Т.И. Виноградова
Библиотека РАН, Санкт-Петербург

Эволюция оформления обложки китайской книги как отражение перемен в традиционной культуре

История книги – живое отражение истории развития общества и его культуры. Любое изменение во внешнем облике традиционной книги есть показатель определенных сдвигов в общественной жизни главным образом потому, что книга как субъект рынка, чье производство, распределение и потребление есть результат совокупных действий многих людей разных специальностей, вынуждена немедленно реагировать на запросы публики и удовлетворять этим запросам. Любое изменение физического облика книги, не нашедшее поддержки у покупателя, не может закрепиться надолго и сделаться нормой. В этом смысле весьма показательна история оформления обложки китайской книги, на которую исследователи обычно обращают мало внимания.

Столетия традиционного бытования китайской книги внешний облик обложки не менялся: книга оборачивалась в синюю бумагу чуть толще той, на которой набиралась сама, тетрадь складывалась и прошивалась. Китайская книга не знала переплета в европейском понимании, книга была тонкой и «мягкой», поэтому при хранении должна была лежать, а не стоять, многотомные издания помещались в картонную коробку также обычно синего цвета. Название книги писалось на полосе белой бумаги, которая приклеивалась к лицевой стороне обложки. Из-за того, что существовала постоянная опасность утраты этой бумажки, заглавие дублировалось на верхнем срезе книги, который при хранении был обращен к читателю. Такое оформление произошло еще от обычая прикреплять бирки с названиями к древнейшим китайским книгам-свиткам.

Некоторое исключение представляли собой книги для императоров, они имели обложку желтого цвета, с оттиснутыми силуэтами драконов, и обтягивались тонким шелком поверх бумажной основы. Интересно, что эту особенность императорских книг сумел мастерски использовать

© Виноградова Т.И., 2009

предводитель тайпинов Хун Сюцюань, оформлявший свои официальные издания подобным образом: на обложке *Тайпин цзюши гэ* («Песнь о спасении мира Тайпинами») мы видим стилизованные изображения драконов и фениксов. На это обстоятельство как на знаковое для книжной культуры обращает внимание Ван Боминь в своей книге «История китайской гравюры» [1, с. 142].

Возможность подлинного изменения оформления обложки принесла с собой новая техника книгопечатания, внедрявшаяся в Китае европейцами. Книга, отпечатанная с применением новых технологий, имела организованный по западному образцу переплет, и соответственно, могла себе позволить иное, отличное от традиционно лапидарного, оформление обложки. Использовать эту возможность стали далеко не сразу. Как известно, книги современного образца приживались в Китае довольно медленно, несмотря на все усилия западных миссионеров и коммерсантов, а также увлеченных новыми возможностями китайских издателей. Вначале на смену традиционной ксилографии пришла литография как техника, наилучшим образом способная сымитировать облик ксилографической книги. Обложка китайской литографической книги оформлялась традиционным образом. И лишь позднее на смену литографии пришел типографский набор со всеми его новыми возможностями, что открыло новую страницу в истории китайской книги.

Использование твердых картонных, значительно реже – дорогих кожаных переплетов, началось сразу же после того, как китайские издатели перешли от литографии к типографскому набору. Новый способ переплета книги открыл новые возможности в оформлении обложки. Заглавие издания уже набиралось непосредственно на обложке и корешке, поэтому почти сразу же его перестали оттискивать на верхнем срезе. На обложке начали пропечатывать некие узоры, довольно простые орнаменты. Были случаи появления на обложке фотографии, иногда в окружении растительного орнамента.

10–20-е гг. XX в. были временем необычайного расцвета популярной прозы. Основным направлением явилась деятельность так называемой школы *Юаньян худе пай* («Мандаринских уток и бабочек»), процветали и другие направления популярной литературы, чью массовость могли обеспечить именно новые типографские методы. Издатели активно использовали возможности ярких обложек, реже – обложек с иллюстрациями. В то время авторы популярных книг были еще «сами себе антрепренерами», позднее ситуация менялась, возникла целая специализация людей, обслуживающих написание, издание и распространение «дамских» романов [3, с. 55, 66]. Когда в 1940-х гг. «школа мандаринских уточек» переживала свое второе рождение, ее обслуживала уже целая профессиональная группа писателей, издателей и типографов.

Издатели популярной продукции и дешевых романов первые осознали, что обложка книги может и должна служить рекламой изданию посредством раскрытия его содержания. Так, на книжных обложках

впервые появилась иллюстрация к произведению, чего ранее никогда не было.

Иллюстрация переместилась из внутренней части книги на обложку, более того, зачастую все иллюстрации к книге обложкой и ограничивались.

Рассмотрим, например, шеститомное шанхайское издание 1937 г. романа Юй Тянь-чжао «Горестная история конца Мин» (*Мин мо тунши яньи*), традиционного исторического романа по духу и содержанию. В тексте романа нет иллюстраций, но все 6 небольших книжечек переплетены в обложку с одним и тем же рисунком – выполненной в обычной псевдонародной манере батальной сцене (см. [2]).

Популярные авторы стали печататься не только в книгах – как однотомных, так и продолжающихся многотомных изданиях, появлялись журналы, специализирующиеся исключительно на публикации произведений популярной литературы.

Напомним, что возникновение китайской журналистики «современного стиля» относится к 90-м гг. XIX в., особенно увеличилось количество журналов в результате «Великого пробуждения» после поражения в войне с Японией. На первых порах китайская журналистика формировалась как политическая и коммерческая, обслуживающая интересы китайского бизнеса, но постепенно китайские журналы все более популяризировались, стали работать на целевую аудиторию – появились многочисленные таблоиды, юмористические журналы, специализированные литературные журналы, работающие в разных жанрах. Именно такого рода периодические издания начали применять различные методы рекламного характера для привлечения публики.

Понимание того, что тематически украшенная обложка издания может служить привлечению к нему внимания читателя, пришло в голову прежде всего не издателям книг разных профилей, но издателям журналов. Именно журналы первых десятилетий прошлого века стали формировать облик новой городской культуры, тогда как в прошлые периоды такие функции – с некой долей условности, конечно, – выполняли издания популярной иллюстрированной литературы и гравюры-иллюстрации массового спроса на отдельном листе.

Издания, ориентированные на достижение быстрого коммерческого успеха, всегда, в любых обществах наиболее быстро реагируют на последние технические достижения. Вспомним, как стремительно китайская народная гравюра отреагировала на появление многоцветной печати, которая была, в общем, проигнорирована книгоиздателями, и именно применение многоцветной печати позволило народной картине стать столь популярной.

Точно так же и нарождающаяся китайская журналистика использовала новые возможности, применяя в оформлении обложек своих изданий достижения традиционной графики, перенесенные на новую почву и переосмысленные с учетом европейской и японской оформительской традиции. Если для привлечения внимания к самому изданию на обложку

помещали рисунок, то для рекламы товаров и услуг в журналах все чаще привлекали фотографию, близкое соседство традиционной графики и фотографии сообщало печатной продукции весьма интересный художественный эффект.

Особая страница в истории китайской журналистики – шанхайская пресса периода японской оккупации. Начиная с 1943 г. шанхайские журналы издавались совместно с японцами с целью продвижения идеи создания «Великой Восточно-Азиатской сферы совместного процветания». Японцы четко осознали пропагандистские возможности эффектных журнальных обложек (см. [3, с. 7]).

На обложке журнала «Вэнью» («Literary Companion») от 1 августа 1943 г. помещен акварельный рисунок японского художника (см. [3, илл. 1]): китаянка с распущенными волосами на фоне шанхайского пейзажа. Называется картинка «Празднуем возвращение шанхайских концессий». Антизападный символизм картинке придает то обстоятельство, что китаянка в традиционном костюме изображена крупно поверх знакомых силуэтов района западных концессий.

Все три года существования шанхайско-японских журналов их издатели прибегали к использованию подобной символики: «Китаянки, одетые или в повседневную одежду, или в театральные костюмы, были включены в символические изображения „паназиатизма“ и „антизападного империализма“ и занимали большинство журнальных обложек» [3, с. 8]. Обложка номера «Вэнью» от ноября 1944 г. изображает две похожие на манекены женские фигуры, одетые в костюмы времен Цин. Эти изображения ясно показывают, как японская пропагандистская машина использовала типичные изображения китаянок как «символы китайского сотрудничества с режимом» [3, с. 8].

Именно в Шанхае времен японской оккупации произошел небывалый рост журналистики, заставляющий впервые говорить о создании журнальной индустрии в Китае. Тому есть ряд причин – с конца XIX в. именно Шанхай и Токио с его многотысячным китайским студенчеством были городами, где печаталось наибольшее количество журналов на китайском языке, в оккупированном Шанхае весь накопленный за почти полстолетия опыт нашел применение. Японцы проводили тонкую политику по привлечению коллаборационистов, учитывали вкусы публики, привлекали в небывалых доселе количествах женщин и к писанию, и к оформлению дамских литературных и домашних журналов.

Журнальная индустрия нуждалась в появлении специально обученных людей. Выпускники шанхайской Школы изящных искусств (*Шанхай хуапай*) оказывались немедленно востребованными, причем чаще всего именно для «дизайна обложки» [3, с. 87–88].

Характерной чертой этого нового «дизайна» стало создание образов в неоклассическом стиле (см. [3, с. 86]). Чаще всего для этих целей использовали несколько модернизированные изображения либо *шинюй* – грациозных девушек, либо *хуаняо* – видоизмененный классический

жанр «цветы и птицы». Создатели подобных композиций на обложках шанхайских журналов 30–40-х гг. XX в. не скрывали, что прямо подражали художественному стилю У Южу (1850–1893) в *Дяньшичжай хуабао*, *Лиши хуабао*, *Фэйинь гэ хуабао* и других шанхайских иллюстрированных литографических журналах конца XIX в. Напомним, что У Южу – художник с весьма примечательной судьбой, начавший свою карьеру как мастер традиционных промыслов народной картины *няньхуа* в Сучжоу. В 1860 г. после захвата Сучжоу тайпинами он переезжает в Шанхай, где зарабатывает на жизнь жанровой живописью, а позднее сотрудничает с первыми национальными иллюстрированными журналами. Стиль У Южу оказался востребован на художественном рынке Шанхая спустя десятилетия, таким образом, от мастера народных картин XIX в. прослеживается непрерывная линия к журналистике середины XX в., функционирующей уже в совершенно других условиях, в культуре, казалось бы, совершенно иного типа.

Одной из значительных работ последнего времени, осмысляющей проблемы зарождения и развития китайской журналистики, является статья Лео Оуфань Ли и Эндрю Нэтана «Начала массовой культуры: журналистика и художественная литература конца Цин и позднее», опубликованная в сборнике «Народная культура в позднем императорском Китае» под редакцией Д. Джонсона, Э. Нэтана и Э. Равски. Статьи этого издания носят программный характер, исходя из целей издателей сборника «…перевести изучение неэлитарной культуры в основной поток академического дискурса о традиционном Китае» [5, с. IX]. Указанный в сборнике хронологический отрезок мыслится как переходный период от традиционной народной к современной массовой культуре (см. [5, с. XVI]).

Под «массовой культурой» Лео Ли и Э. Нэтан понимают культуру общенациональную, единую для всех классов и контролируемую сверху (см. [4, с. 360]). Это определение, как нам представляется, более подходит к культуре не массовой, но тоталитарной, ведь и сами авторы полагают, что массовая культура сформировалась в Китае в общих чертах в период с 1949 по 1956 г.

Традиционная народная культура едва ли совершала и совершила переход к массовой культуре того типа, как ее определяют авторы статьи. Скорее, былая элитарная культура путем сложных, часто – насильственных трансформаций перешла на службу к тоталитаризму, взяв для декорации и удобства пропаганды среди широких народных масс некоторые черты народной культуры.

Лео Ли и Э. Нэтан весьма скупо и с пренебрежением рассказывают о тех явлениях, которые нам представляются началами массовой культуры иного типа – не идеологизированной, ориентированной на просвещение населения по западной модели, но коммерческой: популярной жанровой литературе, журналах-таблоидах. Нет информации и о художниках,

работавших в популярных изданиях: У Южу, знаковая фигура китайской журналистики, не упоминается в их статье ни разу.

Такого типа «прозападный» подход к истории китайской культуры конца Цин – первых десятилетий Республики вызывает у ряда ученых серьезные возражения, наиболее четко они сформулированы в книге Дэвида Дэр-вэй Вана «Блеск конца века. Подавленный модернизм поздней цинской прозы, 1849–1911» (см. [6]). Дэвид Ван полагает, что в традиционной китайской литературе указанного периода были все основания для того, чтобы развиваться и модернизироваться изнутри, но ростки новой литературы были погублены в ходе Движения 4 Мая, переориентировавшего китайскую литературную традицию на реформы по западному образцу.

Аргументы Дэвида Вана вполне применимы не только к литературе, но и к культуре Китая, в частности, к журналистике и к оформительскому искусству. Лео Ли и Э. Нэтан видят ключевой фигурой в создании китайской массовой культуры Лян Цичао, тогда как изучение физических характеристик китайских изданий первой половины прошлого века дает основание поставить на этот пьедестал У Южу.

Литература

1. *Ван Боминь*. Чжунго баньхуа ши. Шанхай, 1961.

2. *Виноградова Т.И.* «Горестная история конца Мин» («Мин мо тунши яньи») – архаический исторический роман первой половины XX в. // Вестник Восточного института. СПб., 2001. Т. 7, № 1 (13), с. 35–40.

3. ***Huang N.*** Women, war, domesticity. Shanghai literature and popular culture of the 1940s. Leiden–Boston, 2005.

4. ***Lee Leo Oufan*** and ***Nathan Andrew J***. The beginnings of mass culture: journalism and fiction in the late Ch'ing and beyond // Popular culture in late imperial China. Berkeley–L.A.–L., 1985, c. 360–398.

5. Popular culture in late imperial China. Berkeley – L.A. –L., 1985.

6. ***Wang D. Der-wei***. Fin-de-Siècle Splendor. Repressed modernities of late Qing Fiction, 1849–1911. Stanford, 1977.