

СТИЛЬ

По трюфели

мужчина омоложение

Может быть, мы просто не замечаем, что сами уже не первой молодости люди. Но вот странное дело: как только перестаешь связывать отдых с путешествиями автостопом по Индии или с плясками до рассвета на Ибице, так здесь же оказываешься окружен пожилыми вполне джентльменами. Круг возможностей сужается невероятно: лежать на пляже с платиновой блондинкой, ходить на яхте с платиновой блондинкой либо же с той же или другой, такой же платиновой блондинкой посещать США. И здесь, как с грустью осознал **Валерий Панюшкин**, горькая правда заключается в том, что спутник платиновой блондинки — обязательно пожилой джентльмен.

Пешком по Тоскане

Естественная реакция человека, подумавшего, будто молодость прошла, — омолодиться. Это и есть ловушка, поскольку омолаживаются только люди, у которых прошла молодость. Можно сколько угодно успокаивать себя, что вот, дескать, принялся за омолаживание, будучи совсем еще, в сущности, фавном и профилактически, но кого ты обманываешь, несчастный? Вот приходишь поутру в халате в приемную, например, США Фонтрверде посреди тосканских холмов, сидишь ждешь, пока девушка-массажистка поведет тебя на процедуру, болтаешь эдак о том о сем с пожилыми джентльменами, в свою очередь ожидающими массажисток, и каждый из джентльменов этих наверняка ведь уверен, что прибегнул к омолаживающим процедурам профилактически.

Обычный маршрут посетителя (не сказать пациента) США пролетает от аэропорта в отеле, от отеля — во Флоренцию на улицу Торнабуони, где шопинг, ну, может быть, еще по близлежащим тавернам, где воспоиняются сброшенные в США килограммы методом поглощения нежнейшей панчеты и макарон.

Прямо из бассейна открывается вид на тосканские холмы вокруг. Из окна автомобиля тоже открывается вид на холмы. Перед автомобилем может перебежать дорогу спустившийся с холмов дикобраз. Владелец таверны может пообещать дочери: — Stasera lavori, domani vai a raccogliere i tartufi! Что? Где это? Как это? Владелец таверны сказал: «Сегодня работаешь, завтра идешь собирать трюфели». Что? Как это? Где это? Лес, покрывающий тосканские холмы, оказывается, не просто для того растет, чтоб любоваться им из окна автомобиля. Оказывается, только пациент США уверен, будто лес на холмах нарочно предназначен, чтоб любоваться им, отмокая в бассейне. На самом же деле каждый человек в округе целый сентябрь, октябрь и половину ноября может пойти тут на холмы в лес по грибы и насобирать трюфелей, каковые туристу предлагается видеть разложенными по карпаччо тонкими ломтиками, а не выковыривать из земли ножом. Сколько раз мы были в Тоскане? Десять? Двадцать? Сколько раз мы болтали



с отельным менеджером Федерикой на том основании, что она очаровательная девушка, но ни разу в этих беседах флирта ради не произносили слова «трюфели». Простой эксперимент: — Скажи, Федерика, у вас тут растут трюфели? — Трюфели! Конечно! У меня две собаки, натасканные на трюфели! Каждую осень... — дальше Федерика раздражается целой лекцией о сборе трю-

фелей и методах натаскивания трюфельных собак. И наконец понимаешь, что сумел как-то всерьез заинтересовать девушку беседой. Представьте себе раннее утро. Представьте себе девушку — отельного менеджера, одежду не в деловой костюм, а в джинсы и туристические ботинки. Представьте себе двух собак, весело подпрыгивающих и гоняющихся за птицами. Представьте себе, что пос-

реди Италии асфальтовая дорога заканчивается, а дальше вверх на холм ведет земляная тропинка. Мы тысячу раз проезжали здесь мимо. Мы никогда не сворачивали с асфальтовой дороги. Помимо собственно сбора грибов в Тоскане, человеку, вышедшему из автомобиля и отправившемуся гулять по лесу пешком, представляется другая страна. Здесь в рестораниках нету меню на английском язы-

ке. Здесь грашу принято пить на завтрак. Здесь нету в языке звука «к» и даже кока-кола называется «хоха-хола», впрочем, никому, кроме детей, не приходило в голову заказать ее. Здесь невозможно пообедать больше чем на десять евро. Старики в баре играют в неизвестную карточную игру. Люди помоложе обсуждают ваших собак. Человек, похожий на папу Карло, починающий в углу машинку для ручного

приготовления макарон, оглядывает собак придирчиво и сообщает: — Хорошо, что у вас есть собаки. Без собак ни хрена (мягко говоря) тут не соберешь. А вы, намотав по холмам километров десять вверх-вниз, завтракаете, макая хлеб в оливковое масло. Ноги гудят. Времени восемь утра. Пакет с трюфелями висит на спинке стула. На щеках у спутницы — румянец, про который еще вчера не известно было, как его приобрести без применения румян.

На автомобиле через Америку

Или вот еще — Америка. Про Америку вообще-то принято думать, будто она Нью-Йорк и Лас-Вегас. Специалисты по Америке могут рассказать, какие тут бывают еще Майами, Сан-Франциско и Голливуд. Совсем уж специалисты могут рассказать, каково бывает поспетить в штате Аризона индейцев, поест кукурузной каши из пяти сортов кукурузы, включая кирпично-красную, а также осмотреть ямку в земле, про которую известно, что ямка эта — пуп земли. Одновременно каждый второй фильм про Америку начинается с того, что герой через всю Америку едет на машине. Машина, как правило, старый «Мустанг», пожирающий невероятное количество бензина по цене четыре доллара галлон. В стране бензиновый кризис. Человек, предпринявший путешествие через всю Америку с востока на запад, — богат. И непонятно, как это до сих пор никому в массовом порядке не пришло в голову пересекать Америку с востока на запад в дополнение к осмысленным прогулкам по Гринвич-Виллидж в Нью-Йорке или бессмысленному катанию на трамваях в Сан-Франциско. Более того, даже и мы при всей нашей любви к Америке не удосужились ни разу пересечь ее на машине с востока на запад, каковое обстоятельство доказывает, что это путешествие — мечта. Мы знаем, есть два пути. Северный — через Вайоминг. И Южный — через Аризону. Про южный путь мы знаем, что ехать надо по дороге № 80.

Про северный путь мы не знаем, как там ехать, поскольку вот такие мы идиоты и ни разу не пересекали Америку ни северным путем, ни южным. Про северный путь известно, что поначалу, пока дорога лежит через Средний Запад, вокруг — в основном кукуруза. Про южный путь из великой американской литературы известно нам, что вокруг — в основном хлопок. Нам случилось останавливаться на американских запра-вочных станциях. Нам известно, как вкусен по непонятной причине в американской глубинке двойной чизбургер. Мы любим встречающихся в придорожных забегаловках молодых официанток, каждую из которых охота назвать мамочкой. Мы знаем, для чего предназначено заднее сиденье автомобиля. Мы только никогда почему-то не пользовались всем этим и никогда не окунались во все это счастье, так чтоб на несколько дней.

Про северный путь известно, что когда кончается кукуруза и начинается Вайоминг, то всякий бывает вознагражден. Северная дорога лежит через территорию заповедника Yellow Stone, и там горы, гейзеры, деревья вдвое выше и толще, чем мы привыкли. Про южный путь мы знаем, что, когда въезжаешь в Аризону, земля становится отчетливо красной, а небо — отчетливо синим. Мы знаем про марево над дорогой, про одинокие заправки, где у двери скачует старик в просоленном комбинезоне. Мы зато не знаем, носят ли девушки в Аризоне ниже белье. Мы знаем только, что всякого сколько-нибудь серьезного американского писателя и кинематографиста вопрос этот живо интересует, но не имеем по этому вопросу собственного мнения. В конце концов, можно ведь просто посмотреть Большой Каньон или просто бесконечно долго ехать по красной земле в открытом автомобиле неизвестно зачем. В конце концов, известно, что волшебным каким-то образом что северный путь, что южный, когда пересекаешь Америку с востока на запад, ведут в Калифорнию.

Блестящий манок

мужчина игрушки

Если не слишком глубоко погружаться в дебри консюмеризма, то все равно получится, что вещь корректирует вам не только настроение, но и в некоторых случаях — возраст. Вот скажем, мужчина идет такой солидный, весь в Brioni или там в Armani, а глазки у него так и стреляют. Потому как мужчина, считает ИГОРЬ МАЛЫЦЕВ, он в глубине души все-таки совсем мальчик.

А что делает мужчину мальчиком? Ну конечно же, игрушки! И вот солидный мужчина, который только-только вышел из своего вполне взрослого Porsche Cayenne Turbo, понимает, что вовсе не обязательно выглядеть вот таким быстрым и агрессивным, как этот самый продукт штургартского машиностроения. Он хочет выглядеть (подсознательно) моложе, симпатичней, добрей. Хотя бы для того, чтобы не отпугнуть самку в диких джунглях большого города Лужки. Для маскировки и для того чтобы найти ребенка в себе, мужчина пользуется несколькими приемами. Для начала он покупает манок — блестящую небольшую вещицу, которая может своим сиянием привлечь внимание самки, а потом, возможно (если блеск будет достаточно сильным — об этом знают все психиатры-профессионалы), и заигнотизировать ее.

Может, это все фрейдистские шуточки, а вот правда заключается в том, что строгий деловой костюм в контрасте с удивительной дизайнерской вещицей (в простонародье — гаджетом и дайвисом) превращает ваш имидж в человечный. Гуманный. Гуманитарный. На сегодня самый простой метод добиться взгляда и смены имиджа — взять в руки телефон. Понятно, он должен быть небольшим. Во-первых, потому, что не у всех мужчин руки большие и красивые. Так что лучше, чтобы некоторые предметы не утяжеляли и того, что есть. Во-вторых, он должен быть стремительным и блестящим, как дорогая машина. К тому же телефон должен быть простым и дорогим. Здоровым компромиссом, конечно же, является самый шикарный из сегодняшних телефонов — Nokia 8800. Он же проходит в России под кличкой «Vertu для бедных». На Западе он вообще никак не проходит, потому что нормального германско-финского протестанта, а также атеиста очень трудно убедить, что ему нужен телефон с обидными функциями за 700 евро. В России, конечно, аппарат стоит еще дороже усилиями славных бескорыстных таможенников — аж под 1700 долларов. Но зато блестящий. А как он выпрыгивает из своего блестящего футлярика, увеличиваясь в длину почти в два раза! Немудрено, что такие телефоны немедленно захотели все представленные в ИД, Б* генеральные дизайнеры или спортсмены и музыканты. Кто-нибудь — подарите этим парням по телефону. Пусть радуются. Ведь в этом произведении финско-



го дизайна есть диапазоны работы GSM-900/1800/1900. То есть вы практически одним только видом 8800 говорите девушке: дорогая, дескать, мы можем поехать уже куда угодно от Воронежа до Тихуаны — и везде, дескать, у нас будет связь. Что касается размера, то 107х45х16 мм — это тоже ничего. Ведь, как известно, размер Годзиллы не имеет значения. Вес — 135 грамм. Аккумулятор работает в режиме ожидания 190 часов, а в режиме разговора 3 часа, если вас не прослушивают с Лужанки. Остальное — как у всех нормальных парней. Камера плюс Bluetooth плюс GPRS. Но самое-то главное вовсе не в количестве технических прибамбасов. Главное, чтобы костюмчик сидел. Но есть и другие берега. Для общего абриса весьма полезно иметь под мышкой приличный ноутбук. Вообще-то никто и никогда не объяснил гражданам, зачем им прибор под названием ноутбук. Хотя бы потому, что те, кто занимается реальными делами, не станут с собой таскать везде эту плоскую игрушку. А те, кто работает на тех, кто занимается реальными делами, сидят целыми днями за обычными десктопами и зарабатывают для своего хозяина деньги и почести. Но все играют в игру, которая называется «ноутбук — это круто». Играем в нее и мы. И дело не в том даже, что у нас по всей квартире работает wi-fi, чтобы на всех домашних ноутбуках можно было читать последние новости, в том числе сидя сами здесь где. Дело в том, что производителям ноутбуков удалось внушить покупателям, что имидж покупателя переносного калькулятора в руках, он гораздо выше имиджа обычного папика с десктопом где-то там. Имидж динамичного, современного и, конечно же, гораздо более молодого, чем в действительности, типа.

Но есть и высший суд, господа наперсники. Это, конечно, карманный плеер iPod, который просто преобразует ваш облик. Компания Apple, которая в России практически провалилась, оставившись поставщиком дорожных полиграфических компьютеров, отыгралась по полной. Именно она вывела на рынок очень модный аппарат под названием Pod. Теперь при встрече с приличным человеком надо спрашивать — а что на вашем iPod? Дело в том, что, в отличие от Walkman, никто никогда не сможет понять, что именно вы слушаете на своем беленком плеере. Ведь не надо ни вставлять CD, ни вынимать кассету. Никто никогда не узнает, что вы большой поклонник Маши Распутниной, и всегда можно сказать, что у вас сегодня на iPod Адажио для струнных Самюэля Барбера (то самое, которое звучит в фильме Оливера Стоуна «Взвод»). И неважно, что бессмысленная группа «Звери» занимает 400 мегабайт вашей памяти — это останется такой же тайной, как то, зачем вы носите в ванную журнал Playboy. Не надо волноваться, в Photo iPod влезают по 7700 песен, чего хватит надолго. И радио «Шансон» не хватит, чтобы заполнить такие объемы музыкальной памяти. Значит, останется место для чего-нибудь приличного. The Cure, Marilyn Manson там всякий, а также новый альбом Пола Маккартни. На вид белый и хромированный, как инструменты хирурга, iPod предназначен для того, чтобы его обладатель говорил миру и окружающим «я в полном порядке, я дико современный». Поэтому визуальная составляющая мании iPod довольно велика. Если вы снимаете на Багамах и Сейшелах на свою цифровую камеру, вы можете скинуть фотографии на все тот же Photo iPod и очистить таким образом место на своей флэш-карте для дальнейшего путешествия.

Delishoes.

МОСКВА:
ТВЕРСКАЯ 6 (095) 682 9014
ГУМ "КРАСНАЯ ПЛОЩАДЬ" 3 (095) 929 3216
ТД "ВЕСНА" НОВЫЙ АРБАТ 19 (095) 543 9702
"АТРИУМ" ЗЕМЛЯНОЙ ВАЛ 33 (095) 970 1167
"КРОКУС СИТИ МОЛЛ" 66 км МКАД (095) 727 2470

MILANO VIA MONTENAPOLEONE 17 WWW.FABISHOES.IT

SINCE
FABI
1963