

Значение китайского фарфора в мировой истории

Научный руководитель – Борисович Владимир Кошаев

Ли Тунсинь

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет искусств,
Кафедра семиотики и общей теории искусства, Москва, Россия

E-mail: litongxin1989@163.com

Американский историк Роберт Финли в своей монографии сказал: «Величайшая ценность китайского фарфора для исследований мировой истории заключается в том, что он отражает одно из крупнейших событий культурной трансформации». Крупнейшая культурная трансформация - это широкомасштабный процесс глобализации, который начинается с XVI-го века. Этот процесс не только устанавливает морской торговый канал между Востоком и Западом, но также объединяет новый мир и старый мир. Первоначально формируется глобальная торговая сеть, и по всему миру нет обмена товарами (1).

Товаром международной торговли фарфор становится с VII-го века, однако объем продаваемых текстильных изделий из шелка и хлопка был много значительнее. Значимость китайского фарфора в торговом обороте Востока и Запада еще и в XVII веке все же отставала от торговли пряностями и чаем. Торговля китайским чаем в XVIII веке превосходила торговлю фарфором. Тем не менее именно фарфору предстояло стать основным культурным фактором связи. Роберт Финли отмечал: «Только фарфор не только имеет долгую историю, но и играл центральную роль в культурном взаимодействии» (1). Важным этапом в развитии китайской фарфоровой культуры. До династии Мин, производство китайского фарфора основывалось на чистой цветной глазури и в период династий Мин и Цин китайская керамическая промышленность достигла своего пика. При этом фарфоровая промышленность наиболее представительна в Цзиндэчжэнь. В центре же Китая фарфоровая продукция бедна (2). Особенно ценился синий и белый фарфор династии Мин, от Юнлэ до Сюаньде. Именно в это время открывается новая эра китайских фарфоровых ремесел - это был золотой век китайского экспорта фарфора. Помимо синего и белого фарфора ценился цветной фарфор и фарфор Гуанчжоу золотого цвета. Белый фарфор Фуцзянь Дэхуа в Гуанчжоу известен как «китайский белый» в Европе и называется «белое золото». Широко распространено мнение, что китайский фарфор обладает свойством «устранения пищевой токсичности». В определенном смысле именно практическим и эстетическим функциям фарфор обязан своей популярности, и прежде всего в европейских семьях высшего сословия..

«Крупнейшая культурная трансформация» - это процесс взаимодействия стран с 16-го века в области морской торговли интеграции культур, доступности товаров по всему миру, когда культуры разных регионов стали выходить на международную арену. Это «культурный цикл» встречного взаимодействия, взаимного обучения которые привели к мировым преобразованиям в мире.

В качестве примера покажем декор китайского фарфора: узор цветка пиона на протяжении трех поколений фарфора в династиях Юань, Мин и Цин, который был преобразован из растительного узора арабского мира. Китайская керамика использовала этот

модифицированный экзотический орнамент для своих изделий, который распространился по всему миру. Впоследствии эта фигура перенесена на текстильные, металлические, стеклянные или архитектурные украшения и вызвала головокружительные изменения. Этому способствует торговая привлекательность фарфора. Впоследствии произведения искусства трансформируются сферой дизайна, и они становятся носителями духовных ценностей, таких как эстетика и убеждения, и становятся коллекцией семейного наследия.

Во многом благодаря торговле фарфором формируются религиозный обмен (культы буддизма, ислама, христианства) в Китае, а также элементы науки, демократии, прав человека и верховенство закона в Китае. Китайские социальные изменения: концепция причинности, реинкарнации, рая, ада, первородного греха восприняты Китаем, что изменило китайское мировоззрение. И наоборот - Китай сообщает миру ценности конфуцианства и даосизма, хань-буддизма. Вместе с фарфором, мир импортировал много сорта сельскохозяйственных культур в Китай (пшеницу, виноград, помидоры, сладкий картофель, перец, табак, кукуруза и картофель), что обогатило структуру питания.

Таким образом, шелк, чай и в особенности фарфор существенно изменили образ жизни в Юго-Восточной Азии, Южной Азии, Западной Азии и Европе.

Источники и литература

- 1) Роберт Финлей [U+FF08] Robert Finlay). The Pilgrim Art: Cultures of Porcelain in World History. Америка, Journal of World History Vol. 9, No. 2 (Fall, 1998), С. 141-187, Published by: University of Hawai'i Press.
- 2) 2. Департамент легкой промышленности провинции Цзянси Институт исследований керамики Цзиндэчжэнь: фарфор Китая. – Китай, Китайское финансово-экономическое издательство, 1963. – С. 172.

Иллюстрации



Рис. 1. Узор сине-белого пиона династии Юань - Музей Запретного города



Рис. 2. Синяя и белая завернутая цветочная миска династии Мин - Музей Запретного города



Рис. 3. Цветочная палитра династии Цин - Музей Запретного города



Рис. 4. Династия Мин Дехуа, белая фарфор , гравированная ваза с рисунком магнолии - Музей Запретного города



Рис. 5. Розовая фарфоровая шариковая ваза династии Цин - Музей Запретного города



Рис. 6. Династия Цин Гуанцай Керамика Портреты - Музей Запретного города



Рис. 7. Морской Шелковый Путь - Фарфоровая Дорожная Карта