

Рабочая тетрадь по страноведению



У Юнзи Лю Хун

ступень

7

я изучаю
Китай

中国研习

**Хун Лю
Юньи У**

**Я изучаю Китай: рабочая
тетрадь, 7-ая ступень**

<https://litres.ru/74535109>

SelfPub; 2026

Аннотация

«Я изучаю Китай» - это серия рабочих тетрадей по изучению китайской культуры и общества, разработанных для иностранных учащихся международных средних школ. Основанная на программе IB, эта серия соответствует «Стандартам сертификации для международных школ», разработанных Национальным Центром учебных программ и учебников Министерства образования КНР для базового образования (NCST). В данных учебных пособиях используется методика, основанная на создании непринужденной и комфортной среды обучения, развивающая у учащихся критическое мышление.

Авторы надеются, что благодаря этой серии еще больше иностранных студентов смогут познакомиться с Китаем и лучше понять его.

Содержание

Глава	4
УРОК 1. Фаст-фуд (Рестораны быстрого питания)	12
УРОК 2. Керамика и фарфор	29
Конец ознакомительного фрагмента.	55

Хун Лю, Юнъи У

Я изучаю Китай: рабочая тетрадь, 7-ая ступень

Глава

####

#_##### 1-12##### #####
1\1(3(3# #
“#####” # #####

#####6## #####3## ###
12#### #####

1.#####

2.#####

#####

#####

吴勇刻

2021 # 9 #

ОТ РЕДАКТОРА

«Я изучаю Китай» – это серия рабочих тетрадей по изучению китайской культуры и общества, разработанных для иностранных учащихся международных средних школ. Основанная на программе IB, эта серия соответствует «Стандартам сертификации для международных школ», разработанных Национальным Центром учебных программ и учебников Министерства образования КНР для базового образования (NCST). В данных учебных пособиях используется методика, основанная на создании непринужденной и комфортной среды обучения, развивающая у учащихся критическое мышление.

Предлагаемые рабочие тетради имеют следующие особенности:

1. Тематический метод обучения. Учебный материал охватывает различные социальные и культурные аспекты и темы, с которым иностранные учащиеся могут столкнуться в своей учебе и жизни, и призван привить ученикам привычку размышлять о своей родной культуре, сравнивая ее с культурой Китая, формируя таким образом интернациональные взгляды и подходы к материалу.

2. Учебные материалы сформированы и изложены с применением элементов исследовательской деятельности.

«Я изучаю Китай» является междисциплинарным и исследовательским курсом, он охватывает знания как отдельных дисциплин, так и междисциплинарные сферы. Таким образом, материал в этой серии в основном представлен в многомерных формах, таких как исследование, а не в традиционной простой форме ознакомления с фактами. Особое внимание уделяется оказанию помощи учащимся в усвоении соответствующих знаний и умений в различных исследовательских работах, включая изучение всевозможных дисциплин. Поощряйте учеников к тому, чтобы они самостоятельно изучали материал, а учитель играл бы лишь направляющую роль.

3. Материал охватывает широкий спектр культуры Китая.

Чтобы соответствовать требованиям международной школьной программы по изучению общества и культуры Китая, содержание этой серии не ограничивается какими-то узкими аспектами китайской культуры, а охватывает собой, например, китайское искусство (включая музыку, оперу, изобразительное искусство и т. д.), политику, экономику, историю, географию, науку (включая математику, физику, химию и т. д.) и многие другие сферы – в соответствии с концепцией, согласно которой курсы IB должны быть междисциплинарными и включать в себя множество предметов. Мы считаем, что преподавание китайской культуры – это работа не только для учителей китайского языка, но и для преподавателей других дисциплин. Такой междисциплинарный подход в обучении также соответствует концепции «интеграции учебных программ», чему уделяется особое внимание в международном образовании IB.

4. Предоставление преподавателям конкретных оценочных критериев для оценки успеваемости учащихся.

Чтобы помочь преподавателям в учебном процессе, эта серия учебников побуждает их сосредоточиться на оценке

процесса обучения. Учителя оценивают результаты учащихся на разных этапах и дают своевременную обратную связь, предложения для улучшения успеваемости учеников, чтобы пробудить интерес к учебе и направить их на дальнейшее понимание и исследование китайской культуры.

5. Билингвальная форма. Учебный материал представлен параллельно на китайском и русском языках.

Принимая во внимание то, что уровни владения китайским языком и учебной программой в международных школах могут быть разными, эта серия учебных пособий предлагает параллельный перевод всего материала на русский язык, что заметно облегчает и ускоряет его изучение как ученикам, так и преподавателям. Данные рабочие тетради можно использовать также в качестве пособия для факультативных и внеклассных занятий, либо для самостоятельного изучения.

Авторы этой серии учебных пособий – представители известных университетов, таких как Восточно-Китайский педагогический университет из Шанхая (ECNU) и многих международных школ. В их число входят профессиональные преподаватели с богатым педагогическим опытом и высоким уровнем теоретической подготовки, а также некоторые передовые преподаватели и управленческий персонал из международных школ Китая. Среди них есть те, кто участвовал в разработке стандартов, учебных программ и учебников для

международного преподавания китайского языка и провели специальные исследования в этих областях, соответствующие результаты которых были опубликованы как на их родине в КНР, так и за рубежом.

Мы надеемся, что благодаря этой серии еще больше иностранных студентов смогут познакомиться с Китаем и лучше понять его.

A large, stylized handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Сентябрь, 2021

##

1.####

(1) #####

(2) #####

(3) #####

(4) #####

2.####

##

(1) #####

(2) #####

(3) #####

(4) #####

УРОК 1. Фаст-фуд (Рестораны быстрого питания)

1. Цели урока

1. Уметь рассказать о развитии зарубежного фаст-фуда в Китае.
2. Уметь понимать международные и местные особенности работы предприятий быстрого питания западного типа.
3. Уметь находить сходства и различия в продукции и управлении McDonald's и KFC.
4. Уметь рассказать другим о китайском фаст-фуде.

2. Разминка

Вопросы для обсуждения:

1. В какой стране был основан первый ресторан быстрого питания? Какие основные блюда в нем были представлены?
2. Какой ваш любимый ресторан быстрого питания в вашей стране? Что из блюд там вам особенно нравится?
3. Есть ли в вашей стране рестораны быстрого питания с китайской кухней? Какое ваше любимое китайское блюдо?
4. Какие рестораны быстрого питания наиболее популярны в Китае? Посещаете ли вы эти рестораны, и если да, то

почему?

####

3.####

#####

“ ##### ” 20 ##80 ##### ###

1987##### ##### ###

#####

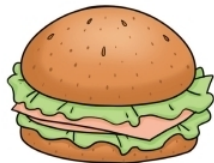
“##” ## #

1990## ##### ##### ##### #

“# #####”#

“#####” #

#####



УРОК 1

3. Тексты для чтения

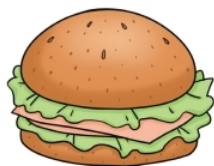
Западный фаст-фуд в Китае

«Американец начал продавать жареную курятину на улице Цяньмэнь (аналог Арбата в центре Пекина)» – эту фразу можно было часто услышать среди жителей китайской столицы в 1980-х годах.

KFC был первым иностранным брендом быстрого питания, пришедшим на материковую часть Китая, открыв свой первый ресторан в историческом центре Пекина в 1987 году. В то время у жителей столицы и туристов было очень модно

перекусить гамбургерами в KFC. Многие впервые попробовали «западное блюдо» именно в KFC, и это стало частью их детских воспоминаний.

Вскоре, уже в 1990 году, на китайский рынок пришел еще один крупный представитель зарубежного фаст-фуда – McDonald's. Но в последние годы доля зарубежного фаст-фуда в сфере питания в Китае сокращается, он уже не вызывает того прежнего ажиотажа. Продажи McDonald's и количество его клиентов сократились, зато появилось много новых местных брендов быстрого питания. Более того, потребители считают гамбургеры, картофельные чипсы и колу нездоровой пищей. В результате KFC и McDonald's больше не являются основным выбором китайских потребителей в сфере быстрого питания.



####

#####

“70#” “80#” ### ##### “#
#”# #####

#####

“####”#

####2002#####
2010#####
“ #####”#
#####

УРОК 1

Локализация западного фаст-фуда

Для китайцев, родившихся в 1970 – 1980-х годах, гамбургеры, картофельные чипсы и кола были детским лакомством. Дети могли умолять своих родителей угостить их чем-нибудь в KFC или McDonald’s в качестве награды за хорошие отмет-

ки в учебе. До недавнего времени KFC и McDonald's быстро развивались в Китае. С развитием Китая и приходом глобализации иностранный фаст-фуд перестал быть чем-то особенным, он стал частью повседневной жизни простых людей. Сейчас никто бы не стал рассматривать посещение KFC или McDonald's как важное событие.

Продажи KFC и McDonald's в Китае снижаются по двум причинам: во-первых, с развитием китайского местного фаст-фуда конкуренция становится все более жесткой; во-вторых, ассортимент блюд и сервис KFC и McDonald's за много лет не претерпели особых изменений, хотя KFC и McDonald's почувствовали давление со стороны местного фаст-фуда и пытались добавить немного китайского колорита в свои блюда.

В 2002 году KFC стала производить рисовые каши на завтрак с традиционной китайской спецификой: с морепродуктами, с яйцом, а также с грибами и курицей. Затем компания выпустила несколько новых блюд с китайским колоритом, в том числе роллы с курицей по-пекински, палочки из жареного во фритюре теста, кашу с пресным мясом и «столетним яйцом», китайские лепешки и соевое молоко. В 2010 году здесь начали подавать комплексные блюда с рисом. На тот момент рекламным слоганом KFC стала фраза: «Перемены для Китая». В KFC есть рестораны, оформленные в архитектурном стиле Линнань, рестораны в стиле кунг-фу и с мотивами керамики из Фошаня (провинция Гуандун), а также в

стиле города Гуанчжоу, что в провинции Гуандун. Каждый ресторан KFC старается вписаться в культурные особенности региона, в котором он расположен.

####

“###” ### ##### ## ### ##### #
#####

#####

#####

16-25#####
##60%### ##30%-40%#####
“#####” #####
#####

УРОК 1

В дополнение к классическому ассортименту McMuffin, в меню завтрака McDonald’s также появились блюда в китайском стиле, такие как золотистые булочки на пару, хрустящие палочки из жареного теста, овсяная каша с курицей, ки-

тайские блинчики с беконом, яичницей и палочками из жареного теста.

Потребительское позиционирование McDonald's и KFC

Хотя McDonald's и KFC ориентированы на семейных горожан, у них есть стратегии, направленные на различные социальные группы, такие как дети, молодые родители и молодежь. McDonald's всегда настаивал на том, что на первом месте стоят дети, за ними следуют молодые родители и молодежь, в то время как KFC ориентируется прежде всего на молодежь, за которой следуют дети и молодые родители. Хотя, на первый взгляд, эти стратегии могут показаться не очень отличающимися, они действительно оказывают большое влияние на направленность их бизнеса, что отражается на дизайне ресторанов, ассортименте продукции и локации.

Согласно исследованию рынка, молодые люди в возрасте от 16 до 25 лет составляют более 60% гостей, как с точки зрения доли групп потребителей, так и с точки зрения доли объема потребления иностранного фаст-фуда в Китае. Что касается остальных 30 – 40%, куда входят дети и родители, то именно родители принимают решение о визите в ресторан. Таким образом, можно сказать, что лица, принимающие решения о потреблении западного фаст-фуда – это в основном взрослые, а не дети. В условиях нарастающего критического отношения как к нездоровому виду питания, именно

родители решают, что должны есть их дети.

####

PANDAEXPRESS#####1983##
#####2.1 ####10#####

#####

4.####

##

#####

УРОК 1

Panda Express

Если вы когда-либо были в США, то наверняка встречали вывески китайских ресторанов быстрого питания Panda Express как на улицах многих городов, так и в крупных торговых центрах. Являясь крупнейшей китайской сетью ресторанов быстрого питания в Америке, Panda Express была основана в 1983 году, и в настоящее время в ней работает 21

000 сотрудников, а ее оборот составляет более 1 миллиарда долларов в год.

В заведениях этой сети подают разнообразные блюда, такие как курица с мандариновым вкусом, курица по-восточному с жареным рисом или лапшой. Залы Panda Express оформлены в традиционном китайском стиле, внутри звучит популярная американская музыка. Приходя в рестораны, американцы не только чувствуют себя как дома, но и наслаждаются особой китайской атмосферой. Panda Express – это сочетание китайского и западного стиля как в блюдах, так и в обслуживании.

Основатель сети считает, что, будучи китайским рестораном быстрого питания, Panda Express в первую очередь должна сохранять традиционные черты китайской кухни. Тем временем, вкус их блюд был скорректирован. Был сделан акцент на кисло-сладком слегка остром оттенке, который больше всего нравится американцам. Таким образом, стратегия удовлетворяет желание американцев потреблять китайскую кухню, не забывая при этом об их исконных пищевых пристрастиях, что помогает Panda Express оставаться очень популярным заведением среди американцев.

4. Ключевые слова

Фаст-фуд

В чем преимущества и недостатки фаст-фуда?

####

###

#####

##

#####

##

#####

##

#####

5.####

(1) ##### “####” # #####

#####



УРОК 1

Локализация

Некоторые люди говорят, что иностранный фаст-фуд не следует локализовывать, потому что это повлияет на его ори-

гинальный вкус. Согласны ли вы с этим? Обоснуйте свое мнение.

Характерные черты

Как вы думаете, каковы характерные черты McDonald's и KFC?

В китайском стиле

Какие ваши любимые китайские блюда?

В западном стиле

Какой вид фаст-фуда вы предпочитаете, китайский или западный? Почему?

5. Задания

1. У KFC есть «китайский собрат» под названием Dongfang Jibai, который является рестораном быстрого питания китайской кухни. Попробуйте посетить это заведение и поделиться своим опытом с одноклассниками. Вы также можете заглянуть на их веб-сайт и проанализировать меню.



####

(2) #####

(3) #####

###

(4) ##### # ### “±#####” # #####

(5) ##### ##### “##”# #####

“#####” #####

(6) ## # #####

6.####

(1) #####

(2) #####

(3) #####

УРОК 1

2. Спросите своих друзей или членов семьи, какой ресторан быстрого питания является их любимым и почему.

3. Есть ли в вашей стране рестораны быстрого питания китайской кухни? Каковы на вкус их блюда? В чем разница между их блюдами и теми, что подают в ресторанах Китая?

4. Некоторые люди считают, что фаст-фуд – это нездоровая пища. Вы согласны с этим? Обоснуйте свой ответ.

5. Люди склонны думать, что традиционные китайские блюда слишком сложны для применения в фаст-фуде, так же как и блюда французской или итальянской кухни. Однако у Panda Express это получилось. В чем причины их успеха?

Что нужно ресторанам быстрого питания для успеха?

6. Дискуссия: Должны ли иностранные рестораны быстрого питания в вашей стране сохранять свою собственную продукцию без изменений, или им следует учитывать в меню и местные особенности?

6. Самопроверка

1. Я могу объяснить особенности развития иностранного фаст-фуда в Китае.

2. Я могу объяснить меры по локализации иностранного фаст-фуда в Китае.

3. Я могу объяснить различия в позиционировании потребителей KFC и McDonald's.

#####

1.####

(1) #####

(2) #####

(3) #####

(4) #####

2.####

##

(1) ##### “ ##” # “china”, “##” # “China”# #####

(2) #####

(3) #####

(3) #####

3.####

#

#####

УРОК 2. Керамика и фарфор

1. Цели урока

1. Уметь определять характерные особенности керамики.
2. Уметь определять характерные особенности фарфора.
3. Уметь различать керамику и фарфор.
4. Уметь кратко рассказать другим о развитии китайского фарфора.

2. Разминка

Вопросы для обсуждения:

1. Фарфор по-английски называется «china». Как вы думаете, есть ли какаято связь между «фарфором» и «Китаем»?
2. Можете ли вы найти керамику или фарфор в повседневной жизни? Для чего они обычно используются?
3. В чем разница между керамикой и фарфором?
4. Как вы думаете, в чем заключаются преимущества и недостатки фарфора?

3. Тексты для чтения

Керамика

Керамика – это материал, имеющий особое значение в Ки-

тае, из него были изготовлены всемирно известные воины «терракотовой армии».

####

#####

#####

#####

##

#####

#####

#####



УРОК 2

Тем не менее данный материал был изобретен случайно. Кстати, изобретение фарфора тоже было связано с керамикой. Почти десять тысяч лет назад, когда древние люди начали использовать огонь, они обнаружили, что глина, побывавшая в огне, становится очень твердой и прочной. Тогда они стали придавать глиняным заготовкам определенную форму и обжигать их. Так зародилась керамическая культура на территории Китая.

Овладев техникой изготовления керамики, древние китайцы начали использовать ее в повседневной жизни, например, изготавливать посуду для хранения пищи, кувшины для воды, тазы в качестве предметов повседневного обихода. Но люди также столкнулись с проблемами в использовании: во-первых, керамику легко разбить; во-вторых, керамика впитывает воду. Чтобы уменьшить водопоглощение, люди из династии Хань начали покрывать керамику глазурью.



####

#

#####

####

#####

#####

#####

#####

#####

#####



УРОК 2

Фарфор Позже, когда керамика достигла определенной степени развития, был изобретен фарфор. В чем же разница между керамикой и фарфором?

Во-первых, они изготавливаются из разного сырья. Для изготовления керамики используется обычная глина, для фарфора – каолин, особый вид глины.

Во-вторых, они обжигаются при разных температурах. Керамику обычно обжигают при температуре менее 1000 градусов, в то время как фарфор обжигают при температуре более 1200 градусов по Цельсию.

В-третьих, эти материалы различаются по тому, сколько воды они поглощают. Керамика впитывает воду гораздо легче и больше, чем фарфор. Наконец они обладают разной светопропускаемостью. Керамика не может пропускать свет, фарфор же при определенной толщине и условиях способен пропускать свет.

Самый ранний фарфор в Китае появился во времена династии Шан, но его качество было намного ниже, чем у изделий, изготовленных в более поздние эпохи. Во времена династии Сун китайский фарфор экспортировался в Корею, Японию, Вьетнам и через Аравию – в Европу, производя глубокое впечатление на иностранцев. Это был один из самых ранних предметов, через который происходило знакомство иностранцев с Китаем, и с тех пор китайский фарфор стал известен во всем мире.



####

A blue vase and a blue teapot. The vase on the left has a bulbous body with a wide base decorated with a geometric Greek key pattern, a narrower middle section with floral motifs, and a long, slender neck with a textured pattern. The teapot on the right has a rounded body with cloud-like patterns, a curved spout, a decorative handle, and a lid with a small knob.

Развитие китайского фарфора

Китайский фарфор обладает многими выдающимися качествами. Прежде всего, он прочнее керамики. В процессе производства мастера могут придать ему любую желаемую форму. Во-вторых, по сравнению с дорогой бронзовой и лаковой посудой, часто использовавшейся древнекитайской знатью, сырье для изготовления фарфора – фарфоровая глина – довольно дешевое. Наконец, фарфоровую глину можно найти почти на всей территории Китая.

На раннем этапе китайцы не могли контролировать содержание железа в фарфоре, поэтому фарфор в тот период был в основном черным или темноватым. Постепенно, во времена династии Тан, технология фарфора совершенствовалась, и в определенный момент возникла ситуация, которую называли «зеленый на юге, белый на севере». То есть на юге Китая преобладал фарфор цвета морской волны, в то время как на севере преобладал белый фарфор. Во времена династии Сун, которая считается периодом наибольшего расцвета китайского фарфора, эта продукция и печи для ее обжига распространилась по большей части Китая. В то время сформировались и обрели известность пять знаменитых фарфоровых фабрик Поднебесной: «Цзюньяо» (цзюньчжоуский фарфор), «Гэяо» (разновидность лунцюаньского фарфора), «Гуаньяо», «Жуяо» (жучжоуский фарфор) и «Диньяо» (динчжоуский фарфор). Бело-голубой фарфор, произве-

денный в Цзиндэчжэне, провинции Цзянси, известной в Китае как «столица фарфора», стал «официальным фарфором» династии Юань. Бело-голубой (В России также используются названия «сине-белый» и «бело-синий». – Прим. редактора) фарфор в полной мере отображал национальную специфику Китая. Как только он появился, так стал самым известным традиционным фарфором в Цзиндэчжэне.



#####200### #####

#####

#####



УРОК 2

Двести лет, прошедшие за время между средним и поздним периодами правления династии Мин и ранней династией Цин, были золотым веком экспорта китайского фарфора. В то время в основном выпускали цзиндэчжэньский бело-си-

ний фарфор, белый фарфор Дэхуа и сине-белый фарфор. В Аньси делали бело-синий, белый фарфор и другие. Лучшие из фарфоровых изделий, экспортируемых за границу, были в основном изготовлены по индивидуальному заказу зарубежных покупателей. Их форма и роспись имели западный стиль, на некоторых изделиях можно было найти гербы и эмблемы семей, компаний, групп и городов. Такой фарфор назывался геральдическим. В те времена фарфор экспортировался в Корею, Японию, страны Юго-Восточной Азии, а также в страны Европы и Америки.

Отрывок из песни про бело-голубой фарфор

Автор: Винсент Фан

Композитор: Джей Чоу

Аранжировщик: Чжун Синминь

Чистый контур из синего и белого цвета, от насыщенного до прозрачного...

Пион на вазе – точно такой же, как твой первый макияж.

Медленно вдыхаю запах сандалового дерева у окна и знаю, о чем ты думаешь...

Проведи кистью по бумаге Сюань – и ты уже на полпути.

Нанеси глазурь на женскую фигуру, чье очарование скрыто от взоров.

Твоя улыбка, обращенная ко мне, расцветает.

Но частичка твоей красоты медленно уплывает в туман,

*Туда, куда я не могу попасть. Голубое небо ждет дождя,
а я жду тебя.*

*Клубящаяся дымка за тысячи миль по ту сторону реки,
На доньике выгравировано фирменное клеймо — свидетельство подлинности.*

*Сбылось мое предсказание — мы встретились.
Голубое небо ждало дождя, а я ждал тебя.*

Ореол света вокруг луны отпечатался в памяти и предсказал будущее,

Так же, как полученный в наследство бело-голубой фарфор...

В твоих глазах была улыбка...



####

#####

#####

#####

#####

#####

#####

#####

4.####

##

#####

##

#####

###

#####?

#

###“####”?

#

#####?

УРОК 2

*Клубящийся дым за тысячи миль по ту сторону реки,
Внизу выгравирован официальный текст, копия оригинала,*

*Как я и предсказывал, встреча с вами.
Голубое небо ждет дождя, а я жду тебя.*

*Лунный свет был запечатлен, ореол показывал будущее,
Точно так же, как передаваемый по наследству бело-го-
лубой фарфор.*

В твоих глазах была улыбка.

4. Ключевые слова

Керамика

В чем разница между керамикой и фарфором?

Фарфор

В чем преимущества и недостатки фарфора?

Сине-белый фарфор

Каковы два основных цвета сине-белого фарфора?

Печь

Назовите пять знаменитых фарфоровых фабрик.

Глазурь

Какова функция глазури?

####

5.####

(1) #####

###

(2) #####
#####

(3) #####
#####

(4) #####



УРОК 2

5. Задания

1. Синие-белый фарфор начали экспортировать в больших количествах в период правления династии Юань. Именно тогда он стал популярен среди иностранцев. Пожалуйста, найдите дополнительную информацию и проанализируйте, почему синие-белый фарфор был так популярен в то время.

2. Весь ли фарфор, представленный на рынке вашей страны, производится в Китае? Пожалуйста, сходите в магазин или на рынок и проведите небольшое исследование, чтобы узнать, откуда был привезен продающийся там фарфор.

3. Изготовление керамики. Каковы этапы изготовления керамики? Какое оборудование для этого нужно? Если вы можете, пожалуйста, сделайте глиняную посуду и объясните технологию изготовления этой посуды своим одноклассникам.

4. Опираясь на прочитанные тексты урока и собственный опыт, а также с помощью внеклассных материалов проанализируйте и постарайтесь ответить на вопрос, почему цветочные горшки и чайники часто изготавливаются именно из керамики.



####

(5) #####
#####

(6) ##### “ ” #####

6.####

(1) #####

(2) #####

(3) #####

УРОК 2

5. Фарфор династий Сун, Юань, Мин и Цин имеет существенные различия. Пожалуйста, найдите дополнительную информацию и проанализируйте, почему

6. Как можно творчески использовать элементы сине-белого фарфора в дизайне одежды и предметов повседневного обихода?

6. Самопроверка

1. Я могу отличить керамику от фарфора.
2. Я могу рассказать о развитии китайского фарфора.
3. Я могу назвать характерные черты сине-белого фарфора и историю его распространения за рубежом.

#####

1.####

(1) #####

(2) #####

(3) #####

2.####

##

(1) #####

(2) #####_##

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.