

# КАК САМУРАЙ СТАЛ ДЕНДИ

Юлия Жук



Я брела по улицам Токио, от нечего делать разглядывая пешеходов. Странно, но на глаза мне не попадалось ни одного небрежно одетого мужчины: в растянутой футболке, старых грязных джинсах, рваных кедах. Дело тут не только в аккуратности: что-то было еще... Вгляделась повнимательнее в мужские лица – и заметила на них легкий макияж! Мимо меня проходили мужчины самого разного возраста – от 20 до 50 лет, – и у многих я замечала на лице тональный крем, бесцветный блеск для губ, подведенные контуры бровей! Чуть не забыла: надо купить подругам подарки – косметику. Захожу в универмаг, и что же вижу? Прямо перед трюмо для макияжа сидит молодой человек лет 30, а симпатичная продавец-консультант широкими мазками накладывает ему на чисто выбритое лицо что-то явно напоминающее пудру.

Я всегда представляла себе японских мужчин самураями, сильными и патриархальными, очень сдержанными и в речи, и в быту. Конечно, средства по уходу за кожей давно стали атрибутом жизни за-

падного мужчины, и «метросексуал» сейчас звучит почти как «герой-любownik». Но не в старонравной же Японии!

Оглядываюсь вокруг – и вижу рекламу косметики, которая обещает превратить обычного японца в красавца. Реклама повсюду! Над выходом замечаю огромный билборд салона красоты для мужчин «Дом для денди», лицом которого является не кто иной, как сам Ричард Гир. Потом я встречала эту рекламу повсюду: в метро, на уличных вывесках, в газетах и даже на оконном стекле такси.

Я забываю про подруг и начинаю покупать всякую всячину для знакомых мужчин. Оказалось, что разнообразие на мужских прилавках ничуть не меньше. Особенно мне запомнился набор для ухода за бровями: он состоял из ножниц, специальной щеточки, пинцета и разглаживающей лопатки. Даже у меня нет такого продвинутого оборудования!

Вечером, за ужином, я спросила своего друга-японца, почему и когда произошли такие перемены. Он рассказал мне, что в Японии за последние сорок лет стало очень важным, чтобы все выглядело милым – даже не красивым, а по-детски хорошеньким. Это называется «каваи» – в переводе с японского «милый». Все должно быть «каваи» – от банковской карточки до мельчайших деталей одежды или интерьера. Ведь для японцев так важны две вещи: качество и детали. Последнее время эта тенденция отразилась и на мужчинах: теперь они тоже должны быть ухоженными и «каваи». А в ответ на мои рассуждения о современных японских самураях мой друг просто рассмеялся... ■

*Все должно быть «каваи» –*

*от банковской карточки до*

*мельчайших деталей одежды.*

иллюстрация: кэйко кобаяси