

КУЛЬТУРА ПОВСЕДНЕВНОСТИ

ИНУХИКО ЁМОТА

ТЕОРИЯ  
КАВАИИ



КУЛЬТУРА ПОВСЕДНЕВНОСТИ



Новое  
Литературное  
Обозрение



四方田 犬彦

「かわいい」論

ちくま新書 578

筑摩書房

東京 2006

ИНУХИКО ЁМОТА  
ТЕОРИЯ КАВАИИ

НОВОЕ  
ЛИТЕРАТУРНОЕ  
ОБОЗРЕНИЕ  
МОСКВА

2018



УДК 930.85(520)  
ББК 63.3(5Япо)-7  
Ё60

Редактор серии Л. Оборин

**Ёмота, И.**  
Ё60 Теория каваяи / Инухико Ёмота; пер. с японского, вступ. статья А. Беляева. — М.: Новое литературное обозрение, 2018. — 216 с.: ил. (Серия «Культура повседневности»)

ISBN 978-5-4448-0727-9

Современная японская культура обогатила языки мира понятиями «кавайи» и «кавайный» («милый», «прелестный», «хорошенький», «славный», «маленький»). Как убедятся читатели этой книги, Япония просто помешана на всем милом, маленьком, трогательном, беззащитном. Инухико Ёмота рассматривает феномен каваяи и эволюцию этого слова начиная со средневековых текстов и заканчивая современными практиками: фанатичное увлечение мангой и анимэ, косплей и коллекционирование сувениров, поклонение идол-группам и «мимимизация» повседневного общения находят здесь теоретическое обоснование. Сопоставляя каваяи с другими уникальными понятиями японской эстетики, автор размышляет, действительно ли каваяи представляет культуру Японии? Инухико Ёмота — известный японский ученый-гуманитарий: семиотик, литературовед, киновед, переводчик, приглашенный профессор в нескольких японских и зарубежных университетах, автор почти ста книг.

УДК 930.85(520)  
ББК 63.3(5Япо)-7

© 2006 YOMOTA Inuhiko

Все права защищены.

Впервые опубликовано в Японии.

Перевод на русский язык публикуется по соглашению с Инухико Ёмота и THE SAKAI AGENCY.

© А. Беляев, перевод с японского, вступительная статья, 2018

© ООО «Новое литературное обозрение», 2018

## ПРЕДИСЛОВИЕ ПЕРЕВОДЧИКА

Александр Беляев

Слово *каваи* — самое частое оценочное прилагательное в японской речи 1990–2000-х годов. Сейчас, судя по всему, спрос на него падает, но как само слово, так и соответствующая предметная область продолжают играть огромную роль в Японии и за ее пределами. Автор этой книги, профессор Инухико Ёмота, признается, что *каваи* — понятие трудноуловимое и оттого трудноописываемое, однако действительно значимое и даже проблемное для современной культуры, преимущественно молодежной. «Теория *каваи*» — пионерское исследование, и в этом его отдельная ценность. Тем, кто сталкивался с явлением, наверняка будет любопытно узнать, как его изучает современный японский исследователь, сопоставить его соображения, наблюдения и пафос с собственной интуицией. Но и для тех, кто никогда не сталкивался с *каваи*, эта книга вполне может оказаться интересной просто потому, что она про японскую культуру вообще. По своему пусть и скромному, но все же опыту слушания японских лекций и чтения японской эссеистики я точно знаю: о чем говорит или пишет японский профессор — совершенно неважно. Если он профессор, что называется, крутой, матерый, многоопытный и всякое повидал — интерес и интеллектуальная пища гарантированы. Разумеется, это относится не только к японским профессорам (ремарка для тех, кому вдруг придет в голову

причислить меня к клану мифологизирующих и воспевающих японскую уникальность и неповторимость).

Передо мной как автором предисловия встают несколько непростых задач.

Первая и главная: как-то сообщить читателю (которого, надо сказать, я представляю себе весьма приблизительно), что называется, *о чем эта книга*. Здесь сразу же возникает следующая трудность: к кому обращено мое предисловие? К фанатам манги и анимэ, к косплейщикам, которые «прошарены в теме» куда больше моего, но, понятное дело, ничего кроме манги, не читают (ребята, не обижайтесь, но это правда так)? Или мне ориентироваться на так называемый *широкий круг интересующихся Японией*? Стоит ли мне, вслед за автором, попытаться описать явление *каваи* — и вообще, подойти к вопросу с точки зрения так называемой японской традиционной культуры или с позиций современной японской (читай: глобализированной, постмодернистской) гуманитарной мысли? От какой печки вообще плясать? Когда я переводил книгу, меня не покидало ощущение, что такой же мильон терзаний бушевал и в сердце японского автора, пока он писал свой труд. «Некавайное это занятие — писать книгу о *каваи*», — признается профессор Ёмота ближе к концу своего труда. Иначе говоря, «немилое это занятие — рассуждать о милоте».

## Об авторе

Инухико Ёмота (р. 1953) — известный японский ученый, можно сказать, звезда. Список университетов, в которых он преподавал, впечатляет. Из японских — это Токийский университет, университет Мэйдзи Гакуин (Токио), университет Акита, университет Тоё (несколько кампусов, включая Токио, а также префектуры Сайтама и Гумма). Из зарубежных — Колумбийский, Болонский, Тель-Авивский, университет Приштины

(Косово), университет Чунан (Сеул). Крут интересов профессора Ёмота достаточно широк: это сравнительное литературоведение, семиотика (семиология), история кино (при этом сам автор не любит, когда его называют кинокритиком). Инухико Ёмота — автор более сотни публикаций. Он переводил на японский язык произведения Колина Уилсона, Пола Боулза, Эдварда Саида, Питера Брукса, Махмуда Дарвиша, Пьера Паоло Пазолини и Хилды Хилст. Автор книги «Столетняя история японского кинематографа». Публиковался в журналах «Синэмагура» («Синематека») и «Джи-Эс Таносии Тисики» («Веселая наука») вместе с известными японскими «постмодернистами» Акирой Асадой (р. 1957) и Кодзином Каратани (р. 1941). В одном интервью\* Ёмота-сэнсэй признается, что если какую-то из своих книг он и хотел бы увидеть в переводе на иностранные языки, то это как раз «Теория *каваи*». Что ж, исполняем просьбу японского профессора.

### *На подступах к каваяи*

В сообществах любителей японской поп-культуры (главным образом манги и анимэ) понятие *каваи*, безусловно, известно и употребимо. По крайней мере, в рунете легко обнаружить статьи, дающие общее представление, о чем речь. Однако мне представляется, что само явление, называемое *каваи*, универсально для определенного типа обществ, просто в Японии оно бытует (или бытовало — об этом ниже) в несколько более утрированной форме, нежели в других странах. Попробуем в общих чертах указать на то общее поле оценок, к которому апеллирует термин. Если выйти за пределы японо-ориентированных фанатских субкультур и вспомнить

---

\* Inuhiko Yomota. [www.midnighteye.com/interviews/inuhiko-yomota/](http://www.midnighteye.com/interviews/inuhiko-yomota/) (дата обращения 08.09.2017).

знакомые, как мне кажется, практически всем примеры *каваи* и *кавайного* сознания и отношения к окружающему миру «у нас», то первым делом в голову приходит засилье котиков в современном фейсбуке. Это весьма заметный тренд, суть которого связана с *умилением* и *милотой*. На более общем уровне речь может идти о «ми-ми-ми-шной», сюсюкающей (преимущественно женской или детской) манере общения, которая заключается в преувеличенной склонности умиляться всему, хоть сколько-то достойному умиления. Симптоматика примерно ясна. Пока что остановимся на этом предварительном представлении, зафиксировав, что какие-то рефлекс *кавайного* сознания и поведения нам знакомы. *Каваяи* в современном мире — это *умильность*, *умилительность*, *милота*, *приятность*, а также связанное с этим желание — я специально использую современный сленг — *обуютить* (а значит, обезопасить) собственное окружение. Где-то рядом находится немного схлынувший в последнее время *гламур*, все розовое и пушистое.

Разумеется, описанная тенденция связана с определенной стадией развития обществ вообще. В Европе первые симптомы того, что впоследствии может попасть в указанный тренд, возникают в эпоху романтизма, приобретают несколько утрированные формы в рамках сентиментализма, по-своему преломляются в эпоху модерна и постмодерна. Буржуазное, богатое, позволяющее себе праздность общество может позволить себе те вещи и тот модус поведения, которые предполагают *умиление*, *изнеженность*, *негу*.

В Японии *каваи*, японская специфичность которого под вопросом, по мнению Ёмоты, обнаруживается уже в X–XI веках, доказательством чему служит знаменитый пассаж из «Записок у изголовья» Сэй-Сёнагон, анализируемый в этой книге. Те или иные примеры *кавайного* мышления и взгляда на мир автор находит у Ихары Сайкаку, Осаму Дадзая и т. д., вплоть до новейшего времени. Отдельный важный вопрос,

возможно, праздный и не имеющий ответа: то *каваи*, которое связано с японским Средневековьем, и то *каваи* (мода на *каваи*), которое окружает японского человека конца XX — начала XXI века, — это проявления одного и того же отношения или же совсем разные вещи?

Одно обстоятельство представляется достаточно очевидным: хэйанское *каваи*, если оно имело место — то есть осмыслялось как таковое, — было явлением внутренним, придворным, частным, куртуазным. Современное *каваи*, специфика его возникновения и бытования, связаны с экспортом культуры, культурной экспансией, политикой «мягкой силы», проводимой Японией отчасти вслед за Америкой в XX веке. И здесь требуется краткий исторический экскурс.

Япония на протяжении всей своей истории отличается завидным умением заимствовать те или иные предметы и формы культуры у соседей, а затем «одомашнивать» импортированное и доводить его до такого состояния, что в скором времени приобретенное уже воспринимается как свое, японское, национальное, уникальное. С раннего Средневековья основными «культурными донорами» для Японии были Китай и Корея. Государственное устройство, планировка и архитектура столичных городов, система императорской власти, письменная культура, буддизм, конфуцианство и прочие достижения китайской мысли и технологии плотно вошли в японскую плоть и кровь. За редким исключением (например, эпизод под названием «торговля с южными варварами» в XVI–XVII веках, когда в Японию завезли христианство, порох и огнестрельное оружие, каковые, правда, в то время не особенно прижились на островах: весьма ярко события этого времени описаны в романе Сюсаку Эндо «Молчание»\*, который недавно был экранизирован Мартином Скорсезе) положение дел в отношении культурного донорства не менялось вплоть до второй половины

---

\* 1966; рус. пер. — 2008.

XIX века. С началом периода Мэйдзи (1868–1912), в ходе которого осуществлялась стремительная вестернизация Японии, вектор развития резко сменился и главными ориентирами для Японии как в культурном, так и в технологическом плане стали страны Европы и Америка. Чтобы избежать неприятной перспективы превратиться в колонию, страна должна была занять достойное («подобающее») место среди «мировых держав». После примерно двух с половиной веков изоляции (период Токугава, 1603–1868) неожиданно для себя самой и отнюдь не по своей воле Япония оказалась в новом, современном мире, в мире *modernity*. Необходимо было стремительно обучиться всему новому и попытаться пройти за пятьдесят лет тот путь, который Европа прошла за несколько веков. О стрессовом характере Нового времени для японской культуры говорит замечательный японский писатель Нацумэ Сосэки (1867–1916) в своей лекции «Развитие современной Японии» (1911):

Основной вопрос заключается в том, чем отличается современное развитие Японии от развития в общем случае. Отвечая на него вкратце, я сказал бы, что развитие на Западе (или просто развитие) происходит спонтанно и в соответствии с присущими развивающемуся объекту внутренними свойствами. В то же время развитие Японии обусловлено внешними факторами. Когда я говорю о спонтанности, о внутренней обусловленности, я имею в виду естественный процесс, происходящий изнутри, как распускание цветка. Бутон раскрывается, разворачиваются лепестки. Внешне обусловленный процесс, напротив, управляется внешней силой. Можно сказать, что развитие на Западе происходит естественно и непрерывно, как движение облаков по небу или течение воды в реке. Со времен реставрации Мэйдзи развитие Японии происходит совершенно иначе. Безусловно, у любой страны есть соседи, которые оказывают на нее известное влияние. Япония не была совершенно изолирована, и ее развитие порой испытывало сильные влияния со стороны государств

Корейского полуострова и Китая. Тем не менее на протяжении большей части своей истории Япония развивалась самостоятельно. Если можно так выразиться, Япония 200 лет была под наркозом, а контакт с западной культурой сбросил ее с койки. В нашей истории не было примеров влияния более сильного, чем это. Это резкий и болезненный удар по ее развитию.

Как я уже говорил, Япония, развивавшаяся до этого момента самостоятельно, была принуждена отказаться от самоконтроля и под влиянием внешней силы следовать за ней. Япония находится в этой ситуации уже 40 или 50 лет, и все это время мы испытываем постоянное неослабевающее давление внешней силы. Это совсем нелегкий внешний стимул. Мы постоянно находились под давлением и, видимо, останемся под ним на ближайшие десятилетия, а то и навечно. Если, конечно, сможем это пережить и вынести. Эту ситуацию нужно воспринимать как вынужденное развитие. Причина проста. Как я уже говорил, культурный прогресс или цивилизация на Западе, с которой мы вступили в контакт 40 или 50 лет назад и которую мы не можем более избегать, в десятки раз эффективнее в смысле сохранения энергии. Запад может предложить нам в десятки раз больше способов расходовать энергию на удовольствия. Возможно, это неудачное объяснение. Наше внутреннее развитие привело нас к некоторому уровню технологии. Вдруг на нас совершенно неожиданно обрушивается цивилизация, в десятки раз более развитая технологически. В силу ее давления мы вынуждены развиваться неестественным для нас способом. Поэтому развитие Японии так непохоже на безмятежную прогулку по улице\*.

Тем не менее ничего не оставалось, кроме как учиться у Запада. Японские студенты (и Сосэки в том числе) отправлялись на стажировку в Европу, набирались опыта, накапливали

---

\* С изменениями цитируется перевод К. Нобутоси и А. Друнина под редакцией А. Гуревича.



представления о европейских странах — в результате стало понятно, что именно у какой страны целесообразнее всего заимствовать. Так, Германия явилась эталоном в области медицины и нового государственного порядка: даже здание японского парламента с архитектурной точки зрения — это копия Бундестага. Англия сыграла свою роль в строительстве дорог (в том числе железных) и левостороннем взгляде на уличное движение. Россия стала первой крупной европейской державой, над которой Япония одержала победу в своей первой «международной» войне, что не помешало русской, а также французской литературным традициям повлиять на новый японский роман. Послевоенная Америка научила японцев торговать по-новому, строить небоскребы и корпорации, слушать и исполнять джаз, играть в бейсбол.

Обладая феноменальной способностью к обучению и заимствованию иноземного опыта, японцы взяли что могли у стран Запада, но вскоре перед ними встал вопрос: «А что мы можем дать западу, чем мы можем завоевать уважение и любовь Америки и Европы?» Пристрастия и вкусы людей Запада, впервые оказавшихся в Японии, вполне укладывались в уже известную и отработанную парадигму «ориентализма» и «экзотики», известную с начала эпохи великих географических открытий, с присущей ей модой на «колониальные товары». В данном случае объектами внимания стали лаковые шкатулки, керамика, кимоно, гравюры *укиё-э*, *нэцкэ* и прочие изделия ручного промысла. Все это в том или ином объеме было с успехом вывезено и продемонстрировано широкой европейской публике на многочисленных всемирных выставках конца XIX века, благодаря чему, с одной стороны, возникла невероятная мода на Японию, но с другой — с неизбежностью обнаружился ряд искажений в восприятии. Искусство и промыслы, никогда не имевшие высокого, элитарного статуса у себя на родине, стали представлять страну для западного зрителя и потребителя.

Проблема репрезентации себя перед лицом Запада в качестве страны с уникальной культурой оставалась актуальной для Японии на протяжении XX века. Послевоенные японские технологические достижения общеизвестны и не могут быть подвергнуты сомнению. Японская техника покорила мир и стала синонимом абсолютного качества. Японская литература, особенно левого толка, переводилась в Советском Союзе, благодаря чему такие имена, как Рюноскэ Акутагава, Кобо Абэ, Кэндзабуро Оэ, заняли прочное место на полке и в сознании советского читателя иностранной литературы. С приходом эпохи визуальной культуры Япония завоевала мировые экраны своими мультфильмами. Однако вопрос о «японскости» той книжной и визуальной продукции, которую современная Япония предлагает миру, остается открытым. В конечном счете это вопрос о том, что считать японским, вопрос «традиционной культуры».

В 1983 году вышла в свет книга британского историка-марксиста и философа Эрика Хобсбаума под названием «Изобретение традиции». По мнению автора, на которого, к сожалению, не ссылается Ёмота, так называемые «традиции» и «обычаи» (между которыми Хобсбаум проводит четкую границу) зачастую являются искусственно созданными, а не исторически укорененными в той или иной культуре. Концепция Хобсбаума считается спорной и вряд ли может претендовать на абсолютность описания ситуации, однако нечто важное в ней уловлено. Существует ряд примеров «традиций», изобретенных и даже навязанных современной политической ситуацией: от политического ислама до политического синтоизма в Японии периода Мэйдзи. Поэтому при столкновении с неким культурным феноменом, который претендует на универсальность и историчность, мне кажется, важно учитывать склонность современников усматривать «традиционность» там, где имеет место изобретательность.

В ситуации с *каваии*, похоже, гораздо важнее не сам феномен, но тот механизм «раскрутки», который пущен в ход при

его внедрении. Япония смогла-таки сформировать и сформулировать некий образ себя, символический канон собственной репрезентации. Сакура, Фудзияма, высокоскоростные поезда, суши, гейши и самураи — как в постмодернистском фильме или романе — действуют синхронно, одновременно, без исторической привязки. Задача у всех этих вещей одна — создать привлекательный для внешнего потребителя (в рыночном смысле) образ Японии, и надо сказать, что задача эта с успехом выполняется.

Популярность Японии в конце 1990-х — начале 2000-х годов была в России рекордной и ошеломляющей. Вспомнить хотя бы мой личный опыт: мое студенчество, предполагавшее изучение японского языка, культуры и литературы, совпало, с одной стороны, с массовым открытием суши-баров в Москве, с другой — с первыми переводами Харуки Мураками на русский. Мураками-бум разразился буквально через несколько лет. Мода на японскую литературу позволила «всплыть» другим современным авторам, возможно, более «японским», чем Мураками, но не ставшим столь же популярными: однофамилец Мураками по имени Рю, Банана Ёсимото, Сю Фудзисава, Масахико Симادا, Ёко Тавада и другие. Выходит двухтомник переводов японской прозы «ОН/ОНА» (М.: Иностранка, 2001). Наряду с современными авторами переиздается древняя классика и заново издается классика XX века: Юкио Мисима, Ясунари Кавабата, Осаму Дадзай, Нацумэ Сосэки, Дзюнъитиро Танидзакэ и многие другие. Выходят авторские монографии и коллективные сборники отечественных японоведов — переводчиков, историков и филологов: А. Н. Мещерякова, М. В. Торопыгиной, А. А. Долина, М. В. Грачева и других. Быть студентом-японистом и учиться в такой ситуации — все равно что оказаться в центре циклона: внутри — спокойно и комфортно, но вихрь (божественный ветер) вокруг распространяется на большое расстояние.

Помимо книг, новая волна популярности захлестывает японский кинематограф и анимацию. Такэси Китано,

Мамору Осии, Хаяо Миядзаки и еще масса имен превращаются в культурные коды, своего рода пароли, передаваемые за пределы своего, узкого круга любителей и профессионалов-японистов. Ежегодно проходит фестиваль «Японская осень»... всего не упомнить. На волне общей популярности Японии возникают круги и сообщества любителей японских комиксов манга и японской мультипликации анимэ. *Кавaisu*, как некий тренд 1990–2000-х годов, связан в первую очередь с визуальной анимэ-культурой.

### *Особенности жизни в современной Японии*

Иностранцу, хоть как-то знающему японский язык и в первом приближении знакомому с японской культурой, реальная сегодняшняя Япония зачастую представляется раем на земле. Волшебные острова, где все уютно, чисто, правильно, упорядоченно, четко и бесконфликтно. Япония умеет очаровывать. Сочетание «древнего» (все того же «традиционного», находящегося в подвешенном состоянии по Хобсбауму) и современного поражает. Те, кто приезжает в Японию, чтобы изучать ее культуру и язык, не могут нарадоваться: все условия, все библиотеки, музеи и сама городская жизнь только способствуют. Бери и изучай. Однако приезжий, турист или стажер-исследователь едва ли в состоянии на своей шкуре испытать, какой ценой дается японцам (и показывается иностранцам) этот рай на земле.

Японское общество жестко зарегулировано. Любая жизненная ситуация предполагает четкое понимание правил игры. В этом — залог предсказуемости, а значит, возможности планирования и успешности любой коммуникации и деятельности. В крупных городах Японии практически невозможно встретить празднующего человека, даже в парке. Такое впечатление, что японец даже отдыхает планомерно,

качественно, изо всех сил, старательно и так, как положено. На все проявления японской жизни накладываются рамки под названием «стыд» и «долг». Общение по-японски подразумевает необходимое качество, которое буквально переводится с японского словосочетанием «читать воздух»: имеется в виду стремление угадать мысли и настроения собеседника. Зачастую такого рода обоюдная деликатность замедляет и осложняет «разговор по существу». В любом случае понятно, что все это невероятно тяжело и сложно, и такая специфика жизни приводит к перманентному стрессу. Японское общество нацелено на бесконфликтность, поэтому одним из «громоотводов» становится та самая уютность и милота, о которой у нас шла речь вначале. Могу засвидетельствовать: общение с японцем — процесс невероятно уютный и приятный. Выражается это в жестах, интонациях, взглядах — во всех возможных вербальных и невербальных, лингвистических и паралингвистических проявлениях собеседников. Отдельно стоило бы сказать о специфических кратких разговорных формах глагольных окончаний и подобиях уменьшительно-ласкательных суффиксов, которые звучат крайне мило по сравнению с обычными грамматическими и лексическими формами, но погружаться в такие лингвистические тонкости было бы не слишком кавайно. Мягкость, вежливость, предупредительность, забота, чуть ли не нежность — иным словом, кавайность — буквально разлита в японской коммуникации. Всем приятно, у всех хорошо на душе, а это залог того, что общение будет успешно продолжаться.

Однако кавайность, детскость и безобидность выражаются и проявляются не только на языковом уровне. Миниатюрные вещицы, аксессуары — всевозможные невообразимые брелоки и прочие висюльки — неременный атрибут внешнего вида жителя Токио вне зависимости от пола и возраста. Брелоками, шнурочками, оберегами и ленточками увешано буквально все — от сумок до мобильных телефонов, причем

последние иной раз украшены целыми гроздьями брелоков, полученных в подарок. Когда я в Токио потерял мобильный телефон и пришел в полицейский участок заявить о пропаже, мне дали анкету, в которой спрашивалось: имелись ли на телефоне брелоки? Если да, то перечислите какие. Это поможет в поиске.

Японский служащий, клерк, профессор или любое другое должностное лицо может прийти на работу в галстук с орнаментом Hello Kitty, а запонки на его манжетах могут быть в виде покемонов. Означенные детали туалета мгновенно станут поводом для комплиментов и предметом обсуждения: дескать, какой милый Танака-сан!

В одном из номеров журнала «Ниппония», который знакомит иностранного читателя с японской жизнью, был помещен небольшой, но достаточно показательный материал «Привлекательный мир *кавайи*», в котором об этом феномене рассуждают журналисты и дизайнеры. Вот самые яркие отрывки из него\*:

**Соитиро Исихара, журналист:** Сегодня японцы говорят «*Кавайи!*» («Как мило!») практически обо всем, что находят привлекательным. Забавно, что мы используем одно и то же слово, говоря о манекенщице Эби-тян, борце сумо Такамисакари и юмористах из коллектива «Ангарз» («Ungirls»). Еще недавно слово «*кавайи*» считалось подходящим лишь для описания симпатичного ребенка или животного, теперь же оно расширило границы своего значения и употребляется по отношению к чему угодно. Это может привести в замешательство, но ведь, по сути, во фразах «Какой прелестный ребенок!» и «Китти — просто чудо!» (имеется в виду персонаж Hello Kitty. — А. Б.) прилагательное «*кавайи*» употребляется в очень близких значениях. <...> Еще относительно недавно взрослый человек едва ли мог

\* См.: [web-japan.org/nipponia/nipponia40/ru/feature/index.html](http://web-japan.org/nipponia/nipponia40/ru/feature/index.html).

произнести слово «*кавайи*», не покраснев при этом. Женщины начали употреблять это слово в разговоре с мужчинами старшего возраста всего около десяти лет назад. Теперь они даже могут сказать руководителю компании, в которой работают: «У вас такие милые (используется слово «*кавайи*») очки», — или заметить своему непосредственному начальнику: «По-моему, твой пивной животик — просто чудо».

**Каэко Канно, дизайнер:** И Китти, и, к примеру, мультипликационный персонаж Дораэмон оба коротконогие и пухленькие, а голова у них по размеру примерно равна туловищу. Это и делает их милыми. <...> В наши дни фраза «Прелесть какая!», слетевшая с уст женщины, которая чем-то впечатлена, кажется вполне естественной. Раньше подобные восклицания дамы держали бы при себе. Общественные ценности и понимание прекрасного коренным образом поменялись.

**Кадзуюки Обата, журналист:** В прошлом социальные стереотипы ориентировали человека на рост и развитие. Фоном для подобных установок служила и общая нацеленность нации на мощный экономический рост. В большей или меньшей степени Япония достигла желаемого уровня, и сегодня давление былых идеалов зрелости в поведении и речи не ощущается столь сильно. Вероятно, это одна из причин создавшейся ситуации.

Кадзуюки Обата, участвующий в этом разговоре, — скорее противник засилья *кавайи*. В статье «Что скрывается за словом „кавайи“?» он пишет, в частности:

Я из тех людей, которые не принимают всех этих «славных», «милых» вещей. С детства я держал дома животных, однако я не хочу быть окружен «прелестными» нарисованными зверьками. <...> Я не утверждаю, что мода на этих персонажей — это плохо или, наоборот, хорошо. Я только искренне желаю научить своего ребенка ценить прежде всего мир живой природы. Сложность в нашем случае заключается в том, что мы живем в Токио,

средоточии мира *каваи*, удаленном от природной среды. Поэтому в одной из комнат дома я установил аквариум, куда запустил пойманного мной в загородной реке карася. В такой безобидной форме я выражаю свой протест против вездесущего *каваи*. К сожалению, я пока не заметил в моем ребенке интереса к самодостаточному миру природы, поселившемуся в этом маленьком аквариуме. Может, караси недостаточно «милы»... Но сдаваться я не собираюсь — непременно попробую придумать что-нибудь еще.

### *Как наука может говорить о каваяи?*

Коль скоро мы находимся в научно-популярном дискурсе, интересно, каким образом явление *каваи* может быть описано с позиции гуманитарных дисциплин.

Ёмота предлагает в своей книге несколько подходов: социологический, лингво-компаративистский, сравнительно-литературоведческий. Прочтя книгу, читатель может сам удостовериться (или разочароваться) в объяснительной силе этих методов. Мне же хотелось бы наметить возможности приблизиться к пониманию феномена, не вошедшие в книгу автора: надеюсь, они увлекут читателей, среди которых, возможно, есть будущие исследователи японской культуры.

Известный лингвист Анна Вежбицкая пишет в своей книге «Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики»:

К задаче описания культуры можно подходить по-разному, но мне кажется, что один из наиболее эффективных и показательных способов ее решения состоит в том, чтобы, следуя лингвистической модели, описать «ключевые слова» (воплощающие ключевые для данного общества культурные концепты)



и «грамматику культуры» — то есть интуитивные законы, формирующие особенности мышления, чувствования, речи и взаимодействия людей\*.

Этот фрагмент взят из раздела «Японские культурные сценарии: психология и «грамматика» культуры». В нем говорится о *самоумалении* и *самоуничижении*, которые характерны для японской коммуникации. Это явно соотносится с той «компактностью», о которой идет речь в книге Ёмоты. Специфика *кавайного* общения вполне могла бы найти свое толкование в книге Вежбицкой. Странно, что об этом достаточно «ключевом» концепте не идет речи в ее исследовании. Тем не менее попытаемся описать ситуацию *каваи* в терминах лингвистических примитивов по Вежбицкой:

Я вижу нечто *милое*.

Это нечто *милое* связано с некоторым участником ситуации. Он может быть носителем (обладателем) этого *милого*, либо же мы оба — внешние наблюдатели ситуации.

Я считаю необходимым сказать об этом.

Говоря об этом, я использую слово *каваи*.

Говоря *каваи*, я желаю выразить положительную оценку наблюдаемого объекта.

Говоря *каваи*, я хочу вызвать приятную реакцию собеседника.

Я ожидаю адекватной реакции со стороны собеседника (со участника ситуации).

Если собеседник — носитель (обладатель) *каваи*, он отвечает мне благодарностью.

---

\* Вежбицкая А. Сопоставление культур через посредство лексики и грамматики / пер. А. Д. Шмелева. М.: Языки славянской культуры, 2001. С. 123.

Если собеседник — такой же внешний наблюдатель ситуации, как и я, он реагирует на ситуацию аналогичным образом, повторяя слово *каваи*.

## *Каваи* в русской литературе. Краткий обзор

В своей книге Ёмота рассматривает примеры *каваи* из японской литературы. Любопытно отыскать нечто подобное в литературных традициях других стран и составить своеобразную историю мировой литературы с точки зрения *каваи*: мысли о написании специфических историй такого рода постоянно встречаются в трудах Ролана Барта.

Буквально несколько набросков к коллективному портрету *каваи* из русской литературы. Чеховская «Душечка». «Бедная Лиза» Карамзина. Издательства Грибоедова открывают страницу «кавайных зверюшек» в русской литературе: «Ваш шпиг — прелестный шпиг, не более наперстка! / Я гладил все его; как шелковая шерстка!» Наташа Ростова, Кити (хэллоу, Китти!), Долли (хэллоу, Долли!)... отношение Толстого к *милому*, женственному, кокетливому заслуживает специального пристального рассмотрения. Предварительный вывод: в нашей классике женская *милота* и трогательность соседствуют, с одной стороны, с трагедийным, роковым началом, а с другой — с недостатком ума у ее обладательниц (в глазах авторов-мужчин, разумеется).

Пожалуй, самым ярким и центральным примером *каваи* в нашей литературе можно считать набоковскую «Камеру обскуру». Роман начинается так:

Приблизительно в 1925 г. размножилось по всему свету милое, забавное существо — существо теперь уже почти забытое, но в свое

время, т. е. в течение трех-четырёх лет, бывшее вездесущим, от Аляски до Патагонии, от Маньчжурии до Новой Зеландии, от Лапландии до Мыса Доброй Надежды, словом, всюду, куда проникают цветные открытки, — существо, носившее симпатичное имя Схееру.

Рассказывают, что его (или, вернее, ее) происхождение связано с вопросом о вивисекции. Художник Роберт Горн, проживавший в Нью-Йорке, однажды завтракал со случайным знакомым — молодым физиологом. Разговор коснулся опытов над живыми зверьми. Физиолог, человек впечатлительный, еще не привыкший к лабораторным кошмарам, выразил мысль, что наука не только допускает изощренную жестокость к тем самым животным, которые в иное время возбуждают в человеке умиление своей пухлостью, теплотой, ужимками, но еще входит как бы в азарт — распинает живьем и кромсает куда больше особей, чем в действительности ей необходимо. «Знаете что, — сказал он Горну, — вот вы так славно рисуете всякие занятные штучки для журналов; возьмите-ка и пустите, так сказать, на волны моды какого-нибудь многострадального маленького зверя, например, морскую свинку. Придумайте к этим картинкам шуточные надписи, где бы этак вскользь, легко упоминалось о трагической связи между свинкой и лабораторией. Удалось бы, я думаю, не только создать очень своеобразный и забавный тип, но и окружить свинку некоторым ореолом модной ласки, что и обратило бы общее внимание на несчастную долю этой, в сущности, милейшей твари». «Не знаю, — ответил Горн, — они мне напоминают крыс. Бог с ними. Пускай пищат под скальпелем». Но как-то раз, спустя месяц после этой беседы, Горн в поисках темы для серии картинок, которую просило у него издательство иллюстрированного журнала, вспомнил совет чувствительного физиолога — и в тот же вечер легко и быстро родилась первая морская свинка Чипи. Публику сразу привлекло, мало что привлекло — очаровало, хитренькое выражение этих блестящих бисерных глаз, круглота форм,

толстый задок и гладкое темя, манера сусликом стоять на задних лапках, прекрасный крап, черный, кофейный и золотой, а главное — неуловимое прелестное — смешное нечто, фантастическая, но весьма определенная жизненность, — ибо Горну повезло найти ту карикатурную линию в облике данного животного, которая, являя и подчеркивая все самое забавное в нем, вместе с тем как-то приближает его к образу человеческого. Вот и началось: Чипи, держащая в лапках череп грызуна (с этикеткой: *Cavia sobaja*) и восклицающая «Бедный Йорик!»; Чипи на лабораторном столе, лежащая брюшком вверх и пытающаяся делать модную гимнастику, — ноги за голову (можно себе представить, сколь многого достигли ее короткие задние лапки); Чипи стоймя, беспечно обстригающая себе коготки подозрительно тонкими ножницами, — причем вокруг валяются: ланцет, вата, иголки, какая-то тесьма... Очень скоро, однако, нарочитые операционные намеки совершенно отпали, и Чипи начала появляться в другой обстановке и в самых неожиданных положениях — откалывала чарльстон, загорала до полного меланхолизма на солнце и т. д. Горн живо стал богатеть, зарабатывая на репродукциях, на цветных открытках, на фильмовых рисунках, а также на изображениях Чипи в трех измерениях, ибо немедленно появился спрос на плюшевые, тряпичные, деревянные, глиняные подобию Чипи. Через год весь мир был в нее влюблен. Физиолог не раз в обществе рассказывал, что это он дал Горну идею морской свинки, но ему никто не верил, и он перестал об этом говорить.

Набоков дает краткий и исчерпывающий анализ механизма работы *каваи*. С одной стороны — мода, *милота*, трогательное очарование вымышленного зверька, при этом тут же — цинизм, вивисекция (Набоков не может не издеваться над этим символом массовой культуры), а с другой — настоящая, «реальная» (даром что тоже выдуманная автором) жизнь с ее страстями и браунингами: Набоков вводит героя — знатока

живописи Бруно Кречмара, которому приходится разбирать дело о, как сказали бы сейчас, нарушении копирайта («Модный художник Кок написал портрет фильмовой артистки Дорианны Карениной. Фирма личных кремов приобретала у нее право помещать на плакатах репродукцию с портрета в виде рекламы своей губной помады. На портрете Дорианна держала прижатой к голому своему плечу большую плюшевую Чипи. Горн из Нью-Йорка тотчас предъявил фирме иск»). Параллельно в жизни Кречмара разворачивается любовная драма — он, никогда не изменявший жене, влюбляется в шестнадцатилетнюю капельдинершу из кинотеатра; ему в голову приходит даже «взять браунинг и застрелить незнакомку». Чем кончилось дело, мы помним.

В заключение мне хочется привести два контрастных примера того, как обстоит дело с *каваии* в современной поэзии:

*Сергей Гандлевский*

\* \* \*

Раскачивается волна  
и моет бережок.  
Он — рыцарь бедный, а она  
слаба на передок.  
У них с рассвета мимими —  
чаек, герань, уют,  
а ближе к вечеру они  
в сердцах тарелки бьют.

Не раз он вскидывал копьё,  
но в битвах тосковал  
по глупым возгласам ее —  
«прикольню», «блин» и «вау».

В конце концов, смахнув слезу,  
в ужасную грозу  
уплыл он по морю в тазу  
на голубом глазу.

Все, что здесь мелют о любви  
между двумя людьми, —  
херня, гори оно огнем,  
[.....] оно конем!  
Я — дядя с левою резьбой,  
с повинной головой.  
Вот я стою перед тобой,  
как лист перед травой.

*Анна Логвинова*

\* \* \*

Небо-то, небо!  
С ослепительным солнцем,  
с белоснежными облаками  
в форме чудовищ.

Кто-то, по-моему, очень хочет,  
чтоб они стали нами,  
а кто-то, кажется, хочет,  
чтобы мы с кем-нибудь в этом смысле  
поменялись местами.

А небо себе чудовищ найдет,  
на него, может быть, работает целый завод.

Посмотри, мы — вообще!  
Мы вообще — мимими!  
Нет, давай мы не станем чудовищами.

Мимими — это тоже ведь офигенно,  
мимими — это то, из чего можно сделать  
кремлевскую стену:

МиМиМиМиМиМиМи  
МиМиМиМиМиМиМи  
МиМиМиМиМиМиМи

## ГЛАВА 1. ФЕНОМЕН КАВАИИ

### *«Сейлор Мун» в Италии*

В 1994 году в университетском городке Болонья, где я некоторое время занимался историей кино, как раз перед началом летних каникул все афиши на столбах и стенах вокзала вдруг сменились. Перемена произошла повсеместно, но меня удивило содержание плакатов. Это был листок манги для девочек-подростков, изображавший девочку с золотыми волосами в матросской форме, которая обращалась ко мне с призывом: «Девочки, лето!» Незадолго до этого по всей Италии показывали анимэ про воинственную девочку «Сейлор Мун — луна в матроске»; мультфильм прогремел, и, соответственно, итальянские железные дороги развернули рекламную кампанию летнего отдыха. Рекламы висели на всех станциях, и когда я тем летом путешествовал по Италии, повсюду мне встречалось смеющееся лицо Усаги Цукино. Но это еще не все. В киосках на каждой станции продавался ежемесячный журнал манга про Сейлор Мун, который лежал на самом видном месте. Продолжалось это дело вплоть до последнего номера.

Болонья — дико спокойный городок, куда не забредают туристы. То ли оттого, что здесь находится старейший в мире



университет и масса букинистических лавок, то ли отчего-то еще, но когда я прогуливался среди колоннад тыквенного цвета, вся моя токийская жизнь последних месяцев с ее заботами и толкотней казалась мне чем-то нереальным. Но даже в этой Болонье нашлась пара специализированных магазинов с мангой, которые украшала дюжая пластмассовая кукла *made in Japan*, чем-то напоминая фигуры в храмах. Среди студентов, с которыми я познакомился, были молодые люди, увлекавшиеся девчачьими анимэ и разбиравшиеся в предмете гораздо лучше меня. На следующий год я покинул этот городок и вернулся в Токио. И тут до меня дошли слухи, что в Болонье открылся первый в Европе «Мандаракэ» — известный японский манга-букинист. Не в Париже, не в Амстердаме, а в Болонье. И мне показалось, что в этом нет ничего удивительного.

### *Япония, которая начинается с анимэ*

С тех пор как произошла та поразительная встреча в Болонье, по всему миру мне стали попадаться девочки в матросской форме. В том же году, когда я был в Пекине, на углу я увидел рождественские открытки с изображением этих девочек, дремавших под полной луной, а в кампусе венского университета на рекламном щите, призывавшем заниматься в некоем кружке по интересам, были обнаружены Усаги Цукино, кошка Луна и Такседо Маск. Через некоторое время после этого, в 2004 году, я преподавал в Косове, в Приштинском университете, в здании которого был устроен лагерь для беженцев. Пока сербы и албанцы яростно боролись в здании бывшей младшей школы, которое временно использовалось не по прямому назначению и куда меня несколько раз приглашали, по телевизору опять же крутили «Сейлор Мун». Анимэ показывали как есть, в оригинале — ни титров, ни перевода.

никаких пояснений. Несмотря на это, дети беженцев не могли оторваться от экранов, сидели как прикованные.

Люди со всего мира приобщались к японскому в первую очередь посредством этого самого типичного и известного мультфильма, «Сейлор Мун». Другой вопрос, насколько они осознавали, что это явление — японское. Здесь было нечто одновременно и ужасно близкое, и милое, и романтическое, и эмоциональное. Очень многие люди ощутили чувство близости к мультфильму, в котором содержалось столько девичьих страстей и эмоций. Так, *чисто случайно*, предметом всеобщих симпатий стала японская культура.

### *Каваи, покорившее мир*

Всерьез я задумался о прилагательном *каваи* еще до того, как столкнулся с «Сейлор Мун»: в то время — шел 1989 год — императору Хирохито (Сёва) было 87 лет, и его жизнь подходила к концу. Мне на глаза попало выражение: «Император невыразимо мил» (в статье было употреблено слово *каваи*) — так некая журналистка отозвалась об императоре в колонке одного еженедельника, продававшегося в то время. Такого выражения решительно не могли себе позволить ни социалисты, ни леваки, ни то поколение, молодость которого пришлась на военное время. Меня шокировал сам факт, но тогда я не мог точно понять, в каком смысле было употреблено это *каваи*. Может быть, журналистка хотела выразить сострадание к беспомощному пожилому человеку, дни которого сочтены? Или это снисходительная любовь и уважение к безвредному старичку? А может, здесь было ухвачено то ощущение мягкотелости в облике императора, некогда обладавшего величием, а теперь ставшего похожим на тряпичную куклу — шаблон, многократно транслируемый в теленовостях? Как бы то ни было, со словом *каваи* в его узком смысле было

покончено, отныне оно стало модным словечком более свободного употребления в зависимости от цели высказывания. Теперь под этим кукольно-детским прилагательным неявно подразумевался старик, в свое время приведший Японию к огромной катастрофе. В этой связи любопытен рассказ режиссера Кадзуо Хары\*: по его словам, одна из зрительниц, посмотревших его документальный фильм «Голая армия императора идет вперед», увидев реального Кэндзо Окудзаки\*\*, радостно воскликнула: «Кавайи!»

В 2000 году я побывал в Тайбэе и в Сеуле. В Тайбэе мне представился случай поговорить с молодыми людьми, фанатами всего японского. Когда я поинтересовался, чем же им так понравилась эта страна, последовал ответ: «Как? Ну, там же наверняка все такое кавайное!» «Если пристально приглядеться, то кавайным покажется даже то, что поначалу не выглядит таковым. И в этой метаморфозе столько кавайности!» Однажды на кинофестивале в Пусане Таданобу Асано\*\*\* поднялся на сцену для приветствия. В тот же миг окружившие сцену молоденькие девчушки хором завопили: «КА-ВА-И!» Для Кореи, где каких-то два года назад исполнение японских песен было строжайше запрещено, это было невообразимым зрелищем.

Спустя некоторое время в Токио на каникулы приехала моя коллега и знакомая\*\*\*\*, переводчица прозаика Кэндзи

---

\* Кадзуо Хара (原 一男, р. 1945) — японский кинорежиссер-документалист, автор картин «Прощай, ЦП» (1972), «Предельно личные отношения: Любовная песнь 1974» (1974), «Голая армия императора идет вперед» (1987), «Писатель всем телом и душой» (1994). — *Здесь и далее постраничные примечания принадлежат переводчику.*

\*\* Кэндзо Окудзаки (奥崎謙三, 1920–2005) — японский актер, анархист, сыграл сам себя в документальном фильме Кадзуо Хара «Голая армия императора идет вперед».

\*\*\* Таданобу Асано (浅野忠信, р. 1973) — известный японский актер и музыкант.

\*\*\*\* Скорее всего, имеется в виду Ив Циммерман (Eve Zimmermann), преподаватель колледжа Уэллсли.

Накагами\*, читавшая лекции в одном из университетов восточного побережья Америки. Она рассказала мне такую историю. Размышляя о том, как бы связать свой будущий курс с японской девичьей культурой, она забрела в огромный книжный магазин и оказалась просто-таки погребена под книжными полками, уставленными романами и сборниками эссе для девочек, фотоальбомами, книгами по дизайну и моде, а когда она увидела сбоку на стеллаже надпись «Girls' Culture» на английском, это произвело на нее настолько сильное впечатление, что она даже сделала несколько фотографий. Чтобы в Америке девочки пубертатного возраста составляли такую общественную ценность — этого просто быть не могло. Однако количество соответствующих полок в токийском книжном свидетельствует о том, насколько важное место в японской культуре занимает все, что имеет отношение к девочкам. К этому надо добавить несметное количество манги для девочек, а также книги и фотоальбомы, посвященные идол-группам и театру Такарадзука\*\*. Похоже, японская девичья культура явно находится на периферии научных исследований, решила моя коллега и вернулась в Америку, накупив своей дочке гору сувениров с Hello Kitty. В тот год «Унесенные призраками»\*\*\* получили Гран-при на Берлинском кинофестивале. В одной парижской галерее открылась выставка героев японской

---

\* Кэндзи Накагами (中上 健次, 1946–1992) — японский писатель, поэт, критик. Представитель касты *буракумин* — японских изгоев. Считается одним из самых интересных и радикальных авторов современной Японии. На русский язык переведен роман «Берег мертвых деревьев» (яп. 1977; рус. пер.: СПб.: Гиперион, 2012) и рассказ «Поклон издалека» (рус. пер.: Иностранная литература. 1993. № 3).

\*\* Идол-группы — поп-группы, состоящие из молоденьких девушек, чрезвычайно популярное явление в массовой культуре Японии. Театр Такарадзука — исключительно женский по составу труппы театр, находится в префектуре Хёго.

\*\*\* «Унесенные призраками» (2001) — анимэ режиссера Хаяо Миядзакки (р. 1941).

анимации под названием «KAWAII»; на биеннале в Венеции японский павильон устроил показ анимэшных красавиц. В Гарварде собрались молодые исследователи Восточноазиатского региона и устроили конференцию, посвященную феномену под названием «CUTISM»\*. По аналогии с дадаизмом и кубизмом это новое слово предполагает новое явление: «каваизм».

### *Правящая эстетика общества потребления*

Сегодня с явлением *кавайи* можно столкнуться повсюду. Прогуляемся по тем местам, где тусуется токийская молодежь, будь то район Сибуя или Харадзюку. Всякие изображения и условные обозначения на улицах, начиная с цифровых мониторов и заканчивая рекламой магазинов, — все сдобрено пряностью под названием *кавайи*. Здания банков, которые изначально должны были сохранять строгость; украшены многочисленными фигурками персонажей анимэ. Что касается прохожих, то они заняты поисками всяких мелочей в подарок друзьям, то и дело хватаясь за мобильные телефоны, к которым прицеплены грозди малюсеньких брелочков. Их сумки увешаны крошечными мягкими игрушками либо испещрены персонажами анимэ. Молодежная уличная мода, в отличие от лондонских панков или модов, не производит впечатления политизированной, несущей в себе культуру сопротивления. Молодежь *кавайна* и потому одевается соответствующе. Круглые значки *марумодзи* и «язык *Нори-Пи*» 1980-х, *отаку* 1990-х, наконец бум *моэ*\*\* 2000-х — пожалуй, можно сказать,

---

\* От англ. *cute* — милый.

\*\* *Марумодзи* — букв. «круглые значки», утрированно округленный почерк, популярный среди японских школьниц. Язык *Нори-Пи* — явление, связанное с идол-певицей Норико Сакаи: «Нори-Пи» — ее никнейм. Имеется в виду нестандартный и не предполагающий нормативности способ записи японских слов с использованием массы разных символов

что японская *каваи*-культура — явление, отличающееся от всех мировых субкультур своим положением вне политики.

Но если Японию еще можно покинуть, то можно ли покинуть культуру *каваи*, как-то отделаться от нее? Действительность утверждает, что нет. В эфире транслируют анимэ; пользуется спросом манга, у персонажей которой в каждом глазу по огромной звезде; девочки выстраиваются в длинные очереди к принт-клубам\*; на витринах выставлены сувениры с Китти и фигурки юных милашек, и все это без исключения — пространство, где правит эстетика *каваи*. Она преодолевает государственные границы, языковой и социальный барьеры, собирает людей в самых невообразимых местах, становится причиной перемены облика под названием *косплей\*\**, превращается в существенный фактор в условиях общества потребления.

Стало быть, на сегодняшний день явление *каваи* превратилось в огромную индустрию, которая распространилась на весь мир. Компания Nintendo на одних только покемонах зарабатывает свыше пятисот миллиардов йен, а валовая выручка от продажи товаров с японскими персонажами превышает два триллиона йен. Продукция, связанная с Hello Kitty, продается

---

и с неперменным оттенком «милоты» и сюсюканья. Слова *отаку* и *моэ* обозначают фанатов манги и анимэ, оба явления более подробно рассматриваются в соответствующих главах этой книги.

\* Принт-клуб (яп. «пурикура», от print club) — автоматические фотобудки, где японская молодежь печатает свои портретные фотографии крошечного размера, украшенные сердечками, звездочками и пр. В расширительном значении — все, что связано с культурой подобных изображений, в том числе сами снимки.

\*\* Косплей — от англ. costume play, своего рода маскарад, в рамках которого молодые люди наряжаются персонажами анимэ и в таком виде прогуливаются по специально отведенным для подобных прогулок кварталам Токио (самое популярное из таких мест — Харадзюку). Слово вышло за пределы анимэ-среды: косплеем часто называют вообще переодевание в персонажа того или иного произведения; в русском языке появился сленговый глагол «косплеить».

в шестидесяти странах, общее число наименований товаров достигает пятидесяти тысяч.

Что-то маленькое. Что-то, к чему непонятным образом привязываешься. Что-то хрупкое, непрочное, что-то, что может легко сломаться, если не обращаться с ним бережно. Что-то романтическое, наделенное силой увлечь человека в мир грез. Что-то прелестное, восхитительное. Что-то, во что можно влюбиться с первого взгляда. Что-то удивительное. Что-то, что скрывает в себе тайну, хотя до него можно с легкостью дотронуться. Стоит только раз распылить волшебный порошок под названием *каваи*, и все кругом, вплоть до самых обыденных вещей, миг наполнится ощущением близости и родства, кругом воцарится дружелюбие и радушие. Утопия, оберегаемая невинностью и праздностью. Погрузившись в нее, сбросив оковы реальности, человечество потонет в безграничном море любви вместе со всеми своими куколками, игрушками и анимэшными персонажами, опьянеет и сойдет с ума от счастья, над которым время не властно.

### *Женщины, которые не хотят быть кавайными*

Нельзя сказать, что в отношении *каваи* отсутствует критика.

В Нью-Йорке на Таймс-сквер был ликвидирован некогда находившийся там огромный квартал порномагазинов, и теперь на его месте расположился специализированный магазин Hello Kitty. Как следует из названия, там продаются штампики, канцелярские принадлежности, видео и прочие всевозможные товары от *кавайного* котенка. Американские исследователи приводят такой пример: одна американская исполнительница, памятуя о сопротивлении этому Китти-буму, в обличительном тоне заявляла, что, дескать, отсутствие рта у Hello Kitty является доказательством господства азиатских мужчин, которые, пользуясь своим положением, заставляют женщин молчать<sup>1</sup>.

В связи с этим мне хочется поделиться своим частным воспоминанием. Как-то раз мы с одной издательницей из Нью-Йорка разговорились на тему *кавайи*. Если в современной Америке без всякой задней мысли назвать женщину *cute*, то дело сразу приобретает характер дискриминации и нарушения правил политкорректности — тон моей собеседницы напоминал судью на допросе. Однако — странное дело — если бы женщина назвала подростка *a cute boy*, то она вовсе не ощущала бы ничего предосудительного. Как бы то ни было, из нашего разговора я понял, что у слова *cute* есть прочная механика управления и что вообще все тут чрезвычайно политизировано. Среди моих друзей есть одна красавица, японка, так у нее прозвище *кьюти*, милашка. Ее бурная жизнь связана с разъездами по всему миру в целях приобретения прав и закупок в области оперы и театральных спектаклей. Интересно, что бы она подумала насчет нашего разговора с американской издательницей?

Но наиболее глубокое отвращение к слову *кавайи*, как подсказывает мне мой исследовательский опыт, обнаружилось у социолога Тидзуко Уэно\*. В недавней работе, посвященной проблемам пожилых людей, она указывает на следующие проблемы: сегодня в японском обществе *кавайи* — это что-то вроде флирта, вид кокетства, благодаря которому женщина может добиться своего и избежать ряда неприятностей; пожилым, в свою очередь, рекомендуется быть *кавайи*, если они сталкиваются с трудностями в общении с детьми и внуками<sup>2</sup>. Быть *кавайной* выгодно. Если ты не *кавайная* — то вроде как и не женщина. Подобное сознание, само собой, — явление идеологическое, это способ задержать женщину в ее прежнем зависимом положении, и, для того чтобы выжить, ей ничего не остается, кроме такой стратегии поведения. Дети и старики,

---

\* Тидзуко Уэно (上野千鶴子, р. 1948) — социолог и, вероятно, самая известная японская феминистка.



к которым применимо слово *каваи*, по сути, ничем не отличаются от иждивенцев, не обремененных никакой ношей и избавленных от всякой ответственности. Выстраивая подобную аргументацию, Уэно прямо заявляет: если люди некую особу называют «некавайной женщиной», то ей следует этим гордиться, а самим пожилым лучше бы отказаться от всех этих «миленьких бабушь».

### *Эстетика Японии в XXI веке*

Такое разнообразие критики *каваи* свидетельствует о том, какое исключительное значение имеет этот феномен в качестве мифа современной Японии. Вуаль *каваи* окутывает японское общество. Так-то оно так, но подобная ситуация — не результат денно и ночью продолжавшейся подготовки. В рамках этой книги у меня нет намерения рассуждать о самой сути культуры, но я думаю, в сознании должна была прочно закрепиться традиция, сохраняющаяся и поныне, согласно которой в японской культуре получают одобрительную оценку вещи маленькие, «младенческие» — об этом есть знаменитый пассаж в «Записках у изголовья»\*, тексте XI века. Это совсем не то, что может получить уничижительную оценку при сопоставлении со стадиями развития от незрелости к зрелости в Европе и Америке. Если мы будем понимать *каваи* только как мировой феномен позднекапиталистического общества XXI века, останется непонятным, по какой причине этот феномен распространился за пределы Японии. Приблизиться к эстетике и мифологии *каваи* невозможно, пока не заставишь работать оба сознания одновременно: синхронное и диахронное.

---

\* «Записки у изголовья» — памятник среднежэйанской литературы, представляет собой разновидность эссе «дзуйхицу», его автор — придворная дама Сэй-Сёнагон (966 — 1017/25).

Не предаться ли воспоминаниям? Некогда японская аристократия XI века проповедовала эстетику *моно-но аварэ\**, говоря об изменчивости всего сущего. Поэты XIII века, решительно избегая ясного выражения чувств, называли проникновение в богатую намеками экспрессию словом *югэн\*\**. Чайные мастера XVI века отказывались от яркости, предпочитали неправильное и асимметричное, усматривали проявление *ваби\*\*\** в том, чтобы компенсировать отсутствие роскоши творческой силой воображения. Наконец, куртизанки XVIII века сделали основой своего поведения тщательно отполированное *ики\*\*\*\**, в котором соединялись своенравие, кокетство и кротость. Если так, то есть если называть *кавайным* все маленькое, детское, навевающее ностальгические воспоминания, то почему же нельзя считать это японской эстетикой XXI века? Более того, эта эстетика существенно вышла за пределы собственно эстетики и распространилась на весь мир в качестве главенствующей идеологии.

## Структура этой книги

Заканчивая первую главу, я хотел бы кратко описать содержание последующих.

Во второй главе рассматривается использование слова *каваи* в языке современной литературы и кинематографа, приводятся типичные примеры, после чего предпринимаются

---

\* 物の哀れ — принято переводить как «печальное очарование вещей»; здесь и далее перечислены ключевые категории японской эстетики.

\*\* 幽玄 — букв. «сокровенное, таинственное» (поэт.).

\*\*\* 侘び — букв. «воздержанность».

\*\*\*\* いき — стильность, элегантность, изысканность, куртуазность или, в силу омофонии, «жизненность», «дыхание». Имеется в виду комплекс черт характера, присущего куртизанкам Эдо (сюда включаются чувственность, обольстительность и пр.). Этому феномену посвящена книга «Структура *ики*» (『「いき」の構造』, 1930) японского философа Сюдзо Куки, которую Ёмото упоминает в конце настоящей работы.



Японские почтовые марки с кawaiiными персонажами из анимэ «Дораэмон» и «Покемон»

этимологические разыскания. Прослеживается генеалогия слова *уцукусии* (яп. красивый, прекрасный), характерного для изысканной речи хэайнской аристократии, и слова *каваюси* (яп. милый, вызывающий умиление или сострадание), просторечного вульгаризма: как менялись значения этих слов прежде, откуда взялось их современное значение. Кроме того, меняя точку зрения и переключаясь с временной системы координат на пространственную, я рассматриваю противопоставление *каваи* и *уцукусии* на материале нескольких иностранных языков, в результате чего подтверждается самобытность *каваи* в японском.

В третьей главе я взял на себя роль социолога, собрав и проанализировав данные анкетного опроса, в котором приняли участие 245 студентов. «Вас когда-нибудь называли *каваи*? Если да, то при каких обстоятельствах? Вы хотите, чтобы вас так называли?» В результате опроса выяснилось, что *каваи* не есть что-то, наличествующее на самом деле, но, напротив, данное наименование отражает фиктивную ситуацию, возникающую в пределах человеческих отношений, внутри схем экономики потребления, словом, это что-то вроде миража. Что является *каawaiiным* — не есть сущностный вопрос. Некоторые вещи рассматриваются в качестве *каваи*, потом жестоко исключаются из этой категории, и подобные вкусовые колебания

постоянно происходят вокруг нас. Более важно то, в какой ситуации появляется *каваи* и каков характер отношений, внутри которых оно возникает.

В четвертой главе мы, наконец, переходим к анализу важных элементов, из которых складывается *каваи*. Здесь, в продолжение упомянутых выше анкет, сначала исследуются прилагательные, противопоставленные *каваи*, затем обсуждаются сущностные — подчас гротескные — отношения соседства и конкуренции между прилагательными *каваи* и *уцукуси*. Почему мягкие игрушки, младенцы и домашние питомцы — это *каваи*? И раз уж на то пошло, если мы однажды разрушим подобное понимание *каваи*, что может возникнуть на его месте? — данный вопрос также становится поводом для дискуссии.

В пятой главе речь идет о таких важных свойствах *каваи*, как малость, миниатюрность. В самом деле, какова связь между культурой *каваи* и традиционным стремлением японской культуры к тому, что называется *тидзими*?\* Что собой представляет принт-клуб, это королевство грез, где в руках вертятся всякие мелочи? В главе анализируются конкретные свойства, присущие *каваи*.

В первой половине шестой главы говорится о ностальгии и сувенирах, речь идет о философии подарков и всяких памятных вещах. Ностальгия как идеология противоположна истории, и в этой подмене *каваи* выступает в качестве пешки. Во второй половине главы анализируется анимационный фильм «Сейлор Мун», где *каваи* выражает отказ от зрелости и воплощает собой «девочковость».

В седьмой главе анализируются скрытые значения, которые приобретает прилагательное *каваи* в контексте его употреблений в нескольких женских журналах, распространяющихся в современном японском обществе тотального потребления.

---

\* Тидзими (яп. 縮み) — сжатость, зажатость, компактность, уменьшенность, сокращенность.

В восьмой главе речь идет о том, на что может указывать *каваи*, понимаемое как оборот товаров, в зависимости от гендера потребителя; для анализа отобраны такие «зоны *каваи*» в Токио, как Акихабара, окрестности Икэбукуро, второй квартал Синдзюку.

В девятой главе я обращаю внимание на тот факт, что в условиях сегодняшней глобализации явление *каваи*, возникшее в Японии, через Восточную Азию перекинулось на Европу и Америку, и в тех местах, куда оно проникло, была создана огромная индустрия *каваи*. Особая, «тематическая» сувенирная продукция, связанная с различными анимэ- и прочими персонажами, создала огромный рынок, продажи которого достигают двух триллионов йен в год. Для того чтобы понять, какова форма восприятия *каваи* в условиях, при которых японская вещь теряет свою культурную специфичность и переходит государственные границы, предпринят отдельный анализ на примере Покемона и Hello Kitty.

Разумеется, даже дойдя до девятой главы и рассмотрев явление с самых разных точек зрения, сказать, что приблизиться к истинной сути *каваи* чрезвычайно трудно, — это ничего не сказать. *Каваяи* — вещь неуловимая: только показалось, что смог накрыть ее ладошкой, а она раз — и тут же с легкостью улетает. Тем не менее где-то в японской культуре коренится причина, из-за которой рассматриваемое явление, претерпев массу изменений и обернувшись мифом, охватило всю сегодняшнюю Японию. У меня нет ни малейшего представления о том, каким образом можно было бы приблизиться к идеологической стороне вопроса, но можно сказать, по крайней мере, что это первая книга, касающаяся явления, которое до сих пор не подвергалось непосредственному анализу, книга, в которой в первом приближении отмечены кое-какие важные вещи.

Предисловие мое затянулось. Милости прошу к основному тексту.

## ГЛАВА 2. ИСТОРИЯ КАВАИИ

### *Как изображал кавайи Осаму Дадзай?*

Как погляжу в зеркало на свое лицо — такое живое-живое, прямо на диво. Но лицо — это не я. Живет как бы само по себе и не знает о моих печалях и горестях. Сегодня я даже румянами не пользовалась, а щеки такие красные-красные, да и губки — крошечные, прямо алеют, до чего же мило. Снимаю очки, пробую усмехнуться. Глаза мои оч-чень уж хороши. Синие-синие, ясные-ясные. Видать, такими стали они от того, что долго глядела на прекрасное вечернее небо, не иначе. Влажные, с поволокой<sup>3\*</sup>.

Это фрагмент из рассказа «Ученица», опубликованного Осаму Дадзаем\*\* в 1939 году. Рассказчица живет на одной из пригородных станций центральной ветки токийской железной дороги и ездит в женское училище в районе станции Отяномидзу. Совсем недавно она потеряла отца. Утром она открывает глаза в глубочайшей депрессии, с отвращением напяливает на нос очки и надевает на себя «новое, только вчера сшитое белье».

---

\* Перевод мой. — А. Б.

\*\* Осаму Дадзай (太宰治, 1909–1948) — известный японский писатель-декадент, представитель направления эго-беллетристики (прозы, написанной от первого лица), которую отличает предельная степень откровенности и психологического погружения в собственную личность.

На нем вышиты маленькие беленькие розочки, которые доставляют ей удовольствие — некая тайна, что ли. Она берет с собой зонт, доставшийся от матери, «каваи фуросики»<sup>\*</sup>, в который завернуты письменные принадлежности, и идет на учебу. Старомодный зонт, дамская шляпа типа капота, длинные перчатки из черного шелка — такая прелесть! Можно представить, будто она собралась пообедать в ресторане в центре Парижа.

По мере чтения складывается ощущение, что «я» повествовательницы постоянно становится иным. Непонятно, где ее собственное лицо. «Женщине для решения своей судьбы одной улыбки хватит с лихвой», — думает она, и ей кажется, что это страшно, но, с другой стороны, она же произносит сентенции вроде: «Есть ли в красоте\*\* какое-то содержание? Истинная красота всегда бессмысленна и лишена морали и добродетели». В училище есть «красивый»\*\*\* сэнсэй по имени Осуги. Героиня им очарована, а он отвечает ей взаимностью, хотя и думает: «Есть в этом что-то противоестественное».

После занятий она вместе с подругой Кинко-сан тайком отправляется в парикмахерскую, но получившаяся прическа ей не нравится. «Я совсем не красивая»\*\*\*\*, — думает она. Однако Кинко-сан, пребывая в прекрасном расположении духа, говорит: «Хоть прямо на свидание!», после чего подытоживает: «В самом деле, не думай ни о чем, ты вполне мила». На обратном пути, глядя на закатное небо, она вспоминает об отце и приходит в возвышенно-лирическое расположение духа. «Хочу любить всех и каждого!» — думает она чуть ли не

---

\* «Миленький» тканый платок с орнаментом для хранения и переноса вещей.

\*\* Здесь употреблено слово *уцукусии* (красивый, прекрасный).

\*\*\* Здесь употреблено слово *кирэи* — красивый, приятный, аналог англ. handsome или pretty.

\*\*\*\* Здесь: *каваи*.

в слезах, и с ее губ срывается: «Хочу жить красиво!»\* Придя домой, она замечает, что ее собачка Дзяпи ест травку, растущую у колодца, и ей нестерпимо, «до зубовного скрежета», хочется «скорее приласкать Дзяпи»\*\*. Фрагмент, приведенный в начале этой главы, относится к следующему эпизоду: героиня возвращается в свою комнату, глядится в зеркало и рассуждает вслух. Затем она идет на кухню и, промывая рис, думает: «Мама такая милая\*\*\*, трогательная стала, надо о ней заботиться изо всех сил, люблю ее всем сердцем». Рассказ кончается тем, что героиня засыпает, погрузившись в свои мысли.

Несмотря на малый объем, в рассказе «Ученица» представлены самые разные случаи употребления слова *каваи*. Например, *каваи* применительно к фурсики означает и «любимый», и «маленький». В случае с непонравившейся прической *каваи* выражает желание убедить в привлекательности, *каваи* применительно к Кинко имеет положительный оттенок и заставляет сочувствовать ей, но в таком описании есть и насмешка. Дзяпи можно назвать *каваи*, потому что она глупенькая и любименькая, а *каваи* в адрес матери выражает жалость, сочувствие и желание оберегать. Наконец, губы героини из цитируемого отрывка являются *каваи* в том смысле, что они маленькие, милые, полные любви, что метафорически связано с упомянутыми вскользь «цветочками белых роз», вышитых на белье героини.

Так и хочется воскликнуть: Дадзай в своем репертуаре! Выдавая сентенции о том, что в красоте, в прекрасном (*уцукусии*) чувствуется тщета, о том, что прекрасное выходит за пределы морали и добродетели, в действительности он утверждает различные оттенки *каваи*. Все эти *каваи* по своей сути неумовимо отличаются одно от другого, и это соответствует

---

\* Здесь, опять же, употреблено *уцукусии*.

\*\* Здесь употреблена форма от *каваи*, смысл фразы можно понимать двояко: или «приласкать», или как-то «мило принарядить», «украсить» и пр.

\*\*\* В отношении матери здесь также употреблено *каваи*.



ощущению нерешительности, возникающему всякий раз, когда «я» рассказчицы полностью меняется. После демонстрации этого великолепного контраста между таким близким *каваи* и далеким *уцукусии* занавес опускается.

Своим произведением Дадзай заложил основу стилистики монолога от лица молодой девушки. В этом смысле рассказ можно считать предвестием таких послевоенных вещей писателя, как «Закатное солнце» и «Кожа и сердце». Вслед за Дадзаем, начиная с «Дайкона» Дзюрана Хисао\* в японской послевоенной литературе появилась масса рассказов для девушек и молодежи вообще. Более того, этот жанр стал основным в японской литературе послевоенного времени — в особенности с выходом «Момодзири мусумэ» Осаму Хасимото\*\*; закончить ряд можно рассказом «Девочка-Асура» Отаро Майдзэ\*\*\*. Если проследить, какие перемены постигли за это время саму тему *каваи* и *кавайную* манеру изложения, то получится весьма любопытная история литературы.

### Примеры негативного *каваи*

В «Ученице» слово *каваи* используется в одобрительном смысле. Теперь приведем пример отрицательного употребления *каваи*, за которым скрывается тонкая пародия. Это

---

\* Дзюран Хисао (久生十蘭, 1902–1957) — популярный писатель, журналист, считается первым, кто ввел в японскую литературу черный юмор. «Дайкон» был издан в 1949 году.

\*\* Осаму Хасимото (橋本治, р. 1948) — писатель, эссеист. «Момодзири мусумэ» (1978–1990) — серия книг о двух старшеклассницах, озабоченных вопросами пола и секса. Заглавие буквально можно перевести как «Девушка Попа-персик». По мотивам эпопеи режиссером Кою Охарой (小原宏裕, 1935–2004) был создан одноименный фильм.

\*\*\* Отаро Майдзэ (舞城 王太郎, р. 1973) — писатель. Стилистически тяготеет к мистике и научной фантастике. Язык отличают диалектизмы префектуры Фукуи, откуда он родом.

будет пример из фильма «Семейные игры» режиссера Ёсимицу Мориты<sup>4</sup>; в фильме есть сцена за ужином в доме конторского служащего (его играет Дзюдзо Итами) и его жены, домохозяйки (ее играет Саори Юки), когда к ним приходит домашний учитель их старшего сына (в роли учителя — Юсаку Мацуда).

ОТЕЦ. ...и как тебе Сигэюки, что скажешь?

УЧИТЕЛЬ. Ну очень милый\*, разве нет?

ОТЕЦ. «Милый»... послушай, ты! Так говорят, когда кошечек или собачек выбирают!

МАТЬ. Сегодня ну просто паинька, такой котик!

ОТЕЦ. Ну как, потянешь такую, а?

УЧИТЕЛЬ. Нет, денег нет, в том-то и дело.

ОТЕЦ. Денег, говоришь?

МАТЬ (*пристально глядя на учителя, как будто о чем-то вспомнив*). Милый какой!

ОТЕЦ. Что, лицо хорошее?

УЧИТЕЛЬ. Я и правда очень мил!

В этом диалоге фразы великолепнейшим образом не согласуются: отец, бесспорно принадлежащий к прошлому поколению, и домашний учитель, представляющий новую генерацию, используют одно и то же слово *каваи* совершенно по-разному. Для отца это слово — типичное прилагательное, которое употребляют по отношению к любимым питомцам вроде кошек и собак, поэтому ему невыносимо слышать, когда кто-то называет этим словом его любимого сына. А для Юсаку Мацуды, студента с непонятным характером, это не более чем клише, вроде плаща-невидимки, делающего общение с людьми безопасным. Не исключено, что, надев маску *каваи*, он продолжает праздно шататься от одной женщины к другой, переходить из дома в дом.

---

\* Здесь — *каваи*.

В «Семейных играх» показана отрицательная сторона слова *каваи*, связанная с его затертостью. За этим словом не видно настоящих чувств и жизненной силы, как в случае с рассказом «Ученица». Слово *каваи* полностью меняет смысл в зависимости от того, кто им пользуется, единодушия и взаимопонимания больше нет. В своем сериале режиссер показывает массу ироничных примеров ситуаций, возникающих вследствие доведенного до абсурда клишированного употребления слова *каваи*.

### *Вначале были «Записки у изголовья»*

Итак, откуда же берет начало слово *каваи*?<sup>5</sup>

Восходя к его истокам, мы сталкиваемся со словом *каваюси* (*кахаяюси*) в древнеяпонском языке *бунго*. Если пойти еще дальше, нам встретится форма *каоваюси* (*каохаюси*). Она состоит из двух корней: *као* (лицо) и *хаюси* (сиять, красиво выглядеть). Использовались также варианты *омоваюси* (*омохаюси*) или *мабаяси*, где корень — *хаю*. Тот же корень обнаруживается в современном глаголе *хаэру*, который значит «блестяще выглядеть» или «красиво смотреться в отражении». Набравшись смелости, можно допустить еще более широкое толкование. Так, если переводить *каохаюси* буквально, это слово означает, что лицо явно делается более привлекательным, краснеет от возбуждения. Любопытно, что сегодняшнее слово *моэ*\* отсылает к синонимичному смыслу.

В японской литературе впервые слово *каваюси* появляется в тексте «Собрания повестей о ныне уже минувшем»

---

\* Пример японской омофонии: слово *моэ* может означать «росток», а связанный с ним глагол *моэру* значит «распускаться», «пускать ростки» и пишется иероглифом 萌. При этом есть другой глагол-омофон *моэру*, который записывается иероглифом 燃 и означает «гореть», «пылать». О современном понятии *моэ* см. ниже, в соответствующей главе книги.



*Диалоги героев фильма «Семейные игры» показывают столкновение старых и новых представлений о каваяси*

(«Кондзяку-моноготари», XII век), сказание 6, свиток 25\*. Используется оно в таком контексте, букв.: «В этого младенца воткнули-вставили нож, попали-убили стрелой, как жалко (каваюси)»<sup>6</sup>. Здесь значение слова сильно отличается от современного; словарь старояпонского языка\*\* дает следующее толкование *каваюси*: «Явным образом жалко выглядящий. [Вызывающий] горечь, жалость, сострадание».

Кроме того, в этом словаре приведено значение слова *каоваюси*. В начале приведено такое определение: «Покраснение лица вследствие проступка или обвинения. „Лицо горит“.

\* «Кондзяку-моноготари» («Собрание повестей о ныне уже минувшем») — одно из вершинных произведений жанра *сэцува* (общий термин для обозначения средневековых японских легенд, сказок, сказаний, притч, анекдотов, коротких наставлений и пр.).

\*\* Когодайдзитэн (古語大字典), изд. Сёгаккан, 1993.

Стыдный. Когда лицо пылает от стыда», и в качестве примера дается следующий отрывок из поэтической антологии «Кэнрэймонгъинкасю»\*: «Горестное воспоминание: уход людей и подобные вещи, о которых больно думать»<sup>7</sup>. То значение, которое главным образом используется нами сейчас, — «милый, славный, миловидный, детский» — в словаре «Дайгэнкай»\*\* приводится всего лишь третьим по счету. Значит, это значение сравнительно позднее, оно появилось уже после возникновения слова *каваюси*.

И все же, как раньше, в те времена, когда слова *каваюси* еще не существовало, японцы называли те вещи, которые сейчас они называют *каваи*? О какой бы древности ни шла речь — будь то Нара или Хэйан\*\*\*, — не могло быть такого, чтобы вовсе не было *кавайных* девушек или зверюшек! Ответ: для этого использовалось слово *уцукуси*. Та сфера, к которой отсылало слово *уцукуси* в устах аристократии, в ходе средневековых лингвистических сражений испытывала натиск новомодных вульгаризмов.

Известно, что слово *уцукуси*, которое может записываться как иероглифом «красота», так и иероглифом «любовь», в эпоху Хэйан использовалось скорее в значении современного *каваи*, нежели в смысле «красивый, прекрасный» (англ. beautiful). А современному *уцукуси* соответствовало слово *кутаси*. Приведем в качестве примера знаменитый отрывок из «Записок у изголовья» Сэй-Сёнагон (начало XI века), фрагмент 146\*\*\*\*:

---

\* Поэтическая антология, составленная по приказу императрицы Тайра-но Токуко (1155–1213) в начале периода Камакура.

\*\* Японское название словаря буквально значит «Великое море слов» (大言海), он был составлен в конце XIX века.

\*\*\* Нара (奈良, 710–794), Хэйан (平安, 794–1185) — периоды японской истории.

\*\*\*\* Номер отрывка, который указывает автор, не совпадает с номерами в переводах на английский и русский языки.

**151. То, что умиляет**

*Детское личико, нарисованное на дыне.*

*Ручной воробышек, который бежит вприпрыжку за тобой, когда ты пищишь на мышинный лад: тю-тю-тю!*

*Ребенок лет двух-трех быстро-быстро ползет на чей-нибудь зов и вдруг замечает своими острыми глазками какую-нибудь крошечную безделицу на полу. Он хватает ее пухлыми пальчиками и показывает взрослым.*

*Девочка, подстриженная на манер монахини, не отбрасывает со лба длинную челку, которая мешает ей рассмотреть что-то, но наклоняет голову набок. Это прелестно!<sup>8</sup>\**

Артур Уэйли, специалист по японской литературе, живший в Лондоне в начале XX века, в своем переводе «Записок у изголовья» на английский переводит слово *уцукуси* как *pretty*<sup>\*\*</sup>. Некоторые места перевода вызывают сомнения, поэтому я предлагаю еще раз перечитать японский текст, но теперь уже в его современном виде, сопоставляя с английским переводом и обращая внимание на то, какой образ возникает у Сэй-Сёнагон в тех местах, где она использует прилагательное *уцукуси*:

**То, что мило**

*Лицо ребенка, который кусает дыню. Воробыиный птенчик, который прискачет — прыг-прыг, — если приманить его, подражая чириканью. А если его поймать и привязать к лапке нитку, то прискачет мамаша птенчика и станет его кормить. Ребенок примерно трех лет, вдруг шлепнется на землю, увидит вдруг что-нибудь мелкое и необычное, припустится бегом, схватит добычу своей*

\* Перевод В. Н. Марковой. Слову *уцукуси* в переводе соответствуют слова «умиляет» и «прелестно».

\*\* Артур Дэвид Уэйли (1889–1966) — британский ориенталист, синолог. Его перевод «Записок...» вышел в 1928 году (англ. «The Pillow Book of Sei Shōnagon»).

*крошечной ручкой и вот уже несет показывать взрослым. Девушка, которая, сделав себе прическу как у монахини, откидывает голову назад, чтобы убрать челку с глаз и на что-то посмотреть»<sup>9</sup>\**.

И вправду, если принять во внимание эти свидетельства, проникаешься странным чувством: как это за тысячу лет вовсе не изменились те крошечные, *кавайные* вещи, столь близкие и родные взгляду японца... Сэй-Сёнагон приводит примеры того, что считается *каваии* на данный момент: младенческое, невинное, простодушное, наивное, безыскусное, требующее защиты со стороны взрослого; при этом она как бы играючи наводит фокус на все эти вещи. Здесь не чувствуется покровительственного взгляда сверху вниз со стороны зрелого и вышестоящего по отношению к незрелому, но, наоборот, видно желание утвердить незрелое в качестве красивого, прекрасного. И вот я думаю: этот самый Уэйли, отродясь не бывавший нигде восточнее Стамбула и по причине собственной застенчивости не знавший истинной любви к женщине, — не испытывал ли он глубокого сочувствия и сострадания по отношению к подобной эстетике незрелости?

### *Метаморфозы каваяи*

Ну хорошо, оставим все эти материи и вернемся к изменениям, которые выпали на долю слова *каваюси*. В упомянутом словаре старояпонского языка «Когодайдзитэн» выдвигается следующая гипотеза: слово *каваюси* впервые встречается в «Кондзяку-моногатари» потому, что изначально оно было вульгаризмом, присущим низкому простонародью<sup>10</sup>.

\* Перевод с японского мой. Авторская ссылка: Waley A. The Pillow-book of Sei Sho-nagon. London: George Allen & Unwin, 1924. P. 123–124. Авторский комментарий далее: «Касательно перевода „Записок у изголовья“ Уэйли, см. Ёмота Инухико „Сердце: толкование-гримирование“. Сёбунся, 1998. С. 16–26».

Понятное дело, благополучные особы, собиравшиеся во дворце, пользовались словом *уцукуси*. Однако время шло, и к концу Средних веков у *каваюси* стал выветриваться отрицательный оттенок смысла, присущий скорее прилагательному *итамасии* («прискорбный, жалкий») или выражению *ки-но доку да* («бедный, несчастный, жалкий, достойный сожаления», букв. «яд в душе»). Семантической доминантой стало значение, которое обнаруживается в слове *аирасии* («хорошенький, милый», пишется с иероглифом «любовь», как и *уцукуси*). Пример из «Кёгэнки»\*, пожалуй, является хрестоматийным: «Ведь у тебя есть внук. Было бы мило с его стороны, если бы он навестил мать». В итоге с какого-то момента слово *каваии* стало записываться иероглифами 可愛い (где 可 означает «возможно, должно быть» и другие варианты модальности, а 愛 — «любовь»). Подобный случай — пример фонетического использования иероглифического слова, заимствованного из буддийской литературы (так называемое *атэдзи*).

В словаре «Vocabulario da Lingua Iapan», выпущенном в 1603 году Иезуитским обществом, есть вокабула *Sauaij*“, которая толкуется следующим образом: «Сочувствие, сострадание; вещь или человек, вызывающий чувство жалости; испытывать чувство сострадания». Можно предположить, что уже тогда сложился прообраз значения сегодняшнего *каваии*. Рассмотрим примеры производных слов, появившихся в период Эдо.

Всем известная знаменитая фраза из театра Кабуки «ненависть, исполненная сострадания (*каваии*), в сто крат сильнее» относится к любовному чувству — точнее, к той его части, которая после предательства оборачивается сильнейшей ненавистью. Тогда же появляется новое слово *каваюраси*,

\* Сборники сценариев к пьесам «Кёгэн» (комические, фарсовые интермедии в театре Но), издававшиеся во времена Эдо, в разные годы (1660, 1665, 1699).



производное от *каваюси*. В новелле Ихары Сайкаку «Женщина, несравненная в любовной страсти»\* есть такие слова: «Для деревенщины они — очаровательная молодежь, притом имеют приятные (*каваюрасики*) манеры», что напрямую связано с современным *каваирасии*. В отличие от *каваи*, *каваирасии* подразумевает некоторую психологическую дистанцию, это своего рода выражение-эвфемизм, но для Сайкаку подобная тонкость уже приводит к резкому отличию. Далее, если к основе *каваюи* прибавить суффикс *-гару*, получится глагол *каваигару* («любить, ласкать, баловать»), который получил широкое распространение. «Только и делал, что баловал (*каваигару*) своего постреленка, другие дети пускай хоть помирают — мне и дела нет» — эта фраза из «Укиё-буро»\*\* показывает, что значение *каваигару* то же, что и в современном языке: относиться по-доброму, с чувством нежности, ласки, бережно обращаться, баловать.

Чем ближе к современности, когда *каваюи* превратилось в разговорное *каваи*, тем больше появляется любопытных примеров. В романе Фтабатэя Симэя «Посредственность»\*\*\*, который заложил фундамент беллетристики, написанной разговорным языком, есть такой пассаж: «Папинька, допустим, дурачок, но выглядит настолько простодушным, что мне делается умильно (*каваюи*)»<sup>12</sup>: отсюда следует, что употребление соответствующего слова по отношению к старикам

---

\* Новелла Ихары Сайкаку (井原 西鶴, 1642–1693), японского писателя периода Эдо, опубликованная в 1686 году.

\*\* «Укиё-буро» — «Современные бани» или «Веселые рассказы о современных банях» — юмористический рассказ, написанный эдоским писателем по имени Сикитэй Самба (式亭三馬, 1776–1822) около 1809–1813 годов.

\*\*\* Фтабатэй Симэй (二葉亭四迷, 1864–1909) — японский писатель, переводчик русской литературы. Его хрестоматийное произведение «Плывущее облако» (1887) считается первым японским романом Нового времени. Роман «Посредственность» (яп. «Хэйбон», 1908) на русский язык не переведен.

не является достижением современности, но наблюдается уже в период Мэйдзи. Указывая на такие качества отца, как «простодушие», «детскость», «дурашливость», и называя их словом *каваюи*, Фтабатэй тем самым хочет выразить любовь к отцу.

У поэта Сакутаро Хагивары в стихах из сборника «Вою на Луну»\* есть гротескные строки:

Лягушка убита  
встав в кружок, дети подняли ручки  
все вместе  
*каваюрасии*\*\*  
подняли ручки в крови<sup>13,\*\*\*</sup>.

Здесь *каваюрасии* означает нечто маленькое, непорочное, хрупкое. Похоже, Сакутаро выворачивает наизнанку прилагательное, обычно применимое к ребенку, желая запечатлеть жестокость, идущую от наивности и невинности.

Теперь я хочу вернуться к упомянутому в начале главы рассказу «Ученица» Дадзая Осаму. Думаю, уже всем понятно, что этот рассказ, приведенный тут ради монолога

\* Сакутаро Хагивара (萩原 朔太郎, 1886–1942) — японский писатель и поэт. «Вою на Луну» (1917) — первый сборник поэта.

\*\* Специально оставляем без перевода, см. далее комментарии автора.

\*\*\* Стихотворение целиком, в переводе А. А. Долина:

Смерть лягушки  
Лягушку убили.  
Дети, став в кружок,  
вскинули вверх ручонки,  
вскинули милые ручки,  
перепачканные кровью.  
Вышла луна.  
Человек стоит на пригорке.  
У него под шляпой лицо человекье.

Оригинал стихотворения:

蛙の死  
蛙が殺された、  
子供がまるくなつて手をあげた、  
みんないつしよに、  
かわゆらしい、  
血だらけの手をあげた、  
月が出た、  
丘の上に人が立つてゐる。  
帽子の下に顔がある。

девушки, — отдаленный основоположник сегодняшней субкультуры *каваи*. Сравним: «Сегодня я даже румянами не пользовалась, а щеки такие красные-красные, да и губки — крошечные, прямо алеют, до чего же мило». Здесь Дацзай бессознательно повторяет этимологию слова *каваи*: *као-хаю*, «лицо пылает», и если бы он продолжил прясть эту пряжу, думаю, читатель устал бы. Вероятно, автор в какой-то мере учитывал это, и получившийся монолог, построенный по принципу бесконечно тянущейся, сосредоточенной на себе самой дислексии, лингвистической неадекватности, сам по себе является примером *каваи*.

Но довольно перечислений. Мы убедились, что культура *каваи* отнюдь не ограничивается современной субкультурой. Достаточно уяснить, что истоки *каваи* прослеживаются еще в «Записках у изголовья», тексте начала XI века, а далее, через театр Кабуки и массовую литературу эдосского времени, дело доходит до таких писателей, как Дацзай, и все это связано единой нитью. Чувства к вещам и существам маленьким, слабым и беззащитным рано или поздно рождают упомянутое кокетство, а затем постепенно выкристаллизовываются в оригинальную эстетику. Во второй половине XX века в рамках общества потребления все это превращается в огромную индустрию, а лежащая в ее основе эстетика оставляет замечательные свидетельства в современной литературе. Если задуматься о таких писателях, как Дзюнъитиро Танидзаки и Ясунари Кавабата\*, любопытно было бы перечитать всю историю современной литературы с позиции *каваи* — это наверняка привело бы к новым, неожиданным и интересным открытиям.

---

\* Дзюнъитиро Танидзаки (谷崎 潤一郎, 1886–1965) — знаменитый японский писатель, творчество которого отличает эротизм и эстетика декадентства. Ясунари Кавабата (川端 康成, 1899–1972) — один из крупнейших японских писателей XX века, первый японский нобелевский лауреат в области литературы (1968).

## Существует ли кавайи в других языках?

Итак, мы вкратце попытались проследить за тем, какие перипетии выпали на долю прилагательного *кавайи* в японском языке. Теперь сменим ось наших размышлений с временной на пространственную и подумаем о том, какие есть аналоги, соответствия *кавайи* в языках других стран. Разумеется, речь не идет о том, чтобы охватить все языки мира. Приношу свои извинения: в первую очередь я ограничиваюсь теми языками, с которыми до сих пор имел благоприятную возможность соприкоснуться.

Начнем с английского. Обычно, переводя слово *кавайи* на английский, выбирают *cute* или *pretty*. *Уцукусии* — это скорее *beautiful*, охваченность чувством любви или привязанности выражается словом *lovely*, а о чистом, опрятном и аккуратном лучше сказать *handsome*. В этой связи киновед Дональд Ричи\* считает, что также подходят варианты перевода *cool* или *neat*<sup>14</sup>.

Слово *cute*, вероятно, известно всем японцам благодаря манге Го Нагаи\*\*, которая называется по-японски «Кюти Хани»\*\*\*. В первой главе я уже писал, как узнал, что в 2004 году гарвардские молодые ученые с факультета Восточной Азии организовали симпозиум, посвященный обсуждению феномена *кавайи*. В той ситуации было употреблено слово CUTISM. С этим неологизмом я не был знаком, но помню, в какой восторг это слово привело меня своим удобством.

Слово *cute* восходит к слову *acute*, что означает «острый», которое, в свою очередь, происходит от латинского *acutus*. Слово, означающее либо острый кончик, либо лишнее

---

\* Дональд Ричи (1924–2013) — американский журналист, киновед и кинорежиссер, интересовавшийся Японией.

\*\* Го Нагаи (永井豪, р. 1945) — известный японский художник-мангака, работает в жанре фантастики, ужасов и эротики. Настоящее имя — Киёси Нагаи (永井 潔).

\*\*\* От англ. *cutie honey*.

недостатков совершенство в уме и сообразительности. Английское *acute*, к примеру, в конце XIV века использовалось для обозначения острого состояния болезни<sup>15</sup>. В XVI веке слово начинает использоваться в значении острого кончика или ясного ума. Слово *cute* становится обиходным в XVIII веке, тогда же впервые появляется оттенок смысла «остроумный, стильный, эффектный в интеллектуальном отношении». Использование слова *cute* в значении *каваи* по отношению к детям и мелким животным началось всего лишь с XIX века, не ранее.

Ситуация с *pretty* более темная. Древнеанглийское *praetig* в Средние века дало *prati* или *pretti*; что касается современной формы, если вкратце, то исходное слово имело значение «ловкий, хитрый, коварный», но с течением времени оно утрачивается в процессе следующего семантического перехода: «(остро)умный» (яп. *рикона*) → «умелый/искусный/ловкий» (яп. *такумина*) → «прекрасный/превосходный/отличный/великолепный/блестящий» (яп. *риппана*) → «хорошее чувство/настроение» (яп. *кокоротиёй*) → «милый» (яп. *каваи*). Из этих двух англоязычных примеров видно, что японское *каваи*, взявшееся из *као-хаюси* («лицо пылает»), развивалось абсолютно иным образом. Удобства ради можно *каваи* переводить с помощью *cute*, но стоящий за ним культурный бэкграунд и прочие обстоятельства совершенно отличны. Иногда обнаруживается такое употребление *каваи*, для которого *cute* вовсе не подойдет. У японского *каваи* нет имплицитного значения проницательности ума. Дело в том, что *каваи* несовместимо с хитростью, хитроумием или коварством. Одним словом, культурная дальнобойность даже в ситуации слов, схожих по смыслу на первый, поверхностный взгляд, все равно дает осечку; сказываются удивительные оттенки и обертона слова *каваи*, не допускающего универсального перевода вследствие его укорененности в японской культуре, и это имеет огромное значение.

На итальянский *каваи* переводится как *caro* или *carino* (здесь и далее — все слова мужского рода). А *уцукусии* будет *bello*. *Caro* — это «милый, близкий», но в то же время и «высший, высококлассный». *Carino*, наоборот, значит «близкий», но при этом нельзя отрицать слегка негативного оттенка: «дешевый, безвкусный». Так можно сказать о платье «one piece», которое продается в палатке на рынке, а вот брендовые вещи, за которыми гоняются молодые японки по бутикам Милана, все же *carino* не назовешь. В этой связи Анна Карина, актриса датского происхождения, просто по звучанию своего псевдонима представляется «милрой женщиной». Появившаяся у Годара в 1960-е, порхающая в дешевых женских шмотках из супермаркета, Карина всем своим существом излучает очарование в полном соответствии со своей фамилией\*. Надо лишний раз упоминать о том, что в итальянском существует продуктивная словообразовательная стратегия для получения уменьшительно-ласкательных: чтобы добавить оттенок «маленького и миленького», нужно присоединить суффикс *-ino* к существительному или прилагательному. Так, *piatto* — это тарелка, а *piattino* — «маленькая тарелочка»; *pino* — «милый ребеночек». Чем-то напоминает японский суффикс *-тян*. Но если, наоборот, прибавить окончание *-one*, возникнет смысл «большой, грубый». Если мы хотим усилить имя Марко и сказать «Большой Марко», получится Марконе.

Во французском, к сожалению, обычное слово для *уцукусии* — *beau*, но для *каваи* нет единственно подходящего слова. Если мы хотим сказать про личико малыша, употребляется *gentil*, но это слово имеет еще множество других оттенков. «Маленький» будет *petit*. Это ясно хотя бы по заглавию книги «Маленький принц»: «*Le Petit Prince*». *Charmant* предполагает большие очарование и очарованность. *Mignon* — «маленький,

---

\* По-видимому, речь идет о фильме Жан-Люка Годара «Женщина есть женщина» (1961), где Анна Карина выступила в роле Анжелы.

милый, любимый», но такое впечатление, что сфера его использования уже, чем у японского *каваи*. Как бы то ни было, одного слова выбрать нельзя, и это свидетельствует о том, что во французской культуре миф *каваи* не утвердился в качестве эстетической идеологии.

В сербохорватском мне, когда я был в Черногории в 2004 году, также не удалось отыскать подходящего слова. Для милого и сладкого есть слово *sladak*; если любишь так, что хочешь поцеловать, — *ljubak*; в этикетно-формальном контексте «Дорогие...» используется *drag* (тот же корень в распространенном женском имени Драгана); наконец, есть *fansi*, используемое в значении «веселый, легкий, жизнерадостный». Все эти слова достаточно отличаются по смыслу от японоязычной *кавайности*, которая своим настроением стремится защитить маленького и слабенького. Отсюда можно предположить, что ситуация здесь, как во Франции: соответствующая эстетика не выработана.

Как же обстоит дело с другими языками, не относящимися к индоевропейской языковой семье?

В современном иврите наиболее близко к *каваи* слово *хамуд*. Смысл «желанный, изящный-изысканный, необходимый» содержится в прилагательном *хамуда*. *Хамуду* противопоставлено *яффэ*, которое значит *уцукусии* («красивый, прекрасный»); *хамуда* по отношению к женщине может привести к дурацкому недоразумению. В этой ситуации лучше использовать *яффа*, женскую форму от *яффэ*. Однако все же это не подразумевает скрытого смысла «маленький, редкий».

В китайском (пекинский нормативный вариант) обычно используется слово *кэй* (可愛). Еще есть слово *хаовань* (好玩), но оно используется преимущественно для редких вещей, которые можно повертеть в руках. Когда мы хотим указать на что-то живое и шустрое — на животное или на ребенка, — в основном, как правило, используется *кэй* (可愛). А *уцукусии* соответствуют слова *пяолян* (漂亮) и *мэйли* (美麗). С тех пор

как в Гонконге в 2005 году открылся Диснейленд, в Китае пошла мода на слово, которое пишется иероглифами 卡哇伊, а читается *ка-ва-и*.

Наконец, в корейском *каваии* будет *квиёнта*, а *уцукусии* — *арымданта*. При этом если в китайском или корейском языках допустить такие сочетания в японском духе, как «*каваии онсэн*» («приятные горячие источники») или «*каваии о-дзии-тян*» («милый дедуля»), то с точки зрения грамматики ошибки не будет, однако эффект получится странным и противоестественным. Тот факт, что пожилого человека можно назвать *кавайным*, возможно, говорит об особенностях ситуации в Японии, окончательно порвавшей с конфуцианской моралью.

Выше мы со всею строгостью и присущей великому сэнсэю Кумагусу Минакате\* манерой хмурить брови сравнили, как в разных странах могут быть выражены такие понятия, как *каваии* и *уцукусии*. Любопытно, что какой язык ни возьми, словам, соответствующим *каваии*, обычно присущ несколько пренебрежительный или отрицательный оттенок; это становится более очевидным при сопоставлении со словами, соответствующими *уцукусии*. И в Италии, и в Америке, и в Корее женщина именуется «прекрасная, красивая» в одобрительном, хвалебном смысле, но в отношении слова «милая» я всякий раз слышу одно и то же: оно ассоциируется с чем-то жалким и пренебрежительным, так говорят о детях.

В Японии же в целом дело обстоит иначе. Если мужчина скажет женщине в лицо *уцукусии*, боюсь, она в ответ или приснет, или решит, что это шутка, и не воспримет всерьез.

---

\* Кумагусу Минаката (南方 熊楠, 1867–1941) — японский ученый-энциклопедист, в сферу интересов которого входило сельское хозяйство, биология, английский язык, религия, фольклор, естественная история. В юности был дружен с писателем Нацумэ Сосэки. Авторская ирония отсылает к тем фотографиям, на которых Минаката изображен с сурово нахмуренными бровями.



Но если тот же мужчина скажет: «Ты — *каваи*!» («Ты так мила!»), женщина примет его слова за чистую монету. Разумеется, исключений может быть сколько угодно, но наше сопоставление вот о чем говорит: слово *уцукусии* в современном японском не особенно используется. О борьбе и противостоянии между *уцукусии* и *каваи* более подробно пойдет речь в четвертой главе.

## ГЛАВА 3. КАВАИИ В СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ

### *Анкетирование о каваяи*

В предыдущей главе мы обсудили исторические метаморфозы слова *каваяи*, а также убедились, что в других языках подходящего аналога найти не удастся. Как же используется это слово в современности? Попробуем поговорить об этом. В настоящей главе на основе результатов опроса предпринимается попытка анализа тех образов и представлений, которые скрываются за словом *каваяи* в повседневной жизни современных студентов. Далее, в седьмой главе, в качестве примера по контрасту, будут рассмотрены стереотипы *каваяи*, представленные в печатной продукции, и всевозможная связанная с этим символика, встречающаяся в обществе потребления.

В ходе написания этой книги я опросил посредством анкет на тему *каваяи* в общей сложности 245 студентов из двух университетов: университета Мэйдзи Гакуин (1–4 курсы), где я работаю в настоящее время, и университета Акита, в котором мне доводилось читать лекции прежде. Возраст опрошенных — от 18 до 23 лет. В их числе 89 молодых людей и 156 девушек. Эти университеты были выбраны из-за контраста между ними: первый является частным столичным университетом, его кампусы расположены в районах

Сёнан\* и Минато-ку\*\*, о которых постоянно идет речь в медиа, а второй — государственный, в нем около 90% студентов — выходцы из своей префектуры\*\*\*.

Вопросы были предложены следующие:

1. Приведите несколько примеров ваших личных вещей, которые вы бы назвали *каваи*.
2. Вас когда-нибудь называли *каваи*? В какой ситуации?
3. Хотели бы вы, чтобы вас называли *каваи*? Если да, то почему?
4. Как вы думаете, есть ли антоним у слова *каваи*, и если есть, то какой?
5. В чем, на ваш взгляд, разница между словами *каваи* и *уцукусии*?
6. Что значит слово *кимокава*? Пожалуйста, поясните.
7. Если вам есть что добавить насчет *каваи*, пожалуйста, напишите в свободной форме.

Результаты оказались довольно любопытными. Многие студенты откликнулись положительно и проявили интерес. Оставляя обсуждение ответов на вопросы 4–6 до следующей главы, в этой главе я хочу привести примеры ответов на вопросы 1, 2, 3 и 7, которые произвели на меня глубокое впечатление.

### *Кавии в наши дни*

Что касается первого вопроса, заметна большая разница между ответами юношей и девушек. Домашние животные, фотографии, товары с героями мультиков, канцелярские принад-

---

\* Побережье на юге префектуры Канагава.

\*\* Один из центральных районов Токио, букв. «Портовый район».

\*\*\* Префектура Акита находится на севере острова Хонсю, то есть по японским меркам университет считается провинциальным.

лежности, предметы повседневного пользования, члены семей и окружающие люди, кумиры молодежи (*тарэнто*, от англ. talent) — представители всех этих категорий предметов и живых существ были фактически свалены в одну кучу, при этом гендерные различия проявлялись в манере и стиле их описания.

В основном бросается в глаза следующее: девушки обычно называли 4–5 вещей, а то и гораздо больше, сопровождая названное подробными пояснениями, описаниями, картинками. О собственных брендовых вещах они говорили с явным фетишистским наслаждением и радостью. Согласно ожиданиям, при сравнении двух университетов выяснилось, что подавляющее большинство ответов, в которых упоминались бренды, дали студенты университета Мэйдзи Гакуин: как-никак, токийские девушки более погружены в атмосферу общества потребления, и их взгляд на *каваи* более выстроен. Столичные студенты по сравнению с провинциальными более зависимы от информации о *кавайных* вещах, у них сильнее развито групповое сознание, *каваи* является частью их повседневной жизненной практики. За десять лет мою кафедру в университете Мэйдзи Гакуин закончили несколько студенток, лица которых я потом замечал то в «Олив», который появился в ту пору, когда на улицах разворачивалось скаутское движение, то на обложках «Бьюти Хэа»\*: похоже, была создана среда, заставляющая этих девушек неустанно работать над собой.



Приведем несколько примеров ответов, все тексты длинные.

«Домашний песик Рику, которому примерно полгода», «фото, где я маленькая», «мягкая игрушка „Ловец НЛО“», «мягкая игрушка с разинутым ртом без всякого выражения на лице, которая лежит у меня дома у кровати. У нее такие милые глаза!», «вещи с диснеевскими героями, вещи с Доразмоном,

---

\* Названия японских модных журналов.


うちのねこ  (手書きが)    
 最近買った紫色のレースがたこ    
 水玉もよりのゴッパ    
 (絵紙)    
 vivienne west wood  a + a + a - a - a

食司、いゝ犬    
 スニーカー 





友達がガテマラから  
 ← 送ってくれた赤いハガキ  
 遺品と男小生の写真


 Vivienne Westwood


BOPPER 


Y's 

キルソン 


LEGO 

 Dr. MARTIN

トイズ "ズ" バット 

ロバート 

せの中にはかおりのものは  
 たくさんある。

犬 

Иллюстрации, приложенные к анкетам. Как видно, студенты подошли к ответам на вопросы о каваяи со всей серьезностью. При этом иллюстрациями сопроводили свои ответы исключительно девушки, от юношей ни одного рисунка не получено

Солукс, медвежонок Рилаккума», «точилка в виде лягушки (сокровище)», «недавно купленная кофточка с кружевами лилового цвета», «футболка Granith, которая сейчас на мне», «сумка от Джима Томпсона», «зонт и кошелек от Вивьен Вествуд», «розовая сумочка и блокнот. Думаю, если носить их вместе, получится *каваи* (сумка у меня была раньше, а блокнот подарили, но они подходят друг другу цветом и стилем)», «младшекурсник (это не „вещь“, но он все равно *каваи*. И лицо, и характер)», «актер Рюноскэ Камики из телесериала „Муки любви“», «профессор Люпин (немного усталый и озорной тридцатилетний дядечка из „Гарри Поттера“)»\*.

А как обстоят дела с молодыми людьми? Вот примеры того, что они считают *каваи*:

«Собака», «животные», «мягкие игрушки», «американские персонажи», «брелок с Тоторо»\*\*, «шариковая ручка», «джинсы, которые давно носишь», «подушка», «зажигалка», «дети примерно до трех лет», «Ами Судзуки»\*\*\*, «ребенок наших родственников», «ботинки», «женский голос», «Лили Фрэнки»\*\*\*\*.

По сравнению с женской словоохотливостью ответы мужской части опрошенных в целом содержали меньше пунктов, заметна сдержанность и лаконичность. Даже когда речь шла о любимых песиках, их размеры, уменьшительно-ласкательные клички и прочие особые приметы отсутствовали; множество молодых людей просто написали: «собака». Особенно меня удивило, что в университете Акита многие вообще ничего не ответили на этот вопрос.

---

\* Профессору Люпину 33 года в третьем томе «Гарри Поттера», где он впервые появляется, и 38 в последнем, седьмом; актеру Дэвиду Тьюлису, когда он впервые снялся в роли Люпина, было 40 лет. — *Примеч. ред.*

\*\* Тоторо — дух, хранитель леса из полнометражного мультфильма Хаяо Миядзаки «Мой сосед Тоторо» (1988).

\*\*\* Японская певица и актриса.

\*\*\*\* Лили Фрэнки (р. 1963) — японский актер, писатель, эссеист, иллюстратор. Настоящее имя — Масая Накагава (中川 雅也).

При этом среди ответивших нашелся один, который, немало подумав, написал: «мой член, когда холодно». Я решил убедиться, нет ли среди женских ответов чего-то подобного, нет ли примеров *каваи* в отношении собственных частей тела, но ни в одном из 156 ответов никто не вспомнил не то что про половые органы или грудь (это само собой разумеется) — но даже про глаза или рот. Была только одна девушка, написавшая о себе вообще: «фото, где я маленькая». По моим наблюдениям за повседневной жизнью в университете, девушек в основном волнует мода и косметика, и такое впечатление, что они до смерти боятся солнечного света\*. Девушек, которые в своих ответах на анкеты отнесли бы собственное тело к категории *каваи*, не оказалось вовсе (пусть даже при этом они пожелали бы остаться неизвестными), и этот факт очень меня порадовал.

### *Вас когда-нибудь называли кавайи?*

По мере того как мы подоברались к вопросу номер два, охватившие меня сомнения немного развеялись. Серьезные различия обнаружились между ответами молодых людей и девушек на второй вопрос: вас когда-нибудь называли *кавайи*?

Если ограничиться только 18-летними, то почти все студенты университета Мэйдзи Гакуин в той или иной ситуации достаивались наименования *кавайи*, в то время как в университете Акита таких респондентов была треть — в половине случаев речь шла о детских годах. Во всяком случае, такова ситуация в целом. Даже если соответствующие случаи были редки, мальчики по большей части были склонны подробно

---

\* Традиционный взгляд японцев на солнечный загар негативен: белая, даже бледная кожа — атрибут аристократии, высших слоев. Загорелая кожа, наоборот, ассоциируется с крестьянским трудом, работой в поле и т. д. Поэтому многие современные японки даже в жару предпочитают длинные рукава и солнечные зонтики.

описывать обстоятельства того времени. Если речь шла о родственниках и их личных *кавайных* вещах, респонденты стеснялись или противоречили сами себе, словом, не отличались словоохотливостью, а тут, наоборот, они отвечали вполне развернуто, даже если воспоминания были не из приятных. Посмотрим на конкретные примеры.

«У меня была прическа, как у девочки, и одноклассница мне сказала: *каваиш*»; «Дело было, когда я перешел в среднюю школу; кто-то из старших меня так назвал, когда я до самого верха застегнул молнию спортивной куртки»; «Так меня назвала девочка на год меня старше, с которой мы были в паре на уроке по устному английскому. Когда я решил спросить, как называется то, что на ней было надето, джемпер это или куртка, и спросил, не подумав, она в ответ почему-то назвала меня *каваиш*, и с тех пор меня все время так называют»; «Когда я что-то перепутал, а затем непроизвольно скорчил смешную рожу\*»; «Когда ем Роску\*\*, я даже сам себя считаю *каваиш*»; «В детстве, что бы я ни сделал, меня все время так называли»; «Когда спровоцировал у своей девушки материнский инстинкт. Когда мы ели пасту, мне на палец капнул соус, она его слизнула, а я тут же облизнул ее палец в ответ».

В основном все ситуации связаны с изменениями в прическе или одежде, внезапными неудачами, взаимоотношениями со старшими девочками — в общем, нежный возраст.

Как же обстоят дела у девушек? Как и выше, ограничимся исключительно ответами 18-летних.

«Когда я впервые надела школьную форму и юката\*\*\*»; «Когда во время выступления я вышла на сцену вместе со

---

\* В оригинале приводится название конкретной разновидности популярной в молодежной среде гримасы *тэхэ* или *тэхэпэро*: это когда прищуривают один глаз, хитро улыбаются и чуть высовывают язык.

\*\* Марка печенья; тонкие хрустящие трубочки, наполовину облитые шоколадом.

\*\*\* Легкое летнее кимоно.



всеми, в одинаковой одежде»; «Когда мне стало стыдно...»; «В обычной речи употребляю крепкие слова, но когда речь заходит о любимом, краснею»; «Когда заговорила на чистом диалекте»; «Меня называли *каваи* из-за невысокого роста и волос, убранных в пучок: я была совсем как Малышка Мю из „Муми-троллей“ (картинка прилагается)»; «Из-за низкого роста»; «Когда кругом были одни старшие, я говорила: „хочу, чтобы мне скорее было восемнадцать!“, а они отвечали: „какая милашка!“»; «Когда, расчувствовавшись, я начинаю рассыпаться в любезностях»; «Если в принт-клубе получилась хорошая фотография»; «Когда впервые встретила с бывшим молодым человеком, он мне так сказал»; «Когда по-настоящему почувствовала утрату. У меня был обиженный вид, и мне, правда, было очень грустно»\*.

Как и в ситуациях с мальчиками, налицо масса случаев именованья *каваи*, связанных с прической и одеждой, нежным возрастом, неожиданными неудачами, взаимоотношениями с противоположным полом. К этому добавляется важный элемент: ощущение *каваи* может возникать при виде миниатюрного тела либо как реакция на тип поведения или мышления. Когда *каваи* описывает внезапную неловкость, это слово улаживает ситуацию, говорится для того, чтобы защитить допустившего оплошность, в каком-то смысле служит компенсацией. Девушка, допустившая неловкость, мыслится более *кавайной*, чем лишенная всяких слабостей. При помощи слова *каваи* удается успешно избежать опасности. К слову, как видно из последних примеров, намеренное детское кокетство под маской *каваи*, а также чувство унижения от

---

\* Под «обиженным видом» в оригинале подразумевается характерная поза и выражение лица, все вместе называется словом «бурикко». В японской молодежной культуре ассоциируется с *каваи* и обозначает беспомощную, обиженную, смиренную, мило выглядящую маленькую девочку. Иконически часто изображается так: печальное выражение личика и подпирающие подбородок ручки, сжатые в кулачки. Близкий феномен — «лоликон», комплекс Лолиты.

того, что человека ввели в заблуждение, в ответах мальчиков полностью отсутствовали. Стараясь вести себя максимально *кавайно*, девушки полагают, что в напряженной ситуации с окружающими их могут за это похвалить, но, в зависимости от обстоятельств, они вполне могут подвергнуться нападкам.

Тут нельзя упускать из виду, что пояснения девушек в целом короче, чем у мальчиков, и основная суть заранее ясно резюмирована. Это указывает на то, что в ситуации с мальчиками пока неясно, как понимать и как воспринимать, когда их называют *каваи*; молодые люди просто говорят о наличии опыта как такового, без всяких выводов, тогда как девушки вновь и вновь переживают свой опыт и логическое понимание в их случае приводит к изменениям во внешности. Также сказывается повторение аналогичных ситуаций. В отличие от ответов юношей, ответы девушек лучше поддаются классификации, что контрастирует с их же ответами на первый вопрос про *кавайные* вещи из личного обихода: здесь уже нет той страсти к мелочам, которая граничит с фетишизацией.

Если попробовать обобщить ответы на второй вопрос, выясняется, что девушки от 18 до 23 лет, которых, судя по их ответам, до сих пор ни разу не называли словом *каваи*, составляют чуть больше 10%. Когда я рассказывал об этой ситуации своим друзьям и знакомым того же возраста — неважно, юношам или девушкам, — они сразу же удивлялись, а затем хмурились. Некоторые юноши заявляли с огромной радостью: «Ну, прекрасно, налетай — подешевело: теперь чуть что, сразу и не раздумывая будем на все говорить *каваи*!» При этом среди девушек нашлись всерьез сочувствующие: «Если в детстве тебя никогда не называли *каваи*, как же ты будешь жить дальше?» В любом случае все, не стовариваясь, сошлись на том, что эти 10% девушек несчастны и им можно только посочувствовать.

Я был поражен, осмыслив эту статистику. Как много среди тех студенток, кто ежедневно попадаетея мне на глаза

в университетском кампусе, таких, кого ни разу не называли *каваи*, — подумать только! Вполне обычные барышни: выпивают, носят модные сумки и туфли, слоняются по территории. И что? Если их станут называть *каваи*, это их осчастливит? Решит их проблему? На самом деле, дело не в этом. После того разговора я в который раз задумался о том, что назрела необходимость рассмотреть структуру идеологии, которая транслируется при помощи слова *каваи* в сегодняшнем обществе.

### *Когда нет настроения называться каваяи*

Тут важное значение имеет вопрос № 3. Он звучит так: «Хотели бы вы, чтобы вас называли *каваи*?»

Скажем сразу: положительно на него ответили 26% юношей, отрицательно — 62%. 12% ничего не ответили. По сравнению с этим девушек, ответивших «да», было подавляющее большинство, 68%, а ответивших «нет» — не более 20%. Не определились всего 2%. Большое количество ничего не ответивших юношей указывает на то, что вопрос поставил их в тупик. Среди девушек соответствующий показатель невелик, и это говорит о том, что они уже отнюдь не в первый раз размышляют над этим вопросом. Опуская подробности, скажу, что, по данным анкет, чаще всего хотят называться *каваи* 18-летние респонденты, причем как юноши, так и девушки (первые — 15%, вторые — 78%), а далее, чем старше возраст опрошенных, тем меньше положительных ответов. Уже в 20-летнем возрасте юношей, ответивших «да», всего 7%, количество девушек опускается до 63%. Между прочим, дальше эти цифры начинают снова расти: так, среди 22-летних 50% юношей ответили положительно, а соответствующие ответы девушек составили чуть ли не 100%. Боюсь, если взять старшеклассников, не достигших восемнадцати лет, то выяснится, что число девушек, которые хотят, чтобы их называли

*каваи*, еще больше. Как бы то ни было, «яма» приходится на 20-летних, и, по-видимому, для обоих полов этот возраст — время усиливающегося скептицизма и отторжения идеологии *каваи*, господство которой началось со средней школы. Вслед за возрастом отторжения наступает повторная тяга к *каваи*, стремление именоваться этим словом опять усиливается, чувство отторжения слабеет, появляется склонность к таким состоянию и поведению, которым слово *каваи* подходит как нельзя лучше. Среди фильмов, где снималась Изабель Аджани, была французская кинолента «Ядовитое дело» (реж. Филомена Эспозито, 1993). На тот момент актрисе было уже под сорок; быть может, прокатная компания дала фильму такое название\* не из сарказма, а скорее желая усилить впечатление, связанное со скептицизмом и обеспокоенностью женщины на пороге среднего возраста?

Что ж, выслушаем мнения обеих сторон — и тех, кто хотел бы, чтобы их называли *каваи*, и тех, кто бы этого не хотел.

Юноши, склонные к *кавайной* номинации, дали следующие обоснования: «Хочу как можно дольше сохранить в себе подростковое состояние»; «Окружающие мне симпатизируют, поэтому хочу, чтобы старшие (особенно девушки) так меня называли»; «Так я могу успокоиться и быть собой по-настоящему». Среди прочего, были и чересчур зрелые ответы: «Потому что этот образ со мной совсем не вяжется». Надо отметить, что некоторые ответили весьма необычно: «Можно и так, пожалуй».

Не желающие называться этим словом чистосердечно (?) признавались: «Сразу же видно, что я совсем не *каваи*», но большинство поясняли: «Хочу, чтобы меня называли не *каваи*, а *каккоии*\*\*»; «От старших звучит как издевка, потому что не по-мужски». Одним словом, ситуация следующая:

---

\* В японском переводе: «Разве не достаточно быть просто милой [*каваи*]?»

\*\* «Клевый», «крутой», «стильный» и т. д., аналог англ. cool.

по отношению к девушкам *каваи* — абсолютно применимое определение, а вот юноши избегают его из-за несоответствия с идеальным образом. Засвидетельствован и такой, весьма необычный взгляд на жизнь: «Сейчас не хочу, а вот когда стану дядей, тогда захочу». Мне кажется, такой ответ как-то связан со стремительным увеличением приязни к номинации *каваи* у представителей обоих полов старше 22 лет.

Перебирая кипу полученных ответов, я вспомнил 1960-е, когда сам еще был школьником. В старших классах я учился в токийской муниципальной мужской гимназии, в ту пору слово *каваи* принадлежало исключительно детскому лексикону, его употребление никак не пересекалось с миром взрослых и носило совершенно очевидный пренебрежительный оттенок. У одного моего однокашника (в настоящее время он преподает в одном женском университете) с детства было несчастное лицо, и когда его дразнили словами *кодомо\** или *каваи*, всякий раз он страшно обижался. Подростковое желание причинять зло, а также ответное чувство стыда и унижения, характерное для тонкой подростковой психики, пожалуй, с наибольшей откровенностью и осуждением продемонстрированы в манге «Дневник школьника» за авторством QBВ\*\*.

Причины, по которым девушки хотят зваться *каваи*, в основном следующие.

«Весь день думаю: мила я или нет? И стоит кому-то назвать меня *каваи*, сразу так радостно»; «Когда меня так называют, у меня от одного этого слова появляется вера в себя»; «Потому что думаю, что смогу стать счастливой. Потому что в самом деле хочу стать *каваи*»; «Ощущение похвалы мне как женщине. Это подтверждение своего уровня среди прочих женщин, вот почему»; «Потому что без колебаний могу выйти на люди»; «Потому

---

\* Младенец, ребенок.

\*\* Псевдоним японского художника комиксов-манга; настоящее имя — Масаюки Кусуми (久住 昌之, р. 1958).

что это высшая похвала для девушки»; «Сразу появляется такой образ, будто безумно любима, вот поэтому»; «У окружающих настроение улучшается, плюс к тому светлый образ, вот».

Как бы то ни было, ценность слова *каваи* основывается на тех соображениях, что при его помощи можно сбегать свое счастливое состояние и поддержать уверенность в собственном положении. «Если мне такое скажут, сразу вся сияю! Смеюсь как сумасшедшая!» Таким образом, совершенно случайно подтверждается обсуждавшееся во второй главе происхождение *каваи* от *као-хаюси* («лицо пылает»); я даже непроизвольно ощутил эту искреннюю взволнованность. С другой стороны, нельзя забывать о том, что принятие этой номинации и согласие с ней открывают все пути женской половине человечества: этот расчет также здесь явно заложен. Вот подтверждения: «Если ты не *кавайная*, то ничего у тебя не выйдет»; «Если ты *кавайна*, то многого добьешься и самой просто приятно».

Большая часть причин, из-за которых девушки не желают называться *каваи*, таковы: «Я уже студентка. Хочется, чтобы вместо *каваи* меня называли *кирэй* („милая, приятная, симпатичная“) или *каккои*»; «Не считаю себя *каваи*»; «Я уже вышла из этого возраста» — то есть в соответствии с возрастом зазор между словом *каваи* и самоощущением становится вещью осознанной. В то же время примеры, отрицающие *каваи*, также во многом продиктованы развитым самосознанием, и об этой неприязни не стоит забывать. «Такое ощущение, что на меня смотрят сверху вниз»; «Непонятно, поощряют тебя или насмеются»; «Отчего-то идиотский образ возникает»; «Я думаю, так называют только тех, кто нуждается в посторонней помощи»; «Слово *каваи* слишком распространенное, поэтому превратилось в бессмысленное» — если взглянуть на все анкеты в целом, эти и похожие мнения составят абсолютное меньшинство, тем не менее сам факт их наличия указывает на то, что авторы этих ответов, хоть и смутно, но зрят в корень проблемы.

## Мужской и женский взгляд на кавайи

Мы приблизились к рассмотрению ответов представителей обоих полов на третий вопрос, но уже сейчас можно сказать, что взгляды на *кавайи* и отношения к этому явлению в сильной степени разнятся в зависимости от гендера.

Если говорить в целом, то мужская часть опрошенных не воспринимает *кавайи* всерьез в качестве проблемы самоидентификации в той степени, в какой это свойственно девушкам. Юношей номинация *кавайи* ставит в тупик: например, когда их так называют девушки, юношам это сильно не нравится. Слово *кавайи* раздражает самоощущение мужчины, при этом само понятие остается за рамками объективации.

Девушки в отношении *кавайи* последовательно демонстрируют то, что называется *vulnerability* (восприимчивость, ранимость, уязвимость, чувствительность)\*, причем как в случае приятия, так и в случае сопротивления. Большая часть девушек хочет называться *кавайи*, верит, что это одобрительное слово их осчастливит, но при этом сами они себя *кавайными* не считают. Некоторые из них используют кокетство *кавайи* в качестве полезной для себя стратегии в обществе и относятся к этому вполне серьезно. Большую часть юношей не волнует их возраст и собственное тело, но существенную часть девушек возраст беспокоит, молодость и зрелость ощущаются ими как короткие периоды, и к слову *кавайи* они относятся с повышенной чувствительностью. Тех, кто ответил, что их до сих пор ни разу не называли *кавайи*, оказалось чуть более 10%, и об их существовании нельзя забывать. Боюсь, среди юношей того же возраста аналогичные опасения практически отсутствуют. Юноши способны разделить окружающих девушек на тех, кто *кавайи*, и кто нет, но девушки не представляют себе, какие с этим словом могут быть трудности в плане самоощущения.

---

\* У автора: яп. 攻撃誘発性; здесь автор приводит заимствованное английское слово и поясняет его по-японски.

Независимо от пола крайняя точка недоверия и неприязни в отношении *каваи* приходится на 20-летних. После этого у обоих полов взгляд на *каваи* стабилизируется, и во второй раз возникает тенденция к приятию этого слова.

### *Каваи* — слово из политического лексикона

Наконец, обратимся к седьмому вопросу. Напомню, что в этом пункте предлагалось в свободной форме написать что-нибудь о *каваи*, если что-то вдруг осталось без внимания. По правде говоря, предыдущие шесть вопросов были чем-то вроде прелюдии: исходная цель заключалась в том, чтобы человек, продравшись сквозь эти вопросы, смог наконец отдохнуть, расслабиться и, не подозревая о нашем умысле, свободно рассказать, что он думает. В зависимости от того, как был воспринят этот «умысел», в ходе написания этой книги у меня возникла масса любопытных соображений, и во многом они собраны в этом разделе. Среди ответивших есть и такие, кому пришлось в голову проиллюстрировать свой ответ картинками. С некоторыми я вас познакомлю.

Первое, на что было указано вне зависимости от пола: слово *каваи* вошло в состояние «инфляции», прозвучали предостережения и критика по поводу того, что слово утрачивает свои изначальные семантические функции. «Часто в разговорах с друзьями вместо того, чтобы просто сказать „думаю, это хорошо!“, говорят *каваи*»; «Кажется, что тем, кто не говорит ничего, кроме *каваи*, очень не хватает выразительных средств»; «Когда кто-то по любому поводу восклицает: „Кяяяя!!!!“\* или „*Каваииии!!!*!“, на самом деле он ничего не соображает». В связи с этим явлением один из опрошенных дал такой анализ: «В наше время, стоит только сказать *каваи*, сразу воцаряется атмосфера спокойствия. Если взять категорию *каваи* более широко, то у самого возникает чувство, будто успокаиваешься».

---

\* Эмоциональное японское междометие для выражения умиления.



По поводу политической силы и власти, сосредоточенной в руках *каваи*, есть соображения следующего характера: «С помощью *каваи* тебя дурачат и водят за нос. Человеком, который хочет быть *кавайным*, легко манипулировать: его поведение делается надменным и высокомерным»; «Желающие называться *каваи*, по сути, мазохисты. Когда хочется в отношении кого-то сказать *каваи*, это на самом деле означает желание раскритиковать» — пишет молодой человек; уж не знаю, соответствует это женскому употреблению слова или нет. «Когда они (девушки) смотрят на меня снизу вверх, меня бросает в дрожь, это приятное ощущение, от которого возникает мысль: „*Кавайи!*“»

Этот взгляд «снизу вверх» в первую очередь описывает фотографии поп-идолов. При этом он указывает скорее не на молодых людей, на которых пристально смотрят, а на девушек, которые смотрят таким образом: предпосылкой такого взгляда является то, что рост у девушек ниже; в подобном поведении можно усмотреть своего рода «политику пристального взгляда».

Унифицировать как мужское, так и женское многообразие взглядов на *каваи* трудно до такой степени, что глобальные выводы невозможны. С одной стороны, имеют место искренние признания: «Друзья-мальчики мне говорят, что я на все реагирую *каваи*. Но я не знаю, что сказать, кроме этого. Разве что „*кууваин\**“, а с другой — понятные соображения такого рода: «У женщин, которые одиноки, может быть ужасно милый тип лица, но словом *каваи* их назвать нельзя». Короче говоря, стандарты и критерии *каваи* у всех разные, иной раз может возникнуть неприятная ситуация, если один считает нечто *кавайным*, а другой так не считает — но вместе с тем, когда носишь *кавайные* вещи, это сказывается и на внутреннем состоянии: не просто внешний вид, но внутреннее состояние наполняет какая-то сила, и это близко к тому, что в культурной антропологии называется словом «мана», нечто вроде магического заклинания:

---

\* Разговорная форма от *каваи*. Искаженное звучания слова, придающее оттенок игривости, кокетливости и пр.

«В старшей школе я ненавидела такие отношения, в которых все можно было уладить одним словом *каваи*, поэтому никому его и не говорила», — признается одна из опрошенных девушек.

Заканчивая с анкетами, приходится констатировать амбивалентность в том, что касается отношения современных студентов к *каваи*. Поддаваясь очарованию магической силы, заложенной в слове *каваи*, он (или она) в то же время чувствует отторжение и неприязнь ко всему, что с этим связано. Живя повседневностью, окруженной *кавайными* вещами, некоторые молодые люди испытывают неприятное чувство от того, что это слово бессмысленно используется направо и налево. Даже не считая себя *каваи*, они все равно хотят, чтобы их так называли, при этом ненужное, пустое *каваи* их раздражает и приводит в замешательство.

Подобная амбивалентность доказывает, что *каваи* — это громадный миф, охватывающий весь современный социум. Здесь я употребляю слово «миф» в смысле Леви-Стросса и Кереньи\*, а не в смысле источника мировых легенд и сказаний. Как писал Ролан Барт в своей ранней работе «Миф сегодня»<sup>16</sup>, притворяться, что противоестественные фальшивки являются естественными и внеисторическими, — это просто умственный трюк\*\*. В седьмой главе на примере соответствующих речевых оборотов я собираюсь показать, как медиа превращают девушек, включая множество студенток, в слой покупателей — то есть как происходит эта самая мифологизация в женских журналах.

---

\* Клод Леви-Стросс (1908–2009) — французский этнограф, социолог, культуролог, философ, создатель собственной теории структурной антропологии. Карл Кереньи (1897–1973) — венгерский и швейцарский филолог-классик и религиовед.

\*\* «Миф ничего не скрывает и ничего не афиширует, он только деформирует, миф не есть ни ложь, ни искреннее признание, он есть искажение». И далее: «Теперь мы добрались до самой сути мифа, которая заключается в том, что он превращает историю в природу». См.: Барт Р. Миф сегодня // Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М.: Издательская группа «Прогресс», «Универс», 1994. С. 72–130.

## ГЛАВА 4. МЕЖДУ ПРЕКРАСНЫМ И ГРОТЕСКНЫМ

В предыдущей главе речь шла о том, что такое *каваи* в представлениях и жизни студентов и что они думают по этому поводу. Что это за конкретные вещи, которые создают и выстраивают сущность *каваи*? Извлечем на некоторое время эти важнейшие составляющие и попробуем их проанализировать. В четвертой главе обсуждается связь между *каваи* и гротеском, в пятой — связь этого понятия с чем-то малым и вызывающим тоску и ностальгию (яп. *нацукасий*), в шестой — отношение *каваи* к зрелому, состоявшемуся, завершённому.

### *Парадоксы каваи*

Вообще говоря, слово *каваи* считается соседом-синонимом *уцукусии* («красивый», «прекрасный») и антонимом слова *миникуй*\* («безобразный», «уродливый»). Но если углубиться в частности, выяснится, что оттенки смысла *каваи* и *уцукусии* во многом противоположны. Кроме того, нет нужды перечислять те случаи, когда безобразные и безвкусные вещи воспринимаются в качестве *каваи*, если посмотреть на них под другим углом. Взаимоотношения между тремя этими прилагательными — *каваи*, *уцукусии* и *миникуй*, — даже если

---

\* Букв. «такой, на который трудно, неприятно смотреть».

посмотреть со стороны, кажутся очень сложными и имеют две стороны. Однажды меня потрясли слова одного студента: «Чем больше становится милых вещей, тем чаще думаешь с жалостью (*кавайсоо*) о тех вещах, которые нельзя назвать *кавайи*, и, в конце концов, все равно в голову приходит: *кавайи*».

В настоящей главе я думаю перейти к общим вопросам на более абстрактном уровне, продолжив разыскания среди тех ответов на вопросы анкет из третьей главы, которые еще не были проанализированы. Напомню содержание этих трех вопросов:

4. Как вы думаете, есть ли антоним у слова *кавайи*, и если есть, то какой?
5. В чем, на ваш взгляд, разница между словами *кавайи* и *уцукусии*?
6. Что такое *кимокава*? Пожалуйста, поясните.

Когда я придумывал вопрос 4, у меня был свой умысел. Я подумал, что если прямо спросить, что такое *кавайи*, вразумительного ответа не получишь. Надо было сделать так, чтобы респонденты задумались о парадоксальности отражений *кавайи*, сопоставив это понятие с чем-то еще. Полученные ответы можно разделить на четыре группы:

- A. Однокоренные слова.
- B. Одобрительные прилагательные вроде «красивый» и пр.
- C. Негативные прилагательные вроде «отвратительный», «дурно выглядящий» и пр.
- D. Эмоционально нейтральные, редкие прилагательные.

В группу A вошло одно слово: «не-кавайи». Так ответили 22% респондентов (55 анкет из 245). Что ж, впору завывать с тоски и оплакать богатство выразительных способностей современного студента, но, с другой стороны, подобная ситуация

говорит о том, что власть слова *каваи* исключительно велика — и тем, кто полностью во все это погружен, ничего другого не остается, кроме как пользоваться единственным этим словом. «А че не *кавайное*-то, а? — Ну, это, типа, не *кавайное*, и все...» Достаточно выразительный диалог. Вспомним моего одноклассника из третьей главы, который в шутку предложил называть словом *каваи* все, что попадает на глаза. Такова действительность, в которой действует гегемония *каваи*.

Итак, что же у нас попало в категорию В? На ее долю приходится всего 18%, зато богатейшая вариативность. Наиболее часто встречаются прилагательные *уцукусии* и *кирэи*. Применительно к мужскому полу антонимами *каваи* выступают *каккоии*, *отокорасии*; если вступает в силу критерий зрелости — *отонаппои*, *адаруто*, *кансэйситэиру*, *куру*; если подчеркивается интеллектуальная сторона — *атама га ии*, *титэки*, *сукиганай*, *сяпу*, *касикой*, *сурудой*\*. Следующий пример ясно показывает, что сферы употребления английского *cute* и японского *каваи* решительно различаются. Этимологически *cute* восходит к *acute*, что означает «острый» (яп. *сурудой*, *рихацуна*). Далее, ясно, что слово *намаики* («нахальство», «самоуверенность») тоже противопоставлено *каваи*. Отсюда можно предположить следующее. *Кавайным* характером обладает вовсе не носитель взрослой красоты, а существо послушное и невинное, в чем-то женское, в чем-то детское, незрелое, полное слабостей, у которого, образно говоря, голова плохо варит.

Теперь посмотрим на примеры из группы С. Здесь представлено наибольшее число антонимов *каваи* — 73% анкет.

---

\* *Каккоии* — стильный, хорошо выглядящий; *отокорасии* — букв. мужественный, *отонаппои* — как взрослый; *адаруто* — взрослый, от англ. *adult*; *кансэйситэиру* — законченный, заверченный; *куру* — крутой, от англ. *cool*; *атама га ии* — сообразительный, смывленный, умный, букв. «с головой все хорошо»; *титэки* — умный, интеллектуальный; *сукиганай* — букв. не имеющий слабых мест, безупречный; *сяпу* — букв. острый, от англ. *sharp*; *касикой* — умный, мудрый; *сурудой* — острый, пронизательный.

33% ответов составляют имеющие отношение к внешности отрицательные впечатления типа «безобразный», «некрасивый» (*миникуй, фукакко, бусу\**). Множество ответов подобного рода показывает, что *каваи* понимается в основном применительно к вопросам женской внешности. Далее, 26% составляют прилагательные вроде *кимотиваруй, кимой, хэн, китанай, букими, фукайкан, мигурусий\*\**. Здесь уже в более широком, чем только внешность, смысле виден критерий оценки субъекта с точки зрения «приятный-неприятный». Наконец, сюда вошли немногочисленные слова *никутарасий, удзай, харадатасий, кирай, мукацуку\*\*\**. Тут уже нет ничего *кавайного*, речь идет о противоположном чистому и спокойному, приятному и радующему, вызывающему приятные чувства и настроения.

Группы В и С на первый взгляд кажутся антонимичными. Но если принять в расчет группу D, ситуация окажется сложнее. Здесь *каваи* противопоставлена бескачественность, бесчувственность, немаркированность в оценочно-эмоциональном плане, как видно из примеров: *фуцуу, цумаранай, дасай, адзикэнай, кёмиганай, муханно, айкёганай, симпуру, токимэканай, сазнай, хадзурэ, соккэнай\*\*\*\**.

---

\* *Фукакко* — некрасивый, не стильный; *бусу* — некрасивая женщина.

\*\* *Кимотиваруй* — отвратительный, букв. «[вызывающий] плохое настроение»; *кимой* — примерно то же самое; *хэн* — странный, чудной; *китанай* — грязный, испачканный; *букими* — безвкусный; *фукайкан* — неприятное чувство; *мигурусий* — букв. тяжкий для взгляда.

\*\*\* *Никутарасий* — вызывающий ненависть; *удзай* — неприятный, раздражающий, шумный, докучливый; *харадатасий* — раздражающий, вызывающий гнев; *кирай* — нелюбимый, ненавистный; *мукацуку* — испытывать нездоровое ощущение, раздражаться, гневаться, чувствовать отвращение.

\*\*\*\* *Фуцуу* — обычный; *цумаранай* — никчемный, скучный; *дасай* — неотесанный, грубый, немодный; *адзикэнай* — унылый, скучный, тягостный; *кёмиганай* — неинтересный, скучный; *муханно* — безответный, не реагирующий; *айкёганай* — непривлекательный; *симпуру* — простой, от англ. simple; *токимэканай* — не имеющий успеха; *сазнай* — не свежий, не цветущий, блеклый; *хадзурэ* — неудача, провал; *соккэнай* — резкий, грубый, холодный, сухой.

Дело в том, что *каваи*, напротив, связано с энергичностью, чувствительностью, оно пробуждает любопытство, идущее от переизбытка жизненных сил. Если понимать *каваи* как противоположность всему, что вошло в категорию D, самым базовым уровнем будет сумма противоположностей B и C вместе. Если исходить из анти-D, возникает возможность постулировать такое *каваи*, которому впервые будут противопоставлены и «прекрасное», и «безобразное». Как бы то ни было, в самой основе *каваи* заложено какое-то душевное движение, оно вызывает близость и любопытство, несет в себе что-то незавершенное. Пока что нам удалось сфокусироваться исключительно на, скажем так, «наибольшем общем делителе». Уточнить картину призваны вопросы 5 и 6. В самом деле, каким образом противопоставлены или соположены слова *каваи*, *уцукуси* и *кимоти га варуй*?

### *Генеалогия кавайных актрис*

На пятый вопрос было получено множество разнообразных и глубоких ответов. К сожалению, у нас нет возможности привести здесь их полный список. Ограничимся лишь несколькими. Ниже перечислены примеры «определений» *каваи*, а через две косые черты — характеристики *уцукуси*.

То, с чем легко сблизиться. // То, с чем нелегко сблизиться.

То, что хочется оберегать всей душой. // То, что вызывает чистоту чувств и намерений.

Младенец в объятиях Девы Марии. // Дева Мария Скорбящая.

Внешне оно несет на себе заметный отпечаток слабости. //

Внутри чувствуется сила.

То, что снимает напряжение, смягчает сердце. // Еще больше укрепляет дух.

Ребячливое, похожее на ребенка. // Зрелое, относящееся ко взрослому человеку.

Активное, подвижное, причем и то и другое может быть показным, поверхностно-легкомысленное, народно-массовое, «попсовое». // Глубокое, пронизательное, мудрое, знатное, высокородное.

Повседневное. // Далекое от действительности.

Низкопробное, вульгарное, простое для понимания. // Элитарное, отдельное, изолированное, обладающее магической силой воздействия.

Невинное, простодушное, округлое, полное, теплое. // Прохладное, имеющее четкие очертания, холодное, бесстрастное.

Имеющее несовершенства. // Совершенное, безупречное, непреложное, не допускающее поправок.

Стандарты и критерии его сильно меняются в зависимости от эпохи. // Существует, превосходя время, понятно во всем мире.

Маленькое, яркое, пышное. // Имеющее надлежащую величину, приведенное в должный вид.

Кажется, что любовь к нему все же возможна. // Вызывает волнение и трепет независимо от возможности/невозможности любви.

Понятно даже ребенку. // Нельзя понять, пока не повзрослеешь.

Что-то, что слабее и меньше тебя самого. // Что-то возвышенное, величественное, вызывающее дрожь и нервное напряжение.

В чем-то игривое, комичное, шутовское. // Абсолютно серьезное, наделенное аурой благородства, свечением.

Вызывает желание управлять, владеть, господствовать. // Все это исключено.

В некотором отношении на него смотришь сверху вниз. // Опять же, исключено.

Большая разница в критериях и нормах употребления в зависимости от гендера. // Эта разница невелика.

Женщина может употреблять это слово с оттенком иронии, сарказма и пр. // Возможно только буквальное восприятие, качество принимается всерьез.





Выдающиеся японские актрисы XX века: Сэцуко Хара (слева), Аяко Вакао (справа). Разница между прекрасным (уцукусии) и милым (каваии)

Сейчас, переписывая эти ответы (причем не так важно, насколько они правдивы), я подумал о том, что в любом случае в результате получается картина, которая достаточно полно охватывает все окружающее. Даже если ограничиться исключительно моей профессиональной областью — историей кино, — аналогичное противопоставление *каваии* vs *уцукусии* имеется как между такими легендами, как Ли Сянлань (Ёсико Ямагути) и Сэцуко Хара, так и между Аяко Вакао (изысканный, редкий цветок, эталон женского лица) и Саюри Ёсинагой\* (святая; невозможно допустить мысли, что такие, как она, справляют малую нужду, как все обычные люди)<sup>17</sup>. Только сейчас меня осенило: если разобраться, все мои прошлые

\* Лин Сянлань/Ёсико Ямагути (李香蘭 / 山口淑子, 1920–2014), Сэцуко Хара (原節子, 1920–2015), Аяко Вакао (若尾文子, р. 1933), Саюри Ёсинага (吉永小百合, р. 1945) — одни из самых знаменитых японских актрис.

киноведческих разыскания, по сути, были посвящены операции различения этих двух типов привлекательности.

Кстати, у Ролана Барта в «Мифологиях»<sup>18</sup> сравниваются две актрисы — Одри Хэпберн и Грета Гарбо. О первой говорится, что ее лицо носит «субстанциальный характер», ему присуща «индивидуальность», в ее лице явлено «событие», при этом «в нем нет ничего сущностного», тогда как вторая подобна «платоновской идее человеческого существа», ее лицо — это «абсолютное состояние плоти, недостижимое и неотвязное»\*. Во французском языке нет подходящего слова для *кавайи*, и, скорее всего, по этой причине Барту пришлось использовать такие сложные обороты. А ведь мог бы прямо так и написать: Хэпберн — *кавайи*, а Гарбо — *уцукусии*. Необыкновенная популярность Хэпберн в Японии часто становится темой для обсуждения и за рубежом в том числе; если подумать, наверное, причина заключается в присутствии японцам комплексе *кавайи*. Кстати, здесь уместно было бы вспомнить фильм «Слишком красивая для тебя» (реж. Бертран Блие, 1989) с Жераром Депардье в главной роли: кино с налетом злобной издевки. В этом фильме Депардье попадает в трудное положение: он собирается жениться на опрятной, бесконечно проницательной красавице Кароль Буке, но вступает в аморальную связь с простушкой средних лет, чем доводит Буке до отчаяния. Это история о том, как *кавайи* побеждает *уцукусии*.

Как бы то ни было, очертания *кавайи*, находящегося где-то по соседству с *уцукусии*, уже прояснились. В противовес священному, совершенному и вечному, оно, наоборот, есть нечто поверхностное, изменчивое, простовато-несовершенное, незрелое. Но если посмотреть на эти кажущиеся недостатки с другой стороны, то налицо конструкция, с которой

\* Автор имеет в виду эссе Ролана Барта «Лицо Греты Гарбо» (рус. пер. в кн.: Барт Р. Мифологии / Пер., вступ. ст. и коммент. С. Н. Зенкина. М.: Академический проект, 2008. С. 133–135).

легко подружиться, она проста в обращении и вызывает психологическую близость. *Уцукусии* зачастую связано с табу, с невозможностью прикоснуться к нему, тогда как *каваии* вызывает у людей желание прикоснуться и защитить его. Иначе говоря, такое желание синонимично желанию повелевать, поместить предмет ниже себя, и в этом случае его существование может рассматриваться как неполноценное. Человек, произносящий *каваии*, имеет такие критерии оценок, которые сильно варьируются в зависимости от гендера, к тому же он сознает, что эта вещь временная, целиком и полностью зависящая от сиюминутности «здесь и сейчас». Существование *каваии* в вечности — абсурдная идея, оксюморон. А потому старомодную чопорность и серьезность применительно к данному слову можно смело отбросить. «Ка-ва-и-и!» — вот как это произносится. Так в этом слове сохраняется гораздо больше телесного движения, жеста, нежели когда употребляется *уцукусии*.

### *Гротеск и его соседи*

Теперь настал момент как следует разобраться с тем, что такое *кимокава* из анкетного вопроса под номером шесть. Собственно, само слово *кимокава* — это прилагательное-комполит, полученное сложением корней двух слов: *кимои*, являющееся сокращением от *кимоти-га варуй* (плохой, дурного вкуса, вызывающий отвращение и пр., букв. «[вызывающий] плохое настроение») и *каваии*. Этого слова пока что нет ни в толковом словаре «Кодзиэн», ни в «Синкокугодзитэн» — «Новом словаре японского языка» издательства «Сансэйдо». Я полагаю, что это слово возникло в среде городских школьников-тинейджеров в первой половине 2000-х, однако по причине неизученности вопроса первую письменную фиксацию слова отыскать нельзя. Если вы спросите, откуда взялся вывод насчет «городских», ответ такой:

данные анкет показывают явную разницу между университетом Мэйдзи и университетом Акита. Представители первого вуза так и сыпали уникальными толкованиями, тогда как студенты второго были неспособны ответить, что означает это слово.

Общее число студентов, которые на вопрос «Знаете ли вы, что такое *кимокава*?» ответили «не знаю» или «это такой сорт шашлычков?», составляет 12%. Ответившие что-то вроде «Слышать слышал, но самому не нравится, не употребляю» составляют от силы 1%. Это означает, что если в 2005 году это слово и имело хождение в студенческой среде, то исключительно в андеграундных кругах. Тем не менее я настаиваю на том, что это слово является важным, поскольку оно близко подводит к сути слова *каваи*. И если уж на то пошло, отсюда можно немало узнать про запутанные взаимоотношения между гротескным и *кавайным*.

Студенты предложили следующие примеры того, что можно назвать *кимокава*: художника-мангака\*\* Котобуки Сириагари, господин Ён (актер Пэ Ёнджун), комический дуэт «Ангарз», некоторые региональные разновидности Hello Kitty, плюшевые персонажи авторства Дзюна Миуры, Ямамба-гяру, Ситаппа-кун\*\*\*, мопсы, череп и кости, а также многое другое. Были и такие, кто написал отповедь в духе Сэй-Сёнагон: «Это как если бы у дорожного рабочего, который орудует отбойным молотком, на коробочке с ланчем была нарисована Hello Kitty».

---

\* Ответ построен на догадке, возможной благодаря омофонической игре слов: *кимо* может означать «печень, внутренности», а «кава» — «кожа, шкура».

\*\* Мангака (漫画家) — художник, рисующий мангу; так называют и женщин и мужчин.

\*\*\* Котобуки Сириагари (しりあがり寿, р. 1958) — японский художник-мангака; Пэ Ёнджун (р. 1972) — популярный в Японии корейский актер, «господин Ён» — его уважительное прозвище в Японии; Дзюн Миура (みうらじゅん, р. 1958) — японский художник-мангака и иллюстратор. Ямамба-гяру — разновидность молодежной субкультуры: девушки, раскрашенные, одетые и загримированные под тропических животных и первобытных людей. «Ситаппа-кун» — герой манги. Слово *ситаппа* означает «мелкая сошка».

Но чаще всего в качестве примера *кимокава* респонденты называли комический дуэт «Ангарз» (от англ. UNGIRLS). Возможно, причина заключается в их гротескно-панибратских телодвижениях, из-за чего возникает гендерная неопределенность. Выше было отмечено, что для вечности не существует *каваи*, но если посмотреть на приведенные здесь примеры *кимокава*, то им, пожалуй, ситуативность и сиюминутность присуща в еще большей мере. Будущие поколения исследователей, пожалуй, ничего тут не поймут без специальных комментариев.

Если теперь попытаться перейти к комментариям, то их можно разделить на несколько категорий. Амбивалентность ощущений акцентируется следующим образом: «Хоть и неприятная (отвратительная), но в чем-то привлекательная, милостивая вещь»; «вещь неприятная, но если привыкнуть к ее виду, возникает привязанность»; «настолько сильная „милота“ (*кавайность*), что делается противно». Отмечается дисбаланс между целым и его частями: «Если просмотреть всего „Отца Брауна“\*, кажется, что вообще-то мило, но стоит присмотреться пристальнее, возникает неприятное ощущение, вроде как „в целом мило, но если взглянуть в детали, противно“». Есть ощущение дистанции: «Как-то с этим взаимодействовать даже мысли не возникает, но со стороны посмотреть интересно». Констатируется психологическая разница: «Человеческое поведение, отдающее слабостью, неприятное на вид, но, напротив, если у другого оно вызывает сострадание, в результате скажешь: *каваи*». В общем, пояснения очень разнообразные.

А не может ли быть такого, что вообще все связанное с *кимокава* представляет собой узловую точку современной мысли и эстетики? — это соображение мгновенно пришло мне

---

\* Имеется одна из множества экранизаций (в том числе, сериалов) снятых по детективным рассказам Г. К. Честертона.

в голову, когда я прочел следующие ответы: «Это не воспринимаемая всеми *кавайность*, это то, чьим очарованием захвачен только ты сам; нечто, ставшее личной манерой, вошедшее в привычку»; «Нечто выходящее за рамки понимания „как у всех“, то, что любишь на основании какой-то сверхчувствительности, отличающейся от чувств прочих людей». Здесь есть что-то близкое к эстетике кэмп<sup>\*</sup>, возникшей вечно назад под американским влиянием, а также нечто, граничащее с политологией хобби. Встретилось и такое мнение: «В чем-то до гротеска живое чувство, невыносимая любовь-жалость, вызывающая к материнскому инстинкту». Тут нельзя не вспомнить о Юлии Кристевой, которая, будучи психоаналитиком, считает, что между объективацией «омерзительности» (см. ее работу «Власть страха») и материнством прослеживается связь на бессознательном уровне. В одном из ответов дается прямое определение: «гротескный юмор». В итоге я убедился в следующем: удивительным образом здесь обнаруживается аналогия с тем, что — прощу прощения за щегольство — Бодлер говорил о Гофмане: «абсолютный гротеск». Получается, уже с XIX века и на протяжении XX в диспутах на темы эстетики яростно спорили о понятии *кимокава*?

По правде говоря, остается теоретический вопрос насчет причинно-следственных связей в происхождении этого слова: возникло ли оно из *кимои* и *каваи*, как я сказал прежде, либо же вне зависимости от *кимои*. Однако если взглянуть на полученные ответы, все становится ясно. *Кими-га варуй* (неприятное ощущение) и *миникуй* (безобразное, уродливое), с одной стороны, и *каваи*, с другой, — не противопоставлены друг другу, но, напротив, частично накладываются друг на друга, обоюдно притягиваются, находятся в состоянии

---

\* Кэмп — эстетика, в основе которой — сознательное, изощренное восхищение дурновкусными, пафосными произведениями и предметами. Часто понятие «кэмп» употребляют в паре с понятием «китч».

взаимозависимости. Иначе говоря, когда мы нечто называем *каваи*, это значит, что в неявном виде где-то здесь уже скрывается оттенок гротеска.

Среди студентов были такие, кто откровенно признался: «В слове *кимокава* часто ощущается глубокая любовь-привязанность еще сильнее, чем в слове *каваи*, имеющем различные индивидуальные особенности». Были и такие, кто написал: «Если что-то представляется *кимои*, сразу хочется отвести взгляд, но при этом все равно продолжаешь смотреть». Если попробовать исследовать подобные мнения, то есть задаться вопросом, почему гротескные и неприятные взгляду вещи приковывают внимание человека и заставляют его пристально в них вглядываться, то можно сказать, что все это тесно и глубоко связано с проблемами, которыми занимается психоанализ.

Хорошо известно, что Фрейд в своей знаменитой работе «Жуткое»<sup>19,\*</sup> в самом начале своего рассуждения ставит вопрос о том, почему неприятно выглядят женские половые органы. Если кратко изложить данную теорию, получается следующее: невзирая на тот факт, что некогда из этого места ты сам родился, это обстоятельство, будучи единожды подавленным, становится окончательно скрываемым (вытесняемым), чувство тайны рождения переворачивается и начинает осмысляться как нечто неприятное. Ставя эту интуицию во главу угла, психоанализ утверждает, что за всем тем, чего человек, будучи гротескным существом, избегает, лежит свидетельство бессознательного подавления. Когда сознание повторно обращается к тому, что было некогда скрыто и запечатано, по закону это самое скрытое проявляется в виде гротеска или чего-то неприятного по своей сути. Это правило часто используется при анализе триллеров и ужасиков, но не исключено, что и в исследовании *каваи* оно сможет навести нас на какие-то соображения.

---

\* В другом переводе — «Зловещее» (*Das Unheimliche*, 1919).

## «Инопланетянин» в самом деле каваяи?

Отложим на время погружение в глубины абстрактных дискуссий и попробуем в своих рассуждениях о связи *каваяи* и гротеска пойти методом математической индукции.

Возьмем, к примеру, семерых гномов из диснеевского мультфильма «Белоснежка», героя-инопланетянина из фильма Спилберга «Инопланетянин» и Тоторо из анимэ Хаяо Миядзаки «Мой сосед Тоторо». Герои этих вымышленных историй в равной мере выглядят классическими образцами *каваяи*: они представлены на рынке в качестве всевозможных товаров — фигурок, мягких игрушек, письменных принадлежностей, — которые родители покупают детям. Пара аномально огромных глаз. Диспропорция между крошечными ножками и большой головой. Или тщедушное тельце, лишенное волосяного покрова. Всех этих героев объединяет одно: телесная ущербность, аномальность, некий физический недостаток.

Допустим, в самом деле в саду перед нашим домом внезапно появятся семь гномов, или спилберговский инопланетянин, или Тоторо. Вероятнее всего, они напугают нас своим видом, мы бросимся наутек или вызовем полицию. Это неудивительно: подобным же образом возникает чувство страха, вызванное первыми признаками стихийных бедствий. Морщинистый худосочный инопланетянин, который говорит человеческим голосом, неминуемо поверг бы окружающих в ступор. Тацухико Сибусава\* как-то предположил, что этот инопланетянин — просто дедуля, который сбежал из дома престарелых, чтобы встретиться со своим внуком. Если отбросить фрейдистские обороты и вдуматься в гротескный образ этого старика, которого вытеснили из сегодняшней

\* Тацухико Сибусава (濑澤 龍彦, 1928–1987) — японский писатель, переводчик с французского, эссеист, чьи эссе о черной магии, демонологии и эротике до сих пор популярны в Японии.





*Младенец Иисус на картинах Кривелли*

нуклеарной семьи, то в такой характеристике явно подмечено что-то важное. Что касается Тоторо, то если это чудище с неизвестными намерениями, явно вызывающими опасения у нормального человека, и впрямь появится возле японского жилища, окрестные жители наверняка тут же накатают жалобу и потребуют уничтожить эту тварь.

Большинство вымышленных существ, которых расценивают в качестве *каваи*, телесно явно отличаются от человека, имеют странный, уродливый вид. В чем-то их тело явно избыточно, а в чем-то — наоборот, ущербно, поэтому все эти вымышленные существа, по идее, должны выпадать из категории *каваи*. Однако они не только не представляют угрозы, но, наоборот, внушают чувство безопасности, предполагают привязанность и даже ведут задушевные беседы с детьми в рамках своего нарратива — все это возможно только в условиях фикции под названием *каваи*. Аналогичную ситуацию мы видим на ренессансных изображениях богородицы с младенцем. Младенец Иисус у Кривелли\*, несмотря на круглое, пухлое, похожее на фрукт лицо, имеет вид, отмеченный интеллектом, в его взоре — абсолютно взрослое устремление. Если кому-то в жизни повстречается такой малыш, то, по-

\* Карло Кривелли (1430/35 — 1495) — итальянский художник.

жалуй, ничего, кроме жутковатого ощущения, он не вызовет. Надо сказать, что в истории итальянской живописи данное явление обозначается термином «путто»\*, и воспринимать его принято в качестве непорочного, *кавайного* младенца. Если же перейти к детальным и подробным рассмотрением, то этот самопроизвольный сдвиг восприятия под названием *каваи*, согласно которому возникает конвенция воспринимать в качестве *кавайного* нечто странное, уродливое, обладающее телесными отклонениями, в чем ничего кроме гротеска нельзя усмотреть, — сдвиг этот подобен тоненькой пленке, не более того.

Фиктивность и иллюзорность означенной конвенции стали совсем очевидны благодаря Диане Арбус\*\*, фотографу из Америки, которая покончила с собой в начале 1970-х<sup>20</sup>. Моделями для фоторабот Арбус выступали, к примеру, настоящие карлики, девочки-близняшки, пара молоденьких девушек, победивших на танцевальном конкурсе, женщина средних лет, играющая с детенышем обезьяны, на которого нацепили человеческую одежду: в результате получалось так, что все объекты полностью лишались стереотипной ауры *каваи*, которой их наделяет общество. И не одни только младенцы здесь представляются исключением. Под объективом Арбус все названные объекты в равной мере оказываются вырванными из наших собственных привычных, стереотипных мыслей и представлений о них: нам предъявлены голые детали, как они есть. Изображение девочек-близнецов не вызывает мысли о «невинности» или «родственных связях»: наоборот, здесь содержится намек на негативную сторону существования в нашем мире двух человек, похожих друг на друга как две капли воды; ребенок — это никакой не «плод

---

\* От итал. *putto* — маленький мальчик.

\*\* Диана Арбус (Diane Arbus, 1923–1971) — американский фотограф, одна из самых ярких и влиятельных фигур в мире фотографии XX века.

любви» и не «надежда», а, напротив, непропорционально большая голова и искривленное гримасой, плачущее лицо. Оперируя терминами нашей нынешней темы, можно сказать, что настоящий месседж Арбус как фотографа состоит в следующем: так называемое *каваи* — это на самом деле *кимокава*; если сорвать внешнюю оболочку, под ней не обнаружится ничего, кроме гротеска.

Теперь переведем разговор из области отражений в мир действительности, то есть обратимся к человеку, имевшему опыт воспитания детей или содержавшему собаку или лошадь. В его кожу буквально вьелось знание о том, что все эти младенцы и питомцы, как мы их привычно называем, а также прочая скотина далеко не *каваи* и *ми-ми-ми*. Дети болеют, вызывают беспокойство, шумят, плохо пахнут. Собаки лают и гадят буквально повсюду. Лошади вообще опасны, потому что они крупнее и сильнее человека. В жизни все совершенно противоположно тому, что должно внушать и гарантировать *каваи*: чистота, благодное настроение, чувство душевного спокойствия. Если говорить прямо и откровенно, все эти животные нам чужие, неизменным условием их существования является бездумное следование правилам, которые мы им навязываем, допуская при этом массу ошибок и промахов.

Но в чем тут причина, почему благодаря человеку все эти твари завоевали право считаться милыми, *кавайными*? В том, что их существование было непрерывно связано с защитой и покровительством человека, а это, в свою очередь, лишний раз подтверждает тот факт, что человеческое общество ощущает себя беспомощным, если оно никого не защищает и не обороняет. Почему человек находит гораздо более милым, *кавайным*, не котенка с приличной родословной, а брошенную кошку с перебитой лапой, которую при случае он подберет и станет кормить? Оттого что в брошенной кошке кроется та же аура, что у слабого человека, нуждающегося в защите.

другого объяснения тут нет. Кошка вызывает жалость, но она не *каваи*. Но еще большую жалость вызывает как раз способность человеческого взгляда выкрасить все вокруг в *кавайные* оттенки.

### *Игрушки и детишки*

Теперь обратимся к игрушкам. Мягкие игрушки, зверушки из детских книг и мультфильмов, откровенно говоря, являются не чем иным, как чересчур антропоморфными образами животных. В игрушке конденсируется своеобразная аура, испускаемая слабым человеком, воплощается план кристаллизации *кавайности* вплоть до уровня абстракции, можно сказать. Все то общее, что есть у мягких игрушек в виде животных, — огромные печальные глаза, рот дурацкой формы, беззащитный сонный вид (этакие абсолютно идеализированные, полностью очеловеченные зверьки) — все это впервые стало возможно благодаря устранению неприятных составляющих, присущих настоящим домашним животным и детям, а именно экскрементов, зловония, неприятных звуков. По причине избыточной ранимости и уязвимости они имеют такой вид, что хочется их немедленно спасти и защитить: в результате дети топчут и пинают свои игрушки, а взрослые одевают эти игрушки в игрушечные пальтеца и шапочки (со словами «им холодно»).

Если пристально взглянуть на мягкую игрушку, исключив при этом идею *каваи*, впору задать вопрос: почему у нее такая странная форма и гротескная внешность? Собака или медведь с деформированными мордами, выкрашенные отдельными пятнами в простые цвета, воспринимаются как *каваи* не потому, что они в самом деле *каваи*, а потому что человек наделяет их этим качеством. Прекрасное ведет человека к почитанию, почтению, восхвалению и дистанцированию,

а гротескное о тех же самых чувствах кричит и вопит. *Кавайи* не является настоящим свойством, живущим внутри вещи, и отсюда рождается следующее допущение: назвать нечто *кавайи* — разве это не то же самое, что попросту указать на него пальцем? Вот пример: если некто другой, не я, привязан к своей старой детской потрепанной игрушке, разве это *кавайи*? *Кавайи*, как правило, — это мое личное, моя игрушка. Потому что только я, и никто другой, могу ее защищать и изливать на нее свою безвозмездную любовь.

Наверное, вам знакома такая ситуация: вы с младенцем на руках и со свежевыстиранным терьером на поводке выходите на прогулку, а идущие навстречу вам восклицают: «*Кавайишии!*», «Какой ангелочек!», «Ой, ну прямо игрушечный!»\* Как уже отмечалось, эти реплики не относятся к конкретным, реальным ребенку или собаке. Прохожий машинально произносит этикетную словесную формулу, исходя из представления о *кавайном* малыше, равно как, исходя из кристаллизованного, общепринятого стандарта *кавайной* игрушки, он всего лишь проецирует этот образ на реальную собаку. Такое представление о *кавайи* присуще не только прохожим на улице, оно общепринято: его разделяют и мамы малышей, и хозяева питомцев. Если мать способна воспитывать младенца, невзирая на его неприятные выделения и невыносимый визг, то это оттого, что она находится во власти диктатуры *кавайи*. Если же она вдруг, не в силах больше терпеть его вонючих какашек и мерзких воплей, решит ненароком придушить своего малыша — то не оттого ли это, что между идеей *кавайи*, заваренной на игрушечках и купидончиках, и реальным ребенком все же имеется некоторая разница?

Рассуждая о связях между *кавайи*, с одной стороны, и прекрасным и гротескным, с другой, я слегка сбился с пути. Попробуем вернуться на главную дорожку.

---

\* Ситуация и в самом деле типичная для Токио.

В начале этой главы я заявил, что *каваи* — сосед *уцуку-сии*. Пожалуй, тут необходима более строгая корректировка. Гротескное, даже странно-уродливое является соседом *каваи*. В действительности их друг от друга отделяет тонкая пленка. То, что надежно укрыто за этой умозрительной пленкой, — это *каваи*, и оно одобрительно воспринимается как близкое, вызывающее хорошее, благостное настроение; а то, что оказывается за ее пределами — это *кимои*, безобразное, оно угрожает нам, вызывает беспокойство и другие неприятные чувства, его участь — быть вытесненным, изгнанным. Детоубийство или брошенные животные — вот примеры немислимых событий нашей повседневной жизни, когда эта умозрительная пленка случайно рвется. В таких случаях мы вынуждены честно признать свою отчужденность, охваченность простодушием и даже прекраснодушием: мы были твердо уверены, что малыши и звери — это *каваи*, а теперь мы впадаем в панику. Что касается *кимокава*, этого столкновения двух миров, пока что мы его оставим в стороне и сделаем промежуточный вывод: мы очутились в редкой ситуации, когда нам удалось углядеть краем глаза истинную суть того, что называется *каваи*.

Итак, только что мы впервые предприняли описание эстетических основ *каваи* через прекрасное и гротескное. Далее мы подумаем о связях между *каваи* и такими категориями, как маленькое, вызывающее ностальгию и привязанность, то есть то, к чему нас неудержимо тянет.

## ГЛАВА 5. МАЛЕНЬКОЕ, МЛАДЕНЧЕСКОЕ

### *Маленькое — прекрасно*

Вот заключительные слова 148-го отрывка «Записок у изголовья» Сэй-Сёнагон:

Облик цыпленка. Всплывшие листики лотоса, когда их вытаскиваешь из пруда. Крошечные гибискусы. Все маленькое без исключения прекрасно<sup>21\*</sup>.

Те, кто прочел главу 2, наверное, помнят, что прежде чем прийти к заключению, Сэй-Сёнагон перечисляет множество предметов, характеризующихся как *уцукуси*: в ее записках есть дети, цыплята, листва на пруду, цветы гибискуса. Просто-таки парад мелочей. То, что здесь названо *уцукуси*, в наше время имеет значение *каваии*, как уже говорилось во второй главе. «Маленькие вещи все *каваии*, какую ни возьми», — таково эстетическое кредо Сэй-Сёнагон, и ее «Записки у изголовья»

---

\* Цитируемый автором отрывок в русском переводе В. Н. Марковой в несколько ином виде содержится во фрагменте 151: «Сорвешь в пруду маленький листок лотоса и залюбуешься им! А также мелкие листики мальвы! Вообще, все маленькое трогает своей прелестью. <...> Цыплята на длинных ножках с пронзительным писком бегут то впереди тебя, то за тобой, хорошенькие, белые, в своем куцем оперении».

своей формой служат подтверждением авторских слов: это не нагромождение бесполезных многословных монологов, а цепочка простых и кратких заметок.

Самобытность пристрастия к маленьким вещичкам, продемонстрированная в «Записках у изголовья», еще больше бросается в глаза, если сравнить текст Сёнагон с «Поэтикой» Аристотеля. В этой книге, считающейся началом классической западной эстетики, говорится следующее:

Красота заключается в величине и порядке, вследствие чего ни чрезмерно малое существо не могло бы стать прекрасным, так как обозрение его, сделанное в почти незаметное время, сливается, ни чрезмерно большое, так как обозрение его совершается не сразу, но единство и целостность его теряется для обозревающих, например если бы животное имело десять тысяч стадий длины<sup>22\*</sup>.

Во времена Аристотеля не существовало ни представлений о *каваи*, ни о чем-то еще более возвышенном и величавом. В трактате ценность имеет только прекрасное: обычно это гармоничное, упорядоченное, сбалансированное, имеющее надлежащие пропорции, установленную меру, словом, все то, чем необходимо было любоваться. «Записки у изголовья» ставят вопрос о противоположном: когда размерность и пропорции разрушены, возникает *кавайное*, видимое краем глаза, хрупкое, ломкое, вызывающее жалость и сострадание. В западной эстетике, начиная с Античности и вплоть до барокко и высших проявлений эстетики романтизма, ни разу не было отмечено ничего подобного. И такое положение дел длится до сих пор, за исключением эпизодических случаев, когда возникала мода на Китай или на Японию либо на персидские детально проработанные картины.

\* Аристотель. Поэтика / Пер. В. Аппельрота. М.: Лабиринт, 2007. С. 175.



## Японцы, склонные к «компактности»

И все же: насколько эта эстетика миниатюрного характерна для японской культуры? Японцы изобрели короткую поэтическую форму *танка*, но это их не удовлетворило, и они уменьшили ее до еще более коротких *хайку*. Они же разработали такие портативные электроприборы, как транзисторное радио, настольный калькулятор, аудиоплеер Walkman, и теперь мучаются над созданием максимально облегченного мобильного телефона. В то время как Голливуд занимался созданием фильма «Парк Юрского периода», мировой рынок оптом заполнили придуманные японцами покемоны (в том числе Пикачу) — «монстры», помещающиеся в карман (*покэмон* — сокращение от англ. pocket monster). Может быть, в основе подобной культуры работают одни и те же традиционные механизмы?

Вплотную к этой проблеме подошел южнокорейский культуролог Ли Орён в своем труде «Японцы, склонные к компактности»\*. Ли предпринимает изобилующее детальными подробностями сравнение традиционной культуры, истории и языков Кореи и Японии, и приходит к выводу, что в основании японской культуры заложен принцип сокращения, сжатия, уменьшения, а кроме того, важной ее особенностью является чередование связанных между собой парадигм *каваи* и *тикарадзуёй* (последнее означает «сильный, мощный, могучий, brutальный» и пр.).

В Японии создание чего-либо называется «ручной выделкой», «мелким производством» (細工). То есть создавать по-японски означает делать что-то мелкое, детальное, подробное. Но на этом японцы не смогли остановиться и к словосочетанию, которое можно понять как «детальное производство» или «точная, тонкая

---

\* Ли Орён (이어령, р. 1934) — корейский писатель, педагог, литературный критик, политик. На русский язык переведена только одна его книга «В тех краях, на тех ветрах» (М.: Наталис, 2011).

работа» (細工), прибавили иероглиф «маленький» (小), в результате получилось «мелкое детальное производство», «создание миниатюрного» (小細工). Другой пример — использование иероглифа «бобы» для обозначения миниатюрных книжек. По этой причине все с виду неуклюжее и чрезмерное по-японски называется тем же словом «мелкое производство», но с отрицательным префиксом (不細工), то есть, другими словами, не «тонкая работа», а «топорная». Аналогичным образом нечто сжатое, компактное, миниатюрное, в отличие от просто крошечного, «милипусечного», а также нечто отклоняющееся от естественного, нормального и исходного по шкале *каваии* или *тикарадзуёй*, требует отдельных уточнений как нечто странное, причудливое и т. д.<sup>23</sup>

Ли попросту дает понять, что имеющееся в Японии миниатюрное не исчерпывается одним *каваии*: он намекает на то, что японец буквально зажат самыми разными вещами и обстоятельствами. В доказательство этой позиции автор, исходя из своей обширной начитанности и эрудиции, приводит примеры японской *тидзими*-культуры. В самом деле, исторически Япония находилась под сильным культурным влиянием со стороны материка (Китая и Кореи). Благодаря оригинальному «способу переработки» возникла весьма самобытная культура. Методика этой переработки, если коротко, состоит из шести способов, или подходов:

- 込める — *комэру* (вкладывать внутрь, в том числе душу);
- 折り畳む — *оритатаму* (складывать, сгибать, громоздить слоями);
- 削り取る — *кэдзуритору* (соскабливать, состругивать, убирать лишнее);
- 詰める — *цумэру* (набивать, наполнять);
- 構える — *камаэру* (строить, конструировать);
- 凝らせる — *корасэру* (сосредотачиваться, делать с любовью, страстно, увлеченно).

*Комэру* — процесс вкладывания однородных предметов один в другой\*; аналогично наслаиваются генитивные конструкции в японском языке благодаря показателю притяжательности *-но*. *Оритатаму* — уменьшение пространства за счет складывания — примером служит складной веер. Смысл *кэдзуритору* хорошо понятен, если вспомнить процесс создания двух японских алфавитов — *хираганы* и *катаканы* — путем исключения из иероглифа ненужных элементов. *Цумэру* — это идея коробочки для *бэнто*: по сути, портативного обеденного столика с обедом внутри. *Камаэру* означает — в противовес сокращению движений, сжатию и стремлению к компактности — привнесение по мере возможностей театральной искусственности. К *корасэру* относятся всякие знаки почета, атрибуты корпоративности и связанная со всем этим гордость: фамильные гербы, униформа, соответствующие названия и бренды, визитные карточки и прочее, поясняет Ли.

Когда все эти шесть способов подхода к делу объединяются, возникает тот базовый принцип, который лежит в основе японской традиционной культуры. После того как японцы изучили колоссальный буддийский канон, они придумали формулу повторения имени Будды, состоящую всего из семи иероглифов: «Нам-му-А-ми-да-бу-цу», которая мгновенно распространилась среди простого народа. Согласно «Запискам из кельи» Камо-но Тёмэя\*\*, японцы решительно предпочитали жить в маленьком пространстве, и олицетворением идеала их жизни служил наивысший покой вдали от мирских дрязг. Так, основатель японского

---

\* Речь идет о вкладывании по принципу матрешки.

\*\* Камо-но Тёмэй (鴨長明, 1153/1155 — 1216) — японский автор, поэт, эссеист. Основное произведение — «Записки из кельи» (яп. 方丈記, «Ходзэки», 1212). Русский перевод выполнен Н. И. Конрадом, см.: Классическая японская проза XI–XIV вв. М.: Худож. лит., 1988. С. 295–312.

чайного действия Рикю\* сократил пространство чайной комнаты с четырех татами до трех и даже до двух, в конце концов дойдя до полутора и устроив крошечный низенький вход в комнату. Японцам нет равных в стремлении делать вещи сколь угодно маленькими, начиная с бонсаи, икэбаны, садов с искусственным пейзажем, совершенно непонятного для корейцев пристрастия к куклам и заканчивая знаками сутр, написанными на рисовом зернышке, а также в способности совершить резкий переход к чему-то более мощному и грандиозному, сопоставимому по размерам с громадностью Вселенной. Благодаря краткости, сжатости и небольшим размерам японское делается еще более сильным и ярким, взять хотя бы Иссумбоси, Дайдзуэмона из *укиёдзоси* Ихары Сайкаку или «Рассказы величиной с ладонь» Кавабата Ясунари\*\*. После Второй мировой войны Япония ввела в обиход транзисторное радио, завоевала весь мир своими миниатюрными электротоварами — и за всем этим видна все та же культурная традиция.

Выше кратко изложены соображения Ли Орёна по поводу японской культуры. Опубликованы они были в 1982 году и вызвали большой резонанс с обеих сторон, как в Японии, так и в Корее. Разумеется, если исходить из сегодняшней точки зрения, не составляет сложности найти исключения из рассуждений Ли Орёна. В изделиях корейского промысла тоже представлено тонкое и миниатюрное, начиная

---

\* Сэн-но Рикю (千利休, 1522–1591) считается основателем японской чайной церемонии. С его именем и тем типом чайного действия, которое он практиковал и вводил в обиход, связана эстетика *ваби*.

\*\* Иссумбоси — сказочный персонаж, японский «мальчик-с-пальчик»; *укиёдзоси* («записи о бренном (текущем, меняющемся) мире») — жанр японской городской прозы с ярко выраженной эротической составляющей, родоначальником которого считается Ихара Сайкаку; «Рассказы на ладони» Кавабата Ясунари переведены на русский язык А. Н. Мещеряковым (СПб.: Гиперион, 2006).

с перламутровых заколок и заканчивая *поджаги*\*. Во Вьетнаме и в Китае бонсай прижился гораздо лучше, чем в Японии, да и тайцы испытывают куда более сильное пристрастие к миниатюрным куколкам и сувенирам, чем японцы. При этом тщательность и детальная проработанность рождественских вертепов и кукольных домиков на Западе оставляет желать лучшего: вся эта кустарщина напоминает творчество миллиардера-пессимиста, который решил заняться рукоделием на пенсии.

Ли с самого начала исходит из предпосылки о наличии некоей сущности культуры, но такая точка зрения отрицается культурологическими исследованиями последнего времени. С точки зрения Ли, дискуссии о том, представляют ли собой японцы монолит в культурном отношении и есть ли у окинавцев и айну та же склонность к компактности, миниатюризации, периодически возникают сами по себе. Начиная с правления Ким Дэ Чжун\*\* массовая японская культура стала стремительно проникать в молодежную культуру Кореи, а в Японию, в свою очередь, пришла мода на «корейскую волну», ярким примером которой может служить феномен «господина Ёна», а значит, можно предположить, что культурное противостояние Японии и Кореи постепенно становится все более смазанным.

Можно ли одним словосочетанием «склонность к компактности» исчерпать всю сложность ситуации? Я решительно так не думаю. Таблица, колонки которой Ли Орён заполняет с тщанием Рабле и которая включает в себя все то, что относится к пресловутому «стремлению к миниатюрному», определенно сохраняет привлекательность до сих пор. Так, японцы не

---

\* Корейская национальная лоскутная ткань, чаще всего шелковая, разновидность patchwork.

\*\* Ким Дэ Чжун (1924–2009) — президент Республики Корея, на посту с 25 февраля 1998 года по 25 февраля 2003 года.

только заново спроецировали взгляды Рикю на пространство, которые невозможно ухватить в рамках формальной эстетической категории *ваби*, но и в более широком плане все ими переосмысленное весьма любопытно: от коротких верлибров, встречающихся в японской литературе, до рабочих артелей с небольшим числом образованных сотрудников; деятельность этих артелей легла в основу производства миниатюрных бытовых электротоваров. Впервые корейский интеллектуал, живущий в гетерогенной культурной ситуации, не только обратил пристальное внимание на японскую культуру, которая на заре своего существования не имела колониального опыта, но взял на себя труд размышления о ней. Однако, жонглируя заимствованными из Америки абстрактными теориями, сравнительную культурологию не построишь.

Если обратиться к моему личному опыту, то когда в 1970-х годах, во времена военного правительства\*, я приехал в Сеул учиться, моим первым впечатлением было: какие же корейцы здоровенные (прощу прощения), грубые и неотесанные люди. То есть я, принадлежащий к деликатной и рафинированной японской культуре, ощутил обычное напряжение, свойственное японцу за границей, почувствовал себя коробочкой для *бэнто* тонкой работы. Лежащие в основе японской культуры скрупулезность и миниатюрность, способные у иного вызвать раздражение, еще больше давали о себе знать, когда впоследствии я все чаще стал бывать в Европе. Мне не хотелось бы услышать упреки в культурном национализме, но я должен честно и откровенно, без всяких предубеждений, признаться,

---

\* В 1972 году в Южной Корее была принята конституция, усиливавшая роль президента. Из-за продолжавшихся протестов генерал Пак Чон Хи в 1974 году продлил чрезвычайное положение на неопределенное время. Этот период в корейской историографии получил название Четвертой республики (1972–1979): в то время как экономика страны росла, правительство пренебрегало демократическими ценностями и репрессировало инакомыслящих.

что для осмысления чувства культурного диссонанса книга Ли Орёна послужила хорошим источником информации к размышлению. Хотя я солидарен с упреками в адрес этой книги касательно некоторой ее антиисторичности, мне представляется, что для своих нужд автор выбрал навскидку несколько примеров из японской культуры, которые до сих пор не отложились в самосознании самих японцев; похожим образом перед войной Дзюнъитиро Танидзаки в своем эссе «Похвала тени» (1933) писал о тусклом освещении, из неясности и замутненности которого на переднем плане оказываются блеклые тона японской эстетики.

### *Радость миниатюры*

Боюсь, что мое стремление рассуждать о крошечном как об истинной сущности *каваии* пробуксовывает в методологическом плане. Теперь с новыми силами подумаем о мелочах и о психологии миниатюры. Путеводной нитью нам послужит книга американского культуролога-компаративиста Сьюзен Стюарт «О душевных устремлениях: тексты о миниатюрном, гигантском, о сувенирах и коллекциях»<sup>24\*</sup>. Эта книга представляет серьезный интерес как образец последовательного анализа образов и представлений о ностальгии, подарках, а также о занятиях коллекционеров. Ниже мне хотелось бы продолжить свои размышления, по возможности дополняя доводы Стюарт своими впечатлениями и комментариями.

Согласно Стюарт, исходно в природе ничего миниатюрного не существует. Миниатюрное — блестящий результат человеческого труда, в котором человек находит удовлетворение, обнаруживая зачастую тончайшее проявление ремесла. Получается,

---

\* Stewart S. On Longing: Narratives of Miniatures, the Gigantic, the Souvenir, the Collection. Baltimore, MD: John Hopkins University Press, 1984.

что от нэцкэ, накрепко приделанной к курительной трубке, до брелока, прицепленного к мобильному телефону, от домашних буддийских алтарей, напоминающих небоскреб в форме Будды, до тщательно сконструированных игрушечных железных дорог, самые разные модели уменьшенного масштаба являются образцами, отражениями существующих в реальном мире вещей, сделанными по принципу метонимии. Миниатюра подражает своему оригиналу, но ее важной особенностью является полная отделенность от реального мира, к которому этот оригинал относится, при строгой сохранности границ между внутренним и внешним. Подобная изоляция — залог того, что человек, взяв в руки нечто миниатюрное и насладившись пространством, масштабом иного по сравнению с действительностью порядка, сможет забыть о своем «я». Выходит, что миниатюра должна быть существенно меньше исходной вещи. Тем не менее (а может быть, вследствие этого) воплощенная в миниатюре идея всеобщности настолько крепка, что во многих отношениях миниатюра затмевает оригинал. Основная причина, по которой миниатюрная книга (букв. «книга величиной с боб», см. выше) занимает в этом микромире такое большое место, заключается в следующем: издавна считалось, что книга — это модель Вселенной, несущая в себе ее всеобщность. Миниатюрная книга — не просто книга малых размеров; она доходит до того, что еще сильнее утверждает себя в качестве материи, воплощающей всю вселенную.

В романе Юкио Мисимы «Золотой храм» можно обнаружить пассаж, указывающий как раз на это. Я имею в виду тот эпизод, когда главный герой, зайдя в Золотой Храм и стоя на его первом ярусе, который зовется Хосуйин, рассматривает макет храма:

Первое, что мне бросилось в глаза, — макет Золотого Храма под стеклянным колпаком. Вот макет мне понравился. Он гораздо больше походил на Золотой Храм моих фантазий. Да само то, что



внутри большого Кинкаудзи находится еще один — точно такой же, но миниатюрный, — навело меня на мысль о бесконечности, о малых мирах, заключенных внутри миров огромных. Я как бы увидел воплощение своей мечты: микроскопический — гораздо меньше этого макета, — но абсолютно прекрасный Золотой Храм; и еще один — бесконечно громадный, охватывающий всю вселенную<sup>25\*</sup>.

Оригинальность рассуждений Стюарт в том, что в ее понимании миниатюры не ограничиваются вещами такого размера, которые можно держать в руке. Зоопарки, океанариумы и недавно вошедшие в моду тематические парки в каком-то смысле — те же миниатюры. Понятное дело, реального слона или тигра уменьшить нельзя. Но можно воссоздать отдельный фрагмент реальной саванны или океана с соответствующими животными внутри и, запустив туда зрителей, дать им возможность получить своего рода квазиопыт. Точно так же посетитель зоопарка бродит по выдуманному миру. По окончании экскурсии в киоске всем желающим предлагают сувениры: фантастических единорогов и инопланетян (в том числе нашего старого знакомого, дедушку-инопланетянина из фильма Стивена Спилберга) вперемешку с брелоками для ключей в виде слоника или тигра. Зоопарк — исключительно малое пространство, изолированная система, и его обитатели, животные, бытуют в качестве *каваи* в силу того, что они — обычные прототипы миниатюрных поделок *каваи*.

Нельзя забывать, что миниатюры существуют не только ради того, чтобы заманивать человека в наполненное чувством близости и изолированное от действительности пространство. Миниатюра способна останавливать время. Буквально сейчас, когда я пишу эти строки, на моем столе стоят две крошечные

---

\* Мисима Ю. Золотой Храм / Пер. Г. Чхартишвили. СПб.: Азбука-Классика, 2004. С. 26.

пластиковые куколки молоденьких девушек, купленные в магазинчике «Гатяпон» в районе Акихабара. Первая — в бикини, ноги окунуты в воду, в вытянутой правой руке — зеленый молоток. Вторая — как будто только что проснулась, еще в пижаме, трет пальчиком заспанные глаза. Обе фигурки зафиксированы в определенный момент, они как бы изъяты из непрерывно текущего обыденного времени. Когда-то в Танжере (Марокко) мне попала на глаза миниатюрная диорама, изображающая русскую кампанию Наполеона 1812 года: широченное поле, войска Кутузова представлены несколькими сотнями крошечных фигурок. Здесь работает абсолютно тот же принцип, что и в случае с двумя куклами. За счет того что некоторое мгновение извлечено из исторического хода времени и предъявлено в виде диорамы (картины, рисунка), миниатюра окончательно превращается во вневременной объект. Он ограничен в пространственном плане своими уменьшенными размерами, во временном отношении ему также объявлена блокада.

Все миниатюры подчинены одному общему свойству: это исторический эскапизм. Речь идет о таком положении дел, при котором вещи стремятся к состоянию безвременья, напоминая утопию. И в романе «Бесы» Достоевского, и в фильме «Жизнь как чудо» (2001) Эмира Кустурицы возникают персонажи, чье спасительное появление напоминает античный прием *deus ex machina*. Эти герои отрицают обычный ход времени реального мира. Очарованные временем замороженным, представленным миниатюрой, они вновь и вновь протягивают свои руки миру, утратившему свою цельность и целостность.

Направляемая подобной логикой, книга Стюарт повествует о появившихся в Средние века в Италии просцениумах (рама + сцена), которые вскоре распространились по всей Европе и в качестве «кукольных домов» завоевали популярность среди простого люда в XIX веке. Кукольный дом — этот, с одной стороны, роскошный и пышный, набитый всякой

утварью уменьшенный макет жилища, изображающий недоступное для простого народа идеальное благополучие и достаток, а с другой — воспроизведение непритязательного крестьянского быта из прошлых времен, уже давно пребывающего в полном упадке, — вызывает ностальгические чувства. После индустриальной революции «холодное общество» сменилось «теплым», прогресс викторианской Англии, ставшей синонимом прогресса вообще, опередил исторический ход времени, и человека пригласили в другое пространство. Кстати, Стюарт не упоминает об этом, но в середине XIX века в культуре книжного проката\* наблюдался расцвет фантастического романа, а также это было время начала коллекционирования почтовых марок.

### Очарование принт-клубов

Если между «внешним миром» (*soto*) и «внутренним» (*uti*) проходит четкая граница и если к тому же все внимание направлено на детально приукрашенный «внутренний мир», то субъект оказывается в безвременье. На основе вымысла вторично создается центр утраченного мира, имеющего некую длительность, но не в качестве объекта отношения, какой-то причастности, а как микрокосмос, чисто визуальный объект, куда привнесены знаковые объекты, через которые проявляется близость. Если искать аналогию распространенным в Европе XIX века кукольным домикам, то в сегодняшней японской «культуре девочек» это, скорее всего, будут «принт-клубы» (яп. *пурикура*). Сокращение от английского *print club*, этот феномен материализует девичьи тайны и секреты, занимая большое

---

\* В Японии культура книжного проката (яп. *каси-хон*) возникла в Эдо и отчасти сохранилась до наших дней в виде мелких книжных лавок (иногда просто книжных шкафчиков на станциях метро), где можно взять книгу с возвратом.

место среди сегодняшней *каваи*-культуры. Принт-клубы родились, когда компания «Аторасу» в 1995 году установила на улицах устройства для самостоятельного фотографирования (прототип будущей «фотобудки») и дала им название, которое по-японски записывается как *プリント倶楽部* (*пуринто-курабу*). Этот автомат всего лишь за стойеновую монетку напечатает в виде маленьких наклейки ваши фотографии, на которых вы строите какие угодно рожи. Отчасти в основе идеи этого устройства лежат совместные фото, которые так любят делать старшеклассницы, чтобы потом обмениваться ими и клеивать в тетрадки. С появлением принт-клубов интенсивность обмена такими изображениями резко возросла, вследствие чего новая мода моментально по всему миру превратилась в подобие ритуала.

Поначалу фотосъемка в принт-клубе не была стробоскопической, поэтому для снимка нужно было просто выбрать положение под лампой дневного света. Когда бум достиг серьезных масштабов, благодаря усилиям разработчиков внутреннее пространство будки расширилось, появилась возможность фотографироваться втроем или вчетвером и даже возникла своего рода цветокоррекция: специальное освещение, благодаря которому лицо на снимке выглядело светлее. К фото можно добавить по желанию подписи и граффити, а также всевозможные варианты украшения и обрамления на любой вкус. Сперва главными пользователями и любителями принт-клубов были девочки-подружки, но через некоторое время к ним прибавились влюбленные парочки. В тесном пространстве для съемки появилась возможность украдкой остановить мгновение: пусть это будет эротичный жест, напечатанный на фотокарточке. С одной стороны, масса подобных фото в виде наклеек сохраняют свою интимность, а с другой стороны, гуляя по рукам, они с легкостью становятся предметом обмена. Не потребовалось много времени для того, чтобы в среде девушек установился серьезный ритуал взаимного



Фото из принт-клубов

обмена наклейками, вклеивания их в тетрадки и альбомы для сохранности, разглядывания при случае и демонстрации друг другу при встрече.

Насколько мне известно, единственным взрослым человеком, чье внимание привлекло описываемое явление, был ныне уже покойный Суэхиро Танэмура\*. Насколько это прекрасно: вечно жить с идеальной девушкой в пространстве маленькой тайны на двоих? Именно так он ставит вопрос в своей книге 1997 года, то есть через два года после возникновения принт-клубов<sup>26</sup>. Пугающая пронизательность. Я мысленно представил себе этот редкостный тип литератора, который души не чаает в подделках и движущихся куклах, выбирает вместо реальной жизни никчемную утопию, дешевую имитацию настоящего счастья, которую можно позволить себе всего за несколько сотен йен, и, следовательно, по этой причине больше отдает предпочтение принт-клубу. Мысль Танэмуры развил и довел до предела Эдогава Рампо, изобразив в рассказе «Путешественник с картиной»\*\* невероятную фантазию, которая неожиданно обернулась реальностью.

Внутренняя сторона принт-клуба исполнена *каваии*. Вторжение внешнего противника невозможно. Цветочки, сердечки и прочие символы в невероятном изобилии выражают радушие и приятность, гарантируют счастье, насколько это возможно. Изолированное от внешнего мира внутреннее пространство маленького изображения не допускает никаких запретов. В крупных принт-клубах девочки могут бесплатно взять напрокат одежду для косплея и на мгновение

---

\* Суэхиро Танэмура (種村季弘, 1933–2004) — японский переводчик с немецкого, критик. С 1958 года издавал еженедельный журнал для женщин «Дзэсэй дзисин» («Это — женщина», Women's Own, 『女性自身』).

\*\* Эдогава Рампо (江戸川乱歩, 1894–1965) — японский писатель, прославившийся своими детективами. Псевдоним писателя фонетически наследует Эдгару Алану По. Рассказ «Путешественник с картиной» (『押絵と旅する男』) переведен на русский язык Г. Б. Дуткиной.

перевоплотиться в кого угодно: в принцессу, пленницу старинного замка, героиню анимэ. В одном подобном заведении, где мне довелось побывать, среди прочего в гардеробе нашлась даже нацистская форма. Размещенные здесь фотографии сделаны слушательницами моего университетского семинара. В силу того что снятые девушки *кавайны* сами по себе, их фото из принт-клуба *кавайными* не являются. Ибо *каваи* — это такое магическое устройство, которое превращает самых разных девушек в *кавайных*.

Я слышал, что в 2000-х годах принт-клубы открылись в Лондоне и Париже и сразу же стали пользоваться популярностью у местных девушек. Гораздо больший размах это явление обрело в Корее. В этом царстве пластической хирургии оно приняло форму фотоателье на оживленных улицах, устроенных в полном соответствии с техникой коррекционной фотографии. Мой портрет на обложке этой книги\* — как раз из этой серии. Присмотритесь хорошенько. И на фоне, и в зрачках хорошо заметны звездочки. Представляю себе хмурые брови профессора Ли Орёна, но ничего не поделаешь: теперь сеульские девушки помешались на пришедшей из Японии культуре крошечного и *кавайного*.

### *Экономика фетишизма*

Если превратить вещи в миниатюры, удастся выскользнуть из временного порядка действительности и достичь своего рода состояния безвременья. Но даже если представить, к примеру, что это символ какого-то определенного исторического мгновения, все равно это будет выпадение из истории. То, от чего теряет голову коллекционер почтовых марок, выпущенных в разгар политических волнений, — это желание испытать

---

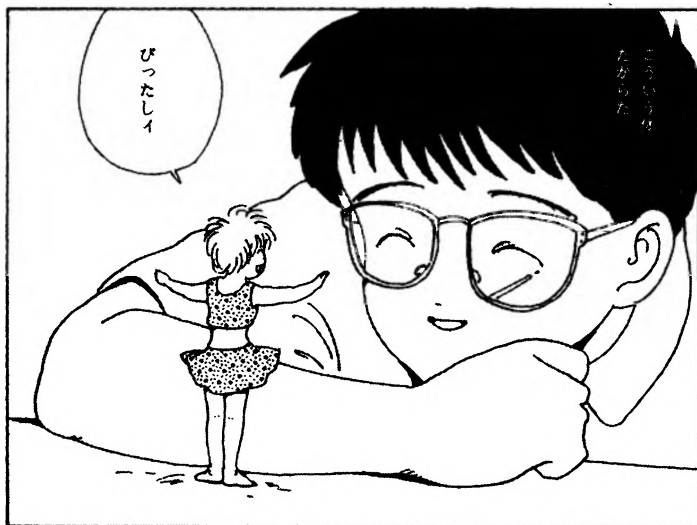
\* Имеется в виду оригинальное японское издание.

в воображении чужой опыт, полагаясь на тщательно зафиксированные свидетельства времени. Но в то же время миниатюра меняет опыт переживания времени у человека, который, глядя на нее, погружается в свои мысли. Для коллекционера, перед которым расставлена его коллекция крохотных вещей, время не течет так же, как во внешнем мире. Время точно так же схлопывается, уходит внутрь себя, уменьшается. Расставив фигурки перед собой или собрав их в некую композицию, погруженные в себя молодые люди удивляются, как незаметно и безвозвратно уходит время. Это — опыт отчужденного, вытесненного, отстраненного времени; движение непрерывно текущего внешнего времени снаружи маленького объекта, наоборот, акцентируется благодаря остановке вечности, воплощаемой этим объектом. Единожды вступивший внутрь миниатюры обращается в молчание, лишенный внешней стороны, утрачивает речь. Всевозможные миниатюры питают отвращение к диалогу. Вещи полностью управляют исключительно мечтами частного человека, при этом шумный внешний мир окончательно исчезает.

Итак, возможно ли в самом деле подойти к концу жизни, пребывая в мечтах о миниатюрном? До каких пор маленькое представляется *кавайным*? И, собственно, что произойдет в случае крушения подобных взглядов? В связи с этой невероятно интересной стороной дела рассмотрим мангу Сюнгику Утиды «Подружка Минами-куна» (1991). В таких анимэ, как «По воле волн» (1989), «Фантазия простой девочки» (1987–1992) и другие, Утида продемонстрировала сущностную способность различать *каваи* и гротеск, о чем шла речь в прошлой главе, но в фокусе «Подружки Минами-куна» находится маленькое, речь идет о политике, разделяющей молодого человека и девушку, которые встречаются и любят друг друга.

Главный герой — Минами-кун, обычный старшекласник. У него есть девушка, которую зовут Тиэми и которая однажды вдруг превратилась в малютку, умещающуюся в ладони.





Страница из манги Сюнгику Утиды «Подружка Минами-куна»

Минами-кун испугался, но, набравшись решимости, тайком взял Тиёми на попечение и стал жить с ней, проявляя о ней заботу как о питомце. Тиёми, которая не смогла бы прожить без поддержки и заботы Минами-куна, выглядит еще более *кавайно*, чем прежде. Из чашки он устраивает для нее ванну и ходит с ней в школу, спрятав ее в карман. Более того, глядя на фигурку тихо спящей Тиёми, Минами-кун мастурбирует, мечтая о невозможном, а по окончании процесса во всем признается Тиёми. Не зная, как вернуться в свое прежнее тело нормальных размеров, Тиёми совсем отчаивается, но все-таки решает жить дальше благодаря жертвенной любви Минами-куна. Неожиданно она умирает. Минами-кун делает для нее маленькую могилку и продолжает жить в мыслях о ней.

В конце 1980-х, когда возникло это произведение и феномен *отаку* еще не привлек к себе всеобщего внимания, многие читатели со слезами благодарности молили автора о продолжении, сокрушаясь, что история закончилась так быстро. Образ *отаку* с миниатюрной красавицей в руках демонстрирует то состояние изоляции от внешнего мира, в котором находится подросток; здесь ухвачен особый тип удовольствия и фантазии, который может вызвать отвращение. Своеобразная яркость, присущая изобразительной манере Утиды, особенно заметна в том, как она показывает психологическую смуту молодого человека, связанную с его эротическими фантазиями, а также в том, как она изображает его либидо, временами приобретающее разрушительный характер, с чем герой не может справиться. Однако его мысленный образ, будучи явлением поколенческим, по своему характеру не имеет возрастных ограничений. В различных эпизодах повествуется о самых разных ощущениях *каваи*, которые испытывает тот, перед кем находится нечто миниатюрное. Но Утида на этом не останавливается. Она бессознательно вызывает к обычным, простым людям, привязанным к мелочам и испытывающим к ним жалость, но также обращает острый взгляд на отношение политического господства.

Минами-кун относится к Тиёми с любовью и жалостью, проявляет по отношению к ней защиту и покровительство, доходящие до самопожертвования. Она, в свою очередь, верит в то, что ее любовь настоящая и безвозмездная. Пусть так, но Утида косвенно намекает на то, что подобное положение дел есть модель господства мужчины над женщиной. Когда Тиёми, как обычный здоровый человек, начинает утверждать свои права и желания, Минами-кун впадает в замешательство и порой испытывает чувство, близкое к гневу. Под вуалью *каваии* явно скрывается угроза по отношению к ее существованию как к чему-то отдельному, самостоятельному.

Хочешь не хочешь, но фетишизированная пристрастность к маленькому имеет тенденцию негативно воздействовать на политический договор, установившийся между объектом и пристальным взглядом на него. Однажды обнаружив себя, эта идеологическая уловка, состоящая в мобилизации *каваии* в целях утаивания, должна выявиться окончательно. Человек уходит в свои мысли и теряет голову, используя миниатюрное в качестве удобного прикрытия, убегает от грубого мира, того мира, где хозяйничают мифологемы Истории и Греха, и находит прибежище в мире внутреннем, где правит исключительно близкое, интимное, тайное. Однако это фиктивное чувство возможно лишь благодаря вере в существование разделения на внутреннюю и внешнюю стороны, а также вследствие установки на противопоставление двух этих сторон: в какой-то момент снаружи кто-то может неожиданно ворваться, нарушить границы, испортить то, что внутри, — и тогда наступит глубокий кризис. Идея *каваии* избегает подобного кризиса, она как бы защищает святость внутреннего, погруженного в чистую праздность. «Подружка Минами-куна» — это не мелодрама о молоденькой девушке, которая попала в беду, но размышления о политическом в связи с феноменом *каваии*, которое возникает благодаря чему-то или кому-то маленькому.

## ГЛАВА 6. НОСТАЛЬГИЧЕСКОЕ, ДЕТСКОЕ

В прошлой главе мы рассмотрели такой атрибут *каваи*, как маленькое, и предприняли анализ психологии миниатюрного. Теперь подумаем о том, как устроено *каваи* с точки зрения ностальгии и тоски по детству, после чего перейдем к рассмотрению проблемы отказа от взросления, которая в русле японской *каваи*-культуре весьма заметна.

### *Ностальгия и каваи*

Ностальгия — сложное слово, образованное двумя греческими корнями: «ностос» (возвращаться на родину) и «алгос» (боль, мука); этот термин был введен в обиход в XVII веке швейцарскими врачами, занимавшимися различными патологиями. Поначалу это слово использовалось для обозначения заболевания неясного характера, от которого страдали молодые швейцарцы, находившиеся вдали от родины в качестве наемных солдат. Первым, кто объяснил возникновение ностальгии вследствие внутреннего чувства утраты, основной причиной которого служит пространственный разрыв, был Кант, живший в XVIII веке. В дальнейшем это общее понятие, отделившись от клинической медицины, стало мыслиться главным образом в русле проблематики человеческого душевного состояния, связанного с чувством утраты во временном плане. Обо всем этом подробно написано в работе уже

упоминавшегося автора под названием «Тоска по родине»<sup>27</sup>; отсылаю к ней интересующихся.

Сегодня ностальгия представлена повсеместно. У японцев до сих пор находят отклик фильмы и многосерийные телевизионные драмы, где показано то время, когда все жили «чисто, скромно и прекрасно», при случае речь заходит о моде на ретро и тому подобных прелестях. Индустрия туризма занята воспеванием ушедших эпох — начиная с горячих источников, затерянных в горах, и заканчивая развалинами Европы, а Диснейленд, это обобщенное пространство всемирной ностальгии, функционирует в качестве святой земли для паломников, жаждущих китча. Консервативные политики при каждом удобном случае призывают вернуться к настоящей, не подвергшейся деградации Японии; в порядке антикварного бума потребителю навязывают мебель и керамику, сохранившие недостижимое мастерство ремесленников прошлого, — предметы, не идущие ни в какое сравнение с товарами массового производства. Согласно современному американскому мыслителю Фредерику Джеймисону, сама по себе ностальгия является «стержнем культурного образа позднего капитализма»<sup>28</sup>, она говорит скорее не о прошлом, которое было на самом деле, а о вымышленном, идеологизированном, концептуализированном «производстве вещей прошлого», в особом, неочевидном смысле. В этом самом смысле ностальгия противоречит истории: пожалуй, можно сказать, что это чувство возникает вследствие стереотипов идеологически искаженного прошлого.

Ностальгия и миниатюризация связаны отношением взаимной любви и общей мысли. Продолжим рассуждения, ссылаясь на книгу Стюарт «О душевных устремлениях...».

Человек решительно не может объективировать невозвратно прошедшее время как таковое. Здесь непременно посредниками служат вещи — памятные вещи, оставшиеся вещи, сувениры, всевозможные обереги, брелоки и прочее. В любом случае это обязательно что-то небольшое: предметы, которые

помещаются в руке. Здесь работает не «теория компактности» Ли Орёна в чистом виде, но закон миниатюризации вещей, действующий с нарастающей силой. Приобретая такого рода сувениры, люди воспринимают их как память о прошлом, в которой заключается настоящий источник личного — либо народного или даже государственного. Так ностальгия становится овеществленной.

Впрочем, функция сувениров не только в том, чтобы выстраивать строгую «идентичность». Возможно, правильнее было бы говорить о том, *что* они актуализируют. Для многих людей это — истории, памятью о которых служит сувенир, приобретенный во время путешествия или экскурсии, безделушка, связанная с известным архитектором или имеющая отношение к народному костюму, открытка, сувенир в виде домика, над которым кружится искусственный снег под пластмассовым колпаком, брелок с прицепленной к нему игрушкой — вещи такого рода. Во все эти штуковины без исключения подмешан пряный аромат ностальгии. Отличительная черта миниатюр — подчас неожиданное преувеличение деталей, намеренный дисбаланс, всякого рода неточности и неправильности. Здесь наряду с *каваи* наличествует гротеск. Вернее, если быть совсем откровенным и вспомнить коллекции Дзюна Миуры, тут подошло бы слово *иягэмоно* (вещь, не вызывающая ничего, кроме досады и отвращения).

Большая часть вещей, продаваемых в сувенирных магазинах для туристов, создана не для повседневного употребления. Эти вещи нужны, чтобы рассказать о том, что потребитель в самом деле побывал в таком-то месте, либо чтобы подарить их кому-то по возвращении: единственная их ценность состоит в ритуальном обмене. В конечном счете все эти подарки и сувениры служат исключительно вкладом в чью-то личную историю посещения каких-то мест, не более того. Так, для туриста становится неременным долгом и обязанностью приобретение дешевых, ширпотребных безделушек в любых

краях, где бы он ни оказался (притом что большинство сувениров, продаваемых как в Европе, так и в Японии, — китайского производства). Насколько этому ритуалу суждено войти в обыкновение и норму жизни, настолько ему позволено будет завладеть личной, внутренней историей человека. В самом деле, это странное противоречие, но в то же время невероятно любопытный процесс: как идеология общества потребления апостериори формирует внутреннюю сторону частного человека.

В туристических местах все больше и больше преобладают сувениры, тогда как вещи повседневного спроса, прежде бывшие на их месте, окончательно вытесняются, в результате чего возникает аномальное положение дел. Даже в торговом центре аэропорта Дели, даже в Танжере среди товаров для туристов мне удалось обнаружить миниатюрные ситары и кузнечные мехи, но настоящие, не сувенирные ситары и кузнечные мехи мне ни разу не попались. В туристических местах экономическая система потребления предполагает производство *кавайного* и маленького, и это обстоятельство полностью ликвидировало изначально представленные на рынке традиционные товары.

Ностальгия яростно эстетизирует минувшее, в силу чего возникают отношения конфронтации с историей. Историки ищут причинно-следственные связи между прошлым и настоящим, и здесь большое внимание уделяется объективным данным, с помощью которых можно что-то доказать. Но те, кто погружен в ностальгию, стараются не замечать полную упадка и разочарования современность, делают вид, будто современность окончательно исчезла, и теряют голову от образов прекрасного прошлого. Прошлое, о котором грезят, является чем-то абсолютно удаленным, а потому оно приобретает сияние славы. Все, что мы видим за стеклом витрины, — от музейных экспонатов и до помещенных в коробочки и рамочки объектов Джозефа Корнелла — представляется еще более

ностальгическим\*. Ибо ностальгия есть сознание удаленного и ничего кроме.

Это чувство, сопровождаемое беспричинной грустью, может прийти до крайних проявлений ярости, а потому связка, некогда соединившая прошлое и настоящее, должна быть разорвана. В иные дни в Японии издавались «учебники по истории», оправдывавшие «Великую восточно-азиатскую войну», но для того, чтобы у общественности возникли в этой связи вопросы, потребовалось полвека послевоенного времени, в ходе которого непосредственная память о войне неизбежным образом выветривалась. По мере того как шел процесс погребения памяти, ностальгия расцветала пышным цветом. Вместе с тем возникало осознание какой-то нехватки, недостаточности, как будто что-то было упущено, — и это осознание нельзя было восполнить ничем. Поэтому, если рассуждать логически, получается, что ностальгия продолжает свое вечное движение. Психолог Жак Лакан подобные вещи объясняет следующим образом: «...символ с самого начала заявляет о себе убийством вещи, и смертью этой увековечивается в субъекте его желание»<sup>29, \*\*</sup>.

Итак, какие же формы принимает и обнаруживает вышеописанный мысленный образ ностальгии у частных лиц? У государства есть свои памятники и святыни, в домах хранятся трофеи, захваченные в ходе войн прошлого, а у частных лиц имеются семейные фотоальбомы и прочий скрапбукинг. В семейных альбомах собраны и упорядочены все без исключения фотографии, начиная с младенчества. Эти свидетельства собственного появления на свет имеют серьезное и важное значение для самоидентификации изображенного на них субъекта: совершенно ясно, что в глазах общественного мнения

---

\* Джозеф Корнелл (1903–1972) — американский художник, скульптор, кинорежиссер-авангардист. Известен работами в технике коллажа и ассамбляжа, испытал сильное влияние Макса Эрнста.

\*\* Цит. по: Лакан Ж. Функция и поле речи языка в психоанализе. М.: Гнозис, 1995. С. 88. Перевод А. К. Черноглазова.



тому, кто лишен подобного архива, повезло меньше, чем тому, у кого полно детских фотографий.

Когда молодой человек впервые приходит в гости к девушке, он вынужден участвовать в скучном ритуале: рассматривать альбом с ее фотографиями, слушать пояснения, пока ее родители угощают его чаем. В семейной реликвии содержатся идеализированные представления о прошлом избранницы. Слово *каваи* используется в таких случаях исключительно в ритуальном смысле. Почему изображение младенца — это *каваи*? Потому что в подобной ситуации все уже покрылось несколькими слоями плотно кристаллизованной ностальгии, вот и все.

В альбомах с этими изображениями никакого прошлого самого по себе нет. Это не более чем коллаж из изображений, собранный постфактум, причем собирать его начали еще родители. Тут уже ничего не поделаешь: если убрать все наносное, то с точки зрения современности человек — это всего лишь ностальгическая конструкция. Он берет в качестве сырья свое детство и перерабатывает его в последовательность чистых, счастливых историй. Точно так же миф подкрепляет возникновение государства. В обоих случаях производится одно и то же действие. Младенческий этап в становлении страны окружен исключительно чистым и беспримесным, это апогей идеализации.

Наше общество потребления составляет триада: ностальгия, сувениры, миниатюры. Феномен *каваи* соединяет в себе все три элемента и используется обществом в стратегических целях как эстетика, устраняющая все прочие эстетические помехи на пути собственной геополитики. Я думаю, что такой вывод нельзя назвать ошибочным.

Почему младенцы — это *каваи*? Потому что это самая эффектная метафора для тех ситуаций, когда надо показать чистоту и святость начала, происхождения. Это легко понять, если вспомнить олицетворяющие молодость, свежесть и vitalность образы молодежи в немецком и японском кино времен фашизма. Почему сувениры в киосках для туристов — это

*каваи*? Только потому, что они маленькие и их легко взять в руки, а также их удобно использовать, когда нужно представить путешествие как момент личной истории. Отчего всевозможные вещи предстают в свете *каваи*, если смотреть на них с позиции ностальгии? Оттого, что это чувство имеет резкие различия, связанные с делением мира на внешний и внутренний. Наполненная ощущением расслабленности внутренняя составляющая оказывается под защитой, ее наполняет близкое, интимное, незащищенное, жизнь становится прекрасной, в ней царит отличное настроение. Некогда, в моем далеком, почти незапамятном детстве Юмико Осима\* изобразила историю о девушке, которая заново пробуждается к жизни благодаря случайной встрече с *кавайным* молодым человеком. Он свеж, полон сил, и это делает ее счастливой. Внутри замкнутого мира, под покровом тайны, забыв о существовании враждебного реального мира, они растворяются в потоке *каваи*.

Итак, похоже, что упомянутая триада, полная счастливых образов, необходима, чтобы оставить в сердце память о чем-то впервые достигнутом, но при этом в жертву приносится историческое сознание. Поэтому, когда ностальгия апеллирует к *каваи* в качестве идеологии, наряду с тем, что остается запечатленным, нельзя забывать о том, что подавляется и отрицается.

### *Японская культура обнаруживает красоту несовершеннолетних*

Я несколько увлекся абстрактными рассуждениями. Пришла пора сбавить обороты.

Чистое, незапятнанное детство, оказавшееся в центре мифа вместе с западным романтизмом нового времени, было весьма

---

\* Юмико Осима (大島弓子, р. 1947) — японская художница-мангака.

значительным явлением. Ребенок — это взрослый в миниатюре. Связь этого тезиса с телесным масштабом, а также то обстоятельство, что мир ребенка в телесном плане автономен и отделен от настоящего мира взрослых, — оба этих соображения стали восприниматься как нечто верное и правильное. Однако в европейском обществе тут возникает противоречие между мифом о тесной детской дружбе, с одной стороны, и ребенком, который воспринимается в качестве непонятно кого, пока не пройдет ряд этапов, этикетных формальностей, инициации и прочего, что необходимо для социального признания человека в качестве взрослого, с другой — таков типичный взгляд на то, что называется зрелостью. Человек, который находится под покровительством родителей, будучи незрелым ребенком, не играющим никаких гендерных ролей, — еще не вполне человек. Абсолютная принадлежность к одному из гендеров — мужскому или женскому — удостоверяет, утверждает человека в качестве такового, поскольку свидетельствует о законченности его созревания. Данный консенсус европейского сообщества является основной исходной посылкой, о которой знает любая.

Однако для объективации японской культуры вышеописанный миф о зрелости внезапно обнаруживает функциональную неполноту. В Японии любят вещи тонкие и деликатные, что-то незрелое, несовершенное, не доведенное до конца; в цене не красота и пышность горделиво распустившегося цветка, но предчувствие того, что цветок вот-вот должен раскрыться. Подобные примеры бросаются в глаза в самых разных проявлениях повседневной жизни. Все чаще говорят о том, что японцы, когда дарят цветы, предпочитают бутоны. В театре Кабуки до сих пор ставят пьесу «Сиранами гонин отоко»\*, где задействованы мальчишки, у которых еще

---

\* «Сиранами гонин отоко» (白浪五人男) — пьеса театра Кабуки. Название пьесы можно перевести как «Пять белых волн» («белыми волнами» метафорически называют грабителей, о которых повествуется в пьесе). Другие названия пьесы — «Бэнтэн кодзо» (弁天小僧),

не сломался голос. В отличие от самых разных театров мира, я боюсь, только в Японии бытует обычай испытывать радость, представляя себе тот день, когда эти гадкие утята превратятся в величественных лебедей. В Японии давно среди широкого населения прижилась эстетическая традиция наслаждаться несовершенным и незавершенным, любить незаконченное при всей его возможной корявости и нелепости, всячески отдалять момент совершенства, то есть законченности, финальности.

Упомянувшийся во второй главе Дональд Ричи указывает, что японцы испытывают привязанность ко всему детскому и подростковому. В продолжение темы «детского» образа японцев мне хочется зайти с фланга и процитировать высказывание генерала Макарура, бывшего главнокомандующего войсками союзников, оккупировавших Японию в конце Второй мировой войны: «Японцы — нация двенадцатилетних». Это высказывание ранее уже подвергалось самым разным трактовкам, но едва ли Макарур хотел просто поиздеваться. Образ японцев, идущих (или претворяющихся, что идут) на компромисс, который возникает вследствие желания избежать «младенческой самоидентификации», основан на внешнем впечатлении. Нельзя забывать и о самосознании японской стороны, в основе которого лежит представление о том, что «мы слабые, как дети, мы ведем безвредное существование». Твоя детскость не несет угрозы соседу и убеждает его в твоей безвредности, и, таким образом, обоюдная детскость служит основой существования сообщества. Для завоевателя, который является продуктом такого общества, где за истинные ценности почитаются зрелость, взрослость и индивидуальный характер, японский подход служит показателем чуждой культуры.

---

«Аотодзоси хана-но нисики-э» (青砥稿花紅彩画). Автор пьесы — драматург Каватакэ Мокуами (河竹黙阿弥, 1816–1893), впервые она была поставлена в Эдо в 1862 году.



Сейлор Мун

## Почему «Сейлор Мун» — это кawaii?

Теперь с точки зрения культуры, стремящейся к незрелости, попробуем проанализировать анимэ «Сейлор Мун», о котором шла речь в первой главе<sup>30</sup>.

В начале 1990-х в ежемесячном журнале «Накаёси» («Приятель») была опубликована манга Наоко Такэути\*. Как только на ее основе сделали анимэ и показали по телевидению, случился взрыв популярности, особенно среди учениц средней школы, после чего появилась целая анимэ-эпопея. Спустя некоторое время, как уже говорилось, сериал «Сейлор Мун» стал невероятно популярен во всем мире.

Главную героиню зовут Усаги Цукино, она «обычная девочка-плакса, готовая разрыдаться, стоит ей допустить хоть малейшую оплошность» (так написано на обложке первого тома манги, изданной издательством «Коданся»). Однажды Усаги спасает загадочную кошку, от которой узнает, что она является воплощением луны и наделена сверхспособностями для того, чтобы охранять мир от всякого зла. В классе, где учится Усаги, в силу разных обстоятельств формируется группа из четырех девочек: это отличницы, готовые поддержать друг друга и обладающие сильными внутренними качествами. На самом деле четыре юных леди тоже оказались воплощениями соответственно Меркурия, Венеры, Марса и Юпитера; в итоге пять девочек объединяются вместе и дают друг дружке клятву воевать со злом. У Усаги есть молодой человек по имени Мамору Тиба, который все время думает о ней. В одной из серий анимэ все пять воительниц ведут упорное сражение, спасая Мамору, но в дальнейшем их силы иссякают и они терпят поражение. В финале на сцене появляется Мамору, точно принц из сказки братьев Гримм: он поцелуем оживляет

---

\* Наоко Такэути (武内 直子, р. 1967) — японская художница-мангака, иллюстратор, автор-исполнитель песен собственного сочинения, фармацевт. Наиболее известна как автор «Сейлор Мун».

победившую врага и впавшую в кому Усаги, и история заканчивается хеппи-эндом.

Земному шару угрожает зло. Ледяная королева прилетает с окраины Вселенной, нападает на погруженные в праздничную рождественскую атмосферу японские улицы и замораживает всех прохожих. Тут немедленно появляется Усаги, произносит заклинание и превращается в прекрасную воительницу. Но магия ледяной королевы оказалась не по силам даже для наделенной сверхспособностями Усаги. Когда та оказывается в опасности, с неба спускается загадочный человек в маске и смокинге, побеждает зло и спасает Усаги.

Сюжет, в ходе которого человек, живущий скучной и посредственной жизнью, однажды вдруг внешне меняется и начинает спасать мир от всякого зла, не оригинален, и «Сейлор Мун» в этом плане не является ничем самобытным. С тех пор как в 1950-е годы в Японии возникло телевидение, появилось множество экшн-сериалов с аналогичными сюжетами; если попытаться отыскать истоки этого явления, то они находятся в диапазоне от литературы немецкого романтизма (прежде всего сказок Гофмана) до американского «Супермена»: генеалогию меняющих свою внешность героев нетрудно проследить. «Сейлор Мун» примечательна не тем, что происходит после того, как пять девочек-героинь меняют внешность, но самим фокусом повествования, в котором находится трансформация внешности. Усаги произносит тайное заклинание, делает крестообразное движение правой рукой, вокруг нее все исчезает, а вместо этого возникает вселенная, которую наводняют все цвета радуги. Она и все вокруг нее начинает интенсивно вращаться, менять очертания, среди этой круговерти Усаги сбрасывает с себя школьную форму, мы видим только ее обнаженный силуэт, затем ее облик меняется: она превращается в прекрасную девушку-воина в матросском костюме. Пожалуй, можно сказать, что подобная телесная трансформация полностью совмещает в себе те четыре определения (или аспекта)

игры, которые выделяет Роже Кайуа. А именно: случайность, состязательность, симуляция и головокружение<sup>31\*</sup>. Всего сказанного достаточно, чтобы понять, почему этот мультяк завоевал огромную популярность среди учениц средней школы. С замершим сердцем и дрожью в груди они наблюдают, как на телеэкранах и мониторах им показывают их собственную мечту об изменении внешнего облика.

Кого же должны победить эти лунные девочки в матросках? Во многих случаях женщину — воплощение зла, обладающую зрелым, взрослым телом. Такие женщины, как правило, «секси»: у них огромных размеров грудь и кожа одного из основных цветов спектра (синяя, красная, желтая, белая); метафорически они связаны со змеями, ящерицами или вьющимися растениями, их практически полуголые фигуры обнимают земной шар или его субститут в лице Мамору-куна. Красавицы-воительницы облачены в такие опрятные матросские одежды, что никакие феромоны сквозь них не ощущаются ни в малейшей степени. В глазах молодых людей эти девочки *кавайны* не в смысле флирта, их *кавайность* самодостаточна. Добродетель этих девочек состоит из четырех элементов — интеллектуальное, телесное, духовное, любовное. Усаги, общий знаменатель всего этого, представляется стабильной «структурой» вроде мандалы. Она *каваии*, потому что воплощает в себе все самое лучшее. В «Сейлор Мун» зрелое половое существование — синоним зла. А стало быть, мир по-настоящему спасти могут только девочки, подвергающиеся сомнению зрелость, стоящие перед водоразделом, предполагающим гендерную определенность, и отличающиеся от женщин как сексуальных объектов. Отметим, что иероглиф «месяц» (*цуки*) в имени Цукино ассоциируется с первой менструацией (яп. *цуки-но моно*), то есть с началом пубертатного периода.

---

\* Кайуа Р. Игры и люди; Статьи и эссе по социологии культуры / Сост., пер. с фр. и вступ. ст. С. Н. Зенкина. М.: ОГИ, 2007. С. 50.





*Один из рисунков Генри Дарджера*

## *Мир девочек, изображенный Генри Дарджером*

Неожиданным образом история «Сейлор Мун» очень сильно напомнила мне творчество Генри Дарджера, известного художника-аутсайдера XX века<sup>3\*</sup>.

Генри Дарджер (1892–1973) родился в Чикаго в бедной семье и воспитывался в детском приюте, но уже в семь лет благодаря своему интеллекту умудрялся в присутствии школьного учителя рассуждать о войне между Севером и Югом. Однако по причине врожденной замкнутости характера его признали умственно неполноценным. Всю жизнь он был разнорабочим в больницах, постоянно меняя места работы.

Днем он вел одинокую жизнь, полную унижений, но зато вернувшись в свою съемную комнату и запершись в ней, Дарджер читал детские истории вроде «Волшебника из страны Оз», «Хайди»<sup>\*</sup> и забывал о времени за воображаемыми разговорами с девочками — персонажами сказок. В какой-то момент он сам начал сочинять длинную историю, в которой фигурировали семь воинственных девочек по фамилии Вивьен. Через несколько десятилетий объем достиг 15 145 страниц, после чего Дарджер приступил к иллюстрациям. При жизни он никому не говорил о своем творчестве. После его смерти квартирный хозяин вошел в комнату покойного и, разумеется, очень удивился, обнаружив в ней ворохи рукописей и рулоны немислимых изображений фантастических девочек — все это наследие измерялось десятками тетрадей и альбомов.

История, которой Дарджер посвятил всю свою жизнь, называется «История девочек Вивьен из Выдуманного Королевства, или Великая Гленделийско-Ангелианская освободительная война» и представляет собой род эпической поэзии, довольно пустяшной по содержанию. Автор изобразил другой

---

\* «Хайди» (1880) — детская повесть-сказка швейцарской писательницы Иоханны Спири (1827–1901), признанная классика детской литературы.

мир, как две капли воды похожий на наш, где есть два воюющих царства. Взрослые из царства гленделийцев денно и ночью издеваются над детьми, используя их в качестве рабов, всячески притесняя и подвергая пыткам. В другом царстве, называемом Аббиэния, детям предоставлена такая же свобода, как и взрослым. Чтобы спасти детей из соседнего царства, живущие в Аббиэнии девочки-сестры из семейства Вивьен вступают в ожесточенную битву. Эти златовласые девочки в возрасте от пяти до семи лет верхом на огромных драконах борются за освобождение маленьких жертв от рук злых и свирепых взрослых из царства гленделийцев. Драконы время от времени превращаются в девочек. В своих иллюстрациях Дарджер тщательно изображает жестокие зрелища детских казней, расчлененные тела и прочее. Пожалуй, тут сказалось влияние прочитанных им в детстве историй про войну Севера и Юга.

Дарджер не получил ни художественного, ни хоть сколько-то удовлетворительного общего образования; в деле писательства и рисования он исключительно самоучка. В каком-то смысле можно сказать, что это художник, отказавшийся от взросления, от зрелости. У него никогда не было ни женщин, ни друзей, ни знакомых, поэтому он толком даже не знал, чем женское тело отличается от мужского. У голеньких девочек на его рисунках часто можно обнаружить между ног крошечный пенис, и прием этот повторяется как нечто само собой разумеющееся.

В 1980-х годах наследие Дарджера было обнародовано: оно попало в сферу современного искусства и привлекло к себе внимание на фоне общего интереса к творчеству художников-самоучек и душевнобольных. В этой области работы Дарджера приобрели весьма харизматичный статус. Однажды я побывал в той мебелирашке, где он прожил в одиночестве полвека. Я смотрел на многочисленные оставшиеся от него иллюстрации и кипы рукописей. За несколько десятилетий

накопилось несколько десятков альбомов со всякой всячиной, и это произвело на меня глубокое впечатление. В альбомах помещались тесно вклеенные изображения и фотографии *кавайных* девочек, вырезанные из газет и журналов, которые он подбирал на улицах или доставал из мусорных баков. Дарджер относился к своим альбомам как к сокровищу. Забыв о времени, он глядел на иллюстрации и вкладывал всю свою душу в написание своей истории.

Иллюстративный и нарративный материал Дарджера обнаруживает удивительное сходство с «Сейлор Мун». И в том и в другом случае фигурируют девочки предпубертатного возраста, еще не определившиеся в гендерном отношении, которые объединяются под эгидой общего дела и вступают в схватку с великим злом, превратившись в жестоких воительниц. Это сходство на уровне содержания, сюжета. Сестры Вивьен отважно воюют со взрослыми и лезут вон из кожи ради освобождения детей — и точно так же пятерка лунных морячек ведет решительные бои против вторжения взрослых, зрелых женщин вроде злой королевы.

Но это еще не все. В произведениях Дарджера, когда девочки попадают в отчаянное, затруднительное положение, откуда ни возьмись появляется взрослый капитан Дарджер, спасает их, напутствует мужественными словами, после чего удаляется. В «Сейлор Мун» роль такого капитана играет Такседо Маск. Истинное лицо этого взрослого персонажа остается неизвестным. По одной из версий, это перевоплотившийся тщедушный Мамору-кун, однако истинная личность персонажа окончательно не установлена\*. Как бы то ни было, общим для обеих историй остается одно противоречие: незрелые девочки воюют со взрослыми как с воплощением зла, но в какой-то момент их спасает именно взрослый — хороший, всемогущий взрослый.

---

\* Отождествление Мамору и Такседо Маска является каноническим. — *Примеч. ред.*

Оказавшись под защитой совершеннолетнего (зрелого), несовершеннолетнее (незрелое) впервые предстает в свете *каваи*, и мир превращается в утопию, полную добра, благодати, тесной дружбы. Наконец, необходимо подумать о важном различии. В Америке об истории Дарджера никто не знал, она творилась втайне, а когда узнали, она вызвала культурный скандал. В Японии же, напротив, мультфильмы-анимэ продолжают иметь высокий рейтинг: дети, сидя на полу в гостиной традиционного японского дома, с замиранием сердца ждут еженедельных выпусков анимэ, и в этом заключена реальная разница. Кроме того, тут кроется явное различие между культурой, которая рассматривает незрелое и несовершеннолетнее как болезненное и дегенеративное, и культурой, которая видит общественную и повествовательную ценность в том, что вечно продолжает оставаться детским и незрелым.

Как сказано в стихотворении Мати Тавары:

улыбающаяся розовая мордочка Китти-тян  
на срезе камабоко  
неужели она когда-нибудь станет женщиной?<sup>33\*</sup>

---

\* Мати Тавара (俵万知, р. 1962) — японская писательница, поэтесса, переводчица. Ее книга «Именины салата» (『サラダの記念日』, 1987) вышла в России в переводе Д. Коваленина в 2006 году. *Камабоко* — блюдо японской кухни, имеет форму рулетика или колбаски, производится из *сурими* («пюре» из рыбы с белым мясом). Срез «колбаски» может быть изготовлен в форме цветка сакуры, рожицы какого-то персонажа анимэ и т. п.

## ГЛАВА 7. КАВАИИ В ЯПОНСКОЙ ПЕЧАТНОЙ ПРОДУКЦИИ

### *Кавайная женщина — кто она?*

Теперь посмотрим, что и какими словами говорится о *каваи* в медиа. Попробуем проанализировать образы *каваи*, взятые из четырех японских женских журналов: *Sawaii!* (август 2005 года, издательство «Сюфунотомо»), *CUTiE* (сентябрь 2005 года, издательство «Такарадзимася»), *JJ* (ноябрь 2004 года, издательство «Кобунся») и «ЮУЮУ» (сентябрь 2005 года, издательство «Сюфунотомо»).

Среди множества женских журналов отобранные четыре учитывают возрастную и социальную разницу читательниц. *Sawaii!* и *CUTiE*, как видно из их названий, связаны с *каваи* напрямую: в них явным образом выстраивается образ *кавайной* женщины, журналы целиком и полностью апеллируют к соответствующему мировоззрению. *JJ* и «ЮУЮУ», напротив, не торгуют этим в открытую. Однако на обложках двух выбранных номеров большими буквами анонсируется, что это специальное издание, где собраны статьи на тему *каваи*. Приблизительный возраст читательниц журналов (основной критерий) следующий: у *Sawaii!* — от 14 до 17 лет, у *CUTiE* — от 17 до 20 лет, у *JJ* — от 18 до 22 лет и, наконец, у «ЮУЮУ» — от 50 и старше.



Журнал Cawaii!



Журнал CUTiE



Журнал JJ



Журнал «ЮУЮУ»

## *Каваи по материалам журнала Sawaii!*

Sawaii! создает впечатление чего-то хаотичного, броского и кричащего. Больше половины страниц занято множеством мелких фотографий вперемешку с краткими пояснениями, набранными мелким шрифтом. В центре — информация для потребителей (что пользуется массовым спросом; исчерпывающее исследование на тему того, чего же всем хочется), но предметная область самая разнообразная. От моды, косметических средств, правил посещения бассейна, морских купаний и психологических тестов до советов на тему секса: все сведения по всем предметам, которые интересуют старшеклассниц, собраны и выставлены на видное место, как сладкая приманка для муравьев. Месседж, который несет своим читательницам журнал Sawaii!, предельно прост: каким образом привлечь «молодого человека» и как с ним флиртовать. Для этого девушке необходимо прикладывать все усилия, чтобы быть *каваи*. Для тех, кто планирует свое первое любовное свидание, в журнале приведены пояснительные рисунки типовых лав-отелей (распространенные в Японии отели для свиданий, или *рабухо*, сокращение от англ. love hotel), даны примеры «комнаты, в которой живет мальчик», предложены «инструкции» и возможные сценарии.

С обложки на нас смотрит певица Аюми Хамасаки\*, из чего следует, что журнал Sawaii! предлагает ее нам в качестве идеала *кавайной* девушки. Специальный материал, о котором сказано в самом начале, — шестистраничное интервью с Аю. Во всю обложку фото, где ее фигура прикрыта чем-то розовым и золотым. Разумеется, банальной для модных журналов теме — где купить одежду и украшения — тоже уделено внимание, информация мелким шрифтом прилагается. В интервью Аюми вспоминает события десятилетней давности, когда ей было шестнадцать

---

\* Аюми Хамасаки, или Аю (浜崎あゆみ, р. 1978), — японская поп-певица, считается «императрицей японской поп-музыки».



и они с друзьями обнаружили журнал в одном магазинчике-комбини\* («Помню, как мы дико радовались, купив этот журнал... такая ностальгия! Вот бы вернуться в то время!»), после чего делится с читательницами своими правилами ухода за собой, предпочтениями в моде и прочими интимными подробностями. Если задаться вопросом о том, как журнал *Sawaii!* передает на письме устную речь девушки, то тут налицо серьезные редакторские усилия, начиная с пунктуации. Во многих смыслах Аюми Хамасаки выступает в роли ангела-хранителя журнала. Из никому не известной читательницы она превратилась в поп-диву, причем ее становление шло одновременно с ростом престижа журнала, поэтому она — образцовая модель, с которой отождествляют себя читательницы. Молодых людей (мальчиков) *Sawaii!* привлекает навязчивой мечтой о том, что из никому не известного читателя можно внезапно стать знаменитым. Собственно, это избитый прием женских журналов. Сюда же можно отнести то обстоятельство, что на страницах журнала специально наряду с профессиональными моделями публикуют крошечные фотографии и имена реальных школьниц и названия их школ, будто все это какие-то лейблы.

Однако самая яркая черта журнала состоит в приукрашенном до безобразия стиле пояснительных текстов к рядам фотографий *кавайной* моды для девочек-тинейджеров: «Чика реально смотрит на тебя как бемби!», «Секси-зверушка, улёт и отпад!», «Кадрёж у моря — это тема!»\*\* В таких коротких оборотах, встряхивающих нормативный японский, чувствуется что-то витальное, веселое, дерзкое по настроению. Стилистическими аналогами подобных высказываний могут служить

---

\* *Комбини* (сокращение от англ. convenient store) мелкие универсальные магазины вроде сетей 7/11, Lawson и т. п., где в том числе есть отделы печати.

\*\* К сожалению, японский молодежный сленг почти невозможно передать по-русски в силу более мягкого и *кавайного* регистра и манеры японской речи в целом.

крики зазывал в ночные клубы, кабаре и т. п. Материалы журнала *Sawaii!* погружают читателя в ситуации, вызывающие положительные эмоции, создающие атмосферу праздника, отдыха (морские купания, фейерверки, летние каникулы), а потому и язык обладает соответствующим темпом, передает прекрасное настроение, вызывает желание, соблазняет, пробуждает охотничий азарт. За счет неологизмов, то и дело возникающих на страницах журнала, формируется что-то вроде закрытого сообщества говорящих на одном языке. Отдельные страницы журнала посвящены «лекциям по языку для своих», в которых, например, дело доходит до такого рода разъяснений: для стеснительных (яп. *тэрэкусай*) читателей слово «секс» преобразовано в *тэккусу\**.

Допустим, изображения моды сопровождаются комментариями. Но пояснения типа «миксануть пушап-лифчик с чем-то клевым — железное правило стильной чиксы!» не снабжают читательниц подробной и объективной информацией об одежде, скорее служат призывом к ним наудачу, не имея четкой потребительской ориентированности. Здесь вспоминается уже цитировавшийся в четвертой главе Барт, который в своем труде «Система моды» пишет: «...сильная риторика, широкая разработка культурного и «умильного» означаемого соответствует публике более простонародной»<sup>34.\*\*</sup>. Если «разжевывать», то тут сказано следующее: модные журналы, адресованные публике более высоких слоев, весьма склонны писать о качестве и ценах одежды просто, холодно и сухо. И наоборот, в журналах для людей победнее и попроще стараются использовать побольше цветной полиграфии, преобладает ограниченный словарь, все пояснения свалены в одну

---

\* *Тэккусу* — неологизм: композит, образованный от японского слова *тэрэкусай* (стеснительный, нерешительный) и слова «секс» (яп. *сэккусу*).

\*\* *Барт Р.* Система моды. Статьи по семиотике культуры / Пер. с фр., вступ. ст. и сост. С. Н. Зенкина. М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003. С. 147.

кучу. Почему это обязательно так? По Барту выходит, что чем сильнее и ярче мода преподносится, тем проще воспринимать предлагаемые образы в утопическом ключе. А для буржуа, которым проще приобрести означенную в журнале одежду, в утопическом гриме особой необходимости нет.

### *Каваи по материалам журнала CUTiE*

Мелкая подпись на обложке — «For independent girls» — ясно говорит о том, что этот журнал рассчитан на читательниц с «независимым» суждением, а не на стадо вроде аудитории *Sawaii!*, которое сломя голову гоняется за мальчиками. Здесь *каваи* мыслится не как средство для провокации или флирта с противоположным полом, а исключительно как внутренняя сторона индивидуального характера читательницы, важный элемент ее жизненного стиля. Стиль фраз в CUTiE по сравнению с выше рассмотренным журналом гораздо спокойнее — более умозрительный, что ли; в угоду взыскательной публике исполняется особый спектакль.

CUTiE не сгоняет всех читательниц в одну толпу, не связывает в одну вязанку. В основе идеологии журнала лежит классификация читательниц и подходящие советы для каждой категории. На обложке попавшего мне в руки девятого номера изображены две актрисы, сыгравшие главные роли в фильме, снятом по нашумевшей манге «NANA»\*: они сидят спина к спине с совершенно разными выражениями лиц. И это символично. Таким образом утверждается, что девушки имеют что-то общее, в чем-то близки, но при этом существуют каждая сама по себе и их индивидуальное существование нельзя

---

\* «NANA» (яп. ナナ) — манга Ай Ядзавы (2005–2006). До появления анимэ по ней было снято два игровых фильма с Микой Накасимой (中島美嘉, р. 1983) и Аои Миядзаки (宮崎あおい, р. 1985) в главных ролях.

заменить чьим-то другим. История двух девушек с одинаковым именем Нана, но разных по характеру, обстоятельствам и образу жизни вызывает сильнейший отклик у читательниц журнала CUTiE. В этом номере обе актрисы отвечают на вопросы, связанные с их актерской профессией, одеждой, сыгранными ролями и личным отношением ко всему этому. По сравнению с речью Аюми Хамасаки из *Sawaii!*, где сплошь одни восторги и кипучая энергия, высказывания этих девушек спокойны, в них чувствуются плоды живого сознания индивидуальных личностей, погруженных в свое дело. Совершенно ясно, в чем состоит мировоззрение CUTiE: истинная сущность девушки, которая умеет мыслить.

На страницах журнала разворачивается классификация и категоризация, как в каталогах. Один за другим следуют психологические тесты, обзоры музыкальных альбомов и кино, информация о скаутстве, всевозможных кастингах и прослушиваниях. Какую одежду выбрать при переходе от лета к осени: «девчачью» (girly) или «клевую» (cool)? Для того чтобы сориентироваться в психотипах молодых людей, описывается пять типажей. Теневым персонажем выступает реклама, выдержанная в соответствующем духе. Для осени предлагается выбирать между милитари, Native & Western, классическим стилем «Лига плюща» и рабочим. На ось классификации нанизаны следующие пункты: как женская мода позволяет избавиться от «мальчиковости», насколько она соответствует возрасту (или преувеличивает его), включает ли в меру необычные, не столь повседневные элементы (военные или «этнические»).

Такая подробная классификация, в центре которой находятся известные модели под собственными именами, оказывается более сильной и убедительной. Почему необходим индивидуальный характер? Потому что благодаря наличию персональных, уникальных данных, то есть характерных имен собственных (девушек-моделей зовут Роза Като и Анна Цутия), явным образом постулируются характеры отдельных людей,

стереотипные представления об их личностях стираются — а это необходимо читательницам, которые хотят ассоциироваться с индивидуальностями, а не со стереотипами. Поскольку модели сфотографированы в повседневной обстановке, у читательниц создается иллюзия близкого знакомства с ними. Глядя на страницы журнала, читательницы мысленно примеряют на себя предложенные образы. Существенно здесь не истинное содержание характеров моделей, но рождение истории, которая возникает благодаря им (в отпуске, в семье, с друзьями). Сама по себе такая история — объект для отождествления, предел мечтаний.

Читательницы CUTiE не столь экстравертны, как аудитория *Sawaii!*, и не образуют толпу. Девушки грезят о моделях, которые отражают их внутреннюю суть, но при этом мечтают также и о том, что кто-то другой будет грезить о них самих, и за счет этого достигается утопическое чувство счастья. *Кавайи* здесь не нацелено на молодых людей, образ обращен исключительно на саму себя. Разумеется, темы, связанные с сексом, исключаются. «Что касается меня, то я выбираю редкое и необычное. Я — кавайи, но я не такая, как все, потому что мое положение отличается, оно привилегированно и исключительно», — таков месседж журнала. В виде исключения CUTiE подробно знакомит читательниц с немного чудачковатыми сумками через плечо и совсем уж дикими сумками нарочито отвратительного фасона, но в этом опять же можно усмотреть проявление особого рода *кавайи* с индивидуальным человеческим лицом, причиной чему служит все тот же негласный договор с обществом потребления.

### *Кавайи по материалам журнала JJ*

В третьей главе я писал о том, что, судя по результатам студенческих анкет, к двадцатилетнему возрасту *кавайи* переживает кризис. К этому возрасту, очевидно, совершенно

явно проявляется скептицизм и антагонизм по отношению к данному слову. Уже не хочется говорить *каваи*. Набирает силу желание использовать слова «милая, красивая» (*кирэй*) или «сексуальная», как в речи у взрослых женщин, однако при этом окончательно расстаться со стратегией *каваи* тоже не выходит, и в результате некоторое время продолжается фаза неуверенности и нерешительности. Я решил включить в рассмотрение журнал JJ потому, что он продолжает линейку женских журналов издательства «Кобунся» (куда относятся журналы VERY и STORY) и рассчитан именно на ту целевую аудиторию, о которой идет речь.

«Хочу стать взрослой и при этом *каваи*!» — именно так называется специальный ноябрьский номер 2004 года. В первую очередь обратим внимание на то, что слово *каваи* набрано не хираганой и не римскими буквами, а иероглифами. В дополнение к заглавию этого специального выпуска на обложке имеется комментарий: «Старшие сестры и младшие сестры. Женственность, которая завтра же бросит вам вызов. Полное собрание». Итак, «женственное» оказывается синонимом *каваи*.

Для специального выпуска журнал JJ придумал неологизм: *отонакаваи* («взрослый» + *каваи*). «Осеннее решение: сестры взрослость и милость. Бутон стал цветком».

Читательницам, которые не могут жить с синдромом не-сусветного счастья из журнала *Sawaii!* и которым в равной степени не по вкусу ощущение безвременья, предлагаемое журналом CUTiE, подойдет «расщепленная модель». Если хочется стильно выглядеть в духе незрелой девочки, подойдет твидовая мини-юбка «вкуче с ортодоксальными бутсами» а-ля младшая сестренка; если же есть желание вступить во взрослый мир, то стоит выбрать «широкие брюки а-ля старшая сестра». Такой выбор не имеет ничего общего с характером или образом жизни из журнала CUTiE, это не более чем развлечение, свободная смена имиджа. Стиль «младшая

сестра»: «цветной твид — это *каваи*»; стиль «старшая сестра»: «основные расцветки, крупный горох, лама\* — это терпкий вкус». Здесь на первый взгляд *каваи* противопоставляется яркое, броское, кричащее, смелое. Однако важнее то, что здесь по контрасту речь идет об истинной сути «женственного»: читательницам рекомендуется отойти от *каваи* и естественным образом продвинуться к следующей стадии взрослой и зрелой женщины. Манипуляциям и провокациям в отношении противоположного пола, а также всяким мечтам и грезам частного характера в этом журнале не уделяется ровным счетом никакого внимания. Вещи, связанные с досугом (всякого рода празднества и увеселения), тоже не упоминаются. Идеология журнала — в том, чтобы помочь читательницам приспособить ежедневный выбор одежды к возрастным изменениям и при этом создать свой стиль: относиться к этому надо живо и с легкостью, как к развлечению.

### *Каваи по материалам журнала «ЮУЮУ»*

На обложке журнала «ЮУЮУ» значится: «После пятидесяти — я в главной роли!», из чего следует, что перед нами ежемесячник для читательниц среднего возраста и старше. В отличие от прежде рассмотренных трех журналов, это не журнал моды. Издание рассчитано на зрелого читателя с устоявшимся взглядом и посвящено всему, что связано с повседневной жизнью, начиная с отношений и заканчивая кулинарией и книгами, при этом лейтмотив журнала — поддержание телесного и душевного здоровья. Сентябрьский номер от 2005 года — специальный выпуск, который называется «Человек, который в любом возрасте сохраняет *каваи*, присущее взрослому».

---

\* Лама — парча с шитьем металлическими нитями по основе, изготовленной обычно из синтетических или искусственных волокон.

В номере есть интервью с пятью героями. Среди них — актриса Инэко Арима и художница (а также джазовая певица и тоже актриса) Адо Мидзумори\*, но это не значит, что они только и делают, что рассуждают на тему *каваи*. Обе болтают в свободной манере, вспоминают прошлое. Журнал демонстрирует нам образы двух женщин: они уже не молоды, но, несмотря на это, а может быть, как раз благодаря этому, выглядят и держатся бодро, сохраняют очарование, о чем свидетельствуют их фото. С годами обе делаются все более и более *каваи*. Счастливая жизнь возможна, несмотря на возраст — таким секретом делится с читательницами журнал «ЮУЮУ». Мидзумори и Арима играют роли образцовых моделей *каваи*, которыми должен восхищаться читатель этого издания; здесь работает тот же принцип, что и в случае с Аюми Хамасаки из журнала *Cawaii!*.

Следующие три героя рассуждают о женщинах типа *каваи*, про которых они что-то поняли за свою долгую жизнь: предлагают свои личные объяснения по поводу значимости и важности, которыми обросло это слово со временем и в связи со сменой поколений. К примеру, писатель Томоми Мурамацу говорит, что при словосочетании «кавайная женщина» ему решительно приходит на ум Аю Коды\*\*. Вспоминая один эпизод, связанный с Кодой, Мурамацу дает такое определение: *каваи* — это когда «женщина живет так, будто у нее нет ни минуты свободного времени, и если вдруг посмотришь на нее украдкой — сразу застесняется». О себе Мурамацу думает, что к его характеру слово *каваи* не подходит, он «не прошел кастинг». Отказывая ему в положительном смысле,

---

\* Инэко Арима (有馬稲子, р. 1932) — японская киноактриса, известная своими работами с Ясудзиро Одзу. Адо Мидзумори (水森亜土, р. 1939) — японская актриса, художница, иллюстратор, поэтесса, писательница, певица (не только джазовая: в частности, автор и исполнитель песен для саундтреков анимэ).

\*\* Аю Коды (幸田文, 1904–1990) — японская писательница-романистка.



Мурамацу утверждает, что «это слово родилось внутри своего времени», но относится к нему терпимо. Журналистка-фрилансер Норико Сёдзи считает, что «действительно умеющий стариться человек может вдруг показаться милым и беззащитным», и это *каваи*. В пример она приводит Мицуко Мори и Норико Авая\*. «Когда те, кто моложе меня, употребляют слово *каваи*, и даже *каваирасии* (миловидный, славный, крошечный), это отражает широту их взглядов», — утверждает она. Недавно телепродюсер Фукуко Исии привела в пример Харуко Сугимуру\*\*: «она строга и требовательна в том, что касается искусства, но вне съемочной площадки ее может внезапно сморить сон», и в этом проявляется ее *кавайность*. Все три дамы, будучи суровыми профессионалами и людьми в годах, полностью сходятся на том, что неожиданные проявления слабости и беззащитности — это *каваи*. Журнал «ЮУЮУ» по умолчанию постулирует в качестве *каваи* стеснительность и искренность проявлений.

Тут вспоминаются анкетные ответы студентов, где некоторые признаются, что их называли *каваи* в тех случаях, когда они нечаянно совершали какую-то оплошность. В ситуации, когда нет ни одной свободной минуты и приходится справляться с массой осложняющих обстоятельств, при этом следуя определенному порядку и методичности, слово *каваи* приобретает особое звучание. *Каваяи*, связанное с ошибками и оплошностями, допускаемыми Аю Кодой, Мицуко Мори и Сюнко Сугимурой, а также то *каваи*, о котором пишут в анкетах мои студенты, — предметы для отдельного обсуждения

\* Норико Сёдзи (東海林のり子, р. 1934) — журналистка, специализирующаяся в сфере искусства и шоу-бизнеса. Мицуко Мори (森光子, 1920–2012) — японская актриса. Норико Авая (淡谷のり子, 1907–1999) — японская певица, шансонье.

\*\* Фукуко Исии (石井ふく子, р. 1926) — продюсер. Харуко Сугимура (杉村春子, р. 1909–1997) — японская актриса театра и кино, снималась у таких режиссеров, как Ясудзиро Одзу, Акира Куросава, Микио Нарусэ, Кэйсукэ Киносита.

и рассмотрения. Если вернуться к самому слову, то в понимании связанных с ним ощущений и свойств можно усмотреть характерное для японцев «переворачивание»: можно сказать, что те, кто называет этих деятельных пожилых женщин словом *каваии*, убирают тем самым всякую строгость и категоричность как из образа, так и из высказывания, и вызывают у читателя ощущение спокойствия.

Сразу же бросается в глаза, что подобный взгляд на *каваии* противоположен тому, которого придерживается Тидзуко Уэно, упомянутая в первой главе нашей книги. Уэно отрицательно относится к *каваии*, то есть к тому кокетству, которое используется женщинами в качестве выгодной им линии поведения, и подвергает резкой критике прагматичную стратегию под названием «стать *кавайной* бабулей», что в ее понимании означает только одно: старики, не способные более к проявлению ответственности и лишённые финансовой независимости, оказываются в положении опекаемых. Журнал «ЮУЮУ», наоборот, знакомит нас с такими женщинами, которые всю жизнь были финансово самостоятельны: они и сейчас не находятся на попечении ни у мужчин, ни у собственных детей. Они — элита, пожилые харизматички, способные справиться с современными условиями жизни. Журнал «ЮУЮУ» предлагает их своим читателям в качестве утопических моделей и пытается отвлечь внимание от тех противоречий и трудностей, с которыми сталкиваются пожилые люди.

Из рассмотренных пяти интервью ясно следующее. *Каваяии* можно сказать и о тех, «кому за». Можно достичь счастья, преодолев чувство утраты от того, что молодость уже ушла. Это краткий миг, который посещает в конце зрелой и долгой карьеры, но тот, кто не *каваии*, тому счастья не видать. «С годами становишься добрее, впечатлительнее, чувствительнее. Сейчас я более *каваии*, чем в молодости» — в этих словах Норико Сёдзи сказано все, коротко и ясно. Однако тут выявляется еще одна истина. Лишь тот по-настоящему способен достичь

*кавайности*, кто может не только назвать *каваи* кого-то еще, но и поверить в это. Поэтому у читателя, живущего своей повседневной жизнью в самых обыденных обстоятельствах, встреча с *каваи* находит непременно одобрение.

### *Миф каваи в обществе потребления*

Итак, только что мы бросили беглый взгляд на японские женские журналы — от *Sawaii!* до «ЮУЮУ» — и поделились своими впечатлениями от увиденного. В одних молодежных журналах царит настроение праздника, речь идет о том, как общаться с молодыми людьми и как привлечь к себе их внимание, тогда как в других журналах пропагандируется личный, собственный нарциссизм: общество тотального потребления предлагает потребителям поиграть в разнообразие, и игра эта имеет глубокое отношение к внутреннему, личному. В иных журналах рассматривается проблема перехода незрелой девушки в зрелую «взрослую» женщину и необходимая в связи с этим перемена в одежде: появляется всепроникающий «женственный стиль», и к этому явлению необходимо присмотреться. В журналах для читательниц среднего возраста и старше *каваи* представляется наивысшей мудростью: ее можно достичь благодаря долгой и насыщенной жизни, бурной биографии, наполненной событиями и испытаниями, в конце которой проявляются признаки простого человеческого счастья. Таким образом, женские журналы исходят из идеи *каваи* как некоего плана и замысла, соответствующий контекст переодеваний истолковывается на самые разные лады, а возникающие вследствие всего этого мгновенные утопические грезы и мечтания дарят читателю ощущение счастья. Пишущий и рассуждающий о *каваи* допускает *кавайную* характеристику по отношению к себе, и, по аналогии, читающий о *каваи* тоже должен не отставать.

Печатные медиаресурсы, ведущие речь о *каваии*, говорят о чувстве счастья, о потреблении, о физиологических, возрастных и психологических победах. Повсюду утверждается ощущение праздника, везде царит радость, полная тайны, и среди всей этой благодати возможен поиск себя, свое «я» можно выбирать. Но о чем при этом умалчивается? О том, что противопоставлено радости приобретать, то есть о тяжком человеческом труде, а также об истории: и издатели, и читатели оказываются по другую сторону этих аспектов. Чтобы стать мифом современности, *каваии* подготовило прививку, которая состоит в подмене понятий. Вместо истории — ностальгия и «человеческая биография», вместо другого — «этническое», небывалое уже тут как тут, сидит, аккомпанирует *каваии*. Человек, который считается *каваии*, в определенном смысле подпадает под стереотип. «В самом деле, девушка должна...»; «И правда, женственность — это значит...»; «Действительно, человеку свойственно...». При всяком удобном случае используется один и тот же рефрен. Почему девушка должна быть *каваии*? Потому что она девушка. Почему зрелой, взрослой даме необходимо вести себя *кавайно*? Потому что она зрелая и взрослая. При всех существующих между ними различиях, журналы, где идет речь о *каваии*, заняты производством монстров и извращенных мифов, чему служат всевозможные уменьшительно-ласкательные суффиксы. В каких-то само собой разумеющихся вещах вдруг начинают замечать «девочковость», «женскость», «взрослость» — словом, читателя окружает бесконечный каталог наименований.

Однако неверно считать, что миф *каваии*, особенно благодаря медиаресурсам, задуман как трансляция лжи и обман читателя. Больше половины тех, кто участвует в подготовке журнала *Sawaii!*, — мужчины; контора, издающая «ЮУЮУ», во время войны имела тесную связь с государством; в CUTiE целиком женская редколлегия. Все эти обстоятельства ничего осмысленного насчет мифа поведать не могут. По той причине,

что миф, по Барту, — это такая семантическая система, которая изначально строится на ошибочном предположении, в рамках которого всевозможные противоестественные вещи обряжаются в покровы естественного. Действительно, медиа подстрекают, провоцируют читателя, пробуждают в нем страсть к потреблению. Однако пока читатель остается пассивным и безучастным, медиа не могут продолжать свое существование. Чтобы существование медиа было вечным, необходимо, чтобы воспринимающая сторона тоже делала свое дело. При помощи и поддержке девушек миф *каваи* впервые осуществляется совместными усилиями с обеих сторон.

Можно подумать, что на первый взгляд *Sawaii!* и *CUTiE* имеют разные мотивы благодаря противоположно направленным векторам. Первое издание во весь голос призывает всех, кого угодно, к покупке того, что покупают все. Второе, за счет более тонкой стратегии, апеллирует к покупке избранных вещей, удовлетворяющих личность, однако, вне сомнения, такие покупки тоже доступны любому. Согласно предлагаемой стратегии, читатель может испытать фантомное счастье. Как бы то ни было, мода, предлагаемая женскими журналами обычному читателю (оставим в стороне ценовую категорию), чересчур акцентирована и подробно классифицирована — в результате девушки оказываются в огромном океане отражений и испытывают чувство неудовлетворенности, будто оказываются в подвешенном состоянии.

Возникшее желание напоминает щекотку, но преодолеть это приятное чувство непросто. Даже не так важно, намерены читатели приобретать вещи из журналов или нет. Более существенны их желание и готовность покупать сами журналы, за счет чего оборот в обществе потребления осуществляется гораздо эффективнее. В этом случае противостояние между авторами-создателями и читателями-потребителями печатной продукции снимается, и миф *каваи* царствует безраздельно, покрывая собой все и вся.

Если сравнить сказанное в главах 3 и 4, то окажется, что между той идеей *каваи*, которая есть в опыте и представлениях студенток и школьниц, и тем мифом *каваи*, который правит за счет идеологии общества потребления при поддержке женских журналов, огромная разница. Однако вся картина целиком не складывается только из двух этих противостоящих элементов. Студентки благодаря медиа становятся более восприимчивыми к информации, связанной с потреблением, и не упускают шанса выработать собственный взгляд на *каваи*. Они отождествляют себя с журнальными моделями, наслаждаются собственной *кавайностью*, испытывают от этого счастье, но при этом, искоса глядя на предлагаемую журналами классификацию, чувствуют растерянность из-за разницы между реальными собой и тем *кавайным* образом, к которому они так стремятся. Либо же они отказываются от *каваи* и предпочитают что-то более зрелое и уровнем повыше. Бодрийяр в «Системе вещей» говорит о том, что это отношение похоже на отношения между ребенком и Санта-Клаусом. Когда ребенок приобретает какие-то знания, он перестает наивно верить в реальное существование Санта-Клауса. Но, несмотря на это, он всем сердцем ждет от него подарков на Рождество<sup>35</sup>. Можно сказать, что между девушками-студентками и женскими журналами установились отношения того же рода. А значит, медиа первыми почувствуют специфику своей клиентуры, выберут соответствующую стратегию и более дробную классификацию и займутся созданием новых, еще более очаровательных образов *каваи*.



Обложка путеводителя по моз-Токио

## ГЛАВА 8. СВЯЩЕННАЯ ТЕРРИТОРИЯ МОЭ

### *Что такое моз?*

Что такое *моз*? Среди любителей манги и анимэ это слово входит в употребление примерно в 2003 году. В газете «Ёмиури» это новомодное словечко разъясняется так: «Исходное значение словосочетания *моз-га дэру* («пускать ростки») за последнее время в мире *отаку* — то есть любителей компьютерных игр и фанатов анимэ — стало использоваться для обозначения такого состояния, при котором рассудок охвачен мыслями о персонажах, героях мультиков, их униформе, очках, кансайском диалекте и прочих важных деталях и элементах, с ними связанных»<sup>36</sup>.

Но еще до появления на свет этого слова чрезмерное сопереживание героям анимэ среди фанатов считалось обычным делом. И Рэй Аянами, героиня сериала «Евангелион» (1995), и Рури Хосино из «Крейсера Надэсико» (1996), и Лунная Принцесса из «Легенды о Лунной Принцессе» (2003) — все они для фанатов служат предметами восхищения и моделями для перевоплощения. Фанатичную любовь и привязанность к несуществующему, вымышленному человеку (персонажу) вне зависимости от пола, разумеется, нельзя назвать изобретением последних лет. Вереница подобных примеров не поддается исчислению: от Пигмалиона из греческой мифологии



до гофмановского героя из «Песочного человека», влюбившегося в механическую куклу и покончившего с собой. Феномен моэ можно считать проявлением комплекса Пигмалиона в условиях виртуальной реальности тотального общества потребления.

Понятие и образ моэ обычно связаны с недостаточностью, какой-то нехваткой. В ситуации стремления к несуществующему решительно невозможно приблизиться к его сути, даже если получится овладеть предметом обожания через образ. Чтобы восполнить нехватку, фанаты обращаются к воображению, становятся главными героями личных, персональных историй с любимыми персонажами. Они коллекционируют фигурки, изображающие любимых героев в миниатюре, однако пустота все равно остается незаполненной. Понимая это, фанаты пробуют подражать своим героям, перевоплощаясь в них. Так в моду вошли всевозможные тематические переодевания и изменения внешности, известные под названием *косплей*.

### *Гендер и проблема кавайи*

В третьей главе речь шла о таких важных приметах *кавайи*, как маленькое, ностальгическое и детское: в зазоре между прекрасным и гротескным, куда мы заглянули, обнаружилась обширная территория. Теперь обратимся к проблеме, которую мы до сих пор решительно оставляли в стороне. Это вопрос гендера. Как устроены отношения между культурой *кавайи* и тем распределением полов в обществе, с которым мы столкнулись, едва появились на свет? Какие различия между мужским и женским возникают (или сохраняются) в ситуации общего, унифицирующего стремления к *кавайи* или на пути к конкретным материализациям идеи моэ?

Результаты анкетирования из второй главы ясно дают понять, что у юношей и девушек представления о *кавайи*

различны. Большинство молодых людей полагают, что *каваи* — это что-то далекое от них, что это слово применено в основном к девушкам, а если их все же сочтут *каваи*, ничего кроме растерянности и замешательства это не вызовет. Девушки в большинстве своем, наоборот, для того чтобы стать *каваи*, мило наряжаются, окружают себя всякого рода милыми вещицами и только и ждут случая, чтобы молодой человек бросил в их адрес заветное словечко *каваи*. Чтобы подтвердить *кавайность* собственного существования, девушки называют словом *каваи* и друг друга, и массу окружающих вещей. Язык тут выполняет не смысловую функцию, а ритуальную: это священный обряд молчаливого взаимообмена, доказывающий тесную дружбу, общность и единение между девушками.

Разница между мужским и женским взглядами на *каваи* становится еще очевиднее, если сравнить, каких героев анимэ и манги предпочитают те и другие. В манге, ориентированной на мужскую часть аудитории, женские персонажи наделены выразительными лицами и огромной грудью; будучи зрелыми в телесном отношении, с мужчинами они держатся по-детски послушно, на предложения сексуального характера отвечают безотказно. В манге, обращенной к женской аудитории, наоборот, раз от раза повторяется одна и та же история: молодой аристократ, судя по манерам, «среднего рода», соблазняет девушку, внезапно похищает и увозит ее в утопическое царство любви. Пассия такого протагониста отличается незрелостью, никчемностью, она то и дело допускает всякого рода промахи, причем совершенно из-за этого не переживает — словом, детскость образа всячески подчеркивается. Само собой, я описываю типичную картину, исключений может быть сколько угодно. К тому же у всякой мании, вероятно, свой вкус и своя специфика. Как бы то ни было, благодаря гендерным различиям у противоположных полов оказываются разные идеалы

*каваи*. В основе всего этого находится производство и потребление всевозможных товаров, защищенных копирайтом. Противостояние между потребителями комиксов и их производителями на рынке манги теряет четкость очертаний, усложняется, превращается в огромное пространство, которое заполняет разливанное море отражений, образов и форм взаимодействия.

### *Кварталы моз: прогулка по Токио*

Как-то летом, когда я безвылазно сидел и корпел над этой книжкой, мной стало овладевать отчаяние. Не *кавайное* это дело — писать книгу о *каваи*, подумал я. И тогда, чтобы как-то встряхнуться, я решил прогуляться по Токио под палящим солнцем. Путь мой лежал в окрестности Акихабара и Икэбукуро-саншайн. Надо ли говорить, что оба эти места населяют просто скопища *моз*? Но контраст налицо. Акихабара — это в основном *отаку*, манга, анимэ, район в гендерном отношении мужской, и смысл жизни тех, кто здесь тусуется, состоит в коллекционировании. Икэбукуро-саншайн, напротив, по большей части территория женская, здесь царит культура девочек — короче говоря, это мекка для *моз*. Я решил, что если я побываю сразу в обоих местах, у меня появится возможность разобраться в предмете. Однако, как нам подсказывает Аристофан из платоновского «Пира», кроме гетеросексуальных мужчин и женщин, в мире существуют еще и гомосексуалы. Для тех из них, кто относится к *моз*, сразу за Синдзюку-гёэн, во втором квартале, устроена самая крупная в мире гей-зона. Там мы прогуляемся после захода солнца. В общем, тур по трем значным местам города спланирован. В роли экскурсоводов выступили исключительно осведомленные в местной топографии студенты с моего университетского семинара.

## Отаку из Акихабары грезят о красотах

Акихабара долгое время была районом мелких и средних предприятий, производивших электронику и электротовары. По мере восстановления японской промышленности после войны технологии развивались с удивительной скоростью, приемники сменялись стереосистемами, затем появились компьютеры, со временем район стал мощным производителем софта и жестких дисков, и его имя зазвучало на весь мир. Малоизвестный факт: когда в Японию приехал Жан-Люк Годар, первым делом он захотел прогуляться по Акихабаре. В те времена лавки и магазинчики были в основном средние или мелкие, это было тихое, вежливое место для профи: сюда приходили молодые любители беспроводной связи в поисках каких-нибудь крошечных вакуумных трубок. По этой причине район так и не вырос до размеров Роппонги или Симбаси, которые перепрофилировались и стали обиталищами крупных концернов и рекламных корпораций.

В конце 1990-х перекрестки Акихабары начали привлекать внимание огромными рекламными фигурами, плакатами и настенными росписями, украшенными изображениями женских персонажей из анимэ. В это время магазинчики с электротехникой постепенно стали уступать место киоскам с мангой и анимэ. Один за другим появлялись букинисты с мангой и тому подобной печатной продукцией, автоматы, торгующие игрушечными фигурками-персонажами, и игровые автоматы порнографического характера. Вместе с изменениями на улицах менялись и посетители этого квартала.

Если выйдете со станции «Акихабара», сразу увидите магазин «Акихабара-дэпато». В нем, на радость *отаку*, представлен огромный ассортимент манги, видеоигр, постеров и тому подобного. Я купил себе последний выпуск путевода по кварталу и двинулся в путь. Погуляв какое-то



*Манга-изображения воинственных девушек из Акихабары и существ с кошачьими ушками из Икэбукуро. От гендера зависят тонкие различия кавайи*

время, я заметил, что на улицах практически не было женщин. Больше половины прохожих были молодыми людьми, они шли с большими сумками или бумажными пакетами, в одиночку. В их сумках были исключительно трофеи, то есть манга и фигурки персонажей. Полненькие, очкастые, молчаливые, ни с кем не заговаривающие, полностью поглощенные своими коллекциями — вокруг меня бродили живые представители стереотипа *отаку*, выработанного за многие годы.

По обеим сторонам улиц пошире рядами стоят специализированные киоски с мангой (где сплошь девочки-красотки), анимэ, фигурками, комиксами. Несмотря на будний день, повсюду полно народу. Одни специально пришли сюда с целью закупить тонну комиксов, другие, наоборот, продают мангу собственного авторства. Попадаютя киоски со специальными автоматами, в которых за несколько стойеновых монеток можно купить сборно-разборные простенькие игрушки в круглых пластиковых футлярах под названием *гатяпон*, тут же в витринах с важным видом стоят ряды кукольных красавиц более тонкой работы. *Кавайные* товары, начиная с DVD, продаются прямо на улицах. Невозможно поверить, но здесь попадаются даже нищие. Человек десять — и это притом, что я бродил по основным улицам.

Куда ни пойдешь, кругом преимущественно мужская публика. Парочка мне попалась всего один раз, причем в отделе товаров для взрослых в подземном этаже специализированного магазина с мангой: они были похожи на молодоженов из Тайваня или еще откуда-то, приехавших в Токио на медовый месяц. Еще одно место поразило меня своей исключительностью: здесь были разрешены и косплей, и принт-клубы, но вход для мальчиков запрещен. Три девочки, с виду ученицы средней школы, фотографируются и радостно повизгивают. Но больше нигде никаких женских фигур я не заметил.

Вдоволь наштававшись по киоскам с мангой и магазинчикам с анимэ, я немного утомился и зашел выпить чаю в одно

мейдо-кафе\*, которое было на слуху. Девушки в белых фартучках, галстуках-бабочках и длинных черных юбках подавали травяные чаи. Форма — как у прислуги из буржуазных домов Европы и Америки начала XX века. Мейдо-кафе — это тот тип заведений, который полюбили *отаку*, носящие с собой горы трофеев, потому что здесь все соответствует их грезам: девушки — как сестрички. Кое-где при входе даже говорят: «Добро пожаловать домой!» или «С возвращением!» Один из посетителей кафе, положив на стойку перед официанткой только что купленную куколку, с восторгом рассказывает о ней. Девушка, вежливо кивая, слушает рассказ с нескрываемым вниманием: ни дать ни взять родная сестра.

### *Икэбукуро: мир додзинси и «гнилых» девиц*

Атмосфера окрестностей Икэбукуро-саншайн кардинально отличается от Акихабары. Если выйдете со станции «Икэбукуро» линии JR и пойдете по 60-й авеню, вас накроет атмосфера оживленного молодежного квартала с присущими ему городскими отельчиками и кинотеатрами. Здесь по улицам стайками порхают старшеклассницы с каштановыми волосами, прохаживаются влюбленные парочки.

Если пройти под эстакадой, атмосфера чуть заметно изменится. На глаза попадают фигуры девушек с сумками, эти уже прогуливаются по одиночке. Среди небоскребов и деловых центров стоят ряды магазинчиков, специализирующихся на манге и анимэ: «Мандаракэ», K-BOOKS, «Анимейт». Множество магазинов торгуют мангой, ориентированной на женскую

---

\* Мейдо-кафе (от англ. maid — служанка, прислуга), или мейд-кисса (от англ. maid и яп. *киссатэн* — кафе), — специальные кафе, в которых официантки одеты на манер французских горничных и служанок XIX века (что тоже считается разновидностью косплея). Значительную часть всегдаев кафе составляют *отаку*.

аудиторию, о чем свидетельствуют витрины. По стенам и у входа красуются увеличенные рисунки в стиле манга, где изображены чуть ли не целующиеся, буквально нос к носу, улыбающиеся девушки — в руках у них яблоки и перьевые ручки. Есть магазины с крупными вывесками: «Покупаем мангу, *додзинси!*\* Дорого!», а есть лавки, в витринах которых вывешены белые и черные костюмы для косплея. В общем, мы оказались в «зоне для девочек», о которой ходит столько слухов. По словам моей студентки, которая меня сюда привела и всюду сопровождала, здешние девушки любят сами себя цинично называть «гнилыми», но терпеть не могут, когда их так обзывают другие.

На месте нынешнего Саншайн-60\*\* раньше, с середины периода Мэйдзи, находилась тюрьма. Через некоторое время после войны она была конфискована штаб-квартирой главнокомандующего союзными оккупационными войсками, получила название «тюрьма Сугамо», и в ней содержали военных преступников категории А, осужденных Токийским трибуналом. В конце 1970-х это захолустье было освоено заново, в результате чего на месте тюрьмы возник небоскреб в духе последних веяний времени: многоэтажное пространство с океанариумом, выставочными залами, смотровой площадкой и кинотеатрами. В отличие от Акихабары, где есть ощущение, что в каждом закоулке все захватано руками электромонтеров, этот квартал Икэбукуро составляют улицы современной планировки и ряды офисных зданий, за которыми уже невозможно разглядеть следов былого времени. Несколько лет назад здесь возник главный филиал сети магазинов «Анимейт» — это мекка для *моэ* женского пола, конкурирующая с Акихабарой. Для привлечения публики здесь было собрано несколько магазинчиков с мангой и анимэ. Всем известно, что это женская

---

\* Додзинси (同人誌) — самодельные или самостоятельно изданные журналы, здесь — любительская манга.

\*\* Саншайн-60 — многофункциональный небоскреб в районе Восточного Икэбукуро.





Лесбийский журнал ANiSE, найденный во втором квартале Синдзюку. На обложке — кавайная парочка

территория. Видать, потому и ни одного мужика кругом, подумал я. Ведь здесь выслеживают свою добычу девочки-отаку.

Мы входим в один из киосков, торгующих самиздатовской мангой. Из покупателей, разумеется, одни девушки. Просто и скромно одетые, они с серьезным видом что-то ищут. В витрине на самом видном месте выставлены известные журналы *додзинси*, далее отдельными стопками лежат новые поступления, на отдельных полках хранятся тысячи журналов потоньше, все тщательно и подробно классифицировано. Среди прочего — не нуждающийся в особом представлении раздел *яой*, то есть манга для взрослых, будоражащая женское воображение, основной мотив которой — однополые отношения между мальчиками. Если произведения Осаму Тэдзуки\* или нашумевший пастиш к «Принцу тенниса» я хоть как-то себе представляю, то что такое «Луффи-укэ» или «Зорро-укэ» — понятия не имею. Я снова обратился за разъяснениями к своей спутнице, и она мне поведала, что тут имеется *каппури ngu*\*\* , то есть в данном конкретном случае — распределение ролей между мужчинами-геями, и что имена персонажей Луффи и Зорро в этом контексте употреблены в переносном смысле, потому что оба они — *укэ*, так сказать, принимающая сторона. Короче, мы оказались перед стеллажами с *додзинси* соответствующей тематики.

В отличие от известных, крупных журналов с мангой, на уровне *додзинси* различие между автором и потребителем найти куда сложнее, а может, в этом и нет необходимости. В любом случае женщины, даже будучи сами авторами, приобретают мангу в больших количествах, а если в магазине случатся коллекционеры, у них всегда припасены гелевые ручки. Книжные магазины занимаются не только продажей, но

---

\* Осаму Тэдзука (手塚治虫, 1928–1989) — один из самых знаменитых японских режиссеров анимэ.

\*\* *Каппури ngu* (от англ. coupling) — в биологии: спаривание; в технике: сцепление.

и покупкой манги у зашедших авторов, о чем свидетельствует ассортимент стеллажей. Количество *додзинси*, распределенного по жанрам и прочим категориям, просто поражает. Разумеется, речь не идет о каких-то бестселлерах или выдающихся произведениях искусства. Все собранные здесь журналы похожи один на другой: это посредственные и безличные отражения *кавайных* мальчиков с женской точки зрения.

Если заглянуть в лавку с фигурками и игрушками, то наряду с «красавицами» тут можно найти фигурки в кимоно, сделанные с большим тщанием; также здесь продаются крошечные муляжи блюд японской кухни из различных регионов для кукольных домиков, сделанных в Японии. Я подумал, что для мальчиков собирать такие фигурки — все равно что для девочек коллекционировать кукол, но на самом деле все не так просто. В отличие от киоска с *додзинси*, здесь полно покупателей. Причем многие одеты настолько ярко, что это кажется вызовом стереотипу *отаку*. Среди молодых людей в Акихабаре ничего подобного не наблюдается. Побродив какое-то время по магазину и посмотрев на уходящие в бесконечность ряды с фанатскими открытками, брелоками для ключей, фигурками, магнитиками, бейджиками и значками, я подумал, что прежние, прячущиеся в закоулках детские магазинчики со сладостями и игрушками возродились в промышленном масштабе. В самом деле, тут ярко проявилась страсть японцев к миниатюре. Полки и стеллажи буквально ломаются от маленькой, хрупкой и вызывающей щемящее чувство ностальгии всякой всячины, которая с *кавайным* кокетством поглядывает на проходящих мимо.

### Гей-моэ

По сравнению с Акихабарой и Икэбукуро второй квартал Синдзюку (*Синдзюку нитёмэ*) может показаться тесным закоулком. Тем не менее это место гордится своими четырьмястами

гей-барами и восемьдесятю барами для лесбиянок: в таком густонаселенном пространстве сконцентрирована масса известных на весь мир заведений, это самая крупная гей-зона в мире. Однако рассуждать о геях в рамках данного исследования не входит в мои намерения. Я хотел бы поразмыслить о связях между *каваи* и культурой гомосексуалов вне зависимости от пола ее представителей и сравнить ситуацию с вышеописанными «мекками» для моэ.

Предварительно я выяснил, что нынешние бары для геев и лесбиянок уже не украшают персонажами из манги и анимэ. Есть место, чей хозяин, фанат одной поп-группы, развесил по стенам постеры со своими кумирами, но обычно в таких заведениях моэ не превращается в предмет продажи. Тем не менее, если пройдемся по главной улице и зайдём в здешние магазинчики, мы увидим, что наряду с огромными искусственными фаллосами, мангой Гэнгоро Тагамэ\* и видео с толстяками-фетишистами здесь продаются *кавайные* товары: брелоки в виде эрегированных пенисов, карамельки (под названием «Три братца-пениса»), макаронные изделия. Товары для вечеринок в форме женских грудей. В цветовой гамме преобладает розово-телесный. Разумеется, есть и обычные игрушки вроде Hello Kitty или Миффи\*\*, но к ним прикреплен флажок радужного цвета — символ гей-движения. Все эти штучки были обнаружены исключительно в барах для геев; в барах для лесбиянок ничего *кавайного* найти не удалось. Более того, глядя на постеры в барах для геев, вместо ожидаемых хардкорных мужских образов я замечал *кавайных* подростков обоего пола, нарисованных в стилистике манга.

---

\* Гэнгоро Тагамэ (田亀源五郎, р. 1964) — японский художник-мангака, сам себя называет «художником гей-эротики». Его обычные персонажи — брутальные мачо-гомосексуалы.

\*\* Миффи — девочка-кролик, герой книжек с рисунками голландского художника Дика Бруны. Первая публикация — 1955 год. Миффи — английский перевод имени персонажа; в Японии Миффи известна под именем Усако-тя.

Тут мне хочется упомянуть журнал ANiSE, к сожалению, уже переставший выходить, который был посвящен всему, что связано с лесбиянками: введение в квір-теорию, советы, обмен информацией. Вся тематика женской однополой любви была широко представлена на его страницах, где, среди прочего, встречались иллюстрации из манги, однако мотивы, жанры и сюжеты не имели ничего общего с *яой-додзинси*, продающимся в Икэбукуро, не говоря уже о прохладной, дистанцированной стилистике в целом. Те лесбийские образы из взрослой манги эротического характера, которая продается в Акихабаре, также далеки от того, что было представлено на страницах ANiSE. Или возьмем еще одно издание, «Сёнэн бокэн курабу»\* — журнал, откровенно ориентированный на геев, на обложке которого изображены *кавайные* подростки. Если оставить в стороне специфическую направленность, собранная здесь манга вполне подходит для «Комикета»\*\* и с точки зрения стиля ничем не удивительна. Да, действительно, здесь детально изображены половые органы и половая жизнь, но по стилю и по манере повествования это нечто совершенно противоположное той манге с юными красавцами в романтически-вялом духе, которая относится к направлению *яой* и которую создают женщины-мангака. Какое-то время назад я участвовал в парижском симпозиуме на тему манги, где меня спросили, читают ли геи в Японии мангу, нарисованную женщинами, и испытывают ли они возбуждение, глядя на юных красавцев, созданных женским воображением. Я ответил, что у японских геев другие предпочтения, при этом понятия не имея, насколько мой собеседник в курсе всех сложностей, связанных с японской мангой. Теперь, взглянув на все это еще

---

\* Название журнала «Сёнэн бокэн курабу» (少年冒険倶楽部) можно перевести как «Клуб приключений для мальчиков».

\*\* «Комикет» (コミケット, яп. *комикэтто*), или Comic Market, — самая крупная в Японии ярмарка комиксов, впервые прошла в 1975 году.

раз, я думаю, что отношения между автором и потребителем в мире японской манги очень сложны и запутанны, а множество категорий и индивидуальных стилей в этой области вызывает одно сплошное удивление. Опять же, в глаза бросается «раздельное существование», как в Икэбукуро и Акихабаре. Геи и лесбиянки тяготеют к различным образам *каваи*, и у меня сложилось такое впечатление, что между этими сообществами зияет пропасть безразличия и равнодушия. При этом необходимо отметить, что при изучении отдельных случаев всегда обнаруживается масса исключений. К сожалению, в Японии пока еще не наступила эпоха научных исследований манги, а потому остается только ждать новых открытий в этой области.

### *Многообразие культуры кавайи*

Обойдя все три места, я понял, с какими огромными различиями столкнулся. Одним и тем же словосочетанием «культура *каваи*» называются вещи, которые никак невозможно увязать вместе. Посетители и покупатели в Акихабара и в Икэбукуро различны по гендеру, а потому в этих местах и атмосфера разная, и разные товары в ходу. *Кавайи* для мужчин, воображающих себе женщин, с неизбежностью имеет фетишистскую проекцию. *Кавайи* для женщин, грезящих о мужчинах, — это что-то вроде закуски к рису. Эти мировоззрения не смешиваются, как вода и масло. Сходное положение дел наблюдается во втором квартале Синдзюку. Те мужские образы, о которых мечтают геи, не имеют никакого отношения к творчеству женщин-мангака, причем то же можно сказать про лесбиянок. Обе группы совершенно равнодушны друг к другу, пересечений не наблюдается. Однако в действительности получается так, что где бы ни обнаружилось *каваи*, всюду оно будет использоваться в качестве рисунка или узора.

К сожалению, здесь я вынужден прервать разговор о том, как соотносятся *каваи* и гендер, насколько они противопоставлены и т. д. Здесь требуется более глубокий анализ. Последнее, что нужно сказать: я не вижу ни малейшего смысла в изучении поколенческих различий, равно как и в том, чтобы брать и рассматривать только чьи-то определенные особенности — будь то мужские или женские. Есть масса книг, написанных фанатами, где авторы рассуждают о своих красотах, но в большинстве «трудов» такого рода не уделено ни малейшего внимания самому феномену воинственных красавиц, и подобное невнимание к действительности не может не вызывать у меня горькой усмешки. То же самое касается текстов, написанных женщинами на тему *яой*: они демонстрируют образы красавцев-гомосексуалов, но вовсе не обращают внимания на чувство болезненности и ущербности, то есть на те мрачные стороны, которые свойственны реальным геям. В общем, проблему *каваи* применительно к гендеру необходимо начать изучать в сравнительном аспекте.

## ГЛАВА 9. КАВАИИ СОВЕРШАЕТ ЗАМОРСКОЕ ПЛАВАНИЕ

### *Культура кавайи проникает за рубеж*

Ами и Юми — популярные рок-звезды. Ами — пышущая здоровьем оптимистка, Юми — крутая, циничная и саркастичная. Вдвоем они ездят на своем личном автобусе в мировые турне, во время которых танцуют и поют свои песни. Приключения их бесконечны: то им приходится выступать вместе с Чужим из известного фильма, то за ними гоняются надоедливые фанаты, то они теряются в мире видеоигр.

Мультфильм под названием «Хай! Хай! Паффи Ами Юми» был создан в Америке в 2004 году и показан самым крупным мультипликационным телеканалом\*, после чего стал невероятно популярным среди школьников младших классов. По замыслу композитора Окуды Минсэя, «Паффи» появились во второй половине 1990-х в Японии: это была поп-группа из двух девочек, которая исполняла каверы на The Beatles. После того как участницы группы вышли замуж и стали матерями, я решил было, что в Японии их бурная деятельность затихла, но вскоре обнаружил, что они переехали в Америку, где продолжили выступать. Американские продюсеры услышали их

---

\* Речь идет о телеканале Cartoon Network.





*Американское анимэ «Хай! Хай! Паффи Ами Юми»*

песни, пришли от них в восторг и решили взять одну из песен в качестве главной темы для детского мультипликационного канала. Решение имело большой резонанс. Вслед за этим, разумеется, пошли разговоры о том, чтобы сделать многосерийную анимационную программу с «Паффи» в главных ролях. В анимэ Ами-тян и Юми-тян то и дело широко разевают рты, расширяют и сужают глаза, выражают патологическое счастье, поют песни, всему удивляются, визжат и кричат. У девочек нет гражданства, нет страны, откуда они были бы родом: их образы не похожи ни на японок, ни на американок. Они радостно и бодренько проносятся по всему миру, полному стереотипов, нигде подолгу не задерживаясь. Видно, что американцы, достаточно хорошо знающие японское анимэ, умышленно копируют эту манеру, но с точки зрения японцев получившийся мультфильм — смесь японского с американским. Персонажи мультика ведут удивительный путевой дневник со всего мира: его можно считать конкретным примером глобализации, о которой говорит Стюарт Холл в связи с современной культурой (по-китайски это слово буквально будет «всемиризация»<sup>\*</sup>):

Глобализация — это такое положение дел, при котором на разделенной границами земле самые разные территории образуют «пространство», где осуществляется разного рода обмен. История отдельных обществ, которая разворачивается внутри временных рамок и введенных в Европе часовых поясов, а также четко поделенное пространство и расстояние за счет всевозможных «приращений» (путешествия, коммерция, завоевания, колонизация, рынок, труд и капитал, товары, финансовые потоки) на новом этапе делает невозможным привычное разделение на «внешнее» и «внутреннее»<sup>37, \*\*</sup>.

---

\* Кит. 全球化.

\*\* Стюарт Холл «Новая культура для старых людей», перевод мой (с японского).

«Внутреннее» и «внешнее», то есть границу между внутренней и внешней сторонами японского общества, различить все трудней, и многие связанные с ними вещи и понятия выходят за собственные пределы и рамки, изменяются, множатся. Культура *каваи* полностью подходит под это описание: с момента возникновения в 1990-е годы она испытала на себе неоднократные этапы гибридизации. Манга, анимэ, компьютерные игры, джей-поп\* — все эти жанры японской поп-культуры просочились за рубеж и распространение их продолжается без остановки. Надо ли говорить, что в основе данного явления находится все та же эстетика *каваи*. Ниже мы рассмотрим самые хрестоматийные примеры: «Покемон» и Hello Kitty.

### *Мировая гегемония Пикачу и Hello Kitty*

В 1998 году, когда появилось анимэ «Покемон: Мьюту против Мью», количество американских кинотеатров, показывавших его в формате роуд-шоу, превысило три тысячи. Внезапно проект занял первое место среди популярных зрелищ, и в тот год Покемон получил статус самого влиятельного человека (персонажа) по версии журнала *The New Yorker*. Безостановочный рост популярности «Покемона» уже как видеоигры привел к тому, что компания Nintendo на своих покемонах получила прибыль свыше 500 миллиардов йен\*\*.

Социолог Ясуки Хамано<sup>38,\*\*\*</sup>, сообщивший об этом явлении, указывает, что здесь, с одной стороны, на японское восприятие накладываются рамки восприятия диснеевских

---

\* J-pop — японская поп-музыка.

\*\* В 2016 году бум покемонов повторился благодаря мобильной игре *Pokémon Go*, выпущенной компанией Niantic.

\*\*\* Ясуки Хамано (浜野保樹, 1951–2014) — японский социолог, специалист в области медиа и массовых коммуникаций.

персонажей американскими детьми, а с другой стороны, на рынке японской культуры для детей центральное место занимает «исключительная *кавайность* персонажа». «В отличие от Европы и Америки с ее принуждением к взрослому поведению, в Японии характерная черта под названием *каваи* допустима и для взрослых в том числе», — продолжает он свою мысль. Тем, что читает эту книгу, вероятно, не нужно разъяснять обстоятельств последнего времени. Покемоны, эти маленькие монстры, которых можно положить в карман, и особенно один из них — Пикачу, — вызывают желание их потрогать, словно они мягкие игрушки; их характеризуют детскость и чувство близости, каковые вместе с авантюрно-приключенческой историей, ставшей главным мотивом мультфильма, производят сильное впечатление на детей независимо от гражданства и культуры.

Современная японская анимация в погоне за *каваи* продолжает свои высоколобые сложные поиски. После «Призрака в доспехах» Мамору Осии\* произведения анимэ ставят своей целью опытным путем совмещать две теоретически несовместимые на Западе эстетики: возвышенное, серьезное (начиная с нагромождения философских разговоров) и *кавайное*. Хаяо Миядзаки также воспекает *каваи* в качестве явления национальной культуры: он оборудует свою сцену, наполняет ее ностальгией, подбирает соответствующих персонажей-девочек. Выходит, что Покемон, занимающий самую нижнюю ступеньку, стоит у истоков создания грандиозной индустрии.

После Второй мировой войны производство анимэ в Японии, постоянно испытывая американское влияние, развернулось по-настоящему, а к 2000 году японская анимэ-индустрия уже составляет 60% от мировой телевизионно-мультипликационной промышленности. При этом внутренний потребитель

---

\* Мамору Осии (押井守, р. 1951) — известный японский анимэ- и кино-режиссер.

составляет всего 10%, остальные 90% — за рубежом. Что касается занимаемого места в балансе внешней торговли, то если сравнивать, например, с экспортом металла в Америку, экспорт анимэ почти в четыре раза больше производства сталелитейной промышленности, а это, мягко говоря, довольно много. Важность индустрии *каваии* для современной японской экономики нельзя игнорировать. И Покемон неожиданно оказался бойцом, попавшим в авангард коммерческих сражений.

Что касается еще одного примера, Китти-тян, то тут можно сослаться на книгу, вышедшую из-под пера американских исследователей. Это Белсон и Бремнер<sup>39</sup>, на чью книгу мы уже ссылались в первой главе.

Китти-тян — котенок, придуманный компанией «Санрио» в 1974 году. Родилась в Лондоне. Попав в добрые руки, она становится другом семьи, играет на фортепьяно, любит жарить хлеб и частенько ходит гулять в лес. Глаза — просто черные точки, нос желтый, красный бантик, рот крошечный и незаметный. Голова значительно крупнее туловища, включая лапы, на которых нет ни пальцев, ни когтей. Если Дораэмон — для мальчиков и потому синего цвета, то Китти-тян окрашена в цвета для девочек: красный и белый. Китти-тян включает в себя все самое *кавайное*: простое и невинное выражение лица, доброту, которая так нравится детям, округлую фигуру, прекрасное настроение. История, которая с ней связана, — классика японской массовой культуры и культ на Западе — теперь уже постепенно забывается, на смену приходят новые популярные персонажи.

В начале, только появившись на свет, Китти-тян не привлекла к себе никакого внимания. В Японии бум случился после 1996 года, после чего волна популярности докатилась до стран Юго-Восточной Азии. И только в начале 2000 года, когда Китти добралась до Америки, певицы и звезды, которые совсем недавно были девочками, поразились привлекательности этой странной куколки и превратили ее в торговую марку. Когда в Нью-Йорке на углу 42-й улицы открылся магазин

«Санрио», одна из молоденьких звезд, Лиза Лопес, исполнила песню в честь Китти. На обложку диска была помещена фотография с кучей бантиков, где певица стоит бок о бок с котенком. Так Китти-тян продолжила свою всемирную гегемонию, по степени популярности и по объемам продаж сильно обогнав песика Снупи.

В настоящее время Китти-тян продается в шестидесяти странах по всему миру, количество связанных с ней товаров составляет около 50 000 наименований. В основном это куколки, штампики, письменные принадлежности, наклейки, открытки, полотенца, всякие аксессуары, сумки; девочки как угорелые гоняются за товарами с Китти и дарят их друг другу. Дело дошло до того, что компания «Санрио» соорудила перед Тама-Центром комплекс «Санрио пюрорандо» (Sanrio Puroland)\* со всеми своими персонажами и с Китти в качестве основной фигуры, куда приглашаются не только японцы, но и все, кто путешествует по Азии. Вместе с ассоциацией «Евро-СПИД» в рамках акции по борьбе со СПИДом компания выпустила специальные футболки с Китти-тян, которая просвещает людей на соответствующую тему. Наконец, в тесном сотрудничестве с различными компаниями, начиная с McDonald's, «Санрио» заняла в обществе потребления такую позицию, где детям отводится центральное место. В Америке вся эта активность стала подходящей мишенью для пародийных нападков со стороны протестной культуры, а Китай заполнили нелегально выпущенные, пиратские Китти-тян. Согласно уже упомянутым исследователям, американские девочки к 12 годам начинают терять интерес к Китти-тян и постепенно расстаются с ней. Однако в восточной Азии, даже среди взрослых женщин, подобного явления не наблюдается: есть те, кто продолжает любить этого персонажа и во взрослом возрасте. Кроме того,

\* «Санрио Пюрорандо» расположен к юго-западу от Токио, возле железнодорожной станции Тама-Центр, между городками Хатиюдзи, Тама, Инаги и Матида.

сюда приплетается тоска по детству, так что возрастной диапазон японского «киттилюбивого» населения достаточно широк. Достигнув за год оборота в два триллиона йен на японском рынке мультперсонажей, Китти-тян вышла на первое место и по популярности, и по продажам, что свидетельствует об особенностях тамошней культурной ситуации.

### *Каваи — самобытная японская эстетика?*

Перебравшись за океан, *каваи* преодолело государственные границы и было воспринято миром, стремящимся к глобализации, как образец развития и процветания грандиозной индустрии развлечений. Так какое же место занимает это явление в русле японской культуры? *Каваи* — это нечто совершенно особое, глубоко уходящее корнями в японскую культуру и по этой причине высоко ценится? Или же в этом явлении кроется что-то универсальное для всей цивилизации, если оно доставляет удовольствие людям во всем мире и встречает у них понимание? Ниже мне бы хотелось коснуться этих вопросов.

С наступлением периода Мэйдзи для Японии, ступившей на путь европеизации и модернизации, самой важной стала проблема того, как она выглядит в глазах Запада, на стороне которого сила. Чтобы о стране не подумали как о дикой и нецивилизованной, среди прочих новшеств и достижений был открыт Рокумэйкан\*, а западная музыка сыграла роль в формировании армии и системы образования. В то же время, для того чтобы доказать самобытность японской культуры, были отобраны некоторые явления из культурного наследия недавнего прошлого, которые в качестве «истинных образцов»

---

\* Рокумэйкан (鹿鳴館, букв., «Дворец оленьего крика») — здание для общественных приемов на высшем уровне, символ японской вестернизации. Архитектор — Джосайя Кондер. Строительство было завершено в 1883 году.

высокой японской культуры были экспортированы за океан. Подобная тенденция к культурному национализму после поражения Японии во Второй мировой войне стала еще заметнее. Однако этот традиционализм не привел ни к чему, кроме своего рода подбострастия: со времен модернизации исторически сложилась привычка при всякой удобной возможности ловить взгляд чужестранца, жить с оглядкой на другого. Театр Кабуки, гравюры укиё-э, керамика и фарфор, кимоно — то есть все то, что составляло массовую культуру Эдо и простолюдинам того времени вовсе не казалось «традиционным», — теперь подверглось идеологической переработке посредством вывернутого наизнанку ориентализма и превратилось в очищенное, высокое культурное наследие.

С одной стороны, та массовая культура, которая впервые возникла в условиях модернизации, в подобном «естественном отборе» не нуждалась. Новая мода во всем, европейская кухня, кино, манга — все эти явления и жанры появились в результате соприкосновения с западной культурой и долгое время не считались той культурой, которая может легитимно репрезентировать Японию, а благодаря позиции интеллектуалов даже упоминания о ней были редки. К счастью или нет, но все эти вещи с легкостью удалось подвергнуть гибридизации с европейской и американской культурами самым плодотворным образом, в результате чего они не только избежали ограничений и рамок «традиционного», но появилась возможность для возникновения и развития нового. Таким образом, новой японской культуре в ее всевозможных проявлениях удалось разом одержать верх над гегемонией культуры Запада и вырваться за пределы по-детски неумелых подражаний, в результате чего проявилась самобытная современность, то, что называется *modernity*. Например, Ясудзиро Одзу\* в молодости

---

\* Ясудзиро Одзу (小津 安二郎, 1903–1963) — классик японского и мирового кинематографа.



боготворил Голливуд 1930-х, но, оттолкнувшись от него, стал великим режиссером совершенно иного толка. Дисней решительным образом повлиял на Осаму Тэдзуку, но сегодняшний расцвет японской анимации достиг того, чтобы преодолеть его символическое отцовство.

Таким образом, большая часть транслируемой из Японии культуры *каваи* на сегодняшний день есть продукт массовой культуры после модернизации.

Но недостаточно рассматривать японскую культуру как исключительно окормляющую страны Европы и Америки — необходимо сфокусироваться на той культурной диффузности, которая работает в ней на самом деле. Аналогичные явления сейчас постоянно возникают в странах восточной Азии. Сегодняшний кинематограф Гонконга и Кореи воспринял дух и манеру Голливуда в самых разных его проявлениях, но совершенно очевидно, что при этом возникли абсолютно самобытные жанры, это кино ни на кого не равняется.

Вплоть до 1980-х годов Японию мучил дисбаланс между ее экономическим могуществом («Japan as number one», как дразнили страну иностранцы) и амбициями в плане культурной экспансии. Хорошо, допустим, Японии удалось продать всему миру свои транзисторы, плееры и караоке, но сделать так, чтобы из всех этих плееров зазвучала японская музыка? С этой задачей на тот момент Японии справиться не удалось. Очень немногие мыслители и люди искусства имели привилегию приобщиться к высокому японскому искусству, о котором шла речь выше, но массовый потребитель оставался от этого далек.

В 1990-е положение дел изменилось. Гонконг начал спутниковое вещание паназиатского масштаба, и это стало символом возникновения гигантской глобальной медиаиндустрии. Благодаря окончанию холодной войны количество рабочих, эмигрантов и туристов, пересекающих государственные границы, невероятно возросло. В самых разных частях Азии возникает новая, современная городская инфраструктура, в обществе

разрастается богатый средний класс. Рынок и капитал преодолевают государственные границы и глобализуются, в соответствии с этим набирает силу новый слой потребителей. Следовательно, коммуникации, которые не могут контролировать государства, — информация, культурная продукция, всевозможные образы — все больше увеличиваются и расширяются. Подобная тенденция в восточной Азии в результате стала удобным случаем показать Америке, что ее культурная гегемония, имевшая место до сих пор, — вещь относительная. Вначале эту волну породила и оседлала Япония, в 2000-е годы движение продолжили Корея, Тайвань, Гонконг и Сингапур, что повлекло за собой перемешивание массовой культуры в обществах всех этих стран. В основе же всего этого процесса лежит предпосылка глобализации на основе культуры *каваи*, которая распахнула обеими руками свои ворота и перебралась через океан. И Китти-тян, и Тихиро\*, и Пикачу — буквально все они оказались детищами глобализации.

### *Японская культура без японского привкуса*

Специалист в области медиа Коити Ивабути\*\* считает, что японская культурная продукция, которая попала за рубеж благодаря глобализации, относится к разряду «безвкусной в культурном отношении»<sup>40</sup>. Если говорить подробнее, то всю эту продукцию он делит на *hard*, куда относятся караоке и плееры, то есть техническое и промышленное, и на *soft*, то есть культурные продукты: романы Харуки Мураками и анимэ «Призрак в доспехах» Мамору Осии. Эта культурная

---

\* Тихиро — персонаж мультфильма Хаяо Миядзаки «Унесенные призраками» (2001).

\*\* Коити Ивабути (岩渕功一, р. 1960) — японский социолог, культуролог, специалист в области медиа и азиатской массовой культуры.

продукция на первый взгляд не выглядит символом Японии и японской культуры. В ней практически нет никакой символики, которая позволяла бы воспринять «японское» глазом, а избитые стереотипы и внешний флер «а-ля жапонез», понятное дело, бьют мимо цели. Насколько бы успешно ни продавались плееры по всему миру, они не передают местной культуры и колорита, а роман Мураками «Кафка на пляже», который продается и читается по всему миру, — это история молодого человека, преодолевшего свою социальную принадлежность, и разворачивается эта история в городе, не отмеченном ни на одной карте. Намереваясь покорить мировой рынок, Япония в качестве компенсации использует стратегию «стирания японского привкуса» — к такому выводу приходит Ивабути в результате своего анализа<sup>41</sup>.

Мысль о культурном безвкуси, несмотря на возникающие определенные ограничения, многое объясняет. Почему «лишенные гражданства» романы Мураками переводятся на десятки языков, тогда как романы Кэндзи Накагами, в которых силен местный колорит, не популярны за рубежом в той же мере? Почему Ён-сама, герой корейской дорамы «Зимняя соната», пользуется бешеной популярностью среди японских учениц средней и старшей школы? Когда думаешь над этими вопросами, приходишь к выводу, что отсутствие национального обладает убедительностью и достаточной проникающей силой.

В таком случае можно было бы предположить, что все, что становится хитом в глобализированном мире, лишено местного культурного привкуса, однако действительность не настолько элементарна. Пришедшие из Америки голливудское кино и фастфуд имеют сильный привкус американской культуры, и даже если согласиться с той идеологией, согласно которой американский образ жизни превыше всего, и что в молодежной культуре восточной Азии, включая Японию, он занимает центральное положение, все равно кино Гонконга и Кореи последнего времени с его сильным упором на местный колорит,

находит огромную поддержку и симпатию в Японии. Опять же, если взять в качестве примера японское анимэ, в мультике «Малютка Маруко»<sup>\*</sup> явным образом царит «японскость», наполненная ностальгией. Одна лишь концепция культурного безвкусия не может объяснить всей сложности и многоплановости явления, все равно здесь необходимо принять в расчет в качестве важного элемента соотношения и сравнения тесную связь (либо расстояние, разделяющую границу) между культурной продукцией и культурной ситуацией в том обществе, которое ее потребляет.

Попробуем все-таки сфокусировать разговор на культуре *каваи*. В самом ли деле Китти-тян и Пикачу были восприняты за границей как чистое, беспримесное, нейтральное в культурном плане явление? А как насчет плеера и караоке? Только что мы указали на большую возрастную разницу между потребительской аудиторией Китти в Америке и Восточной Азии. Такое положение дел говорит о том, что Китти-тян не является чем-то совершенно бесцветным и прозрачным; в обоих случаях проявляются культурные особенности тех, кто привязан к этой игрушке в том или ином возрасте. Проблема не в том, является ли привязанность к игрушечному котенку исключительно японским явлением. Знают ли потребители, что Китти японского производства, или не знают — это тоже отдельный разговор. Вот вопрос, который действительно имеет отношение к делу: каким образом конкретное общество делит девушек на зрелых и незрелых, видит ли оно в этом ценность и важность. Вот что имеет серьезное отношение к проблеме.

В настоящее время обнаружилась особенность стран Восточной Азии, в соответствии с которой в этих странах вполне

---

<sup>\*</sup> В оригинале: «Тиби Маруко-тян» (яп. *ちびまる子ちゃん*) — манга и телевизионный анимационный сериал Момоко Сакуры (*さくら ももこ*, р. 1965, настоящее имя — Мика Маура). Произведение носит автобиографический характер и повествует о жизни японской девятилетней девочки Момоко Сакуры.

приемлемо близкое восприятие Китти не только в качестве простой детской игрушки. В Европе и Америке с явным сомнением отнеслись к «Малютке Маруко» и к «Дораэмону», тогда как в восточной Азии эти мультсериалы ожидал радушный прием. Но если спросом пользуется японская продукция с биркой *каваи*, это вовсе не означает, что повсюду в мире *кавайность* должна вызывать однозначный резонанс. В одних обществах это не более чем образ, ограниченный стенами детской комнаты, в других, в первую очередь в Таиланде с его опытом культуры миниатюрного, взрослые питают почти такую же привязанность к *кавайным* вещам, как в Японии. До этого я говорил об удивительной разнице в восприятии «Сейлор Мун» в разных странах, однако если аналогичным образом проанализировать сложную и гибридную ситуацию с Китти-тян, думаю, предмет нашего разговора станет более ясен.

Здесь мы подходим к финальной проблеме. Как такое возможно: *каваи*, эта предположительно особая, самобытная японская эстетика, столкнувшись с глобализацией, распространилась по всему миру? Может быть, это явление универсально для всех (как мы часто слышим), просто в Японии возникли разговоры на эту тему, а потом развилось соответствующее производство культурных товаров, и не более того? Перед нами выбор почище гамлетовского: особенное или всеобщее?

Часть участников дискуссии, возможно, станут придерживаться такой позиции: «Франция дала миру революционный дух как некое универсальное основание, Америка — демократию, а Япония взрастила в себе уникальную изолированную культуру, в результате чего смогла донести до всего мира эстетику незрелого (несовершенного) и миниатюрного. Разве не в этом культурный вклад Японии?» Говоря сложным языком, в такой позиции кроется опасность культурного национализма, а в современной японской культурной ситуации она представляет достаточно сильно выраженную тенденцию. Суть

этой позиции в следующем: Япония должна занять в мире лидирующее положение, с точки зрения «теории глобальной силы»\* мир должен следовать за Японией, и «теория *каваши*» здесь может быть вполне эффективно использована.

Если же встать на другую точку зрения, то японское *каваши* всего-навсего пробудило то *каваши*, которое заложено во всех прочих мировых культурах. Ни в одном языке Европы, Америки или стран восточной Азии нет прилагательного, точно соответствующего *каваши*, но повсюду встречаются миниатюрные сувениры. Стремление материализовать чувство ностальгии к детской поре жизни является универсальным для человеческой психологии. Японская промышленность *каваши* пробудила этот импульс, она всего лишь совпала с желаниями потребителей. Такова точка зрения оппонентов.

Здесь вновь вспоминается эссе Дзюнъитиро Танидзаки «Похвала тени». Еще до выхода этого эссе писатель заявлял, что и прежде, разумеется, существовала тень (с тех пор как в Африке человеком был изобретен огонь), равно как существовали художники, которые понимали красоту тени, — например, Жорж де Латур или Фридрих Вильгельм Мурнау. Танидзаки накладывает свои эстетические рамки и уверяет в том, что взгляд, усматривающий в тени обобщенный объект эстетического наслаждения, пришел из Японии. По этой причине люди кино по всему миру до сих пор читают и перечитывают «Похвалу тени».

К сожалению, объем книги не позволяет продолжать начатую дискуссию. Но даже если попробовать отойти от феномена *каваши* и сопоставить такие противоречащие друг другу взгляды на культуру, как «теория прототипов» и «диффузионизм», мы рано или поздно упрямся в роковой вопрос о судьбе и предопределении. Вне зависимости от того, где

---

\* Имеется в виду геополитический баланс сил в международных отношениях, одно из ключевых понятий политического реализма и нео-реализма.

мы находимся, у себя или за рубежом, у нас на глазах разворачивается стихийное бедствие под названием *каваи*, подавляющее размахом и последствиями. Мы можем только констатировать, что *каваи* уже отшлифовалось как эстетика и наводнило весь мир своей продукцией. Основная историческая причина данного явления — глобализация, начавшаяся в 1990-е годы. Потребляющая сторона, в свою очередь, не являясь каменным монолитом, все равно обращена в сторону *каваи*, несмотря на все удивительные культурные различия и противоречия.

## ЭПИЛОГ. СУМЕРКИ КАВАИИ

### *Кавайные рисунки на стенах Освенцима*

Когда я только вынашивал замысел книги о *каваии*, то волновался, как бы по форме не вышла пародия на книгу Сюдзо Куки «Структура *ики*» (1930)\*. Куки тоже начал писать свой трактат за границей, во время стажировки на юге Франции. Но когда я приступил к своим разысканиям, я понял, что мои опасения напрасны. Куки рассуждал об *ики* как об эстетике, проводил резкое различие между внутренним и внешним, рассматривал всевозможные выражения и проявления феномена, отделял естественное от искусственного, обо всем этом он размышлял стройно и систематично.

---

\* Сюдзо Куки (九鬼周造, 1888–1941) — знаменитый японский философ, духовный ученик Окакуры Тэнсина (岡倉天心, 1863–1913). В течение восьми лет учился в Европе (в Германии и во Франции) у Риккерта, Бергсона, Сартра, Гуссерля, Хайдеггера. Сюдзо Куки упоминается у Хайдеггера в тексте «Разговор между японцем и спрашивающим». Основопологающий труд Куки — «Структура *ики*» (*Ики-но кодзо*, 『いきの構造』, 1930). В нем автор предпринимает попытку различения слова и вещи, естественной и искусственной составляющих явления под названием *ики*, которое связано с миром куртизанок Эдо и предполагает своеобразную чувственность, тонкость обхождения, эротизм, эстетику, цветовую гамму и пр.



В отличие от *ики*, которое сформировалось в сравнительно ограниченном хронотопе эдосского мира куртизанок, в случае с *каваии* приходится иметь дело с разными существенными элементами, которые нельзя сравнивать друг с другом, и число их очень велико. Все эти элементы находятся где-то на границе между прекрасным и гротескным: сюда относится крошечное, незрелое (несовершенное), вызывающее ностальгию — и еще масса всего прочего. В японской культуре все это части одной непрерывно развивавшейся тенденции, однако в сегодняшнем глобализированном мире эта тенденция превратилась в источник гигантской культурной индустрии. С одной стороны, *каваии* можно понимать как флирт, разновидность стратегии манипулирования и подчинения, а с другой стороны, это просто дейктическое действие; иными словами, имеется в виду сам жест, когда указывают на что-то милое и при этом визжат: «*Кавайии!!!*» При помощи таких жестов соблюдается этикет и постулируется близость сообщничества. Кроме того, в зависимости от гендера, *каваии* может принимать самые разные обличья. В условиях общества массового потребления образы *каваии*, к которым стремятся мужчины, во многих отношениях отличаются от тех, которые привлекают женщин, да и места, куда те и другие отправляются в поисках *кавайного*, тоже не одни и те же.

Когда мы сталкиваемся с таким многосторонним явлением, как *каваии*, мысленно проследить его шаг за шагом от корней до верхушки не получается. По необходимости приходится двигаться зигзагами, снова и снова отвлекаться, протягивать свои щупальца даже не на четыре, а на все восемь сторон, как осьминог. Если на первый взгляд может показаться, что в моей книге царит неразбериха, то это, конечно, может быть связано только с неподражаемыми мыслительными и писательскими способностями принца Куки, однако основная причина заключается в разнице между теми положениями и статусами, которые *ики* и *каваии* занимают в обществе.

Много о чем можно еще написать. Обозначить проблему — это хорошо, но есть в ней аспекты, которые достаточно трудно раскрыть. Остается ждать, что среди читателей найдутся профессионалы, готовые продолжить исследование вопроса.

В заключение я хотел бы поделиться своими впечатлениями от экскурсии в Освенцим, на которую я отправился во время поездки в Польшу в начале 1990-х; в ту пору страна еще не успела окончательно освободиться от социалистического уклада.

Освенцим был захвачен нацистами Третьего рейха во время Второй мировой войны, они же дали месту немецкое название Аушвиц. Концентрационный лагерь в настоящее время превращен в мемориальный музей, где на многочисленных примерах показано, как жестоко и бесчеловечно нацисты обращались с евреями. Одежда заключенных, чемоданы, протезы, парики, вставные зубы, все это вплоть до зубных коронок, снятых с убитых в газовых камерах, выставлено в стеклянных витринах вдоль стен. Есть даже такая экспозиция: на протяжении двадцати метров выставлены одни только состриженные волосы. Завершив осмотр, посетители могут спуститься в подвальную столовую и попробовать той еды, которой в свое время кормили заключенных. В самом начале, кроме меня, в музей вошло несколько десятков старшеклассников в кипах. Когда я поинтересовался, откуда они, один из них ответил мне по-английски, что из Тель-Авива. Израильские старшеклассники, точно японские школьники, приехавшие на осмотр святынь храма Хорюдзи\*, шумно протопали мимо меня, сели в автобус и поехали к следующему пункту экскурсионной программы.

Проходя по залам, я не почувствовал того потрясения, которого сам от себя ожидал. Ощущение было похоже на дежавю.

---

\* Храм Хорюдзи (法隆寺) — буддийский храм, находится в городе Икаруга, префектура Нара. Основан принцем Сётоку-тайси (聖徳太子, ок. 574 — ок. 622). Считается древнейшей деревянной постройкой в мире и самым древним храмом в Японии.



*Изображения котят и молодых людей на стенах душевых в Освенциме.  
Что чувствовали заключенные, глядя на эти рисунки?*

Может быть, в этом стыдно признаваться, но мне кажется, я испытал своего рода скуку. Хотя и не слишком сильную.

До этого у меня перед глазами был образ Аушвица, почерпнутый из книг и фильмов — от «Человека в поисках смысла» Виктора Франкла до «Большой красной единицы» (1980) Сэмюэла Фуллера. Количество выставленных напоказ вещей и останков покойных вовсе не поражало. Если разобраться, весь музей скорее вызывал ощущение неумелой пропаганды, панегирик СССР, сыгравшему роль освободителя.

Но, подойдя к помещению, где заключенные стирали свои вещи, я увидел нечто невероятное. На стене, ни много ни мало, были нарисованы два котенка совершенно круглых, *кавайных* очертаний. Потом я заметил еще один рисунок: мальчик и девочка мило плещутся в воде с простодушными выражениями на лицах, как у ангелов. Вот еще рисунок: мальчики верхом на лошадях вброд переходят реку. Мне попадались и другие рисунки, изображающие детей. Само собой разумеется, в то время в подобном месте рисовать на стенах было запрещено. Очевидно, это было нарисовано по указанию руководства кем-то из тюремщиков (или нарисовать было приказано заключенному). С каким же чувством смотрели на эти рисунки евреи, изможденные невыносимым ежедневным трудом? В тот момент я ощутил всю дикость иронии лозунга «Труд освобождает», который висел над входными воротами лагеря.

Разумеется, немцы, создавшие лагеря смерти, не были дикарями, чуждыми цивилизации. Это были люди высокой культуры, любившие и ценившие Гёте, способные исполнять струнные квартеты Моцарта, — но настроение тех, кто живет после Освенцима, окончательно и бесповоротно омрачилось. Искусство и философия, при всех своих изяществах и рафинированности, не только не смогли остановить программу зверского уничтожения людей, но спокойно с ней сосуществовали. В результате теперь, помня о реальности случившегося, мы вынуждены жить, глядя на примеры эстетизации печального

опыта. Насмотревшись на изображения котят и детей на стенах лагеря, я погрузился в сложные и противоречивые мысли. Каким-то образом эти *кавайные* рисунки спокойно уживаются с ужасами Освенцима. Вернее, так: чтобы эффективно продолжать творить свои зверства, мучители пытались очистить (нейтрализовать) их, предъявляя жертвам невинные образы. Горько сталкиваться с подобной реальностью, но, столкнувшись однажды, от нее уже не отвернуться. Можно подумать, я бы обрадовался, если бы на стене была нарисована свастика, этот карикатурный и стереотипный символ унижения евреев. Но ведь передо мной оказалось знакомое с детства изображение милого котенка с ангельской улыбкой, точно такое же, как на картинках и упаковках повсюду в Токио!

В 1972 году в Японии предметом жарких споров стал инцидент с участием женщины, которая убила множество своих соратников из Объединенной красной армии\*. Сидя в тюрьме, она рисовала, и ее рисунки вызвали новую волну дебатов. Недавно убитые женщины были нарисованы в стиле женской подростковой манги, и это стало причиной дискуссий и споров между разными лагерями на тему важности субкультур в современном обществе. Я слышал об этих спорах, но никакого потрясения они у меня не вызвали. Если некая женщина без ума от подростковой манги, то этот вопрос касается исключительно современной культуры иллюстрации, и больше ничего. Точно так же навязчивость мелодии из какой-нибудь

---

\* Имеется в виду Хироко Нагата (永田洋子, 1945–2011), заместительница председателя японской леворадикальной террористической организации «Объединенная красная армия» (*Рэнгосэкигун, 連合赤軍*), возникшей в 1971 году. С конца декабря 1971 года по начало февраля 1972 года на территории префектуры Гумма Нагата вместе с председателем организации Цунэо Мори вершили самосуд над своими соратниками, чтобы избавиться от тех, кто, по их мнению, был недостаточно благонадежен и верен идеалам движения. В ходе этого инцидента, получившего название «Происшествие в горах» (*Сангаку бэсу дзикэн, 山岳ベース事件*), было убито двенадцать человек (самому младшему был двадцать один год, самому старшему — двадцать восемь), в том числе четыре девушки.

телевизионной драмы не может стать достаточным основанием для внимания критиков. Акцентирование одних только этих подробностей производит такое впечатление, будто истинная суть мрачного инцидента утаивается, как в «Бесах» Достоевского.

Случайно увиденный мной милый котенок из Аушвица по сути своей — нечто совсем другого рода. Прошло более полувека после крушения Третьего рейха, однако оставшаяся после нацистов иконография распространилась, подобно семенам, повсюду: от голливудского кинематографа и форменной медицинской одежды до прокатного реквизита в принт-клубах Акихабары: везде и всюду маячит этот китчевый символ, сулящий зло и завораживающий своим злым очарованием. Здесь налицо явление, которое надо назвать эстетическим извращением. Котенок в Аушвице был нарисован гораздо раньше и не в качестве намеренного китча. Здесь, наоборот, я бы сказал, что *каваи* делает противоестественный для себя крен в сторону добродетели и нравственности. Глядя на *каваи*, за которым скрывается представление о страшной трагедии, люди, быть может, уже не станут послушно восторгаться Hello Kitty, не говоря уже о том, чтобы преподнести ее друг другу в подарок. Как бы то ни было, после посещения Освенцима у меня пропало всякое сочувствие к *каваи*, это уж точно.

### *Кавайи снимает вуаль*

Мир погряз в *каваи*. *Кавайи* делает историю недействительной, носители *каваи* утопают в бесконечном и безграничном счастье, граничащем с патологией. Все вокруг называется словом *каваи*, от его повторения вне всякой связи с реальностью наступает летаргия, и мир теряет свои очертания.

Но если когда-нибудь повсюду в мире *кавайные* вещи разом возьмут и повернутся к нам боком, если территориальные



*«Гремлины-2». От контакта с водой милые пушистые зверьки превращаются в жутких монстров*

границы будут нарушены и произойдет вторжение на территорию соседнего государства под названием «Гротеск», что случится тогда? Однажды мне довелось наблюдать такую картину на экране. Я имею в виду фильм Джо Данте «Гремлины-2» (1990).

В этом фильме фигурируют загадочные зверьки, любимцы пожилого китайца из нью-йоркского Чайна-тауна. После смерти хозяина здание, где все они жили, было разрушено и зверюшки вернулись в дикую природу. Правда, вскоре их переловили и поместили в биохимическую лабораторию, которая располагалась в высоком небоскребе. Зверьки, которых называли гремлинами, были воплощением *каваи*: совсем как мягкие игрушки, таких нельзя не приглубить. Но они обладали одной странной особенностью: стоило их намочить, как со стороны спины у них появлялся похожий на яйцо зародыш.

Однажды по недосмотру лаборанта на зверьков попала вода. И началась катастрофа. Один за другим из спин гремлинов начали появляться злобные существа, а с потолка и из водопровода полезли полчища не то куколок, не то личинок. Из них стали вылупляться злые и свирепые странные существа, похожие на ящериц. Эти твари мгновенно оккупировали небоскреб, поспрыгивали на улицы — в общем, разрушениям не было конца и края.

*Кавайи*, при всей своей эфемерности и уязвимости, вдруг с легкостью может превратиться в нечто опасное. В фильме «Гремлины-2» показано, как в современном, утопающем в *кавайности* обществе из-за какой-то мелочи происходит необратимая катастрофа. Однако это не просто фантазия режиссера. В один прекрасный момент на поверхность вылезут все те психологические и исторические обстоятельства, которые пока что скрыты под вуалью *кавайи*, и тогда в нашем обществе случится катастрофа. Какую форму она примет, неизвестно никому. Единственное, что мы можем знать наверняка: от столкновения с действительностью нас отделяет всего лишь тонкая пленка *кавайи* и только благодаря ей катастрофы до сих пор не случилось.

Сумерки *кавайи* уже не за горами. Будто бы не замечая этого, *кавайи* торжествует и еще сильнее гордится своей властью над нашим воображением, в то время как его ослепительный авторитет в качестве мифа современного общества постепенно сходит на нет.



## ПОСЛЕСЛОВИЕ

Когда из редакции издательства «Тикума» ко мне обратился Цутиро Нагата с вопросом, а не хочу ли я написать о *каваии*, как раз был конец 2002 года и у меня была запланирована публичная лекция о Генри Дарджере в одной картинной галерее.

Как я уже писал в шестой главе, этот ненормальный художник-самоучка родился в Чикаго в середине XIX века, страдал от чрезмерной замкнутости, не имел ни друзей, ни знакомых, всю жизнь прожил, не зная, чем мальчики отличаются от девочек, упорно продолжал писать историю семерых крошек, которые защищают свое царство, и рисовать к ней иллюстрации и закончил свою жизнь в полной безвестности. Узнав, что комнату, где он жил, собираются сломать, я первым же делом позвонил по международной связи непосредственно владельцу дома в Чикаго и попросил его подождать. Через три дня я прилетел на место и, к счастью, успел прикоснуться к оставшимся после Дарджера оригиналам его произведений.

Что же такого обнаружилось в тогдашнем моем сообщении? Нагата уловил мой интерес к миниатюрам и объектам ностальгии и предложил мне написать культурно-историческое исследование о феномене *каваии*. Тема глубокая и любопытная, но поначалу у меня вовсе не было внутренней уверенности в том, что я смогу написать об этом целую книгу. Во-первых, у меня не было достаточных знаний о современной девичьей культуре, но даже если бы и были, нужно ведь выйти за пределы того, чем *каваии* является для девочек. Во-вторых,

разумеется, я частенько слышал о молодых людях, которых называют *отаку*, но не испытывал ни малейшего интереса к их педантичным обсуждениям, не допускающим вмешательства аутсайдеров, да и о японской манге и анимэ я не имел никакого представления, кроме каких-то случайных, обрывочных сведений.

За это время в роли специального посланника от Агентства по делам культуры Японии я успел побывать в Израиле, Сербии и Черногории: дважды за один год мне пришлось увидеть, что такое общество военного времени, как в нем устроены субкультуры, что такое культурный застой, свойственный оккупированным странам. По возвращении домой меня в очередной раз поразили жизнеспособность и разнообразие японских субкультур, находящихся в авангарде мирового общества потребления, а также их способность преодолевать границы. Тогда-то во мне и созрело решение погрузиться в феномен *каваии*. Теперь, закончив книгу, я покорно жду критики самого разного характера со стороны специалистов по сравнительной культурологии, а также исследователей анимэ.

Мне очень повезло, что студенты университета Мэйдзи Гакуин (мое основное место работы), а также студенты университета Акита, где я одно время читал лекции, любезно согласились ответить на семь вопросов из анкеты на тему *каваии*. Во время написания книги эти ответы стали для меня «мясом», основным источником «живых» сведений о предмете. Я выражаю благодарность всем своим ста сорока пяти респондентам. Благодаря двум моим студенткам, Хитоми Курихаре и Фуми Итосэ, мне удалось собрать массу полевого материала, а их пояснения сильно помогли мне в работе. Я получил множество советов и замечаний на тему *каваии* от самых разных людей. Всем тем, кто мне помогал, я хотел бы сказать большое спасибо.

Что касается книги, то одна из ее частей была представлена в виде устного доклада в японском обществе по изучению кинематографа (которое находится в моем кабинете на

отделении искусства филологического факультета университета Мэйдзи Гакуин), после чего в сентябре эта часть была пересмотрена в ходе лекций в двух канадских университетах — Йорк и Макгилл. Другую часть книги под названием «Что такое *каваи*?» я представил на открывшемся в Циндао симпозиуме по азиатскому кино, который был организован Пекинской киноакадемией в октябре того же года. Я выражаю глубокую признательность всем тем, без кого эти выступления не состоялись бы.

15 сентября 2005  
Инухико Ёмота  
Токио, Кагурадзака

## ПРИМЕЧАНИЯ

1. *Belson K., Bremner B. Hello Kitty: The Remarkable Story of Sanrio and the Billion Dollar Feline Phenomenon.* N. Y.: John Wiley & Sons, 2004.
2. 上野千鶴子『老いる準備』学陽書房、2005、27—28頁 (Тидзуко Уэно. Оиру дзюмби (Подготовка к старости). Токио: Гакуёсёбо, 2005. С. 27–28).
3. 太宰治『女生徒』、ちくま文庫版『太宰治全集』第2巻、194頁 (Осаму Дадзай. Дзэсэйто. Дадзай Осаму дзэнсю. Дайнимаки. Тикумабунко. С. 194).
4. 森田芳光監督『家族ゲーム』、ATG製作、1983 (Морита Ёсимицу. «Кадзоку гэму». ATG, 1983).
5. Этимология взята из следующих словарей: «Нихонкокуго дайdzитэн», дайгомаки (1973), с. 262; также: «Когодайдзитэн» (1983), с. 388; также: «Хэгэнгодзитэн», Токёдосюппан (1985), с. 244–245; также: «Гэндай кэйёси ёходзитэн» (1992), с. 164–167; также: «Нитидзёго гогэндзитэн» (1993), с. 66–67 (『日本国語大辞典』、『古語大辞典』、『表現語辞典』、『現代形容詞用法辞典』、『日常語語源辞典』).
6. 『今昔物語集』第26巻5話、角川文庫版「本朝世俗部」上巻、1954、248頁 (Кондзякумоногатарисю («Собрание повестей о ныне уже минувшем»), дайнидзюрокумаки (свиток 26), гова (раздел 5). Кадокавабунко, 1954. С. 248).
7. 『健礼門院家集』、前掲『日常語語源辞典』67頁 (Кэнрэймонъин-касю, цит. по словарю «Нитидзёго гогэндзитэн», с. 67).
8. 清少納言『枕草子』、小学館版『日本古典文学全集』、1974、248頁 (Сэй-Сёнагон. Макурасоси («Записки у изголовья»). Нихон котэн бунгаку дзэнсю. Сёгаккан, 1974. С. 298).

9. *Waley A. The Pillow-book of Sei Sho-nagon. London: George Allen & Unwin, 1924. P. 123-124.*
10. 『古語大字典』小学館版 (*Когодайдзитэн. Сёгаккан. С. 388*).
11. Перевод на японский — из словаря Нипподзисё (Японско-португальский словарь). Иванамисётэн, 1980. С. 111 (『日葡辞書』岩波書店、1980、111頁).
12. 二葉亭四迷『平凡』、角川書店版『日本近代文学全集』第4巻、1971、251頁 (*Фтабатэй Симэй. Хэйбон. Нихонкиндайбунгакудзэнсю, дайёнмаки. Кадокавасётэн, 1971. С. 251*).
13. 萩原朔太郎「蛙の死」、現代詩文庫版『萩原朔太郎詩集』思潮社、1975、34頁 (*Хагивара Сакутаро. Каэру-но си. Хагивара Сакутаро сисю, Гэндайсибунко, Ситёся, 1975. С. 34*).
14. *Richie D. Image Factory: Fads and Fashions in Japan. Islington: Reaktion Books, 2004. Пер. на яп. — Кадзуя Мацуда. Сэйдося, 2005. С. 64.*
15. Взято из словаря: Эйго гогэндзитэн. Кэнкюся, 1997 (『英語語源辞典』(1997)).
16. *Барт Р. Миф сегодня. Пер. на яп. — Симодзава Кадзуёси. Мисудзусёбо, 2005.*
17. Подробнее см.: *Ёмота Инухико. Нихон-но дзёю (Японские актрисы). Иванамисётэн, 2000 (四方田犬彦『日本の女優』(岩波書店、2000)), а также: Ёмота Инухико, Сайто Аяко. Эйгадзёю Вакао Аяко (Киноактриса Вакао Аяко). Мисудзусёбо, 2003 (四方田犬彦・斉藤綾子『映画女優若尾文子』(みすず書房、2003)).*
18. *Барт Р. Указ. соч. С. 111-113.*
19. *Фрейд З. Жуткое (Фройто тёсакусю. Дзинбунсёин, дайсанмаки, 1969).*
20. *Арбус Д. Дайан Абусу сакухинсю (Собрание работ Дианы Арбус). Тикумасёбо, 1992.*
21. См. примеч. 8.
22. *Аристотель. Поэтика (Тюокоронся. Сэкай-но мэйтё, дайхатимаки. 1972. С. 297-298).*
23. *Ли Орён. «Тидзими» сико-но нихондзин (Японцы, склонные к компактности). Гакусэйся, 1982. С. 25-26.*
24. *Stewart S. On Longing: Narratives of the Miniature, the Gigantic, the Souvenir, the Collection. Baltimore, MD: John Hopkins University Press, 1984.*

25. 新潮社版『三島由紀夫全集』第10巻、1973、32頁 (Мисима Юкио дзэнсю (полное собрание сочинений). Синтёся, 1973. Дайдзюмаки. С. 32).
26. 種村李弘「プリクラ」、『徘徊老人の夏』筑摩書房、1997、81—82 (Танэмура Суэхиро. Пурикура, Хайкай родзин-но нацу. Токио: Тикумасёбо, 1997. С. 81–82).
27. Там же. С. 24.
28. Jameson F. Postmodernism. Durham, NC: Duke University Press, 1991. P. 19, 279–296.
29. Lacan J. Fonction et Champs de la Parole et du Language en Psychanalyse: Ecrits. Paris: Édition du Seuil, 1966. P. 320.
30. 四方田犬彦『マルコ・ポーロと書物』(榎出版社、2000) (Инухико Ёмота. Маруко Поро то сёмоцу (Марко Поло и книги). Токио: Эйсюпанся, 2000).
31. Caillois R. Les Jeux et les Hommes. Paris: Gallimard, 1958.
32. 四方田犬彦「ヘンリー・ダーガーを求めて」(『アサヒグラフ』2000、2月18日号); MacGregor J. M. Henry Darger: In the Realms of the Unreal. N. Y.: Delano Greenidge Editions, 2002.
33. 俵万智『プーさんの鼻』文藝春秋、2005、72頁 (Тавара Мати. Пу-сан-но хана (Нос Винни-Пуха). Бунгэйсюнсю, 2005. С. 72).
34. Рус. пер. цит. по: Барт Р. Система моды. М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003. С. 147.
35. Рус. пер. цит. по: Бодрийяр Ж. Система вещей. М.: Рудомино, 2001. С. 76.
36. 「読売新聞」2003年9月6日夕刊 (Ёмиури синбун (газета «Ёмиури», выпуск от 6 сентября 2003 года).
37. Hall S. New Culture for Old // A Place in the World? Places, Cultures, and Globalization / Ed. by D. Massay and P. Jess. Mytton Keynes: Oxford University Press, 1995.
38. 「朝日新聞」1999年11月29日.
39. См.: Belson K., Bremner B. Op. cit.
40. 岩渕、30ページ (Автор точно не указывает источник; по-видимому, он ссылается на одно из сочинений Ивабути: 『トランスナショナル・ジャパン——アジアをつなぐポピュラー文化』(岩波書店, 2001年);

*Iwabuchi K. Recentring Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism. Durham, NC: Duke University Press, 2002. — Примеч. пер.)*

『文化の対話力——ソフト・パワーとブランド・ナショナリズムを越えて』(日本経済新聞社, 2007年).

41. Эту проблему автор рассматривает в: 「「ヨン様」とは何か？」(『新潮』2005年7月号) (Ён-сама това нани ка? // Синтё. 2005. № 7).

## УКАЗАТЕЛЬ ИМЕН

- Абэ, Кобо 13  
Авая, Норико 148  
Акутагава, Рюноскэ 13  
Ами и Юми 171–173  
«Ангарз» (дуэт) 17, 87, 88  
Арбус, Диана 93–94  
Арима, Инэко 147  
Аристотель 99  
Аристофан 158  
Асада, Акира 7  
Асано, Танадобу 30  
Аянами, Рэй 157  
Барт, Ролан 21, 77, 85, 141, 142, 152  
Белсон, Кен 176  
Бергсон, Анри 187  
Бодлер, Шарль 89  
Бодрийяр, Жан 153  
Боулз, Пол 7  
Бремнар, Брайан 176  
Бруна, Дик 167  
Будда 102  
Буке, Кароль 85  
Вакао, Аяко 84  
Вествуд, Вивьен 65  
Гандлевский, Сергей 25  
Гарбо, Грета 85  
Гёте, Иоганн Вольфганг фон 190  
Годар, Жан-Люк 57, 159  
Горн, Роберт 22–24  
Господин Ён (Пэ Ёнджун) 87, 104  
Гофман, Эрнст Теодор Амадей 89, 130, 156  
Грачев, Максим 14  
Грибоедов, Александр 21  
Гримм, Вильгельм и Яков 129  
Гуссерль, Эдмунд 187  
Дайдзуэмон (персонаж Сайкаку) 103  
Дадзай, Осаму 8, 14, 41–44, 53–54  
Дарджер, Генри 132–136, 196  
Дева Мария 82  
Депардьё, Жерар 85  
Джеймисон, Фредерик 120  
Дзяпи (собака) 43  
Дисней, Уолт 183  
Долин, Александр 14, 53  
Доразмон 18, 63, 176  
Достоевский, Федор 109, 193  
Дуткина, Галина 113  
Ёмота, Инухико 5–8, 13, 19, 20, 21  
Ён-Сама (герой «Зимней сонаты») 182  
Ёсимото, Банана 14  
Ёсинага, Саюри 84  
Зорро (персонаж додзинси) 165  
Ивабути, Коити 181  
Иисус Христос 92  
Исии, Фукуко 148  
Иссумбоси (персонаж фольклора) 103  
Итами, Дзюдзо 45



- Итосэ, Фуми 197  
 Кавабата, Ясунари 14, 54, 103  
 Кайуа, Роже 131  
 Камики, Рюноскэ 65  
 Камо-но Тёмэй 102  
 Канно, Каеко 18  
 Кант, Иммануил 119  
 Карамзин, Николай 21  
 Каратани, Кодзин 7  
 Каренина, Дорианна 24  
 Карина, Анна 57  
 Като, Роза 143  
 Кереньи, Карл 77  
 Ким Дэ Чжун 104  
 Кинко-сан (персонаж Дадзая) 42-43  
 Киносита, Кэйсукэ 148  
 Китано, Такэси 14  
 Китти (Китти-тян) см. Hello Kitty  
 Коваленин, Дмитрий 106  
 Кода, Аю 147, 148  
 Кондер, Джосайя 178  
 Конрад, Николай 102  
 Корнелл, Джозеф 122  
 Кречмар, Бруно 24  
 Кривелли, Карло 92  
 Кристева, Юлия 89  
 Куки, Сюдзо 37, 187, 188  
 Курихара, Хитоми 197  
 Куросава, Акира 148  
 Кустурица, Эмир 109  
 Кутузов, Михаил 109  
 Лакан, Жак 123  
 Латур, Жорж Дюмениль де 185  
 Леви-Стросс, Клод 77  
 Левина, Кити 21  
 Ли Орён 100-104, 106, 114, 121  
 Ли Сянлань (Ямагути, Ёсико) 84  
 Логвинова, Анна 26  
 Луна (кошка) 28, 129  
 Лунная Принцесса 155  
 Луффи (персонаж додзинси) 165  
 Люпин, Римус 65  
 Майдзё, Отаро 44  
 Макартур, Дуглас 127  
 Малышка Мю 68  
 Маркова, Вера 49, 98  
 Мацуда, Юсаку 45  
 Мещеряков, Александр 14, 103  
 Мидзумори, Адо 150  
 Минаката, Кумагусу 59  
 Минами-кун (герой Утиды) 115, 117-118  
 Минсэй, Окуда 171  
 Мисима, Юкио 14, 107  
 Миура, Дзюн 87, 121  
 Миффи (Усако-тян; героиня Бруны) 167  
 Миядзаки, Аои 142  
 Миядзаки, Хаяо 15, 31, 65, 91, 175, 181  
 Мокуами, Каватакэ 127  
 Мори, Мицуко 148  
 Мори, Цунэо 192  
 Морита, Ёсимицу 45  
 Моцарт, Вольфганг Амадей 190  
 Мураками, Харуки 14, 181, 182  
 Мураками, Рю 14  
 Мурамацу, Томоми 147-148  
 Мурнау, Фридрих Вильгельм 185  
 Набоков, Владимир 21, 23

- Нагаи, Го (Нагаи, Киёси) 55  
 Нагата, Хироко 192  
 Нагата, Цутиро 196  
 Накагами, Кэндзи 31, 182  
 Накасима, Мика 142  
 Наполеон Бонапарт 109  
 Нарусэ, Микио 148  
 Обата, Кадзуюки 18  
 Облонская, Долли 21  
 Одзу, Ясудзиро 147, 148, 179  
 Окудзаки, Кэндзо 30  
 Осии, Мамору 15, 175, 181  
 Осима, Юмико 125  
 Осуги (персонаж Дадзая) 42  
 Охара, Кою 44  
 Оэ, Кэндзабуро 13  
 Пазолини, Пьер Паоло 7  
 Пак Чон Хи 105  
 «Паффи» (поп-группа) 171–173  
 Пигмалион 155, 156  
 Пикачу 100, 174, 175, 181, 183  
 Платон 158  
 По, Эдгар Аллан 113  
 Рабле, Франсуа 104  
 Рампо, Эдогава 113  
 Риккерт, Генрих 187  
 Рилаккума (медвежонок) 65  
 Ричи, Дональд 55, 127  
 Ростова, Наташа 21  
 Саид, Эдвард 7  
 Сайкаку, Ихара 8, 52, 103  
 Сакаи, Норико (Нори-Пи) 32  
 Сакура, Момоко 183  
 Санта-Клаус 153  
 Сартр, Жан-Поль 177  
 Сейлор Мун *см.* Цукино, Усаги  
 Сёдзи, Норико 148, 149  
 Сётоку-гайси 189  
 Сибусава, Тацухико 91  
 Симада, Масахико 14  
 Симэй, Фтабатэй 52–53  
 Сириагари, Котобуки 87  
 Ситаппа-кун (герой манги) 87  
 Скорсезе, Мартин 9  
 Солукс 65  
 Сосэки, Нацумэ 10–11, 14, 59  
 Спилберг, Стивен 91, 108  
 Спири, Иоханна 133  
 Стюарт, Сьюзен 106, 108, 109, 120  
 Сугимура, Сюнко 148  
 Сугимура, Харуко 148  
 Судзуки, Ами 65  
 Сэй-Сёнагон 8, 36, 48–49, 87,  
 98–99  
 Сэн-но Рикю 103, 105  
 Тавада, Ёко 14  
 Тавара, Мати 136  
 Тагамэ, Гэнгоро 167  
 Такседо Маск 28, 129, 131, 135  
 Такэути, Наоко 129  
 Танидзаки, Дзюнъитиро 14, 54,  
 106, 185  
 Танэмура, Суэхино 113  
 Тиба, Мамору *см.* Такседо Маск  
 Тиёми (героиня Утиды) 115,  
 117–118  
 Тихиро (персонаж  
 Миядзаки) 181  
 Толстой, Лев 21  
 Томпсон, Джим 65  
 Торопыгина, Мария 14

- Тоторо (персонаж Миядзаки) 65, 91, 92  
Тьюлис, Дэвид 65  
Тэдзука, Осаму 165, 180  
Тэнсин, Окакура 187  
Уилсон, Колин 7  
Утида, Сюнгику 115–117  
Уэйли, Артур 49–50  
Уэно, Тидзуко 35–36, 152  
Франкл, Виктор 190  
Фрейд, Зигмунд 90  
Фрэнки, Лили (Накагава, Масая) 65  
Фудзисава, Сю 14  
Фуллер, Сэм 193  
Хагивара, Сакутаро 53  
Хайдеггер, Мартин 187  
Хамано, Ясуки 174  
Хамасаки, Аюми (Аю) 139–140, 143  
Хара, Кадзуо 30  
Хара, Сэцуко 84  
Хасимото, Осаму 44  
Хёпберн, Одри 85  
Хилст, Хилда 7  
Хирохито (император Сёва) 29  
Хисао, Дзюран 44  
Хобсбаум, Эрик 13, 15  
Холл, Стюарт 173  
Хосино, Рури 155  
Циммерман, Ив 30  
Цукино, Усаги 27, 28, 128–131  
Цутия, Анна 143  
Чехов, Антон 21  
Чипи (Cheery, «Камера обскура») 22–24  
Эндо, Сюсаку 9  
Эрнст, Макс 123  
Эспозито, Филомена 71  
Юки, Саори 45  
Ядзава, Ай 142  
The Beatles 171  
Hello Kitty 17, 18, 21, 31, 33, 34, 40, 87, 136, 167, 174, 176–178, 181, 183–184, 193  
QВВ (Кусуми, Масаюки) 72

## УКАЗАТЕЛЬ ПРОИЗВЕДЕНИЙ

- «Бедная Лиза» 21  
«Белоснежка и семь гномов» 91  
«Берег мертвых деревьев» 31  
«Бесы» 109, 193  
«Большая красная единица» 190  
«В тех краях, на тех ветрах» 100  
«Волшебник из страны Оз» 133  
«Вою на Луну» 53  
«Гарри Поттер» 65  
«Голая армия императора идет вперед» 30  
«Гремлины-2» 194–195  
«Дораэмон» 184  
«Дайкон» 44  
«Девочка-Асура» 44  
«Душечка» 21  
«Евангелион» 155  
«Женщина есть женщина» 57  
«Женщина, несравненная в любовной страсти» 51–52  
«Жизнь как чудо» 109  
«Жуткое» («Зловещее») 90  
«Закатное солнце» 44  
«Записки из кельи» 102  
«Записки у изголовья» 8, 36, 48–49, 98  
«Зимняя соната» 182  
«Золотой храм» 107–108  
«Зорро-укэ» 167  
«Изобретение традиции» 13  
«Именины салата» 136  
«Инопланетянин» 91  
«История девочек Вивьен из Выдуманного Королевства, или Великая Гленделийско-Ангелианская освободительная война» 133  
«Камера обскура» 21–23  
«Кафка на пляже» 182  
«Кёгэнки» 51  
«Кодзиэн» (толковый словарь) 86  
«Кожа и сердце» 44  
«Крейсер Надэсико» 155  
«Кюти хани» 55  
«Легенда о Лунной Принцессе» 155  
«Луффи-укэ» 165  
«Малютка Маруко» 183, 184  
«Миф сегодня» 77  
«Мифологии» 85  
«Мой сосед Тоторо» 65, 91  
«Момодзири мусумэ» 44  
«Молчание» 9  
«Муми-Тролли» 68  
«Новая культура для старых людей» 173  
«О душевных устремлениях: тексты о миниатюрном, гигантском, о сувенирах и коллекциях» 106, 120

- «ОН/ОНА» 14  
 «Песочный человек» 89, 156  
 «Пир» 161  
 «Писатель всем телом  
 и душой» 30  
 «По воле волн» 115  
 «Подружка Минами-куна»  
 115–118  
 «Покемон» 39, 174  
 «Покемон: Мьюту против  
 Мью» 174  
 «Поклон издалека» 31  
 «Посредственность» 52  
 «Похвала тени» 106, 185  
 «Поэтика» 99  
 «Предельно личные отношения:  
 Любовная песнь 1974» 30  
 «Призрак в доспехах» 175, 181  
 «Принц тенниса» 165  
 «Прощай, ЦП» 30  
 «Путешественник  
 с картиной» 113  
 «Развитие современной Японии»  
 10–11  
 «Рассказы на ладони» 103  
 «Сейлор Мун» 27, 28–29, 39,  
 128–131, 133, 135, 184  
 «Сердце: толкование-  
 гримирование» 50  
 «Семейные игры» 45–46, 47  
 «Синкокутодзитэн» («Новый  
 словарь японского языка») 86  
 «Сиранами гонин отоко»  
 («Бэнтэн кодзо», «Аотодзоси  
 ханано нисики-э», «Пять  
 белых волн») 126  
 «Система вещей» 153  
 «Система моды» 141  
 «Слишком красивая для тебя» 85  
 «Собрания повестей о ныне  
 уже минувшем» («Кондзяку-  
 моногатари») 46–47  
 «Сопоставление культур  
 через посредство лексики  
 и прагматики» 20  
 «Структура *ики*» 37, 187  
 «Супермен» 130  
 «Укиё-буро» («Современные  
 бани») 52  
 «Унесенные призраками»  
 31, 181  
 «Ученица» 41–44, 46, 53–54  
 «Фантазия простой девочки» 115  
 «Хай! Хай! Паффи Ами  
 Юми» 171  
 «Хайди» 133  
 «Человек в поисках смысла» 190  
 «Что скрывается за словом  
 „*каваи*“?» 19  
 «Ядовитое дело» 71  
 «Японцы, склонные  
 к компактности» 100  
 «NANA» 142  
 «Pokémon Go» 174  
 «Vocabulario da Lingua Japan» 51

## ИСТОЧНИКИ И ПРАВООБЛАДАТЕЛИ ИЛЛЮСТРАЦИЙ

- C. 38: © Nintendo / Creatures / GAME FREAK / TV Tokyo / Shopro / JR Kikaku; © Fujiko Pro, Shogakkan.
- C. 47: © ATG/Nikkatsu.
- C. 64: Личный архив автора.
- C. 84: Shuppanyodosha, 1986; Daiei, 1959.
- C. 92: © 1964 by Fratelli Fabbri Editori, Milano FabbriStampa-Milano.
- C. 112: Личный архив автора.
- C. 116: Сюнгику Утида, «Подружка Минами-куна» (Bushunbunko, 1998).
- C. 128: Наоко Такэути, «Сейлор Мун» (Kodansha, 2003).
- C. 132. «Искусство аутсайдеров» (Kyurodo, 2000).
- C. 138: SHUFUNOTOMO Co., Ltd.
- C. 138: Takarajimasha.
- C. 138: Kobunsha.
- C. 138: SHUFUNOTOMO Co., Ltd.
- C. 154: JTB Publishing.
- C. 160: HiME: © SUNRISE; TODAY'S KITTY: K2COMPANY; VOICE OF GARDEN: Wanimagazinsha, © MIGGY.
- C. 190: Кадзэми Ивахаси; фото автора.
- C. 194: © Warner Bros.

# СОДЕРЖАНИЕ

<b>Предисловие переводчика</b> .....	5
Об авторе.....	6
На подступах к <i>каваи</i> .....	7
Особенности жизни в современной Японии.....	15
Как наука может говорить о <i>каваи</i> ?.....	19
<i>Кавайи</i> в русской литературе. Краткий обзор.....	21
<b>Глава 1. Феномен <i>каваи</i></b> .....	27
«Сейлор Мун» в Италии.....	27
Япония, которая начинается с анимэ.....	28
<i>Кавайи</i> , покорившее мир.....	29
Правящая эстетика общества потребления.....	32
Женщины, которые не хотят быть <i>кавайными</i> .....	34
Эстетика Японии в XXI веке.....	36
Структура этой книги.....	37
<b>Глава 2. История <i>каваи</i></b> .....	41
Как изображал <i>каваи</i> Осаму Дадзай?.....	41
Примеры негативного <i>каваи</i> .....	44
Вначале были «Записки у изголовья».....	46
Метаморфозы <i>каваи</i> .....	50
Существует ли <i>каваи</i> в других языках?.....	55
<b>Глава 3. <i>Кавайи</i> в студенческой среде</b> .....	61
Анкетирование о <i>каваи</i> .....	61
<i>Кавайи</i> в наши дни.....	62
Вас когда-нибудь называли <i>каваи</i> ?.....	66
Когда нет настроения называться <i>каваи</i> .....	70
Мужской и женский взгляд на <i>каваи</i> .....	74
<i>Кавайи</i> — слово из политического лексикона.....	75
<b>Глава 4. Между прекрасным и гротескным</b> .....	78
Парадоксы <i>каваи</i> .....	78
Генеалогия <i>кавайных</i> актрис.....	82
Гротеск и его соседи.....	86
«Инопланетянин» в самом деле <i>каваи</i> ?.....	91
Игрушки и детишки.....	95

<b>Глава 5. Маленькое, младенческое</b> .....	98
Маленькое — прекрасно .....	98
Японцы, склонные к «компактности» .....	100
Радость миниатюры.....	106
Очарование принт-клубов.....	110
Экономика фетишизма.....	114
<b>Глава 6. Ностальгическое, детское</b> .....	119
Ностальгия и <i>каваи</i> .....	119
Японская культура обнаруживает красоту несовершеннолетних.....	125
Почему «Сейлор Мун» — это <i>каваи</i> ? .....	129
Мир девочек, изображенный Генри Дарджером .....	133
<b>Глава 7. Каваи в японской печатной продукции</b> .....	137
<i>Кавайная</i> женщина — кто она? .....	137
<i>Каваи</i> по материалам журнала <i>Sawaii!</i> .....	139
<i>Каваи</i> по материалам журнала CUTiE .....	143
<i>Каваи</i> по материалам журнала JJ .....	144
<i>Каваи</i> по материалам журнала «ЮУЮУ» .....	146
Миф <i>каваи</i> в обществе потребления .....	150
<b>Глава 8. Священная территория моз</b> .....	155
Что такое <i>моз</i> ? .....	155
Гендер и проблема <i>каваи</i> .....	156
Кварталы <i>моз</i> : прогулка по Токио .....	158
<i>Отаку</i> из Акихабара грезят о красотах .....	159
Икэбукуро: мир <i>додзинси</i> и «гнилых» девиц .....	162
Гей-моз.....	166
Многообразие культуры <i>каваи</i> .....	169
<b>Глава 9. Каваи совершает заморское плавание</b> .....	171
Культура <i>каваи</i> проникает за рубеж .....	171
Мировая гегемония Пикачу и Hello Kitty .....	174
<i>Каваи</i> — самобытная японская эстетика? .....	178
Японская культура без японского привкуса .....	181
<b>Эпилог. Сумерки каваи</b> .....	187
<i>Кавайные</i> рисунки на стенах Освенцима.....	187
<i>Каваи</i> снимает вуаль .....	194
<b>Послесловие</b> .....	196
<b>Примечания</b> .....	199
<b>Указатель имен</b> .....	203
<b>Указатель произведений</b> .....	207
<b>Источники и правообладатели иллюстраций</b> .....	209



**Инухико Ёмота**

## **ТЕОРИЯ КАВАИИ**

Редактор *А. Мещеряков*  
Дизайнер обложки *С. Тихонов*  
Корректор *С. Крючкова*  
Верстка *Д. Макаровский*

Налоговая льгота — общероссийский  
классификатор продукции ОК-005-93, том 2;  
953000 — книги, брошюры

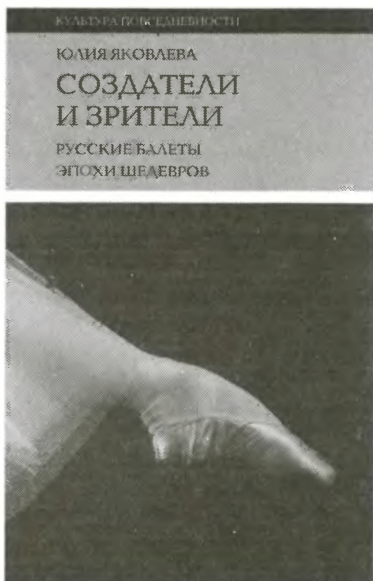
ООО Редакция журнала «Новое литературное обозрение»

Адрес редакции:  
123104, Москва  
Тверской бульвар 13, стр. 1,  
тел./факс: (495) 229-91-03  
e-mail: [real@nlo.magazine.ru](mailto:real@nlo.magazine.ru)  
сайт: [www.nlobooks.ru](http://www.nlobooks.ru)

Формат 84 × 108 1/32. Бумага офсетная №1.  
Офсетная печать. Печ. л. 6,75. Тираж 3000. Зак. № 1221  
Отпечатано в ООО «Типография „Миттель-Пресс“»  
Адрес: 127254, г. Москва, ул. Руставели, д. 14, стр. 6.

в серии: КУЛЬТУРА ПОВСЕДНЕВНОСТИ

**Юлия Яковлева**  
**Создатели и зрители:**  
**Русские балеты эпохи шедевров**

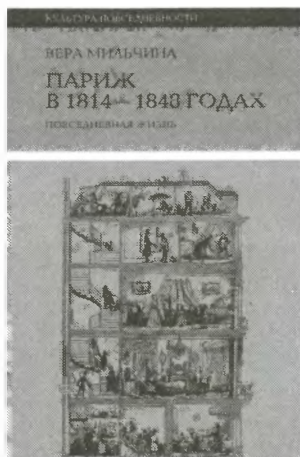


Главный герой новой книги известной писательницы, критика балета Юлии Яковлевой, — Мариус Иванович Петипа, человек, который создал русский классический балет, каким мы его знаем. Но знаем ли на самом деле? Юлия Яковлева очищает историю русского балета от культурных наслоений советского времени — и погружает читателя в быт театральной конкуренции и балетомании, в условности изнурительной подготовки спектаклей и темные истории о небескорыстном покровительстве. На страницах этой книги читатель встретится с Артуром Сен-Леоном и Петром Чайковским, Вирджинией Цукки и Екатериной Вазем — люди, составившие славу русской культуры, а равно и те, кто остался лишь в учебниках по истории театра, вновь предстанут здесь как живые.

в серии: КУЛЬТУРА ПОВСЕДНЕВНОСТИ

## Вера Мильчина

Париж в 1814–1848 годах: повседневная жизнь (2-е изд.)

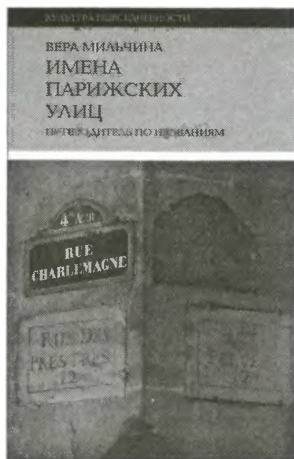


Париж первой половины XIX века был и похож, и не похож на современную столицу Франции. С одной стороны, это был город роскошных магазинов и блестящих витрин, с оживленным движением городского транспорта и даже «пробками» на улицах. С другой стороны, здесь по мостовой лились потоки грязи, а во дворах содержали коров, свиней и домашнюю птицу. Книга историка русско-французских культурных связей Веры Мильчиной — это подробное и увлекательное описание самых разных сторон парижской жизни в позапрошлом столетии. Как складывался день и год жителей Парижа в 1814–1848 годах? Как парижане торговали и как ходили за покупками? Как ели в кафе и в ресторанах? как принимали ванну и как играли в карты? Как развлекались и, по выражению русского мемуариста, «зевали по улицам»? Как читали газеты и на чем ездили по городу? что смотрели в театрах и музеях? Где учились и где молились? Ответы на эти и многие другие вопросы содержатся в книге, куда включены пространственные фрагменты из записок русских путешественников и очерков французских бытописателей первой половины XIX века.

в серии: КУЛЬТУРА ПОВСЕДНЕВНОСТИ

**Вера Мильчина**

**Имена парижских улиц. Путеводитель по названиям**



«Имена парижских улиц» — путеводитель особого рода. Он рассказывает о словах — тех словах, которые выведены белым по синему на табличках, висящих на стенах парижских домов. В книге изложена история названий парижских улиц, площадей, мостов и набережных. За каждым названием — либо эпизод истории Франции, либо живописная деталь парижской повседневности, либо забытый пласт французского языка, а чаще всего и то, и другое, и третье сразу. Если перевести эти названия, выяснится, что в Париже есть улицы Капустного Листа и Каплуновая, Паромная и Печная, Кота-рыболова и Красивого Вида, причем вид этот открывался с холма, который образовался из многовекового мусора. Книга будет интересна и полезна не только тем, кто гуляет по реальному Парижу, но и тем, кто читает книги о нем, где названия улиц даны не в переводе, а в транскрипции. «Имена парижских улиц» — продолжение книги ведущего научного сотрудника ШАГИ РАНХиГС и ИВГИ РГГУ Веры Мильчиной «Париж в 1814–1848 годах: повседневная жизнь» (НЛО, 2013).

в серии: КУЛЬТУРА ПОВСЕДНЕВНОСТИ

**Ричард Барнетт**  
**Джин. История напитка**



Джин, который мы знаем сегодня, — уважаемый напиток в бутылках дорогого стекла, составная часть изысканных коктейлей, — прошел долгий путь, прежде чем завоевать (или, вернее, отвоевать) нынешнюю популярность. От средневековых экспериментов лекарей и алхимиков до голландского женевера, от бича лондонских подворотен, из-за которого совершались убийства и разорялись семьи, до подпольного удовольствия времен американского Сухого закона — в своей книге Ричард Барнетт проследит всю историю джина, а также рассказывает о собственном превращении из дилетанта в знатока. В книгу также включены важнейшие тексты о джине, в том числе сатирические памфлеты XVIII века и один из очерков Чарльза Диккенса.

Современная японская культура обогатила языки мира понятиями «каваи» и «кавайный» («милый», «прелестный», «хорошенький», «славный», «маленький»). Сопоставляя каваяи с другими уникальными понятиями японской эстетики, автор размышляет, действительно ли каваяи представляет культуру Японии? Инухико Ёмота — известный японский ученый-гуманитарий: семиотик, литературовед, киновед, переводчик, приглашенный профессор в нескольких японских и зарубежных университетах, автор почти ста книг.

КАК УБЕДЯТСЯ ЧИТАТЕЛИ ЭТОЙ КНИГИ, ЯПОНИЯ ПРОСТО ПОМЕШАНА НА ВСЕМ МИЛОМ, МАЛЕНЬКОМ, ТРОГАТЕЛЬНОМ, БЕЗЗАЩИТНОМ. АВТОР РАССМАТРИВАЕТ ФЕНОМЕН КАВАИИ И ЭВОЛЮЦИЮ ЭТОГО СЛОВА НАЧИНАЯ СО СРЕДНЕВЕКОВЫХ ТЕКСТОВ И ЗАКАНЧИВАЯ СОВРЕМЕННЫМИ ПРАКТИКАМИ: ФАНАТИЧНОЕ УВЛЕЧЕНИЕ МАНГОЙ И АНИМЭ, КОСПЛЕЙ И КОЛЛЕКЦИОНИРОВАНИЕ СУВЕНИРОВ, ПОКЛОНЕНИЕ ИДОЛ-ГРУППАМ И «МИМИМИЗАЦИЯ» ПОВСЕДНЕВНОГО ОБЩЕНИЯ НАХОДЯТ ЗДЕСЬ ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ.

Библио-Глобус  
ООО "Аватар"  
г. Челябинск, Молдавская, 16    Тел. (351) 799-22-05



КТК:  
0361  
9 785444 887279  
Ёмота И. Теория каваяи  
Цена: 439,00

