



Яркий и необычный фестиваль красок Holi Dance ждёт горожан  
стр. 21

Расследование

## Еда с национальным колоритом

Блюда с восточным и азиатским колоритом прочно вошли в рацион россиян. Но так ли уж безобидны хинкали, манты, осетинские пироги, самса, беляши? Из чего делают чебурек за 20 рублей и почему шаурма может быть опасной для здоровья? Ответы на эти вопросы зрители получат, посмотрев программу «Еда с национальным колоритом» из цикла «Без обмана».

Чтобы вы не стали жертвой собственного желудка, авторы программы дают несколько советов. Если очень хочется попробовать чего-то отличного от борща и котлет, надо, прежде всего, внимательно ознакомиться с составом блюда.

Туда должны входить только натуральные продукты. Особое внимание – полуфабрикатам. Следует обратить внимание и на цену. Если манты или хинкали дешевле килограмма мяса, из которого они были сделаны – есть повод задуматься о том, за счёт чего производитель добился удешевления.

При покупке готового замаринованного шашлыка в магазине или на рынке оцените его внешний вид. В частности, если рыночный вариант приправлен большим количеством специй, а магазинный – консервантами, это может говорить о том, что производитель использовал не самое свежее мясо. В таком случае лучше не рисковать здоровьем, а поискать шашлык, в котором будет мини-

мум различных «добавок». Немаловажен и внешний вид продуктов, по которому можно понять, опасны они для здоровья или нет. Поэтому при покупке надо всегда обращать внимание на цвет и запах мяса.

Небезопасно покупать чебуреки, самсу, шаурму и другой национальный фаст-фуд на улице. Лучше пробовать подобные блюда в кафе или ресторане, где продукция более качественная и есть информация о производителе. Кроме того, вы получите на руки чек, который в случае беды позволит отстоять свои интересы в суде.

Если вы хотите поупражняться в кулинарном искусстве и побаловать себя и гостей блюдами национальной кухни, не следует пренебрегать определёнными правилами.



Например, покупать мясо следует в проверенных местах. Это же касается и остальных ингредиентов блюда.

Чтобы избежать неприятных последствий, не экономьте на продуктах, берите только свежие и качественные. В магазине или на рынке обратите внимание на то, где хранятся продукты, которые вы планируете купить. Скоропортящаяся продукция, например, салаты, готовая выпечка или шашлык, должны храниться только в холодильнике! Никогда не приобретайте продукт, который находится на прилавке или витрине, особенно под солнцем.

ТВЦ, 10 августа, 23.05 (12+)

Искусство

## Жизнь и лира



В картинной галерее открылась одноимённая выставка из музейной коллекции «Пушкинна» (0+), которая насчитывает около 450 произведений живописи, графики, декоративно-прикладного искусства и скульптуры.

Достаточно широко в экспозиции будут представлены станковая и книжная иллюстрация, графика малых форм (эскизы). Собрательская работа велась на протяжении 30 лет. Произведения поступали в дар, их приобретали на выставках, а также у авторов и родственников художников. В коллекции есть произведения известных мастеров живописи и графики со всей России – Юрия Люкшина, Олега Яхнина, Виктора Вильнера, Леонида Гервица, Андрея Мыльникова, Анатолия Давыдова, Луиса Ортеги, Валерия

Мишина, Вячеслава Михайлова, Ангеля Насибулина, Ивана Кучмы, Константина Фокина. На выставке можно будет увидеть и работы магнитогорских авторов – Валерия Хорхолока, Вениамина Захарова-Холмского, Ивана Логвиненко.

В экспозиции будут представлены иллюстрации к поэме «Капитанская дочка», к поэме «Полтава», к роману «Евгений Онегин», к циклу пьес «Маленькие трагедии», к поэме «Руслан и Людмила», к повести «Пиковая дама». Самых маленьких зрителей порадуют рисунки к «Сказке о мертвой царевне и о семи богатырях», «Сказке о царе Салтане» и «Сказке о попе и о работнике его Балде». Украшением экспозиции станет присутствие работ по фарфоровой пластике.

Выставка продлится до 7 ноября.

Кино

## Понять и простить

По большому счёту, не так уж американский менталитет отличается от российского, если в моменты отчаяния те и другие ищут ответы на все вопросы в походе с рюкзаком. Это подтверждает опыт американской писательницы Шэрил Стрэйд, чьё автобиографическое путешествие легло в основу фильма «Дикая» (18+).

В следующую среду в кино клубе P. S. на площадке кинотеатра с джазовой душой будут обсуждать эту историю молодой женщины, пережившей не одну личную трагедию, с пагубными привычками, но глубоко мыслящую и чувствующую. Зритель застает её в пору трудного диалога с самой собой, открытая для себя мироздания и обретения внутренней свободы. За Риз Уизерспун, сыгравшей эту роль, – репутация семьи, по легенде ведущей род от одного из подписантов Декларации независимости США, так что о свободе ей должно быть известно всё. Правда, у самой актрисы, уставшей от папарацци, репутация, на этот раз беспорядная, человека, добившегося от губернатора, Арнольда Шварценеггера, закона, ограничивающего права фотографов в погоне за сенсациями. Свобода – вещь не безграничная.

Многие события в биографии героини – отголоски жизни писательницы Шэрил Стрэйд: она тоже потеряла мать, росла без бытовых удобств, в юности трудилась на низкооплачиваемой работе. К моменту, когда вышли в свет её мемуары «Дикая. Опасное путешествие как способ обрести себя», она уже была известной писательницей, и права на книгу ещё до её издания приобрела Риз Уизерспун.

По моде последнего времени, Шэрил появилась в фильме в эпизоде, да ещё и дочь привлекла к съёмкам: маме досталась роль женщины, подвожившей героиню, а дочери – роль героини в молодости. Так автор «Сумерек» (14+) Стефани Майер сыграла посетительницу кафе с ноутбуком, а Салман Рушди – себя самого в «Дневнике Бриджит Джонс» (18+). Шэрил к тому же консультировала актрису на съёмках, подсказывая, как разжечь огонь или установить палатку. Возможно, именно её опека позволила Риз сыграть неопытную путешественницу по опасным территориям души и тихоокеанского побережья так, что критики заговорили о ней не только как о талантливой комедийной, но и как о драматической актрисе.

Алла Каньшина

Нормы

## Рекламе убавят громкость

Громкогласной рекламе на телеканалах и в радиоэфирах поставлен заслон. Допустимый уровень звука рекламного ролика отныне не может превышать громкость предыдущего или последующего фрагмента передачи более чем на 1,5 децибела.

Измерять соотношение уровня громкости рекламы и среднего уровня громкости передач на телевидении и на радио будут сотрудники Федеральной антимонопольной службы. Методика утверждена приказом ФАС в развитие федерального закона «О рекламе». До сих пор наше законодательство не содержало таких критериев соотношения.

Методика разработана антимонопольными органами на основе рекомендаций в области нормирования звуковых сигналов, утверждённых Международным телекоммуникационным и Европейским вещательным союзами. С проблемой более громкого звучания рекламы, чем теле-, радиопередача, в которой она размещается, сталкиваются в разных странах мира.

Выявлять превышения уровня звука антимонопольщики будут как в ходе разовых просмотров подозрительно громких рекламных роликов, так и во время плановых или внеплановых проверок. Взаимодействовать с нарушителями им не потребуется.

Методика, направленная на решение проблемы несо-

ответствия уровня громкости звука рекламы уровню громкости прерываемых ею теле- и радиопрограмм, позволит увеличить эффективность государственного надзора за рекламой и уменьшить раздражение у зрителей и слушателей. Создателем же рекламы останется только улучшать её содержание и качество.

Новеллой является именно механизм, который позволяет ФАС определить, превышает ли уровень громкости конкретного рекламного ролика средний уровень громкости прерываемой им теле- или радиопередачи. Сопоставление звука рекламы может быть осуществлено с дорекламным и пострелекламным фрагментом соответствующей передачи. По закону юрлица понесут немалую ответственность за нарушение этих правил: придётся заплатить от ста до пятидесяти тысяч рублей.

Эксперт в сфере антимонопольного регулирования Елена Соколовская отмечает, что ни в методике ФАС, ни в других нормативных актах не содержится определения рекламного блока. Суды также не отвечают на этот вопрос. Поэтому это будет определять сама ФАС. Необходимо отметить, что рассматриваемое требование распространяется как на рекламные сообщения, так и на анонсы теле- или радиопередач, теле- или радиопрограмм и размещение логотипа телепрограммы и информации о телепрограмме.