

— **О**смотр столицы надо начинать с Токио-Тауэр, — посоветовал мне знакомый японец и с гордостью добавил: — Это самое высокое сооружение в Старом Свете, на 12 метров выше Эйфелевой башни.

В самом деле, токийская телевизионная башня — одно из крупнейших инженерных сооружений нынешнего века. Воздвигнутая в течение двух лет, башня держится на восьми опорах, связанных паутиной стальных балок. Пятиэтажное здание в основании башни предохраняет ее от землетрясений. В здании помещается Музей современной техники. Но это скорее своеобразная выставка, на которой десятки японских фирм рекламируют свою продукцию: электротехнику, радиотехнику, телевизоры. Здесь можно увидеть и разнообразные электрические приборы домашнего обихода, и целую энергосистему в миниатюре, и электронный микроскоп, и... панораму Луны с космическими станциями, космическими кораблями и даже лунными такси.

На смотровую площадку Токио-Тауэр поднимаемся на скоростном лифте. Молодая японка — и лифтер и гид одновременно — мелодичным голоском нараспев сообщает, что мы увидим панораму дневного Токио и часть долины Канто с высоты 120 метров.

И вот он перед нами, растянувшийся на десятки километров многомиллионный город. Прямо под ногами у нас — Сива-парк с буддийскими храмами. Немного дальше — деловой центр города — Маруноути с железобетонными 10—12-этажными коробками банков, правлений машиностроительных, электротехнических, угольных компаний — истинных хозяев нынешней Японии. Стоящий рядом со мной молодой японец, показывая рукой то на одно, то на другое здание, похожее на увеличенную до огромных размеров спичечную коробку из бетона и стекла, объясняет: «Это «Мицуи буссан», контролирует большую часть торговли страны. Это «Мицубиси когё», владеет крупнейшими машиностроительными предприятиями Японии...» — И вдруг, прервав объяснения, спрашивает меня, как у нас, в Советском Союзе, обходятся без крупных компаний. Я пытаюсь растолковать ему нашу систему управления, планирования. Мой собеседник слушает с большим интересом, но я чувствую, что ему очень трудно представить себе, как можно обойтись без этих крупных компаний, эмблемы которых глядят на него отовсюду: со страниц газет, с экранов телевизоров и даже с ночного неба Токио, заполоненного световой рекламой.

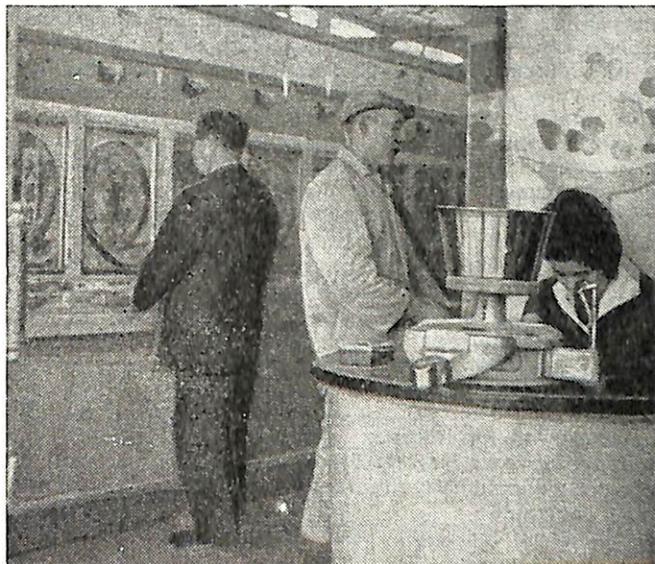
Мой собеседник показывает на куполообразное здание парламента, за стенами которого в последние годы разыгралось столько драматических событий, получивших большой резонанс не только в самой Японии, но и далеко за ее пределами. А дальше за ним, в сторону Икогама, все реже многоэтажные дома — это рабочий Токио: корпуса заводов, трубы и море, сплошное море, небольших, в

Токио-Тауэр.

# ТОКИО-ТАУЭР

основном двухэтажных, домиков — традиционных легких построек, в которых жили многие века и сейчас живут японцы в Токио и во многих других больших и маленьких городах.

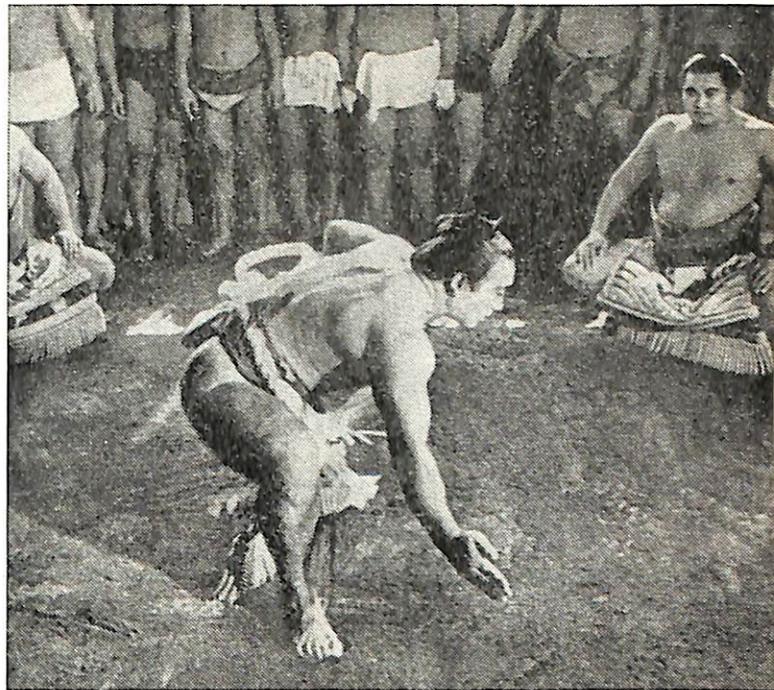
От Токио-Тауэр до гостиницы добираться приходится долго. Больше стоим, чем едем: конец рабочего дня, как говорится, часы пик. Узкие улицы, доставшиеся Токио в наследство от старой феодальной столицы Эдо, не в состоянии пропустить арма-



ду машин всевозможных марок, среди которых, не уступая в ловкости цирковым акробатам, лавируют мотоциклы и велосипеды. Стремительный рост населения столицы — в Токио сейчас живет около 11 миллионов человек — создает еще ряд трудно разрешимых проблем, и в первую очередь жилищный кризис, острую нехватку воды, особенно в летнее время.

— Что сейчас интересного в Токио? — спрашиваю шофера. Он отвечает не задумываясь: «Соревнования по «сумо» и бейсболу», — и тут же включает радиоприемник. Раздаются крики болельщиков и стремительный голос спортивного радиокomentатора. «Выигрывает команда компании «Тайе», — поясняет водитель. Оказывается, крупнейшая рыболовная компания страны закупила несколько лет назад, так сказать, оптом одну из сильнейших бейсбольных команд. Выигрывает или проигрывает команда — не так уж важно, реклама компании «Тайе» все равно обеспечена.

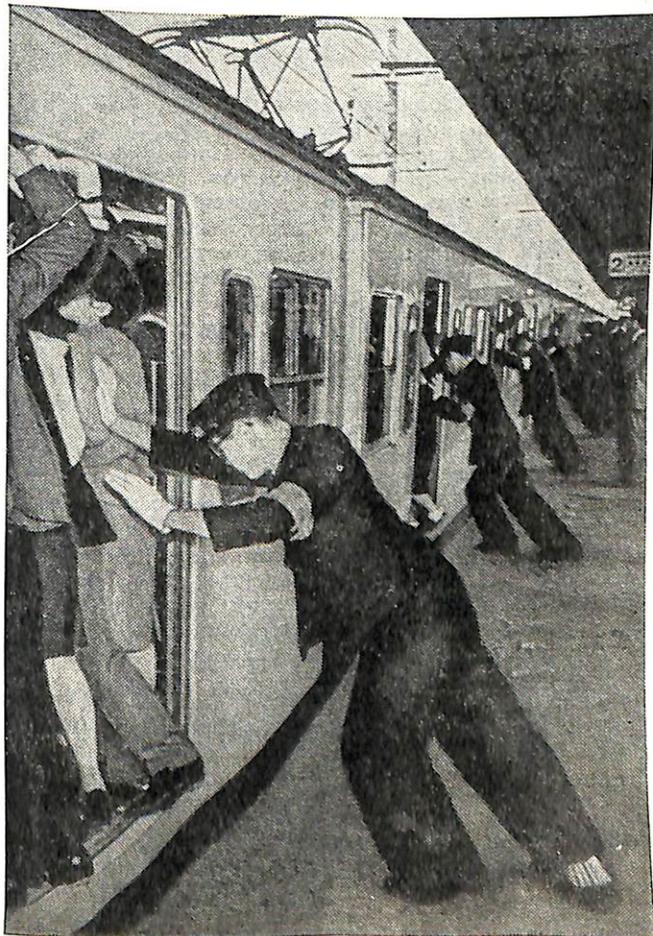
Несмотря на широкое распространение бейсбола в Японии, национальная борьба «сумо» пользуется еще большей популярностью, особенно среди людей старшего поколения. В холле нашей гостиницы телевизор окружен плотной стеной болельщиков.

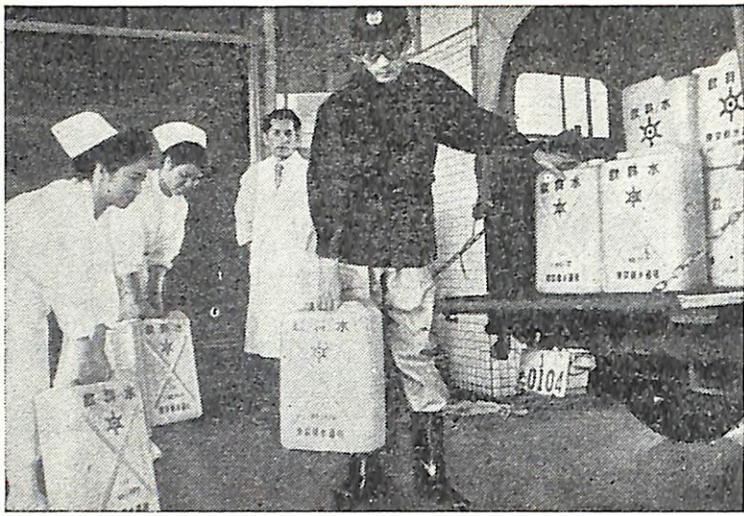


*Борцы «сумо» перед схваткой совершают освященные веками ритуалы.*

*В починку.*

*На перроне электрички в часы пик.*





*В жаркое время года воды в водопроводе не хватает. На снимке: В одну из токийских больниц доставили воду в бидонах.*

Транслируется первенство страны по «сумо» из Нагои. Побеждает тот, кто выбросит противника из круга. Борьба продолжается пять минут, причем первые четыре минуты борцы, используя целый ряд освященных временем ритуалов, настраивают себя на воинственный лад и лишь на пятой минуте начинается схватка.

Честно говоря, я сразу не понял, что произошло на ринге. Тело одного из борцов мелькнуло в воздухе, а через несколько секунд победитель раскланывался перед восторженно аплодировавшими зрителями. Прошла минута, не больше, и эта схватка была повторно продемонстрирована уже по видеомонитору в замедленном темпе. И тут я убедился, что эти тяжеловесные (весят они в среднем полтора килограмма) и, казалось бы, неповоротливые люди обладают огромной физической силой и незаурядной ловкостью. Сильнейших борцов «сумо» знают в Японии все.

В холле на столиках лежит множество проспектов, в основном на английском языке. Они на все лады убеждают иностранцев, что нынешняя процветающая Япония — рай для туристов. Немалая доля правды в этом есть. Туристу с долларами в кармане предлагается богатейший ассортимент японской «экзотики» и привычных западных развлечений. В проспектах множество реклам ночных кабаре, новых сортов виски, киноаппаратов и автомашин. Неудивительно, что у иностранца создается впечатление, будто японцы интересуются в основном спортом, попивают виски и спешат приобрести последнюю модель малолитражки «Ниссан».

Прогуливаясь вечером по сверкающей люминесцентными огнями Гиндзе — главной улице японской столицы, чувствуешь себя брошенным в огромный человеческий муравейник, из которого, кажется, невозможно выбраться.

Стоит свернуть с Гиндзы, как сразу попадаешь в лабиринт узких улочек, увешанных разноцветными фонарями. Повсюду вывески: «Ночной клуб», «Бар», «Кабаре». Девушки в кимоно, а чаще в очень открытых европейских платьях с поклонами встречают и провожают гостей.

Обязательная принадлежность каждой улицы — починко, длинный зал с сотнями игровых автоматов. *Долгие часы простаивают около них японцы, одной рукой бросая в лунки шарик, а другой — хорошо отработанным движением нажимая на рычажок.*

Когда долго наблюдаешь за ними, начинает казаться, что машины поработили этих людей, превратили их в бездумных автоматов.

В начале Гиндзы — огромное, увешанное рекламами, круглое здание. Это «Нитигэки», крупнейшее зрелищное предприятие Токио. Здесь находится токийский мюзик-холл, как он именуется в официальных путеводителях, в действительности же это обычный, каких множество в Токио, стриптиз. Правда, здесь все поставлено с размахом: дорогие декорации, множество световых эффектов. Гвоздь программы — выступление западной «звезды» стриптиза.

Подавляющее большинство кинокартин, если судить по рекламам, — тот же стриптиз: «Сексуальный мир», «Парижская эротика, или 24 часа из жизни американца в Париже». Попадают и более «серьезные» картины: прогоревшая в Америке «Клещ патра», различные варианты «Голубых Гавайев» с королем рок-н-ролла Пресли и множество ковбойских и гангстерских фильмов. Мне сказали, что каждую неделю на экраны японских кинотеатров выходят три новых американских кинофильма. Картины, я уж не говорю с прогрессивным — просто с социальным содержанием, американцы стараются в Японию не пропускать. Так, агентство ЮСИА, занимающееся пропагандой «американского образа жизни» и американских идей за рубежом, в течение 17 лет накладывало «вето» на демонстрацию в Японии фильма по роману Джона Стейнбека «Гроздь гнева». Американские пропагандисты, по-видимому, считают, что японцам не обязательно знакомиться с изнанкой американского «процветания», жизнью обездоленных людей Америки.

Сияющие огни реклам, витрины магазинов с вертящимися на подставках цветными телевизорами, холодильниками и автомашинами — все пытается убедить: «Япония процветает, пользуйся всеми благами жизни!»

Но вот реальная, а не рекламная жизнь врывается на Гиндзу. Идут колонны демонстрантов с лозунгами и транспарантами в руках: «Долой увольнения!», «Все имеют право на работу!» Это рабочие и служащие одной из крупнейших кинокомпаний, объявившей о предстоящих увольнениях в связи с так называемой «рационализацией производства».

Из рекламных проспектов для туристов можно почерпнуть самые разнообразные сведения о Токио: здесь в среднем на каждый день приходится 641 преступление, 25 пожаров и три землетрясения; здесь более 30 тысяч увеселительных заведений. Но из этих проспектов вы не узнаете, что в Токио свыше 50 тысяч промышленных предприятий, на которых создается все то, чем славится современная Япония, от самых больших в мире кораблей до самых маленьких радиоприемников.

Когда вспоминаешь японскую столицу, первое, что встает перед глазами, — это люди, яркая токийская толпа. Возвращаются стайками из магазинов продавщицы с модными прическами, мелко семячат пожилые женщины в кимоно и в гета. И, конечно, нельзя представить себе Токио без молодых людей в синих куртках и форменных фуражках. Почти каждый вечер по улицам города проходят демонстрации студентов. Они шагают, сцепившись за руки, скандируя: «Руки прочь от Вьетнама!», «Верните нам Окинаву!»

Все, что происходит в любом, самом отдаленном уголке Японии, получает немедленный резонанс в столице. А манифестации и митинги на улицах Токио эхом отдаются по всей стране от Хоккайдо до Сикоку. Да, Токио по праву можно назвать пульсом сегодняшней Японии.