

вышел в 2007 г. Украинское талант-шоу «Рассмеши комика» стало настолько успешным, что версии появились в России, Беларуси, Литве, Казахстане, Армении, Грузии. Несмотря на то, что в создании различных юмористических проектов на постсоветском пространстве участвуют представители Беларуси, местное производство подобных передач происходит непоследовательно и не является ведущей отраслью телеиндустрии. Происходит или создание аналогов («Вечерний Минск», КВН), или приобретение прав на трансляцию предыдущих сезонов популярных шоу («Comedy Баттл», «Comedy Woman»), редкие оригинальные проекты («Хали-гали», «Fashion чарт») в основном пока не имеют внушительного успеха у аудитории.

1. *Голядкин, Н. А.* Краткий очерк становления и развития отечественного и зарубежного телевидения : в 2 ч. / Н. А. Голядкин. – М. : Ин-т пов. квалиф. работников телевидения и радиовещания, 2001. – Ч. 1. – 90 с.

2. *Егоров, В. В.* Телевидение. Страницы истории / В. В. Егоров. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 202 с.

3. *Курова, Е. Г.* Российская телевизионная культура: анализ современной ситуации : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 24.00.01 / Е. Г. Курова. – Ростов н/Д : Юж. федер. ун-т, 2008. – 160 с.

ИССЛЕДОВАНИЕ: СОВРЕМЕННАЯ СИТУАЦИЯ И РАЗВИТИЕ ТЯНЬЦЗИНСКОГО «СЯНШЭНА»

Хуан Шао Хэн,

*соискатель аспирантуры Белорусского государственного
университета культуры и искусств*

Тяньцзинь является родиной театрального искусства малых форм. С 1998 г. в чайных стали возобновляться выступления в жанре традиционного китайского комедийного представления под названием сяншэн. В статье освещены вопросы формирования тяньцзинских чайных и рынка выступлений в жанре сяншэн, проанализированы трудности и тенденции развития рынка сяншэна, внесены предложения по развитию данного жанра.

Сяншэн как вид искусства имеет прочную национальную основу и находится на весьма высоком уровне. Об этом свидетельствуют и популярность нескольких десятков чайных, в которых дают представления, и множество молодых и немолодых исполнителей этого жанра, которые продолжают многогранные традиции китайской народной комедии, и проведение в Тяньцзине всекитайского конкурса новых произведений сяншэн.

Как правило, в тяньцзинских чайных главным пунктом развлекательной программы является представления сяншэн, которые обычно дают по вечерам. Интерьер чайных усиливает восприятие выступления артистов. Он выдержан в традиционном китайском стиле: антикварные столы и стулья, в стороне от зрительного зала прилавки, где можно приобрести напитки, семечки и чай. У посетителей, побывавших на представлении артистов сяншэна, одетых в специальный халат и рассказывающих традиционные шутки, возникает ощущение, будто время повернулось вспять. Входной билет в такую чайную можно приобрести в кассе у входа либо на ресепшене. Причем, чай подается бесплатно.

С коллективами, которые выступают в жанре сяншэн, до 2013 г. сотрудничали 13 чайных, в том числе «Минлю», расположенная в барабанной башне (вышка *во многих крупных городах для отбивания времени или подачи сигнала тревоги*), «Синьминлю», расположенная на улице Древней культуры, «Чжунхуа Цююань», «Малый зал китайского театра», чайная «Большая золотая сцена сяншэн», «Литературный мир Цянь Сян И», «Лэ Хай море музыки».

Чайные, в которых дают представления в жанре сяншэн, получают довольно высокую прибыль. Ежегодный доход самой популярной по количеству представлений чайной «Минлю» составляет более 2 миллионов юаней (294 118 долларов). Ежегодный доход остальных чайных превышает один миллион юаней.

Тяньцзинские чайные, в которых дают представления сяншэн, находятся в частной собственности, ответственность за прибыль и убыток несет хозяин чайной, эти заведения не относятся к министерству культуры и не имеют финансовой под-

держки государства. Поэтому действует такая форма ведения бизнеса как единоличное владение, хозяин чайной выступает в роли владельца театра, а также менеджера и администратора.

Тяньцзинская чайная «Минлю» в области маркетинга превосходит другие чайные, так как она сотрудничает с туристическими агентствами. Поэтому эта чайная известна далеко за пределами Тяньцзина, люди приезжают со всех провинций Китая специально, чтобы насладиться этим жанром искусства.

Для привлечения зрителей на представления сяньшэн владельцы чайных у входа вывешивают расписание на неделю с названиями выступающих коллективов, также используют интернет-рекламу. Кроме того, в Тяньцзине есть очень много старых поклонников (фанатов) данного жанра, которые в своем блоге описывают впечатления от выступлений, дают оценку чайной и выступавшему коллективу, что тоже в какой-то степени становится рекламой «сяньшэна».

Чем же так привлекателен сяньшэн? Во первых, в современных условиях жизни людям приходится часто испытывать сильный стресс, поэтому «народная комедия» является своеобразным средством эмоционального и психологического оздоровления человека. Во вторых, этот жанр родился в народе, многие эпизоды, анекдоты (скетч) взяты из повседневной жизни трудящихся. Став частью массовой культуры, стиль данного жанра не возвышенный, но и не нарушающий приличия. Преимущественно в коллективах существуют строгие ограничения на развлекательные вольности вульгарного толка.

Сегодня сяньшэн как часть традиционной китайской культуры находится в непрерывном процессе преобразования (обновления), поиска инноваций в содержании и форме.

Тем не менее, существует ряд проблем в развитии этого вида искусства. Так, написанные произведения в этом жанре не успевают угнаться за потребностями публики. Некоторые авторы в жанре сяньшэн переквалифицировались: одни стали писать миниатюры, другие – сценарии к сериалам. Гонорары у автора сяньшэна значительно ниже, чем, скажем, автора сценария сериала или миниатюры. В целом зарплата артиста, выступающего в жанре сяньшэн в тяньцзинских чайных, небольшая. Под влиянием шоу по созданию звезд, таких как «Супер-девушка»,

«Счастливым мужской голос» и других, которые пользуются огромной популярностью, некоторые молодые артисты, получив известность на телевидении и в СМИ, а также почувствовав вкус больших денег, не планируют постигать искусство сяншэна. Немаловажен и тот факт, что в чайных можно наблюдать выступления молодых артистов, которые, не достигнув зрелости в мастерстве, стремятся как можно быстрее добиться успеха. А старые актеры – довольно пожилые люди, которые в любой момент не смогут выйти на сцену, и сяншэн в чайных останется без преемников.

Пожалуй, главная проблема развития сферы культуры в Китае, в том числе народного комедийного театра, состоит в том, что ценностная ориентация, знания, способности, образ мышления обладают ярко выраженной экономической окраской. В настоящее время традиционная бизнес-модель (модель управления) чайных связала развитие рынка сяншэна по рукам и ногам. У чайных нет возможности стать основным субъектом рынка, всесторонне участвовать в рыночной конкуренции и, более того, продвигать жанр сяншэна на всей территории страны.

В Тяньцзине еще не сформировался открытый, конкурентоспособный эффективный рынок культуры; медленно развиваются посреднические структуры; план по продвижению продуктов театрального искусства и рыночные операции в этой сфере весьма слабы, также ощущается острая нехватка таких специалистов, как импресарио, продюсеров, букинг-менеджеров и т. д. Добавим к вышеизложенному традиционную модель управления, закостелое мышление управленческого аппарата, слабое новаторское мировоззрение, и как результат высокий уровень себестоимости сферы управления.

Тем не менее, выступления в жанре сяншэн набирают популярность, в Пекине появились коллективы «Дэ Юнь Шэ», «Сиха Бао Фу Пу» и клуб «Сяншэн выходного дня». Также были организованы специальные площадки для выступления в музыкальном театре «Тяньцяо», в чайной «Гуан Мин Гэ» и дворце культуры района «Дунчэн». Сейчас сяншэн тяньцзинских чайных вступил в новую фазу развития. Учитывая привередливую, что касается места и темы выступления, публику,

чайные должны обдумать новую стратегию развития. Поэтому в тех случаях, когда это представляется возможным, владельцам чайной желательно позволять коллективам сяньшэна участвовать в ежедневном управлении чайной (осуществление административных функций), реализовать принцип комплексного подхода к планированию.

Соответственно, нужно в полной мере использовать современные мультимедийные и сетевые преимущества, для того чтобы создать интегрированное, систематическое, крупномасштабное продвижение продуктов искусства.

В области маркетинговой стратегии необходимо полностью реализовать возможности посреднических организаций, поощрять сотрудничество художественных коллективов и компаний-посредников, расширять каналы распространения художественного продукта. Чтобы в значительно больших масштабах популяризировать сяньшэн, тяньцзинским чайным необходимо полностью задействовать средства массовой информации, такие как радио, телевидение, газеты, интернет и т. д.

Развитие рынка сяньшэна невозможно без талантливых артистов, одаренных авторов этого жанра и профессиональных менеджеров. На наш взгляд, отделу культуры г. Тяньцзиня в корне необходимо оптимизировать область образования в сфере искусства, всесторонне продвигать создание школ малых форм театрального искусства, воспитывать и развивать новые таланты.

В настоящий момент в театральных коллективах повсеместно наблюдается нехватка новых программ, слабая творческая составляющая создания номеров, информационная асимметрия в рыночном спросе и т. д., все эти факторы сдерживают развитие рынка тяньцзинского сяньшэна. Должно быть, если создать творческий фонд развития, из которого авторы смогут получать определенную сумму денег, такой шаг помог бы повысить активность профессиональных, талантливых авторов, пишущих в жанре сяньшэн.

Каждому коллективу в отдельности также необходимо серьезно подойти к вопросу исследования рынка, понять, что на самом деле предпочитает зритель, затем на основе лучших традиционных произведений, переданных по наследству, соз-

давать новые, оригинальные, высококачественные номера, только так можно получить признание публики. Наряду с этим, чтобы дать национальной культуре больший простор для развития, необходимо повышать мастерство артистов, развивать, воспитывать следующее поколение талантов и адаптироваться к развитию в новой среде.

Целью и большого, и малого театрального коллектива должно стать создание шедевров в жанре сяньшэн, которые будут доходчивыми и в то же время художественно изысканными, понятными не только знатокам данного жанра, но и обычным людям. Таким образом, можно повысить степень удовлетворенности народной публики.

Важными факторами, влияющими на приток посетителей, являются мероприятия по обслуживанию кинотеатров, театров, отношение персонала данных учреждений, сама обстановка внутри помещений и снаружи. Необходимо провести обучение обслуживающего персонала, уделить внимание хотя бы самым базовым вещам. Как персонал обращается с посетителями, владеет ли искусством общения, насколько хорошо знает культурный продукт (*в данном случае сяньшэн*) и т. д. – это области, в которых персоналу стоит пройти аттестацию. К тому же, повышая качество обслуживания, необходимо принимать во внимание психологические особенности публики. Учитывая вышеизложенные факторы, тяньцзинские чайные в целом смогут повысить качество своего обслуживания. Выступление сяньшэна, проходя процесс от создания до выхода на сцену, должно быть ориентировано на рынок культуры, но при этом удовлетворять запросы зрителей.

Рынку выступлений тяньцзинского сяньшэна необходимо пройти здоровое, согласованное, продолжительное развитие, а это еще довольно долгий путь, а в связи с этим необходимо строго руководствоваться правилами искусства и правилами рынка, научиться использовать эти два параметра [1, с. 21]. Также необходимо научиться перенимать опыт городов других провинций. Ориентирование на рынок, углубление структурных реформ; шаг за шагом претворять в жизнь передовую систему управления и маркетинговую модель; уделить внимание созданию команды профессионалов, обучить талантливых

артистов, выступающих в жанре сяньшэн, авторов и импресарио; развивать публику, уделяя внимание потребительской психологии зрителя. Необходимо раскрепостить сознание, усилить творческое мышление, выбрать научный путь развития. Таким образом, традиционное искусство г. Тяньцзиня сможет выйти на мировую арену.

1. 陈曼娜.天津近代戏剧艺术产业化初探—以茶园戏曲经济为个案[J]. 华中师范大学学报(人文社会科学版). – 2006. – № 02. Чэнь, Мань На. Начальное исследование индустриализации тяньцзинской современной драмы – экономика китайской оперы в чайных / Мань На Чэнь // Вестн. Китайского центрального пед. ун-та. – 2006. – № 2. – (Гуманитарные и социальные науки).

МАТЕРИАЛЫ И ТЕХНОЛОГИИ СОЗДАНИЯ КИТАЙСКОГО ВЕЕРА

Цинь Линлин,

*соискатель аспирантуры Белорусского государственного
университета культуры и искусств*

Веер в китайской традиционной культуре занимает центральное место. С древних времен до настоящего момента он является не только аксессуаром знатных господ, но и важным символом, заключающим глубокий смысл. Несмотря на то, что современная наука и техника уже нашла замену его основным утилитарным функциям, веер невозможно отнести только к архаическому артефакту. Его неповторимая форма, многообразие декора, изысканность внешнего вида по-прежнему привлекают внимание разных людей – от респектабельных модниц и кутюрье до ученых и умелых мастеров.

Веер имеет многотысячелетнюю историю своего развития (около 3 000 лет). В глубокой древности люди при помощи минимально обработанных крупных листьев или перьев получили предмет, спасающий от изнуряющей жары, под названием опахало (или «чжан шань»), ставший прототипом современного веера. В дальнейшем веер приобрел статус символа, отобра-