



**Эти странные американцы**  
Стефани Фол

**Опубликована:** 2009  
**Категории:**  
**Виньетки:** америка, usa

## New Chapter

**Стефани Фол**

(Серия книг Эти странные... )

Эти странные американцы

**НАЦИОНАЛИЗМ И САМОСОЗНАНИЕ**

Кто больше знает, тот меньше влипает Американцы – сушие 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 посторонний 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 Соединенные Штаты?», 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 париями, каторжниками, искателями приключений и религиозными фанатиками (причем за последние четыреста лет этот демографический салат не так уж сильно изменился), американцы до сих пор сохранили дух неколебимой самостоятельности.

Американцы 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. На самом деле единственное внешнее отличие американцев от всех других – в том, что они выше ростом и зубы у них поровнее. Да честно говоря, просто американцев действительно не бывает. 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. Американец станет говорить о себе «Я – поляк», или «Я – итальянец», только на том основании, что его пра-прадедушка родился в Польше или в Италии. Не важно, что пра-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 готовить спагетти (если он итальянец), а это куда существеннее. Дух закоренелого индивидуализма пронизывает поактически все аспекты американской жизни. Американские национальные герои – рыцари большой дороги, вроде Джесси Джеймса, бандита с Дикого Запада и предприниматели, вроде Сэма Уолтона, основателя сети супермаркетов «Уолмарт». Национальные пугала – тоталитаристы любых мастей, как-то: коммунисты, президенты крупных корпораций, юристы и политики. Всякий американский рабочий мечтает когда-нибудь открыть свое собственное дело. Индивидуализм распространяется даже на семейную жизнь: почти треть американских семей состоит из одного человека.

Взгляд на других

Всего у десяти процентов американцев есть загранпаспорта. 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 трех тысячах миль, тоже американец, сообщает мышлению среднего гражданина дух изрядного провинциализма. Поскольку в чужие страны американцы ездят довольно редко, 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. 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». Особое отношение 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, а «Торонто блю джейз» выиграли чемпионат мира по бейсболу. Не может же быть, чтобы чемпионы мира по бейсболу не были американцами, чего бы там ни бурчали их болельщики. 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 до Финикса, а от Мэна до Майами на целую треть дальше. К Англии американцы испытывают нежные чувства. Почти вся их приличная литература и большинство терпимых телепрограмм – импорт из Британии, а всякий человек старше сорока и без этого преклоняется пред страной, породившей «Битлз» и «Роллинг Стоунз». А тут еще и королевская семья: поскольку дома у них ничего такого нет, американцы упиваются заемными придворными скандалами. На королевские бракосочетания съезжаются толпы американцев, которые вздыхают: как же это красиво, торжественно, совсем не по-американски. Японцам американцы не доверяют, потому что у тех все наоборот: они коллективисты, конформисты, этнически монолитны, а феминизм считают блажью. Американцы утверждают, что им глубоко наплевать на то, что японцы богаче их. ХАРАКТЕР Америка, как и любая другая нация, считает себя самой лучшей нацией 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? 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 вы выигравшим или проигравшим, вернее, выглядите ли вы 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. Однако когда битва заканчивается и дело доходит до переговоров, американцы из героев превращаются в горемык. 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 (усердней 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: «Все равно я эту кухню терпеть не могла». 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, в Дилерстве или в Успешном отношении к делу. В каждом американском книжном магазине имеется здоровущий отдел книг по самосовершенствованию. Во первых строках списка национальных бестселлеров значатся такие шедевры, как «У меня все о'кей» «У тебя все о'кей», «Целительные силы: замечательное настроение», «Новая поведенческая терапия», «Семь привычек преуспевающих людей» и совершенно нечитабельное «Практическое руководство по успехам в бизнесе». Книжное обозрение при «Нью-Йорк Тайме» выделяет эти бестселлеры 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, т.е. 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. 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. Американцы панически боятся всяких житейских неожиданностей. Боятся потерять работу. Боятся, что из их детей вырастут бандиты, порнозвезды или, Боже избави, политики. Боятся, что сырые 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 маломальски 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. Депрессия – штука малосимпатичная, и

показываться с ней на людях не принято. Если уж она вдруг вас одолела, надо пойти подлечиться – попринимать таблетки, походить к психотерапевту, а лучше и то, и другое, – и, главное, никому ничего не говорить. Если же увильнуть от разговора не удастся, американец или американка обычно говорит: «Ну, у меня тут была небольшая депрессия, но сейчас все уже совершенно замечательно!» Конечно, это заговор! Заговор американцы видят во всем, от убийства Кеннеди до повсеместного распространения СПИДа. 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. Так это было на прошлой неделе! В некоторых странах прощтрафившиеся политики накладывают на себя руки. В Америке они накладывают на себя новые полномочия. Коллективная память у американцев на удивление куцая, и они с легкостью прощают грешника. Так, Ричард Никсон, единственный президент США, подавший в отставку под угрозой импичмента, через несколько лет стал крупным государственным чиновником, потому что знал, как обращаться с Китаем. Мэрион Бэрри, мэр города Вашингтона, в 1989 году угодил за решетку за употребление наркотиков. Через четыре года он снова баллотировался на свое старое место и был избран убедительным большинством. В Америке политики умудряются победить на выборах, даже если отбывают в это время срок заключения. 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. Анекдоты, основанные на различии рас, цвета кожи, вероисповеданий и национальностей, непопулярны – 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, Растус и Фестус поп-забудыга, 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: Техасец хвастается перед арканзасцем своим ранчо. «Ранчо у меня такое, – говорит он, – что ежели я утром сажусь в грузовик и еду его осматривать, так только к ночи и успеваю вернуться». Арканзасец

сочувственно кивает: «Угу. Было дело, и у меня был такой грузовик». Единственная профессиональная общность, которую 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 не 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. Вопрос: Почему в Аризоне кишмя кишат стервятники, а в Вашингтоне адвокаты? Ответ: Аризона выбирала первой. «Вы слышали, что для опытов теперь вместо крыс используют адвокатов? Во-первых, их больше, во-вторых, их не так жалко, а в-третьих, есть вещи, на которые не пойдет даже лабораторная крыса!» Иногда старые, «этнические» анекдоты переделывают на новый лад: Вопрос: Что будет, если двух адвокатов закопать по шею в песок? Ответ: Им не хватит песка. Политики – тоже неплохая мишень, но поскольку примерно две трети членов американского Конгресса – юристы по образованию, 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».

**НАВЯЗЧИВЫЕ ИДЕИ** Образ американца

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

Старение Старение в корне противоречит всем американским идеалам и понятиям. Лозунг и для мужчин, и для женщин – «Выгляди на двадцать лет моложе». Старики, которых называют «людьми старшего поколения», пытаются надуть урода с косой, подкрашивая волосы, натягивая джинсы, подтягивая кожу и подбирая животики. Американским постулатом в отношении старения можно считать высказывание Иваны Трамп, которая заявила: «Я всегда буду выглядеть на тридцать пять, 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, и еще 30% – 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; похудательная индустрия зарабатывает миллиарды долларов, и в то же время в самом сердце страны мистер и миссис Америка от души поливают свои биг-маки жирным майонезом и уписывают за обе щеки огромные порции жареного картофеля. Примечательно, что к дискриминации толстых общество относится с терпимостью, совершенно невыносимой 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 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 нашедшем убийстве. 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 и мобильный телефон, но на этом их тяга к изобретениям не иссякла, и они набросились на более мелкие бытовые нужды. У каждого американца в хозяйстве имеются тысячи всяких хитрых машинок, способных удовлетворить любую человеческую потребность, даже самую невнятную. Америка – страна электрических салатосушилок, электрических банкооткрывателей, электрических шампунеразливалок, электрических воздуховок, электрических волосоукладчиков, яйцеварок и бровещипателей. Боже вас сохрани сделать что-то своими руками! Прямо сейчас тысячи американских невест открывают коробки с электрическими приборами для выпекания хлеба и для вылепливания макарон. А

электрические ножи, электрические венчики и электрические термосы их родителей обрастают слоями пыли. 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 сразу все отпускное время – самое милое дело. Возможностей провести отпуск в Америке хоть пруд пруди. 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 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. 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 заводите болельщиков. Всякий американский мальчик мечтает стать футбольным полузащитником, а всякая девочка – главной «заводилок», если удастся в жестокой борьбе обойти всех соперниц. За билеты на крупные соревнования дерут 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. 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 года в мире, а может быть, и во вселенной. Огромная армия болельщиков неколебимо убеждена, что матчи на Суперкубок – крупнейшие события в истории человечества, которым никакие высадки в Нормандии и инаугурации президентов в подметки не годятся. Эта приходящаяся на конец января фантазмагория обзывается Мировым Чемпионатом по виду спорта, которым профессионально занимаются только в США (существует Мировая лига американского футбола, но шансы на участие в Суперкубке у ее членов так же ничтожно малы, как и трусики у чирлидера). 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 1 800 000 долларов в минуту, а то и больше. 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 пищей. 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.

## New Chapter

Вперед, на магазины! Американская безудержная страсть к магазинам – не просто побочный продукт потребительской психологии. Хожение 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 Вирджиния – 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 – «Потомак Миллз», торговый центр милях в двадцати к югу от Вашингтона. Американские торговые центры (как и супермаркеты) – это чертоги потребления, 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, дежурят частные охранники, отличающиеся куда более широкими взглядами на мир, чем государственная полиция. Но самый необременительный способ делать покупки – это, конечно, каталоги. В начале века Сирс Робакс додумался до продажи домов по почтовым заказам. Многие его дома и сейчас, восемьдесят лет спустя, хоть куда. Сам Сирс давно помер, но система почтовых заказов цветет и пахнет. 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). Вооруженный каталогом, телефоном и кредитной карточкой американец может одеть и обуть целое семейство, не вставая с дивана.

ОБРАЗ МЫСЛЕЙ Деньги Как сказал писатель и общественный

критик 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 круговерти суровой 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 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. 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? Ну да? Ого! Оказывается, я еще дешево отделался». Классовое происхождение и социальный статус На вопрос, к какому классу он относится, почти любой американец ответит: к среднему (на практике это значит, что у вас есть какая-никакая 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?» (А второй, как правило: «Вы откуда?»). 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, был очень богат, но совсем не

благороден, тогда как у Кэтрин Хепберн благородства – хоть отбавляй. 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, которые брезговали жить по соседству с вьетнамцами, и так далее. Любой человек, уже попавший в Штаты, сделает все, чтобы не пустить туда других. Хотят американцы этого или нет, но ежегодно через их границу (надежно огороженную и усердно охраняемую) переправляются сотни и тысячи мексиканских граждан. Чисто количественным показателем Мексика скоро добьется того, что не удавалось никому другому: завоевания Соединенных Штатов. 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). Мой кадиллак – моя крепость Машина, так же, как дом и сад, – обязательная составляющая Американской Мечты. Средняя американская семья владеет 1, 8 автомобиля (сто сорок семь миллионов транспортных средств на двести пятьдесят пять миллионов населения); каждый автомобиль проезжает около десяти тысяч миль за год со средней скоростью 59 миль в час (около 75 процентов транспортных средств движутся быстрее разрешенных законом 55 миль в час: те, кто движется медленнее, только что видели полицейского). Большинство машин используются для ежедневных поездок на работу: менее 6 процентов работающих американцев пользуются общественным транспортом. Значительная часть великолепных американских высокоскоростных автострад загружена на триста и более процентов и дважды в сутки превращается в гигантские автостоянки. Первенство по числу автомобильных пробок делят между собой Сан-Франциско и Вашингтон. Если американцу надо попасть в какое-нибудь место, до которого несколько минут пешком, он не пойдет пешком. Ходьба – это не по-американски. Лучше он туда доедет 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. Во всех американских машинах стоят кондиционеры и автоматические коробки

передач. Машину с рычагом переключения передач водить труднее, поэтому она считается более спортивной, признаком мужественности (впрочем, если вам каждое утро тащиться тридцать миль на работу по забитой дороге, как многим американцам, рука отвалится дергать рычаг). Некоторые американцы нарочно покупают машины с неавтоматической коробкой, чтобы машину не могла водить их жена – и наоборот. 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, от красной «мазды» до длинного черного «мерседеса», но еще и украшают их по-всякому. На машинах рисуют языки пламени, полоски, лесные пейзажи, приделывают к ним зеркала, хромированные загогулины и дополнительные фары. Старые школьные автобусы облепляют всякими наклейками и превращают их в передвижные домики. (Японские машины пренебрежительно называют «рисовыми ракетами» или «малодурашками». Мелкотравчатые европейские машины вообще запрещены, поскольку создают неудобства на автострадах). Менее выпендренные 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 во всю 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 щегольской красной двухместке может стоять оскорбительное: ВЪЗ НОС, на машине хирурга-косметолога – СВЕДУ Р1КИ или КРАСОДЕЛ, на автомобиле любительницы кошек – КОТОМАМА, на машине адвоката – А2КАТ. Драненький «шевроле-пикап» может вопиять «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 СЛОН[1]. Все эти надписи проверяются на предмет потенциальной оскорбительности, хотя и с переменным успехом: в большинстве 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 Маммоной 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 исповедовать любую религию, какую им вздумается. 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 на – логам не облагаются. Таким новым церквям дают названия вроде Всеобщей Торжествующей Церкви, Всеобщей Церкви Жизни или Господней Церкви Библии-Скалы. 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 растут, как кустики хлопка; все они обычно проповедуют вариации на любимые темы: эволюция – бред, грешников ждет ад, Господь возлюбил Америку больше всех. 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 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. ОБРАЗ ЖИЗНИ Семья Американские политики-консерваторы очень любят рассуждать о семейных ценностях. Беда в том, что ни один американец не знает в точности, что это такое. Американцы всю разводятся, размножаются вне брака, гомосексуальные пары рожают и усыновляют детей, а треть населения все равно живет 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-Уилдинг-Годд-

Фишер-Бартон-Бартон-Уорнер-Фортенски, ходят замуж чуть не каждый год, но треть американцев, раз вступив в брак, больше уже не рываются. Остальные, перепробовав несколько супругов, наконец успокаиваются. Примерно десять процентов мужчин и пять процентов женщин вообще не женятся и не выходят замуж. 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. 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. Восемьдесят с лишним процентов женщин в возрасте от тридцати пяти до сорока пяти лет 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 считанные 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. Бэби-ситтер (то есть няня) – удовольствие дорогое, к тому же поди ее найди, когда все подростки трудятся в «Макдональдсе». 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: а 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 шестнадцать лет), им покупают машины. Страховку приходится платить умопомрачительную, однако поскольку общественного транспорта почти не существует, мамы экономят на этом по несколько часов ежедневно. Из таких заласканных, 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 пятнадцати до восемнадцати лет. У подростков никаких обязанностей, куча возможностей заработать на карманные расходы и пропасть энергии, чтобы оттягиваться и хулиганить. Многие так на всю жизнь и застревают на этой стадии, валяя дурака и увиливая от всевозможных обязанностей до самого старческого слабоумия. Любой американец мечтает стать знаменитым спортсменом, вроде баскетболиста Майкла Джордана или футболиста Джо Монтаны (оба, между прочим, еще и богаты, это тоже не вредное качество). Каждое воскресенье на детских площадках собираются толпы великовозрастных доморощенных атлетов, которые гоняют мяч и делают вид, что без труда стали бы профессионалами, если бы не досадная необходимость кормить семью. Американки мечтают быть кинозвездами или фотомоделями и в выходные рыщут по косметическим магазинам, стараясь переплюнуть Полину Порижкову и Синди Кроуфорд. 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. В большинстве штатов закон запрещает ходить голышом в общественных местах, на пляже нельзя появляться без купального костюма, удовлетворяющего хотя бы минимальным приличиям; в особенности это касается мужчин – на среднестатистические американские купальные трусы идет в три раза больше матери-и, чем на европейские плавки. Нудистских и «безверхих» пляжей мало, а женщина, скинувшая бюстгальтер на общественном пляже, рискует угодить в кутузку (правда, жительницы Нью-Йорка недавно отсудили себе право ездить в метро голыми по пояс, если им заблагорассудится). Супружеские измены – 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. Самые строгие моральные требования предъявляются к политическим лидерам. Именно поэтому все политические скандалы на почве секса носят приглушенно-безобидный характер, не то что в других странах\*. В Америке ни под каким видом не принято признаваться в том, что вы провинились на стороне, а уж тем более в том, что вам это понравилось. Вся эта шумиха вокруг секса отнюдь не означает, что американцы ведают, что творят. Презервативы, 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. Секс на службе для американцев хуже горькой редьки, поскольку малейшее подозрение в малейшем сексуальном домогательстве грозит судом. Автомеханики больше не развешивают по стенам гаража фотографии голых девиц – это запрещено, а начальнику, рассказавшему секретарше сальный анекдот, грозит вылет со службы. В последнее время до американцев медленно, но верно начинает доходить, что мужчины и женщины относятся к сексу по-разному, а новейшие исследования показали, что дело тут в генах. Теперь нашкодивший муж может прийти и сказать: «Золото мое, я тут не при чем. Это все гены». Манеры Хорошие манеры завораживают американцев, поскольку у них самих манеры хуже некуда. В последние годы родителей из среднего класса стало наконец тревожить, что их отпрыски не только не знают, какой 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 приятелями в фаст-фудах, а не за семейным столом. И вот американцы заинтересовались манерами: повырастали, как грибы, школы этикета, где юных дикарей обучают вести себя правильно, изысканно и по-американски. Пришлось выдумать правила поведения для всяких в прошлом неслыханных случаев. Как представить знакомым счастливую молодую пару – сына и его друга? Как должен вести себя отчим невесты во время свадебной церемонии? Полагается ли приводить на первое же свидание с новым поклонником своих детей? Американцы умудряются сочетать почти показную грубость с искренней заботой об окружающих. Они 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. Многие оттенки американского поведения носят региональный характер. Нью-йоркцы 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. Курение Курильщиков американцы не любят, просто терпеть не могут, а поскольку излишней скромностью этот народ не отличается, вам на каждом шагу будут объяснять, насколько вас не любят. В некоторых районах страны лучше сразу застрелиться и повеситься, чем быть курильщиком. Курение – своего рода классовый показатель, отделяющий рабочих от начальников. В развеселых деревенских кабаках не продохнуть от табачного дыма, зато если вы увидели курильщика в вестибюле отеля «Ритц-Карлтон», можно поспорить, что это немецкий или японский турист, или совладелец табачной компании, размышляющий, в какое бы другое место вложить свои деньги. Караул, опаздываю! Американцы (особенно из больших городов) похожи на Кролика из «Алисы в стране чудес»: они вечно суетятся и поглядывают на часы, чтобы не опоздать. И, конечно, опаздывают, еще как. Особенно этим славятся богатые и влиятельные американцы. Высокопоставленные американцы относятся к своему времени трепетно, зная, как дорого оно стоит. Адвокаты берут плату за каждые шесть минут; для человека, зарабатывающего восемьдесят миллионов в год, потратить две-три минуты на пустые любезности значит выбросить на ветер несколько тысяч долларов, и он прекрасно это понимает. 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 от – носятся 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 понедельник, 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. Светские праздники, как правило, сводятся к парадам, речам и громко разрекламированным распродажам. Однако три летних праздника – День поминовения, четвертое 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 зажигательных 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. Четвертого 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 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 всюду 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 пятьдесят лет назад выдумал один чикагский кондитерский магазин. 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 Хэллоуин. В нем сосредоточены сразу несколько отличительных национальных черт – показуха, религиозная нетерпимость, паранойя и жажда наживы – все они собираются вместе в Хэллоуин, 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 «колядовать» (кодовое название для «А ну давай что-нибудь вкусное, а то я тебе все кусты туалетной бумагой замотаю») – но потом, во избежание беды, тащат сладости в ближайший аэропорт или полицейский участок, чтобы их там просветили рентгеном («бритва в яблоке» – страшилка, всплывающая каждый год). Новый Год представляет собой унижение 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 гуляние на Тайме 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 скачками, и к тому времени, как на Гавайях раздается треск новогодних хлопушек, вся остальная страна уже спит мирным сном. Семейные сборища День Благодарения, третий четверг ноября – день, когда вся семья собирается за одним столом. Взрослые дети, преодолев маету переполненных самолетов и забитых дорог, возвращаются в родное гнездо, чтобы объедаться, 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,

печеный картофель, жареный картофель, печеный кабачок, кабачковое пюре, рыбный салат, зеленый салат, тушеные помидоры, консервированная стручковая фасоль, тушеный лук со сметаной, брюссельская капуста, кукурузные лепешки, французские булочки, клюквенное повидло, сельдерей, оливки, тыквенный пирог, яблочный пирог, фруктовый пирог, индейский пудинг и мороженое. 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 семейные сборища 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) 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, вошедшими 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 двадцатого века электродуховка вытеснила традиционную печь не только из домашнего обихода, но и из фразеологических оборотов, как правило шуточного характера («На нас напали комары размером с электродуховку»). Футбольное поле. По правилам, поле для американского футбола имеет 100 ярдов в длину и 160 футов в ширину (то есть 91 на 48 метров). Любое обширное плоское пространство, например, палуба авианосца, бумажные листы, потребные, чтобы напечатать «Сан-Францисское обозрение», или фасад Центра мировой торговли в Нью-Йорке может быть измерено в футбольных полях («здоровуший, как столько-то футбольных полей»). Нью-йоркская минута. В Нью-Йорке все движется гораздо быстрее, даже время. Поэтому в нью-йоркской минуте не шестьдесят секунд, а гораздо меньше, по сути, всего одна. «Если бы Бриджит Фонда меня пригласила на свидание, я бы и нью-йоркской минуты не раздумывал». Ветряной фактор. Дряхлая и дрянная система измерения температуры воздуха американцев не устраивает, поэтому они изобрели ветряной

фактор, соединяющий температуру по Фаренгейту со скоростью ветра, – цифра в результате получается куда более внушительная. Например, если температура воздуха тридцать два по Фаренгейту, а скорость ветра – десять миль в час, ветряной фактор дает нам температуру в двадцать градусов по Фаренгейту, – это звучит куда холоднее, и те, кто отважился выйти из дому, чувствуют себя покорителями ледяных просторов. Летом на смену ветряному фактору приходит индекс комфорта, 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» и «квотер», 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 однадолларовой или, скажем, стодолларовой. Поскольку в обычной жизни купюры больше двадцати долларов почти не встречаются (чтобы крупные расчеты наличными были как можно неудобнее и преступникам жизнь медом не казалась), 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. 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, растолстеть. 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. Пища стоит на переднем крае борьбы за вечную молодость, крепкое здоровье и стройную фигуру, и уже понесла первую потерю – потерю вкуса. Американцы помешаны на правильном питании, чему способствуют бесконечные научные исследования, доказывающие вредность или полезность то того, то сего. 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 разная еда, содержащая овсяные отруби, например конфеты из овсяных отрубей и отрубевое пиво. Американцу можно скормить любую безвкусную гадость, надо только убедить его, что он от этого поздоровеет и похудеет. 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» («безвкусных» можно уже и не писать – и так ясно). 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. Хуже всего, когда разговор о еде заводит какая-нибудь зануда. Зануда будет нудить о пользе той самой диеты, которой она придерживается, и расскажет вам во всех малоаппетитных подробностях (особенно если дело происходит в Калифорнии), чем именно эта диета для вас полезна. В любой разговор она обязательно вклинит что-нибудь вроде «Ешьте побольше овощей – не заболеете раком» или «Жируют не от жира, жиреют от углеводов», или «Вы что, не знаете, в каких условиях выращивают телятину?» Запретные продукты, особенно шоколад, вызывают в американцах дрожь тайного восторга, какую у других народов вызывает секс. Отправляя в рот каждый кусок шоколадного крема или 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 свиной,

приготовленная из тех кусков, которые не пустишь на колбасу), снова кофе, булочки (вроде пончиков), жареная картошка, тосты, кукурузная запеканка, кленовый сироп (делается из сока клена), еще кофе, вафли, кукурузно-мясная болтанка, блины, опять кофе и «гритсы». «Гритсы» – это квинтэссенция американского кулинарного искусства. Их делают из маиса, который предварительно замачивают в воде и обрабатывают едким щелочком, 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 «вырви глаз», 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 ее без «гритсов» не могут жить, выше – считают их несъедобной дрянью. Рестораны Рестораны в Америке бывают всякие, от запанибратских, где официант за прилавком скажет вам: «Привет, чего трескать будем?» – до супер-респектабельных, где официант выскажется так: «Добрый вечер, мое имя Алан, я буду иметь честь сегодня вас обслуживать. Не желаете ли узнать подробнее о сегодняшних блюдах дня?». Случается, официант или официантка подсаживается за ваш столик и несколько минут обсуждает с вами тонкости меню. При этом вы ни в коем случае не должны называть свое имя и лезть с любезностями; от вас этого не ждут. Американцы предпочитают навязчивый сервис. Некоторые рестораны славятся мрачными и неприветливыми официантами – едоки-мазохисты туда валом валят. В самых типичных американских ресторанах официантов и вовсе нет. В 1954 году Рэй Крок купил у братьев Макдональдсов права на их лоток, торгующий гамбургерами, и стал продавать франчайзы направо и налево. Теперь в мире больше четырнадцати тысяч «Макдональдсов», продающих сотни миллионов гамбургеров в год. Секрет успеха «Макдональдса» 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 «Макдональдса», в предсказуемости ей не откажешь. Биг-мак, купленный в Бостоне, ничем не отличается от биг-мака, купленного в

Бангкоке. Лондонский «Экономист» даже печатает раз в год «бигмаковый индекс», по которому сравнивается покупательная способность разных валют. 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-пуэрториканские рестораны. Чаю или кофе? Американцы пьют кофе. Под чаем почти повсеместно понимается чай со льдом, как правило еще и с сахаром, а еще точнее – со льдом, сахаром и лимоном (причем чем южнее, тем сахара больше). Если вам захочется выпить горячего чая, приготовьтесь к тяжелой борьбе. Даже если вы победите, наградой будет жуткая бурда. Чай в Америке обычно подают так: чашка, или бумажный стаканчик, или металлический чайник с горячей водой, а к ним чайный пакетик. Бывает, официант притаскивает целую коробку разных сортов чая, на ваш выбор. Чаще он вообще запоминает принести пакетик, и приходится напоминать. Пакетик приносят после суматошных поисков на кухне («Помнишь, у нас тут где-то валялся чайный пакетик?» – «А я думала, он у тебя»). Дальше любителю чая полагается опустить пакетик в стремительно остывающую воду и как следует там поболтать; если повезет, тепла хватит на слабенькую заварку. Заваренного чая в Америке не достать, хоть тресни; здесь убеждены, что заливая чайный лист кипящей водой на кухне рестораны лишают клиента конституционного права самостоятельно решать, насколько чай должен быть крепким. Алкоголь В среднем американцы выпивают за год более тридцати семи галлонов (американских галлонов, разумеется) алкоголя на душу населения. 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 блестящих выбором. Популярное «корневое» пиво, хоть и называется пивом, не содержит ни грамма алкоголя. Это американский аналог имбирного пива, только приправленного корневищами сассафраса и

сарспариллы. Даже американцы признают, что у него специфический вкус; представители других, более здравомыслящих национальностей, в рот его не берут. 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 девяноста градусов по Фаренгейту. 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, содержащее меньше калорий, меньше алкоголя, чем обычное пиво, и (вот уж, воистину, великое достижение) еще более безвкусное. Впрочем, в последние пять-десять лет Америку потрясла пивная революция. Послабление в алкогольных законах позволило некоторым ресторанам открыть свои собственные пивоварни, и теперь практически в каждом мало-мальски уважающем себя городе есть «пивная со своим пивом». В результате количество пивоварен с 1987 года увеличилось больше чем вдвое. Случаются, правда, всякие несуразицы, вроде Рождественского клюквенного светлого или тыквенного крепкого – ну, так ведь это ж Америка. КУЛЬТУРА Хотя в Америке и существует какое-никакое серьезное искусство, в основном за счет подкормки со стороны государства и всяких благотворительных фондов, процветает здесь искусство массовое. Как светоч демократии, Америка производит культуру из народа, для народа, для всего народа, даже для всех народов мира. Американская массовая культура – действительно самая массовая культура на свете. В Бразилии и в Китае с телеэкранов льется «Санта-Барбара», снабженная переводом, испанские сеньориты лакомятся в Мадриде биг-маками, а тайландские таксисты крутят баранку под пение Мадонны. 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.

#### Телевидение

Телевидение, несомненно, – самый влиятельный поставщик культуры и, что общепризнано, – самый надежный общий знаменатель. Даже в домах, в которых нет водопровода, обязательно есть

телевизор, а среднестатистический американский ребенок проводит перед телевизором больше времени, чем в школе. 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. Поскольку американцы любят получить что-нибудь на халяву, огромной популярностью пользуются викторины, которые показывают по вечерам. Другое вечернее развлечение – детективные сериалы, посвященные всяким милым темам, вроде похищения трупов, торговли наркотиками и подростковой проституции. 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, на дигра с появлением спутниковых каналов, которых около пятидесяти, один другого занудливее. К специальным программам относятся метеорологический канал, двадцать четыре часа в сутки вещающий об атмосферном давлении и количестве осадков; музыкальное телевидение (MTV) и подделки под него – народная музыка и душевная музыка; «си-спэн» – прямая трансляция заседаний конгресса, под которую, говорят, хорошо дремлет; передачи из зала суда – телезрители могут поносить в голос судью на экране, так же как болельщики поносят рефери. Запретных тем на телевидении почти не осталось. Включите любую программу, и вы увидите, как там, среди бела дня, с полной откровенностью и со всеми подробностями рассуждают о таких вещах, о которых представители других национальностей говорят только шепотом и в полной темноте. Можно, например, выслушать исповедь существа, которое изменило свой пол, чтобы жить полнокровной лесбийской жизнью, или рассказ жены, которая родила ребенка от сестрино мужа и теперь собирается родить второго, чтобы у малыша был братишка (причем собственный ее муж ничего об этом не знает, но может ведь и узнать, если случайно окажется дома и включит телевизор). Кого только не приглашают поучаствовать в ток-шоу – от отцов-гомосексуалистов до монахинь-бисексуалок и детишек, прикончивших своих родителей, причем все это еще и

перебивается рекламой слабительного. Перед лицом такого разгула эксгибиционизма хочется завопить дурным голосом: «Да неужто не осталось уже ничего святого?». В ответ услышишь: «Да в общем, нет. По крайней мере на телевидении».

## New Chapter

### ВНЕШНОСТЬ И ГИГИЕНА

Французы озабочены своей печенью. Немцы – слаженной работой кишечника. Американцы озабочены своими волосами. Понятное дело, теми, которые на голове. 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 ухода за волосами: шампунями, кондиционерами, бальзамами-ополаскивателями, масками, стойкими красками, нестойкими красками, гелями для укладки, пенками, муссами, завивателями, развивателями, суперстойкими лаками. В результате у среднего американца на голове больше химических элементов, чем в Чернобыле. 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. С помощью прически можно выразить не только свои личные взгляды, но и политические пристрастия. В шестидесятые годы «африканская» прическа была для афро-американцев 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. Если у американца день не заладился, он говорит: «У меня сегодня волосы не лежат». Когда первая леди Америки Хилари Родэм Клинтон сменила прическу, об этом писали все передовицы. Президента же Клинтона обсмеяла вся

страна, когда он решил подстричься прямо в своем самолете, на взлетной полосе в Лос-Анджелесе – по слухам, это обошлось ему в четыреста долларов. Однако смех смехом, а в душе ни один американец не отказался бы от прически за четыреста долларов. Чем ты пахнешь и что на тебе растёт 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 скупясь поливают себя духами. Подмышки (которые изящнее именовать «подручной областью») 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 вам есть что прятать, не советуем класть это в туалетный шкафчик в ванной. Все равно все гости, пока моют руки, станут из любопытства совать туда нос. В шкафчике у американца они скорее всего увидят: – Дезодорант, потому что американцы не только потеют больше европейцев (в Америке ведь жарко), 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 (то есть почти всегда). – Транквилизаторы и антидепрессанты, помогающие не свихнуться окончательно от тяжелой американской жизни. Сердечная боль Сердце – удивительная штука: оно сокращается больше тридцати миллионов 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 всякому 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». Самое смешное, что почти все члены приезжают в клуб на машинах, чтобы побегать на тренажере. 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 платочка и обрывок золотой тесьмы. В отместку дочь, как правило, по очереди приводит в дом всех своих поклонников, один другого живописнее, чтобы посмотреть, выполнит ли папочка свое обещание. Некоторые выполняют, другие нет. Для некоторых мужчин страх перед сердечным приступом – стимул супружеской верности. Время от времени кто-нибудь широко известный умирает от сердечного приступа не в тех объятиях, 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, в этой части общества зашевелилась новая надежда. Врачи и здравоохранение Одна из причин, почему все американцы хотят быть здоровыми – это намного дешевле, чем болеть. Американское медицинское обслуживание, как и многое другое в Соединенных Штатах, – 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 выкатить счет на двадцать или более процентов 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 неполноценный младенец, врачу-акушеру грозит возможность суда, в результате которого с него стрясут миллионы долларов на пожизненное содержание ребенка. Соответственно, является призрак страхования от медицинской ошибки, набавляющий долларов пятьсот к стоимости родов. Медицинский вопрос «Где вы застрахованы?» 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 больницу для бедных. 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 старикашкой в твидовой шляпе за рулем. «Кто это?» – удивляется новоприбывший. «А, – отвечает апостол, – это Господь Бог. Он вообразил себя врачом».

**ПРАВИТЕЛЬСТВО И БЮРОКРАТИЯ** Американское правительство напоминает многослойную пирамиду. На самом верху находится Федеральное правительство, у которого кое-какие определенные обязанности, записанные в Конституции. Дальше идут пятьдесят 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 супругов 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. Американцам ненавистна сама идея правительства. Именно антиправительственные настроения и заставили когда-то колонии искать независимости. «Чем меньше правительство правит, тем оно лучше», – заявляют друг другу американцы с прочувствованным кивком, или: «Пуцай правительство не сует нос в мои дела». Идея, в общем, прекрасная, но трудновыполнимая. Главная же проблема в том, что многие действия правительства приводят американцев в восторг. 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. Структурно власть в Соединенных Штатах делится на три части: законодательную, исполнительную и судебную. Законодательная власть, которая называется Конгрессом, состоит из Палаты Представителей и Сената. Представителей выбирают сроком на два года; каждый из них представляет 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 двое сенаторов. 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 и тревожиться не о чем. 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 не всякие упрямые тупицы. 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 запероть. Гениальность этой системы состоит в следующем: она настолько громоздка и запутана, что не в состоянии провести в жизнь ни одной непоправимой глупости. СИСТЕМЫ Вообще-то называть хоть что-то американское «системой» могут только непроходимые оптимисты. Например, понятие «система здравоохранения» призвано маскировать тот факт, что американское здравоохранение никакая не система. Очень многие вообще не способны оплатить визит к врачу или частную страховку. Система правосудия предполагает, что с заключенными обращаются по совести и по закону; однако любой, кто прошел через американский суд, скажет вам, что это не так. 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. Другая система, которая худо-бедно скрипит, – 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 двенадцати лет. Среднее образование – из еще двух ступеней и заканчивается лет в восемнадцать. 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», потому что они общедоступны; платные школы называются «частными». В частные школы отдают своих детей родители, которые сообразили, что общественные школы никуда не годятся. Частные школы бывают разные, от элитарных, готовящих к поступлению в университет, до отщепенских, основанных расистами или религиозными фанатиками. Университетское образование доступно любому американцу, который в состоянии за него заплатить (в крупных университетах это выливается тысяч в двадцать в год), а также тем, кто достаточно беден, атлетически подготовлен или башковит, чтобы получить стипендию, а еще тем, кому удается 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. Книг американцы не читают, разве что романчик-другой Джона Гришэма или Роберта Ладлэма. Да и зачем? Единственное, что должен твердо знать каждый американский работник умственного труда, – это футбольные правила.

**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, права эти 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 и право заказать по каталогу многозарядный карабин с доставкой на дом. Ущери американца в каком-нибудь из этих прав, и он расскандалится и развоюется, а именно, подаст в суд. 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, соседей. 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 в мире: на двести пятьдесят миллионов населения приходится больше семисот пятидесяти тысяч адвокатов. В Вашингтоне, столице государства, каждый девятнадцатый житель – юрист. Эта дурацкая ситуация – результат того, что законы и создаются, и внедряются, и используются юристами. И президент, и его жена – юристы по образованию, в Конгрессе больше четырехсот юристов, а еще тысячи ошиваются во всяких государственных ведомствах, органах правопорядка и средствах массовой информации. Попадают такие судебные иски, что животики надорвешь: например, человек прыгнул под поезд в нью-йоркской подземке и подал на нее в суд за нанесенные увечья; 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». Спиртные напитки, сигареты и заменители сахара предупреждают, 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. К сожалению, даже поверхностное знакомство с любой газетой подтверждает, что это так и есть. 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. Почти миллион граждан Соединенных Штатов сидят под замком, что составляет около четырехсот пятидесяти человек на сто тысяч населения. Такого высокого показателя нет больше ни в одной стране мира. Для сравнения, только сорок четыре ирландца из каждых ста тысяч находятся в заключении, не считая, конечно, тех, которые находятся в американских тюрьмах. 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. Новые тюрьмы растут, как грибы, по мере заполнения старых, появилась даже новая индустрия – обслуживание и эксплуатация тюрьмы. Преступность от этого не становится меньше. Когда американский полицейский берет кого-то под арест, он зачитывает вслух так называемое «Предупреждение 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 поступите 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 народу, 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 употребляете наркотики, до сих пор считается верхом неприличия, если только вы не излечившийся наркоман, который хочет предостеречь молодое поколение. 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! 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 протеста 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 – трехмиллионная Американская Ассоциация Стрелков – 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 пятнадцать миллионов охотников с лицензиями, в том числе президент. Это спорт для настоящих мужчин, которые встают на рассвете, блуждают по морозному лесу или часами сидят на сквозняке, поджидая уток, потом возвращаются в охотничий домик и надираются до положения риз. Примерно в половине американских домов где-нибудь припрятано как минимум одно ружье или пистолет; у частных лиц находится около шестидесяти миллионов единиц оружия. В основном оружие это принадлежит законопослушным гражданам, которые обращаются с ними очень осторожно. Однако даже «законные» стволы ежегодно уносят около сотки тысяч жизней. Это не значит, что американцы просто так пуляют друг в друга. Гораздо чаще они стреляют в самих себя (около половины смертей от неосторожного обращения с оружием – самоубийства) или в своих супругов. 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 изготовила игрушечный водяной пистолет, названный «Суперобливалкой», способный выстреливать водяную струю на пятьдесят футов. Как-то раз подростки, играя с этой штукой, передрались, 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. 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 «нишах на рынке» и «развитии узкого направления» – короче говоря, о том, как обеспечить большой 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, «франчайзы», продажа тем, кто хочет открыть свое дело, прав на использование зарекомендовавшего себя образца. Результатом становится всеобщая уравниловка, «Пицца хат» подгребают под себя все другие ресторанчики, а «Гэп» и «Виктория сикрет» (где продают неотразимое нижнее белье с кружавчиками) – все торговые залы. 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. Не удивительно, что у американцев сумбур в голове. Если цель работы – добиться успеха, а цель игры – победить, какая же между ними разница? Разница, в общем, есть: работа – это то, что приносит

деньги, а игра – то, что ничего не приносит. 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. Американцы и так одеваются на работу куда менее строго, чем все остальные, а чем дальше, тем хуже. Во многих фирмах раз в месяц устраивают день «ходи-в-чем-хочешь», когда можно явиться на работу в джинсах, кроссовках и футболке – то есть в том, что обычно надевают в выходные. В некоторых заведениях, например, в рекламных агентствах, постоянно ходят в чем хотят, чтобы подчеркнуть свое творческое начало. Разницы между приятелем и коллегой в Америке практически не существует. На работе все, за редким исключением президента фирмы, называют друг друга по имени. Принято 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 так далее, и где хозяек судят не по тому, как они развлекают гостей, а по тому, кто явился к ним на прием. Настоящая трагедия, когда какой-нибудь Бывший Заместитель Второго Секретаря Управления по Использованию Ресурсов Карибского Бассейна выясняет, что со сменой правительства поток присылаемых ему приглашений начинает иссыхать – это значит, что он потерял не только работу, но и положение в обществе. 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 допоздна 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 поровну. Лос-Анджелес плодит кинофильмы и телесериалы, Нью-Йорк не дает засохнуть фондовой бирже и управлениям компаний; при этом они с напыщенным самодовольством 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 прямоотой. 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, проверять 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 печи). 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». 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». В те же времена калифорнийские студенты увещевали друг друга: «не разбогарты этот косячок». Глаголы – слова действия, куда более полезные, чем застылые, неподвижные существительные. Поскольку большинство американцев вообще не имеет понятия о частях речи, они с легкостью замещают одни другими. Слэнг 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». С другой стороны, чтобы поддерживать светский разговор о спорте, требуется самый минимум познаний. Подойдет, например, вопрос «Вы за кого в Большой Игре?», особенно в начале января, или, например: "Ну и как вам «Доджеры»/ «Стилеры»/ «Буллеты»/ «Бронкосы»/ «Янки»/ «Бearsы»/ «Фальконы»/ «Иглсы»/ «Ред Соксы»? После матча можно высказаться так: «А чего, две-три ситуации были – обхохочешься», – или: «Хорошая команда всегда себя покажет». Эти замечания хороши тем, что подходят почти к любому виду спорта, за исключением, пожалуй, шахмат и бриджа. Деликатность – прежде всего Дискриминация по расовому, религиозному и половому признаку запрещена в Штатах почти повсеместно. Под угрозами судебного преследования клубы только для белых мужчин развалились, 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 неделикатных, а то и попросту запрещенных. Самое нехорошее слово, которое не разрешается употреблять ни при каких обстоятельствах – это «ниггер»; единственное, что вас может извинить – это если вы сами... «афроамериканец». 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 – «не воспринимающими зрительных образов», недоумки – «не обладающими базовыми знаниями». Вместо домашних животных 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». Товары, которые едва удастся продать за полцены, называют не неликвидами, а «не самым оптимальным 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 сдержанных наций от этой беспредельной жизнерадостности довольно скоро начинает сводить скулы. Европейца она вполне способна довести до состояния душевной неуравновешенности. ОБ АВТОРЕ Стефани Фол – свободный художник, вернее, писатель, редактор и журналист; живет в городе Вашингтоне, в старом доме, меблированном по преимуществу книгами, растениями и устройствами для водворения на место осыпавшейся штукатурки. Любит ирландскую музыку, вьетнамскую кухню, итальянскую обувь, сиамских кошек и английские романы. Детство и юность, проведенные в столице, позволили ей во всех тонкостях ознакомиться с замашками и задвигами собственных сограждан и узнать куда больше, чем ей бы хотелось, о коктейлях, приемах, политике и преувеличениях. Мисс Фол – типичная американка по происхождению, то есть потомок чешских иммигрантов и коннектикутских янки; ее бабушка говорит по-немецки, а кузены живут в Канаде. Ее представления о ксенофобии обогащены обучением во французской начальной школе и швейцарском пансионе, а также многочисленными попойками в английских пабах во время студенческих каникул. 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.



**[www.feedbooks.com](http://www.feedbooks.com)**  
Food for the mind