

2. 甘强 中国民族民俗, 大连, 2002 年 = Ган, Цзян. Китайские народные обычаи / Цзян Ган. – Далянь: Изд-во Далянь, 2002. – С. 35–42.

3. 张海英, 中国传统节日与文化, 上海, 书海出版社, 2006 年 = Чжан, Хай Инь. Китайские традиционные фестивали и культура / Хай Инь Чжан. – Шанхай: Изд-во Шухай, 2006. – С. 98–106.

*Ли Чжэнь, магистрант БГУКИ
Научный руководитель – Н. И. Наркевич,
кандидат искусствоведения, старший преподаватель*

ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И РАЗВИТИЯ КИТАЙСКИХ КИНОАФИШ

Киноафиши, по-другому еще называемые «пропагандистскими рисунками», представляют собой разновидность коммерческих плакатов. Они появились вслед за развитием киноиндустрии и стали самым главным способом распространения рекламы о кино. Киноафиши обычно состоят из текста, рисунков, фотографий и других элементов визуальных искусств, сочетающихся с поразяющими воображение названиями фильмов, именами создателей и названиями киностудий. Эти специализированные плакаты в очень яркой, живой и точной форме передают содержание киноленты, отражают ведущую тему, становятся прямой рекламой тому или иному фильму [1].

История китайского кинематографа насчитывает более 100 лет. Начиная с выхода на экран первой китайской картины «Горы Динцзюнь» в 1905 г., киноафиши стали неотъемлемой частью данного вида искусства, а также создали особые условия для развития китайской киноиндустрии. Несмотря на то, что киноиндустрии в стране еще не существовало и не было ни малейшей базы для развития кинорекламы, чтобы добиться пропагандистских целей оператор и продюсер первого фильма Жэнь Цинтай вручную расписал колонну, превратив ее в афишу. Результат такой рекламы превзошел все ожидания, а фильм «Горы Динцзюнь» пользовался в то время большим успехом [2].

Сильное влияние на развитие киноафиш оказало изобразительное искусство. Это привело к тому, что многих известных живописцев и мастеров гравюры приглашали принять участие в создании рекламных плакатов для кинолент. Например, известный художник Янь Ди, используя гуашь, создал афиши для таких

фильмов, как «Девушка с белыми волосами» (1950) и «Красное знамя зеленого бугра» (1951) Чжэн Джэк вручную оформил плакаты к кинокартине «Красный женский отряд» (1961), Чен Шифа использовал чернила для оформления афиши к фильму «Линь Цзэсю» (1959) и т. д. В процессе создания рекламных плакатов в киноиндустрии того времени активно использовалась народная живопись, что стало отличительной особенностью киноафиш раннего периода.

Второй этап охватывает 1949–1989 гг. – это начальный период становления нового Китая, когда Китайская Народная Республика поддерживала тесные дружеские связи с теперь уже бывшим Советским Союзом. На отечественном рынке появилось много советских кинолент, которые повлияли не только на развитие китайского кинематографа, но и на создание киноафиш к национальным фильмам.

В Китае становятся популярными киноленты Сергея Эйзенштейна «Броненосец Потемкин» (1925) и «Октябрь» (1927), а также картина Михаила Ромма «Адмирал Ушаков» (1951). Этот замечательный творческий опыт и формат оказали большое влияние на развитие искусства создания киноафиш. Китайские киноафиши позаимствовали у советских плакатов метод отображения характеров персонажей, главным среди которых, несомненно, являлся положительный образ революционного героя. Отличительными особенностями советского подхода были более реалистичное и детальное отображение выражения лица героя, что позволяло подчеркнуть его характер; более четкая обработка всей картинке, тем самым выделение главного образа. В дополнение к рекламной функции киноафиши стали инструментом еще и политической пропаганды [3].

«Мост» (1949) – это первый художественный фильм раннего периода становления нового Китая. Эта картина впервые в истории китайского кинематографа рассказала на экране историю труда и борьбы рабочего класса за создание нового Китая. Фоном для афиши данной киноленты стала трудовая сцена из спектакля. Основной цвет афиши – темно-красный, говорящий о том, что сталевары не боятся трудностей, они активно и уверенно делают свое дело. В центре плаката выделяется иероглиф «мост». Герои и основной сюжет описаны кратко и сдержанно. Простота и лаконичность – главные черты творческого подхода мастеров того времени, открывших естественность фильмов и

приблизивших киноленты к реальной жизни простых людей, которые повлияли на стиль выполнения афиш.

Третий период становления искусства киноафиш начинается с 1990 г. Китайское общество становилось все более открытым для зарубежной культуры, контакты с западом постоянно расширялись, под влиянием чего кинематограф отличался разнообразием и приобретал сложные формы. Данный период можно также назвать временем диверсификации китайского кино. Роль киноафиш как инструмента политической пропаганды практически исчерпала себя, в то же время на первый план вышли экономические и развлекательные функции, постепенно превратив афиши в коммерческий придаток кинематографии. Вслед за стремительным развитием науки и техники большие рукописные плакаты раннего периода начали медленно исчезать из поля зрения. На смену им пришел компьютерный дизайн, позволяющий гениально просто и легко сводить любые изображения и достигать невероятного сюрреалистического эффекта, чего никак нельзя было бы добиться с использованием ручной графики. Широкое распространение компьютеров изменило старые формы дизайна и подарило разработчикам афиш для китайских кинолент новые мощные «крылья», открыло для них новый мир творческого дизайна. В области создания и разработки киноафиш непрерывно находят себе место различные инновационные приемы: это и цифровая обработка изображений, и применение для печати струйных принтеров, и принты фотомозаик. В зарубежных странах используются для рекламы кинофильмов большие электронные табло. Развитие коммуникаций, увеличение скорости связи и, как результат, сокращение расстояний – все это содействовало большему, чем когда-либо, прорыву в области плакатного дизайна для китайской киноиндустрии, который обусловил мировые тенденции развития этого вида искусства [4].

Начиная с 1990 г., китайский кинематограф стал оживать на сцене мирового кино. Для того чтобы сделать китайские фильмы еще более популярными на международной арене, к созданию афиш стали предъявлять международные требования. Примером может служить гонконгская кинолента «В любовном настроении» (релиз 2000 г.). Фильм был удостоен высшей награды мира кино в номинации «Лучший иностранный фильм» на кинофестивалях в пяти странах мира (Франции, Германии, Великобритании, Италии и Австралии). Европейские и амери-

канские критики дали одну из самых высоких оценок именно этому китайскоязычному фильму. Режиссер картины Ван Цзявэй, чтобы выпустить фильм в прокат в разных странах и адаптировать его вкусам аудитории из разных регионов, специально подготовил три версии ленты: гонконгскую, французскую и английскую. В результате все три версии пользовались огромным успехом как у массовой аудитории, так и у коллекционеров. Другим примером можно назвать снятый режиссером Чжаном Имоу в 2004 г. кинофильм «Дом летающих кинжалов» (релиз 2004 г.). Эта картина в 2004 г. была удостоена премии «Оскар». Афиши для киноленты «Дом летающих кинжалов» насчитывают более десяти вариантов, среди них плакаты для китайского, американского, корейского, японского, немецкого, британского и других релизов. В разных странах афиши были неодинаковые, из чего следует, что успех кинокартины неразрывно связан с рекламными плакатами и афишами.

Дизайн китайских киноафиш непрерывно развивается и совершенствуется. На основе унаследованных традиций достигаются новые высоты, выстраивается собственный новый дизайнерский стиль. В настоящее время искусство создания киноафиш и китайский кинематограф вместе вступают в новую эпоху, и мы, безусловно, искренне верим в то, что их будущее будет еще более успешным.

Список использованных источников

1. Ван, Шоучжи. История мирового дизайна / Шоучжи Ван. – Шанхай: Шанхайское муз. изд-во. – 1999. – 201 с.
2. Хуан, Вэньда. История развития зарубежного кино / Вэньда Хуан. – Шанхай: Изд-во Гуцзи. – 2003. – 476 с.
3. Хуан, Чживэй. Сборник киноафиш за 1905–1966 годы / Чживэй Хуан. – Шанхай: Изд-во науч.-тех. лит. – 2004. – 165 с.
4. Чжоу, Син. История китайского кинематографического искусства / Син Чжоу. – Пекин: Изд-во Пекинского ун-та. – 2005. – 243 с.