

СТЕФАНИ ФОЛ

ЭТИ СТРАННЫЕ АМЕРИКАНЦЫ

STEPHANIE FAUL

XENOPHOBE'S GUIDE TO THE AMERICANS

Xenophobe's Guides

СТЕФАНИ ФОЛ

ЭТИ СТРАННЫЕ АМЕРИКАНЦЫ

Перевод с английского



альпина
ПАБЛИШЕР

МОСКВА
2016

УДК 908
ББК 26.8
Ф74

Переводчик А. Глебовская

Фол С.

Ф74 Эти странные американцы / Стефани Фол ; Пер. с англ. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 138 с.

ISBN 978-5-9614-5830-5

Они считают себя самыми успешными и счастливыми, но по потреблению антидепрессантов лидируют в мире. Они живут в светском государстве, религиозность которого зашкаливает. Они помешаны на здоровом образе жизни, но страдают ожирением больше, чем любой другой народ. Это лишь несколько противоречий в характере этих странных американцев. Чтобы лучше узнать и понять американские пироги, мечты и страхи — читайте книгу Стефани Фол, типичной американки, янки из Коннектикута с греческим происхождением.

УДК 908
ББК 26.8

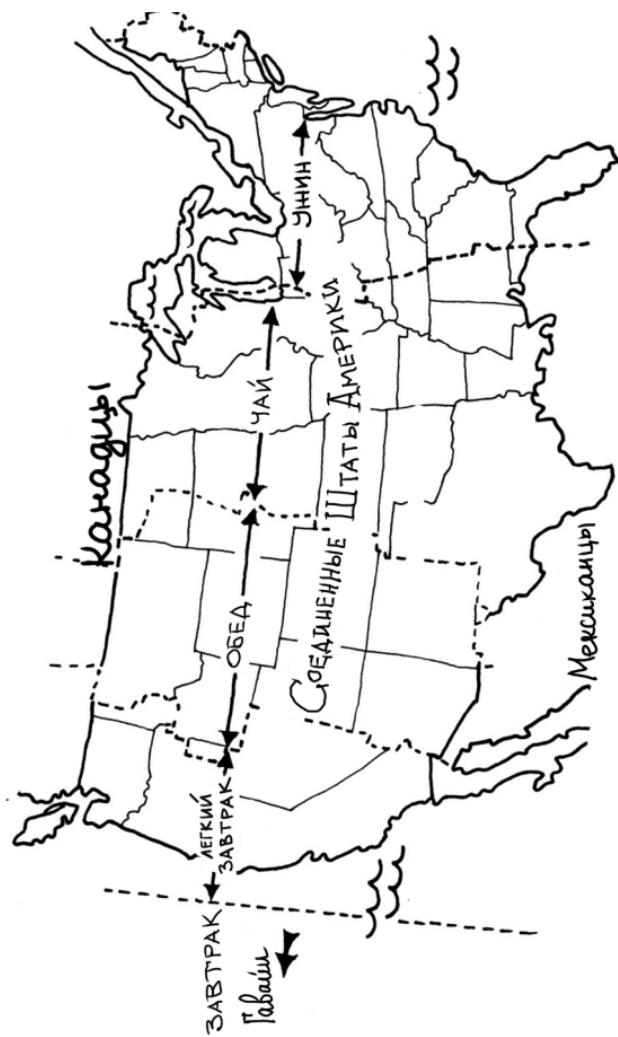
ISBN 978-5-9614-5830-5 (рус.)
ISBN 978-1-90604219-6 (англ.)

Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети Интернет и в корпоративных сетях, а также запись в память ЭВМ для частного или публичного использования, без письменного разрешения владельца авторских прав. По вопросу организации доступа к электронной библиотеке издательства обращайтесь по адресу mylib@alpina.ru

© Oval Projects, 2013
© Издание на русском языке,
перевод, оформление.
ООО «Альпина Паблишер», 2016

Оглавление

Национализм и самосознание	7
Характер	16
Образ мыслей	26
Навязчивые идеи	36
Образ жизни	41
Чувство юмора	52
Досуг и развлечения	56
Обычаи и традиции	65
Внешность, здоровье и гигиена	77
Культура	86
Еда и напитки	90
Правительство и бюрократия	100
Системы	108
Преступление и наказание	113
Бизнес	124
Язык и мышление	129
Об авторе	136



Национализм и самосознание

Кто больше знает, тот меньше влипает

Американцы — сущие дети: горластые, любопытные, секретов хранить не умеют, утонченностью не отличаются, в обществе ведут себя непотребно. Если понять, что американцы по сути своей — подростки, все остальное в их культуре сразу же встает на свои места и то, что на первый взгляд казалось бестолковостью и безобразием, приобретает характер милого озорства.

Человек из другой страны легко может одуреть от одного уже американского громогласного дружелюбия, особенно в центральных и южных штатах. Стоит вам оказаться в самолете на соседнем месте с американцем, и он немедленно начнет обращаться

к вам запанибрата, осведомляться «Ну и как вам у нас в Штатах?», излагать интимные подробности своего последнего развода, зазывать к себе на ужин, предлагать денег в долг, а на прощание еще и облапит — будь здоров.

Это совсем не значит, что назавтра он сможет вспомнить, как вас зовут. Американское дружелюбие — своего рода физиологическая потребность: они любят любить ближнего и любят, чтобы любили их. Однако путешественник с умом довольно быстро разбирается, что несколько счастливых минут в обществе американца совершенно ни к чему того не обязывают. Американцы страшно боятся, что их к чему-то обяжут. Это нация, для которой самой устойчивой формой человеческих взаимоотношений является поверхностное знакомство.

Взгляд на себя

Как и положено нации, основанной парижами, каторжниками, искателями приключений и религиозными фанатиками (причем

за последние 400 лет этот демографический салат не так уж сильно изменился), американцы до сих пор сохранили дух неколебимой самостоятельности. Они гордятся тем, что они американцы — граждане лучшей страны в мире, — но каждый из них обязательно станет вам втолковывать, что уж он-то лично совершенно не похож на других американцев. Он гораздо лучше. Американцы любят похвастаться тем, что не похожи друг на друга, и тем, что вообще ни на кого не похожи. Это нация эмигрантов, и по своему этническому происхождению американец может быть кем угодно. Всякий американец — это американец с довеском «происхождения». Из изначального плавильного котла выкатились миллионы всевозможных слитков: американцы хорватского происхождения, американцы ирландского происхождения, американцы японского, мексиканского и еще невесть какого происхождения. Не удивляйтесь, если типичного американца зовут Патрик Нанг, Октавио Розенберг или Ильза-Мария Нугумбвеле.

Американец станет говорить о себе «Я — поляк» или «Я — итальянец», только на том основании, что его прапрадедушка родился в Польше или в Италии. Не важно, что правнук не знает ни слова ни на одном языке, кроме английского, и в жизни не бывал восточнее Нью-Йорка и западнее Чикаго. Он умеет лепить калачи (если он поляк) или каннеллони (если он итальянец), а это куда существеннее. Пожалуй, единственное различительное отличие между американцами и жителями всех других стран состоит в том, что американцы проводят кучу времени у стоматологов и потому зубы у них необычайно ровные.

Взгляд на других

Всего у 30% американцев есть загранпаспорта (для сравнения: канадцев с паспортами 75%, а англичан — целых 80%). Остальным они просто ни к чему. Их родная страна так велика, что американец может пропутешествовать неделю, не покидая ее пределов.

То, что любой человек, живущий от тебя в 5000 км, тоже американец, сообщает мышлению среднего гражданина дух изрядного провинциализма. Поскольку в чужие страны американцы ездят довольно редко¹, они твердо убеждены, что люди на всем белом свете ничем от них не отличаются, разве что не говорят по-английски и ванны у них паршивые. Некоторые американцы твердо убеждены, что все иностранцы на самом деле умеют говорить по-английски (в школе-то их учат), но не делают этого из чистой вредности. О Европе у американцев представление смутное. Американцы, путешествующие по групповой путевке, способны радостно протрюхать через пять стран за семь дней и вернуться домой в вящей уверенности, что Эйфелева башня находится где-то неподалеку от Пизанской, что на самом деле по американским меркам — чистая правда. Расстояние от Лондона до Стамбула меньше расстояния от Питсбурга

¹ Канада не считается, а Мексику вообще не воспринимают как «заграницу».

до Финикса, а от Мэна до Майами на целую треть дальше.

Заблуждение, что они «совсем как мы, только говорят, едят и одеваются по-другому», происходит, видимо, из того, что почти все американцы — потомки иммигрантов. Жители других стран для них не совсем чужаки, они — потенциальные американцы, вернее, потенциальные американцы с довеском «происхождения».

Иммигранты

Каждая новая волна иммигрантов сталкивается с неприкрытым недружелюбием со стороны старых иммигрантов. Голландцы из Нового Амстердама (нынешний Нью-Йорк) косо смотрели на английских переселенцев; английские переселенцы хмыкали в сторону немцев, которые отказывались брать на работу ирландцев, которые шипели на русских и поляков, и т. д. В последнее время американское правительство ввело ограничение: в страну впускают не больше 700 000 человек

в год. Примерно две трети законной эмиграции связано с воссоединением семей, а для остальных существует игра удачи под названием «визовая лотерея».

Кроме того, ежегодно через границу (надежно огороженную и усердно охраняемую) переправляются сотни и тысячи мексиканских граждан. На западе и юго-западе Америки испанский уже стал неофициальным вторым языком: все уже привыкли, что вывески и официальные документы написаны на двух языках. Если вы хотите, чтобы с вашего рабочего места убрали пакет с мусором, на нем лучше написать BASURA («мусор» по-испански), а не TRASH («мусор» по-английски). Чисто по количественным показателям Мексика скоро добьется того, что не удавалось никому другому: завоевания Соединенных Штатов.

Лучшие друзья

К канадцам у американцев совершенно особое отношение — в конце концов, у них общая самая длинная в мире неохраняемая

граница. Строго говоря, большинство американцев вообще понятия не имеют, что Канада — другая страна. Канадцы ведь одеваются и говорят как американцы, турагенты называют путешествие в Канаду «поездкой по родным местам», а «Торонто блю джейз» выиграли чемпионат мира по бейсболу (правда, всего один раз). Не может же быть, чтобы чемпионы мира по бейсболу не были американцами, чего бы там ни бурчали их болельщики.

К Англии американцы испытывают нежные чувства. Почти вся их приличная литература, поп-музыка и большинство терпимых телепрограмм — импорт из Британии. А тут еще и королевская семья: поскольку дома у них ничего такого нет, американцы упиваются заемными придворными скандалами. В Америке роль монархов исполняют голливудские актеры, президенты и звезды спорта. Тренер, приведший свою команду к победе в Суперкубке, считается королем — пусть только до следующего чемпионата.

Уже давно было отмечено, что США и Великобритания — «две страны, разделенные общим языком»; время от времени это ведет к досадному взаимонепониманию. Например, в Англии «никерами» можно назвать почти всякие штаны, а в Америке — только штаны для гольфа. Несмотря на эти неприятности, количество смешанных браков растет с астрономической скоростью, так что страны сближаются все сильнее. При этом американцы все равно крайне настороженно относятся ко всем иностранцам, а к иностранным деньгам тем более. Рон Пол, конгрессмен из Техаса, даже придумал свои собственные «рон-половские доллары». Они не являлись официальной валютой, почти все монеты были конфискованы по распоряжению суда, однако приверженцы этой смелой идеи пытаются ими расплачиваться и по сей день.

Характер

Предприимчивость

Америка, как и любая другая нация, считает себя самой лучшей в мире. У американцев, однако, есть тому веское доказательство: люди со всех концов земного шара из кожи лезут, чтобы попасть в Соединенные Штаты; некоторым это даже стоит шкуры. Какие тут еще нужны доказательства?

Дух коллективизма и предпринимчивости этих рисковых ребят сохранился почти во всех сферах американской жизни. В национальные герои в основном выбирают парий вроде стрелка с Дикого Запада Джессса Джеймса, или воротил бизнеса, вроде основателя сети супермаркетов Walmart Сэма Уолтона, а еще Стива Джобса. Антигероями назначаются диктаторы всех мастей и пошибов, в том числе

коммунисты, президенты крупных корпораций, чиновники и политики. Каждый американский рабочий мечтает когда-нибудь открыть собственное дело. Именно благодаря этому предпримчивому менталитету, выковавшему столько миллионеров-самоучек, и создалась та нация, которую мы теперь имеем.

Главное — победа

Американцам очень важно быть самыми-самыми. В какую именно вы играете игру, не имеет никакого значения. Неважно даже, выиграли вы или проиграли. Важно, выглядите ли выигравшим или проигравшим, вернее, выглядите ли выигравшим.

Победа — основа американской психологии. Как сказал футбольный тренер Винс Ломбарди, «победа — это не самое главное. Это единственное главное».

Любое событие в жизни американца, от выпускного вечера до женитьбы или покупки автомобиля, организовано таким образом,

чтобы кто-нибудь мог победить или по крайней мере обскакать всех остальных. Кроме того, американцы считают себя единственной страной, умеющей побеждать. Их всегда призывают в самую последнюю минуту, чтобы выручить какую-нибудь несчастную нацию, попавшую в переделку. Иметь Господа Бога на своей стороне — дело хорошее. Иметь на своей стороне Соединенные Штаты — еще лучше. Для американцев это одно и то же.

Как выразился юморист Уилл Роджерс, «за всю нашу жизнь Америка ни разу не проиграла в сражении и не выиграла на переговорах. Убежден, без ложной скромности, что мы можем один на один управиться с любой страной в мире. Но мы даже с переговоров с Коста-Рикой возвращаемся домой в сильно помятом виде».

Фактор замечательности

Победа важна американцу, потому что у победителя, как правило, все замечательно, а у американца все должно быть замечательно.

Американцы изводят тысячи долларов на книги, таблетки и всяческие разновидности психотерапии, чтобы чувствовать себя замечательно. Самые распространенные психотропные препараты в стране — антидепрессанты. Американцы посещают кружки психотерапии, группы самопознания, испытывают на себе «терапию первого крика», «перерождения» и всякого тому подобного (усерднее всего этой белибердой занимаются в Калифорнии, Штате Замечательного Самочувствия).

Типичная американская реакция на любой кризис или катастрофу — сделать вид, что все замечательно. Американцы всегда пытаются увидеть во всем светлую сторону, даже если ее нет, и отыскать в любой неприятности что-нибудь хорошее. «Если жизнь подсовывает вам лимоны, делайте из них лимонад», — щебечут американцы, обозревая искореженные останки своего автомобиля или развалины своего дома, порушенного землетрясением.

Фактор замечательности присутствует во всех проявлениях личной и общественной

жизни. Университеты вручают академические награды всем, кто хоть мало-мальски способен сдать экзамены. Американский деловой мир наводнен розовыми проектами и оптимистическими прогнозами. Правительство и всевозможные комитеты раздают награды и поощрения направо и налево, точно рождественские открытки. У редкого американца не висит на стене хоть одна грамота за отличные показатели в чем-нибудь — в Менеджерстве, Дилерстве или Успешном отношении к делу.

Сидеть в депрессии — некрасиво, и при людно демонстрировать свою депрессию не принято. В каждом американском книжном магазине имеется здоровущий отдел книг, которые убеждают вас в том, что, воспользовавшись их советами, можно достичь полного счастья. Среди них «Манхэттенская диета» (похудев, вы станете привлекательнее); «Бытие со смыслом» (книга, которая учит, как совершенствовать свою жизнь в религиозном контексте); «Кто трогал мой сыр»

(бестселлер — учебник бизнесмена, главная мысль которого выглядит так: «Если ваш колодец пересох, поищите воды в другом месте»), а также «Как кормить и обиживать мужа» (там описано, что делать, чтобы мужчина был счастлив). Книжное обозрение при *New York Times* выделяет эти шедевры в отдельный список, чтобы они не вытолкали локтями нормальные книги.

В начальной школе прежде всего озабочены тем, чтобы воспитать в детях чувство собственного достоинства: детей учат, насколько замечательны все их достижения (даже если эти достижения не предполагают способности разделить одно число на другое без помощи калькулятора). В некоторых школах вообще отменили диктанты, потому что ведь детишки уж какое-нибудь слово да напишут неправильно, а это губительно сказывается на их чувстве собственного достоинства, то есть заставляет их чувствовать себя не вполне замечательно.

Неуверенность в себе

Обратной стороной американской жизнерадостности является чувство неуверенности в себе и внутренней угнетенности, которое играет заметную роль в американской торговле и ведущую — в американской психиатрии. Несмотря на рот до ушей, американцы люди опасливые, пессимистичные и несчастливые. Поскольку американцам постоянно твердят, что они должны побеждать и добиваться успехов, многие чувствуют себя неудачниками, поскольку недостаточно богаты, знамениты, глямурны и влиятельны. Тем, у кого все это есть, казалось бы, переживать не из-за чего, но, как видно из прессы, даже богатство, слава, глямур и влияние — не панацея.

11 сентября 2001 г. самые потаенные американские страхи стали реальностью. Нападение на Всемирный торговый центр коренным образом изменило мировоззрение американцев. Теперь они стали даже пугливее прежнего. Они боятся террористов. Они боятся, что после долгих лет честного труда

кто-нибудь — правительство со своими налогами или грабитель со своим револьвером — отберет у них то, что им так дорого и свято. Они боятся столкнуться один на один с террористом. Боятся потерять работу (это как раз не фантазия, потому что вас запросто могут «оптимизировать», предупредив всего за неделю-другую). Они боятся, что из их детей вырастут бандиты, порнозвезды или, боже избави, политики. Боятся, что сырье устрицы повредят их здоровью, что сосед зарабатывает больше денег, что у них рак. Одинокие американцы боятся, что никогда не найдут спутника жизни, женатые — что спутник жизни с ними разведется, разведенные — что больше никогда не встретят никого мало-мальски подходящего.

Чтобы уберечься от этих напастей, американцы переезжают в пригороды, устанавливают сигнализацию на машины, покупают страховки, не берут в рот никаких морских тварей, заводят личного психиатра, вступают в клубы для одиночек и советуются с консультантами по вопросам брака. Как правило, им от этого делается только

хуже, потому что их загоняют в компанию людей, у которых такая же беда.

Конечно, это заговор!

Заговор американцы видят во всем, от убийства Кеннеди до разрушения Всемирного торгового центра; а еще они считают, что с тех пор, как в ФБР повесили таблички «Не курить», его уже больше никто не боится. В конце концов, ведь просто так ничего не бывает. Кто-то там дергает за веревочки. Кто на самом деле правит миром? Разумеется, заговорщики. Мнения расходятся, какие именно — итальянская мафия, масонская верхушка или католическая церковь, но менее страшно от этого не становится. В данный момент все страхи оправдывают терроризмом, и под эту марку накупают нового оружия и ставят металлоискатели в дверях офисов.

Так это было на прошлой неделе!

В Америке твердо верят, что человеку нужно давать второй шанс, а там и третий, и четвертый.

Коллективная память у американцев на удивление кущая, и они с легкостью прощают любого грешника. Так, Ричард Никсон, единственный президент США, подавший в отставку под угрозой импичмента, несколько лет спустя стал крупным государственным чиновником, потому что знал, как обращаться с Китаем.

Мэрион Бэрри, мэр города Вашингтона, в 1989 г. угодил за решетку за употребление наркотиков. Через четыре года он сновабаллотировался на свое старое место и был избран убедительным большинством. Конгресс США установил, что судья из Флориды Элси Гастингс виновен в коррупции, и снял его с должности. В родном городе его тут же выбрали представителем в этот самый конгресс. Причем в таком поведении нет ничего нового; в 1904 г. чиновник из Бостона Джеймс Майкл Керли, впоследствии мэр Керли, был переизбран, пока сидел в тюрьме.

Образ мыслей

Деньги

Как сказал писатель и обществовед Фрэн Лейбовиц: «В этой стране не только время — деньги. В ней всё — деньги». Если разобраться, так оно и есть: в США деньги — действительно самое главное. В обществе, где все равны и сами прокладывают себе дорогу в жизни, какой прок в благородном происхождении? Кому нужна утонченная духовность в круговорти суповой борьбы технократии и коммерции? Какой толк в чистых руках и чистом сердце, если все вокруг только и норовят скушать друг друга? Американцы любят думать обо всем в денежном эквиваленте, потому что деньги поддаются исчислению. Деньги — самый надежный способ определить, кто какое место занял в состязании, называемом «жизнь».

У американцев не принято скрывать своего пристрастия к деньгам. Они с удовольствием спрашивают и сообщают, что им сколько стоило и сколько они зарабатывают (хотя эту цифру принято на публике немножко подраздуть), или осведомляются, например: «Во сколько вам обошелся развод? Да ну?! Ого! Оказывается, я еще дешево отдался».

Классовое происхождение и социальный статус

У отцов-основателей была цель: создать общество без наследственных различий; Джордж Вашингтон отказался от должности короля и предпочел должность президента. Всеобщее равенство не оставило места чванству, потому что не давало возможности чувствовать себя лучше других по одному только праву рождения. Эффективным разрушителем равенства стали деньги, красота и особые достижения — например, использование ботокса в косметических целях.

На вопрос, к какому классу он относится, почти любой американец ответит: к среднему (на практике это значит, что у вас есть непыльная работа). Современные американцы больше не верят, что кто угодно может стать президентом, и даже слишком остро сознают разницу между очень богатыми и очень бедными. При этом они отнюдь не отказались от иллюзии равенства.

Классовая структура Америки чрезвычайно изменчива. Сын водопроводчика запросто может стать профессором, а сын профессора — водопроводчиком, особенно если вовремя разберется, у кого какая зарплата. В других странах люди из богатых семей могут позволить себе жить в праздности. В Соединенных Штатах — ни за что, потому что там даже тот, кто может себе позволить не работать, должен притворяться, что работает. Неработающий человек — вообще не человек. Первый вопрос при любом знакомстве: «Чем вы занимаетесь?» Единственный недопустимый ответ: «Ничем. Я богат».

Говоря о «благородстве», американцы имеют в виду неопределенную комбинацию происхождения и поведения, никак не связанную с богатством. Дональд Трамп, например, очень богат, но совсем не благороден, тогда как у Кэтрин Хепберн благородства — хоть отбавляй.

Мой автомобиль — моя крепость

Машина, так же как дом и сад, — обязательная составляющая Американской Мечты.

Средняя американская семья владеет как минимум одним автомобилем, а в семейке из двух взрослых и двух подростков их просто может быть четыре штуки. Большинство машин используются для ежедневных поездок на работу: менее 6% работающих американцев пользуются общественным транспортом. Значительная часть великолепных американских высокоскоростных автострад загружена на 300% и более и дважды в сутки превращается в гигантские автостоянки. Второе и третье место по числу автомобильных

пробок делят между собой Лос-Анджелес и Вашингтон (отставая от Сан-Франциско); в этих городах построили метро, но американцы все равно никак не хотят слезать с собственных колес.

Если американцу надо попасть в какое-нибудь место, до которого несколько минут пешком, он не пойдет пешком. Ходьба — это не по-американски (если не в спортивных целях). Существуют общества пеших прогулок, но, как правило, американец едет на машине в свой спортивный клуб, чтобы походить там на тренажере. Вообще он лучше доедет в любое место и, если надо, подождет, пока можно будет поставить машину как можно ближе. Из-за того, что водители кружат вокруг магазинов, высматривая место поближе к нужной им двери, образуются пробки и заторы.

Машина для американца — не только его крепость, но и костюм, и прическа, и вообще то, как его видят окружающие. Водители не только выбирают машины, отражающие их характер,

но еще и приукрашают их по-всякому. На машинах рисуют языки пламени, полоски, лесные пейзажи, приделывают к ним зеркала, хромированные загогулины и дополнительные фары. Старые школьные автобусы облепляют всячими наклейками и превращают их в передвижные домики. К мелкотравчатым европейским машинам относятся свысока (правда, в городах ценится их шустрость), а японские машины пренебрежительно называют «рисовыми ракетами» или «малодурашками».

Менее выпендрежные водители ограничиваются наклейкой на бампере, сообщающей об их образовании, политических взглядах или семейном положении, от «Йельская юридическая школа» до «Если вы богаты, то я не замужем».

Распространению лозунгов на колесах вовсю способствуют власти каждого штата, которые за несколько долларов доплаты предлагают специальные номерные знаки. Такие «персональные номера» позволяют водителям украсить свои авто краткими посланиями

по собственному выбору. Краткость вызвала к жизни сложную систему шифровки, и теперь водители стараются перещеголять друг друга в остроумии. На пафосной красной двухместке может стоять оскорбительное: ВЫЗ НОС, на машине хирурга-косметолога — СВЕДУ Р1КИ или КРАСОДЕЛ, на автомобиле любительницы кошек — КОТОМАМА, на машине адвоката — А2КАТ. Драненький «шевроле»-пикап может гласить «СОВ7 Д0100ЛИ», а строгого вида черные седаны с клерикальными медальонами напоминать: ИСХ или III XVI — отсылка к соответствующему стиху из Евангелия от Иоанна. Встречаются и политические лозунги, вроде ДМКРАТ или СЛОН¹.

Все эти надписи проверяются на предмет потенциальной оскорбительности, хотя и с переменным успехом: в большинстве

¹ Для тех, кто не уважает ребусы, таблички читаются так ВЫТРИ НОС, СВЕДУ РОДИНКИ, АДВОКАТ, СОВСЕМ ДОСТАЛИ, ДЕМОКРАТ. Слон — символ Республиканской партии.

штатов чиновники говорят не на всех языках. Один гражданин захотел табличку СЕНАТ ГАД, ему отказали, он заявил публичный протест и добился своего.

Церковь против государства

Официальной религии в Америке не существует вообще, если не считать повального преклонения перед мамоной и всеобщего культа Диснея. Насаждение религии запрещено конституцией, кроме того, религия решительно отделена от политики. На школьных выпускных праздниках запрещено произносить молитвы, и не дай бог какому-нибудь городскому совету в рождественские дни потратить хоть цент муниципальных денег на макет стойла, где родился Христос.

Американцы имеют право посещать любую церковь. Свобода совести дошла до того, что разрешается даже придумать свою собственную религию. Основать религию может любой желающий. Иногда это мероприятие приносит недурной доход, поскольку

религиозные учреждения не платят налогов и пожертвования в их адрес тоже налогами не облагаются. Таким новым церквям дают названия вроде Научно-метафизическая христианская церковь для горожан, Церковь воскресшего Элвиса, Субгениальная церковь и Церковь бросивших покупки (она учит экономить). Впрочем, самой влиятельной церковью американского происхождения остается Церковь святых последних дней из Юты, также известная как секта мормонов, у которой миллионы последователей по всему миру, причем чем дальше, тем больше.

В так называемом Библейском поясе, который начинается где-то приблизительно в южной части Восточного побережья и распространяется куда-то примерно до Миссури или Канзаса, маленькие независимые секты распут, как кустики хлопка; все они обычно проповедуют вариации на любимые темы: эволюция — бред, грешников ждет ад, Господь возлюбил Америку превыше всех стран.

ОБРАЗ МЫСЛЕЙ

Американцам нравится мысль, что, если с ними что-то случится, остальной мир не протянет и дня. Так, время от времени кто-нибудь начинает кричать о скором конце света, опираясь, как правило, на новый математический подход к Апокалипсису, Нострадамусу или на то, что астрономы заметили в небе какую-то подозрительную гадость. Иногда это приводит к массовой истерике и все начинают повально обращаться к Истинной Вере, дабы зарезервировать себе приличное место на последнем Суперкубке. Тот факт, что их ждет неизбежное разочарование, не мешает им повторять это снова и снова.

Навязчивые идеи

Образ американца

Список поступков, которые с американской точки зрения совершенно недопустимы, относительно невелик. К ним относятся: старение, толстение и смерть.

Старение

Старение в корне противоречит всем американским идеалам и понятиям. Лозунг и для мужчин, и для женщин — «Выгляди на 20 лет моложе». Старики, которых называют «людьми старшего поколения», пытаются надуть урода с косой, подкрашивая волосы, натягивая джинсы, подтягивая кожу и подбиравая животики. Американским постулатом в отношении старения можно считать высказывание Иваны Трамп, которая заявила: «Я всегда буду

выглядеть на 35, но Дональду это обойдется недешево». (Ей это не помогло. Он бросил ее ради дамы помоложе, зато ей остались детишки и отель «Плаза».)

Толстение

Один американский общественный деятель сказал: «Нельзя быть слишком богатым или слишком худым». Все американцы мечтают быть стройными (и богатыми). Это не значит, что все американцы отличаются стройностью: скорее наоборот. В любой произвольно взятый момент времени 30% американских женщин сидят на диете, вот только теряют при этом не столько вес, сколько деньги. 75 млн взрослых американцев страдают ожирением. При этом, как видно из любой светской хроники, богатые женщины в целом худее небогатых.

Лишний вес — один из величайших американских парадоксов: кино, журналы, телевидение отчаянно пропагандируют худых как спички фотомоделей; индустрия от похудения зарабатывает миллиарды долларов, и в то же

время в самом сердце страны мистер и миссис Америка от души поливают свои бигмаки жирным майонезом и уплетают за обе щеки огромные порции жареного картофеля. Примечательно, что к дискриминации толстых общества относится с терпимостью, совершенно немыслимой в любом другом случае.

Смерть

Смерть, с точки зрения американцев, — очень некрасивый поступок, не говоря уж о том, что это настоящее свинство по отношению к любящим родственникам и друзьям. Американцы пытаются делать вид, что смерти вообще не существует и уж во всяком случае ничего такого не случится с ними лично. Если же кто-то все-таки умирает, американцы не находят что сказать и стараются побыстрее разделаться со всеми сопутствующими процедурами. Заводить в приличном обществе разговор о смерти считается признаком психического расстройства, если только речь не идет о нашумевшем убийстве. Даже кролик

не умирает, он попадает в «безвыходное положение».

Болезнь — почти такое же свинство, как и смерть (только стоит гораздо дороже). Если американец спрашивает, как вы себя чувствуете, он заранее знает ответ: «Замечательно. А вы?»

Бытовая техника

Вам надо нарезать салат? Высушить волосы? Отполировать ногти? Сварить сосиску? Нажарить попкорна? Освежить воздух? Для каждого из этих дел в Америке существует специальный бытовой прибор, который можно либо купить в ближайшей аптеке, либо заказать по телефону через ночной рекламный телеканал.

Американцы дали миру автомобиль, аэроплан, цветной телевизор, мобильный телефон, жевательную резинку и Интернет, но на этом их тяга к изобретениям не иссякла, и они набросились на более мелкие бытовые нужды. У каждого американца в хозяйстве имеются

ЭТИ СТРАННЫЕ АМЕРИКАНЦЫ

тысячи всяких хитрых машинок, способных удовлетворить любую человеческую потребность; про большинство этих приборчиков вообще трудно сказать, зачем они существуют.

Америка — страна электрических салатосушилок, электрических банкооткрывателей, электрических шампунеразливалок, электрических воздуходувок, электрических волосоукладчиков, яйцеварок и бровешипателей. Боже вас сохрани сделать что-то своими руками!

Прямо сейчас тысячи американских невест открывают коробки с электрическими приборами для выпекания хлеба и для вылепления макарон. А электрические ножи, электрические венчики и электрические термосы их родителей обрастают слоями пыли.

Образ жизни

Семья

Под «семьей» американцы понимают классический набор из мамы, папы и детишек. То, что такие семейства становятся все большей редкостью, никак на их взгляды не влияет. В наше время вообще трудно сказать, что такое «семья». В Америке высок процесс разводов и незаконнорожденных детей, однополые пары заводят и усыновляют детей, а треть американцев все равно живут поодиночке.

Американский брак — это скорее многосерийная моногамия, чем пожизненная привязанность, особенно в больших городах. Чуть ли не половина браков заканчивается разводами. Впрочем, цифра эта обманчива: некоторые, вроде Элизабет Тейлор-Хилтон-Уэлдинг-Тодд-Фишер-Бартон-Бартон-Уорнер-Фортенски,

ходят замуж чуть не каждый год, но третья группа американцев, раз вступив в брак, больше уже не рыпаются. Остальные, перепробовав несколько супругов, наконец успокаиваются. Примерно 10% мужчин и 6% женщин вообще не женятся и не выходят замуж.

Есть несколько штатов (главный из них — Вермонт), где разрешены однополые браки; во многих других штатах это остается предметом споров: «гражданские союзы» узакониваются местными властями, а потом федеральный суд накладывает на них вето. Тот факт, что однополые пары десятилетиями живут вместе, а разнополые порой разводятся через неделю совместной жизни, никак на этих спорах не отражается.

Еще один необходимый атрибут идеальной семьи — неработающая жена, заботливая, хозяйственная мама, которая встречает детишек из школы свежим домашним печеньем. Такие мамы еще встречаются, но вымирают, как мамонты. Около 70% замужних женщин с детьми каждый день ходят на работу.

по одной простой причине: им нужны деньги. Малышей сдают в детский сад или подкидывают родственникам или соседям; детей постарше отправляют в школу, а потом — на продленный день. Работающие родители, особенно те, у которых работа ответственная, проводят с детьми считаные часы и воспитывают не количеством, а качеством.

Детей учат быть самостоятельными и осмотрительными и с малых лет внушают им чувство собственного достоинства. Американские родители относятся к своим отпрыскам с заискивающей предупредительностью, какой не дождешься ни от одного родителя-европейца: «Ты чего хочешь на завтрак, фруктовых колечек или рисовых шариков? А молочка столько хватит? Ну ладно, ладно, сейчас вылью из этой мисочки и перелью в мисочку с мишкой». Ориентированная на детей культура, всякие там Дональды Даки и Динозаврики Барни, проникает в каждый дом, заползает в разговоры и выплескивается с телеэкранов. Все вечера и выходные посвящены детям.

Домашние задания в американских школах задают пустяковые, чтобы детишкам хватало времени часами валяться перед телевизором.

Бебиситтер (то есть няня) — удовольствие дорогое, к тому же поди ее найди, когда все подростки трудятся в McDonald's. Поэтому американские родители повсюду таскают своих карапузов за собой, в том числе на коктейли, в кино и на свадьбы.

Деток принято уберегать от всех мыслимых рисков и опасностей. Вместе с первым велосипедом американский малыш получает в подарок свой первый велосипедный шлем. Правительство дотошнейшим образом проверяет каждую игрушку: если с ней обращаться не по инструкции, не будет ли от нее какого вреда? Дни детских химических наборов и рогаток давно канули в вечность. На школьных уроках физкультуры теперь вместо американского футбола играют в более безобидный футбол европейский, а из общественных бассейнов под нажимом страховых компаний бесследно исчезли все вышки.

С другой стороны, во многих семьях, как только дети получают права (обычно в 16 лет), им покупают машины. Страховку приходится платить умопомрачительную, да и вообще водить машину в таком возрасте опасно (каждый год в авариях погибает шесть с лишним тысяч человек в возрасте от 16 до 20 лет), однако, поскольку общественного транспорта почти не существует, мамы экономят на этом по несколько часов ежедневно. Из таких заласканых домашних деток вырастают настоящие американцы — самоуверенные, самовлюбленные, хваткие, жизнерадостные, мечтающие лишь об одном: теперь, когда предки от них отвязались, учинить что-нибудь опасное для жизни.

Вечные подростки

Для многих американцев лучшие годы жизни — это старшие классы, от 15 до 18 лет. У подростков никаких обязанностей, куча возможностей заработать на карманные расходы и пропасть энергии, чтобы оттягиваться

и хулиганить. Многие так на всю жизнь и застrevают на этой стадии, валяя дурака и уливая от всевозможных обязанностей до самого старческого слабоумия.

Любой американец мечтает стать знаменитым спортсменом, вроде баскетболиста Майкла Джордана или футболиста Пейтона Мэннинга (оба, между прочим, еще и богаты, это тоже не вредное качество). Каждое воскресенье на детских площадках собираются толпы великовозрастных доморошенных атлетов, которые гоняют мяч и делают вид, что запросто стали бы профессионалами, если бы не досадная необходимость кормить семью.

Американки мечтают быть кинозвездами или фотомоделями и в выходные рыщут по косметическим магазинам, стараясь стать похожими на Анджелину Джоли. Еще они предаются домохозяйственным мечтам о том, например, чтобы сделать ремонт в ванной для гостей, вышить крестиком чехлы на стулья или закатать дюжину-другую банок маринованных помидоров. Дама по имени Марта

Стюарт, телеведущая и владелица журнала, сколотила кругленькое состояние, обучая американских дам гладить простыни, выращивать петрушку и делать венки из сухих цветов. Впрочем, до дела у американок редко доходит. Все свое время они тратят на мечты о том, на что в принципе способны.

Секс

Все американцы знают, что, какой бы ни была их интимная жизнь, ее можно значительно улучшить. Книги о том, как получать больше радостей от секса, продаются как горячие пирожки, а любой уважающий себя дамский журнал ежемесячно публикует хотя бы по одной статье о том, Как Это Делать Лучше. Смущаться и обходить эти темы теперь не принято.

Однако разговоры разговорами, а смущение никуда не девается. По сути своей американцы невероятно целомудренны — сказывается пуританское прошлое. В колониальные времена длинные волосы у женщин считались

призывом к разврату, а демонстрация любой части тела выше лодыжки — нарушениемличий. В большинстве штатов закон запрещает ходить голышом в общественных местах. В Калифорнии есть нудистские пляжи, но там, где купаются детишки, все, включая самых мелких карапузов, упакованы в купальные костюмы.

Супружеские изменения — дело обычное, но обществом не одобряемое. Американский нравственный идеал, не имеющий ни малейшего отношения к американской реальной жизни, — это брак на всю жизнь между двумя девственниками. Когда интрижка на стороне становится достоянием гласности, американцы дружно возмущаются и считают само собой разумеющимся, что супруги подадут на развод. Пары, которые решают после этого сохранить семью, подвергаются сильнейшему ostracizmu: «Как он/она мог(ла) оставаться с ним/ней после того, что он/она натворил(а)?»

Самые строгие моральные требования предъявляются к политическим лидерам, хотя

как раз они хуже других соблюдают приличия. Президента Клинтона чуть не подвергли импичменту за то, что он взялся юлить на предмет оральных отношений с одной юной особой. Но все обвинения со стороны почтенных конгрессменов посыпались, как косточки домино, когда стали всплывать на свет их собственные прегрешения.

Вся эта шумиха вокруг секса отнюдь не означает, что американцы ведают, что творят. Конtraceпtивы, когда-то ютившиеся на дальних аптечных полках, теперь продаются на любой заправочной станции и газетной стойке, но консервативные родители по-прежнему воюют против того, чтобы в школах преподавали основы полового воспитания, так как это, мол, безнравственно. В результате многие американцы понятия не имеют, как происходит размножение у млекопитающих. Отсюда большое количество беременных девочек-подростков — их в Америке в два с половиной раза больше, чем в Канаде, и в восемь раз больше, чем в Швеции.

Манеры и этикет

В последние годы родителей из среднего класса стало наконец тревожить, что их отпрыски не только не знают, какая именно вилкой пользоваться на званом обеде, но и вообще предпочитают обходиться без вилки. Ну да, может быть, отчасти дело в том, что обедают они по большей части с друзьями в фастфудах, а не за семейным столом.

И вот американцы заинтересовались манерами: повырастали как грибы школы этикета, где юных дикарей обучают вести себя правильно, изысканно — но по-американски. Это значит, что вместо «пожалуйста» и «спасибо» здесь говорят «да ладно» и «а то».

Американцы орут в общественных местах, чавкают за столом, подрезают друг друга на перекрестках, не моргнув хватают с блюда последнюю булочку. При этом они щедро жертвуют на благотворительность, любят животных и стараются помогать бедным. 65% американских семей жертвуют деньги

в благотворительные организации, почти 60% взрослых работают волонтерами.

Многие оттенки американского поведения носят региональный характер. Ньюйоркцы любезны, но деловиты, за что их считают грубиянами и пронырами, а душевные люди со Среднего Запада такие тугодумы, что даже на покупку куска мыла тратят по полчаса.

Чувство юмора

Американцам больше нравятся незатейливые, смачные, забористые шутки; они предпочитают оглушительный хохот и крепкое словцо ироничной улыбке и тонким намекам, которых все равно не понимают. Шутки у них в основном на вечные темы, черпают их из кладезя трюизмов: к примеру, реплика Граучо Маркса «Вечер прошел отлично, но не о том речь» или Билла Косби «Мудрому и без слов все ясно. А вот глупцу нужен совет». Еще пример — Розеанна: «Муж жаловался, что дома из-за меня духота, так я спровадила его на свежий воздух».

Поскольку у каждого американца обязательно есть предки, родственники и друзья самого разного толка; в последние годы дело докатилось до того, что анекдоты, основанные на этнических, социальных, религиозных,

половых или расовых стереотипах, стали считаться неприличными. Пэт и Майк, Рас-тус и Фестус, поп-забулдыга, жених-поляк, дурища блондинка — все они решительной рукой изгнаны из общественных мест. Остается, конечно, масса всяких других смешных вещей — профессия, политические взгляды или региональные различия. Вот, например: тихасец хвастается перед арканзасцем своим ранчо. «Ранчо у меня такое, — говорит он, — что ежели я утром сажусь в грузовик и еду его осматривать, так мне только к ночи и удается вернуться». Арканзасец сочувственно кивает: «Угу. Было дело, был и у меня такой грузовик».

Единственное профессиональное сообщество, которое все в равной степени терпеть не могут и потому стремятся уколоть и ущипнуть по-всякому, — это адвокаты. Нелюбовь к адвокатам объясняется тем, что к ним приходится обращаться только в тяжелые моменты жизни — если надо развестись, или отвязаться от обвинения в преступной халатности, или доказать, что в этом убийстве вы

ни при чем. Любой анекдот про адвоката вызывает дружный хохот. Бывают анекдоты довольно странные:

Вопрос. Почему акулы не кусают адвокатов?

Ответ. С коллегами надо быть вежливым.

Другие — это старые добрые этнические шутки, приспособленные под новые адвокатские нужды:

Вопрос. Что будет, если двух адвокатов захоронить по шею в песок?

Ответ. Им не хватит песка.

Вопрос. Как ходят адвокаты?

Ответ. Я иду, пока вру, ты идешь, пока врешь...

Политики — тоже неплохая мишень, но, поскольку примерно две трети членов американского конгресса — юристы по образованию,

ЧУВСТВО ЮМОРА

анекдоты про них — это скорее вариации на адвокатскую тему.

Пожалуй, самое характерное проявление американского юмора — это меткий ответ собеседнику. Классический пример — реплика комедианта Джека Бенни, известного своей лаконичностью. Преступник наставляет на Бенни пистолет и говорит: «Кошелек или жизнь». Бенни, чуть-чуть помявшись, отвечает: «Сейчас, дайте подумать».

Досуг и развлечения

Что в Соединенных Штатах действительно хорошо умеют делать — так это развлекать себя и других. Правда, времени для развлечений у американцев в обрез. Обычный отпуск — всего две недели, поэтому американцы любят «короткие поездки». Закатиться куда-нибудь на «длинный уик-энд», то есть на три-четыре дня, чтобы не тратить зараз все отпускное время, — самое милое дело.

Возможностей провести отпуск в Америке хоть пруд пруди, «от гор до прерий диких и океанов бурных» (так звучит припев к «Боже, благослови Америку») до Гранд-Каньона и Долливуда (развлекательного парка Долли Парсон); от «главной достопримечательности» — города Нью-Йорка — до «Молл оф Америка», гигантского супермаркета в Миннесоте, куда ежегодно захаживает 40 млн человек.

Средний американец обычно поступает так: загружает детишек и несусветное количество багажа в машину или в ДК (дом на колесах — фургончик, где есть все те же удобства, что и в родном доме) и пилит несколько тысяч миль. Любимые развлечения: отдых на природе, рыбалка, осмотр исторических и культурных достопримечательностей. То, что от одной достопримечательности до другой — сотни миль по автостраде, делает всю затею только увлекательнее.

Американцы-отпускники еще больше похожи на американцев, чем все остальные американцы (если это только возможно): на них шорты вырвиглазного цвета, белые кроссовки и футболки с оскорбительными надписями. Они держат бумажники в полукруглых «поясных сумках», значительно увеличивающих объем талии, и обжираются пирожными и мороженым. Американцы нормальные презирают американцев-отпускников, которые создают толчею и слишком много едят. Потом, когда дело доходит до их отпуска, они

напяливают тот же наряд, грузятся в свой «виннебаго» (популярный ДК) и отправляются в чужие штаты заниматься тем же самым.

Спорт

В многоязыкой, разношерстной стране, какой являются Соединенные Штаты, не прожить без общего языка, который позволил бы представителям многочисленных этнических меньшинств общаться мирным путем с представителями совершенно иных в культурном отношении сообществ. Этот общий язык — спорт. Раньше о спорте говорили в основном мужчины; теперь, в процессе стирания половых различий, он превратился в универсальное средство общения. У женщин теперь есть собственная баскетбольная лига, а женская сборная по футболу выступает на чемпионате мира. Попросите среднего американца назвать имя знаменитого футболиста — скорее всего он назовет имя знаменитой футболистки.

Во всяком мало-мальски крупном городе есть своя профессиональная футбольная,

бейсбольная, баскетбольная или хоккейная команда, маленькие же городки довольствуются школьной или университетской сборной или командой низшей лиги. Спортивный календарь, по идее, таков: бейсбол — летом, футбол — осенью, баскетбол — весной, хоккей — всегда. На деле все это перемешано и перепутано, так что телевидению круглый год есть что показывать, а у американских мужчин всегда найдется предлог увильнуть в выходные от домашних дел.

При любой американской футбольной или баскетбольной команде, от школьной сборной до профессиональной лиги, состоит отряд смазливых девиц, обязанности которых — размахивать помпонами и заводить болельщиков. Всякий американский мальчик мечтает стать футбольным полузащитником, а всякая девочка — главой чирлидеров, если удастся в жестокой борьбе обойти всех соперниц.

За билеты на крупные соревнования депутат огромные деньги, и все равно иногда

их бывает не достать. Например, в Вашингтоне за сезонным билетом на футбол вас запишут в очередь на несколько десятков лет. К счастью для болельщиков, теперь существует кабельное телевидение, где всевозможные спортивные каналы транслируют всевозможные спортивные состязания. Но новая «многоэкранная» технология позволяет самым одержимым болельщикам смотреть несколько матчей одновременно.

Большая Игра

Бывают всякие большие игры, но есть одна Большая Игра — Суперкубок по американскому футболу. Суперкубок — самое значительное событие в мире, а может быть, и во Вселенной. Огромная армия болельщиков неколебимо убеждена, что матчи Суперкубка — крупнейшие вехи в истории человечества, которым никакие высадки в Нормандии и инаугурации президентов в подметки не годятся. Эта приходящаяся на конец января фантасмагория обзывается Мировым

чемпионатом по виду спорта, которым профессионально занимаются только в США.

Для Суперкубка организаторы выбирают самый вместительный стадион в каком-нибудь достаточно теплом штате, чтобы не заморозить богатых болельщиков насмерть, обычно во Флориде, Калифорнии или Техасе. В целях увеличения прибыли время для матча выбирают так, чтобы его можно было с удобством смотреть во всех американских часовых поясах; рекламодатели приберегают для Суперкубка свои самые свеженькие ролики, выкладывая за право их показать по \$4 млн в полминуты. Впрочем, оно, наверное, того стоит, так как в день Суперкубка игру смотрят больше половины всех американских телезрителей.

В день Суперкубка американцы приглашают к себе друзей, чтобы вместе смотреть телевизор и пить пиво с пиццей, претцелями и начос. В городах, команды которых участвуют в Суперкубке, жизнь замирает и движение прекращается. После окончания игры

в районах, где больше всего баров, начинаются празднования, а то и попросту буйства.

Вперед, на магазины!

Две трети экономической активности США приходится на сферу потребления. Американская безудержная страсть к магазинам — не просто побочный продукт потребительской психологии. Хождение по магазинам — не докучная необходимость, а любимый отдых. Это — удовольствие, развлечение, способ убить время. Друзья специально назначают встречу, чтобы вместе пройтись по магазинам, и радостно возвращаются домой с пустыми руками.

Самая посещаемая достопримечательность штата Виргиния — это не Маунт-Вернон, родина президента Джорджа Вашингтона, и не Монтичелло, родина президента Томаса Джефферсона, и даже не Вильямсбург, город-музей в колониальном стиле, воссозданный Рокфеллерами. Это — Potomac Mills, торговый центр, занимающий площадь 40 гектаров.

Американские торговые центры (как и супермаркеты) — это чертоги потребительства, петлистые лабиринты магазинов и ресторанов. Окруженные многими акрами парковок, загруженные дорогостоящей продукцией со всех концов света, американские торговые центры манят к себе сиянием и блеском огней. В пригородах (которые теперь принято называть «окраинными городками») школьные праздники и балы часто проходят в торговых центрах. Там чисто, безопасно, а кроме того, дежурят частные охранники, отличающиеся куда более широкими взглядами на мир, чем государственная полиция.

Но самый необременительный способ делать покупки — это, конечно, Интернет, стремительно замещающий каталоги. В начале века Сирс Робакс додумался до продажи домов по почтовым заказам. Многие его дома и сейчас, 80 лет спустя, хоть куда. И сейчас в каждый дом приходят сотни красочных каталогов, предлагающих заказать по почте все, что вам взбредет в голову (и даже то, что без

посторонней помощи никогда не взбредет). Но, разумеется, интерактивные покупки через Интернет куда занимательнее. Многие американцы вообще все делают в Сети — вкладывают деньги, учатся водить, покупают звуковые ловушки для тараканов. Там же находят спутников жизни. Сайты знакомств исчисляются дюжинами, причем сайт можно найти на любой вкус — для разведенных одиночек, одиноких евреев, одиноких геев, рослых одиночек, одиноких военнослужащих, одиноких христиан, одиноких пожилых, одиноких любителей научной фантастики, одиноких владельцев собак. Признаваться, что с супругом ты познакомился в Сети, больше не считается неприличным. Наоборот, в этом есть определенный шик: ведь там встречают не по одежке, а по уму.

Обычаи и традиции

Праздники

Как и во всякой сугубо светской стране, в Соединенных Штатах с праздниками проблема, поскольку религиозные праздники не могут быть общенародными выходными. При этом все традиционные праздники — церковного происхождения. И что тут, спрашивается, делать?

Американцы вышли из положения так: у них существуют праздники двух разновидностей. К первой относятся официальные праздники, в основном патриотического характера, посвященные великим людям или важным историческим событиям; за год их набирается около десятка. Их по большей части переносят на понедельники, чтобы все работающие могли всласть побездельничать. Все

банки и предприятия закрыты, почту не разносят, коммунальные службы бездействуют. Открыты только магазины. Магазины в Америке всегда открыты, за исключением Рождества.

К праздникам второй разновидности относятся все торжества сомнительного толка, никак не связанные с государством или религией; часто они носят сугубо региональный характер. К их числу относятся Чинко ди майо (5 мая, праздник выходцев из Латинской Америки), Марди-гра (парады и веселье в Новом Орлеане и других южных городах), Кванзаа, Первомай (в некоторых городах в этот день принято устраивать пляски на рассвете), День святого Патрика, Хеллоуин, 10 июня (день отмены рабства в 1865 г.) и День сексуальных меньшинств.

Светские праздники, как правило, сводятся к парадам, речам и громко разрекламированным распродажам. Однако три летних праздника — День поминовения, 4 июля (День независимости) и День трудящихся — традиционно

отводятся для барбекю, то есть зажаривания какого-нибудь мяса на свежем воздухе. По всей стране домовладельцы начищают шампуры, распаковывают сосиски для детей, курятину, бифштексы или ребрышки для себя, вымачивают куски угля в вонючих загигательных жидкостях, а потом превращают мясо в уголья, травят воздух и портят себе желудки. Барбекю на заднем дворе — вообще популярное летнее развлечение, но уж в эти три дня — хочешь не хочешь, а надо.

4 июля кроме горелого мяса воздух отравляют еще и фейерверки. Каждый городок пыжится изо всех сил, чтобы устроить приличный «общественный» фейерверк, а во многих семьях покупают еще и свои ракеты и хлопушки. Поскольку правила пожарной безопасности в разных штатах разные, это приводит к разгулу контрабанды: всякие интересные (читай «опасные») пиротехнические игрушки расползаются из штатов с самыми мягкими законами туда, где гайки закручены туже.

Существует еще с десяток неофициальных праздников, связанных с традициями или религиозными чувствами, которые вовсю подогреваются производителями сувениров и поздравительных открыток и продавцами цветов, — такие как День секретарши, День бабушки и дедушки и Сладкий день (приходящийся на субботу через полгода после Дня святого Валентина), который в 1930-х гг. выдумал один чикагский кондитерский магазин, чтобы раздавать сладости и подарки сиротам, больным и инвалидам.

А вообще праздники бывают самые разные. В День святого Патрика каждый американец превращается в почетного ирландца, все вокруг зеленеет, даже то, что позеленеть не может в принципе. В барах подают зеленое пиво, в магазинах торгуют зелеными бубликами, а в Чикаго заходят еще дальше и красят воду в реке в зеленый цвет. В День святого Патрика полагается выпить хотя бы рюмочку спиртного в каком-нибудь ирландском баре: в этот день все бары становятся ирландскими,

а все музыканты — ирландцами. Американские алкоголики со стажем презрительно называют возлияния в День святого Патрика «любительщиной».

Но вряд ли какой праздник так дорог сердцу американца, как Хеллоуин. В нем со средоточены сразу несколько отличительных национальных черт — показуха, религиозная нетерпимость, паранойя и жажда наживы — все они собираются в этот день вместе, чтобы праздновать, протестовать и набивать карманы. И взрослые, и дети надевают маскарадные костюмы, иногда прямо на работе (если вам надо куда-то в этот день лететь, стюардессы наверняка окажутся наряжены ведьмами или феями). Консервативные религиозные родители каждый год пытаются запретить на школьных праздниках тыквы и костюмы привидений, потому что они, мол, склоняют детишек к сатанинскому культу. Другие родители разрешают своим отпрыскам отправляться «колоядовать» (кодовое название для «А ну давай что-нибудь вкусное, а то я тебе

все кусты туалетной бумагой замотаю») — но эта традиция постепенно отмирает, и Хеллоуин из общего праздника превращается в семейный.

Новый год предъявляет к американцам требование иного свойства: если вы одиноки, вам надо во что бы то ни стало найти себе спутника хотя бы на этот вечер. Если вы, чего доброго, остались в новогодний вечер без партнера, это окончательное и бесповоротное доказательство вашей полной социальной и сексуальной никчемности.

На Восточном побережье праздник состоит в том, чтобы смотреть по телевизору гулянье на Таймс-сквер в Нью-Йорке — там, кстати, точно знают, когда именно наступает Новый год. Поскольку Соединенные Штаты растянулись на пять часовых поясов, Новый год скачет по стране пятью прыжками, и к тому времени, когда на Гавайях раздается треск новогодних хлопушек, вся остальная страна уже спит мирным сном.

Семейные сборища

День благодарения, третий четверг ноября, — это день, когда вся семья собирается за одним столом. Взрослые дети, преодолев маесту переполненных самолетов и забитых дорог, возвращаются в родное гнездо, чтобы объединяться, упиваться и поминать друг другу то, о чем не доругались в прошлом году.

Гвоздем традиционного обеда является жареная индейка, фаршированная хлебными крошками и шалфеем, к которой подаются всякие сладкие подливки, картофельное пюре с мясным соусом, печенный картофель, жареный картофель, печенный кабачок, кабачковое пюре, рыбный салат, зеленый салат, тушеные помидоры, консервированная стручковая фасоль, тушеный лук со сметаной, брюссельская капуста, кукурузные лепешки, французские булки, клюквенное повидло, сельдерей, оливки, тыквенный пирог, яблочный пирог, фруктовый пирог, индейский пудинг (бисквит с мороженым) и мороженое само по себе. Задача — наесться так, чтобы было

не пошевелиться, а потом смотреть по телевизору футбол.

В этот день полагается, склонив голову, возблагодарить Провидение за его многие блага. На самом деле почти все про себя благодарят судьбу, что такие обжорства случаются только раз в году.

«Осыпания»

В Америке принято так или иначе отмечать любое крупное событие — день рождения, годовщину, уход с работы, свадьбу, рождение ребенка. Невестам и свежезабеременевшим женщинам принято устраивать «осыпания», на которых гости (как правило, исключительно женского пола, хотя в последние годы мужчины так и норовят туда затесаться) осыпают виновницу торжества подарками. Подарки бывают самыми разными, в зависимости от повода: от хозяйственных (полотенца, электрические сковородки) до фривольных (массажные кремы, прозрачные трусики).

Чем больше, тем лучше

С метрической системой американцы не в ладах, и все, что только можно, меряют старыми добрыми мерками, вошедшиими в обиход еще до Французской революции.

Некоторые единицы измерения американцы особенно любят, причем отыскать их можно далеко не в каждой метрической таблице. К таким общепринятым единицам относятся:

Электродуховка. К концу XX века электродуховка вытеснила традиционную хлебопечку не только из домашнего обихода, но и из фразеологических оборотов, как правило щулившегося характера («На нас напали комары размером с духовку»).

Футбольное поле. По правилам, поле для американского футбола имеет 100 ярдов в длину и 160 футов в ширину (то есть 91 на 48 м). Любое обширное плоское пространство, например палуба авианосца, бумажные

листы, потребные, чтобы напечатать «Сан-Францисское обозрение», или парковка перед «Молл оф Америка», может быть измерено в футбольных полях («здравуший, как столько-то футбольных полей»).

Нью-йоркская минута. В Нью-Йорке все движется гораздо быстрее, даже время. Поэтому в нью-йоркской минуте не 60 секунд, а гораздо меньше, по сути всего одна. «Если бы Брэд Питт меня пригласил на свидание, я бы в нью-йоркской минуты не раздумывала».

Ветряной фактор. Дряхлая и дрянная система измерения температуры воздуха американцев не устраивает (тем более что меряют ее не по Цельсию, а по Фаренгейту), поэтому они изобрели ветряной фактор, соединяющий температуру по Фаренгейту со скоростью ветра, — цифра в результате получается куда более внушительная. Например, если температура воздуха 32° по Фаренгейту (0° Цельсия), а скорость ветра — 16 км в час, ветряной

фактор дает нам температуру 20° по Фаренгейту (-7° Цельсия), — это звучит куда холоднее, и те, кто отважился выйти из дома, чувствуют себя покорителями ледяных просторов. Летом на смену ветряному фактору приходит «индекс жары», состоящий из температуры и влажности; смысл его в том, чтобы показать, что деньги, потраченные в прошлом году на замену кондиционера, не пропали зря.

Денежные единицы. Американские монеты и купюры придуманы специально для того, чтобы свихивать мозги иностранцам. Монеты называются пенни, никель, дайм, квотер и доллар, причем на них даже не пишут, сколько в какой центов. Американские купюры все как одна зеленые, одинакового размера и с одинаковым рисунком, на каждой — портрет какого-нибудь президента (обязательно покойного). Десятидолларовая купюра почти ничем не отличается от однодолларовой или, скажем, стодолларовой. Самая распространенная денежная единица \$20,

она называется «Джексон» по имени изображенного на ней президента. Крупные купюры в обычной жизни почти не встречаются, чтобы серьезные расчеты наличными были как можно неудобнее и преступникам жизнь медом не казалась. Хотя внешний вид купюр постоянно меняют в целях борьбы с фальшивомонетчиками, купюры и по сей день в общем-то просто зеленые.

Среднему американцу от этой путаницы ни жарко, ни холодно, тем более что он и вообще никогда не платит наличными ни за что дороже стакана кока-колы, а пользуется кредитной карточкой.

Внешность, здоровье и гигиена

Французы озабочены своей печенью. Немцы — слаженной работой кишечника. Американцы — своими волосами. Когда во время опроса американцев спросили, что они прежде всего замечают в потенциальном спутнике жизни, мужчины и женщины ответили в один голос: волосы. Хорошие волосы важнее, чем высшее образование и гармония в семье.

Американские парфюмерные магазины до отказа набиты всякими средствами по уходу за волосами: шампунями, кондиционерами, бальзамами-ополаскивателями, масками, стойкими красками, нестойкими красками, гелями для укладки, пенками, муссами, зализателями, развивателями, суперстойкими лаками. В результате у среднего американца

на голове больше химических элементов, чем в средней химической лаборатории. У каждой уважающей себя американки имеется по крайней мере один фен, а к нему, как правило, еще щипцы для завивки и электрические бигуди, не говоря уж о всяких щетках, щеточках, расческах, гребнях, заколках, прихватках, ленточках и прочих приспособлениях. Мужчины тоже пользуются фенами, а если начинают лысеть, то еще и стимуляторами роста, или покупают парики, или пересаживают волосы с волосистой части головы на лысую, или тратят целые состояния на всякие процедуры по восстановлению волос.

С помощью прически можно выражать не только свои личные взгляды, но и политические пристрастия. В 1960-х гг. «африканская» прическа была для афроамериканцев символом независимости. Матросы-призывники начинали флотскую жизнь с того, что брились наголо, и в результате про них говорят «голова кувшинная», хотя и не в лицо. Длинные волосы — признак женственности,

а иногда еще и социального статуса и провинциального происхождения. Если у американца день не заладился, он говорит: «У меня сегодня волосы не лежат».

Когда первая леди Америки Хиллари Клинтон сменила прическу, об этом писали все передовицы; став сенатором, она сменила ее еще раз. А президента Клинтона обсмеяла вся страна, когда он решил подстричься прямо в своем самолете, на взлетной полосе в Лос-Анджелесе — по слухам, это обошлось ему в \$400. Однако смех смехом, а в душе ни один американец не отказался бы от прически за \$400.

Сердечная боль

Сердце — удивительная штука: оно сокращается больше 30 млн раз за год, разгоняя животворный кислород по всему телу, без отпуска и без выходных. Словом, мышца с американским характером.

Американцы относятся к своему сердцу с недоверием. От болезней сердца умирают

чаще всего, и этот факт известен вся кому мало-мальски разумному американцу. Американцы панически боятся рака, но еще сильнее они боятся сердечного приступа. Американцы, озабоченные своим здоровьем, чураются всего, что может привести к сердечному заболеванию, например курения или жирной пищи, и с почти религиозным рвением занимаются «физическими упражнениями». После захода солнца улицы заполняются толпами бегунов трусцой, а в больших городах на каждом углу встречаются «клубы здоровья». Каждую секунду в Америке открывают по 1500 бутылок с водой (есть даже специальная минералка для собак «Вуф-вотер»).

Мужчины боятся за свое сердце куда сильнее, чем женщины. «Ты меня до сердечного приступа доведешь!» — орет отец на пятнадцатилетнюю дочь, которая отправляется погулять, облачившись в два носовых пла-точка и обрывок золотой тесьмы. Для некоторых мужчин страх перед сердечным приступом — стимул супружеской верности. Время

от времени кто-нибудь широко известный умирает от сердечного приступа не в тех обстоятиях, в каких должен бы. Огласка этих историй просто чудодейственно упорядочивает семейную жизнь по всей стране.

Конечно, далеко не все бросили пить, курить, питаться бифштексами и вести сидячий образ жизни, но все знают, что пора это сделать. Когда не так давно наука открыла, что бокал красного вина в день предотвращает сердечные заболевания, ряды тех, кто заботится о своем здоровье, изрядно пополнились.

Врачи и здравоохранение

Одна из причин, почему все американцы хотят быть здоровыми, — это намного дешевле, чем болеть. Американское медицинское обслуживание — лучшее, что можно купить за деньги, были бы деньги, чтобы его купить. Система здравоохранения состоит из хитросплетения государственных и частных клиник, услуги которых оплачиваются бесчисленными частными и государственными страховыми

компаниями, которые, как правило, покрывают всю, но не совсем всю, стоимость лечения. Если нет непосредственной угрозы жизни, прежде чем оказать помощь, в частной клинике потребуют страховое свидетельство. Даже если вы застрахованы, вам могут выкаптить счет на 20% или более стоимости (куда как внушительной) вашего лечения. В результате для многих американцев болезнь — прямой путь к разорению.

Сногшибательная стоимость лечения отчасти объясняется тем, что в нее заложена стоимость потенциальных судебных разбирательств. Если, например, рождается неполнценный младенец, врачу-акушеру грозит возможность суда, в результате которого с него стрясут миллионы долларов на пожизненное содержание ребенка. Страховка от проблем при родах может составить от \$700, при более серьезных проблемах она куда выше. Первый вопрос, который вам зададут при обращении к врачу, — «Где вы застрахованы?»; он влечет за собой целый бумажный вихрь; иногда,

чтобы разобраться в нем, требуются многие месяцы сидения на телефоне. Пациента, который не способен оплатить свое лечение, сплавляют в коллекторское агентство, как и всякого другого недобросовестного должника.

Американцы относятся к врачам со странной смесью почтительности, уважения, цинизма и презрения. Это странное отношение отражается в анекдотах, например: «Апостол Петр приветствует новоприбывшего, вдруг мимо, прямо сквозь райские врата, проносится на полной скорости красный “феррари” с бородатым старикишкой в твидовой шляпе за рулем. “Кто это?” — удивляется новоприбывший. “А, — отвечает апостол, — это Господь Бог. Он вообразил себя врачом”».

Чем ты пахнешь и что на тебе растет

Густая шевелюра — важнейший атрибут американца, а вот лишние волосы на теле считаются позором, особенно для женщин. Американки бреют ноги и подмышки и твердо убеждены, что все женщины с волосатыми

ногами — лесбиянки, поставившие своей целью извратить американский образ жизни.

Все естественные запахи считаются отвратительными. Американцы любят приятные запахи и не скучая поливают себя духами. Подмышки (которые изящнее именовать «впадинами») сбрызгивают дезодорантами, в домах используют освежители воздуха, в машинах вешают пушистые шарики с благовониями, а в туалетах — рулоны ароматизированной туалетной бумаги.

Шкафчик в ванной

Если вы американец и вам есть что прятать, не советуем класть это в туалетный шкафчик в ванной. Все равно все гости, пока моют руки, станут из любопытства туда заглядывать. Я знаю одну хитроумную хозяйку, которая очень просто вычисляет, кто из ее гостей любит совать нос не в свои дела: она набивает шкафчики стеклянными шариками. Стоит открыть дверцу — и шарики с грохотом падают в раковину.

В шкафчике у американца вы скорее всего увидите:

- дезодорант, потому что американцы не только потеют больше европейцев (в Америке ведь жарко — летом 33 градуса по Цельсию или больше), но и сильнее озабочены, чем от них пахнет;
- желудочные таблетки, потому что проблемы с пищеварением — часть американского образа жизни (и любой американской диеты);
- средства от аллергии, насморка и головной боли, особенно в сезон цветения чего-нибудь;
- транквилизаторы и антидепрессанты, помогающие не свихнуться окончательно от тяжелой американской жизни.

Культура

Американская популярная культура — самая популярная из всех популярных культур. Дублированные сериалы «Секс в большом городе» и «Симпсоны» идут в Бразилии и Китае, а McDonald's пооткрывались во всех столицах мира, от Азербайджана до Зимбабве.

Хотя в Америке и существует какое-нибудь серьезное искусство, в основном за счет подкормки со стороны государства и всяких благотворительных фондов, процветает здесь искусство массовое, от фильмов-боевиков до рок-концертов и гонок на выживание. Приехав в Штаты, иммигранты не обнаружили здесь готовой культурной инфраструктуры, пришлось создавать собственную. В итоге получились развлечения из разряда «всем подходит», то есть такие, которые понятны и недоумкам. Киномагнат

Сэм Голдвайн когда-то сказал: «Никому еще не удалось в должной степени недооценить вкус американского народа». Как светоч демократии, Америка производит культуру из народа, для народа, для всего народа, даже для всех народов мира.

Иностранные правительства, уподобляясь королю Кануту, иногда пытаются остановить приливную волну американской попсы и, подобно злосчастному королю, неизменно терпят крах. Цунами американской массовой культуры сметает все на своем пути.

Ниакая это не жизнь, а телевизор

Телевидение, несомненно, — самый влиятельный поставщик культуры и, что общепризнано, — наименьший общий знаменатель. Даже в домах, в которых нет водопровода, обязательно есть телевизор, а среднестатистический американский ребенок проводит перед телевизором больше времени, чем в школе. У нации, которая растет на мультиках про кролика Багса, на всю жизнь сохраняется дефицит

внимания: сосредоточиться она способна ровно на три минуты.

Американское телевидение создает свою собственную реальность: если о событии не сообщили по телевизору, значит, его и не было, а события чисто телевизионного происхождения (свадьбы или похороны вымышленных персонажей) порождают бурную реакцию по всей стране.

Дневная программа, как правило, лепится из бесконечных мыльных опер, вращающихся, все как одна, вокруг супружеской неверности и медицинских проблем, и ток-шоу, в которых ведущие подначивают своих гостей выкладывать такие подробности своей личной жизни, о которых ни один человек в здравом уме не станет говорить прилюдно. По вечерам на их место приходят любовные драмы и детективы — в итоге к 18 годам средний американец успевает увидеть на экране 16 000 убийств.

Поскольку американцы любят ходить по магазинам и получать что-нибудь на халтуру, огромной популярностью пользуются

викторины. Другое любимое развлечение — детективные сериалы, посвященные всяким милым темам вроде похищения трупов. Новейшая вариация жанра — документальная съемка, когда оператор выходит на дежурство вместе с полицейским нарядом и снимает по ходу вечера всех, кого арестовывают.

Телевидение достигло зенита или, точнее будет сказать, надира с появлением спутниковых каналов — их сотни; например, есть канал, где 24 часа в сутки показывают погоду — атмосферное давление и предполагаемые осадки; есть музыкальное телевидение (MTV), где поют в стиле кантри и косят под стиль соул; «си-спэн» — прямая трансляция заседаний конгресса, под которую, говорят, хорошо дремлется; передачи из зала суда — телезрители могут поносить в голос судью на экране, так же как болельщики поносят рефери.

Еда и напитки

Что ты ешь, то ты и есть

Каждый раз, садясь за стол, американцы замирают от ужасной мысли, что ведь от еды можно и загнуться или, что еще хуже, расстолстеть. Неправильное питание приводит к болезням, в первую очередь сердечным, и никогда не знаешь, какой именно кусок угробит тебя окончательно. К наиболее подозрительным продуктам относятся бифштекс («сердечный приступ на тарелке») и все, в чем много жира, холестерина, калорий и мало клетчатки, — сахар, масло, сыр, мороженое, булка и все жареное. Недавно выяснилось, что основной американский продукт питания — сосиски — вызывает у детей лейкемию. Даже шпинат и свекла далеко не безобидны — в них прорва щавелевой

кислоты, которая в больших количествах вредна.

Американцы помешаны на правильном питании, чему способствуют бесконечные научные исследования, доказывающие вредность или полезность то того, то сего. Финансируют их, как правило, заинтересованные производители, но американцев это почему-то не смущает. Когда какие-то ученые объявили, что овсяные отруби в большом количестве снижают уровень холестерина и спасают от сердечных приступов, цена на овес подскочила до потолка, а супермаркеты наводнила всякая еда, содержащая овсяные отруби, например конфеты из овсяных отрубей и отрубное пиво.

Пища стоит на переднем крае борьбы за вечную молодость, крепкое здоровье и стройную фигуру и уже понесла первую потерю — потерю вкуса.

Американцу можно скормить любую безвкусную гадость, надо только убедить его, что он от этого поздоровеет, похудеет или проживет дольше. В ресторанных меню особыми

значками отмечены блюда «полезные для сердца» (с низким содержанием холестерина и насыщенных жиров) и «диетические» (невнятный термин, который предполагает, хотя и совершенно не обязательно, мало калорий или жира).

В супермаркетах имеются целые полки продуктов с ярлыками «низкосолевых», «низкокалорийных», «обезжиренных», «без холестерина», «диетических» или «синтетических». Американцы питаются «беконом» из сои, поддельными яйцами в пластмассовых стаканчиках, обезжиренным сыром, похожим с виду на разжеванную кроссовку, газировкой с сиропом из химикатов с непроизносимыми названиями и обогащенным клетчаткой хлебом, в который для пышности подмешивают целлюлозу.

Запретные продукты, особенно шоколад, вызывают в американцах дрожь тайного восторга, какую у других народов вызывает секс. Отправляя в рот каждую ложку шоколадного крема или каждый кусок сливочного торта, американцы испытывают восхитительное

чувство, что губят свою душу. Жирным «грешным» десертам дают зловещие имена — «Нога дьявола», «Шоколадное безумие», «Смерть от шоколада». Это лишний раз напоминает о том, что и так известно всякому американцу: питание опасно для вашего здоровья.

Американский завтрак

Завтрак занимает почетное место в американском дневном распорядке. На многих ресторанах можно увидеть вывеску: «Подаем завтрак до 11 утра», а на ресторанах, открытых круглосуточно, — «Завтрак 24 часа в сутки». Утреннее меню меняется в зависимости от района страны; как правило, в него входят хлопья с молоком, бекон, кофе, овсянка, колбаса, ветчина, яйца, скрэпл (вроде как каша со свининой, приготовленная из тех кусков, которые не пустишь на колбасу), снова кофе, булочки (вроде пончиков), жареная картошка, тосты, кукурузная запеканка, кленовый сироп, еще кофе, вафли, кукурузно-мясная болтанка, блины, опять кофе и гритсы.

Гритсы — это квинтэссенция американского кулинарного искусства. Их делают из майса, который предварительно замачивают в воде и обрабатывают едким щелоком, чтобы с научной достоверностью устраниТЬ малейшие признаки цвета и вкуса. На вид гритсы напоминают белую комковатую овсянку, а на вкус — обойный клейстер, если только не заправить их как следует маслом, не посыпать солью и не полить мясным соусом (особого рецепта «вырвиглаз», из мясных поджарок и того же кофе). Южане их обожают. Северяне убеждены, что именно из-за них Юг проиграл Гражданскую войну. Где-то в районе Мэриленда через всю страну проходит незримая черта: ниже нее без гритсов не могут жить, выше — считают их несъедобной дрянью.

Рестораны

Рестораны в Америке бывают всякие, от запанибратских, где продавец за прилавком скажет вам: «Привет, чего трескать будем?», до суперреспектабельных, где официант выскажется

так: «Добрый вечер, мое имя Алан, я буду иметь честь сегодня вас обслуживать. Не желаете ли узнать поподробнее о сегодняшних блюдах дня?» Случается, офицант или офицантка подсаживается за ваш столик и несколько минут обсуждает с вами тонкости меню.

В простеньких ресторанах американцы предпочитают ненавязчивый сервис. Некоторые рестораны славятся мрачными и неприветливыми официантами — едоки-мазохисты туда валом валят.

Самые лучшие и самые дешевые американские рестораны — небольшие частные заведения, принадлежащие свежеприбывшим иммигрантам. И без того наваристое американское кулинарное рагу постоянно пополняется камбоджийскими, китайскими, японскими, сальвадорскими и эфиопскими блюдами. Иногда в результате возникают довольно странные гастрономические альянсы, например кубинско-вьетнамские, мексиканско-итальянские или венгерско-пуэрто-риканские рестораны.

В самых типичных американских ресторанах официантов и вовсе нет. В 1954 г. Рэй Крок купил у братьев Макдональдс в Сан-Бернардино, штат Калифорния, права на их лоток, торгующий гамбургерами, и стал продавать франшизы направо и налево. Теперь в 119 странах больше 31 000 McDonald's, которые ежедневно обслуживают 58 млн посетителей. Секрет успеха McDonald's заключается в том, что там подают очень ограниченный набор очень популярных блюд, в основном гамбургеров, жареной картошки и молочных коктейлей, стоимость их приготовления сведена к минимуму, потому что процесс разбит на простейшие операции, одноразовая посуда позволяет сэкономить на мытье, цены приемлемые, а качество строго контролируется. Что бы вы там ни думали о пище из McDonald's, в предсказуемости ей не откажешь. Бигмак, купленный в Бостоне, ничем не отличается от бигмака, купленного в Бангкоке. Лондонский «Экономист» даже печатает раз в год «бигмаковый индекс», по которому

сравнивается покупательная способность разных валют.

Алкоголь

Потребление алкоголя на душу населения постепенно снижается в Америке уже несколько десятилетий. В среднем американцы выпивают за год более 168 литров спиртного. А безалкогольных напитков, для сравнения, — 245 литров.

Почти в любой части страны (за исключением Юты, штата трезвенников-мормонов) можно как-нибудь где-нибудь пропустить стаканчик на законном основании. Как и где — другое дело, потому что правила торговли спиртными напитками устанавливаются властями штатов, округов и городов. Где-то можно подъехать к окошечку и купить пива не выходя из машины, хотя пить за рулем запрещено. Где-то спиртным торгуют только в государственных магазинах, открытых только в рабочие часы и не блещущих выбором.

Традиционное американское пиво — вещь уникальная. Не то чтобы оно было особенно хорошим (куда там!), зато не похоже ни на один другой напиток на свете. Одна из причин — американский климат: пиво специально варят так, чтобы его можно было пить в огромных количествах во время спортивных матчей, при температуре воздуха выше 90 градусов по Фаренгейту (то есть 32 по Цельсию). Соответственно, в пиве должно быть много воды, чтобы повысить потоотделение, и подаваться оно должно холодным, чтобы избежать солнечного удара. На беду, при охлаждении из пива улетучиваются последние остатки пивного вкуса.

Забота о стройности и здоровье заставила американцев изобрести «легкое» пиво. Оно содержит меньше калорий, меньше алкоголя, чем обычное пиво, и (вот уж, воистину, величкое достижение) еще более безвкусное. Популярное «корневое» пиво, хоть и называется пивом, не содержит ни грамма алкоголя. Это американский аналог имбирного пива, только

приправленного корневищами сассафраса и сарсапариллы. Даже американцы признают, что у него специфический вкус.

Впрочем, в последние пять — десять лет Америку потрясла пивная революция — по-открывались частные «микропивоварни», которые, пусть и в небольших количествах, выпускают более темное, крепкое, густое и (в хорошем смысле) «европейское» пиво, чем стандартная баночная бурда. Послабление в алкогольных законах позволило некоторым ресторанам открыть свои собственные пивоварни, и теперь практически в каждом маломальски уважающем себя городе есть «пивная со своим пивом». В результате пивовары с воображением пустились в эксперименты и стали изготавливать напитки вроде рождественского клюквенного светлого или тыквенного крепкого — ну так ведь это ж Америка.

Правительство и бюрократия

Американское правительство напоминает многослойную пирамиду. На самом верху находится Федеральное правительство, у которого имеются кое-какие определенные обязанности, записанные в конституции. Дальше идут 50 правительств штатов, которые занимаются тем, чем Федеральному правительству заниматься не положено, вроде образования, торговли спиртным и регистрации транспортных средств. Поэтому законы одного штата отличаются от законов другого, что приводит, например, к повальному бегству рассорившихся супружеских пар в штат, где легче всего развестись (Невада).

Штаты делятся на округа, которые в свою очередь делятся на города и районы. Главную роль во всем этом играют налоги: некоторым

американским гражданам приходится платить налоги городу, округу, штату и федеральному бюджету и пытаться кое-как протянуть на то, что останется.

Нет правительства? Ну вот и хорошо

Сама идея правительства вызывает у американцев крайне противоречивые чувства (именно антиправительственные настроения и заставили когда-то колонии искать независимости). Они хотят, чтобы правительство не лезло в их личные дела, но хотят и того, чтобы оно им помогало и делало для них побольше. Они будут шипеть, как мартовские коты, если правительство предложит ввести пятицентовый налог на бензин, но прыгают от счастья, если правительство заново заасфальтировало ближайший к их дому выезд с шоссе. Они не хотят, чтобы правительство лезло в их медицинские проблемы и выбирало им врача, но счастливы от души, что дядю Джейка, который воевал в Корее, положили в больницу бесплатно, потому что он ветеран.

Многие также хотели бы, чтобы правительство позапрещало все, что им не нравится, но, поскольку достигнуть никакого согласия в этом вопросе не удается, жизнь просто идет как идет.

Структурно власть в Соединенных Штатах делится на три части: законодательную, исполнительную и судебную. Законодательная власть, которая называется конгрессом, состоит из палаты представителей и сената.

Каждый штат разделен на выборные округа по количеству населения; так, в Вайоминге, самом большом по территории, но малонаселенном штате, всего один представитель, а в маленьком, но густонаселенном Нью-Джерси их целых 13. Представителей выбирают сроком на два года; каждый из них отвечает за свой избирательный округ и обязан поставлять туда всевозможный «навар» — бюджетные средства на строительство дорог или на размещение военных объектов и прочее в том же духе.

От каждого штата избираются два сенатора. Им тоже полагается понемножку

«наваривать», но при этом они не берут на себя никаких конкретных обязательств, а переизбирают их только раз в шесть лет, так что в промежутке им тревожиться не о чем.

Спросите любого американца, и он вам ответит, что в конгрессе сидят одни козлы. За единственным исключением — его собственный представитель. А все остальные конгрессмены, которые подгребают «навар» под себя, — просто рвачи и жулики. Когда тем же самым занимается ваш собственный конгрессмен, он «отстаивает интересы избирателей».

Главой исполнительной власти является президент; без его санкции ни один закон, придуманный законодателями, не может вступить в силу. На деле президент и конгресс по большей части занимаются тем, что кричат, каких замечательных вещей они бы наделали, если бы противоположная сторона не была так упрямая.

Судебная власть представлена Верховным судом и вообще-то отвечает за законность. То есть если конгресс и президент

выдумывают какой-то закон, который не соответствует конституции, Верховный суд имеет право его запороть. (Вот вам наглядный пример — Роу против Уэйда; в итоге в стране полностью поменялись все законы, касающиеся абортов.)

Гениальность этой системы состоит в следующем: она настолько громоздка и запутанна, что, почитай, не в состоянии довести ничего до конца. Если в нее попадает какое-то идиотское предложение, его наверняка заболтают до смерти, отправят на дальнюю полку, передадут на доработку в какой-нибудь комитет, поставят на голосование в одной палате, пересмотрят в другой палате, снова отправят на дальнюю полку, внесут на рассмотрение еще в один комитет и только тогда уже проголосуют за него в палате представителей и в сенате.

В случае (маловероятном), что какой-то закон после всей этой несусветицы все же будет принят, на него может наложить вето президент. Конгресс может снять вето

большинством в две трети голосов (хотя такое бывает крайне редко). А если законопроект все-таки станет законом, те, кто от него пострадал, могут найти показательный пример его злорадности и обратиться в Верховный суд, у которого есть право отменять законы, признанные неконституционными.

Так что у этой громоздкой и медлительной системы есть неоспоримое преимущество: она не в состоянии провести в жизнь ни одной непоправимой глупости.

Коллегия выборщиков

Большинство американцев твердо убеждены, что, когда они ставят в бюллетене галочку за кандидата в президенты, они за него голосуют. Да ничего подобного. Они голосуют за партию этого кандидата. Чтобы выбрать президента, от каждого штата назначают группу выборщиков, столько же, сколько в этом штате сенаторов и представителей; как правило, это члены победившей партии. Месяца через полтора после общенародных

выборов выборщики голосуют за президента. В большинстве штатов им даже не вменяется в обязанность голосовать за того, кто победил в их штате. Случалось, что выборщики вообще ни за кого не голосовали или голосовали за другого кандидата, а то и вовсе за кандидата от оппозиции.

Американская выборная система была создана в таком виде прежде всего потому, что нужно было как-то решать проблему рабов: они являлись жителями штатов, но не имели права голоса. На южных плантациях трудилось свыше 500 000 рабов, причем плантаторы хотели, чтобы их считали за граждан, — дабы обеспечить себе побольше представителей в конгрессе. Северные штаты возражали на том основании, что рабы не являются свободными гражданами. В итоге был достигнут компромисс: каждый раб засчитывался за три пятых гражданина, и в итоге у южан представителей оказалось — мама не горюй.

Понятно, что работать нормально такая запутанная система не может. Было четыре

случая, когда кандидат в президенты побеждал на общенародных выборах, а потом его заваливала коллегия выборщиков.

В 2000 г. кандидат Эл Гор более чем на 300 000 голосов обходил на общем голосовании Джорджа Буша, но победа во Флориде досталась последнему — с разницей в 537 голосов из 6 млн (0,009%). В результате Буш получил большинство голосов коллегии выборщиков и стал президентом. Понятное дело, этому немало поспособствовало то, что именно Буш-старший назначил на должность судью, который не позволил пересчитать голоса. (А еще забавнее то, что Эл Гор, занимавший должность вице-президента, был председателем коллегии выборщиков — то есть, по сути, сам себя завалил.)

Системы

Американцам надо как-то общаться — значит, американская система телефонной связи лучше всех в мире. С другой стороны, пристрастие американцев к автомобилям загнало все прочие средства передвижения в подполье, и общественный транспорт почти повсеместно дорогущий, медлительный и неудобный. Тем не менее в Нью-Йорке, Лос-Анджелесе и Вашингтоне все равно на метро быстрее, чем на машине.

Вот если какая система действительно работает — это система автомобильных дорог. Генерал Эйзенхауэр, командуя американскими войсками в Европе, увидел Гитлеровы автобаны и сказал себе: «Как у них тут удобно гонять по стране военную технику. Вот бы и в Америке были такие замечательные широкие дороги». Став президентом, он

претворил свою мечту в жизнь. Так родилась Система Скоростных Автодорог, артерий американской торговли, ныне изрядно склеротичных.

В добрые старые времена американцы отправлялись в выходные всей семьей на автомобильную прогулку, в конце которой заворачивали в ресторан, где еду подают прямо в машину — чтобы не вылезать из своего замечательного автомобиля. Теперь мамы, живущие в пригородах, часами маются в бесконечных пробках, переправляя своих отпрысков с футбольной тренировки на урок музыки, и питаются бутербродами прямо за рулем просто потому, что у них нет выбора.

Неученье — свет

Американцы твердо убеждены, что высшее образование — замечательная вещь, поскольку позволяет получить работу получше, особенно если при этом еще и ничему не надо учиться.

Начальное образование в Америке состоит из детского сада, до шестилетнего возраста,

и начальной школы, до 12 лет. Среднее образование — из еще двух ступеней и заканчивается лет в 18. Эти ступени проходят все, хочешь не хочешь. Американские городские школы славятся тем, что особо выдающиеся их выпускники не умеют ни читать, ни считать.

Государственные школы еще называются «общественными»; по качеству они сильно отличаются друг от друга — в зависимости от района и от того, насколько в штате высоки налоги на образование. Имеются и частные школы, куда отдают своих детей родители, которые сообразили, что общественные школы никуда не годятся. Частные школы бывают разные, от элитарных, готовящих к поступлению в лучшие университеты, до отщепенских, основанных расистами или религиозными фанатиками; есть и просто родители, которые учат своих детей на дому.

Чтобы как-то помочь небогатым родителям, в некоторых муниципалитетах выдают ваучеры, по которым дети из малообеспеченных

семей могут учиться в частных школах. Есть, правда, проблемка: суды начали сокращать эти программы, потому что не дай бог какой ваучер понесут в религиозную школу, а это нарушает закон об отделении церкви от государства.

Университетское образование доступно любому американцу, который а) в состоянии за него заплатить (в крупных университетах это выливается тысяч в 40 в год), б) достаточно беден, атлетически подготовлен или башковит, чтобы получить стипендию, и в) умудрился взять ссуду в банке. Все больше и больше студентов выбирает последнее и после выпускного экзамена выходит в жизнь с дипломом в одной руке и долговой распиской на сумму, равную закладной на дом, в другой.

Около трети американцев, получив среднее образование, поступают в университет, но они не слишком доверяют тому, чему их там учат. Строго говоря, с точки зрения американской широкой публики, любой человек, который

слишком много знает, выглядит подозрительно. Меньше половины американцев читает книги, да и среди них много таких, которым обязательно подавай картинки. Почти единственная наука, которую обязан усвоить средний американец, — это спорт. Послушайте, о чем говорят коллеги во время обеденного перерыва: они либо препарируют во всех подробностях последний матч, либо строят предположения на предмет следующего. Американец, почитай, весь год не сводит глаз с мячика: с футбольного (осенью), хоккейного (зимой), баскетбольного (весной) и бейсбольного (летом).

Преступление и наказание

Американцы зубами и когтями держатся за права человека, записанные в американской конституции. К таковым относятся свобода печати, религии и собраний; право не подвергаться жестоким и нестандартным наказаниям, а также право хранить и носить оружие.

Поскольку в Америке существует давняя традиция доводить каждую здравую идею до полного абсурда, эти «конституционные» права иногда истолковываются как право публиковать массовым тиражом инструкции по изготовлению атомной бомбы, право резать цыплят в ходе религиозной церемонии, право устраивать политическую демонстрацию в поддержку нацизма, право смотреть телевизор в тюремной камере. Ущеми американца в каком-нибудь из этих прав, и он

расскандалится и развоюется, а именно по-даст в суд.

Именно поэтому, если вы в Америке попросите налить вам чаю, вам выдадут кружку, бумажный стаканчик или металлический чайничек с горячей водой, а к ним отдельно — чайный пакетик. Не дождитесь, чтобы вам подали заранее заваренный чай. Американцы убеждены, что, залив чай кипящей водой, сотрудники кухни нарушают конституционное право клиента контролировать крепость напитка.

Нация юристов

Поскольку проигрывать — это не по-американски, если американец садится в лужу, он никогда не винит в этом ни самого себя, ни даже злодейку-судьбу. Он всегда находит кого-нибудь, на кого можно свалить вину, — родителей, правительство, мужа/жену, вишневый пирожок. Сам американец никогда ни в чем не виноват; следовательно, любая неприятность — повод для судебного разбирательства. Если американца как-нибудь

обидели или просто щелкнули по носу, первая его мысль будет не «Как мне это пережить?», а «Я этих гадов по судам затаскаю».

Всеобщее стремление свалить на кого-нибудь вину, а потом «отсудить у него последние штаны» превратило Соединенные Штаты — в самую юристонасыщенную страну на земле: в Америке почти миллион юристов, 70% от общего их количества в мире. В Вашингтоне, столице государства, каждый 19-й житель — юрист. Эта дурацкая ситуация — результат того, что законы и создаются, и внедряются, и используются юристами. Почти половина членов конгресса — юристы по образованию, а еще тысячи ошиваются во всяких государственных ведомствах, органах правопорядка и средствах массовой информации.

Попадаются такие судебные иски, что животики надорвешь: например, человек прыгнул под поезд в нью-йоркской подземке и погнал на нее в суд за нанесенныеувечья; дама предъявила иск лотерее штата Пенсильвания за то, что ничего не выиграла; игрок в гольф

решил судиться с гольф-клубом за то, что его собственный мяч срикошетил ему в лоб. В Соединенных Штатах любой человек может прибегнуть к услугам суда; судя по всему, почти все и прибегают.

Общество с ограниченной ответственностью

В США, стране, одержимой судебными преследованиями, производители всеми силами пытаются ограничить свою ответственность и заранее предупредить потребителей о том, какие беды с ними могут приключиться при использовании их продукции. В результате почти любой продукт или прибор продается с какой-нибудь предупредительной надписью. На каруселях висят знаки: «Может вызвать головокружение». На пакетиках с арахисом: «Содержит орехи». Спиртные напитки, сигареты и заменители сахара упреждают, что их использование способно повлечь за собой рак или рождение неполноценных младенцев. На стиральных порошках на всякий случай

помечают: «Не употреблять внутрь», на фенах — «Не использовать под душем», на тостерах — «Не помещать внутрь металлические предметы».

Можно подумать, что бок о бок с нормальными американцами обитает некая разновидность слабоумных пресмыкающихся, которые топят радиоприемники в ваннах и скармливают монеты электрическим мясорубкам.

Суды и тюрьмы

Вообще-то по американской конституции человек считается невиновным, пока его вина не доказана судом, имеет право на своевременное судебное разбирательство, может отказаться отвечать на провокационные вопросы и потребовать себе адвоката. На деле «невиновный» значит «приговор вынесен не судом, а газетами», «своевременное» — «прежде чем обвиняемый умрет от старости, если он, конечно, еще не очень стар», а право на адвоката — «ну-ка, гони этому в дорогом костюме все свои деньги».

Поскольку почти любое наказание, кроме тюремного заключения, считается «жестоким и нестандартным», преступников сажают в тюрьму. Свыше 2 млн граждан Соединенных Штатов сидят под замком — такого высокого показателя нет больше ни в одной стране мира, кроме России.

До среднего американца постепенно доходит, что такая пенитенциарная система не только стоит кучу денег, но еще и никуда не годится. При этом никто не знает, как бороться с преступностью, разве что настроить еще тюрем. Многие тюрьмы являются частными и приносят недурной доход. Новые тюрьмы растут как грибы по мере заполнения старых. Преступность от этого меньше не становится.

Когда американский полицейский берет кого-то под арест, он зачитывает вслух так называемое «Правило Миранды», получившее свое название от судебного процесса «Миранда против штата Аризона», в ходе которого было утверждено, что полиция обязана

информировать задержанных об их правах. Отволакивая подозреваемого в кутузку, полицейский обязан продекламировать ему длинный список, начинающийся словами: «Вы имеете право хранить молчание. Если вы поступитесь этим правом, любые ваши слова могут быть обращены против вас в суде...»

Это совершенно не значит, что в полиции с вами будут обращаться нежно. Доза милосердия, которая будет вам отмерена, зависит от района страны, совершенного вами преступления, вашей личности и поведения в качестве подозреваемого. Иностранцу, которого собираются арестовать или уже почти арестовали, следует почаще повторять: «Да, сэр, да, офицер» — и размахивать своим паспортом.

Наркотики

Наркотики употребляет огромное количество народа, в том числе, вернее, по большей части люди богатые. Больше половины молодых американцев признаются, что пробовали марихуану, а почти пятая часть — что пробовали

кокаин. Однако говорить на людях о том, что вы употребляли наркотики, до сих пор считается верхом неприличия, если только вы не излечившийся наркоман, который хочет предостеречь молодое поколение.

Американское законодательство, направленное на борьбу с наркотиками, становится все более драконовским, в итоге почти половина всех заключенных в стране сидят за наркотики, причем приговоры за это делаются все суровее. Одновременно незаконный оборот наркотиков достигает все больших высот.

С другой стороны, законное употребление наркотиков (по предписанию врача) широко распространено и никого не смущает. В определенных кругах принято, прежде чем перейти к другим темам, обсудить, кому какая доза антидепрессантов прописана.

Стой, стреляю!

Примерно в 42% американских домов где-нибудь припрятано как минимум одно ружье или пистолет; у частных лиц находится

около 300 млн единиц оружия. Ношение оружия в Соединенных Штатах — такое же право человека, как право голоса и право на адвоката. Любые попытки ужесточить связанные с этим правила вызывают законодательный кризис и вопли протesta со стороны владельцев оружия, которые боятся, что, если их оружие начнут регистрировать и проверять, откуда оно взялось, они лишатся права на самозащиту. Одна из самых влиятельных организаций в стране, Американская ассоциация стрелков (в ней 4,3 млн членов), последовательно и целенаправленно сводит на нет все попытки прекратить свободную торговлю оружием. Их побуждения становятся понятны из их лозунга: «Если хранение оружия объявить преступлением, оно останется только у преступников».

Охота по сей день остается одним из самых популярных видов спорта: в Америке 15 млн охотников с лицензиями, в том числе и Джордж Буш, в родном штате которого, Техасе, закон позволяет охотиться даже слепым.

Это спорт для настоящих мужчин, которые встают на рассвете, блуждают по морозному лесу или часами сидят на сквозняке, поджиная уток, потом возвращаются в охотничий домик и надираются до положения риз.

В основном оружие принадлежит законо-послушным гражданам, которые обращаются с ними очень осторожно. Однако даже «законные» стволы ежегодно уносят около 30 000 жизней. Это не значит, что американцы просто так пуляют друг в друга. Гораздо чаще они стреляют в самих себя (около 60% смертей — это самоубийства). Иногда детки находят пистолет или винтовку и начинают с ними играть, со смертельным исходом; недавно даже предложили ввести в школах курс ознакомления с оружием, наряду с ознакомлением с вопросами пола.

Несколько лет тому назад одна фирма изгото-вила игрушечный водяной пистолет, названный «Суперобливалкой», способный выстреливать водяную струю на 15 м. Как-то раз подростки, играя с этой штукой, передрались,

ПРЕСТУПЛЕНИЕ И НАКАЗАНИЕ

и одного покалечило. Городские власти немедленно решили ввести правила пользования водяными пистолетами, чтобы предотвратить новые несчастные случаи. Им и в голову не пришло ввести правила пользования пистолетами, которые стреляют настоящими пулями, — да американская конституция им бы все равно этого не позволила.

Бизнес

Генри Форд не изобрел автомобиля. Он изобрел кое-что получше, кое-что еще более американское. Он придумал, как сделать автомобили дешевыми, такими дешевыми, чтобы автомобиль могла купить любая семья. Его деловая философия заключалась в следующем: «Предлагаем автомобили любого цвета, правда, исключительно черного».

Теперь американцам подавай выбор — цвета, стиля, цены и оформления. Преуспевающие бизнесмены размышляют о «нишевом маркетинге» и «развитии узкого направления» — короче говоря, о том, как обеспечить больший выбор в каждом из все более дробных рыночных сегментов. Если вы решили купить автомобиль, можете выбрать голубой металлик, цвет пожарной машины или любой другой из дюжины цветов, с соответствующей отделкой салона.

Самый американский метод ведения дел — это, разумеется, франшизы, продажа тем, кто хочет открыть свое дело, прав на использование зарекомендовавшего себя образца. Результатом становится всеобщая уравниловка, Pizza Hut подгребает под себя все другие ресторанчики, торговые залы завоевывают Gap и Victoria's Secret (где продают неотразимое нижнее белье с кружавчиками). Природный инстинкт толкает американца на то, чтобы воспользоваться удачной идеей, усовершенствовать ее, а потом с ней же и конкурировать. Это создает иллюзию разнообразия. Во всех торговых центрах работают одни и те же магазины, во всех магазинах продают одни и те же продукты, а если разобраться, выяснится, что во всех продуктах одни и те же ингредиенты. В результате у американцев огромный выбор, но выбирают они из совершенно одинаковых вещей.

На работе

Американцы считают, что работа должна быть интересной, приятной и, по возможности,

необременительной. Любая игра же требует напористости, самоотдачи, умения и затраты сил. Неудивительно, что у американцев сумбур в голове. Если цель работы — добиться успеха, а цель игры — победить, какая же между ними разница? Путаница распространяется и на одежду, и на отношения между людьми. Официанты ходят в костюме и при галстуке, а компьютерные миллиардеры разгуливают в шортах и вызывающих футболках. Обстановка в офисах делается все более домашней: в интернет-компаниях и предпринимчивых стартапах часто имеются собственный солярий и сауна, а самой подходящей одеждой считается купальник — все остальное якобы выглядит слишком официально.

Разницы между приятелем и коллегой в Америке практически не существует. На работе все, за редким исключением президента фирмы, называют друг друга по имени. Приято обсуждать на службе свои домашние дела и делиться свежей информацией о покупках,

детских болезнях и благотворном действии семейной психотерапии.

Путаница усугубляется еще и тем, что американские корпорации постоянно приглашают сотрудников и коллег на всевозможные сборища. Хуже всего дело обстоит в Вашингтоне, где средний конгрессмен ежедневно получает по три-четыре приглашения на коктейли, лекции, благотворительные балы, чествования и т. д. и где хозяек судят не по тому, как они развлекают гостей, а по тому, кто явился к ним на прием.

Теплые отношения с коллегами отнюдь не означают безоговорочной преданности фирме. Днем с огнем не сыщешь человека, который всю свою жизнь проработал на одном месте. Американцы не задумываясь меняют работу на что-нибудь получше — им решительно наплевать, как это отразится на их работодателе. Происходит это потому, что работодатели относятся к ним точно так же. Американская деловая жизнь основана прежде всего на прибылях, и если для того, чтобы в фирме сошелся бюджет, нужно

кого-то уволить, начальство запросто отправляет половину отдела продаж куда подальше.

Рабочий стиль на Восточном и на Западном побережье кардинальным образом отличаются друг от друга. На Восточном побережье принято делать вид, что трудишься как вол. В Нью-Йорке и в Вашингтоне, особенно в адвокатских конторах и в издательствах, считается хорошим тоном задерживаться на службе до поздна и выходить на работу в выходные. В Лос-Анджелесе же, напротив, полагается выглядеть так, будто вы вообще не работаете: облаченные в плавки президенты корпораций обсуждают многомиллионные сделки, сидя возле бассейна. На самом деле работают и там и там повсюду. Лос-Анджелес плодит кинофильмы и телесериалы, Нью-Йорк не дает засохнуть фондовой бирже и управлениям компаний; при этом они с напыщенным самодовольствием показывают друг на друга пальцем и цедят сквозь зубы: «Да, уж мы-то не вкалываем как лошади / не валяемся на пляже, не то что эти придурки с Восточного/Западного побережья».

Язык и мышление

В Америке принято выражать свои мысли со всей возможной прямотой. Американец всегда говорит то, что думает, даже если лучше бы оставить свою мысль при себе. Языковые изыски, скрытый смысл, ирония, которые так любят другие народы, сбивают американцев с толку: они привыкли воспринимать каждую фразу дословно, проветрять на точность и пропускать мимо ушей то, чего не понимают. Вещи они называют своими именами, лопату, например, лопатой или «устройством для перемещения грунта», если работают на правительство, а сложные метафоры их только огорчают.

Любовь к латанию дыр и к улучшению всего на свете, страх кого-нибудь обидеть или лишний раз употребить частицу «не» заставляет американцев относиться к разговорному

английскому языку как к сырью, подлежащему обработке. Некоторые слова заимствуются из языков иммигрантов (например, «шмук» — неприятный и непорядочный человек), другие лепятся из уже существующих (например, «бранч» — среднее между брекфастом и ланчем) или коверкаются и применяются к чему-то, лишь отдаленно связанному с исходным предметом (например, «облучнуть» — подогреть в микроволновой печке).

Американцы любят новые слова, принимают их с распростертыми объятиями и треплют, пока не заедят до смерти, что подтвердит всякий, кому довелось присутствовать на деловой встрече, посвященной «структурообразованию». Мало того что они руками и ногами хватаются за слова и выражения со всех концов света, но и с удовольствием переключаются на новые слова, если старые произносились, — из-за этих постоянных замен словари делаются все пухлее, а всей стране приходится напрягать извилины, ответственные за язык.

Сленг

Американские идиомы, особенно те, которые происходят из словаря спортсменов, отличаются сочностью, разнообразием и беспардонностью. Собственно, очень многие идиомы происходят из спорта: уклоняться от всяческой ответственности — значит «играть в полузащите», провалить какое-нибудь начинание — «пропустить шайбу», выбрать себе работу полегче — «перейти в легкий вес».

Осваивать американский сленг — все равно что стрелять по движущейся мишени. Подростки и компьютерщики постоянно создают новые слова, а старые норовят употребить в новом значении. Например, «прожигать» теперь означает «копировать». Сленговые выражения стремительно распространяются через телевидение, кино и социальные сети, так что чихнуть не успеешь, а слова, когда-то имевшие сугубо местный колорит, уже употребляют по всей стране. По счастью, все сленговые слова очень быстро устаревают, так что можно им просто радоваться, а запоминать необязательно.

Глаголь существительные!

В Соединенных Штатах ни одно существительное не застраховано от того, чтобы в один прекрасный день не превратиться в глагол. «Мы сейчас это радиовещаем», — может сказать представительница фирмы о рекламе новой услуги. «Тут наша затея и крахнулась», — говорит бизнесмен о провале своего проекта, а Эль Хайг, крупная шишка в никсоновском Белом доме, умудрился запихать в один свежеиспеченный глагол фразу «подать ходатайство об отсрочке судебного разбирательства». Глаголы — слова действия, куда более полезные, чем застывшие, неподвижные существительные. Поскольку большинство американцев вообще не имеют понятия о частях речи, они с легкостью замещают одни другими.

Политкорректность

Дискриминация по расовому, религиозному ициальному признаку запрещена в Штатах почти повсеместно. Клубы только для белых мужчин развалились под угрозами судебного

преследования, как карточные домики. Тем более что у меньшинств и у женщин теперь много денег, а клубы предпочитают членов, которые вовремя платят взносы.

Многие слова за последнее время попали в разряд неполиткорректных, а то и попросту запрещенных. Самое нехорошее слово, которое не разрешается употреблять ни при каких обстоятельствах, — это «ниггер», хотя оно постоянно звучит в разговорах и песнях рэперов. По сравнению с этим словом все обозначения естественных физиологических процессов считаются нежными и изысканными.

Деликатность породила сотни новых слов-заместителей. Инвалиды теперь называются «ограниченными в передвижении», слепые — «ограниченными в восприятии зрительных образов», недоумки — «не обладающими базовыми знаниями» или «не владеющими фактами». Вместо домашних зверюшек люди теперь заводят «друзей из животного мира». Нет больше коротышек и толстяков, они называются «людьми изящного роста» и «людьми

солидного телосложения». Если человек не справился с какой-то работой, говорят, что он выполнил ее «неоптимальным образом».

Американцы пытаются закрепить в языке свое оптимистическое отношение к жизни. Если человек едва не отправился на тот свет, он «прошел сквозь жизнеутверждающее испытание». Акции, которые едва удается продать за полцены, называют не неликвидами, а «сложным ассортиментом». Если после интервью потенциальный работодатель дает вам от ворот поворот, у вас «не сложилось полного взаимопонимания». Деловой жаргон еще хуже: любая загвоздка называется «препятствием, которое необходимо преодолеть», а любое массовое увольнение — «оптимизацией штатов». Особенно эта бездумная жизнерадостность распространена в сфере торговли недвижимостью: в их языке «уютный» означает «вам там повернуться будет негде», а «живописная сельская местность» — «ни до одного магазина пешком не дойдешь». Апогеем оптимизма являются диснеевские

парки, где вас встречают чистенькие, ухоженные сотрудники, единственная обязанность которых — улыбаться, улыбаться, улыбаться.

У представителей более сдержаных наций от этой беспредельной жизнерадостности довольно скоро начинает сводить скулы. Иностранца она вполне способна довести до состояния душевной неуравновешенности.



Об авторе

Стефани Фол — типичная американка по происхождению, то есть потомок чешских иммигрантов и коннектикутских янки; ее бабушка говорит по-немецки, а кузены живут в Канаде, Англии и Швейцарии. Сама она любит африканскую музыку, вьетнамскую кухню, итальянскую обувь, сиамских кошек и английские романы.

По профессии она — свободный художник, вернее, писатель, редактор и журналист; живет в городе Вашингтоне. Детство и юность, проведенные в столице, позволили ей во всех тонкостях ознакомиться с замашками и задвижами собственных сограждан и узнать куда больше, чем ей бы хотелось, о коктейлях, приемах, политике и преувеличениях. По ходу дела в ней укрепилась вера в высказывание Бисмарка: «У законов есть одно общее с колбасой: лучше не видеть, как их делают».

ОБ АВТОРЕ

Она усматривает в себе массу типично американских качеств — любознательность, изобретательность, прямоту; к качествам нетипичным относятся нелюбовь к телевизору и магазинам и стремление, когда только можно, ходить пешком, а не ездить на машине. Все равно быстрее получается.

Есть у нее заветная мечта: посетить все 50 штатов. Из 50 осталось всего десять, но пешком и это займет довольно много времени.

Фол Стефани

ЭТИ СТРАННЫЕ АМЕРИКАНЦЫ

Руководитель проекта *А. Деркач*

Корректоры *М. Смирнова, С. Мозалёва*

Компьютерная верстка *М. Поташкин*

Дизайн обложки *Ю. Буга*

Использована иллюстрация
из фотобанка *shutterstock.com*

Подписано в печать 05.05.2016. Формат 70×100/32.

Бумага офсетная № 1. Печать офсетная.

Объем 4,5 печ. л. Тираж 1500 экз. Заказ № .

ООО «Альпина Паблишер»

123060, Москва, а/я 28

Тел. +7 (495) 980-53-54

www.alpina.ru

e-mail: info@alpina.ru

Знак информационной продукции
(Федеральный закон № 436-ФЗ от 29.12.2010 г.)

12+



000 «Альпина Паблишер»

Здравствуйте,
дорогой читатель!

Кому:
Нашему читателю

От кого:
От коллектива
издательства
«Альпина Паблишер»

Тема письма:
Об издательстве

Если Вы читаете это письмо, значит, в руках у Вас
наша книга и мы не зря делаем свою работу.

Мы убеждены, что у каждого человека есть
потребность в постоянном развитии и получении
знаний для личного и профессионального роста.
Именно поэтому мы стремимся отыскивать для Вас
в огромном массиве мировой литературы
по-настоящему полезные книги, которые помогут
Вам лучше распорядиться навыками и умениями,
сделать жизнь полнее и интереснее.

Мы делаем свою работу уже 18 лет, и за эти годы
выпустили более 3000 изданий общим тиражом
10 миллионов экземпляров. Наши авторы, среди
которых Айн Рэнд, Стивен Кови, Ричард Брэнсон
и другие талантливые и яркие личности, помогли
миллионам людей во всем мире по-новому
взглянуть на жизнь, достичь новых высот
в развитии и карьере, реализовать свои мечты.

Мы очень рады, что в эту самую минуту Вы стоите
на пороге замечательных открытий, которые
поможет сделать эта книга. Мы верим, что всякий
раз, когда кто-то читает наши книги, мир —
становится чуть лучше, а сам читатель —
гармоничнее и счастливее. И просто здорово, что
сейчас этим человеком становитесь именно Вы.

Искренне Ваш, коллектив издательства
«Альпина Паблишер»



«АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР» РЕКОМЕНДУЕТ



Путь журналиста

Ларри Кинг
при участии Кэла Фассмена
Пер. с англ., 2015, 290 с.

Ларри Кинг, ведущий ток-шоу на канале CNN, за свою жизнь взял более 40 000 интервью. Гостями его шоу были самые известные люди планеты: президенты и конгрессмены, дипломаты и военные, спортсмены, актеры и религиозные деятели. И впервые он подробно рассказывает о своей удивительной жизни: о том, как Ларри Зайгер из Бруклина, сын еврейских эмигрантов, стал Ларри Кингом, «королем репортажа»; о людях, с которыми встречался в эфире; о событиях, которые изменили мир.

Эту и другие книги вы можете заказать на сайте www.alpina.ru
и по телефону +7 (495) 980-8077

«АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР» РЕКОМЕНДУЕТ



Не бойся действовать
Женщина, работа и воля к лидерству
Шерил Сэндберг, Нелл Сковелл
Пер. с англ. — 3-е изд., 2016, 284 с.

Мир бизнеса диктует женщинам определенные негласные правила. Не следует излишне демонстрировать свой ум и волевые качества. Не стоит показывать свои амбиции и стремление продвинуться по карьерной лестнице. Кроме того, женщины сдерживают их собственные, внутренние барьеры. Есть сотни действительно веских причин, почему женщины ставят крест на своей карьере. В результате сегодня лишь 4% руководителей ведущих мировых компаний — женщины.

Шерил Сэндберг, операционный директор Facebook, одна из самых влиятельных фигур в мире бизнеса, рассказывает, с какими препятствиями ей приходилось сталкиваться на своем профессиональном пути. Эта книга — манифест и источник вдохновения для тех, кто считает, что женщина может и имеет право искать самореализации в карьере и бизнесе.

Эту и другие книги вы можете заказать на сайте www.alpina.ru
и по телефону +7 (495) 980-8077

«АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР» РЕКОМЕНДУЕТ



Хватит мечтать, займись делом!

Почему хорошо
работать лучше,
чем искать
хорошую работу

Кэл Ньюпорт

Пер. с англ., 2015, 267 с.

Работа мечты — дело, кото-
рое любишь и которое при-
носит тебе серьезный доход.

Многие грезят о ней, но похвастаться такой работой могут единицы. Кто же эти счастливчики? Те, кто по-
стоянно пробуют новое, не останавливаясь на достиг-
нутом и переходя с места на место в поисках лучшего,
или те, кто стараются досконально овладеть профес-
сиональными навыками? Что является ключом к успе-
ху — стремление к своей мечте или профессионализм?
Автор книги Кэл Ньюпорт, ученый и автор нескольких
бестселлеров о тонкостях личностной мотивации, уве-
катительно, с юмором, подкрепляя свои доводы резуль-
татами научных исследований, убеждает нас: гораздо
перспективнее на время забыть о будущих великих до-
стижениях, рискуя остаться ни с чем, и действовать на-
верняка, осваивая дело, которым вы уже занимаетесь.

Эту и другие книги вы можете заказать на сайте www.alpina.ru
и по телефону +7 \(495) 980-8077



Я счастливый человек, ведь у меня такая прекрасная работа: искать и издавать умные книги, общаться с их авторами, узнавать от них много нового и интересного.

Издав несколько сотен деловых и развивающих книг, могу уверенно сказать, что книга для автора почти всегда – не цель, а результат. В какой-то момент автор понимает, что обладает уникальным опытом, рассказ о котором поможет другим людям стать лучше и узнать о жизни что-то полезное. Через некоторое время это понимание становится настолько осознанным, что в прямом смысле слова доводит автора до ручки (или до клавиатуры), заставляя написать книгу.

Вполне возможно, что Вы, читающий эти строки сейчас, – потенциальный автор книги, которая станет бестселлером и даст людям нужные знания и навыки.

Мы будем очень рады стать издателем Вашей книги! Наша креативная команда приложит все усилия, чтобы Ваша книга получилась красивой и качественной, чтобы она была заметна в магазинах, чтобы ее активно обсуждали.

**Присылайте нам Ваши рукописи,
Вам понравится работать с нами!**

С уважением,

Сергей Турко,
кандидат экономических наук,
главный редактор издательства «Альпина Паблишер»

Заходите сюда alpina.ru/a

**TRY
THE BOOK**

“ Французы озабочены своей печенью. Немцы — слаженной работой кишечника. Американцы — своими волосами. Когда во время опроса американцев спросили, что они прежде всего замечают в потенциальном спутнике жизни, мужчины и женщины ответили в один голос: волосы. Хорошие волосы важнее, чем высшее образование и гармония в семье. ”