywords.ru/Folder.aspx?id=52p=2>)

\* \* \*

Европу охватил винтажный бум. Что же это такое – «винтаж»?

Слово «винтаж» родом из виноделия. В искусстве изготовления вина винтажным называется год, в котором необычные климатические и погодные условия создали изумительный виноград. Искусные мастера разлили его по бутылкам. Так что винтажное вино не обязательно должно быть старым.

Слово «винтаж» в широком смысле обозначает принадлежность к конкретному году или временному периоду. Это, с одинаковым успехом, может быть как 2007, так и 1907. Поэтому, говоря о винтаже, правильнее указывать его дату.

О винтаже говорили так часто, что его понимание упростилось до значения «старый», «устаревший» или «старинный». Но



для этого есть термин «ретро», который в модной индустрии обозначает предмет гардероба из прошлого. Получается, что вещь старше 25 лет классифицируется как «старинная», но, будучи старинной, она не обязательно становится винтажной. Настоящий винтаж сегодня – это вещь из прошлого. Единственное, что отличает ее от других старинных вещей, – это то, что она была лучшей вещью своего времени.

Идея сделать модные хиты ушедших лет новым стилем впервые возникла в конце 60-х – начале 70-х годов прошлого века. Заново же родился винтаж в Милане на показе коллекций осенне-зимнего сезона 2004/2005. Коллекция предлагала версии бестселлеров\* прошлого, адаптированные под вкус современных клиентов.

Мир вновь охватила винтажная лихорадка. Винтаж всегда доступен. Цены на винтажную одежду всегда будут ниже цен в бутиках, даже в период распродаж и скидок в 70 %. В то же время винтажная вещь, купленная за эти деньги, будет эксклюзивной и очень стильной. Винтаж позволяет создать свой собственный стиль, оставаясь, по возможности, в рамках бюджета.

А, может быть, винтаж это беспроектный маркетинговый ход и гениальная находка для дизайнерских домов, чтобы продать свои старые коллекции?

(по материалам сайта <http://www.passion.ru/love/5781.htm>)

### Текст 3

## МОДНЫЙ ОЛИМП

История высокой моды началась более столетия назад, в 1858 году в парижском ателье англичанина Чарльза Фредерика Уорта. Именно он впервые устроил сезонный показ. С тех пор Париж стал столицей высокой моды (Haute couture), а прославленные портные стали называться «кутюрье».

Как это ни парадоксально, высокая мода никакого отношения к моде, по сути, не имеет. Мода – явление массовое. Но именно вы-

---

\* Бестселлер – товар, рассчитанный на массового покупателя, производимый большим тиражом и пользующийся наибольшим спросом.

сокая мода дает образец совершенной одежды, направление и стиль, к которому стремится и дизайнерский и массовый рынок.

Сегодня, чтобы стать кутюрье и получить статус Haute couture, необходимо, чтобы одежда более чем на 70 % была изготовлена вручную. В модном доме должно работать не менее 20 человек. В год необходимо представлять по два показа, состоящих как минимум из 50 моделей. Дом Haute couture должен располагаться в Париже.

Но на сегодняшний день искусство ради искусства уже не в цене. С 1950 по 2000 годы количество клиентов высокой моды сократилось с 15000 до 2000. Сегодня работает меньше 20 Домов высокой моды\*. Высокая мода существует лишь для статуса и PR целей. «Им нужны не шедевры, а лекарства от скуки, так что модельер для них не творец, а клоун», – так говорил Сен Лоран о почитателях высокой моды.

Серьезный удар по высокой моде нанес знаменитый Пьер Карден, когда в 1960 году занялся размножением своих модных моделей. Он преследовал благородные цели: хотел поделиться своей модой с массой.

Карден перенес качество высокой моды в цеха и стал ставить свои авторские знаки на продукцию «для всех». Затем он разработал таблицу стандартных размеров, чтобы модная одежда и без множества подгонок идеально садилась по фигуре. Позже он первым в мире стал продавать лицензии на свое имя.

Высокой моде, вышедшей в тираж, было дано особое имя – Pret-a-porter. За Карденом сразу последовал Сен Лоран, а затем и остальные модные кутюрье. Кутюрье стали именоваться «дизайнерами», а после «стилистами».

Pret-a-porter (или готовые к носке) – это многотиражная модная продукция на высоком качественном уровне. В отличие от Высокой моды она имеет размерный ряд и продается в бутиках.

Первые линии Pret-a-porter – это дорогая дизайнерская одежда. Она носит имя дизайнера и продается в монобрендах\*\*.

---

\* Chanel Haute couture, Givenchy Haute couture, Christian Lacroix Haute couture, Yves Saint Laurent Haute couture, Christian Dior Haute couture и др.

\*\* Gucci, Prada, Giorgio Armani, Fendi, Versace, Dolce & Gabbana и др.

Вторые линии – это марки, которые редко используют в своем названии имя дизайнера и большей частью продаются в мультибрендовых бутиках\*.

В 90-х годах зародился новый класс – Bridge (или мост). Он делится на три категории. В первую категорию входят вторые линии ведущих модных мировых брендов. Они с одинаковым успехом могут продаваться и в монобрендах, и в мультибрендах. Чаще в их названии используются аббревиатуры, производные от полного имени, или слово «jeans»\*\*. Во второй категории можно встретить и авторские, и именные модные дизайнерские названия\*\*\*.

Третья категория идеальна для бюджета. Здесь соединились достаточно низкая цена и приемлемое качество\*\*\*\*.

В последнее время стал очень популярным класс Moderate (или умеренный). Mango, Sasch, Morga, H&M обещают моду и комфорт.

Безымянная одежда составляет класс Budget (или бюджет).

(по материалам сайта <http://www.superslim.by/stil-i-shopping/tolkoviy-slovar-mirovoi-modyi.html>)

#### Текст 4

### ОДЕЖДА БУДУЩЕГО?

Одежда становится умной. Это результат слияния моды и высоких технологий.

История костюма насчитывает столько же веков, сколько и история человечества. Кажется, придумать что-либо принципиально новое уже невозможно. Но это только кажется.

Мауро Талиане, дизайнер итальянского дома Cogo Nove, обратил внимание на то, что если погода меняется в течение дня, человек оказывается заложником собственной одежды. Талиани начал разрабатывать «умную» ткань и строить «живые» конст-

---

\* Anna Sui, Calvin Klein, Byblos, Missony, Etro, Max Mara и др.

\*\* Marni, DKNY, Armani jeans

\*\*\* Guess, Berghaus

\*\*\*\* Benetton, Mexx, Zara, Axara, Gap, Naf-Naf

рукции, которые могли бы меняться в зависимости от влажности и температуры.

Так появилась рубашка для ленивых. В состав ткани входит никель, титан, нейлон. Данный состав обладает специфической характеристикой, так называемой памятью формы. Когда температура окружающей среды поднимается, рукава рубашки могут за считанные секунды подняться от запястья до локтя. Стоит столбику температуры опуститься на несколько делений, как длина рукава восстанавливается. Одежда реагирует не только на температуру окружающей среды, но и на температуру поверхности тела. Рубашка для ленивых не мнется, даже если ее скомкать и надолго положить в чемодан. При любых обстоятельствах она восстанавливает свою форму через 30 секунд. Было изготовлено 200 таких рубашек. Стоимость каждой – \$ 3750.

Еще одна разработка – самоохлаждающий жилет. В него вшита 50-метровая пластмассовая трубка, содержащая охлаждающую жидкость.

Другая разработка – жакет, который продолжает согревать человека независимо от окружающего холода. Он получил название «Абсолютный ноль». Здесь используется уникальное вещество аэрогель.

Еще одна модель – нагревающийся жакет для мотоциклиста или велосипедиста. Он подсоединяется к мотоциклу или велосипеду, а вырабатываемая энергия подается по проводам к одежде. Максимальный градус нагрева + 43.

Разработчики такого рода одежды утверждают, что их потребители – это не экзальтированные коллекционеры экстравагантной одежды. Это обычные машинисты и рабочие, которые нуждаются в комфортной и защищенной от температур одежде. Хотя вряд ли обычный машинист сможет позволить себе жилетку, цена которой равна стоимости вагона.

Одежда, которая способна воспроизводить музыку через встроенные в пуговицы динамики. Пиджаки, в рукава которых вшиты мягкие мобильные телефоны. Ткань, обладающая антибактериальными свойствами. Одежда из алюминия и стекла ... Это не фантастика, а реальность.

Одежда стала не только практичной и удобной, она стала отражать сферу деятельности своего владельца, превратилась в

своеобразное орудие производства. Уже созданы пуленепробиваемые костюмы, существуют модели, оборудованные телефонами, MP3-плеерами, наушниками и микрофоном, встроенным в воротник. Придуман кожаный жакет, в спину которого вмонтирован монитор. По мнению разработчиков, модель будет иметь успех среди коммивояжеров и рекламных агентов, работающих на улицах, и составит конкуренцию другой уличной рекламе. Стоимость подобных моделей варьируется от \$ 600 до \$ 2500 и выше. Они доступны в свободной продаже. Любопытно, что чем более модернизируются ткани и конструкции одежды, тем большим спросом пользуются натуральные материалы – лен, хлопок, шерсть.

(по материалам сайта [www.membrana.ru/articles/technik/2002/01/15/145700.html/](http://www.membrana.ru/articles/technik/2002/01/15/145700.html/))

## Текст 5

### ПОТРЕБЛЕНИЕ КАК ТЕКСТ

Что бы мы ни делали на виду у других, мы пишем «текст». Этот текст окружающие будут внимательно читать, бегло просматривать или лениво пролистывать, выхватывая лишь отдельные слова. Нередко нам совершенно не хочется разговаривать с другими ни на каком языке, в том числе и на языке потребления. Но люди смотрят на нас в нашей одежде, домах, автомобилях и пытаются в меру своей любознательности и способностей этот текст прочесть. Потребляя, мы не можем не понимать, что нас будут «читать», «встречать по одежке». Неизбежное наличие «читателей» заставляет потребителя быть «писателем». Поэтому, часто, приобретая ту или иную вещь, мы не столько удовлетворяем свои естественные потребности, сколько сигнализируем окружающим, кто мы такие, что мы хотим и т.д. Таким образом, потребление выполняет функцию общения.

Потребление, основным мотивом которого является демонстрация своего социально-экономического положения, называется показным.

Главная особенность вещей, которые используют для показного потребления, их недостижимость для широкой публики.

Она может их наблюдать, но не иметь. К таким предметам традиционно относились ювелирные украшения, меха, часы.

Для определенного слоя потребителей сама цена является ценностью, обладает престижем. И они готовы за это платить.

В былые века предметы показного потребления богатых слоев общества бросались в глаза своим качеством. Оно было несопоставимо с качеством товаров, которые использовались остальным населением. Однако в XX веке промышленность научилась производить многие товары массового спроса на таком же качественном уровне, как те, которые ранее были доступны только богатым. В результате возник мировой кризис показного потребления. Большинство людей оказались не в состоянии отличить по одежде очень богатого от просто богатого, а последнего – от человека с достатком. И тогда постепенно стала пробивать себе дорогу мысль, что высокостатусная одежда должна отличаться от массовой не по своему качеству, а по цене. Встала задача: как через дизайн сделать распознаваемой цену изделия? Выход был найден простой. Фирменную этикетку переместили с внутренней стороны одежды, где ее мог видеть только владелец, на внешнюю. Одновременно развернулась кампания по рекламе торговых марок, которые превратились в символы высоких цен.

Разумеется, люди, которые покупают товары в дорогих магазинах, никогда не признаются, что платят в 2-3 раза дороже только за марку, которая означает, что вещь дорогая. Ссылки делают на качество вещи. Однако эта аргументация убедительна с точки зрения крестьянской рациональности: купить вещь на всю жизнь. Но человек, купивший дорогие кроссовки, не будет носить их до дыр или передавать по наследству. Для современного среднего класса большинство вещей морально изнашиваются гораздо раньше, чем наступает их физический износ. Поэтому по сроку службы «фирменные» и обычные вещи не различаются.

Когда новая маркетинговая стратегия начала внедряться, ряд критиков заявили, что никто, будучи в здравом уме, не будет платить 60 долларов за джинсы с ярлыком «Gloria Vanderbilt», когда почти идентичные джинсы с ярлыком «Montgomery Ward» можно купить за 12 долларов.

Однако было много примеров, когда товары с хорошо разрекламированной маркой и явно низким качеством и высокой ценой продавались весьма успешно.

Не нужно забывать, для относительно богатых людей дорогая вещь ценна тем, что она не просто красива и тепла, но еще выполняет функцию обозначения высокого положения в обществе. Кроме того, дорогие вещи выполняют и функцию социального закрытия, изоляции от тех, кто находится внизу социальной иерархии.

(по кн.: Почему существует мода? – М.: «Центр Благо», 2001)

## Текст 6

### ПО ОДЕЖКЕ ВСТРЕЧАЮТ

Мода – понятие необыкновенно многогранное. Исследование ее феномена живо интересует не только историков или культурологов, но также философов, психологов, социологов и экономистов. А это значит, что мода – неотъемлемая часть нашей жизни, которая находится в процессе постоянного развития. Когда-то Вольтер назвал моду богиней – «непостоянной, беспокойной, странной во вкусах, ... которая появляется, возвращается и рождается во все времена». В наше время она обрела над людьми безраздельную власть. Следуя моде, мы, с одной стороны, приспособляемся к окружающему нас миру, с другой стороны, с помощью моды мы всеми силами пытаемся выделиться из этого окружающего мира.

Изначально одежда отражала социальный статус человека. Имело значение кто, по какому поводу и при каких обстоятельствах носит одежду. Так называемый дресс-код давал возможность без слов понять, кто перед тобой и откуда, определить род занятий человека, его социальный статус, степень благосостояния и т.д. Об этом сигнализировали фасон, цвет, ткань, орнамент, пуговицы, пряжки, чулки, башмаки ...

История моды насчитывает столетия, а вот об истории индустрии моды этого сказать нельзя. Ее формирование стало возможным лишь на рубеже XIX–XX веков, когда и сама одежда, и модные веяния вступили в полосу демократизации. До этого мода была привилегией богатых. Распространялась она практически по одной схеме: сверху вниз.

В 1642 году французы придумали восковых кукол – прообразы современных демонстрационных манекенов. Куклол называли Пандорами, и было их две – Большая и Малая. И вот увидеть Пандор смогли многие модницы в разных уголках Европы.

В 1770 году в Лондоне вышел в свет первый модный журнал «The Ladies Magazine». Следом за ним подобные журналы появились в Париже и Амстердаме. Теперь множество людей могли не только наблюдать за новейшими модными тенденциями, но и по возможности следовать им.

Великая Французская революция принесла с собой первое упрощение костюма. Начался процесс демократизации одежды.

XX век принес с собой мощный технический подъем и массовое развитие промышленного производства вообще и одежды в частности. Мода встала на поток.

Сегодня былая жесткость предписаний в одежде отошла в прошлое, но многое и осталось.

Для людей богатых, как и в прежние времена, действуют свои дресс-коды. Поводов для их применения достаточно: клубы, приемы, вечеринки разного уровня, спорт, поход в ресторан, работа, отдых ...

Американцы внимательно присматриваются к длине штанов-бермудов на мужчинах, прежде чем пропустить их в гольф-клуб. Штаны эти должны быть на два дюйма ниже колена.

Американцы не подвергают сомнению необходимость специальной одежды для бизнеса. Тут все прописано буквально до нитки: сколько синтетической нитки должно быть в ткани костюма, сколько серег можно носить в одном ухе, в какой цвет красить волосы, в каких туфлях ходить и т.д., и т.д.

Понятия умеренности и приличия очень сильны у немцев. Они носят одежду с разбором, жестко привязывают определенные стили к своим ежедневным занятиям.

В Англии, как нигде, высоко ценятся собственные традиции, даже если они не совпадают с модными тенденциями. Здесь ценят заслуженные, ношенные вещи, которые не бросаются в глаза своей новизной. Одеваться дорого и с иголки – дурной тон. Так поступают нувориши.

Почему ученики английских элитных школ ходят с голыми ногами, в коротких штанах и носках? Традиция. Почему мужчи-



ны идут по улицам в незастегнутых пальто, небрежно накинув шарф? Наверное, потому, что закутанный человек – признак бедности. Состоятельному человеку это не нужно, он просто ненадолго вышел из машины.

Жители Баварии и Южного Тироля, живущие с разных сторон одних и тех же гор, тоже приверженцы традиций, но несколько иначе. Они питают слабость к своим национальным костюмам и часто носят их в быту.

Национальный костюм в Австрии имеет совершенно другой смысл. Владелец добротного, очень красивого и дорогого национального костюма (не важно, мужчина это или женщина) скорее всего окажется консерватором, членом Австрийской народной партии.

На мусульманском востоке до сих пор действует множество дресс-кодов и национальных традиций. Тем не менее, стена между Востоком и Западом проницаема. Министры мусульманских стран поверх традиционной восточной мужской одежды носят европейские пиджаки. А женщины под чадрой оказываются в одежде от модных европейских дизайнеров. Красивейшие китайские, африканские, арабские, балийские, индийские одежды можно купить сейчас по всей Европе. Однако детали, которые в определенной культуре выражают определенные смыслы (религиозные, национальные, социальные, возрастные и т.д.), при заимствованиях теряют их и не прочитываются окружающими.

(по ст.: О. Асписова. Подражай и властвуй // Вокруг света. – 2003. – № 12.)

## ГЛАВА 4. МУЗЕИ

### Текст 1

#### ТАИНСТВЕННЫЙ ОСТРОВ

В конце XX века немецкий бизнесмен Карл-Генрих Мюллер купил на окраине города Ноиса (под Дюссельдорфом) усадьбу и объявил ее островом. Место это называлось Хомбройх. Усадьба располагалась в пойме\* речушки Эрфт, которая в этом месте распадается на несколько рукавов\*, точнее – ручейков. Ес-

ли посмотреть на карту, видно, что старый дом вместе с приусадебным участком действительно находится на острове.

Поэтому, когда здесь появился музей, он стал называться «Остров Хомбройх». Мюллер говорил: «Это остров в метафорическом смысле, потому что здесь все происходит не так, как в обыденной жизни».

Ступив на территорию музея, действительно попадешь на остров уединения. Дорожка, извиваясь, ведет через луг, заросший полевыми цветами. По сторонам виднеются группы деревьев, кустарник, маленькие озера с утками и лебедями. Тишина, людей почти не видно, только щебечут\* птицы. На первый взгляд – обычный деревенский пейзаж, но это не дикая природа. Это пейзаж, созданный рукой художника.

Когда-то здесь была заброшенная сельскохозяйственная пустошь\*. Все, что мы видим сегодня, – творение ландшафтного архитектора Бернхарда Корте. Земельный участок был куплен Мюллером в 1982 году, музей открылся в 1987 году. В течение пяти лет «Остров Хомбройх» «растили» для публики.

Корте все тщательно продумал и рассчитал до мелочей.

Путешествуя по острову, посетитель переходит из одного замкнутого пространства в другое. Отсюда возникает то самое удивительное чувство уединения, хотя музей не назовешь мало-посещаемым: за сезон он принимает 65-70 тысяч гостей.

В парке 12 павильонов, но одновременно посетитель не может увидеть все сразу, только один из них. Постройка появляется внезапно после очередного поворота дорожки. Большинство зданий построено из старого темного голландского кирпича. Формы зданий предельно просты: это состыкованные\* кубы, параллелепипеды, цилиндры с плоскими крышами и большими окнами.

Первым на пути оказывается павильон «Башня». У него нет окон, только четыре двери. Все они гостеприимно распахнуты\*, а павильон ... пуст. Но не оттого, что владельцам музея нечего показать. Пустота – часть авторского замысла. Белые стены внутри, потоки льющегося сверху света, заросший английский парк, который виден через открытые двери. Возникает интересный эффект. Когда посетитель приближается к «Башне», то воспринимает ее как объект показа, как садово-парковую скульптуру. Попав внутрь башни, посетитель понимает, что все поменялось местами. Теперь объект показа – парк, который виден в дверном проеме.

«Павильон Граубнера» представляет собой два состыкованных цилиндра – кирпичный и стеклянный. Парк вокруг павильона – французский регулярный. Из павильона на него открывается круговая панорама. При взгляде снаружи возникает эффект витрины. Экспонатом в этом случае будет посетитель, находящийся внутри. Но большинство павильонов используются вполне традиционно. В них выставлены произведения искусства. В ослепительно белых интерьерах все перемешано: индийская скульптура соседствует с полотнами Пикабиа\*, офорты Рембрандта\* – с рисунками Матисса\*, китайская керамика – с объектами Кляйна\*. Ни под одним произведением нет этикетки. Планы экспозиции причудливы, залы не нумерованы, в них легко заблудиться.

Искусство в коллекции Мюллера анонимно, как анонимны поля и луга, его окружающие. Зрителю предлагается просто созерцать. Картины лишены этикеток не потому, что посетителя хотят заставить отгадывать загадки, а потому, что здесь они не нужны. Это произведение прекрасно, так не все ли равно, кто его автор? И какая разница, нарисовано оно или это вид через открытую дверь? Смотри, слушай пение птиц и журчание воды ...

На территории «Острова Хомбройх» есть несколько зданий, где постоянно живут и работают художники и поэты. Некоторые из них поселились там сразу после приобретения Мюллером участка. Бывший амбар\* перестроен в помещение для выставок и музыкальных концертов. Фестивали современной музыки, литературные чтения – это еще одна составляющая жизни музея. Кульминационной точкой развития «Острова Хомбройх» стал 1995 год, когда была куплена и присоединена к музею территория бывшей ракетной базы НАТО (закрытой в 1989 году).

В ангарах и дозорной башне базы расположились поэтические лаборатории и художественные мастерские. Территорию украсили скульптурами. Выросли коттеджи для архитекторов и художников. Все вместе это называется «Культурно-рабочее пространство «Острова Хомбройх».

(по ст.: А. Лебедев Обитаемый остров. – Вокруг света. – 2004. – № 7.)

**Задание 1.** Прочитайте комментарии к тексту.

**Пойма** – низкое место, которое заливают во время половодья.

**Рукав** – ответвление от главного русла реки.

**Щебетать** – петь (о птицах)

**Пустошь** – невозделанный участок земли, заросший травами, мелким кустарником.

**Состыковать** – вплотную соединить.

**Распахнуть** – широко раскрыть, растворить, раздвинуть.

**Франсис Пикабия** (1879-1953) – французский художник-авангардист, график и писатель-публицист. Пикабия получил известность как эксцентричный художник, не подчиняющийся никаким политическим и стилистическим догмам. Он оказал большое влияние на современное искусство, в частности на дадаизм и сюрреализм.

**Рембрандт Харменс ван Рейн** (1606-1669) – нидерландский художник, рисовальщик и гравёр, крупнейший представитель золотого века голландской живописи. Работы Рембрандта чрезвычайно разнообразны по жанровой принадлежности, открывают зрителю духовный мир человеческих переживаний и чувств.

**Анри Матисс** (1869-1954) – французский художник и скульптор, лидер течения фовистов. Известен своими изысканиями в передаче эмоций через цвет и форму.

**Ив Кляйн** (1928-1962) – французский художник-навадор. Одна из наиболее значительных фигур послевоенного европейского искусства. Блестящий шоумен, Кляйн представляет в искусстве двадцатого столетия новую тенденцию, согласно которой личность художника важнее его произведений.

**Амбар** – строение для хранения зерна, муки, припасов, а также товаров.

**Задание 2.** Определите значение словосочетаний. Составьте с ними предложения.

Окраина города, приусадебный участок, обыденная жизнь, деревенский пейзаж, дикая природа, ландшафтный архитектор, земельный участок, замкнутое пространство, плоская крыша, авторский замысел, дверной проем, ослепительно белый, кульминационная точка, ракетная база, дозорная башня.

**Задание 3.** К данным глаголам подберите существительные, образуя сочетания типа «глагол + существительное».

**Образец:** посетить – посетить музей;  
смотреть – смотреть на картину.

Располагаться, появиться, ступить, растить, продумать, рассчитать, принимать, оказаться, приближаться, воспринимать, помянуть, выступать, использовать, соседствовать, заблудиться, лишиться, отгадывать, поселиться, украсть.

**Задание 4.** Составьте словосочетания, используя слова из левой и правой части.

|                |                          |
|----------------|--------------------------|
| купить         | неизгладимое впечатление |
| обойти         | обзорная экскурсия       |
| ходить         | подлинные документы      |
| переходить     | из зала в зал            |
| заказать       | от картины к картине     |
| осмотреть      | все павильоны            |
| присоединиться | впечатление              |
| произвести     | новая экспозиция         |
| ознакомиться   | путеводитель по музею    |

**Задание 5.** Закончите предложения, выбрав правильный ответ.

- Усадьба, которую купил Генрих Мюллер, располагалась ...
  - в устье реки Эрфт;
  - в пойме реки Эрфт;
  - в низовье реки Эрфт.
- Когда на месте старой усадьбы появился музей, он стал называться ...
  - «Музей Генриха Мюллера»;
  - «Старая усадьба»;
  - «Остров Хомбройх».
- Над территорией заброшенной сельскохозяйственной пустоши работал ландшафтный архитектор ...
  - Джеффри Аллан Желлико;
  - Бернхард Корте;

- в) Жиль Клеман.
4. Музей Генриха Мюллера открылся ...
    - а) в 1987 году;
    - б) в 1978 году;
    - в) в 1997 году.
  5. Музей достаточно популярен. За сезон его посещают:
    - а) 56-60 тысяч гостей;
    - б) 80-85 тысяч гостей;
    - в) 65-70 тысяч гостей.
  6. Большинство зданий музея построено ...
    - а) из стекла и металла;
    - б) из старого голландского кирпича;
    - в) из дерева.
  7. На территории музея располагаются ...
    - а) 12 павильонов;
    - б) 14 павильонов;
    - в) 8 павильонов.
  8. Помещением для выставок и концертов служит ...
    - а) один из коттеджей;
    - б) отреставрированное здание XIX века;
    - в) перестроенный амбар.
  9. В 1995 году купили и присоединили к музею...
    - а) бывшую ракетную базу НАТО;
    - б) еще один остров в пойме реки Эрфт;
    - в) лесной массив.

**Задание 6.** Закончите предложения словами из текста.

1. Немецкий бизнесмен Карл-Генрих Мюллер приобрел усадьбу на окраине города и объявил ...
2. Усадьба располагалась в том месте, где река Эрфт распадалась ...
3. Комментируя название музея, Мюллер отмечал, что «это остров ...»
4. Музей открылся через 5 лет после приобретения усадьбы; в течение этого времени музей ...
5. У посетителей музея возникает удивительное чувство уединения, потому что во время путешествия по острову они ...
6. Павильон «Башня» лишен окон, у него только ...

7. В большинстве павильонов выставлены ...
8. Ни под одним произведением искусства нет этикеток, т.к. ...
9. Посетителей музея не заставляют отгадывать загадки, им предлагают ...
10. Помимо выставок еще одной важной составляющей жизни музея являются ...
11. На территории бывшей военной базы НАТО сейчас ...

**Задание 7.** Составьте вопросы к тексту.

**Задание 8.** Напишите сочинение на одну из предложенных тем.

1. Новый музей Нового времени.
2. Самый необычный музей.
3. Виртуальные музеи.
4. Великие музеи мира.
5. Мой любимый музей.

### **ДАВАЙТЕ ОБСУДИМ !**

Европа знала и коллекционеров-фанатов, способных отдать последнее для пополнения собрания, и меценатов, именами которых названы музеи крупных городов. Но, например, Музей Людвига в Кельне и Музей Леопольда в Вене, где разместились их собрания, были построены не Людвигом и Леопольдом, а городскими властями. Карл Генрих Мюллер – фигура уникальная. К Мюллеру неприменимы никакие стереотипы. Говорят, что у него только один приличный костюм, что он занимается китайской гимнастикой и медитацией, никогда не читает газет и не смотрит телевизор. Все свои дела ведет очень грамотно. В течение 20 лет Мюллер уклонялся от общения с прессой, на прямые вопросы отвечал односложно и крайне невнятно, а информацию о музейных мероприятиях распространял в основном через своих знакомых. Имя Мюллера не упомянуто даже в буклете для посетителей.

\* \* \*

«Остров Хомбройх» нарушает все возможные правила. Роскошный парк не является заповедником. В музее нет охраны и не

соблюдается температурно-влажностный режим. Музей не стремится увеличивать число посетителей и публикует материалы о себе исключительно на немецком языке. Но при этом продолжает дружить с художниками, приглашать авангардных поэтов, устраивать замечательные концерты, фестивали и спектакли.

\* \* \*

На теоретическом уровне существуют две модели музея: просветительская и гедонистическая. Первая направлена на обучение и воспитание зрителя, вторая ориентирована на медитацию и эстетическое наслаждение. На практике большинство музеев – это компромисс между этими системами взглядов. Чисто просветительские музеи встречаются. Например, учебные музеи кафедр и факультетов в крупных университетах. Гедонистическая модель встречается очень редко. «Остров Хомбройх» – одно из исключений ...

(по ст.: А. Лебедев. Обитаемый остров // Вокруг света. – 2004. – №7.)

## Текст 2

### МУЗЕЙ ЖАКА ШИРАКА

Во Франции, чаще чем где-либо, судьбой искусства распоряжались политики. В начале XXI века эту традицию продолжил президент Жак Ширак, построив на набережной Бранли этнографический музей «нового поколения».

Еще в 80-е годы Ширак, будучи мэром Парижа, начал собирать коллекцию азиатского искусства. В 1990-м он познакомился с Жаком Кершачем, большим знатоком неевропейского искусства, влиятельнейшим парижским арт-дилером\*. Именно он ввел в свое время термин «первоначальное искусство» (art premier), чтобы заменить некорректный, по его мнению, термин «примитивное искусство».

От возникновения замысла до его реализации прошло 10 лет. В июне 2006 года в присутствии генсека ООН Кофи Анана и президента Жака Ширака состоялось торжественное открытие.



«Достичь границ возможного» в современной городской архитектуре – такую задачу поставил перед собой архитектор Жан Нувель. Он обещал «не строить здания ради здания», но лишь «создать оболочку\* для уникальной коллекции». Со своей задачей он справился с блеском.

На двух гектарах дорогой парижской земли, находившихся в его распоряжении, Нувель создал «мир в мире». 12-метровый щит из волнистого стекла отделяет территорию музея от остального Парижа. За стеной на искусственных холмах и в низинах высажены растения. Ландшафтный дизайнер Жиль Клеман выбрал из европейской флоры такие цветы и деревья, которые отлично чувствуют себя в парижском климате, а своим сочетанием создают иллюзию джунглей. Экзотические растения здесь тоже присутствуют. Пока деревья еще молоды, но со временем они разрастутся. Тогда реализуется замысел архитектора: построить первое «общественное здание, которого не будет видно с улицы».

Посреди зелени высится здание музея Бранли. Оно представляет собой вытянутую коробку длиной 220 метров которая стоит на 26 опорах.

На уровне земли находится просторное фойе, из которого широкая лестница ведет зрителей наверх. Она огибает\* огромный стеклянный цилиндр, который наполнен барабанами, бубнами, тамтамами\* и прочими музыкальными инструментами. Их здесь около 9000. Невидимые динамики передают их тихий рокот\*.

Первое впечатление от Бранли – он обозрим\*. Несмотря на заявленные в каталоге 300000 экспонатов из Африки, Азии, Океании, Северной и Южной Америки, в постоянную экспозицию включено около 1 % экспонатов (лишь 3500). Внутренняя архитектура здания очень своеобразна. Здесь нет бесконечной анфилады, характерной для классических музеев. Стены почти отсутствуют. Поэтому все 5000 квадратных метров выставочной площади сразу открываются глазу.

На первый взгляд экспозиция кажется несколько бессистемной. Экспонаты намеренно лишены комментария. Такова политика музея: не рассказывать, а показывать.

При ближайшем рассмотрении некая система, конечно, обнаруживается. Во-первых, географический принцип – экспонаты организованы в пять разделов. В каждом из них пол имеет свой

цвет. Во-вторых, тематический принцип. В-третьих, хронологический. Но ни один из них не является обязательным.

Огромные собрания фото-, аудио- и киноматериалов доступны публике в специально оборудованных медиатеках. Остальные объекты предполагается показывать на выставках. Они уже распланированы на 12 лет вперед.

(по ст.: А. Буцко. Музей на набережной // Вокруг света. – 2009. – № 2.)

**Задание 1.** *Прочитайте комментарии к тексту.*

**Арт-дилер** – посредник между состоятельным коллекционером и владельцем галереи, аукционистом или непосредственно художником.

**Оболочка** – поверхностный слой, обтягивающий, покрывающий что-нибудь.

**Огибать** – двигаясь вокруг или около чего-нибудь, обходить, объезжать.

**Тамтам** – ударный музыкальный инструмент, разновидность гонга.

**Рокот** – однообразный раскатистый звук.

**Обозримый** – доступный обзору, осмотру.

**Задание 2.** *Уточните значение следующих словосочетаний. Составьте с ними предложения.*

Этнографический музей, возникновение замысла, торжественное открытие, уникальная коллекция, парижский климат, общественное здание, просторное фойе, стеклянный цилиндр, постоянная экспозиция, выставочная площадь, политика музея.

**Задача 3.** *К данным глаголам подберите существительные, образуя сочетания типа «глагол + существительное».*

**Образец:** произвести – произвести впечатление.

Распоряжаться, заменить, достигать, справиться, отделять, высадить, присутствовать, реализовать, наполнить, обнаружить, предлагать, распланировать.

**Задание 4.** Найдите продолжение каждой фразы в левой колонке.

- |  |  |
|--|--|
| 1. Еще будучи мэром Парижа Жак Ширак начал...                          | ... построить «первое общественное здание, которого не будет видно с улицы». |
| 2. Знаменитый парижский арт-дилер Жак Кершач ввел в свое время ...     | ...ознакомиться с огромным собранием фото-, аудио- и киноматериалов.         |
| 3. Архитектор Жан Нувель обещал «не строить здания ради здания», а ... | ... собирать коллекцию азиатского искусства.                                 |
| 4. Ландшафтный дизайнер Жиль Клеман предпринял попытку ...             | ... характерной для классических музеев.                                     |
| 5. Здание музея Бранли держится ...                                    | ... новый термин «первоначальное искусство».                                 |
| 6. Внутри огромного стеклянного цилиндра...                            | ... музей призван показывать, а не рассказывать.                             |
| 7. В музее почти отсутствуют стены, нет привычной анфилады комнат ...  | ... на 26 опорах.  |
| 8. Экспонаты музея лишены комментариев, т.к. ...                       | ... «создать оболочку для уникальной коллекции».                             |
| 9. В специально оборудованных медиатеках публика может...              | ... расположены многочисленные барабаны, бубны, тамтамы.                     |

**Задача 5.** Составьте предложения со следующими словосочетаниями.

Уникальные национальные ценности, шедевры мирового искусства, оставить неизгладимое впечатление, доставлять эстетическое удовольствие, произвести приятное впечатление, художественная ценность, подлинная красота, восхищаться работами мастера, подняться на вершину мастерства, жемчужина творчества, декоративная скульптура, своеобразный жанр.

**Задание 6.** Ответьте на вопросы.

1. Когда Жак Ширак начал собирать коллекцию азиатского искусства?
2. Какой термин показался Жаку Кершачу неpolitкорректным? Как вы думаете, почему?
3. Сколько времени прошло от возникновения до реализации замысла создания музея «нового поколения».
4. Какие задачи поставил перед собой архитектор Жан Нувель?
5. Как обустроил территорию вокруг музея ландшафтный архитектор Жиль Клеман?
6. Что представляет собой здание музея Бранли?
7. Какое количество экспонатов заявлено в каталоге?
8. Как организовано внутреннее пространство музея?
9. Почему экспозиция на первый взгляд кажется бессистемной? Так ли это на самом деле?
10. Где планируют показывать экспонаты, не вошедшие в постоянную экспозицию?

**Задача 7.** Напишите сочинение на одну из предложенных тем.

1. Меняющийся музей в меняющемся мире.
2. Музеи мира в XXI веке: реконструкция, реставрация, реэкспозиция.
3. Перемены в стране музеев.
4. Международный день музеев.

**ДАВАЙТЕ ОБСУДИМ !**

\* \* \*

Музей на набережной Бранли. Таково его официальное название. Но, возможно, правильнее было бы назвать музей именем Жака Ширака. «Этот музей не роскошь, но необходимость», – провозгласил он в 1996 году, через год после своего избрания президентом. «Мы должны срочно улучшить отношения с неевропейским миром».

Однако музей Бранли снова «вписывает» артефакты иных цивилизаций в европейский контекст. Создателей музея упрекают в «колониализме нового образца»: неуважении к праву жителей неевропейской части планеты на иную систему ценностей. К тому же для этнографа или археолога объект вне контекста лишен смысла.

Возможно, правы французские критики проекта, которые утверждают: 235 миллионов евро, потраченные на строительство музея, следовало бы инвестировать в науку и в спасение остатков цивилизаций, исчезающих по вине колонизаторов.

\* \* \*

Где оригинал, а где стилизация? Это еще один вопрос, который задает проект Бранли. На улочках в окрестностях набережной Бранли расположены многочисленные галереи, которые специализируются на продаже африканских и азиатских древностей. Цены на эти артефакты, ранее интересовавшие узкий круг любителей, за последние годы выросли многократно. «Океанический рынок» пока не переживает того бума, какой наблюдается в искусстве современном. Но он явно стремится к нему.

\* \* \*

Уникальный в своем роде, музей Бранли в то же время выполняет роль первопроходца. На подходе другие европейские собрания нового образца, например, в Берлине, Брюсселе. О пересмотре подачи этнографических коллекций думают в Лондоне.

(по ст.: А. Буцко. Музей на набережной. – Вокруг света. – 2009. – № 2.)

\* \* \*

Ночь в музее – это международная акция, основная цель которой показать ресурс, возможности, потенциал современных музеев, привлечь в музеи молодежь. Впервые «Ночь музеев» была проведена в Берлине в 1997 году. Сейчас акция проходит одновременно в 42 странах. Почти 2000 музеев раз в год не спят, чтобы принять всех, кому интересно увидеть музей в необычное время суток.

(по материалам сайта: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>)

### Текст 3

#### ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ МУЗЕЙ В САН-ПАУЛУ

В центре многолюдного Сан-Паулу расположился Художественный музей (Museo de Arte de Sao Paulo). Создали этот музей блистательные авантюристы. Делали они это, рискуя своей репутацией и очень большими деньгами. Основатель и многолетний директор музея – итальянский журналист, искусствовед, коллекционер и арт-дилер Пьетро Барди так и сказал: «Я – авантюрист».

Пьетро Барди начал карьеру художественного критика в Милане в 1924 году. В 1929 он возглавил крупную столичную художественную галерею. В 1946 году он вместе с женой Линой Бо, начинающим архитектором, приезжает в Латинскую Америку. Они покинули разрушенную нищую Европу, чтобы попытаться счастье в быстро развивающейся Бразилии.

На одном из вернисажей супруги познакомились с Ассизом Шатобрианом. Шатобриан – адвокат, политик, крупнейший в Латинской Америке медиамагнат. Он владел гигантским концерном, в который входили 34 ежедневные газеты, 36 радиостанций, 18 телеканалов, влиятельное агентство новостей. Шатобриан давно мечтал прославить музеем родной Сан-Паулу.

Предложение Шатобриана возглавить новый музей и составить его коллекцию Барди принял без колебаний.

Всего за 11 лет (с 1946 по 1957 год) партнеры сформировали костяк коллекции, способный произвести впечатление на самого привередливого коллекционера. Они сделали то, на что в других местах уходило века.

Как им это удалось? Отчасти благодаря Эдмунду Монтейру, исполнительному директору компаний Шатобриана. Выдающийся фандрайзер\* обеспечивал бесперебойное поступление спонсорских денег. Отчасти благодаря конъюнктуре. В голодной Европе тех лет цены на большое искусство резко упали, и многое удавалось купить за бесценок. Не последнюю роль сыграли старые знакомства Барди с «королями» художественного рынка.

В конце концов собрание получилось небольшим, но отборным.

Наиболее представительная его часть – искусство Франции с XVI века до середины XX века. В коллекции появились Франсуа Клуэ\*, Никола Пуссен\*, Шарден\*, Фрагонар\*, Коро\*, Делакруа\*, Эдуард Мане\*, Поль Сезанн\* ...

Помимо французской, впечатляет и итальянская коллекция музея. Она сформирована в основном из миланских и римских галерей, с которыми сотрудничал Барди. Здесь преобладает старое искусство: от икон XIII-XIV веков до конца XVIII века. Здесь также громкие имена: Джованни Беллини\*, Рафаэль\*, Тициан\*, Тинторетто\*. Понемногу от каждого гения.

В рекордные сроки Барди удалось обеспечить «представительство» почти всех значимых имен в истории мирового искусства. Обеспечить хотя бы одной работой, хотя бы даже сомнительной. Пусть до сих пор ведутся дискуссии об авторстве или подлинности некоторых картин. Но это споры узких специалистов, которые мало интересуют широкую публику.

Конечно, нашлось в музее место и для латиноамериканских классиков, например, Диего Риверы и Давида Сикейроса, а также для отечественных – живописца Кандидо Портинари и скульптора Виктора Брешере. Бразильские художники, которых мало кто знает за пределами страны, оказались здесь в одном пространстве с европейскими знаменитостями.

После 12-летнего строительства здания, в 1968 году, музей открылся при огромном стечении народа. Всем стало ясно: тому, кто хочет прикоснуться к европейской культуре, теперь незачем пересекать океан.

Здание музея проектировала жена Барди, Лина Бо. Оно выглядит как один из небоскребов, только расположенный не вертикально, а горизонтально.

Огромная стеклянная конструкция держится на бетонных рамах. Здание как бы «парит» над землей. Под ним образовалась целая площадь, где можно укрыться от тропического ливня, гулять, любоваться городским пейзажем. Здесь часто проводят концерты, а иногда и многолюдные митинги.

Выставочный зал представлял собой одно громадное пространство без каких-либо столбов или перегородок. По этому залу были разбросаны десятки изящных модулей. Верхняя часть модулей состояла из прямоугольных прозрачных листов разного размера. Картины размещались с разных сторон этих листов по две на каждый модуль. Композицию зала обрамляли античные и современные скульптуры. Никакой системы, хронологической или тематической, в расположении модулей не было. Так, рассматривая картину Матисса\*, посетитель видел еще непременно Веласкеса\* и Боттичелли\*. Поскольку все стояло рядом, у каждого художника были равные права на внимание зрителя.

Стены музея были прозрачны. Днем здание заливал солнечный свет, а вечером в зал сквозь стеклянные стены врвались огни ночного Сан-Паулу. Дневной и ночной мегаполис воспринимался как продолжение уникальной экспозиции.

(по ст.: А. Голубовский. Искусство в «Стране диких обезьян» // Вокруг света. – 2006. – № 5)

#### КОММЕНТАРИИ

**Франдрайзер** – человек, занимающийся сбором денег и пожертвований на проекты некоммерческих и благотворительных организаций.

**Франсуа Клуэ** (ок. 1594-1572) – крупнейший французский придворный художник-портретист эпохи Возрождения.

**Никола Пуссен** (1594-1665) – основатель французского классицизма, знаменитый французский живописец и портретист.

**Жан Батист Симеон Шарден** (1699-1779) – французский художник. Его творчество знаменует собой расцвет реализма XVIII века.

**Жан Оноре Фрагонар** (1732-1806) – известный французский художник, блестящий живописец и рисовальщик; работал над гравюрой и занимался оформлением книг.



**Жан Батист Коро** (1796-1875) – французский художник и гравёр, один из самых успешных и плодотворных пейзажистов эпохи романтизма, оказавший влияние на импрессионистов.

**Фердинанд Виктор Эжен Делакруа** (1798-1863) – французский живописец и график, предводитель романтического направления в европейской живописи.

**Эдуард Мане** (1832-1883) – французский художник, один из родоначальников импрессионизма.

**Поль Сезанн** (1839-1906) – французский художник, яркий представитель постимпрессионизма.

**Джованни Беллини** (ок.1433-1516) – итальянский художник венецианской школы живописи.

**Рафаэль Санти** (1483-1520) – великий итальянский живописец, график и архитектор.

**Тициан Вечеллио** (ок.1488-1576) – итальянский художник эпохи Возрождения.

**Тинторетто** (1518-1594) – итальянский живописец венецианской школы.

**Анри Матисс** (1869-1954) – французский художник и скульптор, лидер течения фовистов.

**Диего Родригес де Сильва и Веласкес** (1599-1660) – испанский художник, один из величайших представителей испанского золотого века.

**Сандро Боттичелли** (1445-1510) – знаменитый итальянский художник раннего Возрождения.

#### Текст 4

### МУЗЕИ ПОД ОТКРЫТЫМ НЕБОМ

Музеи под открытым небом (open air) сейчас очень популярны во всем мире. Здесь посетители совершают прогулки по местности, обычно очень живописной, и путешествуют в глубь истории, так как большинство музеев этнографические или исторические.

Первый в мире музей под открытым небом находится в самом центре Стокгольма. Здесь, на острове Юргорден, в 1810 году

торговец Джон Бургман построил летний павильон, вокруг которого разбил сад. Поместье получило название Скансен из-за стоящей поблизости небольшой крепости (по-шведски крепость – skans). В 1891 году имение приобрел Артур Хазелиус, директор и основатель Музея северных стран. Уже тогда он мечтал «... заложить музей, не имеющий аналогов, а именно фольклорно-исторический музей под открытым небом». Со всей страны сюда привозили дома, усадьбы и целые комплексы, как, например, кузница, мастерская стеклодува или пекарня. Сейчас в Скансене представлены более 150 домов и усадеб XVIII-XX веков. В них сохранена обстановка, показывающая, как жили в те времена люди разных социальных сословий во всех районах Швеции. Гуляя по городскому кварталу, где жилые дома стоят бок о бок с лавкой пряностей, пекарней, стеклодувной и гончарной мастерской, столлярной фабрикой, типографией, мастерской жестянщика и другими небольшими мастерскими, можно в полной мере окунуться в быт Швеции двухвековой давности.

Смотрители домов, одетые в костюмы соответствующей эпохи, могут провести посетителей по комнатам и рассказать об экспонатах. Стеклодув на ваших глазах выдует кувшин так, как это делалось в середине XIX века.

Жизнь в Скансене не кажется замершей, здесь отмечают все праздники: традиционные зимние (Рождество и Новый год), весной в Вальпургиеву ночь (30 апреля) разжигают большой праздничный костер, летом здесь проходит Праздник середины лета (20-22 июня), в сентябре отмечается праздник урожая, после чего наступает пора ежегодной осенней ярмарки. Год заканчивается большими рождественскими базарами.

\* \* \*

Музей Блэк Кантри (Black Country Living Museum) в городе Дадли в Великобритании дает возможность окунуться в жизнь шахтерского городка конца XIX столетия. Блэк Кантри – индустриальный район, расположенный к западу от Бирмингема. Он получил свое название из-за угольной пыли, которая плотным слоем лежала здесь по всей округе.

Все наследие прошлого теперь бережно восстановлено в музее. Сюда свезли исторические здания со всего графства. Это и

образцы промышленной архитектуры из красного кирпича, и сохранившиеся типичные коттеджи шахтерских семей. Здесь даже можно спуститься в настоящую угольную шахту или попасть на урок в школу и поучиться по программе 80-х годов XIX столетия. Причем в классы будут собраны ученики разных возрастов, как это было принято в то время. Кроме того, здесь действует кино-театр немых фильмов, старинная трамвайная линия, кузница и паб, а по каналу можно проехать на паровом катере.

\* \* \*

Роттердам – это прежде всего город-порт. Порт, один из самых крупных в Европе, представляет немалый интерес. В «туристической» части порта расположен Музей мореплавания под открытым небом (Museum Haven). Его экспозиция состоит из кораблей прошлого века, старых барж и мелких суденышек, на каждом из которых приветливые голландцы проведут небольшую экскурсию и расскажут историю судна. Здесь же можно увидеть образцы маяков, разгрузочных кранов и товарного поезда, увозящего грузы из порта. Главная достопримечательность музея – пришвартованное у причала судно «Буйвол» (Buffel), когда-то принадлежавшее королевскому флоту.

(по ст.: А. Сухалуцкий, А. Сторожук, Н. Северина.

В открытом доступе // Всемирный следопыт. – 2008. – № 12.)

## Текст 5

### МУЗЕИ ИГРУШЕК

Всюду, где селится и живет человек, от суровых арктических просторов до безводных пустынь, от тропических лесов до заснеженных гор – игрушка неизменный его спутник.

Самые вдохновенные творцы игрушек – дети. Любая вещь, к которой прикоснулся ребенок, уже игрушка.

«Скажи мне, во что ты играешь, и я скажу, кем ты будешь». Психологи так до сих пор и не могут прийти к единому мнению по поводу того, вредно или полезно увлечение куклами. Одни считают, что дети, играя в куклы, репетируют моменты будущей

взрослой жизни. Для взрослых это своего рода психологическая отдушина от повседневной жизни.

Другие же, наоборот, полагают, что кукла отвлекает от реальности и переносит человека в мир иллюзий, что негативно сказывается на социальной адаптации человека.

Тем не менее по всему миру разбросаны музеи игрушек: большие и маленькие, старые и открытые совсем недавно, частные и государственные. Все они неизменно пользуются огромной популярностью.

Уже несколько десятков лет в Лондоне существует Музей Детства (Bethnal Green Museum of Childhood). В этом музее выставлены игрушки всех «времен и народов». Здесь есть и немецкие куклы с румяными личиками, и раскрашенные японские самураи, и итальянские марионетки. Однако большая часть выставки состоит из произведений английских умельцев.

Экспозиция музея разделена по отделам. Есть отдел мягких игрушек. Здесь первое место досталось плюшевым мишкам. Есть отдел с великолепной экспозицией старинных кукол. Все «маленькие леди» одеты в прекрасные платья, сшитые 50, 100, а то и 200 лет назад. Раньше у детских любимиц были собственные модельеры, швеи и даже парикмахеры. Произведениями людей этих давно забытых профессий можно полюбоваться в музее. Здесь также находится отдел, полностью посвященный автоматическим игрушкам. Кивающие клоуны, километры железных дорог и танцующие балерины – все это неизменно вызывает восторг у детей. В Музее Детства есть целые табуны деревянных лошадок-качалок и армии игрушечных солдатиков. В отдельной комнате выставлено более 30 игрушечных домов. Интерьер крошечных гостиных и спален полностью повторяет «домашнюю» моду давно прошедших дней. Самым неожиданным и самым неприятным оказывается отдел детских наказаний. Дело в том, что в Англии и в прошлом веке (не говоря о более давних временах) всяческие розги, палки и ремни были атрибутом любой школы. Даже при поступлении в аристократический Итон с родителей учеников взималась плата за розги.

Но, несмотря на это неприятное исключение, музей вызывает восторг не только у маленьких посетителей, но и у взрослых.

(по материалам сайта [www.russiantown.com/ba/tour/traveel](http://www.russiantown.com/ba/tour/traveel))

## Текст 6

## ЧЕЛОВЕК–МУЗЕЙ

Музей человеческого тела (Corpus) в голландском городке Ухстхейст был открыт 20 марта 2008 года. На его создание ушло 12 лет, а строительство обошлось в 12 миллионов долларов.

Место возведения музея тщательно выбирали, в основном, из коммерческих соображений. Первоначально его собирались построить в северной части Амстердама. Но от этой идеи пришлось отказаться, так как путь к музею лежал через паромную переправу, а это не очень удобно. В итоге 35-метровое здание из стекла и металла разместили недалеко от скоростной трассы Амстердам – Гаага. Его можно рассмотреть даже с борта самолета, прилетающего в крупнейший аэропорт страны Схипхол.

Внешний вид музея довольно необычный. Это огромная фигура сидящего человека, наполовину «вросшего» в прилегающее здание.

Путешествие начинается в колене и заканчивается на верхнем ярусе в головном мозге. За 55 минут экскурсии посетители проходят и проезжают в общей сложности семь этажей музея.

После колена экскурсанты попадают в бедренную кость, где им демонстрируется процесс создания красных и белых кровяных телец. Затем посетители изучают работу мышц и суставов во время ходьбы. Затем они попадают в желудочно-кишечный тракт, легкие и сердце. В ротовой полости рассказывается и показывается работа языка, вкусовых рецепторов и голосовых связок.

Следующие этапы – внутреннее ухо и носовая полость, в которой демонстрируется процесс чихания. Дальше – внутренности глазного яблока, где речь идет о том, как свет попадает на сетчатку глаза, как формируется и передается в мозг изображение. И, конечно же, главный центр управления тела – мозг.

Движение групп мимо внутренних органов или сквозь них сопровождается самыми разными эффектами. В их числе и звуковые, которые копируют естественные звуки организма.

В соседнем с музеем здании располагается медицинский центр. Здесь детям и взрослым расскажут о здоровом образе жизни, предложат различные медицинские тесты и познавательные игры.

Возможно, после посещения такого музея даже взрослый человек, придя домой, посмотрит на свое тело совершенно другими глазами и станет заботливее относиться к работе этого сложного механизма.

(по ст.: Ю.Рудый. Голландцы позволили людям гулять внутри человека, <http://www.membrana.ru/particle/1399>)

## Текст 7

### ФАЛЬШИВОЕ ИСКУССТВО

Подделка картин – имитация живописного стиля и сюжета произведения известного автора – существовала всегда. Это бизнес для многих: изготовителей, дилеров, покупателей, полиции, страховых агентов.

Проблема фальшивок по-настоящему остро встала во второй половине XX века, когда появились новые физико-химические методы определения подлинности. В 1965 году выяснилось, что портрет графа Веллингтона кисти Гойи\* в Лондонской национальной галерее – фальшивка. В 1976 году выяснилось, что в музее Корнеля хранятся подделки Коро\*. В музее Метрополитен из 66 артефактов восьмитысячелетней давности только 18 действительно древние. И это в авторитетнейших музеях мира. Что же говорить о частных коллекциях?

В 1996 году изготовитель подделок Эрик Хебборн опубликовал книгу «Учебник фальсификатора». Сам Хебборн за 46 лет работы (1950-1996) изготовил тысячи рисунков, признанных экспертами «ранее неизвестными» произведениями Брейгеля\*, Пиранези\*, Ван Дейка\*.

Но самым блестящим фальсификатором в истории искусства был Хан Антониус ван Меегерен (1889-1947). В начале XX века он начал создавать картины в духе великого голландца Вермеера\*. Специалисты не могли отличить их от подлинных полотен, музеи покупали их за огромные деньги. В конце концов Меегерена разоблачили. Но тогда встает вопрос: как относиться к гениям, если потомки могут подражать им, сохраняя при этом дух гениальности? В поисках ответа в 1996 году в Роттердаме

открыли выставку самого ван Меегерена. Более ста работ художника показали, что он сам обладал оригинальным даром.

Подделать картину достаточно сложно. Важно подобрать старый подрамник и холст, состав красок. Одна из заключительных операций состоит в том, что изделие помещают в печь, коптят и сушат при определенной температуре. Поверхность картины делается темной и покрывается трещинками (кракелюрами).

Еще один из способов подделки – раскрутка вымышленного художника, которому приписываются собственные произведения. Этим путем пошла в 70-е годы австралийка Элизабет Дурак. За несколько лет она написала сотни картин от имени несуществующего художника-аборигена Эдди Бурропа. Она чутко уловила веяние времени – моду на «наивное искусство». Подделка раскрылась, когда художницу попросили предъявить Бурропа. Элизабет отделалась символическим наказанием. В конце концов благодаря ей во всем мире вырос интерес к искусству аборигенов и к Австралии как таковой.

А вот в Сан-Себастьяне открылась выставка «151 узаконенная подделка известных шедевров». На ней представлены произведения знаменитых живописцев, выполненные лицензированными художниками-фальсификаторами. История легальных подделок берет начало в 1984 году. Тогда итальянский архитектор и коллекционер Джузеппе Сальцано приобрел на аукционе картину Джорджо де Кирико\* «Площадь Италии», которая оказалась подделкой. Сальцано был поражен мастерством фальсификатора. Он разыскал художника. Им оказался 75-летний Антонио Мазиз, который подделывал полотна мастеров, чтобы заработать себе на жизнь. Сальцано устроил выставку подделок Мазиза. Она имела огромный успех. Затем коллекционер создал галерею «Питти Арте», на которую работают 48 художников. Министерство культуры Италии выдает этим работам соответствующие сертификаты. Покупатели этих произведений получают гарантию, что эти полотна являются «уникальными работами, уважающими манеру и технику оригинала». Картины стоят от 1 до 30 тысяч евро.

Среди клиентов галереи «Питти Арте» были, в частности, принцесса Диана, Фрэнк Синатра, Арнольд Шварценеггер, Антонио Бандерас.

(по материалам сайта <http://www.art-spb.ru/artspb177.html>)

**КОММЕНТАРИИ**

**Франсиско Гойя** (1746-1828) – испанский художник и гравер, один из первых и наиболее ярких мастеров изобразительного искусства эпохи романтизма.

**Жан Батист Коро** (1796-1875) – французский художник и гравер, один из самых успешных и плодовитых пейзажистов эпохи романтизма.

**Питер Брейгель** (1525-1569) – нидерландский живописец и график. Мастер пейзажа и жанровых сцен.

**Джованни Баттиста Пиранези** (1720-1778) – итальянский археолог, архитектор и художник-график, мастер архитектурных пейзажей.

**Антонис Ван Дейк** (1599-1641) – фламандский живописец и график, мастер придворного портрета и религиозных сюжетов в стиле барокко.

**Ян Вермеер** (1632-1675) – нидерландский художник, мастер бытовой живописи и жанрового портрета. Является одним из величайших живописцев золотого века голландского искусства.

**Джорджо де Кирико** (1888-1978) – итальянский живописец, представитель неоклассицизма, один из создателей так называемой метафизической живописи, оказавший огромное влияние на развитие сюрреализма.

Учебное издание

**ПО КОНТИНЕНТАМ И СТРАНАМ**

Учебное пособие для иностранных учащихся  
продвинутого этапа обучения

Редактор *Е.Д. Груверман*

Подписано в печать 5.08.11. Формат 60x84 1/16.

Усл. печ. л. 5,0. Тираж 100 экз. Заказ 346. РТП изд-ва СПбГУЭФ.

Издательство СПбГУЭФ. 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21.