

● СУРРОГАТ Японцы косят от молочного пива



У ЖИТЕЛЕЙ японского города Накасигэцу, что на острове Хоккайдо, на днях появилась уникальная возможность отве-
дать необычного пива на осно-
ве... коровьего молока.

Японского названия этому чуду так и не придумали. И решили составить его из двух английских — beer (пиво) и milk (молоко). Получилось «Билк». Бутылочка — 0,33 литра. Все счастье — 380 иен (чуть меньше 83 рублей).

«Билк» изобрели местные фермеры, а поводом к появле-
нию деликатеса послужили
необычайно высокие надои. То
есть, японские коровы
перевыполнили все мыслимые
нормы по выдаче ценного
продукта: девать его фермерам
стало решительно некуда. А
сыр делать они не умеют, да и
сию гайдзинскую пищу местное
население не потребляет. Так
что эта идея животноводов в
голову, скорее всего, даже и не
приходила. Зато пришла
другая, свежая и оригинальная,
которая очень понравилась
местным пивоварам.

Если молоко подогреть
горячим воздухом (на огне
нельзя — подгорит, беда будет) и
добавить в него пивные дрожжи
и хмель, а потом дать отстоять-
ся, то, собственно, и получится
новинка с острова Хоккайдо.
Пока идет процесс брожения,
необычная смесь распростра-
няет по округе запах чая с
молоком, и можно даже поду-
мать, что пивоваренный завод
занимался диверсификацией
производства. По цвету, кстати,
ферментирующаяся жидкость
тоже напоминает традиционный
английский напиток. Однако по
завершении производственного
цикла молочное пиво по виду
ничем не отличается от сварен-
ного на воде. Правда, как
уверяет изготовитель, привкус
у этого напитка скорее фрукто-
вый. О реакции потребителей
пока ничего не известно.

Американки все чаще предпочитают свободу браку МУЖ ДЛЯ ПУТЕШЕСТВИЙ

БОЛЬШИНСТВО АМЕРИКА-
НОК предпочитают свободу
браку. Об этом свидетельству-
ют данные Бюро переписи
США, опубликованные газетой
«Нью-Йорк таймс». Как выяс-
нилось, в 2005 году 51 процент
женщин в стране не состояли в
браке. Интересно, что в 1950
году таких женщин было всего
35 процентов, а в 2000 году —
уже 49 процентов.

В настоящее время из 117 млн.
американских женщин в возрасте
старше 15 лет 63 млн. официально
состоят в браке. Однако при этом
3,1 млн. из них уже официально
развелись со своими супругами,
а еще 2,4 млн. утверждают, что их
мужья по разным причинам боль-
ше не живут дома.

«Хорошо это или плохо, но жен-
щины в наше время гораздо мень-
ше зависят от мужчин или брака»,
— сказал, комментируя результаты,
демограф Уильям Фрей. Причем
это, «в первую очередь, свойствен-
но молодым женщинам, которые
морально готовы провести доволь-
но большую часть жизни в одино-
честве или с партнером, за которо-
го они не будут выходить замуж»,
добавил он. Даже для женщин бо-
лее старшего возраста, которые
воспитывались на «истинно семей-
ных ценностях», институт брака не
оправдал себя, отметил ученый.

Например, многие американки
разводятся после долгих лет сов-
местной жизни с мужем и радуют-
ся, что, наконец, свободны. «Я могу
делать то, что я хочу, когда хочу и с
кем хочу», — заявила «Нью-Йорк
таймс» 57-летняя Кэрл Крюшо из
штата Джорджия. Она развелась в
2005 году после 33 лет брака, у нее

двое взрослых сыновей. «Я уже
была женой и не чувствую, что го-
това быть ею снова», — сказала она.

«Брак не дает женщине никаких
возможностей, это всегда только один
путь», — считает 59-летняя мать
взрослой дочери Элисса Террис,
которая развелась после 34 лет со-
вместной жизни с мужем. «Сейчас у
меня есть выбор», — добавила она.
После развода Элисса вернулась в
колледж, где намерена защитить дис-
сертацию. «Мой муж всегда возра-
жал против этого, так как я и так
была более образованна, чем он», —
сказала Террис. Кроме того, она за-
нялась фотографией и посещает еще
несколько различных курсов.

«Когда недавно один человек по-
просил меня выйти за него замуж, я
отказалась и сказала ему, что я толь-
ко сейчас почувствовала, что такое
быть собой, и не хочу возвращать-
ся назад», — отметила она.

Более молодые женщины настро-
ены не менее решительно. Они пред-
почитают видеть в мужчине друга
и любовника, но не мужа. Так, 45-
летняя жительница Нью-Йорка
Шейла Джеймсон работает в медиа-
компании. Она не состоит в браке, а
на все уговоры родственников от-
вечает, что попозже хотела бы най-
ти себе в мужа человека, «с кото-
рым в старости можно будет путе-
шествовать и играть в лото».

Такое положение дел, отметил
Фрей, объясняется многими обсто-
ятельствами, в том числе большей
экономической и социальной неза-
висимостью женщин. Кроме того,
в современном обществе мужчине
и женщине стало проще жить вме-
сте, не неся при этом никаких обя-
зательств. Это, отмечают демогра-
фы, таит в себе определенную угро-
зу. Ведь отсутствие обяза-
тельств в создании семьи означает



почти полное отсутствие обяза-
тельств в отношении материнства,
указывают демографы.

Показательно, что с 1950 года
пропорциональное соотношение
замужних и незамужних женщин в
США меняется в сторону
незамужних, причем во всех воз-
растных категориях. Так, в группе
от 15 до 24 лет в 1950 году заму-

жем были 42 процента, в то время
как в 2000 году этот показатель
составлял 16 процентов. Среди
25–34-летних в 1950 году замужем
были 82 процента американок, а в
2000 году число состоящих в бра-
ке женщин этого возраста снизи-
лось до 58 процентов.

ОКСАНА ПОЛИЩУК,
корр. ИТАР-ТАСС в Нью-Йорке.

Почтовые марки со вкусом свинины

КИТАЙ

ФИЛАТЕЛИСТАМ ВСЕГО В МИРА в пору
облизываться от грядущего удовольствия.

В Китае по случаю наступающего по лунному
календарю 18 февраля нового года Свиньи гото-
вится к выпуску серия почтовых марок... со вку-
сом свинины в кисло-сладком соусе.

Если потереть марку, она начинает благоухать
ароматом одного из самых любимых жителями
Поднебесной блюд несравненной китайской кух-
ни. А если лизнуть обратную сторону необыч-
ной почтовой миниатюры, то можно почувство-
вать и вкус этого кулинарного изыска. Авторы
серии марок при этомнисколько не намекают на
ту роль, которую свинина играет в продоволь-
ственном рационе китайцев. Хавронья на мар-
ках получилась нарядной румяной красавицей
и выступает в роли заботливой мамы. К ее
круглому боку прижались три поросенка, чет-

вертый вскарабкался ей на спину, а пятый, про-
казничая, тянет мать за свернутый кренделем
хвостик.

Выпуском марок со вкусом свинины почтовое
ведомство Китая продолжит традицию эмиссии
необычных марок, которые впервые появились в
Швейцарии. Там некогда были выпущены марки с
коллажем из кружев, а затем знаки почтовой опла-
ты со вкусом и запахом шоколада. Первая подоб-
ная марка в Великобритании поступила в прода-
жу в 2001 году. У нее был запах эвкалипта.

Почта Гонконга (Сянган) тоже готовит свой
сюрприз коллекционерам. Она выпустит две но-
вогодние марки, на которых поросенок прощается
с символом 2006 года — собакой. Обрамлением этой
трогательной сцены послужит рамка из 24-карат-
ного золота и серебра.

Прилагаемый сертификат заверит филателистов
в том, что при изготовлении марок действительно
применялись драгоценные металлы, а не исполь-
зовалась простая типографская краска.

● АВТО

Народный «НИССАН»

ЯПОНСКАЯ АВТОМО-
БИЛЬНАЯ КОРПОРАЦИЯ
«Ниссан» (Nissan Motor Co.)
намерена разработать деше-
вый народный автомобиль
специально для стран с бы-
стро развивающейся экономи-
кой — России, Китая, Индии и
Бразилии.

При этом она, возможно, бу-
дет опираться на тех-
нологический союз со своим
партнером и крупнейшим акци-
онером — французским «Рено»
(Renault). Об этом сообщил в
Токио представитель компании
на условиях анонимности.

Особенности нового автомо-
биля пока держатся в секрете,
однако нижняя планка его цены,
по сведениям из осведомленных
источников, должна составить
порядка пяти тысяч долларов
США. «Ниссан», как сообщается,
намерен использовать дос-
тижения, опробованные в край-
не успешном седане «Рено Ло-
ган» (Renault Logan). Он также
был создан преимущественно
для стран с быстро развиваю-
щейся экономикой. К 2010 году
планируется продать примерно
700 тыс. таких машин по всему
миру. В прошлом году «Рено
Логан» по популярности в Рос-
сии занял вторую строчку,
уступив лишь «Форд Фокусу»
(Ford Focus).

Веселая вдова и силиконовая грудь



СТРАХОВКА

В США ЖЕНЩИНА, убив мужа, потра-
тила страховку на силиконовую грудь и
секс.

Вдова так бурно веселилась, не выж-
дав и месяца после смерти супруга, что
это вызвало подозрения. Теперь на об-
новленный бюст любуются судья с про-
курором.

Как сообщает Reuters, калифорнийский
суд признал 33-летнюю Синтию Соммер
виновной в отравлении мышьяком своего
23-летнего супруга Тодда. По версии об-
винения, женщина убила мужа, польстив-
шись на его внушительную страховку. Мо-
лодой супруг служил в морской пехоте
США, поэтому его жизнь была за-
страхована на 250 тысяч долларов. Про-

курор считает, что Синтия Соммер убила
мужа хладнокровно и не особо сожалела о
содеянном. Уже через пять часов после его
смерти, официальной причиной которой
был признан сердечный приступ, она по-
пыталась получить деньги. Из выплачен-
ной ей суммы 5,4 тысячи долларов она сра-
зу же потратила на увеличение груди. При
этом американка даже не пыталась изобра-
жать печаль, а сразу же ударила в весе-
лье. Она начала устраивать вечеринки и в
течение трех недель после смерти мужа
успела заняться сексом с тремя морпехами
и одной женщиной. Особое возмущение
прокурора вызвало участие Синтии Сом-
мер в «конкурсе мокрых футболок» в при-
граничном с США мексиканском городе
Тихуане, куда она позже отправилась «по-
казывать новую грудь». Помог ли сили-
кон выиграть конкурс, не сообщается.