

Знаменитый американский писатель и оратор Марк Твен (1835–1910 гг.) в своем рассказе-миниатюре «Страница из расходной книги женатого мужчины» также использовал прием «лю-бай». В произведении в менее чем двадцать строк передан богатый смысл, который оставляет неизгладимое впечатление:

«Страница из расходной книги женатого мужчины

Доллар	
11 сент. Объявление в газете: «Ищу машинистку»	0.30
13 Недельное жалованье (аванс) мисс Сьюит	8
15 Цветы для мисс Сьюит	0.25
29 Театр и ужин с мисс Сьюит	9
30 Манто для моей жены	85
30 Шёлковое платье для тещи	55
30 Объявление: «Ищу пожилую машинистку»	0.30» [4, с. 200].

Автор нарушает каноны литературного повествования, в его «скачущей» структуре из отдельных фраз оставлено множество пустот. Марк Твен не указал ничего конкретного о начале и конце события, людях, обстановке. Но это повествование, в котором есть все: завязка, кульминация, развязка и эпилог. Мы без труда понимаем, что жена обнаружила измену мужа, который потратил большие суммы, чтобы добиться прощения, а также был вынужден отказать в работе возлюбленной и искать не угрожающую браку пожилую машинистку. Подробности истории читатель может дополнить или сократить в зависимости от своего воображения. Широкое использование приема «лю-бай» предоставило читателю пространство для воссоздания картины, а рассказ ничуть не уступает по своей выразительности монументальным произведениям. Художественный прием «лю-бай» может «скрываться» в тексте произведения. Выдающийся писатель, драматург А. Чехов (1860–1904) в произведении «Хамелеон» (1884) создал образ приспособляющегося человека. Однако в описании внешнего вида героя А. Чехов оставил факты о его комплекции, росте в виде пустот («незаполненного пространства»), позволив читателю менять образ этого человека, основываясь на особенностях его характера и манере поведения. Без единого слова в описании, благодаря ассоциациям и «заполнению» образа у читателя складывается представление о литературном герое. Поэзия имажинизма XX века, представленная американским поэтом Эзрой Паундом, продержалась на литературной сцене США и Англии 10 лет. После Октябрьской революции имажинизм стал популярен в России, где благодаря деятельности А. Мариенгофа, В. Шершеневича и С. Есенина поэзия имажинизма обрела свое дальнейшее развитие. Целью направления, отмеченного влиянием древней китайской поэзии, было раскрытие образов при помощи лаконичных средств, а также проявление сиюминутных чувств автора в стихотворении. Эта поэзия лаконична и непосредственна, противостоит критике и избыточности чувств. Основное выразительное средство имажинистов – метафора, часто метафорические цепи, сопоставляющие различные элементы двух образов – прямого и переносного. С. Есенин (1895–1925) под влиянием идей имажинистов использовал в творчестве вспомогательные образы для передачи своих чувств. В результате у С. Есенина появилось безграничное воображаемое пространство, а его особый язык получил наибольшую свободу выражения в поэзии: «Кобыльи корабли» (1920); «Я последний поэт деревни...» (1920); «Москва кабацкая» (1923); «Черный человек» (1923–1925). В наполненных яркими образами стихотворениях свободно выражаются эмоции, тянущие в себе глубокий смысл.

Прием «лю-бай» представляет собой определенный диалектический метод в искусстве, значительно расширяет художественную значимость произведений, а также вызывает у людей глубокие эстетические переживания.

Список литературы:

1. 王国璦《中国山水诗研究》北京：中华书局出版社，2007年版，共360页。= Ван, Гоин. Изучение поэзии буколки Китая / Гоин Ван. – Пекин：Чжунхуа Шучзюй, 2007. – 360 с.
2. 汪国瑜《汪国瑜文集》北京：清华大学出版社，2003年版，共244页。= Ван, Гоюй. Собрание сочинений Ван Гоюя / Гоюй Ван. – Пекин：Университет Цинхуа, 2003. – 244 с.
3. 桂哲《“空白”——艺术的灵魂——中西文论中的“空白”范畴研究》山东大学硕士学位论文，文艺学专业：05.01.01，济南，2009年共47页。= Гуй, Чжэ. «Пустота» – душа искусства». Исследования категории «пустоты» в китайских и западных текстах : дис. ... магистра литературоведения : 05.01.01 / Чжэ Гуй. – Шаньдун, 2009. – 47 л.
4. 龙钢华《小说新论：以微型小说为例》长沙：湖南人民出版社，2006年版，共463页。= Лун, Ганхуа. Новая теория романа : роман в качестве основы для создания рассказ-миниатюры / Ганхуа Лун. – Чанша : Хунань Жэньминь, 2006. – 463 с.
5. 刘总《文心雕龙》合肥：中州古籍出版社，2008年版，共474页。= Лю, Се. Резной дракон литературной мысли / Се Лю. – Хэфэй : Чжунчжоу Гуцзи, 2008. – 474 с.
6. 甄贺娟《中西诗学空白观比较研究》湘潭大学硕士学位论文，比较文学与世界文学专业：05.01.07，湘潭，2012年共44页。= Чжэнь, Хэчзюань. Сравнительное исследование концепции пробелов в китайской и западной поэзии : дис. ... магистра сравнительной и мировой литературы : 05.01.07 / Хэчзюань Чжэнь. – Сянтань, 2012. – 44 л.

Го Луянь

Автор статьи рассматривает историю китайских традиционных афиш, а также их виды и особенности. Делается вывод о том, что афиши обладают простым стилем и функциональным дизайном.

ВИДЫ И ОСОБЕННОСТИ ТРАДИЦИОННЫХ КИТАЙСКИХ АФИШ

Guo Luyan

The author of the article considers the history of Chinese traditional posters, as well as their types and features. It is concluded that posters have a simple style and functional design.

TYPES AND FEATURES OF TRADITIONAL CHINESE POSTERS

В китайском языке для обозначения афиши используется слово «海报» – «хайбао» («хай» – море, «бао» – объявление), которое имеет глубокий лексический смысл и тесно связано с историей китайской оперы. Это название возникло в Шанхае в XIX веке [1, с. 439]. В давние времена шанхайцы называли драматическое представление «海«хай» – море», сцену – «海子 хайцзы», а театральное ремесло – «下海 сяхай – отправиться в море». Чтобы привлечь зрителей, каждая труппа печатала объявления о дневных и ночных спектаклях в виде рисунков на красной бумаге, которые раздавались людям перед спектаклем. Так как театральное представление было о море, на афише писали «海报 хайбао», то есть дословно «объявление о море», после чего это слово приобрело

значение «афиша». Таким образом, с этимологической точки зрения, происхождение слова «афиша» в китайском языке имеет естественную симбиотическую связь с оперой. История возникновения афиш в Китае очень длинная, упоминания о них были обнаружены еще в исторических и литературных источниках династий Тан и Сун [3, с. 30]. Китай обладает выдающейся технологией изготовления бумаги и печати. В настоящее время титульный лист произведения «Алмазная сутра» династии Тан (868), на котором изображена первая в мире печатная иллюстрация, находится в Британском музее. Хранящуюся в Музее истории Китая медную табличку «Магазин игл Цзинань Люцзя Кунгфу» длиной 12,4 см и шириной 13,2 см, (XI век Династия Сун), можно назвать самой ранней иллюстрированной печатной рекламой с качественным оформлением и продуманной композицией.

Китайская опера в качестве традиционного исполнительского искусства возникла из древних ритуалов и достигла своей зрелости при династии Юань, когда появилось большое разнообразие в репертуаре и исполнителях. Для оповещения публики театральная труппа перед представлением обычно расклеивала объявления.

При династии Сун и Юань (960 – 1368) афиша называлась «招子» – табличка. Это древнее название для театральной рекламы. Такие таблички вешали или размещали на «шатре» (месте исполнения) и на главной дороге, таким образом анонсируя имя актера, время исполнения, репертуар, содержание и т. д. [5, с. 87 – 88]. В «Старом путешествии», южной опере «Лан Цайхэ» и юаньских драмах встречается множество описаний [2, с. 11]. Вывески обычно размещали на оживленных улицах, чтобы привлечь множество зрителей. По существующим источникам невозможно установить первоначальный вид иллюстраций, однако из письменных источников можно узнать, что размер их около 25 X 30 см, информацию о представлениях записывали вручную на цветной бумаге. Анализ выявил наличие фигур, шрифтов, цветов и других основных элементов, что позволяет рассматривать их в качестве прототипа театральных афиш.

Династия Мин и Цин (1368 – 1912) – наряду с вышеупомянутым названием для афиши начали использовать название «戏报» («戏» – драма, «报» – объявление). Во время династий Мин и Цин труппы, живущие в городе, организовывали спектакли на месте своего пребывания и вывешивали объявления («戏报») с именами актеров и названиями пьес, которые исполняла труппа. Так зрители узнавали расписание спектаклей. Например, Бао Цзябан в «Неофициальной истории конфуцианцев» – это старая труппа, которая исполняла оперу для многих поколений. Она упоминалась в главном здании Шуйсимэнь в Нанкине. Люди должны были делать предварительный заказ на спектакль, указав дату спектакля [4, с. 174]. В период Тунчжи (до 1862–1874) театральная реклама называлась афишей, в то время в Шанхае появились эстрадные театры [1, с. 439]. В конце династии Цин чайные сады и театры стали главными местами для театральных представлений. Чтобы развивать бизнес, они приглашали и рекламировали театральные труппы, и театральные представления стали очень популярны. Конкуренция между чайными садами и театрами привела к непрерывному развитию театральной рекламы. С появлением западных оперы в XX веке, постепенно появились театральные афиши в современном смысле. Театральные афиши в конце эпохи Цин делались из красной бумаги, размером около 33 X 35 см, где кистью писали название пьесы, имена актеров не указывались. Обычно для одного театра выпускали более десятка копий и распространяли их повсюду. Позже, по мере усиления конкуренции, использование ксилографий или литографий позволило увеличить тираж примерно до ста копий, а размер увеличился до 69 X 34 см и 100 X 55 см, а в заголовке появился список актеров. Когда на сцену выходил новый персонаж или репетировали новый спектакль, в афише указывали трехдневное шоу и список актеров. После появления в середине эпохи династии Цин (1875–1908) театральной сцены формат афиши снова изменился. Обычно афиши делались из белой бумаги, а когда на сцену выходили знаменитые артисты, по-прежнему использовалась красная бумага с золотистыми буквами. Знаменитые актеры также печатали эксклюзивные афиши. Во времена Синхайской революции (1911) пользовалась успехом западная (ранняя) драма. Для более широкого распространения афиши, как правило, делались из разноцветной бумаги, чтобы их можно было различать, и в большинстве своем расклеивались в оживленных районах нескольких крупных городов, а также в небольших населенных пунктах, через которые проезжала труппа. В 1909 году афиши пекинских опер «Улунский двор» и «Мост Цзиньшуй» Пекинского театра Дангуи содержали уже полную информацию: название, место показа, время, список актеров и репертуар. Одна драма располагается слева на афише, другая справа. Иллюстрации окружены традиционными детскими рисунками, по виду напоминающие современные. В начале XX века, с появлением западной литографии, афиши начали печатать. В 1911 году в театре Дунцин на пекинском рынке Дунан и в 1923 году в пекинском театре Дисян изготавливались афиши «Путешествие на Запад» с использованием литографических методов, но изображения и тексты по-прежнему сохраняли традиционный стиль.

В итоге можно отметить, что на указанном этапе афиши Китая отвечали основным задачам театральной рекламы, обладая простым стилем и функциональным дизайном: написаны или напечатаны на цветной бумаге и содержали информацию о репертуаре, актерах и сюжетах; в основном представлены в виде текста и традиционных изображений; цвета довольно простые и однородные, отражают традиционный народный мотив; информация изложена четко и наглядно.

Список литературы:

1. 蓝凡.中国戏剧年鉴/北京:中国戏剧出版,1985年– 439页= Лань, Фань. Ежегодник китайского театра / Фань Лань. – Пекин : Изд-во Китайского театра, 1985. – 439 с.
2. 刘鹗.老残游记/西安:太白文艺出版社, 2000年– 11页= Лю, Э. Путевые заметки Лао Цань / Э Лю. – Сиань : Изд-во литературы и искусства Тайбая, 2000. – 11 с.
3. 苗杰主.现代广告学/北京:中国人民大学出版社,2004年第3版– 30页= Мяо, Цзечжу. Современная наука о рекламе / Цзечжу Мяо. – Пекин : Изд-во китайского народного университета, 3-е изд., 2004. – 30 с.
4. 吴敬梓.儒林外史/北京:华夏出版社, 2013年– 174页= У, Цзинцзы. Неофициальная история конфуцианцев / Цзинцзы У. – Пекин : Изд-во Хуасия, 2013. – 174 с.
5. 颜湘君.招子:元代的戏曲海报// 书屋, 2012年08期 87-88页= Янь, Сянцзюнь. Чжаоцзы: театральные афиши династии Юань / Сянцзюнь Янь. // Дом книги. – 2012. – № 8. – С. 87–88.

Чжао Мэнсинь

ТРАДИЦИОННЫЕ ОСНОВЫ КИТАЙСКОГО ТЕАТРАЛЬНОГО КОСТЮМА

Статья посвящена рассмотрению традиционных основ китайского театрального костюма, прежде всего, устоявшимся принципам в фасонах, декоре и цветовой палитре. В рамках исследования предпринята попытка определить зависимость театрального костюма от мировоззренческих, социальных и художественных основ китайской культуры.