

Электронная библиотека “Либрус” (<http://librus.ru>)

Научно-техническая библиотека электронных книг. Первоначально задуманная как хранилище компьютерной литературы, в настоящий момент библиотека содержит книжные издания по различным областям знания (медицинские науки, техника, гуманитарные науки, домашнее хозяйство, учебная литература и т.д.). Серьезность научно-технических **e-book'ов** разбавляет раздел развлекательной литературы (эротика, комиксы, задачи и головоломки).

Основной целью проекта является ознакомление читателей с многообразием книгопечатной продукции и помощь в выборе действительно стоящей книги для приобретения у законных издателей, их представителей или в соответствующих организациях торговли. Для покупки через Internet мы рекомендуем воспользоваться услугами интернет-магазина “[Озон](#)”.

ВНИМАНИЕ!

Данный файл представлен исключительно в ознакомительных целях!

После ознакомления с данной книгой Вы обязаны удалить ее с Вашего компьютера.

В случае несоблюдения данного обязательства, Вы нарушите закон "Об авторском праве и смежных правах".

Все авторские права сохраняются за правообладателем. По его требованию доступ к данному электронному документу будет перекрыт. Однако, таким образом, тысячи потенциальных покупателей так и не узнают о, возможно, нужной и полезной книге.

Авторам и издательствам

Если Вы заинтересованы в рекламе и продвижении Ваших книг на бескрайних сетевых просторах мы с удовольствием включим их в наш каталог.



Сахоко Кадзи, Норико Хама, Джонатан Райс Эти странные японцы

Внимание: иностранцы! – 0



«Эти странные японцы»: Эгмонт Россия Лтд.; Москва; 1999
ISBN 5-85044-400-9

Аннотация

Японцы называют свою страну «Ниппон» или «Нихон», что в переводе дословно означает «Начало Солнца». Японские мифы говорят, что прародительницей японцев и Японии была богиня Солнца – это, собственно, и объясняет название. На Западе прижилось другое имя – Япония – от китайского чтения иероглифов «Начало Солнца». Ведь Запад впервые узнал о Японии через Китай после путешествия Марко Поло. 7 000 Японских островов вкуче составляют территорию, равную двум третям Франции, чуть больше Германии и точно такую же, как американский штат Монтана. Однако из-за обилия гор, нагорий и вулканических зон обитаемы лишь 25% суши. Население Японии – 125 миллионов, то есть почти половина всего населения Соединенных Штатов Америки. А теперь попробуйте согнать половину всех американцев на четвертушку одного-единственного штата Монтана – и вы получите наглядную картину существования на Японских островах.

Эти странные японцы

НАЦИОНАЛИЗМ И САМОВОСПРИЯТИЕ

«Свое» и «чужое» в жизни японца

По отношению к иностранцу японцы могут вести себя так, как никогда не поступят с японцем. За границей они с легкостью сделают такое, чего ни за что не позволят себе на родине. А все потому, что у них четко разграничены понятия «**учи**» (то, что внутри, – «свое») и «**сото**» (то, что вовне, – «чуждое»). Чтобы пользоваться уважением и заботой окружающих, иными словами, иметь достойный статус среди японцев, вы должны быть **учи** – «своим». В противном случае вам особенно не на что рассчитывать: ведь вы чужак, **сото**, а потому в лучшем случае заслуживаете снисходительного пренебрежения. Вас просто не замечают. Для

японцев иностранцы – безусловно, *сото* в подавляющем большинстве случаев.

Япония – *учи*, заграница – *сото*, поэтому за морем вы вправе вести себя как угодно. Ведь дома об этом все равно никто не узнает. Меткая поговорка гласит: «Никто не вспомнит о том, что случилось в пути».

Япония – островная страна, окруженная бурным, опасным морем, а потому японцам веками удавалось сохранять чистоту нации. Свою гомогенность, расовую однородность они, безусловно, считают огромным плюсом; многие фразы начинаются со слов: «Мы, японцы...» – как будто все японцы думают и поступают абсолютно одинаково.

Географические условия Японских островов искони влияли на характер их обитателей. Из древнейших дошедших до нас хроник (около 6 века н.э.) ясно, что население в ту эпоху было уже достаточно большим, во всяком случае, для уединенной отшельнической жизни оставалось не так уж много шансов. В 10 веке Киото, древняя столица Японии, являлся весьма крупным городом, возможно, даже входил в первую тройку самых больших городов мира. Японцы всегда жили очень скученно, так что сама идея индивидуальности, независимости от соседа, от других людей начисто стерлась из сознания нации.

Только входящему в категорию *учи* японец доверит свои сокровенные тайны. С просто знакомыми он ограничится разговорами о погоде. Смешение «жанров» невозможно ни при каких обстоятельствах. Например, японец всегда сделает вид, что не замечает незнакомого человека в углу лифта или коридоре. Дверь захлопнется перед носом, острый локоть двинет кого-то под дых, а тяжелый кейс оставит на коленях соседей внушительные синяки, – и никто даже не извинится. Но если вы знакомый, а тем более, клиент, то перед вами расстелют ковровую дорожку.

К подобным метаморфозам сами японцы относятся как к должному. *Учи* и *сото* разделяют мир на удобные подконтрольные сектора. Это способ самосохранения. Конечно, японцам с детства внушают мысль о необходимости заботиться и любить друг друга, но ведь невозможно же заботиться и искренне любить решительно всех и всегда, так что возникает вопрос приоритетов. И *учи*, конечно же, главнее. Это же так естественно, что чужие проходят в последнюю очередь!

Японцы – стадные гомо сапиенсы. Они просто не способны жить в одиночку, полагаясь только на себя. Если вы достаточно независимы, чтобы плевать на мнение и действия окружающих, то различия *учи* – *сото* не имеют особого значения. Но если условием выживания является членство в какой-либо общественной группе, то быть «своим» у «неправильных» людей просто катастрофично. Так что «свое» и «чужое» для японца – весьма и весьма серьезные понятия.

Взгляд на других

Для японцев все неяпонцы – *гайдзин*. А иностранцам никогда не удастся стать такими же, как японцы.

Термин «комплекс иностранца» в ходу на Японских островах. Ведь иностранец – это типичный европеец с длинными ногами и, как правило, светловолосый и голубоглазый. Многие годы в противоположность западному недоумению: «Ну почему они не могут быть такими как мы?», – японцы вопрошали себя: «Ну почему мы не можем быть такими же как они?». Многие японцы красят волосы в каштановый цвет и носят контактные линзы, делающие их глаза голубыми. А некоторые японки даже пользуются специальным кремом, чтобы их соски приобрели более нежный розовый оттенок. Западные актеры, модели и рок-звезды, считающиеся верхом внешней привлекательности, раскручиваются средствами массовой информации для рекламы всего, чего угодно: от автомобилей до микстуры от кашля. Это стильно и престижно – иметь западную внешность. Производители повсюду используют этот психологический фактор для повышения продаж, и любые новые товары представляются широкой публике как «уже приобретшие популярность» в Европе и Америке.

Любовь японцев к Америке имеет глубокие корни. На вопрос: «Кем бы вы предпочли родиться, если бы появились на свет заново?» – 30% опрошенных ответили: «Американцем». Английский язык просочился в каждую щелочку их повседневной жизни, хотя и в весьма

специфичном, японизированном виде. После изнуряющего занятия в спортивном зале японец обязательно выпьет банку « *Pocari Swea* » , чтобы восстановить в организме водный баланс. Проголодавшись, он отправится перекусить в ресторанчик фаст-фуд под названием « *Happy More* » . Став безработным, побежит в местное отделение биржи труда « *Hello Work* » .

Соседи на азиатском континенте в последнее время тоже начали интересоваться японцев. Как британцы говорят, что хотят съездить на каникулы в Европу, так и японцы рассматривают континентальную Азию скорее как объект для экзотического путешествия, нежели целостный мир, к которому они сами принадлежат. Однако постепенно отношение меняется: японцы носят азиатскую национальную одежду, лакомятся континентальной кухней и занимаются бизнесом и прочими вещами, имеющими отношение к Азии.

Школы иностранных языков множатся, как грибы после дождя. Каждая радиостанция дважды в день (кроме воскресенья) передает двадцатиминутный урок иностранного языка – в том числе английского, французского, немецкого, итальянского, испанского, русского, а также китайского и корейского.

Вследствие столь усердной учебы и обилия путешествий японцы решили, что знают окружающий мир много лучше, чем иностранцы когда-либо узнают Японию. А потому любой иностранец, говорящий по-японски и выражающий восхищение перед японской культурой, немедленно получает прозвище «*ханна гайдзин*» – странный иностранец. Все японцы убеждены, что иностранцам их не понять, а вот японцы способны изучить иностранцев – надо только хорошо потрудиться.

Взгляд на себя

Если вы умудрились получить незамедлительный и недвусмысленный ответ на вопрос: «Какими японцы видят себя?», – значит, ваш собеседник не настоящий японец. Ибо зачем облекать в слова то, что понятно и без объяснений? Кому нужны эти четкие демаркационные линии? В японском сознании одно понятие незаметно перетекает в другое. Слишком четкие определения – источник потенциального риска разойтись во мнениях. В Японии не любят прямых вопросов так же, как и прямых ответов. Крайне редко японец скажет вам четкое «да» или четкое «нет». Нормальной реакцией будет скорее «*Ма*» или «*Ма-ма*» , что в переводе означает что-то вроде «Ну-у, как бы это сказать...», «Пожалуй, что да...» или «Более или менее». А потому японцы воспринимают вопрос: «Каково это – быть японцем?» – как вызов. Многие японцы доживают до глубокой старости, так и не задавшись этим вопросом.

Один японский чиновник весьма своеобразно объяснил разницу между японцами и европейцами. Он сравнил японцев с аналоговыми, а европейцев – с цифровыми устройствами. Механические часы дают правильную информацию только тогда, когда вы рассматриваете в едином комплексе большую стрелку, маленькую стрелку и циферблат. Ни одна из указанных составляющих сама по себе не скажет вам, который сейчас час. Более того, по механическим часам вы можете определить, что в данный момент половина четвертого, а вот через пять минут будет без двадцати пяти минут четыре. Чтобы часы исправно показывали время, стрелка должна логически и регулярно совершать вращение на циферблате.

Японцы воспринимают себя как части механических часов, которые всегда в гармонии между собой и движутся по жизненному курсу в соответствии с законами логики. Электронные же часы сообщают точное время в данный конкретный момент, однако эта информация никак не связана с предыдущей или последующей информацией и совершенно дискретна.

Благоприятный имидж

Несмотря на стремление не выделяться внешне, в душе большинство японцев одержимо своеобразной гордыней. Они лезут из кожи вон, чтобы казаться аккуратными, трудолюбивыми, способными оправдать возложенное на них доверие, каким бы трудным ни оказалось задание. Но идеал – это скрытая мудрость и проницательный ум. «Мудрый ястреб прячет свои когти», – гласит пословица. Обратная сторона гордыни – самоуничтожение.

Именно до такой стадии они доводят себя в работе, спорте и даже в развлечениях. Когда мир покритиковал японцев за чрезмерное трудолюбие, они создали телевизионные программы, объясняющие, как надо развлекаться во время выходных, и эти передачи по выходным прилежно смотрела вся страна.

Из страха показаться бездельниками многие японцы отказываются брать отпуск. Чтобы вынудить своих работников воспользоваться положенным отпуском, отчаявшиеся боссы изобрели единственный способ заставить служащих отдохнуть хотя бы несколько дней в году. Они вообще закрывают фирму на какое-то время, обрекая десятки тысяч трудолюбов на унылые, полные безысходной тоски и ужаса перед призрачным увольнением «каникулы».

ХАРАКТЕР

Взаимопонимание

Всю сознательную жизнь японцев учат понимать друг друга без слов. Это означает, что вовсе необязательно иметь, либо выражать, свое мнение. В сущности, для японской женщины куда хуже прослыть своевольной и самоуверенной, чем уродливой. В японском языке даже нет эквивалента этого слова. В равной мере скверно назвать мужчину «решительным».

Предпочтения редко выражаются на словах, так что каждому в Японии приходится быть немного телепатом. Это обстоятельство может привести к изрядной путанице, поскольку погрешности в чтении мыслей на расстоянии неизбежны. Например, кому-то может показаться, что вы хотите уйти, тогда как на самом деле вы предпочли бы остаться. Ну и так далее. Это также может вылиться в немалые расходы. В Японии не принято расспрашивать гостей об их кулинарных пристрастиях, когда приглашаешь их к себе домой на званый обед или ужин. Ведь это будет слишком в лоб. Так что хозяйке придется потрудиться, готовя кушанья практически на любой возможный вкус.

Квинтэссенцией молчаливого взаимопонимания является слово «*ёросику*» . Оно означает примерно следующее: «Вы поняли, что я хочу сделать. Я понял, что вы поняли, что я хочу сделать. А потому я полностью полагаюсь на вас и рассчитываю, что вы сами доведете это дело до конца именно так, как я хотел бы это сделать. И я благодарю вас за то, что вы поняли меня и согласились взять на себя труд выполнить мое желание». И все в четырех слогах!

Японцы также в совершенстве овладели искусством не понимать друг друга, когда они боятся потерять лицо. Однажды в жаркий летний день японский папаша вышел прогуляться со своими чадами. Он поинтересовался у продавца мороженого, из чего сделано *Суна-куриму* - супер-мороженое, изображенное на его фургончике. Продавец подробнейшим образом описал ингредиенты: ванилин, клубничное мороженое и фисташки, глазированные медом и шоколадом. Клиент не устоял перед соблазном. «Две порции, пожалуйста», – попросил он. «Прошу прощения, – отвечал продавец, – но сегодня у нас вообще нет *Суна-куриму* ».

В Европе продавец однозначно истолковал бы вопрос отца семейства как намерение купить этот товар и фазу сказал бы: «Простите сэр, но у нас сегодня нет этого мороженого», – не пускаясь в подробные описания. Японец же, не желая потерять лицо и оконфузить потенциального клиента, избирает окольный путь. Он описывает продукт в надежде, что покупатель раздумает приобретать его, и тогда ему не придется признавать факт отсутствия мороженого. Он, конечно же, понимает истинный смысл вопроса, однако предпочитает дать точный ответ на конкретный вопрос. И такое происходит в Японии сплошь и рядом. Там всегда

будет сделано все возможное, чтобы избежать или, по крайней мере, отсрочить потенциально неловкую ситуацию.

Под ковром и за текстом

Японцы читают то, что между строк, а точнее, то, что за текстом. Каждому известно, что за *татэмаэ* - официальной установкой или тем, что выражено словами, находится *хоннэ* - истинные намерения. Иными словами, невербальная масса эмоций, отражающих истинное положение вещей. Это остается как бы за кадром, и только умеющий разгадывать докопается до сути. Японец тихо отодвинется – психологически, если не физически, – от того, кто не способен понять эту тонкость. Более того, японцы стараются просто не иметь дела с тем, что для них неприемлемо. Очевидно же, что если чего-то не замечать, то можно считать, что этого просто не существует.

О вещах, которые могут оскорбить чувства собеседника или привести к спору, лучше промолчать, особенно когда они касаются промашек людей из близкого круга. Поскольку в любой сфере японского общества важнее всего сохранить лицо, то ущерб престижу считается самым большим оскорблением. Его следует избежать любой ценой. Таковы порой побудительные мотивы на первый взгляд совершенно необъяснимых действий: например, когда человек намеренно берет на себя вину, чтобы прикрыть чью-либо ошибку. Однако редкий японец признается в этом открыто. Выпустить джинна из бутылки и поделиться информацией с чужаком – коллективный позор. Все, что можно убрать под ковер, будет замечено и спрятано, по возможности быстро и тщательно.

В прежние времена самоубийство считалось весьма благородным способом сохранения лица. В наше время такую крайность заменили формальные извинения. Они довольно эффективно сглаживают неловкие ситуации. Очевидные всем еще минуту назад вещи растворяются без следа, словно ничего и не было. Высокопоставленное лицо фирмы низко склоняет голову, прося об отставке, – и лист снова девственно чист. Люди перестают задавать неудобные вопросы, поскольку дело закрыто. В данном контексте формальные извинения не являются признанием вины, – скорее это средство реабилитировать себя и заткнуть рот обвинителям.

В кафкианском мире японского ритуала сущность не тождественна внешней форме, так что не следует принимать кажущееся за реальность. Порой форма и содержание взаимно отрицают друг друга. Но это не имеет никакого значения, если помогает кому-то сохранить лицо.

Как достичь согласия

В процессе принятия решения соответствующая информация поступает в соответствующие инстанции в соответствующей форме. С кем нужно, проконсультируются, кого нужно, убедят. Таково искусство *нэмаваси*. (Точно такой же термин используют в садоводстве при описании метода пересадки растений. Сначала подрезают корень, затем ждут, когда подрезанный кончик пустит мелкие корешки. И только тогда растение пересаживают. «Нэ» означает «корень». «Маваси» дословно переводится как «связывание, крепление».)

Чтобы добиться успеха в японском обществе, вы должны постигнуть искусство *нэмаваси* и хорошо освоить его. До начала любого совещания через множество рук проходит такой поток информации, что исход дела практически предрешен. Со стороны все выглядит элементарно просто, однако в действительности процесс бывает весьма сложным и трудоемким. Прежде всего, следует знать, в какие места надо посадить все эти важные корешки информации. Если вы выберете не то место и не тех людей, то нанесете непоправимый ущерб всему делу. Более того, посаженные корни выдернуть уже невозможно. Так что самый тонкий ход на проверку может оказаться грубейшей ошибкой, если вы подобрали неподходящую почву.

Для *нэмаваси* большое значение имеет также последовательность действий. Если вы выбрали нужных и «правильных» людей, но в неверной последовательности, ваше дело обречено на провал. Если же вы связались с «неправильными» людьми, однако контактируете с

ними в правильной последовательности, то рискуете вляпаться в такую ситуацию, когда процесс может принять неконтролируемый характер. Тогда изначальная проблема, потребовавшая *нэмаваси*, померкнет в сравнении с новым кошмаром.

Большая группа

У японцев разграничительная линия между общественным и личным весьма расплывчата. Если кто-то открыл вам свою душу, вы автоматически становитесь неразрывной частью его группы. Ваше благосостояние становится предметом забот этих людей. Они всегда под рукой и готовы услужить когда нужно и когда не нужно. Они последуют за вами до самой могилы, дабы проследить, чтобы вас похоронили как положено. Ваш домашний адрес и родственные узы становятся достоянием общественности. Именно по этой причине в Японии придают большое значение понятию «*енрё*» (уважительное дистанцирование). Вы должны понимать, когда ваше вмешательство нежелательно.

При отсутствии четких границ между личным и общественным, и вообще между чем бы то ни было, в Японии практически не остается шанса для индивидуальности. Но это вовсе не означает, что в Японии нет разнообразия. Обитатели Киото, Осаки или, к примеру, Токио сразу же отличат друг друга. Даже в самом языке есть множество диалектов, на которых говорят в различных регионах. Тем не менее все жители Японских островов разделяют одну и ту же психологию: они хотят, чтобы о них заботились, и рассчитывают в этом друг на друга.

Каждый японец является членом какой-либо социальной группы, причем сама группа важнее входящих в нее отдельных членов. Внутри группы люди разделяют примерно одни и те же взгляды и систему ценностей. Как гласит пословица, «торчащий гвоздь непременно забьют по самую шляпку». Японцы не в состоянии понять западную уверенность в собственных силах, свойственную прежде всего американцам. «Мужчина должен сделать то, что должен делать мужчина», – повторяют герои бесчисленных голливудских вестернов. В Японии мужчина должен сделать то, что должна делать его социальная группа.

Недреманное око

Жить в Японии – значит находиться под постоянным прессингом общения и заботы. Приготовьтесь к тому, что за вами неотступно будет следить недреманное око. Кто-нибудь, везде, ежеминутно. Это неизбежно.

Если вы забыли выключить передние фары в дневное время суток, встречные машины будут безостановочно мигать, напоминая вам об этом. Чтобы вы не растерялись на вокзале в ожидании поезда, вас возьмет под опеку несмолкающий механический голос. Он объявит, где именно находится сейчас ваш экспресс, сколько секунд осталось до его прибытия, насколько он заполнен. Голос не преминет напомнить, чтобы вы отошли от края платформы, дабы избежать несчастного случая, и посоветует поторопиться, дабы не пропустить посадку, либо подождать следующего состава. Он также подскажет, сможете ли вы произвести посадку, не отрываясь от газеты – только не забудьте, пожалуйста, скрутить ее в узкую трубочку, иначе вы помешаете другим пассажирам.

Вездесущий голос не оставит вас и в поезде: «Пожалуйста, пройдите в середину вагона, чтобы не мешать входу и выходу пассажиров... Следующая остановка... Выходя из вагона, не забывайте свои вещи!». Можно подумать, что в переполненном японском поезде найдется местечко, где есть шанс их забыть!

Из-за усиленной опеки со стороны окружающих японцы утрачивают способность самим заботиться о себе, пока жизнь не вынудит их к этому. В заграничных ресторанах их неизменно ставит в тупик вопрос, какой аперитив они предпочитают. Откуда же им это знать, если им не предложили выбора? Каждая вещь, каждый товар, который вы приобретаете в Японии, включая туалетную бумагу, снабжен инструкцией, как открывать пакет и что делать после этого. Домашняя техника всегда продается в комплекте с толстыми пособиями-руководствами, в которых предусмотрена любая возможность человеческой ошибки: «Если лампочка не зажглась, проверьте, не забыли ли вы случайно воткнуть вилку в розетку». Нарисованные

человечки изображают каждый шаг, нажимая на кнопки, открывая крышки и с улыбкой поздравляя вас по случаю успешного завершения процесса. На приемах, еще до того как откупорят бутылки с шампанским, церемониймейстер непременно зачитает инструкцию, как надлежит развлекаться и как уйти с приема, не забыв свое пальто.

Среди японцев вы никогда не будете предоставлены сами себе.

Помни, чем ты обязан

Японцев трогает хрупкость, слабость. Если вы, совершив ошибку, извинитесь и попросите помощи, чтобы исправить содеянное, то можете рассчитывать на прощение. Окружающие выразят свои чувства тем, что будут помнить до гробовой доски то, как они вас простили и чем вам помогли. Это тот самый случай, когда облагодетельствованный имеет **он** перед благодетелем. **Он** означает долг – то, чем ты обязан. Если у вас обязательство перед кем-либо, то не следует забывать об этом, иначе вы превратитесь в изгоя. Японское общество представляет собой океан всевозможных обязательств, в котором барахтаются миллионы людей. Каждый кому-то чем-то обязан и каждому обязан кто-то.

Лучше не возвращать ваш **он** целиком, до конца, поскольку это может быть истолковано так, будто вы не хотите продолжать отношения. Но поскольку **он** не поддается точному измерению, то даже если вы действительно оказали бывшему благодетелю большую услугу, но настаиваете, что вернули не весь **он**, значит, так оно и есть. К тому же за это время ваш благодетель мог оказать вам еще одну услугу. Так что фактически никто из вас двоих не в состоянии вычислить, сколько и кому он должен, а главное – почему. Однако отношения продолжаются, и жизнь идет вперед.

СИСТЕМА ЦЕННОСТЕЙ

Наслаждение бренностью бытия

Японцев особенно привлекает неуловимость, изменчивость вещей. Ускользящее – прекрасно, постоянное и неизменное – нет. Вкусы и мода сменяют друг друга, как времена года. Вчерашние истины исчезают, подобно лепесткам под дуновением ветра. У японцев есть история, которую они чтят, однако они не связаны по рукам и ногам традицией, ибо сама их история – олицетворение изменчивости. И красоты, которую уносит поток, и умения не роптать, возведенного в достоинство, и мудрости знания, что все преходяще.

Японская литература зиждется на идее бренности бытия и преходящей природе всего сущего. Живым воплощением этой идеи являются цветы **сакуры**. Каждую весну после изысканного цветения нежные, бело-розовые, всегда недолговечные цветы опадают на землю. Их тут же тщательно сметают – и никаких следов. Красота остается лишь в памяти очевидца.

Японская фраза «пусть это унесет вода» перекликается с западным выражением «вода под мостом» (то есть прошло и забыто) и свидетельствует о готовности японцев принимать перемены как нечто неизбежное. Это вовсе не означает, что они легко расстанутся с привычным и милым. Японцы ужасно сентиментальны: самые популярные песни, романы и книги повествуют об утраченной любви, разбитых сердцах и обо всех сопутствующих терзаниях. И все же они принимают перемены, ибо в глубине сердца знают, что ничто не вечно под луной.

Такой стереотип мышления весьма практичен. Новые модели внедряются с поразительной быстротой. Открытые всему новому, лучшему, тянущиеся к учению и прогрессу умы и совершили пресловутое «японское чудо».

Одержимость новизной выражается во всем: это и первые в году устрицы, первые бамбуковые ростки, новейшие модели одежды и прочее. Фраза: «А вы уже отведали первого **бонито** (разновидность тунца – *Прим. авт.*) в этом году?» – является стандартным приветствием месяца мая. И ни один уважающий себя японский гурман никогда не скажет «нет».

В условиях возведенной в принцип жизни изменчивости причуды не живут долго. Япония – идеально открытый рынок для новых моделей автомобилей, новейшей бытовой техники. Подобно электронному малышу *тамагочи*, шквалом обрушившемуся на мир и так же внезапно исчезнувшему, новшества быстро забываются в этой стране преходящих ценностей.

Вечно меняющаяся середина

Фактически каждый житель в Японии принадлежит к среднему классу. Японцам нравится такая мысль. Их с детства пичкают пословицами и баснями, высмеивающими и порицающими излишества. Они вырастают в счастливом сознании, что находятся где-то посередине.

Там им тепло и уютно. Ключ к этому состоянию – *тю-о*, умеренность.

Опрос населения показал, что 91, 2% японцев отличаются *тюрю исики* – сознанием принадлежности к среднему классу, а 57% от этой группы видят себя как *тю-но-тю* – то есть посередине середины. Правда середина эта может смещаться с изменением условий, иногда (в любой момент) или постоянно. И все же японцев греет мысль о середине, потому что они инстинктивно умеют приспособиться к переменам ее положения. Во всяком случае, им не приходит в голову четко определить, в какой именно точке они находятся. Это, кстати, объясняет тот факт, что в японском обществе – в любой его сфере – нет недовольных. Поскольку никто не относится к избранным, ни у одной группы нет эксклюзивных привилегий. Японцев удовлетворяет, если выразиться точнее, единообразие и усредненность. Каждый единообразно включен в середину.

Будь *ясасии* !

Несмотря на очевидное преклонение перед «путем воина» (кодексом *самураев*), умение быть *ясасии*, то есть нежным, мягким, заботливым, уступчивым и внимательным очень важно в Японии. Спросите любого японца или японку о том, какие качества они ценят превыше всего в будущем супруге, и вы услышите – «*ясасии*». *Ясасии* будет венчать список всех возможных добродетелей.

Это понятие применимо даже к неодушевленным предметам. Например, машина или шампунь могут быть *ясасии* для вас, для ваших глаз, для окружающей среды.

Любовь японцев к неопределенности многое объясняет в такой приверженности *ясасии*. Если человек слишком откровенен, то он рискует показаться жестким, что, конечно же, очень *не-ясасии*. Если вы *ясасии*, то никогда не скажете вслух о многих вещах, а спокойно и немного загадочно промолчите.

Подобные тонкости порой приводят к изрядному замешательству. Представьте, что вы едете в лифте с другими пассажирами. Истинно мягкая и нежная личность, конечно же, должна пропустить вперед всех остальных. Но ведь нехорошо просить других выйти первыми, поскольку это бесцеремонно. Сходные чувства будет испытывать каждый, так что в итоге из лифта не выйдет никто.

Аккуратность

В офисах и на заводах, в классных комнатах и больницах надписи на стенах призывают соблюдать чистоту. То, что было взято и использовано, необходимо вернуть и поставить на место. Вещи, ставшие ненужными, следует убрать. Если сразу два предмета служат одной цели, необходимо избавиться от одного из них.

Документы должны быть оформлены чисто, аккуратно и без ошибок. Их нужно хранить в определенном порядке, чтобы легко находить в случае надобности. Отсюда все эти прозрачные окошечки на папках, маленькие наклейки, показывающие заголовки в пяти разных цветах. Существуют также специальные наклейки и марки для временно отсутствующих, срочных, секретных и прочих папок и документов.

Порядок весьма важен и дома, особенно в городах, где пространство очень ограничено. Каждый квадратный миллиметр жилого помещения должен быть использован со смыслом.

Комнаты служат сразу нескольким целям: ночью это спальни, днем – гостиные. Так что постель-**футон** аккуратно сворачивается и убирается каждое утро, вещи висят в шкафах, а книги стоят на полках. В Японии даже тинэйджерам приходится быть аккуратными.

Перегородки и ящички с перегородками позволяют использовать сервант с наибольшей пользой. Полки достаточно узки, чтобы поместиться между книжным стеллажом и телевизором. Комоды четко входят в угол, маленькие пластиковые кармашки и корзиночки приклеиваются магнитиками к стиральной машине или холодильнику.

Все эти приспособления и устройства широко рекламируются как вещи, способствующие чистоте и порядку в доме и офисе. Они помогают японцам удовлетворить потребность в организации не только их душ, но и окружающего пространства.

Организованность – это не просто фетиш. Организованность может быть решающим фактором для выживания на земле, где землетрясения – нормальное явление. Отсутствие организованности перед лицом стихийного бедствия может вызвать полную разруху и хаос, а японцы не слишком уверенно чувствуют себя в подобных обстоятельствах. У каждой семьи есть инструкция, указывающая, куда надлежит следовать в случае землетрясения. У самых организованных есть место для сбора всей семьи (на тот случай, если землетрясение застигнет детей в школе, мужа на работе, мать в магазине, и семья окажется разделенной), а также полный шкаф консервированных продуктов, бутылок с водой и другого неприкосновенного запаса на самый черный день, например, такой, какой выпал на долю жителей города Кобе в 1995 году. Япония расположена в сейсмической зоне. Когда земля регулярно трясется под ногами, поневоле задумаешься о преходящей сущности бытия.

Японские дома спланированы в расчете на непредвиденное. В прошлом их делали из дерева и рисовой бумаги и покрывали камышовыми или черепичными крышами. Если случалось землетрясение, дома падали, затем возводились снова. Сегодня дома строят из современных железобетонных блоков с таким расчетом, чтобы они смогли выдержать самые разрушительные толчки. Страсть японцев к порядку рождена не только нехваткой пространства в доме, но и постоянным противостоянием природным катастрофам.

ЭТИКЕТ

Автоматическая вежливость

Японцы вежливы всегда, даже когда они вовсе не подразумевают быть вежливыми. Такова традиция. Язык и культура Японии практически исключают возможность быть невежливым. Когда шофер такси что-то проорал другому таксисту, врезавшемуся в бок его машины, пассажир-иностранец поинтересовался, что именно сказал его водитель. Ответ свидетельствует, что даже в условиях сильнейшего стресса японцы сохраняют свою пресловутую вежливость. Ответ был таков: «Убирайся к черту; будь так любезен!».

Японская культура считается невербальной, и многие вещи просто не произносятся вслух, однако когда дело касается автоматической вежливости, нужно многое озвучить, прежде чем приступить к действию.

Например, когда вы садитесь есть, нельзя взять и сразу приступить к еде. Сначала вы должны вслух объявить о том, что намерены воспользоваться предоставленным вам гостеприимством (*«Итадакимасу»*). Так поступают не только в тех случаях, когда вас пригласили на званый обед. То же самое говорят и хозяева дома, приготовив трапезу для гостей или домочадцев. Следует произнести это и в ресторане, куда вы пришли с приятелем. Казалось бы, шеф-повар явно вас не услышит, и каждый платит за себя сам, так что перед кем демонстрировать вежливость? Не берите в голову, это чистая автоматика. Точно так же вы не можете просто встать и молча выйти из-за стола. Вы должны сказать: «Как все было восхитительно вкусно!» (*«Гочисосама!»*) – даже если это вовсе не так. Некоторые сочтут такое поведение лицемерным, однако они не правы. Просто это вопрос автоматике.

Появление на чужой территории тоже сопровождается своим набором ритуальных фраз.

Если вы зашли в офис, то должны принести извинения за вторжение (*«Одзяма-симасу»*), даже если вы пришли туда по просьбе хозяев.

«А вот я и дома!» (*«Тадаима!»*) – так кричат вовсе не ленивому супругу, который не потрудился выйти встретить вас у порога. Эту фразу говорят, возвращаясь в офис с конференции или домой после школы. Точно так же необходимо произнести: «Ну, я пошел» – даже когда ваши намерения уйти не вызывают сомнений.

Скромность

Японская скромность может принимать множество форм. На горячих источниках, где люди голышом сидят в горячей воде на открытом воздухе, единственная уступка скромности – маленькое полотенчико, размером не больше бархотки для обуви, прикрывающее те части тела, что не предназначены для нескромных глаз. Те же, у кого над водой торчат только головы, дружелюбно болтают с проходящими мимо, не снимая полотенчика с головы. В данном случае оно прикрывает единственное, что видно, и просто является символом скромности.

Деньги – еще один непростой вопрос для японца. Их можно использовать, но нельзя показывать. Чеки не слишком популярны, а кредитные карточки еще не вошли в повседневный обиход, так что во многих случаях приходится расплачиваться наличными. И вот тут главное, чтобы этого никто не видел. Если вы взяли в долг, то не имеете права вернуть деньги, сунув банкноты в руку кредитору. В идеале деньги должны быть вложены в конверт. В крайнем случае, их следует завернуть хотя бы в салфетку. И никогда не вручайте замусоленные, мятые купюры. Сначала сходите в банк и поменяйте их на хрустящие, свежееотпечатанные бумажки.

Дело усугубляется тем, что деньги – очень распространенная форма подарка. На свадьбах, похоронах и в прочих подобных обстоятельствах дарение денег – вполне нормальное явление. При этом неприлично выписывать чек или переводить сумму на кредитную карточку одариваемого: следует взять в банке новенькие купюры, положить их в конверт и подать в руки. Если вы хотите, чтобы все было в высшей степени пристойно, это нужно сделать тайком. Так достойнее, чем кичиться своей щедростью.

Послушать японцев, так они дарят друг другу только «пустяковые» подарки и представляют друг друга своим «глупым» братцам. Все это происходит под речитатив однообразных извинений: «к сожалению, мне не удалось быть вам полезным».

Трюк состоит в том, что в подобных случаях следует читать между строк. Еще лучше вообще не замечать строки, а сосредоточиться на пробелах между ними. Подобная вербальная пиротехника показной скромности – свидетельство благовоспитанности и изысканности по-японски. Цивилизованность в Японии измеряется степенью умения сложиться пополам в низкопоклонническом смирении, по крайней мере, на словах, если не в мыслях.

Словечко *«сумимасэн»* – японский вариант «простите» (на самом деле оно буквально переводится как «мне нет прощения») – употребляется на каждом шагу. Иногда оно заменяет простое приветствие. В последнее время его стали использовать даже вместо «спасибо», потому что раз люди побеспокоились о вас, то вы очень сожалеете об этом и крайне признательны. Японцы слышат это слово, подходящее на все случаи жизни, от всех и каждого сотни раз на дню, так что истинное его значение практически стерлось. И когда речь идет о действительном вреде или неудобстве, требующем нормальных, а не дежурных извинений, то используют совсем другое выражение. Оно означает примерно следующее: «Я просто не могу подобрать слов, чтобы выразить свое сожаление».

Попробуйте назначить деловую встречу коллеге, и первое, что вы услышите, будет *«сумимасэн»*. Посетитель, заходя в совершенно пустую булочную, тоже крикнет *«Сумимасэн!»*, словно извиняясь за не имеющий оправдания возмутительный проступок. На самом же деле он хочет сказать: «Эй, есть тут кто-нибудь?!», – а в подтексте считает возмутительным поведение продавца, которого нет на месте. Такая двусмысленность может вас в Японии здорово подвести.

Поклон

Умение правильно кланяться – свидетельство хорошего тона и воспитания. Иностранцы, будучи чужаками, не обязаны кланяться и даже не обязаны знать, как это делается, но для японцев поклон является показателем соотношения статусов двух лиц, кланяющихся друг другу. Первое, что обязаны усвоить новички, пришедшие работать на фирму, это правильный поклон. Человек должен знать, как нужно держать в данном случае руки: прижать их к бедрам или сложить перед собой, когда разогнуть спину, а также сколь низко склоняться в поклоне.

Есть старый анекдот о двух японцах, которые никак не могли перестать кланяться. И в наше время посреди людского потока нередко попадаются парочки таких экземпляров, кланяющихся друг другу как заведенные к обоюдному удовольствию. Однако японцы хорошо чувствуют, когда пора остановиться, – ничуть не хуже европейцев, пожимающих друг другу руки.

Во время обмена поклонами стороны практически не встречаются взглядом. Японцы вообще избегают смотреть прямо в глаза – при любых обстоятельствах. Голова низко наклонена – и таким образом большая часть приветствий и извинений уходит в землю. Кстати, вовсе не обязательно прислушиваться к тому, что говорит ваш – визави. Каждый изливает свои сердечные чувства матушке-земле, всегда стараясь, чтобы его голова находилась ближе к ней, нежели у собеседника. Делать это и одновременно слушать – занятие, которое под силу очень немногим.

Посетители и боги

Одно и то же японское слово обозначает «посетителя», «клиента» и «гостя». «Клиенты – как боги», – гласит пословица. Будь то банк, магазин или отель, к клиентам относятся как к божествам. Если сервис не соответствует уровню, клиент вправе выразить свое неудовольствие, что он не преминет сделать незамедлительно.

Посетителя никогда не станут подгонять, торопить. Даже если вы зашли перед самым закрытием заведения, хозяин любезно предложит вам выбрать покупку столько времени, сколько потребуется, и сколько бы вы ни бродили среди полок, вам будут кланяться с бесконечной учтивостью и умолять вновь оказать честь и почтить магазин следующим визитом. Если вам вздумается пройтись за покупками под мелким дождем, голос из репродуктора выразит вам благодарность за вашу любезность: «Дамы и господа, вы оказали нам честь, посетив нас несмотря на дождливую погоду».

В последнее время, стараясь снизить свои расходы в условиях экономического спада, супермаркеты поощряют покупателей при помощи системы скидок приносить с собой из дома свои сумки и пакеты, однако в больших универмагах клиентов по-прежнему холят и лелеют. Помощники продавцов аккуратнейшим образом завернут покупку, сначала в один, потом во второй и в третий слой тончайшей оберточной бумаги, дабы товар не пострадал на пути домой. После этого покупку еще раз упакуют – на сей раз в более плотную бумагу с непременным фирменным знаком магазина. Затем украсят изысканной ленточкой подходящего тона. После чего сверток положат в чистый и подходящий по размеру пакет (размер пакета должен соответствовать размерам свертка; один и тот же размер на все случаи жизни – неслыханное для Японии дело). Процесс тщательной упаковки товара будет отличаться изысканной точностью и молниеносной быстротой, после чего помощник продавца непременно принесет вам свои нижайшие извинения за то, что заставил так долго ждать.

Пунктуальность и постоянство имеют очень большое значение. Если написано, что магазин открывается в 7.00 утра, он откроется ровно в семь, даже если случится забастовка железнодорожников или тайфун. Служба доставки вручит вам почту и все что нужно в тот самый день, когда вы позвоните и сообщите, что вернулись домой. Никто никогда не видел в Японии неисправный торговый автомат. Когда один посетитель пожаловался, что его монетка закатилась под банкомат, банк тут же закрыл решеточкой щель между машиной и полом.

Контроль качества отличается в Японии невероятной тщательностью. Клиенты должны быть полностью удовлетворены. Любая погрешность или недостаток в товаре вызовет

неминуемый гнев клиента. Фирма примет незамедлительные меры по исправлению дефекта. Дефектом может считаться даже косо поставленное клеймо изготовителя на доньшке чайной чашки. Ярлыки на брюках или рубашке должны быть встречены строго в шов, даже если шов находится в глубине бокового кармана и невидим постороннему глазу. Допустимый порог недостатков при доставке новенького сверкающего автомобиля не опустится ниже нескольких пятнышек на ветровом стекле.

Корреспонденция

Отправка писем в Японии требует особого протокола. Конверты нужно надписывать определенным образом и никак иначе. Новичков, пришедших на фирму из колледжа, сначала «сажают» на письма. Если вы неправильно оформили адрес, придется проделать все снова – с самого начала.

Отсутствие на конверте титула или должности адресата – нарушение правил, приравненное к оскорблению. Титул или должность должны присутствовать обязательно – будь то директор, начальник отдела, заместитель, просто *сама* (господин, госпожа) или *сэнсэй* (учитель) – термин, относящийся не только к медикам и учителям, но и к политикам. Однако не менее возмутительно прибавлять титул и должность к своему имени. И первое, и второе правило отражают идею превосходства статуса получателя перед статусом отправителя. Это нормальная практика, и она соблюдается даже в том случае, если президент компании адресует письмо своему служащему.

Подаявая документы для оформления паспорта, вы должны приложить открытку со своим обратным адресом. Естественно, все вписывают свое имя без суффикса «*сама*». Однако прежде, чем отослать открытки с уведомлением, чиновник отдела паспортов прилежно проштампует необходимое «*сама*» после каждой фамилии. Ни один человек не должен получить невежливое письмо из государственного учреждения. Между тем подсчитано, что ежегодно 17 миллионов японцев отправляются путешествовать за границу, и все они получают паспорта. Представьте себе экономию сил и времени в случае отказа от столь несущественной детали как вежливость. Однако этого не происходит. И паспортный отдел продолжает аккуратно штамповать «*сама*» после каждой фамилии на каждой открытке. На миллионах открыток.

Манеры за столом

Процесс еды в обществе японцев может быть весьма шумным. Очень немногие приучены не разговаривать с набитым ртом, а что касается звуков при еде... они традиционны и совершенно привычны. Например, хлюпанье выражает удовольствие, удовлетворение от кушанья.

А когда дело доходит до особого прихлебывания (при поглощении лапши, или чаепитии – за исключением чайной церемонии), звуки можно отнести к разряду высшего искусства. Настоящий токиец проделает это просто потрясающе, с такой скоростью и чистотой звука, что позавидует любой музыкант.

Подобные привычки трудно искоренить, так что лучше приучить себя к подобным вещам или научиться их не слышать. Ни один иностранец, даже самый искушенный в японском языке, не будет признан «своим», пока не овладеет искусством звукового оформления японской трапезы.

Пить, чтобы понять

Как только в дело вступает алкоголь, все неприемлемое становится приемлемым. Светские условности и беспрекословное подчинение общественным правилам и законам иерархии, что управляют японским социумом, тонут в волнах алкоголя. Когда японец под хмельком, он (или – гораздо реже – она) бывает самим собой. В этом случае прощительно все:

от изрыгания съеденного обеда на ботинки начальника до сексуальных домогательств, кто бы ни попался под горячую руку: Но только при одном условии: провинившийся обязан прийти с утра на работу свежим и трезвым как стеклышко.

Еще совсем недавно алкогольное опьянение снимало ответственность с любого водителя, ставшего причиной аварии на дороге. Виновник отделывался легким испугом, если мог доказать, что был нетрезв и потому не отвечал в тот момент за свои действия. В наши дни сила логики изменила закон, так что допустимый уровень алкоголя в крови лиц за рулем равен нулю.

Кстати, левши, – что считается в Японии неприличным и тщательно вытраивается еще в школе – обнаруживают свою скрытую сущность только тогда, когда основательно переберут.

Коллега еще не коллега, если вы не «раздавили» на пару бутылочку. Взаимное доверие рождается только тогда, когда от выпитого поздней ночью спиртного округляются животы, а барабанные перепонки лопаются от громохання *караоке*. Во имя сего благородного дела общественность стерпит все.

Ныне молодежь стала чураться прежних привычек. Ей претит пьяная разнузданность. Молодые японцы предпочитают тихо сидеть за своими компьютерами. И все же, когда жизнь вынуждает их общаться и заводить связи, традиция пить вдвоем берет свое. Только теперь это скорее будет не *сакэ* или виски, а клубнично-молочный коктейль или экзотический чай. Так что даже в свободной от алкоголя зоне юного поколения познание друг друга будет осуществляться в процессе совместного распития.

Дарение

Японцы – большие любители дарить подарки, особенно в середине лета или в конце года. Летний сезон подарков называется «*отюдэн*», а зимний – «*осэйбо*». И частные, и юридические лица в это время года ломают головы, лихорадочно соображая, кому нужно послать подарки. Рождество и прочие праздники носят более интимный характер. А вот дарение в середине лета и в конце года – общественная обязанность, а потому куда большая головная боль.

В старые времена японцы приносили подарки, неожиданно возникая на пороге дома, и вручали их с низким поклоном. Сейчас подарки отправляют через универмаги и службу доставки – с выражением благодарности профессорам, учителям и своим непосредственным начальникам. Тем не менее, все это требует больших усилий.

Во-первых, существует масса критериев, которым должны удовлетворять вышеозначенные дары. Поскольку тут гораздо важнее форма, нежели содержание, подарок не должен быть слишком личным. То есть он не должен свидетельствовать о вашем чрезмерном знании вкусов и личной жизни одариваемого, а также отражать индивидуальность дарителя, особенно когда подарками обмениваются чиновники разных корпораций в целях развития общественных связей. Вещь не должна быть слишком модной, чересчур затейливой или оригинальной, – в общем, ничего из ряда вон выходящего. Главное – польза. Подарок на все случаи жизни. Словом, соблюдая законы пресловутой утилитарности, вы не ошибетесь. Для такого подарка прекрасно подойдут: мыло, полотенца, моющие средства, сушеные морепродукты, живые креветки, консервы, чай, печенье, лапша, растительное масло, вино, пиво, бренди, а также фрукты и овощи (хотя и не любые). Последние должны быть экзотическими и непременно блестящими. (Фрукты и овощи считаются в Японии деликатесами, а потому в них важнее цвет, глянец и форма, нежели вкусовые качества. Даже яблоко не просто заурядный плод, в который можно не задумываясь вонзить зубы; это переливающееся яркими красками произведение искусства, глянцево-красное, размером с небольшую дыню и столь совершенное, что есть его нужно непременно за столом, с салфеткой, на тарелке, с ножом и вилок.)

В периоды *отюдэн* и *осэйбо* в универмагах под такие подарки отводят целые этажи. Покупатели продираются через толпу, от одной витрины к другой. В одном углу устанавливают специальные стойки, и возле них тянется очередь ожидающих возможности присесть, чтобы оформить заказ на доставку. Ключевой момент – упаковка. К счастью, самые прижимистые покупатели могут приобрести фирменную упаковочную бумагу из-под полы у уличных

торговцев и без труда придать своему подарку более дорогой и престижный вид, нежели это есть на самом деле. Два килограмма масла в фирменной упаковке универмага «*Мицукоси*» куда престижней, чем золотые часы в простом бумажном пакете.

Еще одна тонкость заключается в том, что такие подарки никогда не открывают в присутствии дарителя. Если вы прихватите подарок на деловую встречу и вручите его вашему собеседнику с надлежащими формальностями, он, как благовоспитанный человек, отложит сверток в сторонку (разумеется, с приличествующими случаю выражениями благодарности). Открывая подарок в присутствии дарителя, человек рискует легким жестом или невольной grimасой показать, что это не самый лучший подарок в его жизни. Тогда даритель потеряет лицо, – а это совершенно недопустимо.

Недопустимо также отказаться принять подарок, даже если вам решительно не нужна еще одна банка консервированной ветчины. Концепция взаимных долгов подразумевает, что японец чувствует себя обязанным за каждый подарок, а потому он всегда оценит полученную вещь несколько выше ее реальной стоимости. Отсюда реальная опасность того, что процесс дарения начнет раскручиваться по восходящей спирали. Он может выйти из-под контроля, и тогда вы утонете в обрушившейся стихии все более ценных подарков, прекрасно упакованных и крайне редко открываемых. Так что лучше сразу подумать о последствиях и не обязывать вашего дарителя.

СЕМЬЯ

Семья имеет первостатейную ценность. Даже глава фирмы стремится к тому, чтобы служащие воспринимали его как отца родного, а политические фракции величают своих лидеров «папашами».

Японская семья – крепкий институт, который до сих пор весьма удачно сопротивлялся бурным переменам времени. В период экономического бума все в Японии преследовали одну общую цель – догнать Запад. Для ее достижения каждый японец создавал семью и производил на свет потомство, хотел он этого или нет. Отец семейства работал и зарабатывал на жизнь, денно и нощно. Мать занималась семейным бюджетом, вела хозяйство, кормила домочадцев и следила за тем, чтобы дети посещали хорошие школы.

Теперь, когда цель более или менее достигнута, роли мужчины и женщины в японской семье поменялись. Например, по воскресеньям жены стали заседать на мужей, требуя, чтобы те сводили куда-нибудь детей, давая жене передышку. Мужья уже окрестили подобные семейные повинности «домашним сервисом», и в этом метком выражении отражается их отношение к происходящим переменам.

Развод уже не так вредит продвижению по служебной лестнице, как это было прежде. Процент разводов по-прежнему не слишком высок – 25% (для сравнения: во Франции более чем 30% и почти 55% в США), однако сейчас его уже не воспринимают как позор для семьи. По крайней мере, юному поколению «разрешено» допустить одну жизненную ошибку. Это даже придает молодым разведенным парам ауру житейской умудренности.

Брак более не имеет целью рождение наследника, и главная опасность нынешних перемен заключается в том, что при сегодняшних темпах воспроизводства численность японского населения достигнет пика в 2007 году, а потом начнет стабильно сокращаться, пока не скатится до нуля.

Есть ряд веских причин, по которым семье выгодно иметь как можно меньше детей, либо не иметь их вовсе. Во-первых, рождение ребенка сопряжено с очень большими расходами – при непомерно высокой стоимости жилья и образования в современной Японии. Еще одна причина – недостаток качественных и доступных по цене яслей, детских садов и приходящих нянь. Забота о дошколятах еще не успела стать в Японии индустрией.

Однако самая главная причина – это колоссальные сдвиги в женском мировоззрении. Женщину в Японии по-прежнему рассматривают прежде всего как мать, но поскольку число работающих матерей все растет, то на корабле назревает тихий бунт против общества, которое не желает взять на себя часть женских забот – ведь японкам зачастую приходится

одновременно везти два воза: и работы, и материнства. Правда, все большее число мужей готово брать отпуска по уходу за детьми вместо своей половины, однако подавляющее большинство мужчин по-прежнему сидит и ждет, когда из кухни как по мановению волшебной палочки появится ужин.

Некоторые женщины не только отказываются заводить детей – они вообще не желают выходить замуж. Таким образом они протестуют против нанимателей, которые автоматически связывают факт замужества с увольнением, а также против старших женщин, которые воспитали целое поколение молодых мужчин, не способных выстирать собственные трусы.

Пожилые японцы

Статус пожилых в японской семье тоже меняется не в лучшую сторону. Поскольку темп прироста населения замедляется и нация стареет в целом гораздо стремительней, нежели в любой другой экономически развитой стране, забота о престарелых в доме превращается в настоящую проблему. Этому немало «способствует» рост разводов среди людей старшего возраста.

Пособие по выходу на пенсию часто дает женам удобный повод уликнуть от мужей. Мужа можно было терпеть, пока он проводил целый день на работе и возвращался домой за полночь. Выйдя в отставку, он становится просто невыносимым: целый день торчит на глазах у жены, сует нос в каждую мелочь, к тому же за ним все время приходится убирать. Не каждая жена в восторге от столь малоприятных перемен в прежде столь упорядоченной жизни. Дети уже выросли и упорхнули из родительского гнезда, так что жены, забрав свою долю выходного пособия, делают надоевшим мужьям ручкой.

В начале третьего тысячелетия в Японии будет больше пенсионеров, чем активно работающих людей, так что финансовые расходы, лежащие в связи с этим на государство, просто ошеломляют. Забота о престарелых превращается в одну из важнейших проблем государственной политики. Например, в последнее время все чаще и чаще возникает вопрос о системе пособий семьям, которые сами ухаживают за своими стариками.

«Серебряное поколение» – таков японский эвфемизм для быстро седеющих стариков. Общество ищет им достойное место в семье нового века, где бы они могли хоть как-то реализовать себя. Однако золотое решение по-прежнему ускользает.

Дети – это сокровище

Японских детей балуют, холят и лелеют. К ним относятся как к «драгоценному подарку Неба», так что дети всегда желанны. Правда, все меньше и меньше детей «попадает» на землю с небес, однако когда это все-таки происходит, детей по-прежнему носят на руках. В транспорте беспрестанно звучат объявления, призывающие взрослых уступать места детям.

Родители нежат своих отпрысков – как в финансовом, так и в психологическом плане – практически бесконечно. В двадцать лет молодой японец официально становится взрослым, однако молодые редко покидают отчий дом до тех пор, пока не обзаведутся супругом или супругой, а уж старший сын, как правило, вообще не уходит из семьи никогда: ни после женитьбы, ни после рождения ребенка, ни после развода.

Европейцу японская молодежь кажется инфантильной, незрелой. Это происходит потому, что японских детей не поощряют к взрослению – по крайней мере, до того момента, пока они не поступят на службу. Дети живут в состоянии благодушной расслабленности и беззаботности, и это в порядке вещей. Ведь так и нужно обращаться с настоящими сокровищами, а тем более с «драгоценными подарками Неба» – хранить их в укромном и защищенном месте.

Секс по-японски

Японский секс достаточно многообразен. Тут целый ряд ликов. Первый – традиционная личина лицемерной сдержанности. Умеренность добродетельна для обоих супругов, а брак священен. Процент детей, рожденных вне брака, оставался стабильным на протяжении последних 25 лет и составляет 1, 1 %. Вплоть до недавнего времени половое партнерство до брака считалось предосудительным. Эта и сейчас не слишком распространенная практика редко получает общественное одобрение.

Еще один лик – пышная, неприкрытая порнография. Торговые автоматы готовы выдать набор журналов для взрослых буквально на каждом углу. Их можно купить в любое время дня или ночи, не проронив ни слова. В их числе не только журналы для мужчин с неприличными фотографиями, рассказками и страничками весьма рискованного юмора. В политических или светских журналах тоже встречаются подобные вставки, а в крупнейших ежедневных газетах частенько печатаются эротические романы. *Манга* – блистательный мир комиксов для взрослых – часто является двигателем для весьма изобретательной и волнующей воображение эротики.

Проституция официально запрещена, что не мешает существовать районам красных фонарей. Рекламные листовки с едва прикрытыми одеждой красотками и их телефонными номерами каждое утро пачками рассовываются в почтовые ящики рядовых горожан. Все больше учениц колледжей втягиваются в секс-индустрию. Попасть в этот мир элементарно просто – для этого есть клубы знакомств, мобильные телефоны и пейджеры. Форма расплаты – наличными или модными вещами из дорогих бутиков. Секс с девицей школьного возраста сейчас настолько в моде, что даже зрелые женщины частенько выражаются в школьную форму.

Несчастливая, платоническая любовь – еще одна сторона секса по-японски. Экстатическая девственность всегда привлекала сентиментальных японцев. Судьба влюбленных, родившихся под несчастливой звездой и клянувшихся до гроба сохранить непорочность и верность друг другу, заставляет трепетать от восторга японское сердце.

Физическая сторона любви в браке тоже неоднозначна. Семейные пары вынуждены ютиться с детьми, а часто также с родителями, в крохотных квартирках и не менее крохотных домиках с раздвижными бумажными перегородками между комнатами, практически не оставляющими шанса для интимных тайн. Так что бедолаги вынуждены искать анонимности в других местах – отелях любви. Отели любви рассеяны по всей Японии: это безвкусные строения, по стилю напоминающие все, что угодно: от свадебного торта до океанского лайнера – но там можно снять комнату с почасовой оплатой. Подъезжая к подобному заведению, женщины из приличия пригибаются едва ли не к самому полу машины, – не дай бог, кто-то увидит! – однако, закрыв за собой дверь, они могут чувствовать себя в полной безопасности – здесь никто никого не видит. Бесплотные руки принимают деньги, двери открываются с помощью дистанционного управления. Все посетители, безусловно, *сото*.

К женщинам особый счет

Японское общество спокойно терпит дискриминацию по половому признаку, мужской шовинизм и сексуальные домогательства. На протяжении долгих веков жизнь учила женщину тому, что высшая мудрость – в молчании, так что потребуются несколько десятков лет борьбы, чтобы сломать этот стереотип.

У иностранцев свое специфическое видение японской женщины. То же самое можно сказать про японцев. Кстати, их представления не так уж сильно расходятся. Японская девушка должна быть мягкой, покорной, и больше слушать, чем говорить. Жена – это воплощение хладнокровного спокойствия и скромности. На самом деле все с точностью наоборот. Японские женщины экстравертны, прекрасно приспосабливаются к жизненным обстоятельствам и хорошо справляются с кризисными ситуациями. Порог терпения у них чрезвычайно высок, и они обладают очень гибким мышлением. Короче говоря, женщины способны покорить такие высоты, которые и не снились мужчинам, однако не должны показывать этого. Попробуйте продемонстрировать свою истинную сущность, – и вас, невзирая на почтение или даже тайную

боязнь, назовут бесстыжей и обсмеют.

Современной японке следует быть молчаливой, но красноречивой, застенчивой, но откровенной, хрупкой, но сильной, фривольной, но серьезной, эмоциональной, но трезвомыслящей, сентиментально-слезливой, но безжалостной, осторожной, но дерзкой, покорной, но независимой. Не слишком ли высокий счет?..

ГИГИЕНА, ЗДОРОВЬЕ И УМЕНИЕ ВЫГЛЯДЕТЬ

Умри, бактерия!

Японцы любят чистоту, причем стерильную чистоту. Утро для владельца магазина начинается с мытья тротуара перед входом в его заведение. Уборщики протирают мусорные урны. Разметчики смахивают пыль с линий парковки и возвращают им девственную белизну. Служащие авиалиний на коленях, вручную, клейкой лентой счищают с ковров мельчайшие соринки.

В каждом доме, даже самом маленьком, перед дверью есть специальное место, где снимают уличную обувь и надевают шлепанцы. «Войти в дом, не разувшись» – эвфемизм неприличной невежливости. Перед туалетом выставлены специальные тапочки с надписью «Туалет».

Японцы просто не в состоянии постичь, как европейцам удастся расслабиться в ванне с грязно-мыльной водой. Сами они сначала намылятся, смывают грязную пену струей из душа и только потом погружаются в обжигающе горячую ванну, где будут «отмокать» до полного удовлетворения.

Любовь к чистоте вызвана жизненной необходимостью. Большая часть страны находится на тридцатых и сороковых широтах – то есть в климатической зоне Калифорнии или Крита. Так что летом в Японии весьма жарко и влажно.

В последнее время одержимость гигиеной превратилась у японцев в манию, доведенную до абсурда. Страну буквально захлестнула волна антибактериальных товаров: кухонных принадлежностей, разделочных досок, унитазов, полотенец, штор, шариковых ручек, простынь, носков, игрушек.. Неплохая добавка к 500-миллиардному товарообороту в год!

Чистыми и обеззараженными надлежит быть не только вещам. Человеческое тело тоже должно буквально скрипеть от чистоты, причем непозволителен даже малейший намек на физиологические выделения организма. Молодые японки принимают специальные таблетки, дабы не оставлять после себя пресловутого «аромата» в туалетных кабинках. Если девушке случилось забыть про утренний прием препарата, она предпочтет терпеть целый день, – только бы не покрыть себя позором.

Компьютерная мышь может стать рассадником заразы в офисе, если она сделана не из антисептического материала, так что не стоит необдуманно хвататься за нее голыми руками. Сначала заверните ее в антибактериальный носовой платок, – а уж потом «кликайте» себе на здоровье.

Вставьте антибактериальную карточку в банкомат, и он выплюнет вам стерилизованную пачку банкнот. Офисные телефоны регулярно опрыскивают антибактериальным спреем, шоферы такси носят белые перчатки. Бактериям не оставили ни малейшего шанса.

Высокие технологии в туалетной кабинке

Из простых дырок в полу японские туалеты превратились в нечто такое, что больше похоже на компьютеризованный капитанский мостик. Туалетные кабинки буквально набиты высокотехнологичной электроникой: от специальных термоустройств, нежно греющих ягодицы ровно столько, сколько вы восседаете «на троне», до регулируемых форсунок, своевременно пускающих снизу струйки подогретой воды, а затем подсушивающих мокрые части вашего тела сухим и горячим воздухом.

Подобные произведения искусства уже установлены почти во всех японских жилищах. В результате детишки начали шарахаться от обычных унитазов, которые по-прежнему стоят в школах, не говоря уже о примитивных «чудищах», где нужно садиться на корточки.

Звуки тишины

Все, что происходит за дверями кабинок для женщин, должно оставаться тайной. Опасаясь, что их выдадут издаваемые звуки, японские женщины привыкли спускать воду до начала «процесса». Не для того, чтобы смыть, а чтобы заглушить шумом текущей воды все остальные звуки. Стараясь сэкономить воду и одновременно заработать деньги, японские производители придумали специальное электронное устройство. Теперь оно есть во многих общественных туалетах (по крайней мере, в женских), и находится рядом с рулоном туалетной бумаги. При нажатии кнопки механизм имитирует звук спускаемой воды. Одна из моделей получила название «Принцесса Мелодия».

В некоторые из таких устройств вмонтированы крошечные лампочки. Они загораются последовательно, одна за другой, так что огонек бежит слева направо, сообщая, сколько еще будет звучать запись. Нажмите кнопку повторно, – и можете сколько угодно расслабляться под успокаивающий и неумолчный плеск воды.

Физическое здоровье

Во многом благодаря национальной диете, включающей рыбу, морепродукты и сою, японцы живут долго, очень долго. Потенциальная продолжительность жизни, предстоящей новорожденному японцу, – самая высокая в мире.

Несмотря на то, что многие курят, все озабочены своим здоровьем. Жировые отложения измеряются с точностью до грамма. Лишний вес вычисляется с беспощадной скрупулезностью. В продаже имеются тренажеры, гантели и массажеры всех форм, цветов и размеров. Крошечные машинки, надевающиеся на указательный палец, измеряют ваше кровяное давление, так что выходить из дома вам не придется. Портативный шагомер можно положить в бумажник или сумочку, или носить на ремешке, как наручные часы.

В моде здоровое питание, а потому на него большой спрос. Существуют продукты, которые стимулируют работу мозга, защищают от рака, сохраняют молодость. И здесь, конечно же, опять сказывается любовь японцев к новшествам. Причуды сменяют друг друга – в этом году, скажем, в моде китайская экзотика: зимой насекомые, летом растения; а в следующем году это будет вытяжка из рыбьего глаза или листья хурмы.

Однако при всей страсти к нетрадиционной медицине, акупунктуре и прижиганиям моксой, японцы поглощают большое количество обычных таблеток. Фактически импорт лекарств в три раза превышает экспорт. Японский фармацевтический рынок уступает по масштабам только рынку США.

Затекшие плечи

Огромное число японцев всех поколений страдает от онемения и болей в шее, спине и плечах. Лучшее средство от этого недуга – умение расслабляться, чего, как ни странно, японцы делать не умеют. Поэтому они прибегают к другим средствам – всяческим притираниям, припаркам, электромассажу, акупунктуре. В прежние времена, когда жизнь была не столь напряженной, поездка к горячим источникам считалась действенным методом исцеления. Теперь источники сами приходят в дом в виде порошков, упакованных в маленькие пакетики. Стоит высыпать содержимое пакетика в ванну, и – вуаля! – наслаждайтесь прелестью минеральной воды, не нарушая привычного графика трудоголической жизни.

Как правильно одеваться

Фирменным маркам и ярлыкам – брэндам и лэйблам – в Японии придают очень большое значение. Довольно часто можно встретить двадцатилетнего студента университета, облаченного в «фирму» с ног до головы. Каждый уважающий себя молодой японец должен иметь хотя бы одну фирменную тенниску, а японка – фирменную (или под «фирму») сумочку. Есть даже фирменный рис, который вдвое дороже обычного.

Походы в салон красоты и дизайна – еще один пункт. Одна из причин повальной моды – так называемый синдром «неофициальных пятниц». Кто-то решил, что пятница – самый подходящий день для того, чтобы сменить рабочий темный костюм на что-то более веселенькое. Мода прижилась и пошла гулять по стране, как это часто случается в Японии. Перед лицом выбора японцы, как водится, впали в растерянность. Поэтому в компании и организации зачастили дизайнеры по костюму, открывшие японцам глаза на потрясающий по своей новизне факт: цвет, который нравится, и цвет, который к лицу, – это не совсем одно и то же.

Стилисты и консультанты по макияжу тоже в большой цене, кстати, все чаще и чаще к их услугам прибегают молодые мужчины. По всей стране открываются салоны «только для мужчин», где предлагают услуги по уходу за ногтями и кожей, а также по удалению волосков и коррекции формы бровей.

Телепрограммы и журналы мод устанавливают эталоны фирменных марок в текущем сезоне. Забудьте про оригинальность и уникальность. Все японцы хотят отличаться от прочих – но одинаково. Выделяться, не выделяясь,

ОБЫЧАИ И ТРАДИЦИИ

Религия

В 1993 году в Японии насчитывалось 117 миллионов синтоистов, 90 миллионов буддистов, 1, 5 миллиона христиан и 11 миллионов приверженцев прочих религий. В целом это вдвое больше всего населения Японских островов. Однако статистика не лжет. Просто японцы, не любящие четких определений и самоограничений жесткими рамками, исповедуют сразу несколько религий, хотя при этом в повседневной жизни они менее религиозны, чем какой-либо другой народ мира.

Для современных японцев религия – это не вопрос веры, а способ оформления тех или иных жизненных событий: рождения ребенка, смерти, свадьбы, школьных экзаменов, сезонных праздников, взросления, старения. На каждый подобный случай существует наиболее подходящая (или модная) религиозная форма, которую можно выбрать по вкусу из обширного набора существующих практик. Такова квинтэссенция религиозной всеядности.

При рождении ребенка благословение можно получить в местном синтоистском храме. Там пуповину завернут в тряпочку из высококачественного хлопка и поместят в маленькую деревянную коробочку – подобно синтоистской реликвии. Но это не мешает японцу устроить пышные буддистские похороны. Никто не испытает угрызений совести, если пришла блажь обвенчаться в живописном католическом храме. Абсолютное незнание Библии – отнюдь не помеха для того, чтобы пойти под Рождество ко Всенощной, на празднество, где распевают рождественские гимны и игрушечные херувимчики украшают великолепную елку. Потом приходит Новый год, и все едят, пьют и веселятся в соответствии с традицией *синто*, давным-давно утратившей исконное значение.

Предрассудков типа: «постучи по дереву, чтобы не сглазить» – огромное множество. Нельзя спать головой на север, потому что именно так укладывают мертвых перед кремацией. Вход в дом должен находиться в правильной стороне, иначе вас всю жизнь будут преследовать неудачи. Не следует сочетаться браком с человеком несовместимой группы крови или с женщиной, рожденной в год Лошади. И вообще, для каждого дела нужно подобрать

подходящий день. Попробуйте жениться не тогда, когда советует гороскоп, и... Однако ко всему этому японцы относятся с некоторой безалаберностью и скорее просто делают вид, что верят. Что-то вроде заключения двойной сделки, чтобы обеспечить стопроцентный выигрыш. Лучше перестараться, чем потом раскаиваться.

Новый год

Начало нового года имеет магический смысл. Это не просто «старое вон, новое в дом». Загадочным образом с мыслью о том, что кончается старый год и наступает новый, человек освобождается от всех прежних неудач и грехов. Процессу помогают удары огромных колоколов, возвещающие полночь во всех храмах страны. Поскольку согласно учению Будды у человека 108 плотских желаний, колокола звонят неторопливо, с интервалами, 108 раз – дабы очиститься от каждого из них.

Последние дни перед Новым годом традиционно наполнены лихорадочной суетой. Главная головная боль – новогодние открытки: «Поздравляю с наступлением Нового года. Спасибо за все, что вы сделали для меня в уходящем году. Рассчитываю на дальнейшую благосклонность в наступающем...» – и прочее. В 1997 году было послано 4, 77 миллиарда новогодних открыток, почти по 40 открыток на каждого мужчину, женщину или ребенка.

Поздравления по случаю Нового года должны быть отправлены заблаговременно огромному числу друзей, знакомых и деловых партнеров. Если в семье кто-то недавно умер, вы должны уведомить об этом, потому что вы в трауре и не можете принести свои новогодние поздравления. Тогда ваши адресаты будут знать, что тоже должны воздержаться от новогодней открытки, поскольку не принято посылать в дом, полный печали, поздравления по случаю праздников. Дабы не вынуждать окружающих на неприличную промашку, уведомления о кончине посылаются заранее, однако не слишком рано, иначе люди успеют забыть об этом к тому моменту, когда сядут писать открытки. Тогда неловкость усугубится. Так что постарайтесь вообще не умирать в течение последних трех месяцев года, чтобы не ставить в неловкое положение семью и друзей.

Накануне Нового года образцовая японская жена запасает горы провизии, чтобы еды хватило на все праздники, потому что многие магазины закроются и ничего нельзя будет заказать, а к вам могут неожиданно нагрянуть гости, чтобы засвидетельствовать почтение.

Новый год – особый для японцев праздник, во многих отношениях. Дома и учреждения украшают особым образом, чтобы изгнать зло и залучить добро в Новом году. Но прежде, чем встретить добро, нужно убрать старую грязь и пыль – вместе с собственными ошибками. Страсть нации к чистоте, и так носящая нездоровый характер, в конце декабря превращается в манию. В каждом доме, в каждом офисе моют полы и протирают окна. Пятнадцать рабочих дрят четырехметровой ширины щетками реактивный самолет, потому что ручная уборка «аккуратней и эффективней машинной».

Даже мужчины помогают в уборке, переворачивая все вверх дном накануне Нового года. Когда все готово, хозяйка дома бегом устремляется в парикмахерскую (салоны работают всю новогоднюю ночь напролет). Там она встретит других таких же хозяек, чьи лица выражают точно такую же смесь облегчения с озабоченностью – а не забыли ли чего?

Ритуал приглашения в гости почтенных родственников или старших коллег во время трехдневного праздника постепенно выходит из моды. Однако люди валом валят в синтоистские и буддистские храмы, чтобы попросить удачи в наступающем году. Они толпами молятся и совершают приношения богам в любое время после захода солнца 31-го декабря до позднего вечера 3-го января. В сущности, не имеет значения, когда и в какой именно храм вы пойдете, а также каким божествам вознесете молитву. Богов можно умиловить, бросив монетку в стоящий перед алтарем огромный ящик Процесс продвижения вперед, к алтарю, достаточно прост, поскольку толпа сама несет вас, подталкивая сзади, а полиция наблюдает за тем, чтобы не было беспорядков. Скорее будет невозможно другое – остаться на месте. Не успеете опомниться, а вас уже оттащили от алтаря: сзади туда устремляются новые толпы. В иные храмы за три дня приходит по три миллиона человек.

Как правило, после этого большинство японцев возвращаются домой для встречи Нового

года. Все транспортные средства переполнены. Люди стоят часами, чтобы купить билет на электричку, забитую на 130%, а машины выстраиваются в длинные, 70-километровые очереди на дорогах. Точно такая же ситуация складывается в середине августа на праздник **О-Бон**, когда, согласно буддийской традиции, призывают души усопших родственников и совершают церемонию. Итак, традиционалисты возвращаются в дом. Для остальных эти часы – передышка. Что бы они ни делали, они останутся в окружении других японцев, возвращающихся домой, едущих из дома или находящихся на своем положенном месте.

Еще один важный новогодний обычай – дарение наличных денег своим детям или детям родственников. Если у вас большая семья, Новый год сильно истощит ваш кошелек. Племянники и племянницы подойдут к вам с милой выжидающей улыбкой. Сумма же сильно возросла с годами. Сейчас она колеблется от 3 000 иен (25 долларов) до 15000 иен (130 долларов) в зависимости от старшинства. В результате таких подношений очаровательные и воспитанные девочки и мальчики могут смело открывать собственный счет в банке.

День святого Валентина: рождение традиции

Почти так же, как они включили в свои праздничные традиции Рождество, японцы всем сердцем приняли День святого Валентина. Но как и многие другие заимствованные у Запада праздники, День святого Валентина приобрел в Японии свою уникальную японскую специфику.

Шоколадки – главным образом фигурка святого – неотъемлемая часть этого дня. По идее только раз в году именно в этот день женщина, не рискуя испортить свою репутацию, может признаться мужчине в своих чувствах, подарив предмету любви шоколадку. Фактически же шоколадки дарят тем мужчинам, о свидании с которыми японки даже не помышляют – не из вежливости, а из чувства долга (*гири*). Такие шоколадки называются «*гири чоко*», это массовая продукция, и стоит она недорого. Для своей настоящей любви следует отправиться за шоколадкой в более эlegantный и дорогой магазин. И не забыть открытку-«валентинку». Некоторые потенциальные невесты идут дальше и посылают возлюбленным свои фото, где красуются во взятых напрокат свадебных платьях. Такие «подарки» получили название «прессинговых шоколадок».

За свои старания дамы получают вознаграждение. Одних ведут в ресторан, другим дарят украшения или фирменные сумочки. Некоторые получают – вот сюрприз! – шоколадку. Гениальные японские производители шоколада придумали так, что месяц спустя мужчина должен преподнести ответный подарок своей возлюбленной. Только на сей раз белый шоколад. Поэтому 14 марта окрестили «белым днем».

Бизнесмены, получившие в День святого Валентина *гири чоко* от своих сослуживиц, заставляют своих жен покупать ответные шоколадки. Это чрезвычайно ответственное дело, ведь молодые сотрудницы будут потом долго обсуждать подарки и сплетничать, у которой из жен лучше вкус.

ДОСУГ И РАЗВЛЕЧЕНИЯ

Японцы не мастера развлекаться без надлежащей причины. Они скорее не будут делать того, что связано с ничегонеделанием. Это не в их привычках. Даже в выходные дни они стремятся получить законное удовлетворение от собственных достижений. Любая внезапная пауза вызывает у них резкий испуг перед переменами в жизни.

Спорт на измор

Хорошими спортсменами восхищаются. Но хорошие результаты требуют немалых жертв. Школа предлагает на выбор разные виды спорта сверх программы: бейсбол, футбол, баскетбол, большой теннис, настольный теннис, плавание, лыжи, *дзюдо*, *каратэ*, *кэндо*. Цель педагогов

– отнюдь не удовольствие. Спорт должен закалять характер, воспитывать дисциплину и учить подчинению. Тренировки очень суровы. Спортивная иерархия беспощадна. Тренер – высший авторитет, остальные «выстраиваются» по старшинству. Самые молодые носят тяжелую экипировку и проводят всю подготовительную работу для тренировок и состязаний.

Квинтэссенция японской психологии – **экидэн**, эстафетный бег на длинную дистанцию. Свои собственные эстафетные команды есть в колледжах, университетах и на фирмах. Бегуны выбиваются из сил, доводя себя до полного изнеможения, чтобы скорее достичь места, где его ждет сменщик. Насквозь промокший от пота пояс команды передается от бегуна к бегуну. Это символ единства, он сплачивает команду и поднимает боевой дух. Эстафета может продолжаться до пяти часов, пока не финиширует последний бегун. На протяжении всего маршрута стоят толпы людей, которые машут бегунам и подбадривают их криками. Те, кто не могут присутствовать лично, смотрят состязание по телевизору, и каждый японец считает **экидэн** захватывающим и увлекательным зрелищем.

Именно из-за духа самопожертвования японские компании охотно берут на работу молодых выпускников вузов, которые провели больше времени на спортивных площадках, нежели в аудиториях. Те умеют быть вежливыми и исполнительными, – а это качества, которые ценятся в корпорациях.

Однако ситуация постепенно меняется. Япония входит в новое тысячелетие, и наниматели начинают искать творческие таланты, а не послушных бойцов. И еще: по мере того, как спортсмены начинают ценить себя, а не заниматься самоуничтожением и самоотрицанием, успехи Японии на международных состязаниях становятся все ощутимее.

Старшее поколение японцев играет в гольф или большой теннис. Фирмы и учреждения проводят прекрасно организованные состязания с подарками победителям и ответными подарками побежденным. Только нужно очень постараться и не попасть в лунку с первого раза, поскольку такое везение может стать для вас настоящей катастрофой: вам придется делать щедрые подарки всем, кто услышит об этом. Такая практика – отражение групповой психологии: нельзя выделяться из массы и быть счастливчиком в одиночку. Удачу должны разделить все.

Каким бы спортом вы ни занялись, вы должны выглядеть, как профессионал. Нельзя взять напрокат пару клюшек и пойти играть в гольф в дачных штанах. Если вы увлеклись велосипедным спортом, то у вас должна быть экипировка как у победителя международных гонок «Тур де Франс». Лыжи тоже требуют своего «прикида» – как у мастера сверхскоростного спуска, а воскресная партия в теннис не может состояться без пары фирменных ракеток и сшитых по последней моде шорт, рубашки и головной ленты. Вложения в любой вид спорта так значительны, что лишь немногие бросают спорт после нескольких тренировок, даже если им все разонравилось: слишком уж велики затраты, чтобы выглядеть «на уровне».

Игра соло

При том что японцы отличаются невероятной стадностью, некоторые вещи они предпочитают делать в одиночку. Например, забавляться с **караоке**.

Караоке – одно из немногих чисто японских изобретений, которое стоит на 4-ом месте среди излюбленных занятий японцев (первое – рестораны, второе – путешествия по стране, третье – вождение автомобиля). **Кара** означает пустой, а **оке** (правильнее: **окэ**) – сокращение от слова «оркестр». Без певца оркестр пуст, а это прекрасный повод схватить микрофон и присоединиться. Никто вас не услышит, так что вы можете упиваться блаженством в полном одиночестве.

Компьютерные игры – еще одно «сольное» развлечение. И все же обе эти забавы меркнут рядом с **патинко**, супер-сольным времяпрепровождением у игровых автоматов. Хотя некоторые предпочитают залы, предлагающие розовые кресла специально для парочек, большинство играет в одиночку. Многочисленные ряды японцев и японок всех возрастов и внешних данных, великолепных в своем отрешении, сидят перед игровыми автоматами практически без движения. Все их существо сконцентрировано на управлении рычагами. Глаза горят, лица абсолютно бесстрастны, время замерло.

Настоящее мастерство игры состоит в умении определить, какой из автоматов в каком игральном зале и в какое время дня даст вам наилучший шанс. Одни убеждены, что лучше всего играть сразу после открытия, чем и объясняются очереди перед залами *патинко* с утра пораньше – до 10 часов утра. Другие верят, что новые автоматы послушнее старых, и это придает большую популярность только что открывшимся новеньким залам. У каждого игрока есть своя формула успеха и свой метод.

В настоящее время в Японии около 18 тысяч залов с игровыми автоматами. В 1995 году их владельцы заработали больше, чем хозяева сети игровых автоматов в Дании, Норвегии и Финляндии вместе взятые.

Постоянное общение с другими, ощущение членства в группе настолько психологически тяжело, что японцы ищут «сольной» деятельности, где бы они зависели только от себя, – хотя бы ментально, если не физически, – и могли забыть о своих социальных обязанностях. Неважно, что выигрывают они всего лишь пакетик моющего средства или кассету с песнями Фрэнка Синатры.

Моя машина – моя крепость

Для японца его машина – его крепость, и это отнюдь не преувеличение. Покупка нового дома в Японии обходится в такую баснословную сумму, что люди идут на компромисс, покупая вместо дома машину. Японский бизнесмен может жить в крошечной арендуемой квартирке, где-нибудь у черта на куличках, но при этом будет гордиться собственным «БМВ» последней модели – тогда он хотя бы наполовину счастливый человек.

Многие годы подавляющее большинство японцев предпочитало машины белого цвета – цвета девственности – как воплощение чистоты. Теперь вкусы стали более разнообразными, но любовь к сверкающим, без единого пятнышка машинам – будь они красными, черными, или зелеными, – жива. (Первое, на что японцы обращают внимание за границей, так это жалкий внешний вид автомобилей. Японскому глазу они кажутся невымытыми, скверно покрашенными и абсолютно неухоженными. Сердце японца страдает при виде этих бедняжек.)

Помимо технических качеств, производители автомобилей уделяют немало внимания нуждам самих водителей. Например, рычаг, регулирующий положение сиденья, который позволяет мягко откатываться вперед или назад, расположен сбоку от сиденья. Это особенно важно для женщин, которые не любят наклоняться, чтобы достать металлическую ручку регулировки, помещенную между ног.

Средства информации

Японцы – настоящие телеманы. У некоторых портативные телевизоры установлены даже в машине.

Качество телепрограмм сильно варьируется. *NHK* – японское Би-Би-Си – страдает в поисках своего лица, так как пытается угодить всем и каждому. Частные телеканалы жестоко конкурируют друг с другом за право быть первым среди равных, в целом без особых результатов. Телереклама потрясающе изобретательна, хотя далеко не всегда отличается изысканным вкусом.

Японцы также читают массу газет. Большинство семей имеет свою любимую газету, которую им доставляют к входной двери каждое утро; в среднем показатель по стране – 1, 2 газеты в день. В Японии пять основных газет большого формата, причем у каждой есть утренний и вечерний выпуск. В них можно найти все и на любой вкус: письма, стихи, романы с продолжением, статьи по искусству, литературе, кулинарии, музыке, а также о театре, спорте, моде, общественных проблемах, экономике, политике, международном положении и, конечно же, газетные утки и скандалы. В сезон цветения вишни – в апреле или мае – газеты ежедневно публикуют данные о победном марше цветения *сакуры*, чтобы люди могли планировать свои поездки для *ханами* (любования цветущей вишней) с точностью до дня. Малоформатные бульварные газетенки и спортивные ежедневники тоже вполне профессиональны, хотя не слишком нравственны в мире подавляющей политической корректности. Такие издания

покупают в киосках и, просмотрев, оставляют в электричке.

Путешествия по белу свету

Путешествие за границу, особенно на Запад – событие, исполненное для японца особого смысла. Они жадно хватаются за любую возможность. Ведь это шанс выскользнуть из сетей непрестанного общения и постоянного, бдительного внимания домашних и отправиться в страны с божественными оперными театрами, знаменитыми музеями и огромными просторами, на которых легко дышится. Ну, правда, не безгранично огромными – ведь всегда хочется иметь рядом родственную душу. Тогда можно наслаждаться обоими мирами сразу – привычной поддержкой и временным раскрепощением.

Все больше молодых пар играют свадьбы за границей. Гавайи и Австралия возглавляют список, но Америка и Италия также пользуются популярностью. Менее 1% японцев исповедуют христианство, но это же так шикарно – обвенчаться в церкви или часовне, особенно за рубежом! А какая экономия! Ведь отъезд – превосходный предлог, чтобы не приглашать на свадьбу никого из сослуживцев. Даже непосредственного начальника.

Еще один повод для путешествий – возможность полакомиться. Японцы обожают экзотическую еду и напитки. Журналы и телевидение охотно рассказывает об опыте смелых молодоженов, соблазняя новых кандидатов. Вам расскажут в деталях о каждом укромном местечке, куда еще не ступала нога японца. После чего в подобные экзотические места устремляются все.

Итак, японец отправляется за границу, экипированный всем необходимым (об этом позаботится его мама), – в первую очередь всевозможными путеводителями типа «Как ходить по земному шару», плюс вырезками из журналов, например «Фигаро-Джапон», где четко и ясно написано, что нужно есть, где остановиться и что смотреть. Японцы просто обожают инструкции.

Если достаточно прилежно изучить всю информацию, то обнаружится, что все давным-давно для вас открыто. «Мировой рецепт» правильного странствия по миру готов, остается только строго его придерживаться, не подвергая критике и сомнению. Изучение маршрута нужно завершить до отъезда, самое позднее в самолете. Как только вы прибыли в пункт назначения, нельзя терять ни секунды на чтение туристической литературы – ведь вы приехали не читать, а смотреть, изучать, фотографировать и, разумеется, покупать.

Если вы странствуете, чувство долга обязывает вас купить какие-нибудь сувениры вашим знакомым. Эти презенты, зачастую съедобные, называются *омиягэ*. Приобретать их обязательно, где бы вы ни оказались – в Японии или за морем. Даже если вы едете в однодневную командировку на скоростном экспрессе «*Синкансен*», все равно продавщицы будут катать по проходу тележки с *омиягэ* из тех мест, где поезд даже не делает остановки. Ничего не скажешь: веская причина для покупки сувенира коллегам – проскочить какой-нибудь полустанок на скорости 100 миль в час!

При выборе сувенира не так важно качество, как цена. Слишком дорогой сувенир обяжет одариваемого отдариться столь же дорогим подарком, когда придет его черед путешествовать. В этом причина популярности пустяковых вещиц, производящихся в массовом порядке. Туристам все равно, пригодятся ли людям пять одинаковых маленьких брелочков или кошельков, которые они приобрели. Ведь нужно просто соблюсти обычай и не поставить никого, включая себя, в неловкое положение.

ЮМОР

Говорят, у японцев нет чувства юмора. Однако можно обнаружить потрясающе тонкий и артистичный юмор в традиционном мире *ракуго*. Рассказчики жанра *ракуго* – комедианты высшего класса. Они рассказывают свои забавные истории, сидя на специальных подушках и облачившись в *кимоно*. В руках у них только веер – но он заменяет все возможные декорации,

увлекая зрителей в ушедший мир бродячих самураев, острых на язык горожан, деревенских дурачков и брюзгливых жен. Это одноактный моноспектакль редкостного совершенства. Только что веер изображал палочки для еды, а через секунду это чарка *сакэ* или шест, с которого свисают товары уличного торговца.

Японцы смеются над представлением, потому что все в нем реально и жизненно, а еще потому, что они понимают подтекст: слабость человека, который несообразителен и неповоротлив, и потому его бесконечно обманывают. Он старается быть хорошим и ловким, терпит неудачу, и его вызволяет кто-нибудь поумнее. Природа их смеха – сочувствие и сопереживание.

Японцы могут смеяться от души, чувствуя себя комфортно, только тогда, когда они валяют дурака с такими же, как они. Они ожидают, что партнеры из ближнего круга будут делать то же самое и чувствовать то же самое. Потому-то так популярны телеигры, во время которых участники – рядовые японцы – охотно выполняют то, что можно без преувеличения назвать самоистязанием.

Еще один источник веселья – игра слов. Например, «развод» по-японски будет – *рикон*. В последнее время немало молодых пар распадается сразу же после медового месяца, проведенного за границей. Как правило, невеста разочаровывается в молодом супруге. До отъезда суженый казался ей таким уверенным, опорой и защитой от невзгод. Однако за пределами Японии он превратился в потерянного, робкого человечка, не способного даже объяснить официанту элементарную просьбу. Как же она обманулась в своих ожиданиях! И что же ей теперь делать? Получить *рикон*, то есть развод. А поскольку молодожены прилетают в токийский аэропорт Нарита, то для скоропалительного развода придумали словечко «*нарикон*».

В целом, однако, японцы предоставляют шутить профессионалам. Крайне редко они рискнут рассказать анекдот. Причем рассказ непременно будет начинаться со слов: «А сейчас я вам расскажу анекдот», – чтобы вы не забыли посмеяться в конце. Отвращение к риску удерживает японцев от иронии, фривольностей и бытовых шуток. Сарказм же их просто убивает. Но если вам повезет, и вы увидите их в расслабленном состоянии, в абсолютно неформальной, почти секретной обстановке, чаще всего подвыпившими и беззаботными – тогда вы убедитесь: они могут быть очень и очень смешными. Скрытые юмористы – практически все.

БИЗНЕС

В мире японского бизнеса старое и новое ведет между собой непрекращающуюся тайную войну. Сегодня основополагающие ценности явно претерпевают изменения, однако послевоенные стереотипы еще очень живучи. Люди – конформисты по сути, организации построены по принципу иерархии, компании хотят преданности и лояльности, служащие хотят работы до пенсии, закон старшинства доминирует, коллективизм хорош, а независимость подозрительна.

Главное – единство. В победе и поражении

Коллективизм высоко ценится в мире бизнеса: когда делаешь что-то вместе, нужно мыслить одинаково. Также ценится умение оправдать ожидание, настойчивость и упорство. Не стоит приступать к делу, если вы не готовы вложить в это занятие всего себя. Главное, чтобы все знали: вы сделали что могли. Многие японские герои, реальные или книжные, – это люди, которые не добились конечной цели, но сделали все, что было в их силах.

Коллективизм неотделим от иерархии. Каждый на своем месте. Японская компания может быть сплоченной, но уж никак не демократичной. Приводные ремни, соединяющие руководителей и подчиненных, не разорвать. Информация следует сверху вниз и снизу вверх по вертикали в строгом соответствии с протоколом. Нельзя срезать углы и переходить дорожку. С появлением электронной почты в системе наметились признаки хаоса, однако психология

единства, нежелание выделяться и выпячивать себя по-прежнему незыблемы.

Японцам, в сущности, не так уж важно, победят они или потерпят поражение: главное, чтобы все действовали сообща. Работа во имя единой цели – вот что имеет первостепенное значение. Пусть вы не достигли желаемого. Гораздо почетнее полечь на поле боя всем вместе, нежели спастись, полагаясь на собственные силы. Японские бизнесмены, упивающиеся коллективной жалостью к себе, столь же достойны уважения, как и празднующие совместную победу.

Беспристрастное обучение

Обучение взятого на фирму новичка очень важно. Он должен уметь приветствовать посетителей надлежащим образом, владеть искусством правильно разносить чай на деловом совещании. Ему покажут, как обстоит дело, и дадут понять, что пока он находится в самом низу служебной лестницы и практически никто. Даже выпускники университетов начинают работу на фирме с того, что снимают для старших коллег ксерокопии. Там, где дело касается обучения, царит строжайшее равенство – будь то подающий надежды служащий или секретарша. И неважно, что тебя обучают тому, что тебе в жизни не пригодится.

Стать «белым воротничком» в большой корпорации – многолетняя амбициозная мечта каждого выпускника. Для женщин стать секретаршей не столь трудно, но это не снимает напряженности, а лишь усиливает ее, потому что даже самые одаренные и упорные знают, что не сделают карьеры. Они просто заполняют промежуток между окончанием высшего учебного заведения и замужеством. Они никогда не войдут в разряд *мадогивадзоку* (смотрящих из окна) – людей, прослуживших так долго, что их никто никогда не уволит, хотя роль их сводится к ежедневному выглядыванию из окна, чтобы посмотреть, не рассеялись ли тучки и не пожухла ли травка. Только мужчина может дослужиться до *мадогивадзоку*.

Лояльность

И наниматели, и нанимаемые в равной степени возлагают друг на друга надежды. Они доверяют друг другу и гордятся, если их ожидания сбываются. Те же самые позитивные отношения складываются между поставщиками и производителями. Или между другими двумя фракциями.

На лояльность отвечают лояльностью. Компания обеспечивает работу на всю жизнь и неуклонный подъем по корпоративной лестнице. В процессе не происходит ничего впечатляющего, но главное – надежность. В ответ японские служащие предлагают фирме усердие, самопожертвование и долгие-долгие часы совместной работы, совместного распития спиртного, игры в гольф, пения под *караоке* – на благо компании.

Но времена меняются. Японская корпоративная система целостности любой ценой постепенно уступает место иной системе, где большой риск дает большие результаты, хотя зачастую влечет за собой крах. В официальном свидетельстве о смерти не всегда укажут *кароси* (смерть от перенапряжения) как причину кончины. Однако это достаточно распространенное явление. По крайней мере, об этом знают в любой компании и стараются, чтобы это не случилось с их сотрудниками.

Один японский чиновник скончался прямо на пресс-конференции, когда рассказывал о решении своей компании объявить банкротство. Лично он и фирма подвели своих служащих, чего не принято делать по неписаным правилам японской корпоративной практики. Чиновник контролировал себя и свои эмоции, когда говорил об ответственности перед акционерами. Но не перенес мысли о том, что руководство вынудило своих подчиненных жить на пособие по безработице, сознания того, что не оправдал доверия.

Если отнять надежность, чем тогда компания оправдывает свое вмешательство в жизнь сотрудников? Что ты получишь за многолетнюю преданность, если тебя подвела твоя фирма? На подобные вопросы японскому менеджменту еще не приходилось отвечать.

Конкуренция

Для японца конкуренция заключается вовсе не в том, чтобы зарабатывать больше, а чтобы служить лучше. Именно потому производители жестоко борются между собой за понимание вкусов и удовлетворение желаний своих потребителей. Их пожирает неизбывная страсть выпускать все самое новое и самое лучшее.

Цена, конечно, тоже имеет значение, но японские потребители ждут чего-то особенного: это рисоварки, которые заканчивают варку риса в установленное время независимо от количества риса и воды; ванны, которые заполняются сами, причем водой нужной температуры и тоже в назначенный срок; посудомоечные машины, достаточно компактные, чтобы уместиться в крошечной японской кухне; телеэкраны, достаточно плоские, чтобы их можно было повесить на стенку, и достаточно изящные, чтобы можно было повесить на шею... Для тех, кому по роду службы нужно просматривать много телепрограмм, есть видеоплеер, прокручивающий запись со скоростью, в 7 раз превышающей норму. Потребители хотят лампу, светящуюся особым светом, ручку, которая пишет более гладко и потому от нее не онемеет рука, беспроводные микрофоны, говорящие микроволновые печи, мобильные телефоны, которые не верещат, а беззвучно вибрируют, причем снабжены специальными крошечными устройствами: те вибрируют в вашем кармане, когда телефон вибрирует в портфеле.

Существуют вакуумные пылесосы, предназначенные для уничтожения домашних клещей, пульты дистанционного управления не только для телевизора или проигрывателя с лазерными дисками, но и для кондиционеров или лампочек на потолке. А чтобы всевозможные пульты не валялись по всей комнате, можно сделать один универсальный и дистанционный, который будет управлять всеми остальными пультами. Вот чего хотят японцы.

СИСТЕМЫ

Япония сама по себе система. Ее основа – стремление нации к сплоченности. Как в большой корпорации, где люди знают друг друга, понимают друг друга, заботятся друг о друге и идентифицируют себя, каждый с каждым, – так что поведение одного влияет на всех. Распространение информации – своего рода смазка для общественной машины. Цель – обеспечить счастье как можно большему числу людей.

Сохранившие невинность

Япония – одно из самых безопасных мест в мире. Японцы могут наслаждаться редкой возможностью спокойно гулять по улицам после наступления темноты, не боясь быть ограбленными. Высококласные спортивные машины припарковываются на ночь прямо к тротуару, вместе с радио, навигационной системой и даже компьютером – и все это буквально выставлено напоказ. Совершенно не обязательно ставить на дверцу дюжину замков. Машины находятся в такой же безопасности, как и дома, как бы ни были беззаботны их владельцы. Бродяги не попрошайничают. Они – уличные философы. Они повернулись спиной к обществу, презрев корпоративно-бойцовский дух с клаустрофобией лояльностью, и сидят себе в своих «ходячих» домах-ящиках, погружившись в думы и сладкие мечты.

Уровень преступности низок не только потому, что процент раскрываемости преступлений высок, но и потому, что стыд от того, что ты подвел свою группу и теперь будешь изгоем, гораздо страшнее перспективы попасть в тюрьму.

Так что полиции практически нечего делать. На каждого полицейского в Японии приходится по 559 жителей; его это особенно не беспокоит, потому что крайне редко что-то вообще происходит. Весь остальной мир содержит гораздо большее число полицейских относительно общего числа жителей. В Британии один полицейский приходится на 384 человека, в США – на 379 человек, в Германии – на 288, в Италии и Франции – на 268.

Полицейские участки представляют собой крошечные посты (*кобан*), где сидит парочка

дружелюбных блюстителей закона, всегда готовых объяснить, как пройти в нужное вам место (даже если они этого и не знают), и присмотреть за потерявшимися детьми и заблудившимися стариками. Хотя их способность справиться с серьезными преступлениями крайне редко подвергается реальной проверке, преступления все же раскрываются. Мера наказания практически за каждый вид преступления весьма высока, возможно из-за того, что тесно связанные общества не терпят нарушителей общепринятых правил, и частично потому, что японская полиция весьма умело вынуждает признаваться тех, кого все-таки арестовывает.

Пресловутое чувство безопасности делает японцев ужасно беззаботными. Они разгуливают по городу, не замечая, что у них расстегнут рюкзак. Они оставляют сумки на стульях, когда идут в салат-бар. Они также очень доверчивы и пребывают в состоянии невинности, давным-давно утраченной в большинстве стран. А потому японцы – легкая добыча для всякого рода ловкачей и обманщиков, которые встречаются им во время путешествий за границей. Путешествующий японец – это кошмар для каждой принимающей страны. Сопровождающие японских групп – вечные страдалцы. Они «пасут» свои стада непуганых туристов с утра до вечера, и их нервы постоянно на пределе, а психика – на грани полного истощения. В результате они тоже начинают оставлять свои вещи без присмотра.

Там, где улицы без названий

Улицы в Японии по большей части не имеют названий. Приглашая кого-то в дом, японцы посылают факсом схему проезда или рассчитывают на навигационную систему в машине гостя, которая передает информацию о движении на дорогах и инструкции относительно маршрута следования через спутники. «Поверните направо у магазина полуфабрикатов, пропустите три светофора, затем поверните налево у знака «*STOP*» в узкий проулок, далее поезжайте вперед, пока не увидите табачную лавочку по правой стороне...»

Японские адреса зависят от того, где вас угораздило поселиться. Чтобы это понять, нужно посмотреть на Японию с воздуха. Вся страна разделена на префектуры. Внутри префектур находятся более мелкие округа. Округа в свою очередь разбиты на еще более мелкие участки. Внутри участков есть свое деление на совсем крошечные секции, которые идут под номерами. И внутри «номеров» стоят также пронумерованные дома, только пронумерованы они далеко не всегда по порядку. Часто номера даются в зависимости от даты постройки. Ну что ж, конечно, ведь это так логично! Дом, который возведен первым, имеет номер один, построенный вторым – номер два и так далее. Поэтому каждое строение имеет свое название, и номер четко написан на каждом доме.

Постовым, разносчикам газет и прочим службам доставки требуется немалый опыт, чтобы найти нужное здание. Добраться до цели на машине – кошмарная задачка для любого, включая водителей такси. На каждом полицейском посту висит огромная подробнейшая карта участка, которую полицейские показывают тем, кто заблудился.

Там, где улицы без царя в голове

Столько всего втиснуто в ограниченное пространство японских улиц, что временами они похожи на калейдоскоп. Ни одно здание архитектурно не связано с соседним. Формы, размеры, краски: все случайно, все хаотично.

Пластиковые цветы кричащих расцветок венчают столбы электропередач и фонари в торговых районах. А ниже на тех же столбах не менее яркие объявления указывают на жилые дома или дома свиданий. Лампы на фонарях тоже имеют ошеломляющие оттенки розового, оранжевого или зеленого. Крошечные флаги разных наций гирляндами висят поперек улицы. Тенты с рекламой сигарет, привлекая внимание, соседствуют с рядами торговых автоматов. На Рождество или День святого Валентина все заливается ярко-красным светом.

Японские улицы не только кричаще яркие, они еще и ужасно шумные. Торговцы горячей картошкой и хлебом разъезжают по улицам в мини-фургончиках, вещая в мегафоны, включенные на полную громкость. Во время выборов территорию захватывают политики и, разъезжая в мини-автобусах, размахивают руками в белых перчатках (избиратели жадут

чистых политиков, а политики жаждут, чтобы все видели, какие они чистые). Их имена, призывы и обещания проникают сквозь окна и бьют по барабанным перепонкам.

Местные органы управления тоже не дремлют и отдают на откуп магазинам все оформление улиц. Рекламные щиты и доски для афиш поражают воображение: «Зона, свободная от краж. Грабителям вход воспрещен».

Прочие заявления гласят: «Город с безопасным уличным движением», «Мирный город, свободный от ядерного оружия», «Город, где женщины участвуют в самоуправлении наравне с мужчинами» – и так далее. Сойдет любая комбинация слов, имеющая отношение к счастью, детям и молодости.

ОБРАЗОВАНИЕ

Японская система образования как блины печет молодых людей, прекрасно разбирающихся в математике и технике. В 1994 году 95, 7% юношей и девушек пошли учиться в колледжи. Около 40% молодых японцев и 20% японок поступили в университеты. Тем не менее официальное образование в Японии не стимулирует творческое воображение. Школа – это место, где большинство учеников получает определенный набор фактов и определенный уровень знаний в определенный отрезок времени.

Школа – это ад

В обществе, где каждый должен быть похож на всех, малейшее отличие становится поводом для издевательств и преследований: например, неуспехи в спорте или провал на экзамене, или даже факт проживания с семьей за границей. Издевательства (*идзим*) – настоящая проблема в Японии, особенно в школах. Ученики компенсируют свое напряжение тем, что избирают жертву среди своих школьных товарищей и превращают ее в объект для насмешек и физических мучений.

В 1995 году было отмечено 60 тысяч случаев *идзим* в начальной, средней и высшей школе. Порой травма оказывалась столь сильной, что школьники отказывались посещать класс. Оскорбления, насмешки, бойкот, вымогательство – список не слишком приятен. Учителя тоже позволяют себе оскорблять учеников, причем иногда в физической форме. Нередко жертвы школьных садистов кончают жизнь самоубийством.

Пытаясь предотвратить *идзим*, некоторые школы стали возвращать ученикам экзаменационные работы, не проставляя оценок.

Экзамены – это ад

Попасть в университет – вот к чему стремятся все японские дети. Университетское образование – необходимое условие для получения хорошей работы.

Как только цель определена, все начинает прокручиваться назад. Чтобы попасть в хороший университет, нужно ходить в хороший колледж. Чтобы попасть в хороший колледж, нужно ходить в хорошую среднюю школу. Хорошая средняя школа невозможна без хорошей начальной школы, а хорошая начальная школа подразумевает специальный детский сад. В специальный детский сад невозможно попасть без специального (и очень дорогостоящего) обучения в многочисленных частных заведениях (*дзюку*), которые существуют для одной единственной цели – протащить детей через все вступительные экзамены.

Поскольку подобное вспомогательное обучение на каждом уровне образования является насущной потребностью и средством достижения заветной цели, его уже сложно считать вспомогательным. Дети, которые намерены заниматься серьезным делом, в альтернативной школе так сильно обгоняют школьную программу, что им нет нужды слушать разглагольствования учителей на обычных занятиях. В классе они делают домашнее задание для *дзюку*. Или спят, поскольку у них не хватает сил на посещение двух школ ежедневно.

Если вы провалились на экзаменах в университет, несмотря на подобную 24-часовую подготовку, альтернативная школа мгновенно становится основной. В *дзюку* есть ежедневные курсы для молодых абитуриентов, намеревающихся вновь сдавать экзамены в университет на следующий год, а также через год. Вы обречены посещать *дзюку*, пока не добьетесь поставленной цели.

Университет – это стартовая площадка

Повторные попытки поступления в вуз стоят затраченный усилий, ибо однажды вы наконец попадаете в университет – и ада больше не существует. Японский университет с лихвой вознаградит за пролитые ради него пот и слезы. Экзамены во время сессий – по большей части формальность. От докладов тоже требуется форма, а не содержание. Можно целыми днями играть в теннис и все равно получить диплом.

Студенты университетов с мобильными телефонами в руках бегают с мероприятия на мероприятие: занимаются спортом, музыкой, искусством, театром, ходят на всевозможные курсы, подрабатывают на стороне. Дружеские связи, которые заводятся в этой стране академического безделья, частенько поддерживаются всю жизнь, а романы частенько кончаются браком.

Но это не совсем рай. В реальности это стартовая площадка, на которой вы ожидаете запуска в мир взрослой Японии. Если вы выбрали неверную траекторию, она может снова вернуть вас в ад.

ПРАВИТЕЛЬСТВО

Современная японская конституция писалась в 1947 году под бдительным надзором американцев. Согласно конституции, «император является символом государства и единства японской нации, а его статус определяется волей всего народа, которому принадлежит суверенитет».

Парламент состоит из Палаты представителей и Палаты советников. Большую часть послевоенной эпохи в японском политическом мире доминировала Либерально-демократическая партия (ЛДП), у которой было постоянное и предсказуемое большинство в парламенте.

Говорят, что ЛДП похожа на Священную Римскую империю. Империя не была ни священной, ни римской, ни вообще империей. Так же и ЛДП не является ни либеральной (поскольку относится к правому крылу), ни демократической (ею руководит теневая элита, совершающая политические сделки в прокуренных кабинетах), ни даже партией, поскольку изначально она состояла из двух партий – либералов и демократов, а теперь являет собой свободный союз пяти или шести фракций.

Ситуация драматическим образом переменялась, когда в 1993 году ЛДП скинули с пьедестала и она перешла в оппозицию. Потом она возвращалась во власть, но в японской политике постоянно продолжаются подвиги. Партии формируются, распадаются, смешиваются и отделяются в мгновение ока. Для всех уже не хватает названий.

За время доминирования ЛДП последовательность так и не стала отличительной чертой японской политической жизни, даже в годы стабильности, что предшествовали процессу радикальных изменений. В период между 1945 и 1996 годами в Японии сменилось 24 премьер-министра, при среднем сроке правления в 2, 1 года.

Это очень многое говорит о природе японской политики, где премьерство означает лишь то, что премьер-министр – только первый среди множества равных в постоянно меняющейся системе раздела властного пирога. Как и во всех сферах Японии, группа – это все, а индивид – ничто.

ЯЗЫК

Японский язык считается самым трудным в мире. Возможно, для самих японцев он труден не менее, чем для всех остальных. Одна из трудностей заключается в наличии разных форм речи, выражающих вежливость, почтение и формальность. Все три тесно связаны между собой, но при этом совершенно различны.

Письменный японский и устный японский тоже существенно отличаются друг от друга, особенно в бизнесе. Если вы будете говорить так, как пишете в деловой корреспонденции, вас примут за пришельца из прошлого века. С другой стороны, если вы напишете деловое письмо так, как говорите в обычной жизни с близкими друзьями и давними коллегами, то скорее всего получите уведомление об увольнении – написанное, разумеется, по всей форме.

Конечно, такого сорта различия есть и в других языках, но самое кошмарное в японском языке – это наличие своей отдельной лексики для каждого стиля речи – вежливого, почтительного, формального и неформального. Но если вы овладели этой премудростью, то сам черт вам не брат. Вы, к примеру, уже не задумаетесь над тем, как правильно пригласить гостей к трапезе. Если вы назубок помните нужные фразы и поздравительные клише по поводу смены времен года, то вам не придется ломать голову, как начать деловое письмо.

Иностранцы, изучающие японский язык, не должны забывать о различиях между мужской и женской формами речи. Многие мужчины-иностранцы, говоря по-японски, вызывают смех окружающих, потому что учили язык у своих подружек-японок. Для иностранки употребление грубых мужских форм будет еще позорней.

Как существует множество способов выразить одну и ту же мысль или понятие, точно так же одно выражение может служить на все случаи жизни. Слово **«домо»** означает: «спасибо», «привет», «здорово», «давненько не виделись», «ужасно извиняюсь», «хорошо-хорошо» – и прочее. Нет способа сказать четко «да» или «нет» – по крайней мере так, как эти слова понимаются на Западе. **«Хай»** чаще всего переводят как «да», однако на самом деле оно означает: «Я слышал вас и понял вас, и теперь думаю, что ответить». Иностранцы зачастую принимают **«хай»** за согласие, тогда как на самом деле за ним скрывается прямо противоположное.

Есть способ сказать обыкновенное «нет» – только в тех случаях, когда отказ не вызовет обиды. Но японцы знают, когда они подразумевают «нет», даже если не произносят его вслух. «Я подумаю об этом» – это форма очень твердого отказа. А уж если японец втянет воздух между стиснутыми зубами и затем выпустит его с глубоким выдохом: **«Са-а-а-а-а...»** – это знак того, что нужно все начать сначала.

Далее письменный японский. В Японии не было своей письменности, пока в 6-м веке буддийские монахи не привезли из Китая священные сутры. К несчастью для всех, очень скоро стало ясно, что иероглифы, идеально подходящие для китайского языка, где нет окончаний, абсолютно не годятся для японского письма. В итоге решение было найдено: придворная знать начала говорить по-китайски, чтобы можно было записать их слова. Но это тоже сработало плохо, и в течение последующих веков появился языковой гибрид: к каждому китайском иероглифу добавилось по меньшей мере два разных чтения. Они употреблялись в зависимости от контекста: когда нужно, брали китайский вариант, в других случаях более подходил японский.

Чтобы бегло говорить и читать по-японски, нужно знать китайские иероглифы – **кандзи**, – используемые в японском языке (минимум составляет 2 000; образованные японцы знают 5 000 и даже 80 000 иероглифов, в некоторых из которых более 30 черточек). Плюс две слоговые азбуки – **хирагана** и **катакана** – первая для записи исконно японских вещей и понятий, вторая – для заимствованных предметов и иностранных имен. Но это – слишком простое объяснение гибридной фонетики и пиктографии письменного японского языка.

Возможности его беспредельны, и в нем на каждом шагу ловушки и западни.

Миссионеры, пришедшие в Японию из Европы в 19 веке, были убеждены, что японский язык – это изобретение дьявола, препятствующего им в их работе. Современные студенты, изучающие японский, – будь то иностранцы или сами японцы, – могут верить или не верить в дьявола, но, без сомнения, испытывают те же чувства.

ОБ АВТОРАХ

Сахоко Кадзи – экономист, профессор университета. Много путешествовала по миру. Приезжая в Японию, наслаждается мягкой натурой японцев и течением японской жизни. За границей упивается западной эмансипацией и независимостью, однако то и дело ловит себя на том, что проверяет, действительно ли за ней выехало такси, которое должно доставить ее в аэропорт. Если абстрагироваться от этой типично японской страсти к точности и аккуратности, Сахоко Кадзи – человек особый. Восток и Запад так долго влияли на нее, что Сахоко поняла: она не принадлежит ни к той, ни к другой культуре, а просто парит где-то посередине.

Норико Хама – служащая одной из японских транснациональной корпорации. Она экономист и питает особый интерес к экономическому развитию Европы. Жила в Британии с 8 до 12 лет, потом была «пересажена» в японскую образовательную систему. В 90-е годы вернулась в Лондон, на сей раз в рабочую командировку, и провела там еще 8 лет. Норико часто приглашают на радио и телевидение поделиться своими взглядами на состояние экономики в Европе и в Юго-Восточной Азии. Свой успех она объясняет весьма своеобразно: нужно иметь твердое убеждение в том, что ты абсолютно права, а все остальные не правы – только так можно добиться признания в этой профессии.

Джонатан Райс – консультант по менеджменту. Специалист по объяснению европейцам японского делового стиля и деловой тактики – и наоборот. Школьные годы провел в Токио, поступил на работу в японскую компанию по производству электронных товаров, совершил восхождение на гору Фудзи. Любит есть японскую лапшу и любоваться цветущей вишней, но спокойно может прожить без японских предвыборных кампаний и тамагочи. Его восточно-западную природу лучше всего отражает тот факт, что в Японии в сезоне 1972 года он был признан лучшим подающим в крикете.