

ДИЗАЙН & ПРИЛОЖНИ ИЗКУСТВА

ДИЗАЙН & ПРИЛОЖНИ ИЗКУСТВА

проф. д-р Маня Вапцарова, доц. д-р Клавдия Камбурова - рецензенти

НХА – дизайн

Румяна Маринова – коректор и редакция

All rights reserved. No part of this book may be reprinted or reproduced or utilized in any form or by any electronic, mechanical, or other means, now known or hereafter invented, including photocopying and recording, or in any information storage or retrieval system, without permission in writing from the editors (for the whole book) and from the authors (for their respective chapters).

© 2021 Selection and editorial matter, Tatiana Stoitchkova, Velichka Minkova; copyright for individual chapters resides with the contributors ISBN 978-954-2988-68-7

National Academy of Arts, Sofia

2021 София

Национална художествена академия

СЪДЪРЖАНИЕ

МАГИСТЪРСКА ПРОГРАМА „КОМПЮТЪРНИ ИГРИ“ В НХА

Арсен Минков, Национална художествена академия, София—9

ТЕКСТИЛЪТ В НАЦИОНАЛНАТА ХУДОЖЕСТВЕНА АКАДЕМИЯ ОТ НАЧАЛОТО ДО ДНЕС (1898 – 2020)

60 ГОДИНИ ОТ СЪЗДАВАНЕТО НА СПЕЦИАЛНОСТТА В СЪВРЕМЕННИЯ Й ВИД

Вержиния Маркарова, Национална художествена академия, София—17

ДИЗАЙН МИСЛЕНЕТО В ОСНОВАТА НА СЪВРЕМЕННИТЕ ТЕНДЕЦИИ В В ИНДУСТРИАЛНИЯ ДИЗАЙН

Димитър Добревски – Национална художествена академия, София—27

ПРОЕКТЪТ „125 ГОДИНИ НАЦИОНАЛНА ХУДОЖЕСТВЕНА АКАДЕМИЯ В 125+ фото кадъра“. За анализа на артефактите, пространството и медиите в контекста на дизайн процеса. Или за личния подход, изложбения разказ и перспективите пред една „домашна“ експозиция.

Теодор Лихов, Национална художествена академия, София—37

РОЛЯТА НА СВОБОДНИТЕ ИЗКУСТВА ПРЕЗ СРЕДНОВЕКОВИЕТО. ОСНОВНИ ЩРИХИ

Габриела Русинова , Софийски университет „Св. Климент Охридски“—43

ИЗСЛЕДВАНЕ НА ПРОЦЕСА НА ИНСТИТУЦИОНАЛИЗИРАНЕ НА „СОЦИАЛИСТИЧЕСКАТА МОДА“ В БЪЛГАРИЯ (1960 – 1963). КОНЦЕПЦИЯ И СТРУКТУРА НА ЦЕНТЪРА ЗА НОВИ СТОКИ И МОДА

Иван Гинчев, Национална художествена академия—53

ФОРМА И ИЗОБРАЗИТЕЛНА ПОВЪРХНОСТ В КЕРАМИЧНИТЕ ПРОИЗВЕДЕНИЯ ОТ НАЧАЛОТО НА XX В.

Ралица Гелева, Българска академия на науката —63

РАННАТА БИОГРАФИЯ НА ГАЛИН МАЛАКЧИЕВ КАТО ПРЕДПОСТАВКА ЗА ТВОРЧЕСКОТО МУ РАЗВИТИЕ

Емил Бачийски, Национална художествена академия—71

МНОГООБРАЗНИТЕ ПРОЯВЛЕНИЯ НА КАЛИГРАФСКОТО ТВОРЧЕСТВО НА БРОУДИ НОЙЕНШВАНДЕР

Жаклина Иванова Жекова, Национална художествена академия—85

ИЗКУСТВОТО В КРИЗАТА – ТРУДНОСТИ И ПОСТИЖЕНИЯ /резултати от емпирично изследване/

Живка Бушева—89

ИЗКУСТВО И МАТЕМАТИКА В ЕДНА ИЗЛОЖБА

Величка Минкова—95

ВИЗУАЛНАТА КОМУНИКАЦИЯ КАТО НЕОБХОДИМОСТ

Ивайло Тодоров, Национална художествена академия—109

РЕКЛАМНИ ПОСЛАНИЯ В ПОЛИТИЧЕСКИ ОБРАЗИ – ПРИМЕРИ ОТ ПОЛИТИЧЕСКАТА ВИЗУАЛНА КОМУНИКАЦИЯ

Татяна Стоичкова, Национална художествена академия, София—111

ГРАФИЧНИ ТЕХНИКИ В ХУДОЖЕСТВЕНАТА КЕРАМИКА – СУХА ИГЛА

Надя Текнеджиева, Национална художествена академия, София—127

СЪВРЕМЕННИ ТЕНДЕНЦИИ В ГРАФИЧНИЯ ДИЗАЙН НА ДЕТСКИ БРАНДОВЕ

Петя Благоева—135

ЛЮБОВТА КЪМ ИГРАЧКИТЕ НА КОЛЕЛА СЛЕДВА ДЕЦАТА ПО ЦЯЛ СВЯТ ПРЕЗ ВРЕМЕТО

Магдалена Серафимова—Лазарова—145

ЕФИМЕРНОТО И ДИЗАЙНЪТ НА ДЕТСКИТЕ ИГРАЧКИ

Даниела Кирилова Цветкова / Daniela Kirilova Tzvetkova—161

МЕБЕЛИТЕ КАТО ХУДОЖЕСТВЕНИ ОБЕКТИ В КОНТЕКСТА НА СЪВРЕМЕННАТА АРХИТУКТУРА

Диана Василева, Национална художествена академия—171

ОСНОВНИ ИЗИСКВАНИЯ КЪМ ПРОЕКТИРАНЕТО НА УСТОЙЧИВ ДИЗАЙН В ОПАКОВЪЧНАТА ИНДУСТРИЯ

Красимира Друмева, ВТУ”Св. св.Кирил и Методий”, гр.Велико Търново—181

ДИЗАЙНЪТ НА ОБРАЗОВАТЕЛНИ ИГРИ С ВИРТУАЛНА И ДОБАВЕНА РЕАЛНОСТ

Рая Гайтанджиева, Национална художествена академия —197

АНИМАЦИЯТА В СЕРИОЗНИТЕ ИГРИ

Ина Станишева, Национална художествена академия, София—205

ВИРТУАЛНАТА КАМЕРА КАТО ИНСТРУМЕНТ ЗА ИЗГРАЖДАНЕ НА КОМПОЗИЦИЯ ВЪВ ВИДЕО ИГРИТЕ

Емил Груев, Национална художествена академия—215

КЛАСИЧЕСКА ИЛИ БЪЛГАРСКА ФОРМА НА КИРИЛИЦА ПРИ ЗАТРУДНЕНИЯ В ПРОЦЕСА НА ЧЕТЕНЕ ОТ СПЕКТЪРА НА ДИСЛЕКСИЯ

Кристина Костова, Национална художествена академия, София—223

ОНЛАЙН И ИЗГРАЖДАНЕ НА БРАНД И БИЗНЕС УСТАНОВЯВАНЕ НА АВТОРСКИ ДИЗАЙН

Иновативни стратегии и стилове в практиката и теорията на дизайна и приложните изкуства

Теодора Спасова, Национална художествена академия, София —235

ТЕХНИКИ ЗА БАГРЕНЕ И ПЕЧАТАНЕ С ИНДИГО ЧРЕЗ РЕЗЕРВИРАНЕ

Цвета Явашева – Иванова, Национална художествена академия, София—253

СВЕТЛИННИ И ЦВЕТОВИ СРЕДСТВА, ИЗГРАЖДАЩИ ИМЕРСИВНИ СРЕДИ И СПЕКТАКЛИ

Розина Макавеева, Национална художествена академия, София—267

АНТРОПОЛОГИЧНИ ФАКТОРИ В РАЗВИТИЕТО НА ИЗКУСТВОТО И ДИЗАЙНА

Радослав Мъглов, Национална Художествена Академия, София—275

РЕЦЕНЗИЯ

проф. д-р Маня Вапцарова—288

МАГИСТЪРСКА ПРОГРАМА „КОМПЮТЪРНИ ИГРИ“ В НХА

Арсен Минков, Национална художествена академия, София

Намираме се в период, в който чествахме 125 години от създаването на Националната Художествена Академия. Това е достатъчно време, в което учебното заведение се утвърди и продължава да отстоява позициите си на водещ фактор в областта на художественото образование. Едновременно със запазване на традициите, заложените от плеядата изтъкнати автори преминали през тази школа и оставили своето творческо наследство, НХА се стреми непрекъснато да се развива като създава нови програми и усъвършенства техните образователни учебни планове.

Това с особена сила важи за специалностите от Факултета за приложни изкуства, чиято дейност е пряко свързана с всички направления в дизайна и подготвя кадри готови да се реализират в различните отрасли на икономиката.

Няколко са причините които налагат тези промени като естествен и успешен преход към постепенна и неотложна дигитализация на образователния процес.

На първо място това е грижата за самите студенти. Това поколение израства с електронни играчки, телефони, компютри, постоянна и непрекъсната връзка с интернет, споделя мислите си в социалните мрежи и вече е получило начални дигитални познания в средното образование. Съвсем естествено е те да очакват по-високата степен на обучение да надгради и усъвършенства тези знания и умения, чрез които да разгърнат своя потенциал и изразят таланта си.

На второ място това е натискът оказван от бизнеса за намиране на подходящи специалисти готови за бърза реализация на пазара на труда. Съвременната икономика използва все по-модерни технологии, въвежда се нова техника, откриват се нови ниши за разрастване дори и в областта на изкуството. Икономиката се нуждае от устойчиво развитие и качественото образование е част и основен капитал за това развитие.

Разбираемо е че държавата в лицето на МОН също се опитва да спазва европейските директиви, да предвижда мерки и да пише стратегии насърчаващи „дигиталното образование“. Естествено това е стъпка в правилната посока, но често това се прави, без да се взема под внимание състоянието на университетската база и без да се търси мнението на преподавателската общност.

За да бъде достигнато високо качество на образованието, за да отговаря то на

съвременните потребности и да осигурява в достатъчна степен ниво на умения, знания и компетенции у завършващите студенти е необходим системен подход на анализ и определяне на критерии.

Точно преди десет години в катедра „Дизайн за детската среда“ бе създадена магистърска програма „Компютърни игри“. Тази стъпка беше предприета след като внимателно бяха претеглени всички плюсове и минуси свързани с разкриването на изцяло нова магистърска програма.

Още от самото начало погледът ни бе насочен основно върху възможностите за реализация на студентите, което до известна степен предопредели основните параметри на програмата. Проектът предвиждаше да се възползваме от увеличеният брой часове свързани с изграждане на компютърни умения и базовата художествената подготовка на бакалавърската образователна степен за да започнем обучение на специалисти разработващи 2D и 3D арт съдържание за AAA /трипъл ей/ компютърни игри.

Както всяко начало така и това изискваше подготовка, която продължи почти една година. За това време катедрата предприе мащабно проучване на световния опит в тази област, тъй като в България до този момент липсваше подобен вид образование. След като се запознахме и разгледахме съществуващите образци установихме, че те се отнасят главно за четиригодишни бакалавърски програми или професионална школи с няколко месечни курсове за следдипломна квалификация ориентирани към усъвършенстване и придобиване на опит в конкретна област.

Моята участие като художник в работата за „Knight of Honor“ – игра стратегия пусната на пазара през 2005 г. с разработчик „Black Sea Studios“ ми даде възможност да използваме като консултант за написване на учебните планове основателя на фирмата Веселин Ханджиев. Неговият опит се оказа особено ценен за разбирането на това как се разработва една компютърна игра и как функционира всяка фирма занимаваща се с такава дейност.

Вече споменах, че искахме образованието което получават нашите студенти да се доближава максимално близо до условията в които ще продължат да работят и творят след завършването си, така че прекарах известно време в офисите на фирмата в стремежа си да се запозная подробно с дейността на арт специалистите.

На базата на тези наблюдения и информацията която бяхме събрали пристъпихме към съставянето на учебните планове, като спазвахме всички изисквания на Комисията по качество на НХА. Късият срок на магистърската програма /година и половина/ съпоставен с огромното количество материал, който следваше да бъде усвоен от студентите ни накара да предприемем радикално нов подход при избора на изучаваните дисциплини. Катедрата прецени, че с изключение на трите общообразователни дисциплини всички останали ще

трябва да бъдат директно насочени към усвояване на изцяло ново съдържание свързано с разработване на компютърни игри.

Проблематиката която залегна в тези нови дисциплини бе разпределена в три направления – овладяване на компютърни програми за 2D и 3D моделиране, теория на компютърните игри и специализирани предмети свързани с изпълнение на поставените задачи. Тези три направления се преплитат в едно неразривно цяло, чиито израз се явяваше завършеният дигитален продукт.

Целите които си поставихме бяха студентите да преминат в рамките на първия семестър чрез изпълняване на конкретно зададена тема /персонаж на герой и съответната околна среда/ през целия набор от дейности свързани с процеса по създаване на компютърни игри. Като се започне с изграждане на концепция и се премине през ниско полигонално моделиране, високо полигонално моделиране, ретопология, картиране на обекти, текстуриране на модели, анимиране, експортиране в двигател за игра и се приключи с презентиране на готовия продукт. Всяка една от тези дейности предполага овладяването на различни софтуерни продукти като Autodesk 3D Studio Max, Autodesk Maya, ZBrush, Adobe Photoshop, Adobe After Effects, Substance Painter, Unreal Engine и много други спомагателни инструменти.

Вторият семестър беше предвиден за затвърждаване на придобитите умения, като тук въведохме нов метод на обучение неизползван досега в НХА. Курсът се трансформира в една мини фирма, като студентите сами избират темата върху която ще работят, избират Арт Директор, който да ръководи проекта и разпределят ролите и задачите по неговото изпълнение. Те сами определят сроковете и следят за тяхното изпълнение. Работата в екип е изключително важна за специалистите, които подготвяме и тази задача се приема с огромно желание и ентусиазъм от страна на студентите. Избора на общ подход, обсъждане на резултатите, споделяне на идеи и начини за постигането им, всичко това създава допълнителни емоции, обогатява познанията и изгражда чисто човешки качества като толерантност, инициатива, отговорност и взаимопомощ. Отделно от това този проект поставя студентите в ситуация близка до една реална фирмена обстановка и показва неподозирани страни на техния характер и талант. Подобна игрова схема рязко повишава качеството на образователния процес и дава отлични резултати, които надхвърлят индивидуалните разработки на отделните студенти от първия семестър.

Третият семестър предвидихме за изпълнение на дипломна работа. Като се има в предвид, че изработването на арт съдържание за компютърни игри е сложен и трудоемък процес, особено когато се касае за завършен продукт, времето от 15 седмици е изключително кратък период. Ето защо тук всеки студент избира направлението, в което е натрупал най-много опит, чувства се най-сигурен и е убеден, че ще спазва необходимите срокове. Дали дипломника ще завърши с разширен концептуален проект,

серия персонажи, тематична околна среда или демо версия на завършена игра, всичко зависи от самостоятелната преценка и вяра в собствените сили.

При създаването на магистърската програма „Компютърни игри“ катедрата бе изправена пред някой трудности с които се наложи да се справи в движение.

На първо място поради пълната заетост от 525 часа на семестър трябваше да бъде решен проблема с техническото обезпечаване чрез оборудване на самостоятелна компютърна станция и отделно работно място за всеки студент. При изпълнението на тази задача ние бяхме напълно убедени, че оборудването трябва да бъде високо технологично и от най-висок клас колкото и да ни струва това. Първоначално катедрата отделяше пари и закупуваше за собствена сметка компютри, таблети за рисуване и окабеляване, но този въпрос беше решен кардинално след няколко години.

Още със създаването си магистърската програма се старееше да задълбочава и развива приятелските отношения със съществуващите в България фирми разработчици на компютърни игри. Някой от тях като „Ubisoft“, „SEGA Creative Assembly“, „Black Sea Games“, „Incineration Productions“ ни оказваха постоянна логистична подкрепа и всячески се опитваха да подпомогнат нашата образователна дейност. Като израз на задоволство от нашето сътрудничество фирма „Ubisoft“ дари на катедрата 12 бр. напълно окомплектовани компютърни конфигурации от най-висок клас, а фирма „SEGA Creative Assembly“ направи дарение на още 10 компютъра. Така проблемите свързани с хардуера бяха решени а по отношение на софтуерните продукти магистърската програма разчита на НХА, както и на използването на безплатно разпространявани софтуерни програми или на образователните студентски лицензи предлагани от повече производители.

Друг проблем представляваше обезпечаване на програмата с преподавателски състав. Въпреки наличието на изцяло нови специфични дисциплини катедрата разчиташе на основно ядро от катедрения преподавателски състав както и да привлече няколко хонорувани преподаватели. Първоначално започнахме със свръх натовареност на отделни преподаватели като моя милост проф. д-р Арсен Минков с часове по „Триизмерно моделиране“, „Моделиране на персонаж“ и „Околна среда“. „История на компютърните игри“ се води от гл. ас. д-р Рая Гайтанджиева. Изключително интересни и полезни са лекциите на доц. д-р Величка Минкова по „Цвят и осветление“, а доц. Христо Добаров подготвяше студентите по дисциплината „Концептуален проект“. Със днешна дата мога да кажа, че настоящите преподаватели са хора професионално работещи за индустрията и имащи във портфолиото си редица публикувани заглавия. С гордост мога да заявя, че те са наши бивши възпитаници като докторант Георги Цанов арт директор в „Incineration Productions“ преподаващ „Текстуриране“, докторант Емил Груев 3D артист в „Ubisoft“ преподаващ „Моделиране на персонаж“ и „Технологична платформа“, Стефан Колев техникъл артист в „SEGA Creative Assembly“ преподаващ „Анимиране на

персонаж“, Симеон Васев концепт артист в „Black Sea Games“ занимаващ студентите по дисциплината „Концептуален проект“ и старши 3D артист в „Black Sea Games“ Мирослав Миронов преподаващ „Триизмерно моделиране“.

За да повишим качеството на обучение и разнообразим заниманията на студентите, за да почувстват те подкрепата на фирмите производителки провеждаме различни инициативи и извън учебни мероприятия. Всеки втори петък от фирма „Ubisoft“ изпращат лектори на място в нашите ателиета, където професионалисти в различни области изнасят презентации, запознават се с текущата работа на студентите, отговарят на техни въпроси и дават насоки за развитие. Тези лекции се посрещат с очакван интерес и представляват естествени неформални срещи с бъдещите колеги и работодатели.

Друга такава инициатива е посещенията във фирма „SEGA Creative Assembly“, където студентите са посрещани по няколко пъти на семестър и където могат да се запознаят със работна обстановка, да видят как функционира една фирма и естествено да създадат нови познанства и приятелства.

Вече стана традиция магистърската програма ежегодно да провежда на територията на НХА уъркшоп „Game Inside“, където лекции изнасят наши преподаватели, представители на различните фирми от бизнеса, представят се най-новите игри които се разработват, провеждат се конкурси и се раздават различни награди от спонсорите и участниците. Това е форум, на който не пропускаме да представим продукцията на нашите студенти, а самия уъркшоп се радва на висока посещаемост от студенти, ученици, любители на компютърните игри и хора желаещи да станат наши магистри.

Магистърска програма „Компютърни игри“ намери своето достойно място в Националната Художествена Академия, като представител на една съвременна и технологична област на изкуството. Катедра „Дизайн за детската среда“ е мястото където се изследва съвременната игра и промените в нея се отразяват пряко на учебното съдържание. Завършилиите специалисти формират образователната и възпитателна стойност на тези игри. Те са запознати с потребностите и желанията на потребителите и напълно способни да се справят с всички възложени задачи. Магистърската програма спечели уважението и се радва подкрепата на представителите на бизнеса, които присъстват неизменно на всяка наша дипломна защита. Те споделят, че образователната подготовка и придобитите умения на нашите възпитаници са изключително високи и това ги прави желани кадри за всяка фирма.

Изградена с много любов и старание програмата се радва на интерес от страна на младите хора. Може би фактът, че всички дипломирани студенти намират незабавна реализация оказва силно влияние за избора им. Или може би това, че в процеса на обучение се използват се широк набор от най-съвременни методи, като електронни

учебни помагала, видео уроци, интерактивни материали, презентации и др.

Едно е сигурно – изминалите 10 години поставиха основите върху които магистърска програма „Компютърни игри“ ще продължи да се развива и да отстоява лидерските позиции на НХА в областта на изкуствата.

**ТЕКСТИЛЪТ В НАЦИОНАЛНАТА ХУДОЖЕСТВЕНА АКАДЕМИЯ ОТ
НАЧАЛОТО ДО ДНЕС (1898 – 2020)
60 ГОДИНИ ОТ СЪЗДАВАНЕТО НА СПЕЦИАЛНОСТТА В СЪВРЕМЕННИЯ Й
ВИД**

Вержиния Маркарова, Национална художествена академия, София

Summary:

This report will provide a brief historical overview of the laying of the foundations for the teaching of textiles in schools for the study of design and textile techniques immediately after the opening of the National Academy of Arts as a SSD (The State School of Drawing) in 1896 (1898 - 2020). As well as the creation of the Department in its modern type in the 1959-1960 school year.

The teachers who have created and taught in schools and textile workshops, as well as the teaching staff in the Department at the moment, will be presented.

The „Textile - Art and Design“ Department is developing and establishing itself as one of the most progressive and sought-after Departments in the National Academy of Arts. Teachers and students of the Department actively participate in the artistic life of the country and the world and build the image of contemporary Bulgarian textiles. The two main points of reference for the creation of the Department from the very beginning are the rich Bulgarian tradition in the field of textiles and the social interest and need of the society for highly artistic textile products.

In 2020 the Department celebrates 60 years since its establishment in its modern type and 122 years since the beginning of teaching textiles in schools for the study of design and textile techniques immediately after the opening of the National Academy of Arts as SSD (The State School of Drawing) in 1896 (1898 - 2020).

The anniversary celebrations began with the holding of an International Online Symposium on Textile Education and Guidelines for the Development of Textile Art, which took place on December 4, 2020.

The symposium contributed to the enrichment and deeper acquaintance of both students and the general public with current events in the field of textiles around the world.

In the program of the celebrations, the Department of Textiles - Art and Design plans four more events, which will take place in November and December 2021:

- 08-30 November 2021 - Exhibition of the Department at the Center for Contemporary Art and Library - Burgas, Exhibition Hall, 4th floor.

- December 09-23, 2021 - Exhibition „The exquisite in Textile Art“ of students in the Department, which will show the position, demands and achievements of students and the team of the Department in the last ten years, curated by Prof. Adelina Popnedeleva PhD, - National Palace of Culture Art Gallery;

- December 21, 2021 to January 21, 2022 - Exhibition „THE TEACHERS“ from the initial study of textile tradition and techniques at the founding of SSD (The State School of Drawing – now NAA) in 1896 and its formation in a separate department in the academic year 1959/1960 to the present day. The exhibition will present the experience, high professionalism and creativity of textile teachers over the years to preserve the image of the oldest in our country art school, built more than a century by some of the most dedicated and talented Bulgarian artists. - Academy Gallery;

- anniversary catalog.

Кратък исторически преглед

Изучаването на традиционните български килимарски орнаменти започва през 1898 г. със създаването на школата по декорация с преподавател Раймонд Улрих. Студентските проекти за килими печелят награди в едни от най-престижните за времето си европейски форуми в: Брюксел (1898 г.), Лиеж (1904 г.), Лондон (1906 г.). По-късно за преподаватели са поканени Стефан Баджов (1908 г. – декоративно изкуство) и Харалампи Тачев (1910 г. – декоративно изкуство и стилознание).

Широкото присъствие на текстила в човешкия бит (за облекло и в интериора), както и бързо разрастващият се всред все повече социални кръгове интерес към модата и нейните постоянно променящи се тенденции, водят до необходимостта от нова специализирана школа. Така през 1904 г. се създава „Школата по везмо и плетене на тантели“ с преподавател Тереза Холева-Михайлова, която я ръководи до 1922 г. В нея се изучават образци от традиционната българска бродерия и брюкселската дантела. Създават се проекти и текстилни произведения за облекло и интериор. От 1923 г. школата се поема от Райна Руменова.

През годините както Академията, така и ателиетата по текстил претърпяват

различни промени.

С разрастването на индустриализацията в България се засилва потребността от дизайнерски кадри. Това е предпоставка отново да бъде създадено ателие за обучение по текстилни практики. Необходим е специалист, който да оглави възродената специалност. С постановление на Министерския съвет № 201 от 7 септември 1959 г. се открива специалност „Художествено оформяване на тъканите“. Ръководството на ВИИИ „Н. Павлович“ изпраща през 1953 г. второкурсника Марин Върбанов, правещ впечатление не само с таланта, а и с изключителната си харизма и умения в общуването, като стипендиант в Китай (по Спогодба за културно сътрудничество между НР България и КНР от м. юли 1952 г., включваща и обмен на студенти), за да учи текстилен дизайн и текстилно изкуство.

След дипломирането си (1959 г.), Марин Върбанов се завръща в България и започва да преподава текстилна композиция и живопис. За времето, в което ръководи специалността, той успява да обучи и възпита няколко поколения български артисти, работещи в областта на текстилното изкуство и текстилния дизайн, някои от които играят важна роля в развитието на изкуството на текстила в световен мащаб. Негова и на екипа, който сформира по-късно, е заслугата за създаването на съвременната българска текстилна школа.

През 1971 г. М. Върбанов кани за асистент един от първите си студенти – Димо (Димитър) Балев, който още тогава се откроява с таланта, интелекта и високата си обща култура. През 1972 г. Д. Балев започва да води часовете по текстил след четвърти семестър. Така реално вече се обособяват две текстилни ателиета.

Бързото налагане на М. Върбанов като художник от световна величина и реализацията на различни негови проекти в чужбина водят до честите му отсъствия от страната. Затова той кани Мара (Мария) Йосифова – художник с изключителни постижения както в областта на текстилния дизайн, така и на текстилното изкуство, да поеме за определени периоди от време неговото ателие.

Нарастващият интерес към специалността и динамичният начин на живот на М. Върбанов предпоставят откриването на още едно ателие по текстил, което се поема от Васил Овчаров, потомствен текстилец с натрупан опит в областта на текстилния дизайн – тъкан и печатан – и с новаторски търсения в стенната декоративна тъкан, ерудит и интелектуалец.

През 1984 г. Д. Балев кани за асистент своята ученичка Анна Бояджиева, доказала качествата си още като студентка и с голям афинитет към експеримента, която пет години по-късно поема собствено ателие по текстил и води развитието на специалността в посоката на изкуството на нишката и меката скулптура.

През 1995 г. Д. Балев кани за свой асистент и завършилият Китайската художествена академия (КХА) в Ханджоу Асадур Маркаров, който започва обучението си в ателието на В. Овчаров и продължава при М. Върбанов в създадения от него Институт за съвременен текстил в Ханджоу.

Обратно на цялостната обществена и културна картина след настъпилите политически и социално-икономически промени у нас през 90-те години, благодарение на реформите в образователната структура, съобразени със съществуващите европейски и американски практики, и решението за „свободен прием“, броят на студентите в специалността чувствително нараства. Така в периода 1995 г. – 2004 г. се обособяват четири ателиета по текстил: на Д. Балев, В. Овчаров, А. Бояджиева, А. Маркаров.

След оттеглянето от преподавателската дейност на В. Овчаров през 2007 г., ателиетата по текстил остават три, а от 2014 г., когато се оттегля и Д. Балев – две. През 2010 г. А. Маркаров заминава за Китай за да продължи обучението си в третата образователна степен „доктор“ в КХА в Ханджоу, специалност „Мека скулптура“ в Департамента по скулптура, където остава да преподава и до днес. Неговото ателие се поема от Верджиния Маркарова, която започва обучението си в ателието на Д. Балев и продължава при М. Върбанов в създадения от него Институт за съвременен текстил в Ханджоу.

От 2019 г. второто ателие по текстил се ръководи от Аделина Попнеделева утвърден автор и изследовател, с доказани теоретични и практически приноси. Притежава разностранни познания, необходими за обогатяването на знанията на студентите. Нейната научна и творческа дейност се отличава с индивидуален почерк и непрекъснат стремеж към новото.

Още от създаването на специалност „Художествено оформяване на тъканите“ през 1959 г., в нея се изучава и живопис. От 1989 г. „Живопис“ в специалността се преподава от Вихрони Попнеделев, утвърден автор, работещ в сферата на живописиста, керамиката, авторската хартия, текстила и др.

От 2009 г. в новосъздадената дисциплина „Текстилни техники и технологии“ преподава Цвета Явашева, автор работещ в сферата на текстила и авторската хартия.

Преподавателският екип в катедрата се състои от изявени художници с дългогодишна практика и международно признание.

Специалност „Текстил – изкуство и дизайн“ се развива и утвърждава като една от най-прогресивните и търсени специалности в НХА. Преподаватели и студенти от специалността участват активно в художествения живот на страната и света и изграждат облика на съвременния български текстил. Двете главни опорни точки за създаване на специалността още от самото начало са богатата българска традиция в областта на

текстила и социалният интерес и потребност на обществото от високохудожествени текстилни продукти.

Чрез опита, натрупан през годините на своето съществуване, специалност „Текстил – изкуство и дизайн“ изгражда една обща, фундаментална стратегия за настоящето и бъдещото си развитие. Това е цялостна художествена концепция на базата на индивидуалните потребности и естетически и духовни нужди на обществото.

Специалността доказва постоянно състоятелността на своята стратегия за подготовка на адекватно реагиращи художници, работещи в областта на текстилното изкуство и дизайн. Това са всестранно подготвени за конкурентната ситуация днес специалисти. Нуждата на съвременната личност от високоестетически произведения обуславя важноста на съществуването и развитието на специалността, която е гъвкава, съвременна и модерна.

Преподавателите, ангажирани в учебния процес – изявени художници с дългогодишна практика и международно признание, се отличават с голям творчески и преподавателски опит.

Студентите, завършили специалност „Текстил – изкуство и дизайн“, създават облика на съвременния художествен текстил и дизайн в България.

Със съвременен учебен план, опирайки се на възгледите за широко отворена за новостите и идеите подготовка, обучението се стреми да обвърже в едно цяло проблемите на текстилното изкуство и текстилния дизайн.

В условията на пазарната икономика, специалност „Текстил – изкуство и дизайн“ търси нови, съвременни форми в учебния процес и мотивация за придобиване на знания и използването им в живота. Така специалност „Текстил – изкуство и дизайн“, нейните преподаватели и студенти стават част от европейското и световно текстилно изкуство и дизайн.

През 2020 година специалността отбелязва 60 години от създаването на специалността в съвременния ѝ вид и 122 години от началото на преподаване на текстил в школи за изучаване на проектиране и текстилни техники непосредствено след откриването на Националната художествена академия като Държавно рисувално училище през 1896 година (1898 – 2020).

Честванията на годишнината започнаха с провеждането на Международен онлайн симпозиум за обучението по текстил и насоките в развитието на изкуството на текстила, който се проведе на 4.12.2020 г.

Симпозиумът допринесе за обогатяването и по-дълбокото запознаване както на

студентите, така и на широката публика с актуалното случване в сферата на текстила по света.

Лектори на Симпозиума за обучението по текстил и насоките в развитието на изкуството на текстила бяха: от Великобритания (Джанис Джефрис, професор по визуални изкуства към колеж Голдсмит, Лондонски университет); Швейцария (Жизел Еберхарт Котон, директор на фондация „Том Поли“, гр. Лозана); Франция (Бруно Итйер, изкуствовед, главен уредник, музей на Джоузеф Дешелет, Роан); Полша (Марта Ковалевска, изкуствовед, куратор, университетски преподавател, главен куратор на Централен музей на текстила в Лодз); Китай (Асадур Маркаров, професор, съосновател на Триенале на нишковото изкуство, гр. Ханджоу), САЩ (Виктория Манганиело, визуален артист, професор по текстил в Ню Йоркския университет и Parson's the New School), България (доц. д-р Вержиния Маркарова, ръководител катедра „Текстил – изкуство и дизайн“, водещ преподавател по специалност „Текстил“; проф. д-р Аделина Попнеделева, водещ преподавател по специалност „Текстил“, преподавател по създадената от нея дисциплина „Теоретични проблеми на текстилното изкуство“).

В програмата на честванията катедра „Текстил – изкуство и дизайн“ планира още четири събития, които ще се проведат през месеците ноември и декември 2021 г.:

- Изложба на специалността в Център за съвременно изкуство и библиотека – Бургас, Изложбена зала, ет. 4.
- Изложба „Изящното в текстилното изкуство“ на студенти от специалността, която ще покаже позицията, търсенията и постиженията на студентите и екипа на специалността през последните десет години, с куратор проф. д-р Аделина Попнеделева;
- Изложба „ПРЕПОДАВАТЕЛИТЕ“ от първоначалното изучаване на текстилната традиция и техники при основаването на ДРУ (сега НХА) през 1896 и обособяването ѝ в отделна катедра през учебната 1959/1960 до наши дни. Изложбата ще представи натрупания опит, високия професионализъм и творчество на преподавателите по текстил през годините, за да се запази имиджа на най-старото у нас висше учебно заведение по изкуствата, граден повече от столетие от едни от най-отдадените на идеята и талантиливи български художници – галерия „Академия“;
- юбилеен каталог.

Доц. д-р Вержиния Маркарова

Септември, 2021 г.

Библиография и източници:

Авторски колектив. Енциклопедия на изобразителните изкуства в България, т. I, II, III. София, Издателство на БАН, 1980, 1987, 2006;

Авторски колектив: Попов Ч., Пенкова Б., Донева Б., Балчева М. Национална художествена академия 1896 – 2016. София, 2016;

Авторски колектив. 80 години Художествена академия 1896 – 1976. Издателство „Български художник“ С., 1976;

Авторски колектив. 80 години Художествена академия. Юбилеен сборник. С., 1977;

Архив на НХА (главни книги), годишници, каталози;

Балев Д. Каталог, София, издателство „Български художник“;

Василчина В. Съвременен български художествен текстил. В: Изкуството на текстила в България. София, издателство „ЛИК“, 2002;

Василчина В. Текстил. В: 120 години българско изкуство. Приложно • Декоративно • Монументално. София, 2014;

Георгиева М., Василчина В. Текст към изложбата „Многоликият романтик Харалампи Тачев 1875-1941“ в „Музея за история на София“, 2016;

ДА – София, 1047К (НХА);

Николова М. Художественият текстил в България от 1960 до 2000 година. София, дисертационен труд, НХА, 2016;

Протоколи от ФПИ;

Разговори с бивши преподаватели и възпитаници на специалността:

проф. А. Бояджиева, доц. д-р А. Маркаров, проф. В. Овчаров, проф. М. Коцев, доц. М. Райчинова, д-р Н. Дарманчева, П. Боюкова, д-р Ст. Дечев; Антония Табакова, Евелина Пирева, Катерина Цанева, М. Допчева, М. Киркова, д-р М. Стоева, Михаела Пъдева, и др.;

Разсуканов Й. 115 години от рождението на проф. Стефан Баджов: Възходът и трагедията на твореца. Във: в-к „Македония“, бр. 33, 16.09.1998;

Сарджева–Йорданова Л. Мисли, споделени в ателието по текстил в Художествената академия. Разговор с преподавателите в специалността доц. Димитър Балев и доц.

Васил Овчаров. В: сп. „Индустриален дизайн • Декоративно изкуство“, София, 4/1991.;

ХА, София, Годишна изложба на студентите, юни 1977;

ХА, Юбилеен сборник, посветен на 1300-годишнината от основаването на Българската държава. С., 1984;

Чуховски Петър – съставител. 80 години Художествена академия. Юбилеен сборник. С., 1977.

ДИЗАЙН МИСЛЕНЕТО В ОСНОВАТА НА СЪВРЕМЕННИТЕ ТЕНДЕЦИИ В В ИНДУСТРИАЛНИЯ ДИЗАЙН

Димитър Добревски – Национална художествена академия, София

Резюме:

Днес актуален и най-тясно обвързан с водещите социални тенденции в обществото на преосмисляне на агресивните форми на глобализация към по-щадящи и обвързани с националните традиции практики, намерили в публикациите на специалистите специфичен термин „глокализация“ (от механичния сбор на „глобално“ и „локално“), е така нареченият soft design (мек дизайн).

Мекият дизайн е термин, който идеално комуникира с меката природа на дизайна, чиято функционалност и интелигентност са вградени във всяко програмируемо устройство с голям капацитет. Мекият дизайн може да продължи и след като продуктът бъде произведен и внедрен до крайния клиент. По мнението на водещи философи и социолози самото общество и обществените отношения се променят и стават по-меки или трудно определими. На границата на двете хилядолетия всичко става относително нестабилно или социумът от солиден се трансформира в лигуиден. Лигуидното или нестабилно и бързо променящо се общество изисква адекватен и отговарящ на тези характеристики дизайн. Мекият, не само като формообразуване дизайн, по-пълно отразява налагащата се тенденция и на ново „дизайнерско мислене“, дошло да замени съществуващите паралелно и допълващо се форми на „индустриално мислене“ и „комерсиално“ или бизнес мислене.

Ключови думи:

дизайнерско мислене, комерсиален дизайн, бионичен дизайн, устойчив дизайн, параметричен дизайн

DESIGN THINKING AT THE HEART OF MODERN TRENDS IN INDUSTRIAL DESIGN

Dimitar Dobrevski - National Academy of Arts,

Summary:

Today it is relevant and most closely connected with the leading social tendencies in the society of rethinking the aggressive forms of globalization to more sparing and connected with the

national traditions practices, which have found in the publications of specialists a specific term „glocalization“. „Local“) is the so-called soft design.

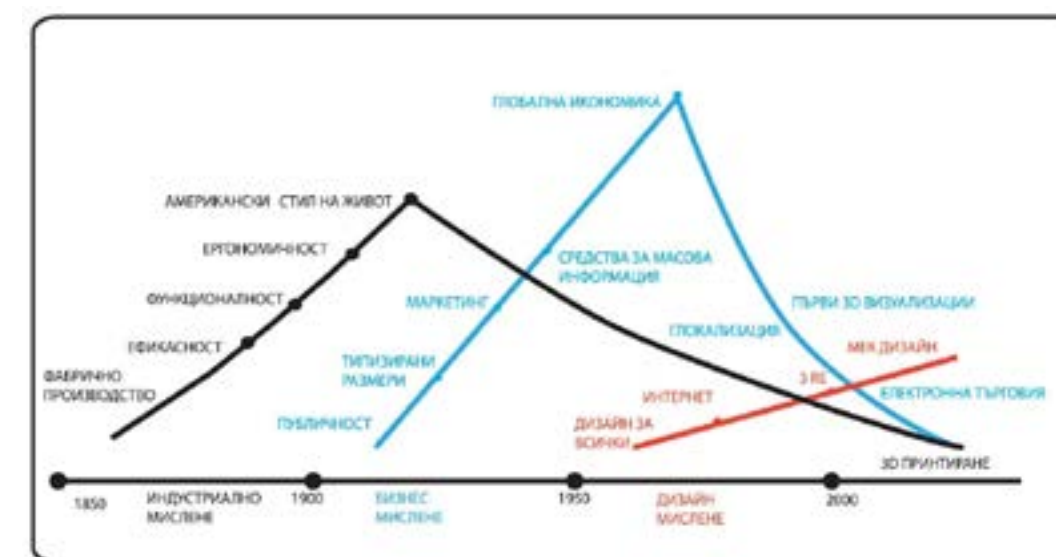
Soft design is a term that perfectly communicates with the soft nature of design, whose functionality and intelligence are built into any high-capacity programmable device. The soft design can continue even after the product is manufactured and implemented to the end customer. According to leading philosophers and sociologists, society itself and social relations are changing and becoming softer or harder to define. At the turn of the two millennia, everything becomes relatively unstable or society transforms from a solid to a liquid. A liquidous or unstable and rapidly changing society requires an adequate design that meets these characteristics. Soft, not only as a form-forming design, more fully reflects the emerging trend of new „design thinking“, which has come to replace the existing parallel and complementary forms of „industrial thinking“ and „commercial“ or business thinking.

Keywords: design thinking, commercial design, bionic design, sustainable design, parametric design

Днес актуален и най-тясно обвързан с водещите социални тенденции в обществото на преосмисляне на агресивните форми на глобализация към по-щадящи и обвързани с националните традиции практики, намерили в публикациите на специалистите специфичен термин „глокализация“ (от механичния сбор на „глобално“ и „локално“), е така нареченият soft design (мек дизайн). Мекият дизайн е термин, който идеално комуникира с меката природа на дизайна, чиято функционалност и интелигентност са вградени в всяко програмируемо устройство с голям капацитет. ... Мекият дизайн може да продължи и след като продуктът бъде произведен и внедрен до крайния клиент. По мнението на водещи философи и социолози самото общество и обществените отношения се променят и стават по-меки или трудно определими. На границата на двете хилядолетия всичко става относително нестабилно или социумът от солиден се трансформира в лигвиден. Лигвидното или нестабилно и бързо променящо се общество изисква адекватен и отговарящ на тези характеристики дизайн. Мекият, не само като формообразуване дизайн, по-пълно отразява налагащата се тенденция и на ново „дизайнерско мислене“, дошло да замени съществуващите паралелно и допълващо се форми на „индустриално мислене“ и „комерсиално“ или бизнес мислене. Новата индустриална революция е невъзможна без сътрудничество - на производителя на продукти с производителя на енергия, с онзи, който ще рециклира, дори с потребителя. Тоест, мислейки глобално за бъдещето на Земята, трябва да се действа локално и заедно с останалите производители, доставчици, консуматори. Трябва да се мисли и за времето - какво ще стане с нас и с тях, с продукта ни след 20-30-50 години? Невъзможно е и без разнородни и разнопосочни научни знания за материалите, биологичните и техническите процеси. Не напразно подходът е станал

дисциплина за преподаване в много училища и университети.

Комерсиален дизайн е осъзнато направление в създаването главно на вещи за бита. На преден план стоят съображения за бърза и ефективна търговска реализация на продуктите. През 30-те до 60-те години в САЩ доминиращ е именно този подход. В същото време това не е самонегативно явление. Дизайнерите осъзнават необходимостта от завишени естетически качества. “Трозното се продава трудно” става девиз на много фирмени политики. Въпреки конюнктурността в творческия подход, комерсиалният дизайн натрупва богат опит в отчитане на психологическите нагласи на потребителите. Той разкрива възможности да се моделират стиловите предпочитания на купувачите. На тази основа формира изобретателност в решенията, която успява решително да обогати образността в дизайна.



Дизайн мисленето (*design thinking*) се отнася към познавателния, стратегически и практически процес, чрез който дизайн концепциите (предложения за нови продукти, услуги, предмети, сгради, машини и т.н.) се разработват от дизайнера и/или дизайнерските екипи. Дизайн мисленето се свързва и с процеса на измисляне и разработване на иновациите - иновативни продукти, услуги и преживявания в бизнеса и в социалния контекст. Към момента то е водеща методология за креативно решаване на проблеми и създаване на иновации в световен мащаб. Разработена е в университета в Станфорд, тя е в основата на бизнеса както на установени компании като Apple, Google, IBM, SAP и Nike, така и на едни от най-успешните стартиращи компании в последните години като AirBnB, Uber и Dropbox. Освен, че развива емпатия, наблюдателност, любознателност, проактивност, увереност, положително мислене и умения за работа в екип, дизайн мисленето стимулира изключително ценно качество в днешния свят - постоянно да променяш средата около себе си, като я подобряваш, воден от своето любопитство и творческа увереност.

Първата поява на термина се приписва на американския икономист, психолог и

нобеловлауреат Хърбърт Саймън (Herbert A. Simon's 1969 book *The Sciences of the Artificial*), но е безспорно че в бизнес речника методът навлиза масово след популяризирането му от Тим Браун от IDEO – консултантска компания в областта на дизайна, архитектурата и иновациите. От 2005 г. САП (SAP) започва да прилага Дизайн мислене като философия за решаване на проблеми и като новаторски подход, при който крайният потребител е на фокус и в резултат проектирането и разработката на нови продукти води до желани и харесвани от потребителите услуги.

Джон Арнолд е един от първите автори, които използват термина “дизайн мислене”. В “Креативното инженерство” (1959 г.) той разграничава четири области на дизайн мисленето. Според него, дизайн мисленето може да доведе до:

- Новаторска функционалност, т.е. решения, които да удовлетворят нови нужди или решения, и да задоволят стари нужди по напълно нов начин
- По-висока резултатност на дадено решение
- По-ниски производствени разходи
- Повече възможности за продажби

През следващите години дизайнът започва все повече да се възприема начин на мислене. Първата такава книга в научния свят е на Хърбърт Саймън “Науката за изкуственото” (1969 г.), както и в книгата на Робърт МакКим “Преживяванията при визуалното мислене” (1973 г.). А Браян Лоусън с книгата си “Как мислят дизайнерите” (1980 г.) поставя началото на принципното описание на дизайн мисленето като пълноценна концепция.

Началото на 21-ви век носи значително повишаване на интереса към дизайн мисленето, след като терминът започва да се популяризира в бизнес литературата. Започва издаването на бизнес книги за това как да създадем работна среда, която е фокусирана около дизайна и в която иновациите да процъфтяват. Интересни съвременни автори по темата са Ричард Флорида (2002 г.), Даниел Пинк (2006 г.), Роджър Мартин (2007 г.), Тим Браун (2009 г.), Томас Локууд (2010 г.), Виджай Кумар (2012 г.) и други. През 2005 г. d.School на Станфордският университет започва да преподава дизайн мислене като цялостен общ подход към технически и социални иновации. През 2007 г. института Хасо Платнер в Потсдам, Германия създава своя подобна програма по дизайн мислене.

Дизайн мисленето се концентрира върху човека, не върху ограниченията на конкретни обстоятелства или технологии, а върху истинските нужди на потребителя. Затова използва поредица от похвати от антропологията, за да наблюдава, изследва и намира проблеми, които още никой не е успял да артикулира или обоснове. Днес това мислене поражда няколко съвременни течения в дизайна, които могат в определени ситуации да се комбинират помежду си:

Емоционален дизайн

Винаги е било известно, че дизайнът е тясно свързан с емоциите, но досега тази връзка не е изучавана задълбочено. Има различни много интересни предложения в индустриалния, рекламен, редакционен, интерактивен дизайн ... Всички те осигуряват последователна визия за удоволствие и творение. Дизайнерът може да събуди емоции у хората и да „играе” с техния потенциал, за да предизвика наистина привлекателни усещания. Днес пазарът на потребностите от XX век се е трансформирал в пазар на удоволствието и емоцията. Донал Норман се задълбочава в темата и подчертава онези ситуации, които през еволюционната история са ни осигурявали обич, храна или защита. Елементи като светлината играят много важна роля. Дизайните с топла, удобна светлина или ярки, наситени цветове имат силна привлекателност за публиката, докато тъмните или прекалено ярки цветове и много силен шум предизвикват отрицателен ефект. Много важен принос от Донал е формулираната дизайнерска концепция. Намираме се в ера на промяна, където трябва да преминем от проектирането на практически неща към проектирането на продукти и услуги, на които се радваме. Целта е да направим живота си по-приятен с мисълта, че атрактивните неща работят по-добре.

Патрик Джордан съветва да се вземе предвид рамката на „четирите удоволствия”, което позволява на дизайнера да познае четирите основни начина, по които хората могат да изпитат удоволствие: Физиологично (чрез тялото и сетивата), психологически (чрез емоции), социологически (чрез взаимоотношения) и идеологически (чрез ценности). Тези принципи са намерили широка използваемост през цялата история на дизайна и всеки дизайнер трябва да ги вземе предвид. Дизайнът може да разшири позитивното, да засили положителните чувства чрез функционалност, забавление и удовлетворение. Това е в ръцете на дизайнера и способността му да предизвиква емоции, тъй като емоционалният дизайн няма конкретни правила или ясен протокол. Всяка човешка дейност е естетическа, тъй като се ражда за да удовлетвори покрай утилитарната потребност и потребностите от положителни емоции и познание. Но съществува област от човешката дейност, където удовлетворяването на тези потребности е първостепенна задача – това е областта на художествената дейност, на изкуствата, в това число – на архитектурата и дизайна.

Устойчив дизайн, като част от съвременните културни, социални, екологични, икономически и др. тенденции набира все повече популярност и пазар. Основната причина за неговото формиране се явява отговор на безогледното консуматорство във всички сфери на заобикалящата ни среда. Масовото производство и неправилното усвояване на ресурсите довежда до многопластови проблеми в “индустриалната и материалната култура”. Това създава предпоставки за разрушаване на основните дизайнерски принципи и negliжиране на стойността на продукта, потребителя и дизайнера. Устойчивият дизайн цели възвръщането на идеята за устойчивост и намаляване на еднократната функция на утилитарните предмети, позволявайки на дизайна да създава непреходни форми и биват оценявани и като произведение на изкуството.

Устойчивият дизайн е течение, което се ангажира с морално производство и проектиране, нанасящо минимални щети на околната среда през целия цикъл на живота на продукта. Освен неговата екологична функция, той поема и образователна в социално отношение, функция. Тя е от основно значение за осъществяването на масова промяна на парадигмата и извеждане на обществото от “консуматорството“. Работейки срещу тази нагласа, той дава възможност за превеждането на тези ценности чрез материалните продукти, които създава. Техните послания не са ограничени от език или от културното ниво на обществото, защото те говорят чрез сетивата, достигайки потребителя чрез първичните му сензитивни усещания. Истината е, че няма установен модел на новата индустриална революция, който да бъде следван стъпка по стъпка. Защото всичко зависи от конкретните условия на всеки производствен или урбанистичен проект. Едно е сигурно обаче - по новому трябва да се тръгне от самото начало, от дизайна на продукта и процесите. Става дума за разчленяване на всяка стъпка от проекта до най-малките му съставни части, едва ли не до атомите на влаганата материя. И съответно за оценяването им от гледна точка на това могат ли в края на живота на продукта да се върнат обратно като „храна“ в биологическия или техническия кръговрат. И още дали енергията за производството може да бъде от възобновяеми източници. Наричат това устойчив дизайн - той трябва да включва всеки аспект и момент от живота на продукта и го смятат за най-важния етап за проекта.

Създаването на устойчив продукт (устойчив дизайн) е пряко свързано с повишаване качеството на живот и намаляването на употребата на енергия и ресурси. Всичко започва с идеята разработена от архитекта Уилям МакДона и химика Майкъл Браунгарт, изложили своята концепция „От люлка до люлка“ в своята книга „Cradle to cradle“ от 2002 година. Според тази идея човешката индустрия може, и трябва да следва модела на природата. Концепцията им се гради на твърдението, че както в природата, така и в човешката индустрия отпадъците не са боклук, а храна и суровина за следващия процес, като идеята е отделните процеси да се развиват едновременно, подпомагайки се един друг, а не да си съперничат или пречат. Анализирането на въздействието на продуктите върху околната среда и ежедневието на потребителите, опциите за рециклиране и повторна употреба биха могли да помогнат за решаването на редица проблеми от екологичен характер, стоящи като неизбежни въпросителни пред съвременното общество.

Бионичният дизайн е опит за възвръщане в социалното съзнание на красотата и перфектността на природата, позволявайки на индивида да я допусне в своето ежедневно съществуване, създавайки и неповторима симбиотична връзка между твореца и природата. Биониката е изследването и приложението на биологичните системи и методи, наблюдавани в природата с цел тяхното приложение в проектиране на съвременни технологии и инженерни системи. „Предмет на биониката се явяват изследванията на структури и функции на биологични обекти с различна сложност – от клетките

до живите организми и тяхната популация, с цел създаване на нови, по-съвършени технически устройства и синтез на биотехнически комплекси, които използват оптимално свойствата на биологичните и техническите елементи, обединени в единна функционална система с целенасочено поведение.“ (Лебедев, 1990)

Бионичният дизайн се основава на изследванията в областите на физиологичните, поведенческите и структурните адаптации на биологичните организми като източник на вдъхновение за проектиране и изграждане на предметна среда. Основна тяхна особеност е възможността им за реакция и структурна модификация в отговор на промени във външната среда. Бионичният дизайн има за цел да промени фокуса на потребителя от антропоцентричната веществена среда към природата и да даде възможност за хармонични взаимоотношения с нея. За да бъде постигната тази връзка е необходимо да се вземат под внимание взаимодействията между формата, материалите, структурата и устойчивостта на предмета във времето. Основавайки се от една страна на принципите на Биомимикрията като част от науката и от друга, използвайки и разработвайки възобновяеми енергийни източници, базирайки се на природните принципи, бионичният дизайн се стреми към екологично производство и по-чиста околна среда. Този тип дизайн въвежда чрез метода си на формоизграждане нагледно представяне на особеностите на природните явления, формирайки разбиране и уважение към средата. Това не е нов подход, нито в изкуството, нито в дизайна и производството, но с напредването на технологиите човечеството има възможност да се докосне до невъзможно преди това, за него, познание.

Параметричният дизайн е част от новите тенденции в индустриалния дизайн и архитектурата. Той е базиран на геометрични форми и пространствени структури и има силно влияние върху проектирането на материалната ни среда. Параметричният дизайн и параметричното програмиране на изделията се основава на алгоритмичен мисловен модел. Чрез него дизайнерът има възможност да състави сложен алгоритъм, който дава възможност за промяна на параметрите в процеса на проектиране. Това е най-полезно при болшинството задачи, свързани с редизайн на вече съществуващи изделия. На практика това са около 90 % от всички реални задачи в индустриалния дизайн. Дизайнерските идеи се визуализират чрез модели. Компютърният софтуер, използващ алгоритмични стъпки, може бързо да манипулира променливите и параметрите на дизайна - и да показва / графично моделира резултатните проекти - по-бързо и по-лесно, отколкото хората могат с ръчни чертежи.

Терминът произлиза от математиката, като дизайнът се основава на него. Основен негов принцип, е използването на редактируеми параметри и променливи. Зачестеното му използване в дизайна се дължи на развитието на софтуерните и производствените технологии. Параметричният дизайн все по-широко навлиза в обществената среда, създавайки чувство на подреденост и организираност.

„ Вместо да обединяваме няколко платонови твърди вещества (кубчета, цилиндри и т.н.) в прости композиции - както всички други архитектурни стилове в продължение на 5000 години - сега работим с изначално променливи, адаптивни форми, които се агрегират в непрекъснато диференцирани полета или системи. Множество системи са свързани помежду си и с околната среда Параметризмът е най-мощното движение и авангарден стил в архитектурата днес. „ - 2012, Патрик Шумахер, Интервю за параметризма.

Един от най-ранните примери за параметричен дизайн е църквата Санта Коломо де Сервело на Антонио Гауди. Той създава модел от струни, натоварени с тежести с цел конструиране на сложен сводест таван, образуван от множество различни арки.

В България започва да се мисли за параметричен дизайн около 2020 г., след като млади българи имат допир до английски, австрийски и немски университети, които предлагат специализирано обучение в областта на архитектурата и дизайна.

**ПРОЕКТЪТ „125 ГОДИНИ НАЦИОНАЛНА ХУДОЖЕСТВЕНА АКАДЕМИЯ
В 125+ фото кадъра“. За анализа на артефактите, пространството и медиите
в контекста на дизайн процеса. Или за личния подход, изложбения разказ и
перспективите пред една „домашна“ експозиция.
Теодор Лихов, Национална художествена академия, София**

За художника основна част от творческия процес протича интровертно, в изолация, като неговият импулс е плод на лична метафизика или за художника процесът е личен. За неговия колега, също художник, но и дизайнер на експозиция, процесът започва в резултат на покана дошла отвън. Това определя и неговото участие в екип, ангажиран с това начинание или за художника-дизайнер процесът е екипен.

В конкретния случай имам привилегията да плувам в свои води: темата на изложбата е 125 годишнината на Националната художествена академия, институция, с която съм свързан емоционално и фактически от много време – лично пристрастие, а пространството на галерия Академия – добре познато. Не пречи, ако се напише кога е създадена галерията? Имам още привилегията мои колеги и приятели от катедрата към която принадлежа, в същото пространство, предишни годишнини (доц. М. Богданов и д-р. Светлин Балездров, 2016), да са създали тематични експозиции със силен художествен образ и дизайн, за които се говори и до днес с респект и ведър спомен. Така тази задача за мен се превърна в професионално предизвикателство, което е неприлично да отклониш. Нищо лично ? малко по-горе все пак отбелязваш, че си емоционално свързан може би съчетание от професионално предизвикателство и лично пристрастие ☺

Предварителна работа и анализ на артефактите. Подбор на медии и структуриране на изложбените модули. Отпечатване на фото-експонатите в резултат на предварително създадената тематико-експозиционна концепция. Носеща система на изложбените модули.

В началото на процеса е неизбежно объркването от обема на фотографиите и тяхната привидна фрагментарност - те са подбрани внимателно от изследователя в екипа и идват от различни източници. Това определяше и различното им качество, както при създаване на самия образа по време на снимане, така и при последвалата дигитализация. Това наложи, за да сме наясно с приложимостта им за целите на експозицията, от най-дискуссионните да се направят пробни отпечатыци в реален мащаб, от които да се установят качествата им за голямоформатно увеличение. (001_...jpg). Това помогна предварително екипа да се обединим около няколко ключови подхода при изложбения

разказ и работата с артефактите в рамките на тематико-експозиционната концепция. (може би няколко думи за съдържателната страна и разказа в самата изложба, въпреки че сигурно ти се струва, че това са всеизвестни неща или кои са ключовите подходи).

Предложих общото търсено излъчване при дизайна на експозицията да бъде деликатно, а главна роля да играят снимките и техните герои – документи, запечатали събития, изложби или исторически персонажи. От изследователска гледна точка, значимостта им е огромна, особено на онези, които се публикуват за първи път. За първи път се публикуватЛогиката на изложбения разказ сама наложи кадрите да следват историческата хронология, като 125 годишната история на Академията се раздели на 3 периода: 1896 до 1944; 1944 ~ 1989 и 1989 до днес. (назови, някои от ключовите събития, най-важните фигури през тези отделните периоди).

За артефактите - фотографии се наложи идеята за дигитално-печатно репродуцирания експонат. При отпечатаните увеличения целта бе да се съхранят максимално автентичността: кадриране, цветност, отпечатъци от времето, именно в духа на общата тематико-експозиционна концепция. Този подход беше до голяма степен и предопределен от негативите във фотоархива – дарение на проф. Михаил Енев. (002_...jpg, снимка от Росен Тошев) Кадрите от него, основно снимани в размер 60x60 мм. на голямоформатен професионален рол филм, изграждаха основната селекция за 2 и началото на 3 исторически периоди. Те бяха сканирани и дигитализирани специално за изложбата от колеги в работния екип, докторантите Симона Халачева и Калоян Богданов . Друга задача, която си поставихме предварително бе принтовете да бъдат максимално щадени физически при експонирането им. Целта бе впоследствие те да постъпят като част от музейната сбирка на Академията. Същевременно желанието ни зрителят да има близък контакт с хартиения отпечатък, при максимална част от експонатите, определи те да се излагат директно, а не зад стъкло, както е класическия подход. От технологична страна, важен момент се превърна изборът на вида медия за печат на фотографиите: 180 гр. фото-мат за експонатите в ниския пояс и 230 гр. лустер, по-тежка за вертикалите в пространството (003_...jpg, изглед E-E1 от 004_...png). По естествен начин се стигна до идеята за фиксирането им върху изложбените модули от хартия посредством двойки неодимови магнити. [MagnetTEST_20211007_160420; MagnetTEST_20211007_160752]. За този способ бяха тествани няколко комбинации от хартии.[Magnet&papersTE ST_20211007_160314]. За основните вертикални модули се спряхме на натурален крафт поради най-добрата комбинация качества: физическа здравина и добро поведение при голямоформатен печат. Решаващо обаче за избора на натуралния крафт бе цялостното му излъчване и художественото деликатно цветово присъствие върху сивите стени в залата. За пластичния акцент във високата част на залата избрахме бяла, полупрозрачна едностранно промазана хартия с малък грамаж (36 гр/м2). [Magnet&papersTE ST_20211007_160314] Тя се огъва лесно и добре образува пластични фалти, а притежава

неподозирана здравина (по водата). Тестовите показаха че ще носи надеждно фотосите отпечатани върху по-тежкия пластифициран лустер. [HI-test_20210922_173230] И двата вида изложбени модули, като носещи елементи в крайщата са фиксирани посредством двойки лансони от т.н. “снап” система - добре позната отдавна в катедрата и наложила се впоследствие като удобна и функционална при много събития на Академията. Това предопредели оперативността при монтажа и се реагира на предварителното желание, в максимална степен да се използват налични материални ресурси на институцията, поради ясни финансови ограничения.

За логиката при функционално разпределение на зоните в залата. Синергията между комуникационната градация в експозиционните модули и цялото изложбено пространство, като резултат на тематико-експозиционната концепция.

Логично функционалното разпределение на зоните в изложбената зала следва естествените ходови линии започващи от двата входа. [виж PLAN_1-20, основен план на залата]. В ниската част на залата, там където стават официалните откривания логично е да се ситуира основната визуална идентичност на изложбата заедно с тематичния акцент посветен на инициаторите и първооснователите на Академията [виж отново изглед B-B1]. В това пространство се разполага и информация за екипа работил върху проекта като се акцентира с текст и графика (символи, логотип) върху спонсорите, партньорите и колегите спомогнали с предоставяне на артефакти от личните си архиви. [виж IZGLEDI_A-A1+D-D1] Тук е мястото да се отбележи, че често, както бе и в случая, елементите от графичната идентичност предоставена от партньори и спонсори за анонсиране на тяхното участие в проекта, не винаги е на адекватно професионално ниво. Бе необходима доста възискателна преработка на голяма част от предоставените файлове и отстояване на принципа на тяхната равнопоставеност (в случая - монохромност в дизайна).

Предопределено от архитектурната даденост е пространствената концепция на изложбения разказ да обхваща 2 зони във височина:

- нисък пояс от 50 до 250 см. във височина от пода, който следва основния хронологичен разказ и се разполага хоризонтално върху 3-те основни стени в галерията. Това е ергономична зона в главното зрително поле на зрителя, с възможност да поеме максимален брой кадри. Естествен акцент в тази ниска зона на залата, са хората създали и били част от Академията в различни периоди от живота си, най-често като студенти или преподаватели, а понякога и двете. [виж изгледи A-A1, D-D1, E-E1] При създаването на изложбения модул за тази зона се спазва доминацията във формата на горната част, над информационните текстове, а те са разположени заедно за всички кадри в паното, в най-четимата зона 150-165см височина от пода, при всички табла. Като цяло в проекта е търсена елегантна и същевременно комуникативна типография с чист силует на буквения знак, предоставящ ергономичен комфорт за четене от близка и по-далечна

дистанция. Това определи избора на богата на начертания шрифтова гарнитура Хермес (разработка на ХермесСофт), за да се изгради графична йерархия при различните типове текстове. Естествено се стигна и до типографско едрото решение при визуалната комуникация на 3-те исторически периода разположена вертикално. Тематично погледнато в хоризонтална посока при тази ниска зона, разпределението на фотографиите на хронологичен принцип в 3-те исторически периода почти съвпадна с 3-те експозиционни стени в основната част на залата.

- висока зона, в централното пространство във височина 230 до 490 см. с пластично решение от бяла полупрозрачна хартия и емоционално въздействащи кадри разпечатани в едър план от сградите на Академията през различните исторически периоди включително началото на ул. Аксаков. Представени са интериорни, екстериорни и снимки от въздуха... Тук целенасочено се разчита на емоционалното и художествено въздействие и жеста на зрителя отправил поглед във височина, подобно на храм.

Като проверявали ежедневно практическия успех на принципите на *тоталния дизайн*, положени от **Sir Ove Arup***, а предифинирани и развити като цялостна методология от **Stuart Pugh****, разбираме че няма нищо по-добро от една добре работеща концепция. В случая подходихме с бързо адаптиране на основната идентичност на изложбата към различните печатни и електронни рекламни-информационни носители с ясната задача за цялостно звучене и разпознаваемост на художествения образ, вдъхновен от документалната фотография. Този образ, заедно с други исторически автентични фотографии, заедно и с такива направени специално за изложбата, ни гледат от източните огради на двора, през южния вход на Галерия Академия, до мултимедията в залата.[Multimedia+PUBLIC_20210927_123159] Тя от своя страна, освен като кинетичен експонат в залата послужи и за екранно покритие при отразяването на събитието в национален телевизионен ефир [сутрешен блок за култура от 29 септември и Предаване за Култура с Юрий Дачев на 1 октомври т.г., и двете на БНТ] и получи неформалните адмирации на колегите там.

Няколко думи за финал **или като допълнителен бонус** към професионалното предизвикателство, за което стана дума в началото. После в процеса на работа дойде усещането за компактност и добрия климат в отбора - фактор от особено значение за творческия екип оглавяван от д-р Росен Тошев. Той бе координатор във всички фази на процеса и автор на няколко спонтанни кадъри, направени в движение, когато това се налагаше... Благодарности: за д-р Милена Балчева – Божкова, посветила се на издирвателската и изследователска работа неотлъчно, въпреки ваканционния период. На колегите от катедра Рекламен дизайн, предоставили планове на залата и чиято безрезервна подкрепа усещах през цялото време, особено във финалната част на реализацията, когато съмненията на терен бяха най-големи – благодарност за съпричастието. Благодарности

за Силвия Милославова, на която се дължим пунктуалността и професионалната редакторска работа по текстовете и превода на английски език, за д-р Антон Иванов, на когото се разчиташе в най-напрегнатите моменти за производството и печата. Благодарност за младите ни колеги, асистентите Адела Горанова от катедра Текстил - изкуство и дизайн и Елизар Милев от катедра Керамика и дизайн на порцелан и стъкло, които се включиха самоотвержено в екипа при височинното инсталиране [HI-test_20210922_173230] и помогнаха за насочването и прецизирането на новото за галерията осветление. Накрая, но основна благодарност за всички колеги допринесли с лични архиви за селекцията от снимки и персонално споменати в изложбения експонат подписал тази експозиция, както и на ръководството на Академията за доверието и възможността този процес на екипна работа да се случи и завърши, надяваме се успешно.

Т.:Л.:

София, октомври 2021

библиография и използвани връзки:

Монография от изложба Frederick Kiesler@ MAK, (2016) Wien;

*Sir Ove Arup (1895 – 1988) е британски инженер, конструктор и новатор, чието име се свързва с най-експерименталните сгради на 20 век като операта в Сидни и центъра Жорж Помпиду в Париж. Негов е термина и концепцията за тоталния дизайн.

https://en.wikipedia.org/wiki/Ove_Arup

**Stuart Pugh (1929 - 1993) е британски дизайнер, който предефинира понятието тотален дизайн и го превръща в методология за работа в дизайн-процеса.

https://en.wikipedia.org/wiki/Stuart_Pugh#Total_Design

РОЛЯТА НА СВОБОДНИТЕ ИЗКУСТВА ПРЕЗ СРЕДНОВЕКОВИЕТО. ОСНОВНИ ЦРИХИ

Габриела Русинова¹ , Софийски университет „Св. Климент Охридски“

Резюме:

Целта на статията е опит да очертае основната ролята на свободните изкуства през европейското Средновековието. Осъществяването ѝ ще определи същността и значението на свободните изкуства, или казано по-друг начин, ще отговори на въпроса: „защо свободните изкуства се наричат ‘свободни изкуства’?“. С оглед зададения въпрос, ще бъде отправен кратък поглед към Античността, за да се проследи в какъв контекст се „заражда“ изобщо подобна полемика. Ходът на анализ ще се движи със задачата да се изведат някои основни приликите и разликите между свободните изкуства и някои други видове изкуства.

Ключови думи:

диалектика, логика, граматика, геометрия, аритметика, музика, астрономия, Средновековие, Античност.

При изследването на хуманитарна тема съществува една основна предпоставка, за да се получи „живо и пълнокръвно“ изследване, независимо дали се изследват понятие, процес, личност, фигура, проблем, методология, метод, събитие. Тази предпоставка обхваща факта, че не бива да се пренебрегва историческата и културна дистанция на времето между обекта на изследване и изследвателя. Най-общо казано – всяко едно изследване, което обхваща историческа дистанция, неминуемо обхваща социална и културна такава. Какво точно се има предвид?

На Якоб Буркхарт често се приписва различаването между история и културна история². Разликата се състои в това, че културната история включва по-добре от историята живото отношение към изследвания предмет³. Историята на древна Гърция и италианския Ренесанс, която прави Буркхарт, разкрива предимствата, които дава културната история. Едно, от които е, че изследването на хуманитарния предмет не може да се абстрахира напълно от средата на изследвателя и да постигне чисто своя обект. Именно

¹ Габриела Русинова е доктор по философия в Софийски университет „Св. Климент Охридски“. Повече информация за автора: <https://uni-sofia.academia.edu/ГабриелаРусинова>. Адрес за кореспонденция: g.s.rusinova@gmail.com.

² Вж. Богдан, Б. История на старогръцката култура (теоретичен поглед). София: изд. „Наука и изкуство“, 1989, с. 11.

³ Буркхарт, Я. Културистория на Гърция, превод Владимир Свинтила. София: изд. „Клио“, 1998, с. 8-9.

изследванията на културата променят нагласите на историците от втората половина 19. век, убеждавайки, че достиженията на един или друг народ и на народ от миналото не са независими от средата, която се интересува от тях, а са средство за нейното оформяне и ставане, т.е. момент на собствената ѝ култура⁴, затова трябва да се прави разликата до къде стигат културните очертания на историческата дистанция помежду им.

Много често неразличаването на историко-културната дистанция произхожда от собствената жизнена енергия на миналото, която се е „впила“ в смисловите структури на съвременния живот, т.е. миналото до такава степен заживява в настоящето, че не може да се отличи от него, то е станало настояще. Най-интуитивен пример може да се даде с древните гърци, признавайки ги за учители на Западната култура и откривайки в древна Елада корените на европейската цивилизация, ние по презумпция признаваме своята реална и непосредствена принадлежност към една още жива историческа реалност, която днес наричаме древногръцка култура, но която реалност оформя представата за себе си с оглед на времето. Тогава наистина пред изследователя на древна Гърция стои задачата да направи отликата между многобройните светогледни импулси, които определят човешкия живот и не могат да бъдат осмислени и обяснени извън „гръцкия произход“, от една страна, и от друга страна, да ги отдели от натрупаните многобройни светогледни представи на съвременната си културна среда⁵.

Съществува и другата страна, че „различното, несводимото към сегашните ни културни стереотипи изглежда да има само музейна стойност“⁶. Тогава действителната задача на историческата реконструкция е препоръчително да включва в себе си отчетливото различаване на „живите клетки“, които са пренесли определени значения и смисли от миналото в съвременността, от „мъртвата плът“ на отминалата цивилизация в „живещата“ още цивилизация на настоящето, и разпознаването на анахронизмите в противоположност на „актуално звучащите“ идеи, нагласи, процеси, думи⁷.

Изхождайки от горната уговорка, трябва да имаме предвид разбирането за свободните изкуства. И при тях съществува съществена трудност откъм терминологичната отлика в значенията и смислите, които се влагат в Средновековието с понятия като ‘свободни’, ‘изкуства’, ‘наука’, ‘дисциплина’ и сравнени с настоящето. Така например, модерната употреба на ‘наука’ не съвпада със средновековното или антично разбиране, защото в съвременните традиционни обяснения за наука се смята, че има експериментален характер и претенция за точност, докато древно-гръцката наука не е имала за цел точността.

⁴ Богдан, Богданов. Цит. съч., с. 11.

⁵ Бояджиев, Ц. Античната философия като феномен на културата, в: Историко-философски изследвания, Т1: Античност. София: изд. „Изток-Запад“, 2017, с. 13-23, 14.

⁶ Пак там.

⁷ Пак там, с. 15.

Английската дума *science* произлиза от латинския глагол *scire* [да знам], откъдето навлиза френското съществително име *science* и се налага в европейските езици. Докато ранните латински употреби на термина имат своето значение на „да разделя, да отчленя“ до самото ядро, до самата същност на нещата. Така и познатият латински термин *scientia* започва да се употребява за интелектуалното разбиране на ситуация или на дадена тема. Технически *scientia* се използва за познания, които обясняват ситуация или тема пълно и точно, стигайки до истинните причини, чрез който начин се стига до същността на самите неща. Подобно каузално знание се смята за възможно както в спекулативните изследвания, така и в теологическия анализ и във философските проучвания. Именно по този начин научното знание, от една страна, се противопоставя на изкуствата (изкуства в употребата на „вече придобито знание“) и техническите умения (в употребата на практически умения), и от друга страна – на случайното знание. Обобщено казано, средновековната употреба на наука се намира във всяка област на интелектуални усилия, където могат да бъдат открити истинни причинно-следствени обяснения.⁸

Няма да изпадам във важната философска подробност, че всъщност върху подобна употреба има своето влияние от Аристотеловото разбиране за знание като силогистично доказани заключения, защото така може да се докаже истината, т.е. истинното познание, което може да бъде практическо и рационално⁹.

Стигането до научно знание е пряко свързано с латинското, и по-известно, понятие за *artes liberalis* [бук. свободни изкуства], което от своя страна също показва зависимостта на римското образование от гръцката култура. Без съмнение тази историческа бележка е основата за разбиране ролята на свободните изкуства през Средновековието. Свободните изкуства се явяват ключ за разбирането на европейската култура и образованост¹⁰. Самата история на понятието ‘свободни’ показва, че за такива са смятани онези изкуства, които са противоположни на механическите. Тогава като прибавим и латинското понятие *ars* [или стар.гр. *techne*], което означава умения, които са основани върху теоретическото знание за определени правила, специфични за всяко изкуство, т.е. придобиване на определени ‘техники’, следвайки гръцкото значение на понятието. Ключовият момент тук е, че те се свързват с някакво умело действие, а не с качеството на продукта от даденото изкуство, както е при приложните изкуства например.

*Античният смисъл на artes liberales е символ на образоваността на свободния грък*¹¹.

⁸ Weisheipl, J. A. Classification of the Sciences in Medieval Thought. in: *Mediaeval Studies*, 27, 1965, p. 54–90, p. 54.

⁹ За повече по тази тема, вж. напр. Георгиев, О. *Ars vel Scientia (Disciplina)?* Из историята на практическата рационалност в Античността и Ранното латинско средновековие. София: УИ „Св. Климент Охридски“, 2020, с. 108-109, с. 111-112. Или Grant, E. *A History of Natural Philosophy. From the Ancient World to the Nineteenth Century*. Cambridge University Press, 2007, p. 95-97.

¹⁰ Георгиев, О. Свободните изкуства и средновековието. София: УИ „Св. Климент Охридски“, 2009, с. 20.

¹¹ За свободната личност в древна Гърция, вж. напр. Буркхард, Якоб. Цит. съч., с. 272-294.

След това авторитетът на Августин помага за възприемане на този вид образованост в християнското пространство. Но през по-късните години на *Августиновото творчество* се наблюдава как Августин все повече започва да се въздържа от използването на *liberales* и го заменя със *secularis*. Постепенно започва да се измества значението на изкуствата. Докато с Касиодор промяната става ясна и отчетлива, защото той извежда смисъла на *liberales* не от античния символ на образованост, а от *liberalis*, т.е. от *liber* [от лат. книга] и следователно свободните изкуства придобиват статута си на „книжни науки”¹². Ето защо не е толкова и причудлива методиката на Касиодоровото изложение в „За диалектиката”, където дава само дефиниции, а не методиката на извеждането им. Затова в началото на текста критиката му е насочена към античните философи: „първите философи са имали диалектика и ученията си, но не са имали благоразумието да ги превърнат в изкуство”¹³.

Следователно централно за разбирането на природата на свободните изкуства е активността. Активността е присъща на човека и е включена в начина, по който човек осъществява себе си. Тя е необходима и е от съществено значение за човека, тъй като е свързана със свободната му воля. Тъкмо и това е основната причина, поради която древните гърци смятали правенето на артефакти от восък, дърво, глина или камък за различен тип изкуственост, защото техниките, които се прилагат при тяхната направа се различава от онези, характерни за всяко друго изкуство, т.е. те са продукт на ръката. Те са проекция, продължение на тялото, те са резултат. Очевидно е тогава, че в понятия като изкуство, занаят или наука ние не можем да открием разликите, които правим спрямо нашето съвремие. Трябва да ги схващаме като видове активности (умения или сръчности), които влизат в обсега на понятието ‘изкуство’ (‘изкуственост’), запазило се от времето на Платон¹⁴ до 11.век., след което придобива нови смисли.

По-късните времена въвеждат в употреба новото значение за изкуство, което използваме и днес – понятието естетика, – което е тясно свързано с разбирането на онова, което от 17.век наричат ‘изящни изкуства’, т.е. музика, поезия, живопис, скулптора, архитектура, а по-късно танц, театър¹⁵.

Понятието *ars*, от друга страна, като еквивалент на гръцкото *technē* може да схващаме

¹² Вж. Георгиева, П. и О. Георгиев. *Философия и образованост*, София: УИ „Климент Охридски”, 1990, с. 62.

¹³ Cassiodorus, S. *An Introduction to Divine and Human Readings*, превод: Leslie Webber Jones. New York: Octagon Books. Inc., 1966, p. 158.

¹⁴ За видовете изкуства през Античността, вж. Винкелман, Й. Й. История на изкуството на древността, превод Климент Шахов. София: изд. „Захарий Стоянов“, 2006, с. 417-437. Или Буркхард, Я. Културистория на Гърция, превод Владимир Свинтила. София: изд. „Клио“, 1998, с. 128-146.

¹⁵ Вж. Kristeller, P.O. The Modern System of the Arts: A Study in the History of Aesthetics. Part I, in: *Journal of the History of Ideas*, vol. 12, No 4 (Oct., 1951), p. 496-527, 497.

и в малко по-различен смисъл, т.е. систематично и пълно цяло на познанието, получено с помощта на ясно разбираеми принципи. Именно затова когато анализираме всяко от тези изкуства, трябва да ги схващаме като *technē*, или изкуственост, *ars*.¹⁶

Тези бележки относно историята на понятието водят, че свободните изкуства са пряко свързани с активността на човека, с образоването на човека, с възпитанието на душата и тялото, със знанието.

Систематизацията и прецизирането на свободните изкуства се осъществява в късната Античност и по-конкретно с Платон и Аристотел. Сведенията за тяхното структуриране преди ранното Средновековие не са достатъчно точни, но по всяка вероятност Марциан Капела е бил първият, който описва свободните изкуства като седем свободни изкуства (дисциплини), които включват граматика, диалектика, реторика, аритметика, геометрия, астрономия и музика. Съществуват достатъчно опити да бъдат включени художествените занаяти или архитектурата към групата на свободните изкуства, изобразителните изкуства се отхвърлят, защото те спадат към приложните занаяти, защото са друг тип активност, която не е рационална.

Друг ключов момент за разбиране природата на свободните изкуства – именно учебна активност – е, че те се различават от всекидневните „необходимости“. Спрямо това бива изградена класификацията на изкуствата през Античността: механичните, които са в помощ на човешкото всекидневие и свободните, които имат отношение към изграждането на интелектуалното или нравствено съвършенство на човека.¹⁷

По този начин ранното Средновековие наследява от Античността възгледа за изкуствата като учебна активност. Любопитно е, че по това време се въвежда и употребата на понятие артист [от лат. *artista*], което не се свързва с модерната употреба на понятието, а се употребява едновременно със значенията за занаятчия или студент по свободни изкуства. Това проличава ясно и от културната традиция на Средновековието, която отрежда твърде малко място на изявите на скулптурите или художниците, чиято дейност е принципно анонимна. Причината за анонимността е в различното разбиране на идеята за творчество през Средновековието – подписването на творбите или оповестяването на авторството е феномен, свързан в по-късни времена и с действията, които бележат духовното развитие на Западна Европа след 12.век.

Августин спомага за възприемането на антично-езическата учебна система в християнството. А по-късно Боециевите преводи и коментари на антични учебни текстове допринасят за развитието на средновековната наука, като усвоява схемата на седемте свободни изкуства, които служат не само като изчерпателна класификация на човешкото

¹⁶ Олег Г. Свободните изкуства..., с. 22.

¹⁷ Олег Г. Свободните изкуства..., с. 32.

знание, но и като основа на образователното съдържание в монашеските школи почти до 12.век¹⁸. С посредничеството на вече споменатия Марциан Капела, Флавий Касиодор и Боеций свободните изкуства са систематизирани и разделени на тривиум [от лат. *trivium*] и квадривиум [от лат. *quadrivium*]. Тривиумът включва в себе си трите науки на езика: граматика, реторика и диалектика, а квадривиумът включва четирите науки на числото: аритметика, геометрия, астрономия и музика.

В ранното Средновековие по-голям акцент се поставя на тривиума. Така например в Разговори със себе си Августин говори само за диалектика и граматика, като защитава претенцията им да се наричат дисциплини. Определя диалектиката като дисциплина за водене на спор, както и поставя въпроса дали тя е истинна или привидна¹⁹. Същината на граматиката се състои в това, че е дисциплина, която се явява като пазител и регулатор на речта и създава правила, чрез които човешкият език да се подреди и направи разбираем и така може да бъде научаван. И граматика, и диалектиката притежават в себе си функциите да създават правила за дефинирането, разграничаването и деленето на части, които функции правят познанието да бъде истинно, защото един истинен принцип не може да създаде неистинно познание. Поради тази причина и тези дисциплини са истинни, защото по определение всяка дисциплина е истинна, тъй като задава принцип, поради който да настъпят разсъждения, изяснения и изграждане на мостовете на знанието:

И тъй граматиката, която ти преди малко обяви за защитена от грешки, е получила от същата тази диалектика статуса да е дисциплина и да е истинна. И това заключение мога да направя не само за граматиката, но направо за всички дисциплини. Та нали ти каза – и каза истината, че не се сещаш за дисциплина, в която, за да бъде дисциплина, да не се изисква да се даде определение и разграничаване на предмета ѝ.²⁰

От този цитат може ясно да се изведе, че главната роля на свободните изкуства се съдържа в това, че те дават възможност на човека да се съсредоточи върху духовните и вечните неща, затова и истинността им е в тяхната рационалност и тъждественост с разума²¹. По този начин образоването чрез свободните изкуства и философията не е заради самото познание, а път към истината, която отвежда до вечното знание, път към вярата, надеждата и любовта.

С преводите от Боеций на някои коментари и част от съчиненията на Аристотел от

¹⁸ Вж. Weisheipl, J. A. Classification of the..., p. 57.

¹⁹ А истинността на дисциплината като дисциплина се състои в това, че идва от латинския глагол *disco*, което означава ‘уча’, следователно наученото и помненото определят наличието на знание, а знание за привидността не може да има.

²⁰ Августин, А. Разговори със себе си, превод Анна Б. Николова. в: Избрани произведения. София: УИ „Св. Климент Охридски“, 2008, с. 55.

²¹ Георгиев, О. Средновековната образованост и свободните изкуства в XIII век, в: сп. Училище, бр. 3, 1994, с. 84-93, 85.

Боеций, се изменя класификацията на свободните изкуства по степен на важност, но основната роля на самите изкуства не се променя значително. Те продължават да имат едновременно образователен и научен статут. По този начин традиционната схема на седемте свободни изкуства до края на 12.век и особено през началото на 13.век дава адекватно обобщение на средновековното знание²².

Около 13.век навлиза и пълният обем на Аристотеловите съчинения и неговите арабски коментари, с което се променя схемата, по която са изградени отношенията между свободните изкуства. Ролята им като мрежа, в която може да бъде уловена същността на църковното образование, става все по-неадекватна на времето си, защото списъкът на философските произведения, които биват използвани в обучението, се разширява непрекъснато²³, а промените в образованието и културата е толкова осезаемо, че често този период от европейското Средновековие се нарича „културен Ренесанс на XII век“²⁴.

Именно тогава, през края на 12.век и през началото на 13.век свободните изкуства започват да губят и своя първоначален задължителен елемент от образователното съдържание заради нахлуващото практическо приложно знание, показателно, за което са ново-възникналите факултети по право, медицина и теология. Но след основаването на Парижкия университет (1200 г.) и учредяването на факултета по изкуства, свободните изкуства поемат ролята на образователни центрове и започват да съхраняват началното образование, което предшества всички останали научни дисциплини. За философията свободните изкуства не са само предпоставка, а съставна част от нея, а от края на 13.век и на теологията.

През този период се засилва интереса към диалектиката в полето на средновековната образованост, което от своя страна предизвиква значителни промени в граматиката. Преводите на Аристотел подтикват граматиките да изградят един нов път за развитие на граматиката, различен от традиционния, като я разделят на два клона – педагогическа и философска.

Последната фаза от развитието на изкуствата се намира с ‘въвеждащата литература’, която осъществява предметната координация и има по-скоро методическо встъпление. Малко след това главната разделителна линия преминава между ‘човешката наука’ [от лат. *humana scientia*], т.е. философията в широк смисъл, и ‘божествената наука’ [от лат. *divina scientia*], т.е. теологията като наука за откровението. По този начин дисциплините на свободните изкуства, и на първоначалните седем, се интегрират в една обща

²² Георгиев, О. Средновековната образованост и свободните изкуства в XIII век..., с. 85.

²³ Вж. Пак там, с. 86.

²⁴ Вж. напр. Haskins, Ch. H. *The Renaissance of the Twelfth Century*. Cambridge, 1927. Или Бояджиев, Ц. Човекът и природата. Ренесансът на XII век. София: УИ „Св. Климент Охридски“, 1991.

философска концепция и губят своята самостоятелност²⁵.

Те губят своята самостоятелност преди всичко в ролята на класификация на знанието. Нещо, което намира отражение в учебното съдържание на средновековния университет, където са включени вече дисциплини, които не се четат като книга, а включват и знание с практическо приложение заради ново-възникналите факултети.

Но нека не се получава впечатлението, че свободните изкуства са отхвърлени тотално от системата на средновековната образованост. На тях им е отредено място в основата на учебната програма като схема, разработена от Тома от Аквино, в Парижкия университет. Дори през 13. век свободните изкуства запазват ролята си на пътища, които водят към знание. Те продължават да бъдат образователен фундамент, който е в основата на образоваността, но просто с променена структура и класификация, дали променена към по-добро или към по-лошо, не може да се каже.

С използването на Аристотеловите принципи на научно търсене се открива възможността за рационалното достигане до степента на разбиране чрез човешките способности и интелектуални умения за наблюдение и разсъждение²⁶. С това се стига до нови дисциплини, които придобиват нов статут и променят линейния синтез на свободните изкуства. Някои от дисциплините придобиват интердисциплинарен характер, а пък други – като тези от квадравиума – все повече се развиват особено през 14. век²⁷, с което се поставя началото на трансформацията към значението на науката на Новото време. Това означава, че започва постепенно отделянето на *ars* от *scientia*²⁸.

Независимо от всичко дори и в подобна схема изясняват изкуствата самостоятелно място, а са включени като подразделения на едно от основните и продължават да заемат подчинена позиция дори сред механическите изкуства. Изобразителните изкуства са ограничени до отреденото им място в занаятчийската гилдия, понеже изработват боите за своите картини и имат същия патрон за светец, св. Лука, художниците са поставени в една група с аптекарите и лекарите. Скулпторите се радвали като че ли на по-голяма почит, защото били сложени в златарската гилдия, докато архитектурата била поставена при зидарите и дърводелниците²⁹.

Дотук може да се обобщи, че средновековният поглед към научното познание и класификацията на свободните изкуства помагат за отличаването на три етапа в

²⁵ вж. Хайнцман, Р. Философия на средновековието, Т2: Основен курс по философия, превод Георги Каприев. София: ИК „ЛИК“, 2002, с. 173-7.

²⁶ Георгиев, О. Средновековната образованост и свободните изкуства в XIII век..., с. 88

²⁷ Grant, E. *A History of Natural Philosophy. From...*, p. 191-2. Също Weisheipl, J. A. *Classification of the Sciences...*, p. 89-90.

²⁸ Вж. О. Средновековната образованост и свободните изкуства в XIII век..., с. 94.

²⁹ Вж. Георгиев, О. Свободните изкуства..., с. 33.

средновековната образованост. Първият етап е ранната Средновековна образованост с гръко-римското наследство на свободните изкуства, които представляват основата на средновековното образование. Вторият етап е силното влияние на Боеций, който завещава на Средновековието схемата за научност и няколко важни превода и коментара от гръцката философия. Третият етап са преводите от 12. и 13. век от гръцки и арабски език, които помагат схемата на научното познание да стане разбираема на латински език и с което се променя традиционната класификация на свободните изкуства. Въпреки промените свободните изкуства запазват своята основна роля – да образоват, но с различна активност във всеки един от етапите. В първият етап свободните изкуства имат учебна активност като рационално познание, път за достигане на вечното познание, във втория етап тя е просто допълнена, а в третият етап – свободните изкуства имат нова роля, при която придобиват все по-светско знание. Но във всичките етапи ролята им се запазва в основата си като техника за знание, дисциплини за правене на наука, за образование и прилагане на рационалност.

Библиография:

Августин, А. Разговори със себе си, превод Анна Б. Николова. в: Избрани произведения. София: УИ „Св. Климент Охридски“, 2008.

Богдан, Б. История на старогръцката култура (теоретичен поглед). София: изд. „Наука и изкуство“, 1989.

Бояджиев, Ц. Античната философия като феномен на културата, в: Историко-философски изследвания, Т1: Античност. София: изд. „Изток-Запад“, 2017, с. 13-23. ISBN 978-619-01-0081-2.

Буркхард, Я. Културистория на Гърция, превод Владимир Свинтила. София: изд. „Клио“, 1998. ISBN 954-9500-06-3.

Винкелман, Й. Й. История на изкуството на древността, превод Климент Шахов. София: изд. „Захарий Стоянов“, 2006. ISBN 954-739-676-5.

Георгиев, О. *Ars vel Scientia (Disciplina)?* Из историята на практическата рационалност в Античността и Ранното латинско средновековие. София: УИ „Св. Климент Охридски“, 2020. ISBN 978-954-07-5054-5.

Георгиев, О. Роджър Бейкън и идеята за универсална граматика, в: Идеята за универсална граматика, съставители: Анна Бешкова, Олег Георгиев; София: УИ „Св. Климент Охридски“, с. 2013, 33-57.

Георгиев, О. Свободните изкуства и средновековието. София: УИ „Св. Климент Охридски“, 2009. ISBN 978-954-07-2810-0.

Георгиев, О. Средновековната образованост и свободните изкуства в XIII век, в: сп. Училище, бр. 3, 1994, с. 84-93.

Георгиева, П. и Георгиев, О. Философия и образованост, София: УИ „Климент Охридски“, 1990.

Гоф, льо Ж. Цивилизацията на средновековния Запад, първо издание, превод Тереза Михайлова, Калина Тодорова, Мариана Стругарова, научна редакция проф. д-р Иван Божилов. София: изд. гр. „АГАТА-А“, 1997. ISBN 954-540-010-2.

Жилсон, Е. и Ф. Бьонер. Християнска философия, превод Цочо Бояджиев, Георги Каприев. София: УИ „Св.

Климент Охридски“, 1994.

Платон, Федър, превод Цочо Бояджиев, в: Диалози, Т2, София: изд. „Наука и изкуство“, 1982.

Хайнцман, Р. Философия на средновековието, Т2: Основен курс по философия, превод Георги Каприев. София: ИК „ЛИК“, 2002.

Cassiodorus, S. *An Introduction to Divine and Human Readings*, превод: Leslie Webber Jones. New York: Octagon Books. Inc., 1966.

Grant, E. *A History of Natural Philosophy. From the Ancient World to the Nineteenth Century*. Cambridge University Press, 2007. ISBN 978-0-521-86931-7.

Kristeller, P.O. The Modern System of the Arts: A Study in the History of Aesthetics. Part I, in: *Journal of the History of Ideas*, vol. 12, No 4 (Oct., 1951), p. 496-527.

Weisheipl, J. A. Classification of the Sciences in Medieval Thought. in: *Mediaeval Studies*, 27, 1965, p. 54–90. DOI:10.1484/j.ms.2.305995.

ИЗСЛЕДВАНЕ НА ПРОЦЕСА НА ИНСТИТУЦИОНАЛИЗИРАНЕ НА „СОЦИАЛИСТИЧЕСКАТА МОДА“ В БЪЛГАРИЯ (1960 – 1963). КОНЦЕПЦИЯ И СТРУКТУРА НА ЦЕНТЪРА ЗА НОВИ СТОКИ И МОДА Иван Гинчев, Национална художествена академия

В края на 50-те години на XX в. отношенията между СССР и западния свят претърпяват радикални промени, сред които е либерализирането им спрямо културните явления и тенденции в Западна Европа. Този процес е резултат от провежданата от новия съветски лидер Никита Хрущов политика на „размразяване“. В някои от източноевропейските държави това развитие в определени сфери като изкуството протича видимо по-бързо отколкото в самия СССР.¹

Така например в Чехословакия, Източна Германия, Полша, Унгария и други страни на изток от Желязната завеса започва процес на преобразуване на съществуващата инфраструктура на „социалистическата мода“² по образец на Дома за модели, създаден в Москва през 1935 г.³ В България към 1959 г. водещата институция сред съществуващите структури е Държавен моден център, който е поставен в ситуация на противопоставяне и недопускане на считаната за буржоазен феномен мода от Западна Европа.⁴ Процесът на трансформация започва със създаване на нова инфраструктура, в която т.нар. „социалистическа мода“ да работи с инструментариума на модните тенденции, стилистиката и вкуса на Западна Европа. На върха на новоизградената структура стои Център за нови стоки и мода (ЦНСМ), първоначално създаден под наименованието „Център за новите асортименти на стоките и модата“ (ЦНАСМ).

В настоящото изследване ще се идентифицира именно процесът на създаване и развиване на концепцията и структурата на Центъра за нови стоки и мода (от Център за новите асортименти на стоките и модата през 1960 г. до Център за нови стоки и мода

¹ Калинова, Е. Българската култура и политическият императив 1944–1989. С., 2011, 113-169.

² В настоящата статия се прави разграничение между „социалистическа мода“ и мода по време на социализма. Под феномена „социалистическа мода“ се има предвид модата, която възниква под влияние на или първоначално е замислена по идеите на конструктивистите в Съветска Русия. Това включва както естетическата страна, така и идеята за серийно производство. При този феномен държавата се намесва активно в модата чрез конкретни прилагани политики и чрез специална държавна инфраструктура, оглавявана от модни центрове – като Дома за модели в Москва през 1935 г., а впоследствие по този модел и в други държави от Социалистическия блок. В този контекст понятието „социалистическа мода“ (*socialist fashion*) е разгърнато в изследването на Djurdja Bartlett “Fashion East: the spectre that haunted socialism”.

³ Bartlett, Dj. Fashion East: the spectre that haunted socialism. Cambridge, Massachusetts etc. The MIT Press, 2010, p. 7

⁴ Еленков, И. Културният фронт: Българската култура през епохата на комунизма – политическо управление, идеологически основания, институционални режими. С., 2008, с. 239-336.

през 1963 г.) като уникална институция в НР България, която работи професионално с модните концепции и естетика от Западна Европа. Тази роля на Центъра го поставя като водеща организация в цялостната инфраструктура на т.нар. „социалистическа мода“.

В статията ще се направи опит за надграждане на вече реализираните изследвания върху ЦНСМ⁵, фокусирайки се върху механизмите, с които Центърът способства за развитието на модния дизайн в България и как тази инфраструктура реално функционира и комуникира с цялостната система на моден дизайн в Западна Европа. Идентифицирането на конкретни концепции, функции и задачи на ЦНСМ е от ключово значение за проследяването на професионалното развитие и на модните дизайнери и специалисти, които са работили в тази система от 1960 до 1989 г.

Основните източници на информация, използвани в изследването са постановленията на Министерския съвет, с които се създава, конципира и структурира Центърът от 1960 и от 1963 г., като с второто до голяма степен се финализира процесът. Друг важен документ, привлечен в проучването е Правилникът за устройството, задачите и дейността на „Център за новите асортименти на стоките и модата“, издаден през 1960 г. Особено важно място заема осъщественият от автора цикъл интервюта с г-жа Евгения Комисаренко⁶ – една от основните ръководни фигури, участвали и в съществуващия преди това Държавен моден център, и в последващото му трансформиране в Център за новите асортименти на стоките и модата и Център за нови стоки и мода.

Центърът за новите асортименти на стоките и модата е създаден с Постановление № 124 на Министерския съвет от 14 май 1960 г., с което от 1 юли 1960 г. се сформира „междуправителствена организация като отделна юридическа личност на бюджетна издръжка, с предмет на дейност: да организира разширяването на асортимента на хранителните и нехранителните стоки за народно потребление, да направлява развитието на модата, да подобрява културата на облеклото, външния вид и опаковката на стоките“. Според текста Центърът приема дейността, активите и пасивите на Държавния моден център на Софийския градски народен съвет и на цех „Мострена тъкачница“ при ДИП „8-ми март“ София, както и тези на постоянния мострен павилион при Българската търговска палата, свързани със стоките за народно потребление, по баланса към 31 декември 1959 г. Освен прехвърлените средства от предвидените за плана за 1960 г. за Държавния моден център, цех „Мострена тъкачница“ при ДИП „8-ми март“ София и Постоянния мострен павилион, от Министерството на финансите са осигурени и необходимите

⁵ Пак там; също и: Чипева, А. Центърът за нови стоки и мода като институт за борба със стихийността в шивашката промишленост и с вкусовата дезорганизация на населението в България през 60-те години на XX век. // Дзяло, 2016, год. IV, бр. 8.

⁶ Евгения Комисаренко е моден дизайнер, художествен ръководител на ЦНСМ, завършила е Приложния факултет към Московския текстилен институт през 1957 г.

допълнителни средства за новосформираната структура на Центъра⁷.

В процеса на тази трансформация участва самата Е. Комисаренко, която завършва специализирано образование в областта на модата в Москва, преди да дойде в България. По думите ѝ тя, заедно с екипа си от много добри моделиери, завършили техникума в София, и единствената манекенка в Държавния моден център – Лили Бочева, лично се срещат със секретаря на Съвета по промишлеността към Министерския съвет Дора Белчева, за да настояват за създаването на ЦНАСМ.

От постановлението става ясно, че в управлението на Центъра участват Министерството на вътрешната търговия, Министерството на външната търговия, Комитетът по промишлеността, Министерството на просветата и културата, редица държавни структури, ведомства, предприятия и обществени организации в София, Пловдив и Варна, както и Съюзът на художниците в България. Всички организации имат свои постоянни представители в Събранието към Центъра, което обсъжда и решава управленските стратегии и задачи на Центъра като: годишен план за работата му, доклад за извършената работа, бюджет, избира отраслови комисии. Планът, бюджетът и съставът на отрасловите комисии се одобряват от министъра на вътрешната търговия, председателите на Комитета по промишлеността и Българската търговска палата. Общото ръководство на Центъра се осъществява от министъра на вътрешната търговия, председателя на Комитета по промишлеността и председателя на Българската търговска палата, като пряк надзор има министърът на вътрешната търговия, а непосредствено ръководство се осъществява от директора на Центъра.

В правилника на ЦНАСМ от 1960 г. са дадени подробни разяснения относно управлението на Центъра и съответно непосредственото му ръководство, което се осъществява от директор. Последният, заедно с главния технолог, главния инженер, началниците на отдели и юрисконсулта се назначават от министъра на вътрешната търговия. За управлението и определянето на правата и задълженията на останалите служители на Центъра се създава Правилник за вътрешния ред. В правомощията на ЦНАСМ е одобряването на представените от производствените предприятия нови образци на нови стоки за народно потребление, а цените се определят от Министерството на вътрешната търговия и Министерството на финансите. Одобряването става след предложение от комисии, назначени от министъра на вътрешната търговия, съгласувано с председателя на Комитета по промишлеността и Съюза на художниците в България. Одобрените и утвърдени образци на нови стоки задължително се внедряват от производствените и търговските предприятия.⁸

Във връзка със задачата на ЦНАСМ да утвърждава всички „предложения на

⁷ ЦДА, ф. 537, оп. 1, а.е. 1, л. 173-4.

⁸ ЦДА, ф. 537, оп. 1, а.е. 1, л. 16.

промишлените предприятия за производство на нови стоки“, както и „временни технически условия за стоките, които ще се произвеждат за първи път в страната“ правилникът задава сформиранието на Художествено-технически съвети в самите промишлени и търговски предприятия. Тяхната задача е да разглеждат всички предложения за нови стоки, изготвени в самото предприятие и след одобряването им от Съвета се изпращат в Центъра за утвърждаване. Дава се и пълна информация за документацията, която съответният артикул трябва да съдържа – име на автора, технологическа карта, наименование на артикула, себестойност, планирани количества и пр.⁹

Правилникът определя ЦНАСМ като водеща институция в цялостната система на леката промишленост, която в следващите години е структурирана така, че производственият цикъл да бъде затворен – чрез т.нар. „текстилни обединения“, които ще бъдат ангажирани с производството на текстилните суровини, и обединенията за облекла – т.нар. „държавни стопански обединения“ (ДСО), които ще бъдат специализирани в производството на отделни видове облекла за вътрешния и външния пазар. Тази концепция за цялостна структура на икономиката е заложена така, че да могат да се произвеждат всички необходими продукти, свързани с индустрията. Ролята на ЦНАСМ в тази структура ще бъде „да задава цялостната посока на визия, облекла, ревюта и тенденциите“¹⁰. В изпълнение на това се възлагат на производствените предприятия поръчки за показни магазини, изложби, конгреси на модата и др. цели; събира и систематизира документации за производство на стоки за народно потребление, произвеждани у нас и в чужбина и ги предоставя за ползване от производствените предприятия; информира търговските предприятия за всички нови производства, внедрени в производствените предприятия и организации в страната¹¹.

Друга важна глава от правилника определя създаването, ролята, работата и задачите на новосформирания Художествен съвет към ЦНАСМ, който се събира най-малко веднъж на 3 месеца, за да обсъди и предложи номенклатурата и образците на новите асортименти, модели, десени, разцветки и опаковки, които следва да бъдат внедрени в производството. След това приетите асортименти и номенклатура се одобряват от министъра на вътрешната търговия, председателя на Комитета по промишлеността и Българската търговска палата за внедряване в производството и търговията и по която да се извършва договаряне между търговските и промишлените предприятия. В правомощията на същите органи е и да одобрява колекции от образци, с които Центърът да устройва или да участва в изложби, ревюта, прегледи и др. от национален и международен характер. Освен това художественият съвет извършва преглед и преценка

⁹ Пак там.

¹⁰ В мое интервю с инж. Петя Джукелова (конструктор-моделиер, зам. генерален директор „Руен дизайн“ 1986–1992 г.) – И. Г.

¹¹ ЦДА, ф. 537, оп. 1, а.е. 1, л. 16.

на вече внедрените в производството и търговията нови асортименти, модели, десени и пр., които са били предложени в предходния период. Той дава оценка за работата на предприятията по възложените задачи и предлага на ръководството на Центъра за награждаване проявилите се производствени, творчески и търговски работници¹².

В състава на Съвета участват представители на Министерството на вътрешната търговия, Комитета по промишлеността, Министерството на външната търговия, Министерството на просветата и културата, на Комитета по техническия прогрес, Българската академия на науките, СБХ, Комитета на демократичните жени и Българската търговска палата – като изборът на отделните членове се утвърждава от ръководството на Центъра¹³. От документите ясно проличава голямата отговорност, която управляващите възлагат на Художествения съвет, а Е. Комисаренко потвърждава доверието в тях и значимостта на преценката им по отношение на художествената стойност на създаваните модни стоки. За нея ролята на художниците в работата на Съвета е много важна и тя настоява за привличането на изявени автори като Веса Василева, Магда Абазова, Мария Столарова, Атанас Михов и др.

Също така Центърът има възложена отговорност да продава на търговските предприятия създадените в неговите асортиментно-експериментални бази образци, кройки и нови модели, както и да открива магазини и щандове за продажба на модели, образци, кройки и др. Негова задача е и снабдяването на предприятията с чертежи, списания, вносни образци и др.¹⁴. В постановлението са дадени разяснения и относно правилата за ценообразуването на новите стоки.

ЦНАСМ може да предлага на Комитета по промишлеността и Централния съюз на трудово-производителните кооперации за изработка на образци и мострени количества стоки в производствените предприятия и трудово-производителните кооперации¹⁵. Центърът организира свои отдели по различните видове стоки и при нужда създава и експериментални бази, освен това се опира и на всички експериментални бази в предприятията, събира образци и от други страни, като подбира от тях най-подходящите за внедряване в производството¹⁶. Е. Комисаренко отбелязва, че екипът на Центъра трябва задължително да има подходящите условия за работа, за да се работи на професионално ниво.

Разбира се, това професионализиране в работата на ЦНАСМ предполага и

¹² Пак там, л. 17.

¹³ Пак там.

¹⁴ ЦДА, ф. 537, оп. 1, а.е. 1, л. 174а-5.

¹⁵ Пак там, л. 174-4а.

¹⁶ Пак там, л. 174.

намирането на подходяща сграда, в която той да се разположи¹⁷. Така на 1 юли 1962 г., с Постановление № 16 на Министерския съвет от 8 февруари 1962 г., Софийският градски народен съвет в срок от 3 месеца трябва да предаде на Центъра сградата на ул. „Леге“ № 4 заедно със съществуващия по това време на този адрес магазин. Също така е указано да се намерят помещения за филиалите в Пловдив и Варна.¹⁸ По-късно в сградата на ЦНАСМ са създадени специализирани отдели за обувки и чанти, бижутерия, керамика, трикотаж и др., а художници са били назначени, за да проектират десени, които са се разработвали в Мострената тъкачница.¹⁹

Създаването на нови експериментални бази ще се окаже ключов момент в развитието на Центъра и на цялостната инфраструктура в следващите години. Към съществуващи или новосъздадени предприятия в Елхово, Момчиловци, Червен бряг и др. под управлението на ЦНСМ се създават бази за експерименти и изработване на прототипи, които предприятията под ръководството на Центъра произвеждат, предлагат на българския или международния пазар. От една страна, чрез позициониране на предприятия и експериментални бази към тях в малките населени места се създава работа чрез децентрализация извън столицата. В по-късен етап тази идея се развива и се превръща в политически инструмент за възпитаване на вкуса на гражданите със средствата на модата – чрез модни къщи в малките населени места, чрез ревюта и т.н. От друга страна, това става основа за развитието на дизайнери като Владислав Шмидт, Лидия Ковачка и много други, които имат възможност да работят в различни сфери на индустрията, да участват лично във всички етапи от създаването на колекциите, да разработват авторски десени и да работят с различни технологии – от трикотаж, през дизайнерски шампи до аксесоари.

Връщайки се отново към Постановление № 124, трябва се изтъкне, че с него са отпуснати допълнителни 20 щатни единици за нови служители в Центъра и се възлага на министъра на вътрешната търговия да утвърди неговата структура и щатно разписание²⁰. Като художествен ръководител на ЦНАСМ Евгения Комисаренко успява да привлече на работа художници от Художествената академия, тъй като смята, че „е много важно да има такива в екипа на институцията, а и може по-лесно да се работи и комуникира с тях в контекста на дейността й... Един художник може по-лесно да се разбере с друг художник“²¹. Това е същностна позитивна промяна, особено имайки предвид факта, че до този момент повечето от назначенията в Държавния моден център са били чисто партийни, на хора без съответното художествено образование. Назначени са и манекени, които

¹⁷ В мое интервю с Евгения Комисаренко – И. Г.

¹⁸ ЦДА, ф. 537, оп. 1, а.е. 1, л. 197.

¹⁹ В мое интервю с Евгения Комисаренко – И. Г.

²⁰ ЦДА, ф. 537, оп. 1, а.е. 1, л. 175.

²¹ В мое интервю с Евгения Комисаренко – И. Г.

се одобряват от Художествения съвет.

Постановление № 124 поставя акцент и върху международното ситуиране на Центъра, изтъквайки, че той има задачата да поддържа контакти с търговските представителства на Народна република България в чужбина и с чуждестранни предприятия за снабдяването му с мостри, проспекти и други необходими материали, свързани с дейността му. Пак от същия текст се разбира, че на Центъра се прехвърлят и средства за дейността на Постоянния мострен павилион и валутната квота за доставка на образци от стоки за широко потребление, мострени количества, сурови и спомагателни материали, техническа литература, стандарти, командировки и др. Тези образци се внасят след съгласуване с Министерството на външната търговия и са освободени от „митнически формалности и такси“²².

Чрез същото постановление на Центъра е разрешено да „издава информационни бюлетини, журналы и други печатни материали, свързани с пряката му дейност“. Тази функция на институцията се разгръща в няколко важни посоки в следващите години. От една страна е създадена вътрешноведомствена редакция към ЦНСМ, в която се получават информационни материали за модните тенденции в Западна Европа на френски език. След превод тя бива оформена и издавана за служебно ползване под формата на бюлетин, който има за цел да информира дизайнерите на Центъра, както и отделните предприятия в мрежата на леката промишленост за тенденциите за следващия сезон. Към издателската дейност на Центъра важна роля има и по-късно стартиралата редакция и списание „Лада“, която участва активно в социализирането на колекциите, създадени в ЦНСМ.²³

Към ЦНАСМ се създава специализирана библиотека, в която по настояване на Е. Комисаренко се получават най-популярните за времето западноевропейски списания, представящи колекциите прет-а-порте: „Elle“, „L’Officiel“, съвременни френски и английски материали за мода.²⁴ Към края на 60-те години следва и сключване на договор с френската фирма „Фред Карлен“²⁵ за получаване на специализирана литература за модни тенденции. Така се създава изключително важна за развитието на модата в страната библиотека към Центъра, която е била отворена за дизайнери и специалисти не само на ЦНСМ, но и за всички предприятия в системата на леката промишленост.

Вопит за насърчаване на качеството на работа на отделните специалисти на Центъра е делегирана отговорност на ръководството да присъжда награди на всички лица, създали

²² ЦДА, ф. 537, оп. 1, а.е. 1, л. 176.

²³ ЦДА, ф. 537, оп. 1, а.е. 1, л. 162.

²⁴ В мое интервю с Евгения Комисаренко – И. Г.

²⁵ Carlin Group е първата агенция за модни тенденции в света. Основана в Париж през 1947 г. от Фред Карлен (Fred Carlin).

нови асортименти от стоки, които са одобрени и внедрени в производството на държавни и кооперативни промишлени предприятия.²⁶ За тази цел са осигурени допълнително 1 млн. лева за 1960 г. от бюджета на Министерството на вътрешната търговия.

В Правилника на ЦНАСМ се дават разяснения за задачите на самите отраслови комисии, които разглеждат предложенията и насоките, които трябва да вземат у нас модата и производството на стоки за народно потребление, опаковката им и амбалажа, предложенията на промишлените и търговските предприятия и отделни творци за производството на нови видове стоки. Дават се уточнения и за условията и реда на работа, заплащане и пр. на отрасловите комисии и техните членове. В същия документ се уточняват и разгръщат в детайли още няколко задачи на Центъра, които биха могли да бъдат обособени като негови специални функции. ЦНАСМ има задачата да проучва постиженията на промишлеността за стоки за народно потребление в другите страни и обобщава тенденциите на международната мода по отношение на тъканите, облеклото, обувките, домашното обзавеждане, хранителните продукти и др. стоки за народно потребление. Тази важна роля на Центъра като медиатор на международните тенденции се разгръща като образователна функция по отношение на предприятията от системата на леката промишленост и техните специалисти, като ЦНАСМ издава модни журналы, бюлетин за новости в областта на производството на стоки за народно потребление и др. печатни материали за подпомагане на производствените и търговските работници в тяхната професионална квалификация.

От друга страна, отговорността на екипа на Центъра се изразява и в неговата възпитателна функция спрямо обществото, като организира сравнителни прегледи, модни ревюта, конференции и др. за запознаване на производствените предприятия и населението с новите модели, десени, разцветки и асортименти от местно и чуждестранно производство. Освен това институцията организира и участва в подготовката на международни конгреси, конференции, прегледи, ревюта, свързани с асортимента на стоките за народно потребление. Поддържа постоянна връзка със съответните институти в другите страни. С разрешение на Министерския съвет членува в международни организации с характера на неговата дейност.²⁷ Тези параметри от Правилника на ЦНАСМ задават възможните посоки за международни участия, които в следващите години ще се реализират не само в държавите на изток от Желязната завеса, но и в западния свят. Тази възможност за комуникация, наред с получаването на информация за модните тенденции и от Западна Европа и обмена на информация със социалистическите държави, ще бъде решаваща за развитието на модните дизайнери в Центъра, които ще имат ролята на своеобразни медиатори на модните тенденции от двете страни на Желязната завеса.

²⁶ ЦДА, ф. 537, оп. 1, а.е. 1, л. 176.

²⁷ ЦДА, ф. 537, оп. 1, а.е. 1, л. 16.

През 1963 г., с постановление на Министерския съвет № 19 от 28 януари 1963 г. Центърът за новите асортименти на стоките и модата е преименуван на Център за нови стоки и мода.²⁸ Със същия документ е решено ЦНСМ да премине към Комитета по леката промишленост, като по този начин дейностите по електропромишленост, металообработване и пластмаси преминават към новосъздадения Център за промишлена естетика и художествено проектиране и конструиране²⁹.

В обобщение трябва да изтъкнем, че процесът по изграждането на концепцията и структурата на ЦНСМ може да бъде определен като важен момент на институционализиране на „социалистическата мода“ в страната чрез изграждане на специфична за нейните нужди инфраструктура и прилагане на целенасочени политики за развитието ѝ. Това предпоставя реалното конституиране на феномена „социалистическа мода“ и води до генерирането на негово реално битие, каквото не можем да видим в България нито преди, нито след периода 1960–1989 г., но чиито принципи могат да бъдат пълноценно използвани в съвременните практики на образование в България.

Идентифицирането на концепциите, **функциите** и задачите на ЦНСМ е от ключово значение за проследяването на професионалното развитие на модните дизайнери и специалисти, работили в системата на „социалистическата мода“ в страната.

²⁸ ЦДА, ф. 537, оп. 1, а.е. 1, л. 64.

²⁹ Пак там, л. 126.

ФОРМА И ИЗОБРАЗИТЕЛНА ПОВЪРХНОСТ В КЕРАМИЧНИТЕ ПРОИЗВЕДЕНИЯ ОТ НАЧАЛОТО НА XX В.

Ралица Гелева, Българска академия на науката

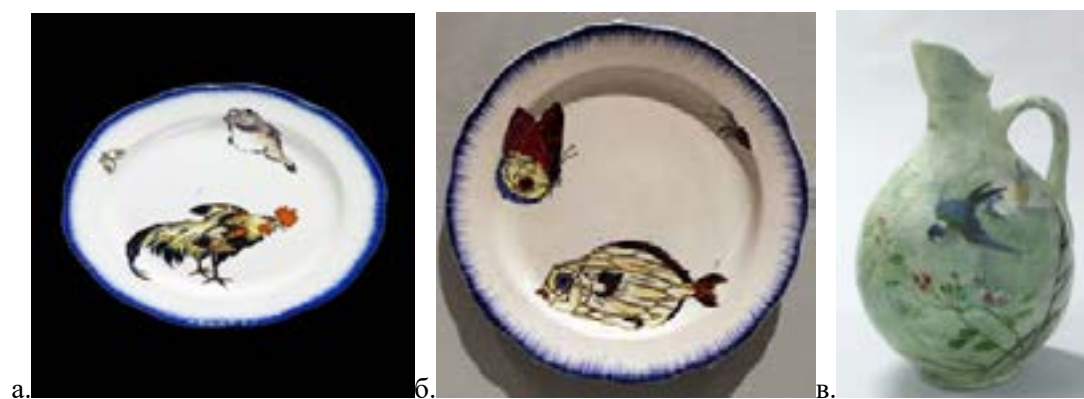
С развитието на новите стилистични подходи от края на XIX и особено през първите десетилетия на XX век се наблюдава засилен интерес към изследването на нови възможности за художествено изразяване. В този контекст анализът на отношението на различни автори, известни предимно като живописци, към реализация на художествени произведения в керамичен материал е много показателен. Особеностите на силикатните маси са предизвикателство за развитие на творческия потенциал на художниците в изненадващи и впечатляващи резултати. Произведенията следват общоприети представи, но и създават предпоставки за преосмисляне на естетиката на предметите. Проблемите на изграждането на формата и различните варианти за третиране на изобразителната повърхност от редица художници, дават основание за изводи относно новите подходи и решения на фундаменталните проблеми на творческата реализация.

Последната четвърт на 20 век е забележителен период за развитието на изкуството. Въпреки наложените строги рамки на „салонното изкуство” и Академизма, смело си проправят път нови подходи към изразните средства и художествените възможности. Художниците започват да налагат нови представи за изобразителността и нейното въздействие. Първоначално тези опити са в рамките на творческия експеримент, на вътрешната необходимост от опознаване и осмисляне на възможностите на материалите, съчетаването на различни художествени практики, а сетне се превръщат в съзнателно търсени ефекти представяни пред публиката. Ярък пример за тези процеси в развитието на творчеството е изваждането на силикатните материали от сферата на утилитарното и нарастващата им роля като значимо художествено изразно средство. Безспорни примери за това са произведенията на редица бележити художници, които се впускат в изследването на майоликата, порцелана и керамиката.

Сред авторите, които успяват да преосмислят ролята на силикатните материали в изкуството е Феликс Бракмон¹. Той се занимава с гравюра и е напълно закономерно вниманието му да бъде привлечено от случайно открита от него поредица манга на Хукосай (1856). Стилистиката на тези произведения не само оказва влияние върху графичното му творчество, но го насърчава да приеме предизвикателството да направи се-

¹Феликс Бракмон(Félix Bracquemond) – френски художник, 1833–1914)

рия от проекти за декориране на порцеланови съдове. Повратната точка е успешно изпълнената поръчка за индустриалеца Йожен Русо за порцеланов сервиз, представен във френския павилион на Световното изложение в Париж през 1867. Проектът за сервиза е не само една от първите прояви на „японизма“ в европейското изкуство², но и ярък пример за новия подход към съдовете като изобразителна повърхност (Ил. 1 а). Бракмон опитва да използва повърхността на чинията без да се вълнува от нейната утилитарна форма. Той на практика прилага наученото от японските дърворези и пренебрегва правилото да следва зададените от формата изобразителни полета – основно и рамкиращо. Всеки предмет от сервиза е украсен с различно изображение - птици, риби, ракообразни, растения и насекоми, представени в своеобразни трилогии (пеперуда, петел и риба; пеперуда, риба и паяк и др.). Технологично се налагат елементи от печатната техника при пренасянето на проектите в производството на серийните съдове. Проектът на Бракмон се произвежда още няколко десетилетия с малки промени. Разработеният начин на художествено изразяване художникът налага и в следващи серии от порцеланови изделия през годините на работата си като художник-декоратор на фабриката във Севр в края на 60-те и началото на 70-те години на 20 век (Ил. 1 б). По-късно Бракмон започва да работи за ателието на Чарлз Хавиланд в Лимож³, като запазва основните насоки на стила си при третирането на утилитарните повърхности като уникални пространства. През следващите години художникът декорира предмети, в които се стреми да приложи познанията си в областта на изграждането на композиционното пространство, като умело използва повърхността на декорираните съдове (Ил. 1 в).



Ил. 1 - Феликс Бракмон. - а/ Чиния от сервиз на Йожен Русо, представен на Световното изложение в Париж 1867⁴. б/ Чиния от колекцията на Чарлз Хавиланд (придобита през 1872), представена на изложба „Френската керамика от епохата на импресионизма 1866–1886. Зрелият японизъм“ (Токио, 2014)⁵ в/ Кана с пролетен сюжет, края на 19 век, колекция на Чарлз

² Ives, Colta Feller. The great wave: the influence of Japanese woodcuts on French prints. New York, 1974, Metropolitan Museum of Art (N.Y.).

³ Wood, Barbara, Doares, Robert. Old Limoges: Haviland Porcelain Design and Decor, 1845-1865. Schiffer Publishing Ltd. & Design, 2005

⁴ Сервизът е отличен с бронзов медал от Изложението за цялостно изпълнение, част от което е и проекта на Бракмон.

⁵ https://panasonic.co.jp/ew/museum/exhibition/14/140405/index_en.html (октомври 2021)

Хавиланд, представена на изложба „Френската керамика от епохата на импресионизма 1866–1886. Зрелият японизъм“ (Токио, 2014)⁶

И ако тези произведения следват формите на предметите, макар да имат напредък в надскачането на утилитарността им, те бележат ясно различима тенденция в творческите среди за използването на нови изобразителни пространства.

Обичайно художниците използват пластичните силикатни материали – основно глината - за подготовка на своите художествени творби. Пластичното осмисляне на формата, движението, пространственото моделиране, са основни елементи не само от обучението, но и от творческия процес при реализацията на конкретен замисъл. Обичайно те остават в ателието и са част от скритата страна на създаването на произведенията. Ще дам пример с пластичните опити на Едгар Дега⁷, които с изключение само на една фигура са излагани пред публика по волята на автора. Отливането на восъчните и керамичните му пластични етюди е плод на интерес към творчеството му от последващите поколения и колекционерска страст. Въпреки това не мога да не отбележа в контекста на изложението една негова уникална творба, която е направена от глина и е получила правото да бъде запазена като самостоятелно произведение, защото не само е изпечена, но е и глазирана. „Жена, миеща левия си крак“ наистина е триизмерно превъплъщение на характерен за Дега сюжет, представяща в различна светлина творческия му подход – не само търсенето на движение, улавянето на позата, но и наблюдението върху цветната моделировка на отделните елементи на формата (Ил. 2).

Известно е, че Дега е проучвал перфектната хармония при пресъздаването на реалността в творбите си. Както и Бракмон, Дега е бил косвен ученик на Енгр и се е стремил към заимстваната от него методика за мелодични линии и ясно изразени форми. В представената керамична пластика това е ясно различимо, благодарение както на пластичността на използвания материал, но и на умелото боравене с глазуриите, които завършват произведението.

⁶ https://panasonic.co.jp/ew/museum/exhibition/14/140405/index_en.html (октомври 2021)

⁷ Едгар Дега – френски художник, 1834–1917



Ил. 2. Едгар Дега. „Жена, миеща левия си крак”. Около 1890⁸

Без да има свои ученици, се смята, че творчеството на Дега оказва влияние върху цяла плеяда от по-млади художници, сред които е и Пол Гоген⁹. И ако за Дега експериментите с керамиката са част от процеса на създаване на живописните платна, то за Гоген керамиката се превръща в ново изразно средство, което е равностойно на платното и боите.

Гоген успява еднакво добре да интерпретира творческите си замисли като картини и като художествени керамични пластики. Умело борави със специфичната цветност на керамичния материал и даденостите на технологията, която позволява живописен подход към материала. Третирането на формата следва замисъла и може да бъде както утилитарна, така и да изпълнява единствено пластични задачи. А понякога символичната наситеност на формата допълва художественото съдържание и откъсва реалния предмет от функцията му.

Проучването на осъзнаването на глината като подходящо художествено средство от Гоген е предмет на друго изложение, но тук следва да отбележим, че към средата на 70-те години на 19 век, художникът вече прави първите си керамични пластики-предмети. Много важен за приемането на керамиката като специфично изразно средство е периодът на творчество в Понт Анвен (1886–1890). В керамичните пластики от този период се откриват доста паралели с живописните му творби. Те само привидно имат и

⁸ Керамика, жълта, червена и зелена глазури, 20,5 x 16,4 x 24,9 см. Постоянна колекция на Националната галерия на изкуствата, Вашингтон, САЩ

⁹ Пол Гоген – френски художник, 1848–1903

утилитарно предназначение като вази (Ил. 3). Перспективното моделиране, което Гоген осъществява в платната си, откриваме и в триизмерните творби. Пластичното оформяне на сюжета е допълнено пълноценно с оцветяването с контрастни цветове.



а. б.



Ил. 3. Пол Гоген. а/ Ваза „Бретонска селянка с овце” (1886–1887)¹⁰. б/ Ваза „Бретонски жени”¹¹

Категоричното осъществяване на сходни композиции с различни изразни средства ясно показва нагласата на Гоген да възприема керамиката като желано изразно средство. Тя може и да е допринесла за изследването на натурата както при Дега, но ясната заявка е вече дадена. Изобразителната повърхност е предизвикателство за художествено решаване на естетически проблеми. Утилитарността е оставена на заден план до толкова, че би могла да е част от цялостното произведение. Това че произведенията са вази в композиционен план е премислено и евентуалната поява на цветя в тях само ще обогати композицията. Ще ѝ придаде елемента на пленерност, търсен от всички импресионисти.

През 1888 Гоген отива на гости на Винсент Ван Гог във Арл, където прекарва няколко месеца. Подтикнат от възникналия между тях конфликт Ван Гог си отрязва ухото, Гоген, силно потресен напуска Арл. Емоционален резултат от тази житейска драма са два автопортрета – на Винсент Ван Гог с превързано ухо¹² и на Пол Гоген – „Автопортрет с отрязано ухо” (Ил. 4 а).

Отвъд събитията провокирали създаването на вазата „Автопортрет с отрязано

¹⁰ Керамика, жълта, синя, бяла и зелена глазури, 13,3 x 15,5 x 11,5, Музей на изящните изкуства, Париж, Франция;
<https://www.petitpalais.paris.fr/oeuvre/jardiniere-avec-bretonne-et-moutons>

¹¹ Керамика, синя, бяла и черна глазури, 29,5 см, Кралски музей на изящните изкуства и историята, Брюксел, Белгия;

¹² Винсент Ван Гог. Автопортрет с отрязано ухо и лула. 1889. Частна колекция, Чикаго, САЩ;
Винсент Ван Гог. Автопортрет с отрязано ухо. 1889. Галерия Курто, Лондон, Англия;

ухо” можем да анализираме художествените постижения на творбата. Тя не само много реалистично предава чертите на автора, но и е изпълнена с дълбок алегоричен смисъл, подчертан от добре използваните технологични прийоми – едната страна е полята с червена глазура, която натуралистично натрапва усещането на запечена кръв. Намекът за символичното приемане на съда като човешка глава, но и вместилище на съдържание е много ярък.

Тази линия на разсъждения върху същността на съда и интерпретацията му като портретен образ Гоген продължава и в „Автопортрет на Гоген-дивака” (Ил. 4 б). Идеята за греховното отражение на съдържанието върху външността ясно се чете в това произведение. Съвсем умишлено авторът примитивно моделира лицето за да изрази липсата на одухотвореност, заличена от порока. Това още повече личи от факта на включването на това произведение в живописния „Автопортрет с Жълтия Христос” (Ил. 5). В живописната творба гърнето-автопортрет е в ролята на греховния антипод на Спасителя, като разкрива непрекъсната борба между пороците и духовното, която преживява Гоген в този период от живота си.



а.



б.

Ил. 4. Пол Гоген. а/ Ваза „Автопортрет с отрязано ухо”¹³. б/ Гърне за тютюн „Автопортрет на Гоген - дивака”¹⁴



Ил. 5. Пол Гоген. Автопортрет с жълтия Христос. 1890–1891. Музей Орсе, Париж, Франция

Разсъжденията върху новата роля на силикатните материали в художественото творчество могат да бъдат обогатени с още много интересни примери от историята на изкуството от началото на 20 век. Утилитарният силикатен обем и изобразителните му повърхности претърпяват съществена метаморфоза, която се допълва от общопризнатата символика на предметите. Чрез анализа на съчетанието им още по-ясно се очертава прехода към еманципирането на художествените качества на керамиката и възприемане на ролята ѝ на неразделна част от художествената реализация на творческите замисли на художниците.

¹³ Глазирана керамика, 19,3. 1889, Музей на декоративните изкуства, Копенхаген, Дания.

¹⁴ Глазирана керамика, 28,4 см. 1889, Музей Орсе, Париж, Франция

РАННАТА БИОГРАФИЯ НА ГАЛИН МАЛАКЧИЕВ КАТО ПРЕДПОСТАВКА ЗА ТВОРЧЕСКОТО МУ РАЗВИТИЕ

Емил Бачийски, Национална художествена академия

Структурата на това изложение е базирана върху данни от ранната биография на Галин Малакчиев, предопределили в голяма степен бъдещия му творчески път. Цитирането на чисто житейските епизоди е придружено от анализ на неговите първи произведения, но и съпоставено с някои основни обществени и културни процеси в страната, продиктували характера на българската скулптура от втората половина на XX век до днес. Паралелното представяне на информацията в текста е и опит за асоциация с пространствения подход при създаване на Галиновите скулптурни композиции, с онзи уникален ритъм в редуването между плътна материална форма и въздушни паузи в който металните слоеве „дишат“ и нарастват на определени интервали.

Галин Малакчиев е роден на 20 ноември 1931 г. в град Русе, с кръщелното име Георги Христов Малакчиев. В много от репортажите за юбилейните изложби на автора, организирани след 1989 г. се подчертава, че баща му е „царски офицер“. Според публикациите този факт обуславя и обяснява цялото му по-нататъшно битие и артистична дейност.

В началото на 30-те години на XX век, Христо Малакчиев е офицер към Русенското военно окръжие. Завършва кралската школа за инструктори по конна езда в Унгария, а след завръщането в България продължава военната си служба като офицер и инструктор в кавалерийска школа. Носител на много трофеи и отличия от конни състезания, през 1936 г. участва в олимпийските игри в Германия, където постига и най-доброто класиране от българските спортисти на тази олимпиада – десето място във всестранната езда. Поради професията и разпределенията му в различни гарнизони из страната, образованието си Галин получава последователно в Сливен, София, Толбухин и отново в София. В столицата учи във Френския колеж, но след неговото закриване през 1947 г., завършва реалният курс на V мъжка гимназия със зрелостно свидетелство № 2035 от 25 юни 1949 г. и общ успех: „отличен 5, 64“¹.

От днешна гледна точка е трудно да си представим какво значение има съвпадението на юношеството и ученическите години – годините на оформяне на характер и личност с екзистенциалните предизвикателства на може би най-мрачното десетилетие в нашата история през XX век. След драматичните събития от Втората световна война и преврата от 9 септември 1944 г., България попада под тоталното политическо влияние на СССР.

¹ВИИИ „Н. Павлович“. Главна книга, 1954–55, Георги Христов Малакчиев, фак. № 571. Архив НХА.

Чрез повсеместното налагане на комунистическата идеология и съветския модел на управление, страната преминава от монархия към народна република в която всички сфери на обществения живот са ръководени и строго контролирани от Българската комунистическа партия. Гражданските права са значително ограничени, а процеси като премахване на частната собственост и въвеждането на нови икономически стандарти, често са осъществявани чрез силови методи и терор и водят до множество личностни катастрофи и трансформации в социалните структури. Политическите репресии са насочени главно към представителите на бившия държавен елит – интелектуалци, духовници, индустриалци, земеделски собственици, офицери... Разглеждани като евентуални опоненти на новия режим, някои от тях са екзекутирани, много са осъдени на затвор или заточение в концлагери, други стават жертва на интерниране и насилствено преселване.

В автобиография от 27.VIII.1954 г.², Галин посочва че баща му не е членувал във фашистки организации, участвал е в Отечествена война и е награден с кръст „За храброст“, но скоро след утвърждаването на комунистическата власт и Христо Малакчиев ще бъде „командирован“, изселен със семейството си от София в Толбухин и по-късно уволнен от армията. През 1946 г. ще им бъде разрешено да се завърнат в столицата, но заплахата от нови наказания ще ги съпътства непрекъснато през следващите години.

В същото време, в страната започва провеждането на редица конгреси, пленуми и конференции на БКП, които чертаят петилетни планове за строителството на светлото бъдеще и комунизма. Революционните промени са съпроводени от масова пропаганда и реформи във всички обществени сектори, но особено силни са те в образователната система. За осъществяване на „правилното възпитание в социалистически дух“, следят специално образувани към всяко учебно заведение или професионално съсловие партийни комитети. За Народната власт е много важно в какви политически, младежки и масови партии и организации са членували или членуват както младите хора, така и техните родители, както преди 9 септември 1944 г., така и след това. В същата автобиография Галин пише: „Преди 9.IX.1944 г. не съм участвувал в никакви фашистки организации“ и отбелязва работата си като културопросветник на класа през четиригодишния гимназиален курс на обучение. В друг документ³ са посочени и членствата му в младежките сдружения, формирани по примера на съветския Комсомол. Всъщност, членуването в тези организации е задължителен акт. В стремежа си да осъществи по-близко наблюдение и пълен контрол върху подрастващите, властта принудително ги включва в обща структура. Изградена е прецизна мрежа в която всеки млад човек е подробно проверяван за социален произход и подозиран за „нездрави“ идеологически възгледи. В търсенето на вътрешни „народни врагове“ и тяхното отстраняване от редиците, чрез доклади и доноси се следи всяко

² Автобиография на Георги Христов Малакчиев. ВИИИ „Н. Павлович“, 27.VIII.1954. Архив СБХ.

³ ВИИИ „Н. Павлович“. Личен формуляр на студента Георги Христов Малакчиев, 27.VIII.1954. Архив СБХ.

неправилно изказване и действие. Демократичната мисъл е унищожена и се насажда система, изпълнена със страх и непрекъснати заплахи за изключване от училища на младежите, за уволнения от месторабота на техните родители, за изолация на опасните елементи чрез изселване.

Въпреки напускането на армията, заслугите му към държавата през войната и включването му в социалистическото строителство, биографията на Христо Малакчиев остава трайно негативна и въпреки активното старание на Галин в културно-просветната и агитационна дейност на училището и неговият отличен успех, през 1949 г. той е изключен от Димитровския съюз на народната младеж. Веднъж поставен и вписан в личното му досие, този допълнителен отрицателен етикет вечно ще го съпровожда и ще определя бъдещето му – по-труден достъп до висше образование, по-ограничени възможности за професионална реализация и кариерно развитие. И мечтата му да учи архитектура няма да се осъществи, защото в първите години след завършване на гимназията, на него му е забранено и не е допускан до кандидатстудентски изпити във висше учебно заведение.

През 1949 г. Галин е бригадир в строителна бригада в Сливница, където е „награждаван за ударничество“. От септември същата година до април 1951 г. работи като оксигенист-монтъор на парно отопление в Народната библиотека. Лошата семейна характеристика и изключването му от комсомолската организация предопределят и повиквателната заповед за служба в Строителни войски, която е една от най-трудните армейски повинности и в голяма степен се асоциира с наказание, поради съчетанието между военна подготовка, строга дисциплина и тежка физическа работа. В тези поделения, обикновено са разпределяни неграмотни и неправилно политически ориентирани наборници.

След уволнението си от армията през пролетта на 1954 г. отново прави опит за кандидатстване във висше учебно заведение. При попълване на формуляра⁴, който се подава според адресната регистрация в местния народен съвет, има право да заяви желание за две специалности и той избира Скулптура и Керамика в Художествената академия. През следващия почти месец, Галин е подробно проверяван, но този път с потвърждаващи подписи от Околийския народен съвет, формулярът му „поверително“ е изпратен до Академията, което удостоверява допускането му до конкурсен изпит. След успешно издържаните изпити е приет като студент по Скулптура към факултета за изящни изкуства, но още преди началото на учебната година се премества в новооткритата специалност Декоративно-монументална скулптура.

Политическото разделение на Европа вече е завършено. Останала в „Източния блок“, България е в абсолютна зависимост от Съветския съюз и на практика се превръща в

⁴ Формуляр за попълване от кандидат студентите. Георги Христов Малакчиев, ВИИИ „Н. Павлович“, Вх. № 195 от 21.VI.1954. Архив СБХ.

тоталитарна държава. Една от основните задачи на партията е провеждането и на културна революция, която трябва да изгради духовната същност на новия социалистически гражданин. Народната власт методично налага постулатите на марксистко-ленинската философия и естетика във всички учебни заведения, в новосформираниите творчески съюзи и културни институти. Въведените еталони на социалистическия реализъм стават шаблон за непрекословно следване и единствена възможност за реализация на нови художествени произведения. В живописата и скулптурата започват да се изпълняват понякога сложни многофигурни композиции на земеделски и работнически теми, сюжети от партизанското движение и антифашистката борба, сцени, възхваляващи комунистическите лидери. Изкуството трябва да е разбираемо от всички, да е ясно и разпознаваемо като идея, форма и съдържание, което води до опит за буквално подражание и копиране на видимата действителност, отразена чрез принципите на академичния натурализъм. Всякакви евентуални форми на различие, на противоречие с официалната догма, са остро критикувани като буржоазни, монархофашистки остатъци от царско време или вредно западно, капиталистическо влияние и заклеявани като несъвместими със социалистическия мироглед. Търсенето на индивидуални изразни средства и естетически стойности, опитите за представяне на собствен и характерен личен подход при решаване на определен художествен проблем са категоризирани като опасно явление. Партийната цензура обвинява много автори за „реакционери“, „вражески елементи“ и „проводници на упадъчни буржоазни идеи“ и те са отстранени от художествената сцена и обществените си позиции. На извънстандартните композиционни решения са поставяни етикети „формализъм“ и „западно поклонничество“, а произведенията не са допускани до участие в изложби.

През цялата история на човечеството, във всички обществени строеве и системи, възможностите на монументалните изкуства и в частност декоративно-монументалната скулптура да пропагандират определени политически послания са с особена важност за ръководителите на съответната социална или държавна формация. Способността на едно художествено произведение ежедневно да въздейства на огромен кръг от хора и да предава необходимите идеологически и естетически категории, умело ще бъде режисирана през следващите десетилетия и от управляващата у нас комунистическа партия. През 50-те години стартира масовото строителство на стотици архитектурно-скулптурни ансамбли и паметни знаци в почти всяко населено място в страната, посветени на подвига на Съветската армия и героите от Съпротивата срещу монархофашизма. Създадени от колективи от най-добрите скулптори и архитекти и реализирани в огромни размери и мащаби, те служат за акцент в градоустройствените планове, за основен организиращ елемент на централните градски зони и площади. Но освен с доминиращата си роля в публичната среда, монументите със своето идейно-смысловое и пластическо съдържание ще бъдат и най-подходящ проводник на актуалните държавни концепции и стратегии.

При постъпването си през 1954 г. в Академията, Галин попада в курса и ателието на Михаил Кац. Кац пише в една своя автобиография на руски език от 1955 г., че е „... изпратен в Н. Р. България на постоянно жителство за оказване на помощ на братското българско изкуство“⁵, което определено може да бъде разглеждано като пряка външна политическа намеса в образователния процес и директен опит за налагане на съветските културни модели.

Но след смъртта на световният комунистически лидер Сталин през 1953 г. и последващият конгрес на съветската комунистическа партия, в България през пролетта на 1956 г. се провежда „историческият“ Априлски пленум на ЦК на БКП. С характерния агитационен език на времето и под влияние на „обновителните“ процеси в СССР, лидерите на БКП отхвърлят методите на сталинизма и ги осъждат с понятието „култ към личността“. В резултат от решенията на пленума, репресивните управленчески практики ще бъдат в някаква степен смекчени и настъпва незначително освобождаване на социални напрежения, но „идеологическото развитие на обществото“ продължава да функционира безкомпромисно по „ленински и димитровски“ до падането на комунизма в самия край на 80-те години.

„През 1956 г. вече се установява частично преобразуван модел на обучение в Академията, но заедно с това започват да се долавят и първите плахи признаци на известна либерализация и отслабване на мъртвата хватка на догматизма и закостенялостта“⁶. И все пак, в учебния план на специалност Декоративно-монументална скулптура, наред с основните за профила предмети като Композиция, Скулптура, Моделиране, Пластичен етюд, Изпълнение в материал и Архитектура; успоредно с общоакадемичните: Рисуване, Живопис, История на изкуствата...; запазва своята тежест и изучаването на политико-идеологическите дисциплини като Руски език, Основи на марксизма-ленинизма, История на БКП, Диалектически и исторически материализъм...

С няколко малки изключения по Рисуване, Живопис и История на изкуството, оценките на Галин по всички учебни предмети са добри и отлични⁷. Но и тук, в среда в която би трябвало водещи да са креативното начало и творческите взаимоотношения, подозренията и обвиненията продължават и през целия период на следване в Академията, той непрекъснато е заплашван с изключване. Състудентите му от това време обръщат внимание на неговата крехка фигура – описание, вероятно продиктувано от странната история, разказваща за порастването му с 40 сантиметра само за трите години, прекарани

⁵ Цит. по: Бошев, Н. Катедра Скулптура на НХА между традиция и бъдеще. С., НХА, 2011, с. 78.

⁶ Попов, Ч. Националната художествена академия през втората половина на 40-те и 50-те години на XX век. – В: Националната художествена академия 1896–2016. С., НХА, 2016, с. 124.

⁷ ВИИИ „Н. Павлович“. Главна книга, 1954–55, Георги Христов Малакчиев, фак. № 571. Архив НХА.

в казармата. И може би поради физическите деформации и промени, може би поради вечно придружаващите го характеристики: „син на царски офицер“, „произхождащ от неблагонадеждно семейство“, „изключен от Комсомола“, но най-вече в следствие на продължаващото непрестанно следене при което всяка неблагоприятна реплика е била докладвана, през този период той е изключително мълчалив и затворен в себе си. Но тези прояви на интровертност, съчетани с вродената му сърчност, трудоспособност, интелигентност и чувство за пространственост, концентрират енергията му и ще го накарат изцяло да се отдаде на самостоятелна дейност в скулптурата: „Изобщо избегва организационна работа и си гледа работата в ателието“⁸. А и няма друга алтернатива – по същото време според спомени на съвременници, учебният процес в Академията се доближава до казармените порядки, а след проведено „мероприятие“ и zlepоставяне, родителите му завинаги са изселени от столицата и принудени да живеят в суровите планински условия на софийското село Батулия.

Ситуацията в която вече няма какво да губи и непрекъснатата, понякога денонощна работа с глината, ще му помогнат да осъзнае своето място и цели, постепенно започва да добива самочувствие и да проявява публично признаци на свободомислие и търсене на индивидуални творчески перспективи. Така още от студентските си години ще бъде определян като много талантлив скулптор, но вече притежаващ репутацията и на „бунтар“. Скоро уроците на доцент Кац ще му се сторят недостатъчни. Контактването, сравняването на различните художествени критерии, влечението му към архитектурата, ще го накарат през 1957 г. да прекъсне за една година обучението си с право на продължение и така преминава в ателието и курса, ръководени от професор Любомир Далчев.

Със солидното си образование в няколко творчески области, с доброто си познаване на западноевропейската култура, със задълбоченото изследване на българските традиции в пластиката и най-вече с придобития чрез множеството реализации професионален опит, Далчев провежда собствена методика на преподаване, а неговото академично ателие и до днес е синоним на школа от най-висока категория в обучението по декоративно-монументална скулптура. Той акцентира не в проявите на прякото повърхностно и епидермално отразяване, не в илюстративното подражание на човешката фигура, а върху архитектурните закономерности при анализ на натурата, върху пространствените измерения на форма и обем, в конструктивните принципи на формообразуване, както и прилагането им в скулптурната композиция. Подобен подход е застъпен и в другите звена на института, но между различните личностни, творчески и преподавателски концепции съществува известно противопоставяне, което води до конфликти между отделните учебни ателиета, предизвиква много обвинения и заплахи от колегията и ръководството: „Единствено него го обследваха в академията като уж проводник на западно изкуство.

⁸ Справка на Георги Христов Малакчиев. София, 26.VI.1961 г. Зав. „Личен състав“ /Ел. Велчева/. Архив СБХ.

Заклеймяваха ателието му като западна зона“⁹. И макар че след емиграцията му в САЩ през 1979 г., Далчев ще бъде възприеман като дисидент, през 50-те години и в скулптурните си решения, и в педагогическата практика, за да запази възможност за лично творческо развитие, както и да предостави такава на студентите си, официално той се придържа към „правилата“ и нормите на социалистическия реализъм. Но не допуска компромиси в отстояването на своите позиции. За дейността му през този период, години по-късно неговият асистент Петър Атанасов пише: „Когато решават да изключат Галин Малакчиев и други студенти от Академията като формалисти и проводници на западно влияние, Далчев си слага оставката на масата и казва, че „ако най-способните ми студенти са вън, аз няма защо да преподавам“¹⁰.

Все пак, на това поколение се възлагат големи надежди за бъдещето, за изграждането на новото изкуство. Макар и трудно в регулярните конферанси и беседи, в организираните студентски изложби започват да се допускат по-нестандартни идейни, композиционни и пластични решения, при обсъждането на които все повече се обръща внимание на категориите „талант“ и „майсторство“. И колкото и да изглежда мрачна сянката на властта, колкото и да са силни идеологемите и рестриктивните мерки в образованието, студентите на Далчев с присъщата си воля и енергия ще намерят своята професионална реализация. Много от неговите възпитаници, ще станат водещи фигури в българската скулптура от втората половина на XX век до днес.

Студентски произведения на някои от тях, са избрани от Академията за българската квота в масштабната изложба към VII Световен фестивал на младежта и студентите във Виена през лятото на 1959 г. В групата е включена и пластика на Галин и това е първото негово участие в обща художествена изложба. Организиран от леви международни младежки федерации под мотото „За мир и приятелство“, форумът със заложен в програмата спортни и културни събития за първи път се провежда в капиталистическа страна. Предното издание на фестивала през 1957 г. в Москва получава широк световен отзвук и сега България допуска „пропукване“ на добре затворената си система, като представя новото си изкуство в държава от западния блок. Може би, този факт е сигнал за известно разкрепостяване, но по-скоро е възможност и опит за демонстрация на „превъзходството на социалистическият строй като най-висша форма на обществено развитие“.

Същевременно България изгражда строго охранявани огради от бодлива тел по държавните сиграници и целенасочено се стреми към пълна изолация от капиталистическия свят. Пътуванията и посещенията на големите музеи и галерии в Европа са невъзможни, но това капсулиране протича не само във физическите измерения, то се провежда и чрез налагане на почти пълна информационна завеса. Липсата на актуална литература,

⁹ Балева, М. Ана Далчева: Далчев беше майстор на човешката драма. Епицентър, 21.12.2012. <http://epicenter.bg> (10.12.2015)

¹⁰ Атанасов, П. Любомир Далчев (1902–2002). Славимир Генчев, 23.09.2012. <http://slavimirgenchev.info> (14.03.2018)

албуми, периодика, критика, изобщо на осведомяване и дебат за съвременните процеси в западното изкуство ограничава възможностите за познание и творческо развитие на младите автори. И голямото желание на новото поколение у нас за сравнения и общи допирни точки, за съизмеримост с модерните артистични тенденции, също е заглушено. Студентите ще трябва сами да откриват свои лични пътища и територии, да отвоюват собствени позиции в предначертаната рамка на българската скулптура.

През този период освен контактите в академичното ателие, Галин чиракува и в личното ателие на Далчев. Този метод на обучение и работа е една многовековна традиция в усвояването на „занаята“, на основните принципи в артистичната дейност, особено в областта на скулптурата. Понякога лекциите и упражненията в присъствието на десет–петнадесет курсиста, макар и чрез индивидуален подход на преподавателя към всеки отделен студент, каквато е обичайната практика в Академията, не могат да се сравняват със съвместния творчески процес с „майстора“, провеждан в собственото му студио.

Авторитетното присъствие на Далчев в българската скулптура и силното въздействие на методическите принципи и произведенията му води до появата на много негови последователи, но понякога и преки подражатели на характерния му пластичен подход. Приносите на теоретическите и практически уроци на професора са огромни, но той изисква от своите студенти и намирането на собствен художествен изказ, на субективен прочит и разпознаваемо лично отразяване на натурата. Макар че в периода е донякъде опасно да се говори за собствен авторски стил, но именно в търсене на себе си и в опит за изграждане на индивидуален пластичен език, през последните години в Академията Галин negliжира механичните упражнения по етюд в рисуването и моделирането. За него тези задачи невинаги са интересни и той по-скоро се съсредоточава върху безкрайните логически и творчески предизвикателства на триизмерната композиция и експеримента с пространствените стойности на по-освободената от каноните на академичния натурализъм скулптурна форма. Неговият съвипусник Крум Дамянов често разказва един епизод: „Затова на него Л. Далчев по Композиция му пишеше отличен, а на мене добър. И обратно, на Етюд на Галин поставяше добър, а на мен отличен. Професорът усещаше и поощряваше характера на човека и се съобразяваше с възрастта му. Разбра се, че от Галин цъкач не става. С него едновременно правихме глава на една китайка. А той я докара до схема, условност. Направи един плосък кръг – чиния с две чертички. Това беше „идея“ за китайка“¹¹.

„Имаше вече много развито его – „себе си“, „аз“, „мене“ – беше и много по-възрастен от нас“¹². Възрастовата разлика с останалите студенти от курса на Далчев е 5–6 години, но Галин вече е бил бригадир и войник, има много по-голям практически

опит. Така расте увереността в собствените му способности, което води понякога и до чувство на превъзходство, както в житейски план, така и в професионалната дейност. Той много по-бързо разбира и по-зряло реагира на задачите, поставяни от Далчев, което го превръща в лидер на учебното ателие, но го предизвиква и към все по-голямо лично усъвършенстване в практическите занимания. Непрекъснатата работа води до осъзната вътрешна промяна в разглеждането на проблемите, не толкова като учебен, а като творчески процес и това бързо дава положителни резултати и оценки.

Между най-ранно датираните творби на Галин е един „Автопортрет“ от 1960 г., изпълнен в керамика и представен днес в постоянната експозиция на НХГ. Той е все още студент, но вече е на 28 години и напълно естествено проявява първите признаци на самостоятелно отношение в скулптурното тълкуване на формата. В това ранно изследване на собствения образ могат да бъдат открити следи от добитото благодарение на упоритата работа самочувствие и проличават някои характеристики, валидни и за бъдещите му произведения – специфичната стилизация и идеализация в портрета, постигнати чрез обобщена моделировка на обемите. Изчистването от ненужни епидермални подробности и детайли прераства в предаване на определено психологическо състояние и на пръв поглед ненатрапчиво, но въздействащо емоционално съдържание. В случая, чрез леко подчертаване на типажа и физиологичните особености се достига на моменти и до едва загатната, деликатна пластична и структурна деформация, върху която по-късно ще бъде поставян акцент. А елементите на „автобиографично“, на самовглеждане и самоотражение, на импровизация върху отличителните си външни черти – изпъкнали скули и очи, наклоните на носа и челото, общото съотношение на компонентите един към друг в цялостната организация на човешката глава, Галин ще продължи да внедрява в множество свои фигуративни композиции.

Има различни интерпретации около дипломната работа на Галин. Според повечето мнения, първоначално той подготвя композицията „Момче с лък“, но в последния момент тя не е одобрена от общоакадемичната комисия, защото не покрива партийните изисквания за „тематичност и идейност“. Действащата официална практика е, като първи етап идеите и ескизите на студентите от всички специалности да бъдат разглеждани и обсъждани в катедрите, но след това и от Академичният съвет, който одобрява заявените теми и ги утвърждава. За оставащите до защитата две денонощия, Галин е принуден да изпълни нова композиция и така се появява „Утро“, добила по-голяма популярност като „Африка“. Но има и друга версия за създаването и представянето с два проекта на дипломната защита. Просто в този момент, Галин непрекъснато, понякога денонощно работи, изцяло е отдаден и обсебен, „гори“ в работата си, „... завърши (Академията – Б. а.) като побеснял“.¹³ Безпрекословно уверен в собствените възможности, на пръв поглед без лутания, съмнения или колебания и никакви технически проблеми при изпълнението в

¹¹ Кънчев, И. Творците говорят. 77 интервюта за българската скулптура. Т. 1. С., Магоарт, 2019, с. 424.

¹² Василев, К. Да преобърнеш темата. Разговор със скулптора Крум Дамянов. – К, № 9, 15 март 2019, с. 9

¹³ Лекова, З. Интервю с Крум Дамянов (Аудиозапис 15.01.2016). Личен архив Зоя Лекова.

материал, той реализира в скулптура идея след идея. И ако може да се разгледа „Момчето“ като метафора, всяка изстреляна от него стрела със сигурност поражда определената цел.

Всъщност на защитата на дипломите работи Галин представя общо четири композиции. Вероятно веднага след появата на „правилно ориентираната“ в тематично отношение „Африка“ и въпреки че в началото е отхвърлена, „Момче с лък“ е реабилитирана и представена пред комисията, като впоследствие предизвиква множество положителни оценки. В статията си за дипломниците на Академията, главният редактор на списание „Изкуство“ Димитър Остоич пише за впечатленията си от скулптурните ателиета: „Справедливостта налага на първо място да се спомене името на Галин Малакчиев от ателието на Л. Далчев. Наред с дипломната си работа „Момче с лък“ той беше представил още три композиции, които го характеризират като художник с будно обществено съзнание и безспорен талант“¹⁴.

От една страна, „Африка“ е възприемана като компромис и съобразяване с номенклатурните условия за „литературното“ съдържание на творбата – по това време темата за борбата на въстаналите африкански народи срещу колониалните режими на западните империи е особено актуална. Като прокламатор на тезите за свобода, равенство и прогрес на всички общности и особено като антагонист на капиталистическия свят, социалистическият лагер осигурява значителна материална и идеологическа подкрепа на страните от южния континент в стремежа им за извоюване на независимост, а в Академията третирането на подобни сюжети е насърчавано.

Галин избира да представи седнала фигура на млад африканец, отново с обобщено моделиране на формата, но с вътрешна композиционна динамика и асоциация за движение, получени от аранжирания на отделните елементи в пространството. Компонентите са организирани в структури, базирани на геометричните закони, преплитането и разделянето в различни пространствени посоки на основните конструктивни линии и равнини придават дълбочина и така необходимата за скулптурната форма триизмерност, а ориентирането на силуетите нагоре създава усещане за напрежение и илюзия за предстоящо изправяне на тялото. „Африка“ е и свидетелство за усвоените знания по пластична анатомия и строежа на човешкото тяло, представени чрез категорични повърхнини и обеми, както и на умението за изграждане на композиция от една фигура – което въпреки че стеснява възможностите за представяне на сюжет, чрез подходящото комбиниране на съставните части, Галин превръща в предимство. От друга страна, творбата е и демонстрация на „моженето“, на професионалното му майсторство, на самочувствието, че вече е завършен творец и само за няколко дни може да създаде достойно художествено произведение.

¹⁴ Остоич, Д. Защита на дипломните работи в някои ателиета на ВИИИ „Николай Павлович“. – Изкуство, 1961, № 8, с. 16. (В този брой на списанието, на с. 15 за пръв път е публикувана и фотография на творба на Галин с описанието: „Момче с лък“. Б. а.)

И „Момче с лък“ е направена за кратко време – за по-малко от месец, непосредствено преди обявената за защитата дата. Композицията е отвлечен „разказ“, който няма пряка връзка с официалните лозунги на социалистическата действителност и изобщо не е ангажиран с пропагандните изисквания за сюжетно съдържание. „Момчето“ на Галин е слабо, изящно, „крехко“, но и уверено. В идейния замисъл определено могат да се открият моменти от живота и автобиографичната линия в творчеството на Галин. Те са пренесени пряко и в самото материално изграждане на образа – в пропорционалното отразяване на телосложението и отново в лицевата характеристика. Цялата организация е подчинена на една от основните за скулптурата теми – за баланса, за равновесието, както в развитието на идеята и съпоставката между концептуалното съдържание и пластичната форма, така и в чисто физическите параметри на обекта – в случая от представената илюзия за вътрешна несигурност, търсене на посока и вземане на категорично решение до външната изява в съотношенията на композиционните елементи.

Като контрапункт на баланса и покоя в повърхностната проява на обобщената пластика, непрекъснатата циркулация и преплитане на конструктивните оси създава усещане за безкрайно движение. Динамичният структурен ритъм и тук е подчертан от комбинацията на видимата форма на фигуративните елементи със затворените между тях безплътни паузи, определяна на скулптурен жаргон като съпоставяне на „пълно и празно“ в единен ансамбъл. Освен това, фигурата е отделена на около пет сантиметра от ниския правоъгълен постамент чрез три къси дистанционера от арматурно желязо. Умишленото повдигане от основата позволява по-голямо проникване на въздуха, а и на погледа на зрителя под и около обемите, което също спомага за общото впечатление за лекота и „полет“ на тялото в пространството. И ако на този етап вече може да се говори за изграден личен почерк на Галин, той не е толкова в характерното моделиране на формата, отколкото в умелата игра при съчетанието на вътрешните взаимоотношения и зависимости между позициите на материалните и нематериални съставни части в композицията.

Оценката от защитата на дипломната работа, проведена на 16 юни 1961 г. е „Отличен 6“¹⁵, а представянето му е придружено с много аплодисменти и ласкави отзиви от колегията и критиката. „Никой не завърши така гръмотевично, с похвали, с отличия, както Галин“¹⁶. През август, ВИИИ за пръв път организира изложба извън академичните ателиета, която има за цел да популяризира постиженията на студенти от всички курсове и специалности. През есента на същата година в Ректората на Софийския университет е експонирана „Изложба на студенти от Балканските страни и Адриатика“. Участието на Галин и в този младежки международен форум е споменато в едноименната статия¹⁷ на

¹⁵ ВИИИ „Н. Павлович“. Главна книга, 1954–55, Георги Христов Малакчиев, фак. № 571. Архив НХА.

¹⁶ Лекова, З. Интервю с Крум Дамянов (Аудиозапис 15.01.2016). Личен архив Зоя Лекова.

¹⁷ А. Б. Изложба на студентите от Балканите и Адриатика. – Изкуство, 1961, № 9–10, с.78.

списание „Изкуство“: „Скулптурната фигура „Момче с лък“ и „Събуждаща се Африка“ от Галин Малакчиев, в които стремежът към постигане на вътрешен огън и напрежение е уравновесен с едно превъзходно чувство за ритмика и декоративна обобщеност...“.

„Африка“ е откупена през 1961 г. от СГНС, отлята е от бронз и трайно монтирана на булевард Ленин (днес – бул. Цариградско шосе) в близост до автобусната спирка „Ж.К. Изток“ с намерението да бъде пластичен и визуален акцент, подчертаващ алеята и подхода към студентските общежития. Откупена е и „Момче с лък“, също отлята от метал и постоянно изложена пред една от най-представителните сгради в София – хотел „Рила“. Хотелът е открит през 1962 г. в центъра на столицата по новаторски като архитектурно решение проект. „Пред главния вход към ул. „Алабин“ е оформено малко градинско пространство с декоративно водно огледало и декоративна скулптура „Стрелец“ от Галин Малакчиев“¹⁸. Въпреки че не е конкретно предвиждана и съобразена като мащаб към дадената ситуация, а е добавена вторично, „Момче с лък“ обособява една своя интимна атмосфера и се превръща донякъде в композиционен център и символ, организиращ околната паркова среда. След приватизацията на хотела и извършения ремонт на площада, пластиката е демонтирана и днес се съхранява в депата на СГХГ.

Може да се каже, че още в „Момче с лък“, а дори и в „Африка“, Галин поставя няколко основни скулптурни проблема, които ще бъдат валидни и за цялото му по-късно творчество: 1. Изграждането на скулптурна триизмерна композиция само от една човешка фигура при чието конструиране, чрез аранжирването на съставните части в пространството се създава въздействащ и запомнящ се художествен образ със заключена вътрешна емоционалност и енергия; 2. Търсенето на уникален за конкретният сюжет баланс на фигурата, който се превръща в основен акцент на цялостната композиция. Въпросът за равновесието в скулптурата е фундаментален и може да бъде разглеждан в няколко посоки: от концептуалната връзка между тема, „литературна“ основа, „разказ“ и материализирането им в пластична форма, от съгласуването между идея и съдържание; баланс и хармония между отделните обеми и пропорции, между самите структуроизграждащи елементи в композицията; и чак тогава физически баланс и статика във външната проява на формата; 3. Обобщено, лаконично изграждане на обеми, които образуват вътрешен ритъм между пластичнотретирани плътни форми и режисирани пробиви във масата, като образуваните въздушни паузи участват равностойно в структурата на фигурата и възприемането от различни гледни точки на силуетите; 4. Метод на формообразуване, характерна архитектоника на формата и пространствени решения при създаване на гипсовия модел, възможен за реализация в траен материал, единствено чрез отливане от метал - не толкова работа с обобщаващи равнини и планове, които изграждат обемите и са типични за реализация в камък, бетон, керамика, отколкото

сложни и изящни пространствени конфигурации; 5. Автобиографични мотиви в темата и сюжета и имплантиране на собствените черти в главите и фигурите на скулптурните изображения. Поднесени непряко и не буквално, интерпретациите върху собствения образ, са метафора за определен етап от житейския път, но прерастват в споделена вътрешна емоция и отражение на личната чувствителност.

Макар и малко на брой, произведенията на Галин от този първоначален етап в неговото творчество очертават една индивидуална позиция в изкуството, разграничаваща се от масовата официална рамка. Въпреки че могат да бъдат „разказани“, тълкувани в някаква степен, композициите му носят значителна вътрешна енергия. И не само разглеждат или илюстрират определена тема, а могат да бъдат възприемани като триизмерни скулптурни алегии. Освен прякото пространствено представяне на сюжетите, чрез материалните им превъплъщения в изображенията са вложени и допълнителни психологически асоциации – за устрем и дързост въпреки всички житейски неблагоприятия, за типичното за младостта самоуверено предизвикателство към бъдещето и за желанието, за стремежа към творческа свобода.

¹⁸ Енциклопедия на изобразителните изкуства в България. Т. 2. Гл. ред. Ал. Обретенов. С., БАН, 1987, с. 496.

МНОГООБРАЗНИТЕ ПРОЯВЛЕНИЯ НА КАЛИГРАФСКОТО ТВОРЧЕСТВО НА БРОУДИ НОЙЕНШВАНДЕР

Жаклина Иванова Жекова, Национална художествена академия

Калиграфията е визуално изкуство, което е свързано с уникални по своята същност художествени произведения, които освен като сетивни форми с чисто зрително въздействие, биват възприемани и чрез въображението, заради абстрактния характер на писмените знаци. В тази уникалност е скрито и особеното културно значение на този вид изкуство – като форма на изразяване с чисто визуален характер, способна да въздейства и на въображението чрез съдържанието и емоцията на вложеното в текста смислово послание.

Изкуството на калиграфията има и още една значима същност – като форма на самоизразяване или себеизразяване – в смисъл, че художникът чрез начина, по който изписва елементите на буквите и знаците и чрез подхода, по който организира цялостната композиция би могъл да вложи едно или друго чувство, създаващо определено въздействие върху възприемащия писменото послание.

Ролята на езика като сложна система от знаци и неговата функция да предава и артикулира послания е обект на много научни изследвания в областта на философията, психологията, семиологията, културологията.

Със следващите няколко визуални примера ще се докоснем до творчеството на съвременния калиграф Броуди Нойеншвандер. Той е роден в Хюстън, Тексас през 1958 г. Посещава университета в Принстън, където завършва с дисертацията си върху техниките на средновековната илюстрация на ръкописи. Нойеншвандер завършва докторат по методология на германската история на изкуството през 1986 г. в института Курталд в Лондон. Едновременно с това учи калиграфия в Института Рокемпортън, което повлиява на цялата му последваща работа.

Нойеншвандер започва професионалната си кариера като асистент на Доналд Джаксън, английски калиграф, живеещ на уелските граници. През 1989 г. Нойеншвандер се среща с английския филмов режисьор Питър Гринуюей, с който работят заедно като изпълнява калиграфия на живо за филма „Книги на Просперо“. [01] В следващите сътрудничества („Книгата на възглавниците“, „Полет над вода“ и др.) се разработват експерименти на съвременната калиграфия като се изпробват различни подходи към формата на буквата. Авторът изпробва писане с класически инструменти и техники, но върху нетипични повърхности. Във филма „Книгата на възглавниците“, Нойеншвандер представя естетиката на японските йероглифи изписани върху кожата на човешко тяло.

Изключително провокативна работа, изпълнена в периода на 1996 г. Експресивната графика на знаците подчертава формите на голото тяло, а тялото се превръща от даденост в произведение на изкуството. [02]

В интервю с Ян Миддендорп, Броуди Нойеншвандер говори как калиграфите допринасят за две неща в изкуството на буквите. Първо, усещането за текст, направено на ръка като акт на писане. Тук художникът присъства физически, изразява лични мнения и действия на непосредствени импулси. Второ, като придават форма на текста, калиграфите интерпретират отношението форма - функция. Езикът става повече изображение и по-малко текст. [03].

През 1990 г. Нойеншвандер се запознава с германския теоретик Ханс Бургерт, чийто анализ на визуалните свойства на калиграфията е по същество класическа немска Gestaltungstheorie (Теория на дизайна). Формите на буквите се подлагат на официален анализ и преценка. Бургерт заменя традиционните западни стандарти за точност и редовност с нов формален език, който е много по-близо до естетическите съждения, присъщи на арабската и китайската калиграфия. Впоследствие Нойеншвандер превежда много от писанията на Бургерт на английски, което естествено му позволява да формира по-задълбочено разбиране на теорията му и довежда до това, че тази теория се изучава и приема от други калиграфи на Запад. В този контекст калиграфията на Изтока, която винаги е имала огромно значение върху Нойеншвандер, може да бъде анализирана и разбрана не езиково, а визуално. Оттогава арабската и китайската калиграфия влияят силно на неговото творчество.

Друго участие на Нойеншвандер е разработването на видеоинсталация за музей Падерборн, Вестфалия през 2009 г. Изложбата е придружаваща и е посветена на епископ Майнверк от 11-ти век. В част от творбата се наблюдава прожектиране на текст върху завеса. [04] Осветлението е основна част от творбата и играе важна роля за изграждането на формите на буквите. Шрифтът е класически капиталис монументалис, но под формата на деформацията на гънките на завесата има ново излъчване. Въздействаща и експериментална работа, съчетаваща контраст между класически шрифт представен през призмата на съвременната технология.

Уникално произведение на Нойеншвандер е паметника на художника Ханс Мемлинг в църквата Сейнт Джайлс, създаден през 2010 г. Проектът представлява архитектурна разработка на стоманена ограда с лазерно изрязана калиграфия, монтирана върху средновековен стълб в църквата. [05] Забележително е как буквите са сляти и хармонично обединени в типографска композиция. Това, че са изпълнени от метал ги прави обемни и въздействащи на зрителя. Не присъства междуредово пространство в композицията, но това по никакъв начин не затруднява четимостта на текста. Буквите са хармонично конструирани и придават една завършена цялостна форма.

Освен като авторски произведения на изкуството, Нойеншвандер разглежда калиграфията и като приложна графика, а именно в употребата на ръчно изписани логота. Характерно при логата е шрифтът да е четим, да работи в малки и големи размери и най-вече да е отличителен и да описва функцията на бранда с облика си. Нойеншвандер успява да изрази успешно ценностите на компанията чрез образа на калиграфията. Подбирайки различни калиграфски стилове, той успява да създаде силна идентичност прилягаща на разнообразни среди. Подходящи примери за това са приложените две изображения [06]. Авторът е изписал и двете логота с плоско перо, подбирайки комбинацията от главни букви и капителки, но усещането им е свършено различно. Изписването на *Service Creators* придава свобода и изящество, доколкото характерът на буквите в логото на *The baby of Mason* допринася със строгост и важност.

Калиграфията съумява да се пречупи през различните аспекти на визуалните изкуства като следва функцията и предава посланието на автора. В творчеството на Броуди Нойеншвандер може да се разгледат многообразни подходи и експерименти в областта на калиграфията. Проекти като видеоинсталация, архитектурна типография и изработването на логотип доказва, че калиграфията играе важна роля в дизайна и околната среда.

ИЗКУСТВОТО В КРИЗАТА – ТРУДНОСТИ И ПОСТИЖЕНИЯ

/резултати от емпирично изследване/

Живка Бушева

Изкуството е навсякъде край нас и е основен извор на постижения и просперитет за човешката цивилизация, но в последните години е подложено на сериозни изпитания. Европа посрещна 2021 г. тъжно, както и целия свят. Много сфери на живота в условията на ковид – кризата бяха сериозно засегнати, но изкуството беше и все още е вероятно най-засегнато. Кризата с коронавируса изправи арт мениджърите пред напълно нова ситуация. Наложиха им се да навигират в среда с много въпросителни, да реагират бързо и да се адаптират към промените. За всички сфери, с намалена или затворена изцяло дейност, най-голямото предизвикателство беше огромната несигурност и необходимостта от вземането на бързи решения. За организациите от сферата на изкуството, основните приоритети бяха безопасността на хората, както и осигуряването на финансова стабилност. В общественото пространство, включително в последните два парламента, с твърде кратък живот, се повдигнаха много въпроси и се издигнаха апели, че изкуството и културата като цяло трябва специално и целенасочено да бъдат сериозно подкрепени и подпомогнати.

Всички сериозни проблеми, свързани с изкуството в периода на ковид криза, ме провокираха да проведа изследване с мениджъри на различни арт организации, които макар и доста трудно оцеляха и продължават да радват своите аудитории и любители с различни нови прояви. Изследването се проведе в периода юли – септември 2021 г. Чрез специално разработена анкетна карта, съдържаща малък брой, но основни въпроси, за да има максимална възвращаемост. Повечето въпроси бяха затворени или с посочени възможни отговори, но имаше и такива, изискващи изцяло свободен отговор и изразяване на лични становища и мнения.

Изследването обхвана мениджъри на различни организации от сферата на изкуството, които познавам. С всеки от тях беше проведен предварителен разговор за да се обясни целта на проучването. От повечето получих отговор, с много стойностно съдържание и им благодаря за отделеното време и споделените мнения и становища. Някои не отговориха, позовавайки се на голяма натовареност. Получих становищата на четиринадесет артмениджъри.

В изследването попаднаха четири галерии от които две градски с общински финанси и две частни; един частен арт център с богата дейност и две изложбени пространства; четири театъра, от които един държавен драматичен, два държавни

куклени и един общински летен театър; един най-добрите фолклорни ансамбли на България с общински финанси; два частни танцови клуба; едно сдружение за сценични прояви; единно оперно – филхармонично дружество – държавна опера, една рекламна фирма, въпреки това в изложението няма много да се разкриват имена на организации, както и на участващите артмениджъри.

Анализът на резултатите от изследването разкри наличието на редица проблеми, свързани с ковид – кризата, които препятстват дейността на конкретните проучени организации от сферата на изкуството и са нанесли сериозни поражения върху състоянието на хората от тези организации.

Факторите, които въздействаха върху организациите и хората в тях по време на ковид кризата са различни, но макар и условно могат да бъдат разделени на такива от обективен характер и на други по-субективни.

Сред обективно въздействащите фактори като най-значим се явява финансовата обезпеченост и сигурност на изследваните арторганизации. Данните от изследването показват много интересна зависимост в това отношение. Организациите от сферата на изкуството, които са държавни реално не се оплакват от финансови проблеми. Арторганизациите с общинско финансиране споделят, че финансирането им е било намалено, като при някои малко, а при други сериозно.

Най-засегнатите във финансово отношение се оказват частните организации от сферата на изкуството като галерии и клубове за танци. Някои от частните организации, успяват да се самофинансират, като някои от тях развиват други дейности, други с кредити или чрез участие в проекти. Една частна галерия печели конкурс с проект, рекламната фирма се самофинансира с лични средства. Артцентър Тракарт, който има и други, а не само галерийни дейности също печели с ппроект. За съжаление има и такива, които са на ръба на оцеляването. Един от анкетиранияте артмениджъри споделя, че едвам са успявали да си платят наема за залата. Друго изследвано лице пише, че започва да мисли да си търси друга работа и се радва, че съпругът е бил този, който изцяло се е грижил за семейството. Много интересни становища изразява друг от изследваните, артмениджър в НПО:

„Преди държавата даваше трохици на хората на културата, Ковид кризата, измести съвсем приоритетите и ни остави без хляб. Не мисля, че можех да направя нещо повече от поредния написан проект и надеждата, той да бъде одобрен.“

Споделеното мнение е наистина до болка откровенно и ни показва реалната картина и ситуация, в която са изпаднали редица частни организации от сферата на изкуството, както и артисти и художници изцяло на свободна практика. Липсата на финансиране може да доведе до така да се каже фалит на някои малки, но много значими

арторганизации, както и до напълно затваряна на дейността на свободните артисти, музиканти и художници. Както се изразява един от изследваните:

„Организацията е както винаги на ръба на оцеляването, разчитаща изцяло на одобрени проекти от безвъзмездни грантове.“ Това положение може да доведе някои отделни творци до демотивация за занимания с изкуство, което е загуба на таланти, от което губи цялото общество.

Друг обективно наблюдаван въздействащ фактор е социалната изолация, забраната за свободно движение, невъзможността на хората да се виждат с роднини, колеги и приятели, невъзможността да излизат свободно на разходка или за спортване, невъзможността да пътуват за развлечение или за почивка. На тези изпитания бяха подложени за не малък период всички хора в България, а и в много от другите страни. Реално, социалната изолация засегна почти всички, но на индивидуално равнище се възприемаше и действаше по различен начин.

За сферата на изкуството, за съжаление, социалната изолация вследствие на ковид кризата, в професионален план продължи по-дълго. Много организации и бизнеси, след разхлабване на локдауна, възобновиха в голяма степен дейността си, но театрите, галериите, оперите и други изкуства останаха затворени, а по-късно се отвориха с твърде намален капацитет. Всички изследвани мениджъри посочват социалната изолация като сериозно изпитание и проблем за членовете на своите колективи или екипи. Както подчертават няколко души от изследваните: “Депресивни настроения сред персонала, поради социалната изолация.“

Акцентират върху този проблем, като фактор с дълготрайно и дълбоко зясегнало ги отражение. Много от изследваните споделят за възникване на депресивни състояния у някои от хората, които изискват специално внимание, а понякога и специални професионални грижи. Повечето мениджъри още по времена третата вълна на ковид започват по-усилена комуникация по телефон и интернет с членове на екипа, които са по-пострадали от социалната изолация.

Същевременно част от изследваните съобщават за нежелание за ваксинация, което би намалило в определена степен рисковете при завръщане на работа. Ето и мнението на едно от изследваните лица: „Изпращането на различни послания към хората по отношение на Ковид ситуацията, превенцията, ваксините доведе до СТРАХ, който нанесе огромни поражения и непредвидим в бъдещето ефект.“ Поради това всички изследвани споделят, че са се старали да осъществяват: „По добра комуникация за ползите от ваксиниране, терапия за преодоляване на стреса и страха от изолацията.“

Друг значим проблем, който беше включен в анкетата беше какво са правили мениджърите и организациите в периода, в който са били със затворена дейност. Повечето

от изследваните съобщават, че се подготвяли нови проекти с които да кандидатстват и освен това са се стремили към: „Подготвяне на нови неща за периода след затварянето, доколкото беше възможно.“

Лошото е, че има изследвани от частни арторганизации, които поради липсата на финанси се замислят да търсят друга работа или направо да си сменят професията.

„Хората на изкуството от друга страна сме си гладен, но пък упорит добитък, който трудно се води и кара. Ние все пак оцеляваме и имаме хъса да работим още по-упорито, за да поддържаме ценностната система в трезво мислещите хора – нашата осъзната публика, които слава богу ни останаха верни, въпреки всичко.“

Това показва определено много значим оптимизъм, който предполагам се споделя от повечето изследвани мениджъри. Сценичните изкуства са се ориентирали към създаване на представления с по-камерен състав, но това не е възможно да се осъществи от всички, като например форклорния ансамбъл или от операта. Там освен солисти, има балет, хор и оркестър.

Галерийните организации се ориентират към други инициативи, а именно:

„Да се оптимизира дигиталното представяне на изложбите и да се извършат инфраструктурни дейности или по-активна работа по фондовете на Галерията и колекцията.“

Именно поради това част от галериите споделят: „Състоянието на организацията е стабилно. Реализирахме отложените събития от културния си календар за 2020 г. Заложихме големите и масови мероприятия през летните месеци, когато пандемията затихва. Приходите на галерията се доближават до тези от 2019г.“

Друг мениджър на градската галерия в Габрово даже е осъществил нещо изключително значимо, което може да бъде направено и от други негови колеги. Ето неговото постижение:

„Настоящата пандемична ситуация наложи онлайн достъпът до експозиции и виртуалните турове като основни, а не като съпътстващи музейни дейности. През тази година в ХГ „Христо Цокев“ бе създадена първата в България 3D виртуална галерия, през 360°-ов панорамен виртуален тур с 250 дигитализирани творби. Целта на проекта е да отговори на новите потребности и очаквания на публиката за достъп до галерийното пространство в дигитална среда. Виртуална галерия, през 360°-ов панорамен виртуален тур с художествени обекти дава възможност на публиката за постоянен достъп до експозиция, представяща 250 творби от фонда на галерията.“

Хубавото все пак е, че изкуството продължава да се развива, а българските пости-

жения да стават достяние на цяла Европа. В този смисъл е изключително добре да знаем, че българските културни центрове в чужбина правят изключително много събития и организират представянето на българското изкуство.

В порядъка на тези размисли е много интересна публикацията на Даниел Ненчев „Пътеводител в културни послания.“ Той разглежда дейността на няколко културни български центъра в Европа, а именно в Рим, Париж, Берлин и Виена. Както се изразява авторът директорите на тези центрове работят с оригиналност и страст. Без да разглеждаме всички, ще си позволя да изброя какви са дейностите на Румяна Конева във Виена в последните две години. Представени са двумесечни изложби от градската галерия в Пловдив, оригинали на Златьо Бояджиев, Цанко Лавренов, както и на съвременни български художници. /1, с. 119/ Видно е, че изкуството се бори и оцелява.

Библиография:

Ненчев, Д. „Пътеводител за културни послания“, „Мениджър“, 2021, брой август – септември.

ИЗКУСТВО И МАТЕМАТИКА В ЕДНА ИЗЛОЖБА

Величка Минкова

Резюме:

Докладът представя състоялата се през месец януари 2021 г. във Вашингтон изложба *Joint Mathematics Meetings* организирано от Bridges Organization под патронажа и с любезното съдействие Американското математическо общество и Американската математическа асоциация.

Целта на организацията е да насърчава практиките на интеграционно взаимодействие между математиката и различните видове изкуства като дизайн, архитектура, музика и др. Според организаторите на изложбата, селектираните творби анонсират красотата на математическите закономерности чрез средствата на визуалните изкуства. В основата на представените произведения са топологии, фрактали, многостени и мрежи, чийто закономерности са описани от математиката и доразвити от авторите в художествени визуализации.

ART AND MATHEMATICS IN AN EXHIBITION

Assoc. Prof. Dr. Velichka Minkova

Summary: The report presents the Joint Mathematics Meetings exhibition held in Washington in January 2021, organized by the Bridges Organization under the patronage and with the kind assistance of the American Mathematical Society and the American Mathematical Association.

The aim of the organization is to promote the practices of integration interaction between mathematics and various arts, such as design, architecture, music and others. According to the organizers of the exhibition, the selected works shed light onto the beauty of mathematical laws through the means of visual arts. At the heart of the presented works are topologies, fractals, polyhedra and grids, the regularities of which are described by mathematics and further developed by the authors in artistic visualizations.

ИЗКУСТВО И МАТЕМАТИКА В ЕДНА ИЗЛОЖБА

доц. д-р Величка Минкова

През месец януари във Вашингтон се проведе дългоочакваното събитие *2021 Joint Mathematics Meetings* организирано от Bridges Organization под патронажа и с любезното съдействие Американското математическо общество и Американската математическа асоциация.

Необходимо е да се отбележи, че целта на Bridges Organization е да насърчава общите изследвания и практики в областта на изграждане на връзки между математиката и различните видове изкуства като дизайн, архитектура, музика и др. Организаторите на събитието вярват, че науката и изкуството се обогатяват взаимно. Добрите идеи породени от математическия анализ стимулират художествената мисъл и се генерира синтез, носител на научни и естетически качества. На този форум са поканени преподаватели, докторанти и артисти, които имат постижения и практика в областта на симбиозата между математиката и изкуството. В професионален план те са математици, психолози, дизайнери, художници, архитекти и др., но с отношение към интеграционния подход в обучението. Според организаторите на изложбата, селектираните творби анонсират красотата на математическите закономерности чрез средствата на визуалните изкуства. В основата на представените произведения са топологии, фрактали, многостени и мрежи, чийто закономерности са описани от математиката и доразвити от авторите в художествени визуализации.

Ще бъде трудно и почти невъзможно в рамките на този доклад да бъде анализирана цялата изложба и представени всички автори. Във фокуса на този текст са творби, които демонстрират художествената идея материализирана чрез математически закономерности и със сигурност подборът на цитираните произведения е субективен, пречупен през призмата на моите личните естетически критерии. Определено всяка една представена творба, независимо от математическия си генезис, би стояла адекватно и хомогенно в галериите за съвременно изкуство. Много от произведенията на представените автори са част от лични колекции и фондове на институти.

Един от тези автори е Антонио Бандейра Араухо, който е асистент по математика в Департамента на науките и технологиите на Университет Алберта в Лисабон, Португалия. Самият той определя своята творба „Умножение на сферична перспектива“ като работа в рамките на рационалното рисуване, което

авторът определя като нишката свързваща Евклид, Алберти, Тейлър, Монж и много други художници и математици. Основният акцент в творбата на Араухо е върху сферичните перспективи, които той моделира с обикновени инструменти за скициране. Авторът предвижда, че тези негови изследвания ще бъдат полезни при създаването на нов софтуер за компютри.

Маргарет Кепнер е независим художник и твори във Вашингтон, окръг Колумбия, САЩ. В изложбата тя представя своята творба „Кръг с осем пръстена“, създадена като дигитален принт през 2020 г. Самата авторка признава, че обича да изследва възможностите за предаване на идеи по нови начини. В своите произведения Маргарет Кепнер се стреми да изрази математически понятия чрез цвят, форми и модели. В последните години авторката изследва алтернативни методи за диаграмиране на дялове и в следствие тези дялове тя оцветява като създава карти. Като следващо ниво на своята работа Кепнер предлага рекурсивно¹ опаковане на кръгове в кръгове, представено в творбата „Поглед назад“.

Интерес представляват художествените търсения на Ели Бейкър, определяща себе си като художник и компютърен учен. Тя има бакалавърска степен по скулптура от училището по дизайн в Роуд Айлънд и докторска степен по компютърни науки от Харвардския университет. Днес Ели Бейкър работи за Кеймбридж, Масачузетс (САЩ). В своите визуални изследвания тя смесва аналитично и визуално мислене, за да изгради стратегии за интерактивна система, чрез която се създават изображения на лица и други обекти с използване на симулирана еволюция. В изложбата авторката представя шал „безкрайност“ или „трикратно обръщам тороидален шал“, който може да бъде носен в три различни варианта. За да бъде формата функционална, Ели Бейкър се опира на геометрия, която е съставена от три тора² от плат. Десенът изобразява три различни решения с визуална връзка помежду им.

Петронио Бендито, доцент по изкуство и дизайн в Университета Пърдю, Уест Лафайет (Индиана, САЩ) разработва алгоритмични методи за създаване на цветови палитри на RGB и CMYK. За HSB той използва хибриден процес на създаване, който е комбинация от математически стратегии и интуитивни подходи за създаване и самоизразяване. Самият Бендито казва: „Аз вярвам, че през 21. век процедурните цветове ще имат роля в приложенията за избор на цвят в дизайнерската практика. Чрез моя математически процес на изкуство изследвам

¹ Рекурсията е явление в програмирането, при което едно понятие се дефинира чрез самото себе си. Тя дава възможност за крайна дефиниция на безкрайно множество. Чрез рекурсия се описват много математически структури и формули, като тяхното моделиране и обработка става удобно с рекурсивни методи.

² Тор е понятие, с което се обозначава ротационна повърхнина с форма на геврек, описана при завъртане на окръжност около ос, лежаща в нейната равнина.

какво се случва, когато математиката се превърне в спусък и неразделен партньор на творческия процес на изразяване³. Част от изложбата е неговата творба „Композиция със светлина“ (дигитална медия).

„Математикът в мен е очарован от различните роли, които ограниченията играят при задачите за оптимизация: понякога ги правят много по-трудни за решаване, друг път много по-лесни. А художникът в мен е очарован от ролите, които същите тези ограничения играят в изкуството. Всички художници се справят с тях, а мнозина избират да налагат свои собствени“⁴ казва Роберт Бош, професор по математика в Оберлин колеж, (Оберлин, Охайо САЩ). Неговата творба „Рицарски тур със Скрития Хилберт“⁵ (дигитален принт, 2020 г.) представя рицарската обиколка на шахматната дъска (64/64). Рицарят започва обиколката в долния ляв ъгъл като посещава всеки от квадратите (8/8), които приличат на латинско „U“ или ротирано „U“.

Айшвария Чандрасекар (Мериленд, САЩ) определя своята работа „Пулсации“ (изпълнена с молив, 2015 г.) като драскулки, надграждащи традиционните форми на изкуство. Те са израз на нейните мисли, които се носят в съзнанието ѝ. „Като амбициозен академик в социалните науки, намирам, че най-добрият начин е да изразя идеите и чувствата си, произтичащи от определени понятия е чрез пресъздаването им в съвсем различна среда. Тази форма на изразяване ми позволява да създам връзки между обществото, философията, психологията, математиката, науката и изкуството и постоянно ми напомня, че въпреки дисциплинарни различия, всички те са дълбоко преплетени.“⁶ Айшвария Чандрасекар експериментира с форми и линии и създава изображения, които наподобяват за шарките на Муаре. В творбата се поражда допълнителни слоеве на сложност и движение и извеждат изображението от еднопланово в многопланово.

Дебора Кумбс и Дуейн Бейли работят заедно върху представената в изложбата творба „Саксията на Лаура“ (перлен картон, 2018 г.). Дебора Кумбс е художник от Редсборо, (Върмонт, САЩ), а Дуейн Бейли е компютърен учен. Двамата се интересуват от квазикристалите и от тяхното естествено развитие. В тази връзка авторите интерпретират Решетката на Пенроуз, която е точна математическа проекция на петмерна кубична матрица като изкривяват нейните ромбове в

кристална повърхност. Дебора Кумбс споделя: „Използвам целия си опит на художник и моята дълбока любов към геометрията, за да задавам въпроси. Тази скулптура е изображение изградено от плочки на Пенроуз, издигнато в трето измерение. Нейната форма е златен ромб, който е ориентиран в съответствие с еквивалентната си същност в две измерения“⁷.

Архитект Биаджо Ди Карло е бил преподавател в Института по изкуства в Пескара, Италия, а днес като пенсионер работи в собственото си студио „Design Science Studio“. Неговите проучванията и творчески опит са насочени към конструкции от бамбук. За представената творба „Мембранна структура на напъгане“ (2016 г.), арх. Биаджо Ди Карло казва, че се е вдъхновил от работата на своя голям приятел скулптура Кенет Снелсън⁸. Еквивалентната сфера е направена от 30 подпори и 90 въжета. В този модел на тенсегрити⁹ се срещат математика, архитектура, инженерство, изкуство и наука за дизайн. Архитект Биаджо Ди Карло определя: „Това мое произведение на изкуството е уникално, защото използвах едновременно декоративни мембрани и въжета (обикновено конвенционалните тенсегрити се правят само с подпори и сухожилия). Тенсегрити използва компоненти, които представляват същите сили на привличане и отблъскване, които можем да намерим в атомите на материята и във формата на нашата галактика“¹⁰.

Арх. Алесандро Зорцето е докторант в Архитектурния факултет на Университета в Севиля. В изложбата той участва заедно с инж. Джакомо Менкарини и представят творбата „Летящ пашкул“ изпълнена от бамбук, дърво, плат, лед лампа и метал. Днес двамата живеят и творят във Венеция и Флоренция. Зорцето определя своето произведение като изследване на връзката между архитектура, геометрия и визуални изкуства, в унисон със социално-политическата визия на света, в който е създадена. Авторът търси начин да превърне витрувианската парадигма, изразена чрез стабилност, полезност, красота в настоящ инструмент за дефиниране на произведение в среда на постоянно дестабилизиращи сътресения. Джакомо Мекарни определя своя творчески път като пътуване през сламени къщи и бамбукови скулптурни

³ Bach, D., Fathauer, R., Selkoff, N. 2021 Joint Mathematics Meetings. Tessellation Publishing. p.146.

⁴ Американският скулптор Кенет Дуейн Снелсън (1927-2016 г) играе съществена роля в развитието на структурната система „тенсегрити“. Снелсън предпочитал описателния термин плаваща конструкция.

⁵ Тенсегрити (*tensegrity* – от *tension*, обтягане, *integrity*, цялостност) е вид предварително напрегната пространствена фермова конструкция, съставена от взаимно уравновесяващи се опънни и натискови елементи. При това елементите, които са подложени на натиск са пръти или греди, а тези на опън са въжета или други гъвкави елементи. При тази конструкция гредите не се опират една в друга, а висят в пространството и тяхното положение една спрямо друга се фиксира от въжетата и никоя от гредите не е подложена на огъване.

⁶ Bach, D., Fathauer, R., Selkoff, N. 2021 Joint Mathematics Meetings. Tessellation Publishing. p.51.

³ Bach, D., Fathauer, R., Selkoff, N. 2021 Joint Mathematics Meetings. Tessellation Publishing. p.146.

⁴ Bach, D., Fathauer, R., Selkoff, N. 2021 Joint Mathematics Meetings. Tessellation Publishing. p.24.

⁵ Давид Хилберт е математик, който може да бъде определен като един от най-влиятелните учени на 19 и 20 век. Той създава и развива математически теории като теорията на инвариантите, аксиоматизация на геометрията, както и на идеята за хилбертово пространство – основа на функционалния анализ.

⁶ Bach, D., Fathauer, R., Selkoff, N. 2021 Joint Mathematics Meetings. Tessellation Publishing. p.37.

конструкции, от Мексико до Австралия през Австрия и Англия. Според авторите формите на създадения „лятащ пашкул“ напомнят за елементите въздух, вода, наподобяват облак, риба, лятащ съд, дори и земя, от която идват материалите използвани при изграждането на обекта. Ефектът светеща скулптура е резултат от работата на студенти и архитекти участвали в работилница на Natural Born Buildest проведена в Манарола, Италия.

Джеймс Май е професор по изкуства в Илинойския държавен университет (Илинойс, САЩ). Чрез своите творби той изследва относителността на цветовете в композиции и гинарича, „под формата на примка“. Май е повлиян от променящата се хроматичност на цветните бримки, които изглеждат по-топли и по-студени, по-леки и по-тъмни, по-ярки и по-ненаситени. В тези произведения типичните композиционни условия за цвetoва относителност са обърнати. Съставният цвят, който се изменя заема по-малка форма, която е прекъсната и заобиколена от по-голямо цветно поле на контекстен цвят (цветът, който причинява промяната). Цветната относителност изисква подходящи композиционни елементи, а цикличните форми предоставят тази възможност. В изложбата Джеймс Май представя своята дигитална творба „Възникващ“, създаден през 2020 г.¹¹.

Моето участие в изложбата е със селектираната от журито творба „Квадратина 2“. Тя е част от цикъл творби реализирани като дигитални принтове. От години моите изследвания са насочени върху възможностите на квадратната модулна мрежа да генериране художествени изображения. Всеки квадрат е атом изграждащ елемент от визуална материя. Създадените елементи чрез симетрия и трансляция моделират един организъм, едно общо композиционно цяло, което в представената творба е прекъснато, но може да се развие до безкрай. Винаги ме е привличала безкрайността на мрежата, защото в моите мисли тя е потенциал и развитие, еквивалент на напускане на рамката и ограниченията. За мен мрежата е символ на вечното движение, на устрема на човешкия разум да изпълни равнината и пространството с красота, която провокира съзнанието към размисъл за хармония и естетически преживявания. Генезисът на идеята за създаване на изображенията може да бъде открит в играта с кубчета, мозайки и пъзели, на търсене на скрити образи изведени посредством геометрията на квадрата.

Лабораторията „CREATE Lab“ към Университета Принстън (Ню Джърси, САЩ) с работен екип Лоран Драйер, Вероника Ървайн, Йонг Тао, Тиан Ю, Стефана Парашо, Сигрид Адриансенс представя връзката между цифровото производство и дизайна. Изследователският интерес на лабораторията за

изследване и генериране на форми се отнася до механичното взаимодействие между гъвкави, полу гъвкави и твърди повърхностни системи със статично и динамично натоварване.

Джанлука Стази е архитект, активист, художник, докторант в Архитектурния факултет на Университета в Севиля, Испания. Неговите търсения като автор са с фокус върху архитектурните процеси, които са в пряка връзка със социокултурните такива. „Aire“ е сфера изпълнена от дърво с диаметър 2,3 метра. На пръв поглед проста като геометрия, но подложена на подробен анализ, тя представя една сложна симбиоза от свързани форми.

Професор Джон Никълсън преподава в Държавния университет в Остин Пий Кларксвил, Тенеси, САЩ. Той споделя, че в детството си се е интересувал от изкуство и математика, но посвещава професионалния си път на компютрите и програмирането. Неговата цел е била да свърже математиката и изкуството с компютърните програми и е прекарал много часове в писане на програми, които генерират различни видове изображения като фрактали, 3D визуализации и генеративно изкуство. Професор Никълсън казва: „Продължавам да изследвам пресечната точка на математика, изкуство и компютърни науки като се забавлявам. Това е начин да вдъхновявам студентите, на които преподавам в курсовете по компютърни науки“¹². Представената от него творба „Епициклоидна вариация“ (2020 г.) е художествен експеримент, който разширява идеята за епициклоидната крива като плавна, несиметрична пътека. Традиционната епициклоида¹³ се създава чрез проследяване на пътя на точка върху обиколката на кръг, който сам се търкаля около обиколката на друг кръг.

Джеймс Стасиак е фотограф и графичен дизайнер, който работи в Ню Милфорд, Кънектикът. Стасиак споделя, че обича да снима естествени и изкуствени форми, дизайн, цветове и сцени. От тези снимки той създава изображения, като наслажда парчета дигитален филм в неограничена среда в режисиран медитативен процес, който нарича импровизационно развитие. Той казва „Конструкцията на моя творчески процес е вселена от възможности и изненади“¹⁴. Представената от него творба „Хоризонт на събитията“ е цифрова фотография реализирана през 2020 г. Общата теория на относителността предвижда, че достатъчно компактна маса би могла да деформира физически и ма-

¹² Bach, D., Fathauer, R., Selkoff, N. 2021 Joint Mathematics Meetings. Tessellation Publishing. p.136.

¹³ Епициклоида е термин от геометрията, с който се обозначава равнинна крива от четвърта степен. Тя се получава като геометрично място на фиксирана точка от окръжност, наречена епицикъл, която се търкаля от външната страна на друга окръжност, наречена направляваща, с радиус равен или по-голям от радиуса на епицикъла.

¹⁴ Bach, D., Fathauer, R., Selkoff, N. 2021 Joint Mathematics Meetings. Tessellation Publishing. p.174.

¹¹ Bach, D., Fathauer, R., Selkoff, N. 2021 Joint Mathematics Meetings. Tessellation Publishing. p.114.

тематическия модел пространство-време до такава степен, че да образува черна дупка, около която се образува математически определима повърхнина, наречена „хоризонт на събитията“. За Джеймс Стасиак мисълта за тази повърхнина води до медитивно състояние. За да постигне това внушение той снима дървени летви зад стъкло и използва полярни координати¹⁵, за да създаде кръгове от оптически изкривени ръбове на летвата. Чрез теселация, Стасиак осигурява симетрията в кръг и според него тя е причина полученото изображение да предизвиква медитивно настроение.

Дейвид Лоури – Дуда е старши изследовател в ICE RM (Институт за изчислителни и експериментални изследвания по математика) Бостън, Масачузетс. Той представя своята творба „Рационални точки на окръжността“, цифров печат от 2020 г. Композицията се основава на визуализиране на рационални точки на единична окръжност. Предизвикателството пред визуализирането на тези точки е че всички те лежат на обиколката. Всяка точка е нанесена под прав ъгъл, но с радиус равен на най-големия знаменател на координатите на тази точка. Изследването показва 4 точки (1,0), (0,1), (-1,0) и (0,-1) близо до центъра и 4 лъча без рационалните точки в кардиналните посоки. Безброй параболи се проявяват сред точките, намеквайки за запазващи височината проекции към коники¹⁶.

Ронгронг Жу се определя като личност с многостранни дарби и интереси. Той е писател, художник, куратор, а днес е докторант в Централна академия за изящни изкуства, Школа по дизайн в Пекин, Китай. С опит в математиката и история на изкуството, той търси художествени форми и теории, които свързват науката и изкуството. Според него тази връзка вълнува човека, защото и двете области се развиват под въздействие на техническия напредък. Познанията по музика, философия, естетика и технология са огромен потенциал за формиране на интересите на обучаващите се студенти. Според Жу, музиката на Бах носи силна математическа предопределеност и е причина за създаването на музикална инсталация „Ария на Бах“ базирана на Голдберг Вариации BWV.988¹⁷. Тя илюстрира произведението като ключ, скорост и структура във визуална кула. Четирите основни части са изобразени като четири етажа, като всеки сегмент от линия представлява бележка, а заобикалящият ръб на всеки етаж е съставен от

¹⁵ Полярна координатна система е двумерна координатна система, в която всяка точка в равнината се определя с две числа – полярен ъгъл и полярен радиус. Полярната координатна система е особено полезна в случаите, когато връзката между точките е по-лесна за изразяване чрез радиуси и ъгли.

¹⁶ Коники – общо название на конически сечения

¹⁷ „Голдберг вариации“ (1741 г.; BWV 988) е мелодия от Бах с 30 вариации. Цикълът има доста сложен и необичаен строеж. Вариациите са построени по-скоро върху тоналния план на темата, отколкото върху самата мелодия. Голдберг е клавесинист на граф Кайзерлинг, който е покровител на Бах и заема поста на руски пълномощен министър при Дрезденския двор.

данните за скоростта на частта. Прегледът отдолу нагоре съответства на времевата линия от началото до края, а свързаните сегменти на следващата линия в анимацията показват как ключовият номер се променя с времето. Цветовете се изчисляват чрез функция от времето и номера на ключа.

Професор Дейвид Рейман работи за Колеж Албион, Мичиган в САЩ. Той споделя следното: „Чрез своето изкуство правя видима красотата и чудесата, които виждам често в абстрактния свят на математиката. Обичам да давам визуални изразения на математически понятия като число, форма и процес. Често използвам модели, които предават съобщения на множество нива и мащаби, използвайки голямото разнообразие от математически елементи и медии“¹⁸. Преобладаваща тема в неговите работи е симетрията, която подпомага изграждането на цялостен модел посредством многократна ротация. Представената творба „Плат на спасителни линии“ е модел на пресичащи се обекти, които според автора интерпретират как животът ни се преплита с други животи в крехката мрежа на човечеството¹⁹.

Произведенията на изкуството се оценяват като форма, съдържание и въздействие. Много артисти изграждат художествената форма посредством закономерности инспирирани от строежа заложен в природата пренесен в творческия процес чрез математически закономерности. Много често си задаваме въпроса дали законите на математиката внесени в изкуството го превръщат в един технологичен процес или процес на създаване на щампи. Историята показва, че художествената мисъл и естетика не са заплашени от математическата точност, а по-скоро са насока и път за търсене на свършен в своята правилност естетически образ. Той макар и създаден по определени математически закономерности е носител на неоспорими художествени качества. И може би тук е мястото да бъде цитиран един известен автор, скулптура Хелман Фергюсън, който работи върху синтеза на изкуство и наука. Той коментира своето творчество като градящо се върху забележителните постижения на математиката като абстрактна форма на човешката дейност и на нейните идеи, символи и уравнения. Фергюсън казва: „Ние живеем в един златен век на науката....Аз празнувам красотата и силата на математиката със скулптура“²⁰.

Геометрията е визуален език, който създава свършени изображения и

¹⁸ Bach, D., Fathauer, R., Selkoff, N. 2021 Joint Mathematics Meetings. Tessellation Publishing. p.146. ISBN 978-1-938664-37-3

¹⁹ Bach, D., Fathauer, R., Selkoff, N. 2021 Joint Mathematics Meetings. Tessellation Publishing. p.146. ISBN 978-1-938664-37-3

²⁰ Emmer, M. 1993. The Visual Mind. Art and Mathematics. Leonardo Book. p.43. ISBN 978-0262050487

обекти с доказана художествена стойност. Произведенията на математическото изкуство са носители на изявени хармоничност и естетика. Математиката и изкуството взаимно се допълват в изграждането на една обща знакова система, която е в основата на свършената форма.

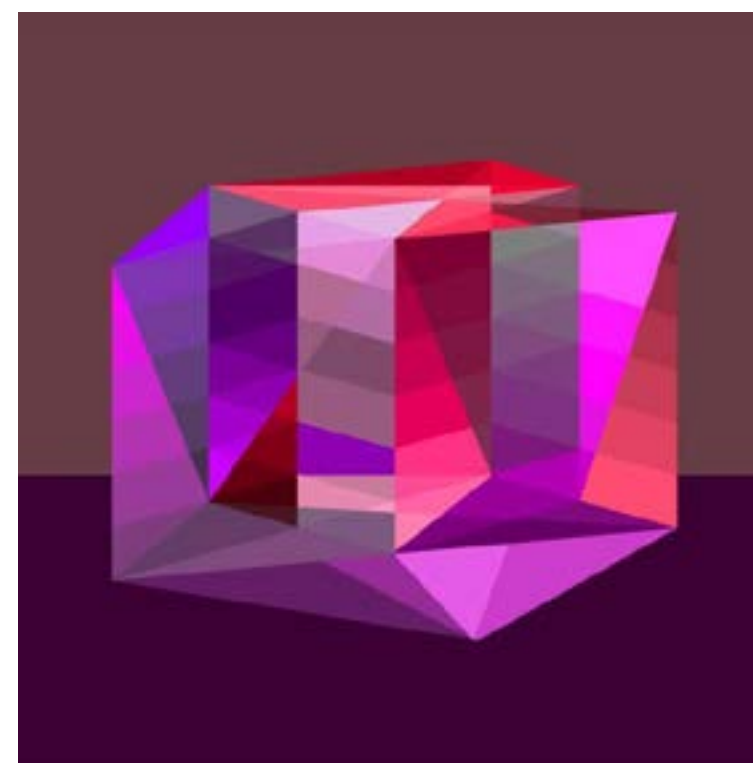
Библиография:

Bach, D., Fathauer, R., Selkoff, N. 2021 Joint Mathematics Meetings. Tessellation Publishing. ISBN 978-1-938664-37-3

Emmer, M. 1993. The Visual Mind. Art and Mathematics. Leonardo Book. p.43. ISBN 978-0262050487



Изображение 1. Ели Бейкър, Шал безкрайност, 2020



Изображение 2, Петронио Бендито, Композиция със светлина, 2020



Изображение 3, Дебора Кумбс и Дудейн Бейли, Саксията на Лаура, 2018г.



Изображение 5, Величка Минкова, Квадратина 2, дигитален принт, 2018



Изображение 4, Алесандро Зорцето и Джакомо Менкарини, Летящ пашкул, 2016



Изображение 6, Ронгронг Жу, Ария на Бах, 2020

ВИЗУАЛНАТА КОМУНИКАЦИЯ КАТО НЕОБХОДИМОСТ

Ивайло Тодоров, Национална художествена академия

Визуалната комуникация е едно от най-старите изразни средства в човешката история. Тя е интернационален език, достъпен до хора от всички краища на света. Представлява графично изображение, или съвкупност от много такива, които посредством метафора, асоциация или приемственост дават конкретна информация на техния зрител. С напредването на цивилизацията се увеличава необходимостта от визуални изразни средства, които да служат като архив за информация и да предават стари знания на новите поколения. От зората на човечеството до днешни дни визуалната комуникация никога не е отсъствала. Един от най-ранните примери за визуални знакови системи са скалните рисунки в пещерите Ласко и Алтамира, благодарение на които научаваме по-подробно за бита на праисторическия човек. В своето развитие, визуалните знакови системи се формират като иконични изображения, които посредством своята сходност с натурата ни помагат да разчетем тяхното послание. В последствие тези иконични изображения придобиват нови значения, всяко едно от тях репрезентира конкретна дума, а в зависимост от комбинацията се формират изречения, на този принцип са изградени първите писмености. В стремежа за обогатяване на това визуално изразно средство, иконичните знаци се симплифицират в по-изчистен и минималистичен вариант, като по този начин се откъсват от натурата и се превръщат в абстрактни символи, чието значение трябва предварително да се знае от зрителя, за да може да бъде разчетено тяхното послание. В допълнение, с развитието на писмеността дадени символи спират да репрезентират думи, вместо това всеки един от тези знаци отговаря на конкретна фонема. На този принцип е базирана почти всяка писменост която се използва в нашето съвремие, като разбира се успоредно с писмеността продължават да влизат в употреба и да се създават нови визуални символи, пиктограми, и запазени знаци, които сами по себе си обозначават даден предмет, действие или институция.

РЕКЛАМНИ ПОСЛАНИЯ В ПОЛИТИЧЕСКИ ОБРАЗИ – ПРИМЕРИ ОТ ПОЛИТИЧЕСКАТА ВИЗУАЛНА КОМУНИКАЦИЯ

Татяна Стоичкова, Национална художествена академия, София

Резюме:

В статията се разглеждат особеностите на политическата реклама, и по-специално ролята на рекламните комуникации по отношение на образа на политическите актьори. Рекламните комуникации се отнасят до информиране и разгласата за тях, както и до възможностите за идентифициране на политически лица и идеи от страна на гражданите - избиратели. Анализът на политическата реклама се свързва с особеностите на избрани комуникационни подходи, реализиращи се с помощта на визуални стратегии и медии, с помощта на които се позиционират определени идеи, събития и участващи личности, едновременно с което те ориентират избирателя, и позволявайки му идентификация с изградени рекламни внушения и популярни образи.

Ключови думи: политическа реклама, политически образ, рекламна кампания, визуални комуникации, социални групи

Дизайнът за политическа реклама притежава своя специфика, която произтича главно от нейния характер, особености, насоченост на визуални послания и решения, от начините на въздействие върху целевите групи. Визуалната комуникация има много предимства, които я превръщат в предпочитан подход от специалистите в областта на политическия дизайн и дизайна на предизборните кампании. Чрез образа посланието може да бъде предадено бързо, въздействието да се постигне с висока степен на конкретност. Основна цел на дизайна при изработването на политическо послание е предизвикване на положителни чувства у избирателя; самият той да се чувства ангажиран, действайки вследствие на отправените към него, главно емоционални, внушения. Пред рекламния дизайнер стоят много предизвикателства: схематизиране/опростяване на посланията (less is more), възможностите на избраните медии, избор на подходящата среда за конкретното послание, отправено към избирателя, привличането и вниманието на реалните и потенциални избиратели в момент на една, визуално наситена с политически образи, среда. Най-вече, медиите и средствата, които се използват, се характеризират с голяма разнообразност, която все повече се разширява и обхваща непознати форми и формати, все повече приема разнообразни способности на въздействие. Това, от своя страна предизвиква преобразуването на формите, разработката на нови, често пъти неконвенционални

изразни средства, използвани от специалистите в областта на рекламния дизайн, което се отразява на търсените решения не само по отношение на цветовете и графичния дизайн, но и като послание и тон, като цялостна визия и поставяне на рекламните апели, на техните градивни и технологични решения с цел постигане характерен визуален образ. Всичко това налага необходимостта политическата реклама непрекъснато да се анализира, както с оглед на нейните функции и въздействаща способност в публичното пространство, така и да отговаря на повишаващите се изисквания към ефективността на политическите визуални комуникации.

Като част от маркетинга политическата реклама се отнася се до разбирането за това как се популяризира дадена партия, как се представят политически идеи, по какъв начин се осъществяват политическите комуникации, и в крайна сметка какво представлява политическия пазар. Смисълът на политическия избор, пише Дейвид Маршъл, се трансформира с връзката между пазар и политически свят, продължавайки: *„С навлизането на стоковата структура в политическата система има и засилване на образи в политиката. Има и едновременно производство на политически лидери и производство на нови начини на представяне на тези лидери, което е сходно с циркулирането на стоки в другите сфери. Чрез лидерите политиката се конструира като игра на разграничение между продуктите и установяване на пазарен дял сред електората.“* (Маршъл, 2003, 259)

Няма еднозначен отговор на въпроса как се разбира и възприема политическата реклама – дали може да се обясни с недотам точното дефиниране за промоционална или „пакетирана“ политика? Насочена към разпространяването на информации, свързана с убеждаване и мобилизиране на реални и потенциални избиратели, тя цели да повлияе на индивидуални поведения и избори. С помощта и използването на малко или повече, убедителни комуникационни средства, въздействащи главно на емоционално равнище, се дава възможност на избирателя да се идентифицира с образа на лидера, откривайки сходства и евентуално общи черти. Използването на предизборни образи, отбелязва Ролан Барт, *„предполага известно съучастничество: снимката е огледало, тя излага на прочит близкото, познатото, тя предлага на избирателя собствения си лик – прояснен, възвеличен, превъзходно извисен до типичност“*. (Барт 2004, 251) . Приема се, че фотографията води до по-голяма достоверност и въздействащи апели. Представянето на политически кампании пред обществеността се свързва с емоции, съпътстващи дадена тема, и в много по-малка степен с рационални пояснения, една тенденция, добре описана от редица изследователи, емоционалната образност идва за сметка на рационалните апели. Установяването на връзки и асоциации между лидера и гласоподавателите с конкретни обществени настроения, както и на лично отношение, означава, че кандидатът лидер се опитва да внуши посланието за съпричастие с тях и солидарност. Във въздействията си рекламната цели афективността и положителните емоции да се пренесат

върху политическите лице, партия, лидер. Това се реализира по различен начин със съдействието на медии, с помощта на които политиките се позиционират и едновременно с това гражданите се ориентират, идентифицирайки се с вече изградения образ. За Дъглас Холт пресечната точка между политици и знаменитости е в това, че и двете групи създават марки, чиято хореография се развива и професионализира с времето. Политиките са подходяща основа за културен брандинг, създават се своего рода силни митове, както и марки икони. Холт пита, какво е характерното за последните и посочва, че марките икони имат силна идентифицираща стойност за привържениците, мнозина от които често се осланят на изобразените символи и охотно се отъждествяват с тях. Марките се превръщат в икони, когато започват да изпълняват митологични функции, особено когато става дума за художествена измислица, но която все пак докосва определени обществени и културни настроения. В този смисъл иконите се превръщат в отправни точки на именно на тези настроени и отношения, а брандът, въздействайки като конвенционален, се узаконява за утвърден символ в обществения живот, в основата на който всеки придава на стойност за себе си. *„Този тип идентификации се постига от реклами, когато представят смислени истории, митове, които разрешават обществено-културни истории“* . Подобни рекламни призиви са и най-важният инструмент, с чиято помощ марките създават идентифицираща стойност, налагайки модел на споделеното убеждение“. (Холт 2010, 20)

Нийл Постман, авторът на неологизма „инфотеймънт“, в книгата си *„Ще се забавляваме до смърт“* (1985) прави връзката между сферите на политиката и развлечението, съответно развлекателната индустрия. Посочвайки, че благодарение на примамливите визуални изображения, телевизията влияе, превръща политиката в приятно забавление, Постман подчертава, че се очертава тенденция за това, как известните личности от шоубизнеса използват медийната си популярност, благодарение на която все по-често започват кариера в политиката, разчитайки именно на своята известност. (Postman 1985)

В политическата реклама въпросите за елементите на ефективната политическа кампания са се поставяли неведнъж и то в най-широки рамки. Става дума за това, как се планира кампания, която включва поредица от отделни реклами и как те се съотнасят едни към други и към цялостта. Другото допълнение е по какъв начин общата реклама се обединява например с различните видове други комуникации, включително директно общуване, стратегии за публичност и др.. Важното в случая е, отделните реклами да са съгласувани, функционирайки заедно в рамките на уточнения период от време, за да се получи целенасочено въздействие върху поведението на гласоподавателите. Обиколките в предизборното време, събитията и концертите, непосредствените срещи с избирателите – всичко това изисква голямо лично участие от страна на политиките и представляват съществен компонент от директния маркетинг; целейки мобилизиране на общественото

мнение, съответно промяна в поведението. Изисква се добре да се познава целевата група на избирателите, да я има ясна идея, да се избере правилната медия и да се оформи едно основно послание.

Отделните функции на политическата реклама могат да се очертаят по следния начин: (1) предоставяне на достатъчен обем информация за политическа партия и платформа; (2) търсене на визуално и вербално изтъкване предимствата и компетентността на политическите кандидати, поддържане и затвърждаване на вече изградени, споделени идеи и ценности, особено когато това се отнася до групата на привържениците. Що се отнася до убеждаващата реклама, то тя има за цел да трансформира нагласи, мнения и отношения, главно на колебаещите се, приближавайки ги до онези, които са близки до позицията и желанията на политиците. Как ще впечатли и привлече вниманието рекламата, как ще предизвика интерес и как ще повлияе избирателите да бъдат насърчени да направят своя избор? Цели се да се им се повлияе, така че да предпочетат точно тази партия и/или кандидат, когато вземат решение, да речем, пред урните. Силата на въздействието на използваните методи и форми са отправени към това да се активизират и да се убедят вече наличните избиратели, от една страна и/или да се спечелят нови такива, чрез изразени изборни обещания спрямо актуална ситуация, както и във връзка със злободневни теми за обществото.

Политическата кампания представлява съвкупност от подчинени на общ замисъл дейности и междинни етапи, които са свързани в определена последователност и степенувани по сила така, че да осигурят единство и съгласуваност между частите. Посредством образа и основното послание се предават идеята и темата. Рекламната кампания, занимаваща се с въвеждане на нова партия или на прохождаща в политиката личност, съществено се различава от онази, която цели да затвърди вече известната партия и добре познатите политици. За да бъде посланието ефективно се търси отговора на въпроса за кого. И по-нататък - за какви идеи и интереси се организира тя, в каква среда, в какъв регион, какви са характерните особености на кандидата и неговото/нейното място в публичната среда? Дефинирането на задачата и събраната информация служат за уточняване на фокуса в рекламата, дали ще води до разширяване на популярността на утвърдени партии и лица и/или ще информира за нови такива.

В процеса на определяне обекта на рекламната кампания предварително се изяснява комуникационната база на съответната партия, позиционирането и в общественото пространство, с други думи, конкретизира се каква е степента на известност на политическите лица и какъв е техният имидж. Продуктът в политическата реклама са идеите, социалните теми, често са в широк диапазон, в зависимост от конкретните страна, регион, ситуация – от икономика до социална справедливост, геополитика, през доходи и пенсии до екология, климатичните промени и други. Рекламираният в

политиката продукт е и инсценираният и моделиран, според политическите нужди, претендент. Рекламата информира, но най-вече цели да изгради и въздейства чрез образа на компетентния, сериозния кандидат. Буквално тя винаги е инсценирана: „*Позата анфас набляга на реализма на кандидата, особено ако носи строги очила. Там всичко говори за проникателност, сериозност, откровеност: бъдещият депутат фиксира противника, препятствието, „проблема“.* Позата в три четвърти ръст се среща по-често. Той внушава властност на идеала: погледът се губи достолепно в бъдещето, не напада, доминира и населява едно свенливо и неопределено другаде“.

(Барт, 2004)

По този начин Барт обрисова как биха могли визуално да се подчертаят собствените плюсове и предимства на кандидата.

Дефинирането на задачите в рекламната кампания изисква да се събере колкото се може повече информация, както обща, така и свързана с конкретното визуално и вербално решение. На базата на предварителното проучване и комуникационен анализ се обсъждат въпроси от рода на уточняване за това: (1) кои са целеви групи, които ще бъдат привлечени с рекламните образи и послание, (2) каква е рекламната аргументация, за да се постигне желания ефект, (3) какъв е правилният избор на средствата и каналите за постигане на целта.

Целевите групи биха могли да се разпределят като: (1) онези, които изобщо са привърженици и активисти, които са взели твърдо решение за избора си, (2) онези, които се колебаят и (3) онези, които остават неутрални и безразлични. От дефинирането на таргета се дава възможност да се установи каква реакция се търси. Редица изследвания указват на несходствата по отношение на целевите групи – на кого ще се повлияе, какво се очаква да направи той/тя и как ще бъде насърчен/а да предприеме решителното действие в насрочения изборен ден. Рекламата, отправена към твърдите привърженици, може да засили решимостта им, но насочена към колебаещите се гласоподаватели, тя ще е от друг характер. При всички случаи, винаги има немалобройни групи сред гражданите, които остават незаинтересовани или нежелатели да гласуват. Още в самия процес на планиране, когато се установяват целите, и се търси отговор на основното послание и медиите се разсъждава по посока на това, дали да прилягат на избраната група,

Средствата, с които се комуникира с настоящите и потенциални избиратели могат да бъдат най-разнообразни. Сред най-често се използваните в дизайна на политическата кампания медии се подбират онези, които са свързани с техни осезателни визуални качества - от печатна и външна реклама - това са билбордове, плакати, брошури и много други - до телевизия и Уеб. Винаги става дума за комбинация от медии. Обсегът на рекламните средства, възможностите за достигане до електората и начините за въздействие са различни в съответствие с тяхната характерност и стойност, като се имат предвид възможностите и ограниченията на всяка една медия. При избора на каналите за

разпространение на политическата рекламата, според характеристиките на всяко средство и рекламоносител, се държи сметка за предмета на рекламата, преследваните цели и таргета. Във всички случаи, пред рекламния дизайнер стои задачата чрез използваните визуални средства – размер, формат, форма, цвят, типография, пространствено разположение, тон на посланието и др., да визуализира аргументи и мотиви за привличане на вниманието и по-нататък, промяна в поведението. Разсъжденията на Величка Минкова по отношение на цвета като една от отличителните характеристики в идентичността на дадена политическа партия, представляват интерес. Цветът се избира и се прилага в съответствие с ценностите и идеите на партията, подборът се прави съобразно цялостната визия на кампанията. (Минкова 2021) Всичко, заложено в принципите на дизайна от композиция до типография и логото и останалите аспекти на визуалната комуникация, се отнася до политическата реклама. Трябва да предадат призови, с какъв шрифт са изписани, дали се съдържа, някоя, изписана с едър шрифт фраза, от рода на: „Гласувай за партията, Х!“ „Той е!“; дали изображението е динамично или е статично, какъв цвят е добавен,. При всички случаи визуалните и вербални елементи на комуникацията са съгласувани и трябва да действат за по-продължителен период от време.

Като цялостно планирана и завършена комуникация рекламната кампания служи да изложи и изтъкне собствените преимущества на участващите в предизборния процес, като политическите образи и обръщения се опитват да достигнат до колкото е възможно по-голям брой хора, така че да се получат връзки между визуалните и вербални елементи на конкретната кампания и интересите на самите гласоподаватели. Добрият дизайн грабва вниманието. Целенасоченото въздействие върху поведението на гласоподавателите се постига чрез изобретяване и използване на фотографски композиции, символи, слогани и инсценировки посредством външна реклама, интернет, социални и печатни медии, телевизия и радиа. Всъщност медиите често имат решаващата роля в процеса на формиране на политически мнения и нагласи и медиатизирането на самата политика. Политическата реклама цели да заинтригува и да накара гражданите да действат, отивайки до урните и да подкрепят съответната партия. Съдържа и аспект на имидж, свързан с налагането на идентифицираща стойност.

Изработват се както кратки и насочени, рекламни листовки и проспекти, така и всевъзможни средства на мърчандайза от - тениски, шапки, торбички до визитки и пликове. Чрез разпространението им сред гласоподавателите по време на организирани предизборни спектакли и събития, в предварително запланирани пространства и населени места, те информират, подсилват и напомнят, целят бързо и ефикасно въздействие върху обособените групи от хора. Последните, развявайки знаменца и носейки върху себе си шапки, тениски се превръщат в *‘безплатните източници на реклама’* в кампанията и спомагат за нейната по-нататъшна реализация. Организирането на събития и концерти е друг вид популяризиране и опит да се въздейства чрез предизвикване на преживявания

и споделени емоции. В символиката на сцени и трибуни, където се провежда събитието, се използват събитийни съоръженият, оформени с винили и широкоформатни плоскости с директен печат върху тях, например. Привличащите внимание дизайнерски решения се излагат на видими места, подсилват се с редица допълващи рекламни ефекти. За да се затвърди визуално ефекта на образа и да се вдъхне предизборно настроение най-често в употреба влизат комбинации от различните видове материали и медии - множество са пътищата за достигане до адресата.

Най-вече, медиите и средствата, които се използват в дизайна на политическата реклама, продължават да се умножават, като нарастват и обхващат непознати форми и носители; все повече се приемат нетрадиционни способи на въздействие вследствие на технологичните и културните изменения в днешния свят. Всичко това прави качествения дизайн навременен и необходим и поставя поредица от предизвикателства пред него. Уилям Райън и Тиъдър Коновър посочват, че интерактивните медии и дизайнът на новите средства за комуникация успяват да наслояват получената информация и да стимулират триизмерност. В книгата си *„Графичната комуникация днес“*, те пишат: *„Днес дизайнерите на интерактивни материали, които работят със сближаващи се медии и постоянно променящи се технологии, поставят ударението върху използваемостта и множествения достъп в дизайна“*. (Райън, Коновър). Независимо, че печатната, телевизионната и пр. реклама продължава да въздейства, очевидно е, че с развитието на новите форми и формати, се улеснява достъпа на големи групи хора и същевременно се впрягат техни чувства и участие в рекламната продукция, като повече от всякога се използват възможностите на социалните медии, например. Новата тенденция е по посока на много по-определено избиране на социални медии, към съобщенията на които, предполага се, има една масова, но и същевременно и фрагментирана, публика, силно възприемчива към тях. Посредством сайтове и уеб базираната информация в тях, в блогове и портали се представят политически програми, партийни цели и задачи, в това число всякакви изявления чрез публикуване на видеоклипове, видеоподкаст и др.. Най-важното остава, т.е. рекламното послание да бъде забелязано - от оформянето и средата, в която е поместено и след това да е въздействащо, което във висока степен зависи от вземаните от страна на рекламиста и рекламния дизайнер решения.

Трудно може да се определи в каква степен отделните средства и тяхната съгласуваност ще са ефективни. Образът или слоганът като компоненти в дизайна на една кампания в даден случай могат да се окажат извънредно успешни и, напротив, в друг да бъдат съвсем неефективни, в зависимост и от това дали са използвани в подходящото време, на подходящо място и дали са насочени към точната избрана група. Въпросът е в каква степен свързаната с логото, цвета и конструктивните решения визуална идентичност ще бъде адекватна.

Творческите подходи в политическата реклама се развиват и прилагат от концепцията до зрителния избор, от идеята до цялостното оформление на визуалния облик, включващ интегрирани в единно художествено оформление шрифт, цветове, композиция и др.. Всичко това, от своя страна, провокира изпробването на изразни средства и рекламоносители, използвани от рекламния дизайнер, и се отразява на търсените визуални решения и постигането на цялостна визия. Тоест – какви плакати, билдбордове, транспаранти, ще се използват от партията или лидерът, колко души ще фигурират там, какви ще са композицията и цветовете – това са въпросите, които се обсъжда от екипа в хода на всяка творческа стратегия. Същевременно предизвиква търсенето и разработката на адекватни подходи, използвани от рекламния дизайнер, което се отразява на цялостната визия. За всяка избрана медиа, притежаваща своята специфика и своите особености, предимства и ограничения, винаги на преден план стои основното послание, което трябва да се изрази.

С политическа реклама обикновено се занимават различни участници – държавни институции, партии и кандидати, неправителствени организации, художествени директори и дизайнери, медийни консултанти и, разбира се, рекламни агенции. Поначало рекламните кампании се проектират от екип на рекламната агенция – най-често в състав творчески/художествен ръководител, копирайтер (автор на текста), графичен дизайнер. В крайна сметка, избирателят остава с последната дума.

Изображенията, които подбрах за тази статия, илюстрират различни подходи и визуални стратегии. Първият пример е взет от предизборната кампания на Барак Обама в САЩ през 2008 година. Най-известен е плакатът на Шепард Феъри ¹ „Надежда“, който моментално става популярен и начаса разпознаваем. Шепърд Феъри създава в Синьото, червеното и светлите цветове охра, създават силно излъчване, въздействайки като смесване на ксилограф и поп арт., (сн. 1) . За кампанията са разпространени към 350.000 плаката и повече от милион залепващи се стикери. Оригинален плакат „Надежда“ може да бъде видян в Националната портретна галерия във Вашингтон. Успешният бранд на Обама представя образ, насочен към това наблюдателят да възприеме неговата замисленост и поглед към бъдещето, подканя да напомни за приятел, разбиращ живота на обикновените хора и грижата за тях. От друга страна, този образът олицетворява свръхчовешките способности на лидера, а качествата и вижданията му са по посока на един изцяло героизиран идеален вариант, обобщаващ уважение, респект, внимание и възхищение. Като част от визуалните комуникации са и повтарящите се ключови фрази: „Надежда“, „Промяна“, „Единство“, поддържащи приемствеността в кампанията. Сол Сендър, един от създателите на логото на Барак Обама, и притежател на авторските

¹ Шепърд Феъри е дизайнер и графити художник. Творчеството му се свързва със съвременно градско изкуство, като в произведенията си отразява актуални политически и социални проблеми.

права, казва: *‘Търсехме “О” то в неговото име с идеята за изгряващо слънце и новия ден ,’* *“слънцето изгрява над хоризонта и предизвиква ново чувство на надежда’* (сн. 2) По нататък Сендър разкрива как изборът на Gotham шрифт *–,предава сила и комбинация с рафинираност ‘*, като цялостната визия е насочена към носталгия за към миналото на Америка и неговото съзнание за дълг. (Alice Rawsthorn, The New York Times).



(сн. 1) Удачен пример за силата на визуализацията на една кампания, изградена върху

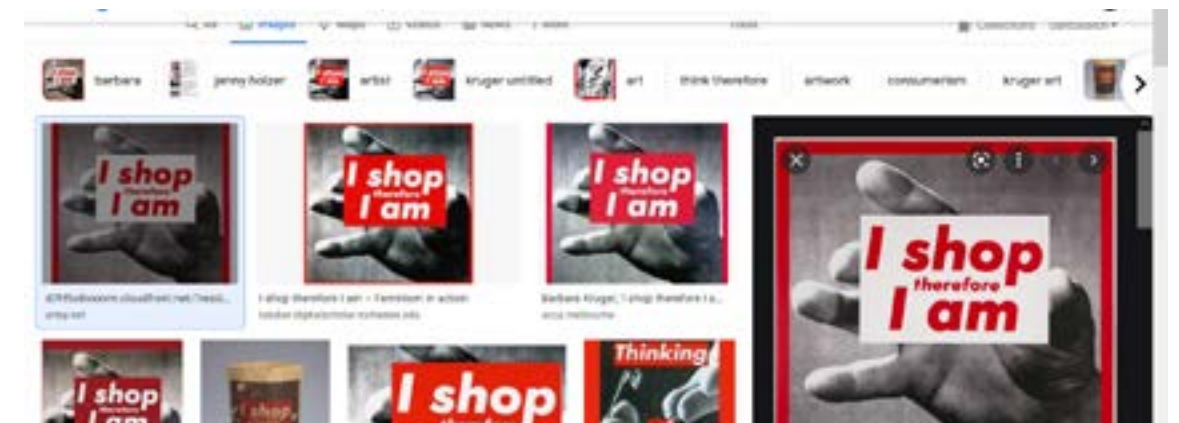
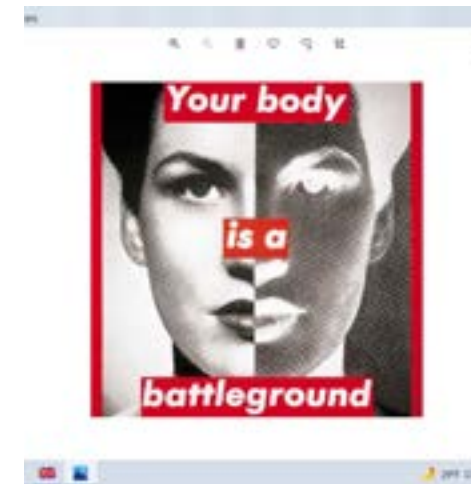
основите на надеждата и единството.



(сн. 2)

Логото на Барак Обама, 2008 год..

При планиране и реализиране на предизборни кампании се наблюдава дълга традиция на усвояване и пренос от страна на съвременните рекламисти и дизайнери, които черпят вдъхновение от областта на визуалните изкуства. В президентските избори във Франция през 2007 година в рекламата на Сеголен Роял, кандидат от Социалистическата партия на Франция, плакатите са решени в стила на американската визуална артистка Барбара Крюгер, с характерните за нейното творчество черно - бели фотографии, върху които се четат декларативни заглавия в бяло и червено. Лозунгите, които Крюгер добавя към изображенията, са особено подходящи в определен политически контекст. (сн. 4 и 5), като преносът на стилистика и изображения засилва или променя смисъла.



(сн. 4) Две от най-известните работи на Крюгер - едната с феминисткия призив - „Твоето тяло е бойно поле“, а другата с критичното и отношение към консуматорството: „Пазарувам, следователно съществувам“

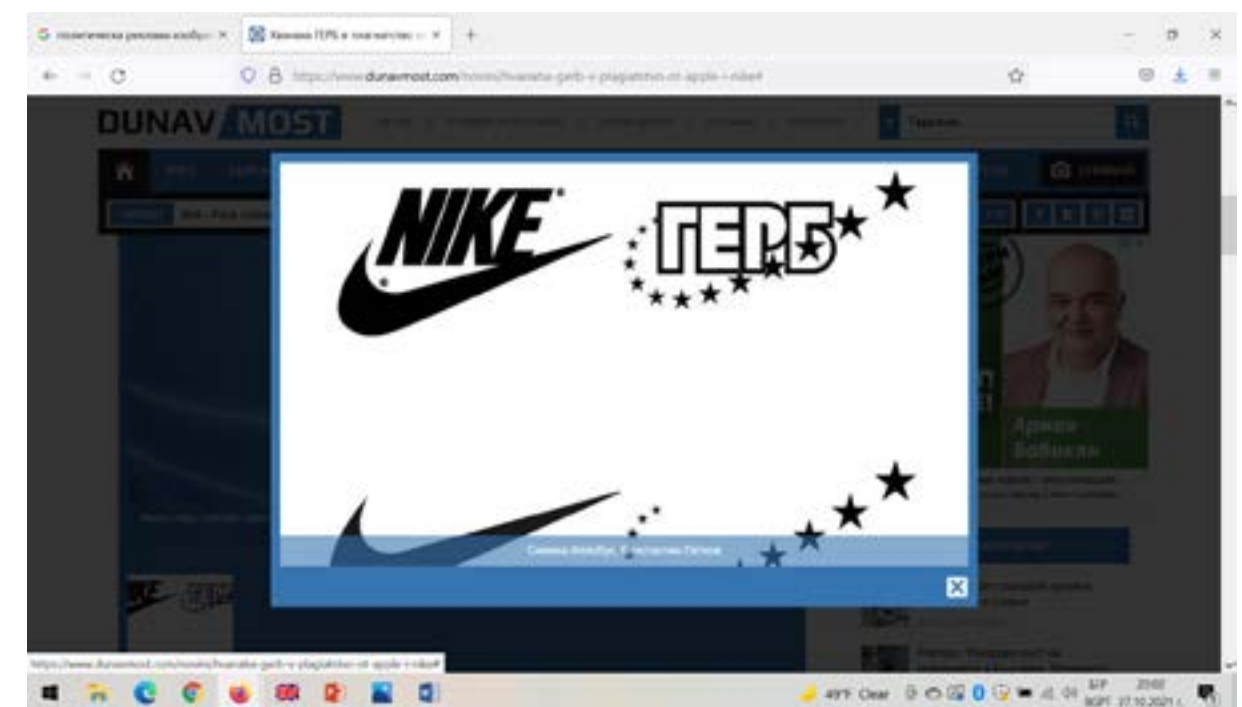


(сн. 5) Предизборен плакат на Сеголен Роял, 2007 год. . Използвана е част от червената рамка около черно-бялото изображение, като добавеният текст е в бяло.

През последните десетилетия и у нас методите и средствата на рекламата се прилагат и се търсят в областта на политиката и от политическите лица. В кампаниите си партиите изграждат послания в границите на поредица от известни понятия: „обединение“, „патриотизъм“, „синьото като проекция на ново начало“. Изграждат се лица, поведение и рекламни послания в границите на пожелания от рода на: „Видими резултати за България“, „Ред в хаоса“, „България може много повече“ „С грижа за хората“, които обобщават това, което всяка отделна партия иска да се мисли за нея. Доколко те се забелязват и са въздействащи в голяма степен зависи и от цялостните дизайнерски решения относно форма и стил, включително фотогеничност; оформяне

и отличимост спрямо конкурентните партии в средата. И в случая, става дума за това, образите и посланията се нагодят така, че на първа място да привлекат вниманието, след което да бъдат интерпретирани благосклонно и да мотивират за участие в предизборния ден. Тенденцията, която наблюдаваме у нас е, че в хода на предизборната надпревара за относително кратък период публичното пространство се насища с голямо количество от еднообразни политически билдбордове и плакати, опростени лозунги и се наблюдава липса на силни обръщения. В това еднообразие все по-трудно се открояват и забелязват политическите реклами и на практика конкуренцията за привличане на вниманието намалява.

Един от решаващите компоненти от корпоративния дизайн за правилното разграничение спрямо другите партии, е логото на партията, представляващо сърцевината на нейната идентичност. Какво казва то и доколко запомнящо се е? В избраните лога на водещите партии у нас могат да бъдат открити редица сходства и заемки с други подобни, а именно тези на ГЕРБ с Nike (сн. 6), на БСП с Johnsands (сн. 7); на Демократична България с известна прилика с това на Обама. (сн. 8 и 9).



(сн. 6)



(сн. 7)



(сн. 8)

В логото на Демократична България може да бъде забелязана известна прилика с това на Обама.

Политическата реклама може да бъде разглеждана като система от образи и символи, ангажиращи избирателите в един процес на възприемане, като допринася за визуално очертаване на определени теми в процеса на предлагане на политическите личности, ценности и обещания. Социално значимите и навременни идеи, и най-вече лицата, които ги персонифицират, преведени чрез силна и изобретателна реклама, могат да изградят идентифицираща стойност и да осигурят успеха на една политическа кампания. Става дума и за това да се затвърдят политическите послания и действия в разбиранията на гражданите, с което да ги активизират за избор.

Библиография:

- Барт, Р. 2004. Нулева степен на почерка. Митологии. ИК „Колибри“
- Богданов, М. 2016. 120 г. Българско изкуство. Дизайн. София: MAG 97
- Маршал, Д. 2003. Власт и известност. Звездите в съвременната култура. Лик.
- Минкова, В. 2021 Цветът и неговият идеологически имидж във: BALKANCOLOR 5 “Цвят във всички направления . Цветът и неговият идеологически имидж от края на XX и началото на XXI век .
- Райън, У., Коновър, Т. Графичната комуникация днес. Част втора. Дуо Дизайн, ООД.
- Холт, Д. 2010. Как марките се превръщат в икони. BOOKMARK.
- Postman, N., 1985. Amusing Ourselves to Death. Public Discourse in the Age of Showbusiness, Printed in the USA, Penguin
- Parsick, A. 2009. Iconic Obama poster based on Reuters photo. <http://blogs.reuters.com/photo/2009/01/15/iconic-obama-poster-based-on-reuters-photo/>

ГРАФИЧНИ ТЕХНИКИ В ХУДОЖЕСТВЕНАТА КЕРАМИКА – СУХА ИГЛА

Надя Текнеджиева, Национална художествена академия, София

Резюме:

В непрекъснатия диалог на керамичното изкуство с всички останали художествени сфери жизнената природа на глината като артистичен материал постоянно търси усъвършенстване на изразните средства. Графичните и печатни технологии естествено намират своето приложение в декорацията на керамичните произведения, което дава възможност за повтораемост и тиражиране на дадено изображение. От особено значение е и тяхното приложение в декорацията на керамичната повърхност. Докато печатните технологии – трансферната декорация, основно се прилага в масовото керамично производство, то декорацията посредством класическите графични техники представлява интерес в артистичната керамика. Тъкъв пример в художествената керамична практика е и дълбокопечатната графична техника – суха игла. Тя предлага богат речник за създаване на художествено изображение върху керамичната повърхност. В съвременната художествена керамична практика креативният потенциал на графичните технологии намира своето широко приложение. Често можем да наблюдаваме авторите да доразвиват и смесват различни класически керамични и графични подходи, намирайки в тези методи подходящ инструмент за изказ на личните си преживявания, възгледи и светоусещане.

В керамичната практика поради специфичните свойства на глината, предоставящи възможност за съхранение и предеване на информация, печатът върху глинената повърхност е познато изразно средство още от древността. Декорът, първоначално носещ магически и символен характер, естествено еволюира през времето. Дело на човешките ръце, въображение и техническа мисъл – декорацията преминава през различни методи и съответните за времето моди и вкусове. В керамиката като подходящо средство за повтораемост на декора са използвани естествено налични или създадени от човека печати, а отпечатването на изображението или фактурата се е осъществявало, чрез притискане на печата към глинената повърхност. От историческа гледна точка, за нуждите на архитектурната керамика и производството на облицовъчни плочки, гравюрата върху дърво е един от първите печатни процеси използван за създаването на декора. Историците и археолозите предполагат, че дървеният печат се е „намастилявал“ с цветна ангоба и се е отпечатвал върху глинената повърхност. Процесът изглежда сравнително прост, но редица изследователи и художници изпробвали технологията я определят като

неподходяща¹. Каквато и да е била технологията за нанасяне на изображенията както за нуждите на производството, така и за художествената керамика, от важност е именно развитието на гравюрата върху метални плочи.

Корените на графичното изкуство също откриваме в древността. В миналото гравирането на изображения върху метални повърхности е служило за изработката на украшения, декорация на „амуниции на конете и оръжията“². Постепенно технологията на гравюрата се усъвършенства. Освен практическите функции с които е натоварена – репродуциране и размножаване на изображения – с развитието на технологията и на художествените практики гравюрата намира своя път и като самостоятелна графична творба. В това отношение знаков за развитието на печата в западния свят е XV в., белязан от създаването на печатарската преса, също така в средата на века се появяват и „художествено изпълнени гравюри с резец върху метални плочи“³. Евтим Томов в краткия исторически преглед на развитието на гравюрата посочва, че :„Първите датирани отпечатьци от гравирани с игла и разяждани на железни плочи изображения се отнасят към 1501–1507 г. и са свързани с името на гравьора Даниел Хопфер от Аугсбург.“⁴. От керамична гледна точка в технологичния процес постепенно дървените печатни форми са заменени от металните гравюри, като много по-подходящо средство за предаване на фини детайли и предоставящи възможност за подобряване на качеството на изображението. През първата четвърт на XVI в. медта започва да се употребява като основен, по-подходящ от железните плочи материал. „В течение на целия век господстващ и почти единствен начин за създаване на изображения е офортът на мед. Паралелно с него се развива и маниерът суха игла, но не самостоятелно, а като средство за дообогатяване на офорта“⁵.

До появата на фотографията, гравюрата запазва водещата си роля при репродуцирането и размножаването на изображения. Развитието ѝ е тясно свързано с технологията на книгопечатането. Редица автори посочват, че именно тази задача задържа развитието на графичното изкуство, макар технологично то да достига все по-големи висоти, като самостоятелна художествена форма. От днешна гледна точка можем да посочим и светлочувствителните емулсии, а също така и компютърния софтуер, предоставящи необятни възможности за по-нататъшното развитие на графиката. Важно е да отбележим, че освен металните плочи и други видове основи са разработвани за гравирание на изображение посредством издраскване с игла. „Гравирането с игла е възможно да се извърши и върху целулоидни платки, които в миналото са имали широко

¹ Scott, Paul. *Ceramics and Print*, A&C Black, 2002, с.16

² Томов, Е. Дълбокопечатни гравюри, Наука и изкуство, София 1974, с. 7

³ Пак там.

⁴ Пак там. с. 7-8

⁵ Пак там. с 8

приложение при високия печат, тъй като са издържливи и добре пренасят печатната боя“⁶. Също така и желатиновата пластина бива посочвана като подходящ материал за гравирание. Развитието на графичните технологии и печатните методи е важно както за керамичното производство, но също така и в полето на артистичната керамична практика.

Едно от най-значимите технологични открития и адаптацията на металните гравюри в керамиката е технологията за пренос на изображение върху глинената повърхност посредством трансферна хартия. В миналото за да отговорят на обществения интерес към производството на облицовъчни плочки и съдове, манифактурите биват принудени да наемат гравьори за изпълнение на декорите. На производствата от това време се налага да построят и отделни помещения за тази цел. Повратен момент, в повечето източници се посочват разработките на гравьорите от Ливърпул, Англия – Джон Садлър и Гай Грин. През 1756 г. Садлър радикално променя процеса на производство. Първоначално пренася изображения от дървени матрици, а впоследствие адаптира печата на декора от гравирани медни плаки. Същността на метода се състои в това, че изображението от медната плака се печата върху тънка хартия, с помощта на която декорацията впоследствие се пренася върху глинената повърхност. През XVIII в. благодарение на тази иновция се ускорява производството на облицовъчни плочки и се задоволява огромния интерес към модерните по това време порцеланови сервиси. Технологията оказва влияние и върху цената на крайния продукт като предоставя възможност скъпата порцеланова маса да се замени с напълно достъпния фаянс. Първоначално повечето изображения се печатали в един цвят – синьо, черно, кафяво или червено, върху вече глазирана с бяла глазура повърхност, а последното изпичане се е осъществявало на сравнително ниска температура. Обект на тези изображения най-често са били природни или архитектурни пейзажи, но могат да се открият и портрети на известни от онова време личности и актьори, често съдържащи и имената на самите пиеси, в които са играли. Печатната технология предава много фини детайли, “невъзможни да се постигнат с рисунка от ръка“⁷ и оформя пътя на развитието на печатните техники в индустрията. Постепенно започват да се изпълняват многоцветни декори, чрез създаването на различни плаки за всеки цвят. С развитието на технологиите гравьорите започват да се изработват върху метални валяци. Възможностите на печата се развиват и с появата на тампонния печат, което предоставя възможност нансянето на изображението да се осъществява и върху по-сложни форми. Технологичните средства днес съвместно с компютърните технологии, дигиталния и 3D печат увеличават многократно възможностите на производствата да достигат до невероятни резултати. Поради високата цена на технологичното оборудване, необходимо за създаването на печатни декори, то е приложимо само в индустриалното производство. Днес можем да наблюдаваме засилен интерес към средствата на класическото графично изкуство в

⁶ Пак там. с. 40

⁷ Herbert, T., Huggins, K. *The decorative tile in Architecture and Interiors*, Phaidon Press Limited, 2000, London, с.40

артистичното ателие на художника керамик. От края на XX век сухата игла, офорта, линореза и друди графични техники пораждат желания за експерименти и допринасят за достигане на високи творчески постижения. В художествената керамична практика класификацията на видовете печат не се различава от стандартната в графичните технологии. В произведенията приложение намират и високият, ситовият и дълбокият печат, често авторите за постигане на целите си смесват различните видове печат. Съществената разлика се крие в това, че дадена печатна техника може да бъде прилагана и като директен метод и като индиректен печат, тоест чрез трансфер на изображението от хартиена или друга повърхност върху глината. Отличават се и материалите за печат. Вместо познатите печатни мастила в керамиката се използват характерните за медиата оцветители и пигменти (природни или изкуствени). Състава на т. нар. печатни пасти е от керамични оцветители и пигменти, смесени с медиуми. В зависимост от избраната технология на печатане, медиумите биват на водна или маслена основа. Оцветяващите вещества могат да бъдат по състав окиси, сулфиди, силикати, хромати, алуминати на металите. Този вид багрила се определят като органични по химичен състав. Неорганичните или изкуствените багрила са неразтворими във вода цветни минерали, които могат да се смесват равномерно в свързващото вещество. Такива са глазурата, флюса, керамичните маси, леснотопимите стъкла. Прилагат се и ангобите. Те представляват шликери, цветовата гама при тях е по-пастелна и след изпичане добиват реалния си цвят. Съществуват различни по състав ангоби, които могат да се подбират в зависимост от свойствата на материала върху който се нанасят. Цветните ангоби се приготвят като към бялата се прибавя багрилно вещество. Също така в печатните пасти влизат и надглазурните бои. Те представляват нискотопими бои със специфични характеристики. Тези бои се нанасят върху повърхността на глазурата. Състава им се състои от топител (флюс) и оцветител (керамичен пигмент).

Приложението на дълбокия печат в лицето на офорта и сухата игла в художествената керамична практика е слабо документирано в специализираната литература. Едно от изчерпателните технологични описания на процеса дава в книгата „Ceramics and Print“ керамикът Пол Скот⁸. В артистичната практика принципът за получаване на изображение чрез издраскване с твърда игла на метална или друга подходяща повърхност (цинк, мед или плексиглас) не се различава от традиционната графична технология. В контекста на керамичната практика техниката на сухата игла може да бъде прилагана и като директен, и като индиректен печатен метод. Основна характеристика на дълбокия печат е, че печатащите елементи (създаващи изображението) са разположени по-ниско от непечатащите. Отпечатването се извършва, като печатната форма се намасти, а излишното мастило се отстранява, така че да остане само във вдлъбнатините на печатната форма. След прилагане на натиск мастилото преминава от вдлъбнатините на формата върху

отпечатваната повърхност. При приложение на технологията в керамиката в процеса на отпечатването на изображението вместо графичните мастила, се прилагат споменатите печатни пасти, съставени от керамични материали. След намастиляване сухата игла, прилагана като директен печат, се осъществява чрез оказване на натиск върху печатната форма. Освен ръчно отпечатването може да се осъществи посредством графична преса – глиненият „лист“ в подходящо твърдо кожно състояние се поставя върху намастилената плака. Както в графичната технология при печат върху хартия, преминавайки през пресата, така и върху керамичната повърхност, мастилото от вдлъбнатините на плаката преминава върху глинената повърхност. Процесът е подходящ за работа с маса пейпър клей⁹, позволяваща създаването на тънък глинен „лист“. Вдъхновение за работа и възможност за колажиране на изображенията в състава на композицията представлява приложението на сухата игла и като индиректен метод. В случая изображението може да се отпечата върху специална преносна хартия по класическия метод и да се пренесе върху керамичната повърхност. Интересни резултати е възможно да бъдат постигнати, когато трансфера се осъществи посредством желатинова подложка. В последните години на мода е печатът на изображения именно от такъв вид подложки, които могат да бъдат закупени от художествените магазини или собственооръчно подготвени. За целта се използва подходящ контейнер или стъклена плочка, обградена от четирите страни с прегради. Комерсиалният желатин, се подготвя, както е посочено на опаковката, но в по-наситена консистенция от нормално прилаганата за хранителни цели. Все още течнобразната смес се изсипва в контейнера, след изстиването ѝ се оформя подложка. Тя внимателно трябва да се отстрани от контейнера. При работа с такава подложка намастиляването на печатната форма се осъществява с керамични печатни пасти или само с медиум от варено ленено масло. Желатиновата платка се поставя върху намастилената плака и добре се притиска към нея. Подложката се отстранява и чрез лек натиск се отпечата върху керамичната повърхност. При работа само с медиум, поради лепкавата консистенция на лененото масло, изображението се разкрива след напращане на повърхността с керамичен пигмент. Независимо дали сухата игла бива приложена като директен или трансферен метод, процесът не е трудоемък, нито изисква скъпо оборудване и в съвременната художествена керамична практика намира широко приложение.

Непрекъснатият диалог на керамичното изкуство с всички останали художествени сфери, жизнената природа на глината като изразен материал постоянно търси усъвършенстване на изразните си средства. Поради факта, че графичните и печатните технологии естествено намират своето приложение в декорацията на керамичните произведения, като дават възможност за повтораемост и тиражиране на дадено изображение, от значение е и тяхното приложение в декорацията на керамичната

⁸ Scott, Paul. Ceramics and Print, A&C Black, 2002, с.55-58

⁹ Пейпър клей – всяка глинена маса, в която са добавени хартиени фибри за повишаване на здравината в неизпечено състояние.

повърхност. Докато печатните технологии, основно се прилагат в масовото керамично производство, декорацията посредством графичните техники представлява интерес в артистичната (художествената) керамика. В съвременната керамична практика графичните техники, независимо от своята специфика, дават възможност за множество интерпретации и нестандартни решения. Днес дълбокопечатната графична техника суха игла се радва на голям интерес в художествената керамична практика. Самият метод за получаване на изображението, независимо дали впоследствие ще бъде приложен като пластично-релефна, текстурна декорация или като плоскостна, фактурна декорация, предлага богат речник за създаване на художествено изображение върху керамичната повърхност. Докато в класическата графична технология се използват познатите графични материали и инструменти – печатарски мастила и т.н., за нуждите на керамиката, в зависимост от момента на осъществяването на декорацията, се прилагат и чисто керамични материали. В съвременната художествена керамична практика креативният потенциал на графичните технологии намира своето широко приложение. Често можем да наблюдаваме авторите да доразвиват и смесват различни класически керамични и графични подходи, намирайки в тези методи подходящ инструмент за изказ на личните си преживявания, възгледи и светоусещане.

Библиография:

Георгиев, Димитър. Богданов, Богдан. Художествено декориране на керамични изделия. Балтика 2002, 2007, ISBN978-954-8040-01-3

Сентенс, Браян. Керамика Путеводитель по традиционным техникам мира, АСТ Астрель, 2005, ISBN 5-271-11348-5.

Томов, Евтим. Графика и графични техники, Наука и изкуство, София 1959

Томов, Евтим. Дълбокопечатни гравюри, Наука и изкуство, София 1974

Scott, Paul. Ceramics and Print, A&C Black, 2002, ISBN 978-0-7136-7491-0

Herbert, T., Huggins, K. The decorative tile in Architecture and Interiors, Phaidon Press Limited, 2000, London, ISBN 0714839795

СЪВРЕМЕННИ ТЕНДЕНЦИИ В ГРАФИЧНИЯ ДИЗАЙН НА ДЕТСКИ БРАНДОВЕ

Петя Благоева

Резюме

Продуктите, предназначени за малки деца, често са уникални с това, че трябва да се харесат на две групи хора в много различни етапи от живота. Първо те трябва да получат вниманието или одобрението на възрастния купувач, след това да ангажират вниманието на бързо развиващо се дете. Тази статия разглежда различните визуални предизвикателства, на които един продукт трябва да отговори, за да бъде забелязан и от двете страни. Дискутират се творческите стратегии, които следва художникът дизайнер при създаването на продукт, чиято целева публика са децата. Децата представляват особено предизвикателство при създаването на дизайн продукти, предназначени за тях, заради широкия спектър от поведения и способности. При разработването на подходящи за възрастта визуални материали изключително за деца трябва да се вземат предвид много фактори, свързани с физическото, емоционалното, когнитивното и социалното развитие и улесняването му.

Децата, както и възрастните са изложени на огромен брой реклами, борещи се ежедневно за тяхното внимание. В тази среда на информационна претовареност става все по-трудно за художника дизайнер да създаде визуално изображение, което е запомнящо се и атрактивно както за деца, така и за родители. Във Великобритания децата са изложени на около 18 000 реклами годишно. Любопитен факт е, че децата в Обединеното кралство виждат все по-малко телевизионни реклами всяка година и според проучванията те имат все по-малък ефект (Carvel, 2000). През 2020 г. средният брой показвания на телевизионни реклами е бил близо 104 на седмица сред деца на възраст 4-15 години, или 5408 на година, в сравнение с 6032 през предходната година. През 2013 г. числото е най-високо, средно 11 908 на година (Stoll, 2021). За сравнение - децата в САЩ са изложени на приблизително на 40 000 телевизионни реклами годишно, от които около 80% с търговска цел (Wilcox et al., 2004). В България все още няма проучване, което да изследва броя рекламни съобщения (независимо от медията), на които децата в различните възрастови групи са изложени. Темата за децата и рекламата у нас е свързана по-скоро с присъствието на деца в рекламната комуникация и етичните и законовите рамки. В доклад на УНИЦЕФ - „Децата и медиите - пътеводител за етично отразяване“, се цитира Законът за радиото и телевизията и допълнително разработените от СЕМ

„Критерии за оценка на съдържание, което е неблагоприятно или създава опасност от увреждане на физическото, психическото, нравственото и/или социалното развитие на децата“. Докладът рамкира по-скоро етични препоръки, насочени към специалистите по връзки с обществеността и към създателите на комуникационни материали с участието на деца, и конкретни правила от закона, който забранява показването на логото на спонсор в детски и религиозни предавания (чл. 82, ал. 6), както и позиционирането на продукти в детски предавания. Все още у нас няма изследвания и статистически данни, свързани с възприятието на рекламата от различните групи подрастващи. Нито измервания на разпознаваемостта на запазените знаци на детски брандове, каквито изследвания се провеждат често през последните години в много държави в Европа, Австралия и Америка. Някои изследователи установяват, че деца на възраст между 3 и 5 години разпознават и дори изразяват предпочитания към определени хранителни брандове, опитвайки се да повлияят на решението за покупка на родителя (Bruce et. Al, 2012) (Ueda et. al, 2012).

От телевизорите и супермаркетите до компютрите и градската среда, децата са изложени на реклами в много области в ежедневието си и те представляват особено предизвикателство при създаването на дизайн продукти, предназначени за тях, заради широкия спектър от поведения и способности. При разработването на подходящи за възрастта визуални материали изключително за деца трябва да се вземат предвид много фактори, свързани с физическото, емоционалното, когнитивното и социалното развитие и улесняването му.

„Проектният език, с който си служи дизайнерът, е в пряка зависимост от възрастта на потребителя, неговите възможности за възприятие и извършване на манипулативни действия.“ (Минкова, 2021) Именно за това настоящата статия има за цел да създаде мост между психологията и изкуството на дизайна и да бъде в помощ на художниците, създаващи продукти за деца. Несъмнено децата са „взискателни“ при създаването на дизайн продукти, предназначени за тях, и затова е необходим мултидисциплинарен подход. Ролята на дизайнера с неговите професионални умения, естетическо чувство, знания по композиция, теорията на цвета, типография е централна в творческия процес, докато знанията за детското развитие следва да го подпомогнат и да допринесат за по-добри резултати.

Първата част на статията очертава теоретичната рамка, базирайки се на теорията на Жан Пиаже, и обяснява някои от предизвикателствата, с които се сблъсква дизайнерът при проектирането на отделните елементи от рекламната графика и не само, при комуникацията му с различни възрастови групи.

Втората е приложна, направено е проучване и анализ, базиран на наблюдение на съществуващи визуални примери в областта на графичния дизайн на детски продукти. Проследени са съвременните тенденции, потърсени са примери за сполучливи практики

в индустрията, като са анализирани различни маркетингови стратегии от художествена гледна точка. Направени са изводи, позоваващи се на анализа, за връзката между теорията на детското развитие и положителното и влияние по време на творческия процес. Подчертава се и се обяснява кои етапи трябва да бъдат приоритизирани и защо. Потърсени са идеи за развитие в съвременните дизайнерски практики.

Когато маркетинговите изследователи вземат предвид развитието на децата като потребители, те често разчитат на теорията на когнитивното развитие на швейцарския биолог и философ Жан Пиаже (Корсини, Р. 1998). Теорията предполага, че децата преминават през четири различни етапа на умствено развитие. Тя се фокусира не само върху разбирането как децата придобиват знания, но и върху разбирането на интелигентността. Разбира се, има психолози, които от 80-те са изследвали различните променливи и индивидуални различия в детското социално развитие. Въведено е понятието теория на ума, за да се опише умението ни да разбираме чуждите мисли и действия, като същевременно осъзнаваме, че възприятията на другите може да се различават от нашите. Децата обикновено осъзнават своята гледа точка като различна от тази на другите на около 4-годишна възраст (Wellman, Cross, & Watson, 2001). Изследователите предполагат необходимостта от проучвания, които да изследват индивидуалните различия и теорията на ума, за да обяснят поведението на децата потребители, но все още няма такова начинание. За целите на тази статия е направен опит да се опише как традиционно се прилага теорията за когнитивното развитие на Пиаже към потребителското поведение на децата. То включва възприятие, оценяване и интерпретиране на визуалната информация за даден продукт и разбиране на символиката, приписвана от художника дизайнер.

Теорията на Пиаже (Корсини, Р. 1998) предполага, че развитието на децата може да се дефинира на четири етапа:

- Сензомоторен стадий

Покриващ приблизително първите две години от живота на детето. Постиженията в сензомоторния стадий са свързани с координация на сензорните възприятия и основните двигателни поведения. Децата осъзнават съществуването на външен свят, с който те си взаимодействат. Бебетата получават знания за света от физическите действия, които извършват в него. На този етап според Пиаже концепцията за постоянството на обекта е едно от най-важните постижения. Постоянството на обекта е разбирането, че даден обект продължава да съществува, въпреки че не можем да го видим или чуем.

- Предоперативен стадий

В предоперативния етап (от 3 до 7 години), децата използват думи и жестове, за да представят реалността; това представяне обаче е донякъде егоцентрично, тъй

като децата все още не успяват да разграничат своята и чуждата гледна точка. Развиват се уменията описани в теорията на ума. Детската игра се категоризира като „преструване“ и манипулиране на символи – илюстрира се идеята за игра с отсъствието на действителните предмети - например пуловете на дамата да са бисквити, листове да са чинии, а кутия да изпълнява ролята на маса.

- Стадий на конкретните операции

Този етап, който следва предоперативния етап, настъпва на възраст между 7 и 11 години и се характеризира с логическо мислене и елиминиране на егоцентризма. Децата извършват умствени операции, които им позволяват да подреждат, комбинират, отделят действия и обекти.

- Стадий на формалните операции

Четвъртият и последен етап е от 11 до 19 години, когато юношите могат да мислят методично и аналитично за логическите отношения в даден проблем. Те се интересуват от абстрактни идеи и са способни на метапознание. Интелигентността се демонстрира чрез логическото използване на символи, свързани с абстрактни понятия.

Когато се използва за обяснение на детското възприятие на имиджа на бранда, най-дискутираните етапи от теорията на Пиаже са предоперативният етап и етапът на конкретните операции. Изследователи психолози (Джон, 1999) твърдят категорично, че децата в предоперативния стадий обработват само определени елементи от информацията за бранда и че тяхното разбиране е ограничено от егоцентричната им ориентация и не докрай развитите умения, описани в теорията на ума.

Тъй като по време на конкретния оперативен етап се появяват усъвършенствани умения за обработка на информацията и способности за възприемане на различни гледни точки, децата на възраст от 7 до 11 години са по-добре подготвени да разбират сложна информация за бранда, базирана на визуални стимули. Така повечето от изследванията, свързани с детското възприятие и дизайн, са фокусирани върху тази възрастова група. Все пак макар деца на възраст 7 – 11 години да са способни да разбират символиката, заложена в дизайна на един продукт, по-добре от по-малките, е възможно деца на възраст 3 – 7 години да са наясно със символиката на продукти, които са важни за представата им за тях и са често срещани на тяхната възраст. Някои от продуктите биха били по-разпознаваеми за по-малките, защото те са уместни и открояващи се в живота им. Например някои марки храни могат да бъдат разпознати, защото се наблюдават от най-ранна възраст и често са свързани с позитивни асоциации, защото се използват като лакомство-награда.

Според психолога Алисън Гопник дете на 3-годишна възраст разпознава средно дузина запазени знаци (Castella, 2019). Установявайки, че деца на тази възраст могат да сортират картички с картинки според прости правила за цвят и форма, стигаме до извода, че е логично те да могат да използват прости правила за сортиране и в друг контекст. Например от децата може да се очаква да могат да сортират артикули с различна марка въз основа на цвета (червената и бялата CocaCola се различава от синьото и червеното Pepsi), търговските знаци (Роналд Макдоналд отличава McDonald's от своите конкуренти) и продуктите предложения (Hot Wheels продава колички, докато Lego не). Според психолозите децата, които най-добре отличават визуално различите брандове, са с по-напреднали социални умения и когнитивно развитие.

Развитието на потребителското поведение според възрастта може да бъде обобщено в следните етапи:

- През първата година децата за първи път посещават магазин.
- На около 2-годишна възраст децата изявяват първото си желание за нещо вътре в магазина.
- Приблизително на 4-годишна възраст децата правят свой собствен избор в магазина. Това е първата им „асистирана“ покупка.
- Децата на 8-годишна възраст правят първата си самостоятелна покупка. (McNeal, 1999)

Традиционната теория за когнитивното развитие несъмнено носи полезна информация за художника, който работи за деца, но трябва да отбележим, че днешните деца са различни от тези в миналото. Порастването днес е различно изживяване от това на който и да е възрастен. Компютрите и интернет средата изместват телевизора и променят начина, по който децата достигат и споделят информация и по който са изложени на рекламни съобщения. Чрез интернет децата могат да научат повече и да достигнат разнообразна информация. В допълнение към компютъра те имат много повече медии и специално разработени приложения за деца за таблети и смартфон, и например. Появяват се брандове, които са изцяло насочени към детска публика. Получавайки огромен брой съобщения по толкова различни канали, те свикват да се справят с тях и да ги обработват. Така те стават по-информирани потребители.

От тук следва да се обърне специално внимание на графичното оформление на детските продукти, като се изследват различните характеристики на възрастовите групи плюс целевите групи и основните съображения на художника дизайнер. Визуалното оформление на бранда са неговите уникални цветове, шрифтове, форми, цялостен стил и знаци, които си сътрудничат в единна визуална система и отразяват ценностите на марката

в различните медии, които тя ползва, за да комуникира. Още при етапа на създаване на концепцията, далеч преди да се пристъпи към изпълнение, трябва да се осмисли реакцията на децата, които се сблъскват с цвета, фигурите и дори материала на опаковката, плаката, играта, логото... също както тази на възрастните, които вземат решението за покупка. Както стана ясно, начинът на мислене и психологическите характеристики на децата и възрастните се отличават много и в различните възрастови етапи тези характеристики също варират. Графичното оформление на детските продукти също привлича все по-голямо внимание, тъй като те са предназначени за най-деликатната група от обществото. Въпреки това тенденциите при съвременните детски брандове са доста разнородни и липсват много добри примери. За съжаление все още липсват и достатъчно изследвания за индивидуалните различия при възприятието им в отделните възрастови етапи на детското развитие.

Задачата на добре информирания художник дизайнер при разработването на подходящи за възрастта визуални материали изключително за деца е трудна. Освен маркираните дотук теория на когнитивното развитие и етапи на потребителското поведение трябва да се вземат предвид много фактори. Децата са силно социални, зависими са от връстниците си за обратна връзка и са силно осъзнати за връзката си със света на възрастните. Има части от дизайн процеса, за които трябва да се мисли по различен начин, когато се създава за деца – индивиди, които постоянно учат, растат и играят. Подходът, свързан с проучване, проектиране, създаване на прототип, маркетинг и дистрибуция, трябва да приоритизира нуждите на детето като потребител. Дизайн процесът също е игра, той не е непременно стъпка по стъпка линеарен план, който включва изследване, поставяне на цели, взимане на решения, преминаване през последователни етапи, които водят до кулминация – реализиране на проекта. Творчеството не може да бъде механично възпроизвеждан процес. Съставянето на ясен план е важно, но често творчеството е свързано с изследване на различни възможности, отхвърляне на идеи, връщане към по-ранни етапи, създаване на неочаквани връзки и инсайт (Панкова, 2009). Когато проектираме за деца, ние използваме същия процес, както когато проектираме за възрастни, но специфичните знания за тях биха могли да ни помогнат, като вземем предвид различни перспективи.

Аспектите на бранда – неговото обещание, чувството и възприятието което иска да внуши, визуалната идентичност - елементите като лого, графични материали, опаковки, трябва да са съобразени с особеностите при децата. Наблюдението на съвременните тенденции може да послужи като визуално вдъхновение и да помогне в ориентирането в социалния контекст, в който създаваме творческия си продукт. Тенденциите не съществуват във вакуум, те се променят и развиват с времето. За художника дизайнер е важно да проследява тези промени и препратки към миналото независимо от дисциплината, в която твори.

Базирайки се на наблюдения върху визуалното оформление на съвременните продукти на пазара за деца, детските брандове най-често достигат вниманието на потребителите по няколко начина.

- Талисман (mascot) или герой като лице на марката

Доста често брандове, насочени към деца, използват любовта към героите, с които децата се асоциират, за да създадат емоционална привъзраност към продукта. Включването на герой или талисман в брандинга може да укрепи връзката на децата с продукта. Героите буквално създават лице на марката и ясно откроява индивидуалност, която я прави по-запомняща се. Персонифицираните животни провокират въображението и често са асоциирани от възрастните като подходящи за деца. С фокус върху изображението, което е изградено от меки линии, нежни цветове и внушава позитивна емоция, тези знаци употребяват минимално количество текст с ясен и четлив шрифт, което ги прави привлекателни дори за деца в предучилищна възраст. Не е задължително героят да бъде използван в логото на компанията, той може да се превърне в опаковка на продукта и неизменна част от рекламната комуникация. Глобален пример за тази тенденция е Nintendo Entertainment System, който обвързва цялата си марка с водопроводчика Марио. Тази стратегия носи огромен успех, тъй като повече от 30 години Марио все още е лицето на Nintendo и е разпознаваем от децата по целия свят.

- Носталгични брандове

Много от продуктите за деца умишлено внушават усещането за носталгия у родителите. Визуалната комуникация в този случай говори повече на възрастните, отколкото на децата. Често се търси визуално вдъхновение чрез рисувани илюстрации и различни ефекти. Цветовете обикновено са меки и ненаатрапчиви, със светли тонове. Важно е да се има предвид, че възрастните възприемат цветовете по различен начин от децата. Възприятието за цвят е свързано с когнитивното развитие, етапът, на който се намира детето, според теоретичната рамка на Пиаже, оказва значително влияние. Децата в сензомоторния стадий реагират на ярки, контрастни цветове, но в последните години наблюдаваме бебешки продукти, чийто дизайн е изцяло минималистичен, предимно в ахроматични цветове с преобладаващо бяло. Брандовете залагат на предпочитанията на родителите и умишлено избягват половите стереотипи в цветните решения. Въпреки това, проучванията показват, че децата предпочитат основните ярки цветове. Жълтото и топлите цветове като цяло са предпочитани от децата на възраст от 3 до 7 години, докато повече възрастни предпочитат синьо. Тъй като предпочитанията за цветове биха повлияли на привъзраността към продукта, умел ход на дизайнера би било включването на акцент в ярък основен цвят към иначе минималистичната гама на бранда.

- Динамични и ярки, модерни символи

Изчистените линии и ярки цветове се виждат в много модерни брандове. Компании за детски дрехи, мебели, играчки и игри използват абстрактни или силно стилизирани символи в своите запазени знаци, което ги прави ефективни и привличащи вниманието на деца и родители.

Подобен тип изображения имат и образователен контекст, те могат да послужат за обясняване на текстовата информация, което улеснява обработката на данни и възприятието на децата, които все още не могат да четат. Такъв подход се използва често в брандинга на големи институции, които имат нужда от различни указателни знаци (пиктограми), карти и цели wayfinding системи. Често се използват съществуващи ментални модели и знания за света, за да се помогне на децата да разберат основното послание. Въпреки че познавателният капацитет на децата все още се развива, те вече имат умствени модели и знания за това как работи светът около тях. Позоваването на съществуващите им знания намалява усилията, необходими на децата да разберат как работят различните уебсайтове или приложения. Намаляването на когнитивното натоварване чрез проектиране на обяснителни интерфейси предотвратява възможни грешки. Добрият дизайн (независимо дали е предназначен за деца, или за възрастни) намалява когнитивното натоварване и свежда до минимум умствените ресурси, необходими за разбиране и взаимодействие със системата. Когато потребителите са млади, капацитетът им на работна памет е дори по-малък от този на възрастните, така че е от решаващо значение да се обърне внимание на това колко информация трябва да обработят зрителите.

Незрелостта на детския префронтален лоб означава, че те са по-малко способни да обработват сложна и противоречива информация в сравнение с възрастните. Тъй като уменията за разсъждение на децата все още се развиват, е по-вероятно да приемат буквално конкретни инструкции.

- Типографски решения

Изцяло типографските решения за бранд идентичност обикновено се прилагат от компании, които имат широка гама от продукти, игривото, асиметрично подравняване на текста работи чудесно при логата. Изразителни и смели шрифтове, контрастиращи с живи цветове, привличат вниманието и приканват зрителя да се присъедини със същия ентузиазъм.

За да проектират творчески продукти, подходящи и привлекателни за деца, дизайнерите трябва да разберат характеристиките, които правят децата различни от възрастните, и да използват специфични стратегии за дизайн, които ще допринесат за функционален и привлекателен дизайн, базиран на предпочитанията и нуждите на

целевата аудитория.

Познанията, свързани с когнитивното и социалното развитие на децата, и способностите, които се развиват в отделните етапи, са от изключителна важност при проектирането на различните елементи на рекламната графика, които да отговарят на техните умения и нужди. Изследването на развитието на децата може да повлияе на решенията, взимани по време на творческия процес. Информацията за физическото, когнитивното, социалното и емоционалното развитие може да ни позволи да създадем профили на различните възрастови групи, които да използваме още при първоначалното генериране на идеи или за да определим някои детайли от работата в по-късен етап.

Посочените примери обобщават различни постижения и резултати от цитираните изследвания, които могат да послужат като насоки за това как да се създават рекламни графики, които са по-привлекателни, образователни и забавни за децата, спазвайки етичните и естетическите норми. Дизайнът, който не отчита когнитивния капацитет на децата, няма да донесе радост, а само разочарование.

Библиография:

Aktaş, Yaşare & Tas, Isil & Gürgah Oğul, İrem. 2016. *The development of brand awareness in young children: How do young children recognize brands?*. International Journal of Consumer Studies. https://www.researchgate.net/publication/304338780_The_development_of_brand_awareness_in_young_children_How_do_young_children_recognize_brands

Bruce, A. S., Bruce, J. M., Black, W. R., Lepping, R. J., Henry, J. M., Cherry, J. B., Martin, L. E., Papa, V. B., Davis, A. M., Brooks, W. M., & Savage, C. R. 2012. *Branding and a child's brain: an fMRI study of neural responses to logos. Social cognitive and affective neuroscience*, <https://doi.org/10.1093/scan/nss109>

Carvel, J., 2000. *TV ads have little effect on children: study claims peerpressure and irresponsible parenting are more likely to influence child-ren's patterns of consumption*. The Guardian. <https://www.theguardian.com/media/2000/nov/11/uknews>

Castella, Krystina, 2019. *Designing for Kids Creating for Playing, Learning, and Growing*, Routledge ISBN 9781138290761

McNeal, James U. 1999. *The Kids Market: Myths and Realities* Paramount Market Publishing ISBN 0967143918

Peter Ueda ,Leilei Tong, Cristobal Viedma, Sujith J. Chandy, Gaetano Marrone,Anna Simon,Cecilia Stålsby Lundborg. 2012. *Food Marketing towards Children: Brand Logo Recognition, Food-Related Behavior and BMI among 3–13-Year-Olds in a South Indian Town* <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/23082137/>

Robinson TN, Borzekowski DL, Matheson DM, Kraemer HC. 2007. *Effects of fast food branding on young children's taste preferences*. Archives of Pediatric and Adolescent Medicine <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/17679662/>

Stoll, Julia, 2021. *Children's exposure to TV ads in the United Kingdom (UK) 2008-2020*, Statista. <https://www.statista.com/statistics/1180647/children-exposure-to-tv-ads-uk/#statisticContainer>

Wellman, H., Cross, D., & Watson, J. 2001. *Meta-analysis of theory-of-mind development: the truth about false belief*. Child development, <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/11405571/>

Wilcox, Brian & Kunkel, Dale & Cantor, Joanne & Dowrick, Peter & Linn, Susan & Palmer, Edward., 2004. *Report of the APA Task Force on Advertising and Children. Section: Psychological issues in the increasing commercialization of childhood*. <https://www.apa.org/pi/families/resources/advertising-children.pdf>

Корсини, Р. 1998. *Енциклопедия по психология*, София: Наука и изкуство, ISBN – 954-02-0210-8

Минков, А., 2021. Цветът в дигиталното изкуство. 3x10 сборник доклади „30 години – Дизайн за детската среда“, София: НХА. ISBN 978-954-2988-63-2.

Минкова, В., 2021. Композиция и образност в дизайна за детската среда. 3x10 сборник доклади „30 години – Дизайн за детската среда“, София: НХА. ISBN 978-954-2988-63-2.

Минкова, В., 2020. Бяла книга на дизайна. Композиция–дизайн-форма. София: НХА. ISBN 978-954-2988-53-3.

Панкова, Р., 2009. *Рефлексията и нейната операционализация в изкуството* . Списание АРТ ПСИХОЛОГИЯ ISSN 2738-862X <http://artpsychology.net/?cid=19>

УНИЦЕФ България, 2018. *Децата и медиите - пътеводител за етично отразяване*. София. <https://www.unicef.org/bulgaria/media/1016/file/BGR-ethical-reporting-bg.pdf>

ЛЮБОВТА КЪМ ИГРАЧКИТЕ НА КОЛЕЛА СЛЕДВА ДЕЦАТА ПО ЦЯЛ СВЯТ ПРЕЗ ВРЕМЕТО

Магдалена Серафимова—Лазарова

THE LOVE FOR TOYS WITH WHEELS FOLLOWS CHILDREN WORLDWIDE THROUGH TIME

Magdalena Serafimova-Lazarova

Summary:

The purpose of this study is to familiarise professionals and the wider public with the historical development of children's toys with wheels. This category incorporates a variety of toys derived from real-life objects and although it is impossible to cover the full range of objects in their entirety, their development can be traced through individual samples that have been preserved. Among the Bulgarian folk toys, various vehicles reflect the regional customs and the community ways of living; samples include animals, carts and carriages, trains and bicycles. The report includes games from Ancient Egypt, Greece and Rome in addition to wheeled animal figures found in Bulgaria; evidence that local culture has focused on the development of children since ancient times. It shows that the form and function of toys evolved in line with human technical advancement, reflecting the lives of children and adults through the ages.

Една интересна група сред разнообразния игрови свят на децата са **играчките на колела**. Ще ги наречем с това общо название поради широката тематична рамка, в която могат да бъдат разгледани и защото на базата на примерите от реалния живот, възрастта на децата, времето, мястото и епохата, когато са създадени, те много отчетливо променят своя визуален вид, стилистика, конкретна игрова функция, материал, технически и конструктивни особености, принадлежност към тип игри, размери и пр.

Невъзможно е да се обхване цялото разнообразие на тези играчки, но може да се направи опит да се проследи тяхното развитие чрез отделни образци, достигнали до нас.

Счита се, че колелото е сред най-древните изобретения. Едни от първите сведения за него са от Месопотамия и датират от около IV хилядолетие пр.Хр. (Българска енциклопедия

А-Я,1999:513). Така че и играчките на колела са сред най-ранните предмети, създадени за забава на децата.

Древният Египет е едно от първите места, което ни сблъсква с този тип средства за игра. Египетски дървен кон от V в. пр. н. е. е с колела, закачени направо на торса му, като осите преминават през ниската част на плоското му тяло. Няма ясно изявиени крайници. Мястото им е само подсказано. Формата е опростена, но ясна, четлива. Характерът на животното е възпроизведен сполучливо. Изработката е примитивна. Древният майстор е съумял да придаде на кончето визия, много подходяща за възприемчивостта на децата, постигната посредством структурни особености, съотношенията на частите и рисунка. Тази играчка, както и друга подобна, представляваща двойка коне, съединени успоредно чрез осите на колелата, се съхраняват в Немския музей за детски играчки, Зонеберг (Andrä,1955:изобр.1,2). В Британския музей също може да се види интересен екземпляр на дървено конче за игра от Египет, което като характер наподобява горните (Gröber, Metzger 1965:18).

По гръцките земи са открити подобни артефакти - животни, ездачи и интересни малки прототипи на двуколки. Преобладаващ материал за изработка е теракотата. Тук формата се подчинява на пластичните възможности на материала. Често тя е омекотена и плавна, без резки преходи. В някои случаи се прилага орнаментиране, което не се на-трапва, а само изяснява отделни елементи.

Освен кончета, които преобладават сред игровия свят на децата, могат да бъдат срещнати и други животни. Някои от играчките трябва да се бутат с ръка, но повечето се задвижват чрез теглене с въженце. Това се разбира от присъствието на нарочно направена дупчица за прикрепяне на въжето.

Съществуват образци и за по-усложнена игра. Такъв е примерът с прекрасно конче, за което е закачена двуколка. Двете части на играчката могат да се закачат и откачат една за друга. Така, тук проследяваме две манипулации, които трябва да съумее да извърши детето сполучливо – прикрепяне на двуколката към кончето, както и теглене без прекатурване на последната подвижна част.

Сполучливи са симпатична видра от Израел с минималистична издължена форма и изключително деликатната изработка на конче от Кипър с два съда върху гърба.

Разпространено е и колело, което се задвижва чрез бутане с пръчка. Модели от него са изобразени върху древногръцки вази, откъдето като сведение са достигнали и до нас.

Един великолепен представител за детски игри е **Римско** конче на колела с конник върху него от Кьолн (Gröber, Metzger: 1965:110,212). Изработката е доста по-натуралистична.

Впечатлението е за недовършеност в някои детайли. Времето също се е отразило върху играчката, засягайки предимно човешката фигура. Този конник показва друга група от занимателните средства на колела от древността – ездачите. Подобни присъстват в игрите и на малките египтяни и гърци.

Достигналите до нас играчки на колела от българските земи датират от първите няколко века след Хр. Те съперничат в майсторството на изработка и в своята образност на всичко намерено от тази епоха и ни запознават със своеобразния детски игрови свят (Серафимова-Лазарова,2012:50).

Разкритите занаятчийски керамични центрове по нашите земи, откъдето произхождат редица средства за игра, ни дават възможност да вникнем в особеностите и в организацията на работа на местното население. Откритите комплекси се намират край селищата Бутово, Хотница и Павликени на територията на големия античен град Никополис ад Иструм (Кабакчиева, Султова, Владкова, Милчева 1988:6-7), (Sultov, 1976:22-23).

Прекрасен екземпляр на детско конче с колела от III – IV в. е находка от Бутово. (Султов:1976:21,95) Уголемената главичка и късото телце придават на играчката характер, привлекателен за възприятията на детето. Пластиката е меко изградена. Чертите са сполучливо възпроизведени. Колелата, пропорционално едри и широко поставени, са закачени на оси, преминаващи през торса на животното.

Други кончета, доста близки помежду си по вид, от около III век, са изработени с ездачи върху тях (Кабакчиева, Султова, Владкова, 1988:35). Като задвижване и строеж, те са аналогични на предходното. Муцуните са издължени и нехарактерно разширени в предната си част. Формата на животните е търсена стилизирано. Върху тях има специфична декорация.

До нас са достигнали и находки от същия вид, но от по-разширен район от българските земи. Приликата с играчките от Бутово, както стиловите и технически особености дават повод да се предполага, че отнесени на по-далечни места, тези играчки също са изработка на майсторите във вече познатия ни участък (Серафимова-Лазарова,2012:51-52). Такова конче на колела с ездач върху него е намерено в Сухиндол, Търновско и датира от II-III в. Същото предположение важи и за друга играчка – отново кон. Тя вероятно е отнесена във Врачанско при с.Галово, откъдето е и находката. Определено, това е кончето с най-верен типаж. Впечатление прави прецизността в детайла. Освен че е количка, във вътрешността на тялото подрънкват и камъчета (Дремсизова-Нелчинова, Тончева:1971:88), (Серафимова-Лазарова,2012:52).

Интерес буди и статуйка на конник /предполагаема играчка/, открита при с. Слокощица, Кюстендилско през 1911 г. (Филов:1911: 285-286) Направена е на принципа на преходните. Изработката е грубата, както на фигурата, така и на животното (Серафимова-Лазарова,2012:52).

Археолозите попадат на играчки от този тип и в с.Вардим, Свищовско (Вълов:1965: 32-33). Разкрит е детски гроб, част от римски некропол. Две от намерените играчки представляват кончета за игра с колела. Те са еднотипни на вид, стилизирано направени, покрити частично с бяла ангоба и със следи от червен рисунък. Вероятно играчките са вадени от един калъп (Серафимова-Лазарова,2012:52).

За кончетата на колела от нашите земи може да се каже, че притежават високи художествени качества. Забележима е голямата бройка на такъв вид играчки, съсредоточена в района на България и разнообразието от стилови похвати, използвани при създаването им.

И отново може да се спомене за играчка – колело, което се бута с пръчка, популярно освен за древногръцките деца и за децата по нашите земи. Тази играчка е изобразена заедно с играещото дете на ойнохое, съд за вино, използван през втория ден на празника Антестерии (Рехо, 1992:35-36).

Безспорно и през **Средните векове** този тип средства за игра са популярни в детските среди. Рицарското време дава много поводи за сътворяване на играчки, задвижвани с колелца. За жалост, обаче, това е дълъг период от размирно време с много войни, палежи, разрушения и преселения на хора. След подобно унищожение твърде малко е останало като информация за нас, хората от съвременното, особено изработеното от дървен материал. Затова и съхранените играчки от този исторически период са твърде малко и предимно статични.

Като пример за играчки на колела от **следващите епохи** могат да се дадат много, съобразени с времето от което произхождат. Шестнадесети век навлиза с цялата духовност и идейна сила на Ренесанса и с подчертаване на красотата в материалния свят, което неминуемо дава отражение и върху средствата за игра.

Едни от най-известните турнирни рицари на епохата са тези, съхранени в Баварския Национален Музей – Мюнхен и Музея на историята на изкуството – Виена. Известно е, че император Максимилиан е бил голям любител на този тип играчки Gröber, Metzger 1965:22-23). За изпълнението им се е изисквала пластична култура, възможности за работа с различни материали и разбира се, средства.

От Мюнхен можем да видим само единия турнирен рицар (Bachmann, Hansmann, 1971:

82,86). Наблюдават се пластични художествени умения, сръчност, веща работа с фин детайл, вкус в съчетаването на материали. Платнената част е орнаментирана тъкан, характерна за епохата. Върху играчката са добавени и детайли, изработени от кован метал. Рицарят е поставен върху плоскост и може да се придвижва с малки колела. Той е създаден през 1530 г.

Във Музея на историята на изкуството – Виена са експонирани другите две играчки - бронзови отливки, представляващи турнирни рицари от около 1510 г. Те са били притежание на император Максимилиан I. По същия начин фигурите са върху колела и имат дупчици за завързване на въженце. В ръцете си държат дълги копия. Отново можем да говорим за майсторската изработка и уменията в пластично отношение на автора.

За начина на игра с турнирните рицари може да се съди от гравюра на Ханс Бургкмайр. Тя показва как двете рицарски фигури се поставени една срещу друга на голяма маса. Играещите стоят от двете срещуположни страни на масата, като всеки противопоставя своя турнирен рицар на другия, създавайки илюзия за истински бой. Принципът е показан и на друго изображение, този път от средновековието, в „Хортус делициарум“. Допълнителен чертеж, представен в книгата на Грьобер и Метцгер „Kinderspielzeug aus alter Zeit“, разкрива едно точно изследване за задвижване и съпротивление (Gröber, Metzger 1965:22). То показва, че всяко дете държи с въженце срещуположния рицар и го дърпа към себе си, за да се сблъскат двете фигури.

Интересен пример за играчка на колела от XVII в. е дървен кон, представен в Германския Национален Музей, Нюрнберг. С тромаво телосложение, тежки крайници и малка глава, животното бяга малко от характеристиките на стройните и пъргави коне, но въпреки това е категорично разпознаваемо. Повърхността му, излъскана, охлузена и надраскана, подсказва, че тази играчка е будела голям интерес и е била използвана вероятно твърде много от нейните притежатели.

Следват времена, през които работят активно резбари от планински райони, гористи области и занаятчийски селища на Европа. Така че каручки с кончета, ездачи, возещи се животни за теглене, каляски, товарни коли и други превозни средства са изобилствали в детските стаи.

Возилата, създадени от занаятчиите са предимно от дърво, изрисувани първоначално с природни средства, а по-късно и с бои. Те често имат механични движещи се части или издават звуци, което увеличава интереса и задържа вниманието на децата към тях. В тези скромни средства за игра може да се види идейност, техническо мислене, пластични умения и най-вече любов към благородния занаят, посветен на най-малките.

Тук примерите са многобройни, но ние ще се спрем само на някои от тях.

Возило от дърво, с което по-вероятно са си играли малки момиченца, представлява дърпаща се с въженце плоскост върху колела. На нея има пейка и седнала майчица с бебе в ръце. Пред женската фигурка са монтирани две бебешки люлчици, които се клатушкат при теглене на играчката. Произведението е от Ерцгебирге от средата на XIX в. (Fritzs, Bachmann 1965: 193).

Друга играчка, за бутане или теглене, която е в музея в Оберамергау, представлява два петнисти коня върху колела, теглещи пълна кола. На единия кон е седнал мъж, а на сандъците върху каруцата се вози куче. За обогатяване на игровия процес се помага с множество детайли (Fritzs, Bachmann 1965: 195).

Каруца, пълна с торби, теглена от четири коня, поставени върху плоскости, разделени по двойки отпред и отзад, датира от 1840 г. и произхожда от Кент. Сега тя се намира в Единбург. Интересни са подвижните ѝ възможности. Каруцата е закачена за втората двойка коне, а те чрез синджири – за първата.

Не по-малко интересна е майка с количка от дърво, XIX в. Количката е с две колела, а на майката между двата глезена е закачено едно малко трето колелце. Така играчката е лесна за придвижване и устойчива (Andrä, 1955: изобр. 36).

С това не се изчерпва богатството на такъв вид средства за игра. Една разходка из музеите по света ще ни сблъска с разнообразието от идеи: кончета на колела – свирки; птици на колела с ездачи и без тях; плоскости с монтирани върху тях животни и каруци от различен вид; плъзгащи се напред играчки посредством бутане с пръчка и със задвижвани елементи от колелата; корабчета и редица други. Всички те носят характера на културата, която ги е създала. Някои са оцветени, други – не. Изобилстват и резбовани, и струговани играчки. Някои са по-реалистични, а други – стилизирани.

Срещат се подобни колички, изработвани и от метал. Някъде се ползват и различни материали. Целта е по-вярно отражение на действителността. В отделни скъпи произведения седалките се обличат в кожа. Използват се метални апликации. Има предмети и от благородни метали.

Прекрасна каляска от калай е изложена в Dansk Folke Museum, Копенхаген. Друга, направена от сребро, се намира в Максимилианския музей. И двете са с много изящна изработка. Детайлите са достоверни и подчертават елегантността на изделиято. Фантазия на децата спокойно създава сюжети, реални и мечтани, от тяхното съвремие.

От Бремен може да се разгледа друго подобно произведение. Използвани са

различни материали. Седалките са кожени. Каретата е с подвижен покрив, който се сгъва назад при нужда.

В Париж е експонирана плетена двуколка с дама, теглена от едно конче. Новост е, че на краката на животното са монтирани миниатюрни колелца, които да не пречат на общия вид и съразмерност.

Музеят за детски играчки в Зонеберг притежава и екзотични източни експонати, носещи художествените закономерности на културите, в които са създадени.

Някои картини и гравюри също ни дават сведения за играчки с колела: момче и момиче дърпат по-малко дете, седнало върху платформа на колела или захвърлена небрежно в детските крака играчка за плъзгане напред с пръчка и монтирано пиле върху нея, задвижване на колело с дървен стик, куклена количка и други.

Не по-малко информация се черпи от съхранените части на мострени книги. Те се оказват жив извор на човешката изобретателност и фантазия (Döbrich, Elsner, Rau, Zipprich 1958: 44).

Сред нашите народни играчки също се срещат такива, които се задвижват с колела. Българските деца, израснали в малките живописни градчета и безбройните китни селца, така както навсякъде другаде, черпят идеи, образи и герои за своите игри от заобикалящата ги действителност. Традициите, поминъкът, човешките отношения, битът, климатът и природата са естествена база за разгръщане на потенциала от възможности за изобретяване и създаване на оригинални и полезни игрови средства. Характерни са **развлекателни съоръжения, свързани с возене, теглене, бутане, спускане и т.н.**

Тук ярки примери могат да се вземат от изворите на близкото минало, края на XIX – началото на XX в., както и от по-късните години. Сред домашните „съкровища”, се откриват достатъчно помощни материали. Другото, природата сама дава със своите разнообразни форми. Такива са дървесина, царевични кочани, папури, тикви, стебла на растения и пр.

Сред разнообразните народни изобретения с развлекателен характер, играчката колесник заема достойно място. На вид тя представлявал колело или две колела, бутани от детето посредством закрепена тояга (Зайков, Асенова 1977: 76).

Разпространени са и варианти на количка за теглене, бутане или спускане с четири дървени колела, през които преминават оси. Изработва се от летви, наредени и закрепени една до друга над колелата. В някои случаи се използва и една цяла плоскост. По желание отгоре може да се монтира или сглоби някакъв сандък и по този начин видът

се разнообразява, а оттук и някои аспекти на играта. Големината също варира според предназначението на возилото.

През XIX век, когато техническата революция внася в живота на хората нови средства за придвижване и пренасяне на материали, играчката като предмет от бита на децата, но отражение от живота на възрастните, също е засегната от тези промени. И ако подрастващите от отдалечените селищни райони все още се придържат към традиционните превозни средства, познати до този момент, то в изискванията на малките от града настъпват промени. Желанията им се изменят, защото те виждат около себе си новостите на века. Така сред играчките, предимно за момчетата, с времето се появяват парни влакове, автомобили, парни машини, дрезини, колела.

Сведенията от запазен ценоразпис ни срещат с името Ернст Хайнрихсен, който възпроизвежда истинската железница Нюрнберг – Фюрт (Gröber, Metzger 1965:69). Играчката представлява плоска отливка със закачащи се вагончета и локомотивче. Зад прозорците се виждат пътниците.

Като нещо ново, много интересно и търсено на пазара, върху влаковете продължава да се работи, докато се появяват и триизмерните екземпляри. Развитието на технологиите позволява изработването на съвършени модели. Майсторите се стараят да създадат максимално обективен образ. Стига се и до съперничество между фирми. Като модно явление се правят и локомотиви, изработени от сребро, служещи за декорация в домовете. Първоначално рисуването върху влакчетата е ръчно. Появяват се и такива от дърво. Стремешът е към влакове, които се движат. Това става с устройства като маховик и часовников механизъм (Becher 1979:11-14). В първите влачета е търсена верността на образа и близостта до реалните прототипи. По-късно майсторството тръгва в две посоки, едни са силно опростени и декоративни, а други – модели на действителните.

Влакове за игра се съхраняват в редица музеи и частни колекции. Като допълнение към влакчетата започва направата на гари и други съоръжения. Така, в някои случаи, те не са самостоятелни произведения, а част от цялостна комплексна разработка.

Не само влакът е новост сред играчките. Изработвано е всичко, което детето може да види вкъщи или на улицата. Автомобилите заемат все по-важно място в детската стая, като изместват редица други подвижни играчки със своя съблазнителен вид.

Тук можем да поставим универсалните велосипеди и такива, които представляват кончета за яздене на колела.

Разнообразието от подобни игрови средства в съвременното е многостранно. XX век поставя началото на масовото производство на движещи се на колела играчки, които

също следват времето, от което произхождат. Бъдещето е на самолети, хеликоптери, камиони, рейсове, багери и други. Децата се забавляват с лагерни колички, кънки, ролери, скейтбордове.

Като обобщение може да се каже, че играчката на колела носи една важна характеристика, която ни дават възможност сега да говорим за нея. Това е нейната УСТОЙЧИВОСТ във времето, която създава предпоставка да я наречем ВЕЧНА.

Библиография:

-БРЪЧКОВА, Мария, 1960. *Детските играчки в древността*: сп. Археология, кн. II-1960.

-БЪЛГАРСКА ЕНЦИКЛОПЕДИЯ А-Я, 1999. София: Книгоиздателска къща „Труд“. ISBN 954-8104-02-4

- ВАКАРЕЛСКИ, Христо, 1977. *Етнография на България*: София: Наука и изкуство

-ВЪЛОВ, Вълло, 1965. *Антични некрополи в свищовско*: сп. Археология, кн. I-1965.

-ДРЕМСИЗОВА-НЕЛЧИНОВА, Цветанка, Горанка Тончева, 1971. *Антични теракоти от България*. София: Български художник.

-ЗАЙКОВ, Илия, Златка Асенова, 1984. *Играчка плачка. Две петлета се скарали*: Народна младеж

-КАБАКЧИЕВА, Гергана, Соня Султова, Павлина Владкова, 1988. *Керамични центрове на територията на Никополис ад Иструм 2-4 век*: каталог. Текст: Александра Милчева. 1988

-РЕХО, Мария, 1992. *Атическа червенофигурна керамика в НАМ – София*. София: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“

-СЕРАФИМОВА-ЛАЗАРОВА, Магдалена, 2012. *Детските играчки по българските земи през античността като израз на приложното изкуство на епохата*: сборник

доклади Проблеми и перспективи в развитието на съвременния дизайн и декоративно-приложните изкуства. София: НХА. ISBN 978-954-2988-10-6

-ФИЛОВ, Богдан, 1911. *Новооткрити старини*. Известия на Българското археологическо дружество (ИБАД). София

-ANDRÄ, Ervin, 1955. *Spielzeug*. Dresden: Instituts für angewandte Kunst. VEB VERLAG DER KUNST.

-BACHMANN, Manfred, C.Hansmann, 1971. *Das grosse Puppenbuch*, Leipzig: Ed.Leipzig

-BECHER, Udo, 1979. *Aus die Züge fahren lernten*. Berlin: Transpress VEB Verlag für Verkehrswesen

-DÖBRICH,H., ELSNER,Ch., RAU,E, ZIPPRICH,D., 1958. *Spielzeug*. Leipzig: Fachbuchverlag

-FRITZSCH, Karl, Manfred Bachmann, 1965. *Deutsches Spielzeug*. Leipzig: Verlag für Kunst und Wissenschaft

-GRÖBER, Karl, Juliane Metzger, 1965. *Kinderspielzeug aus alter Zeit*. Hamburg:Marion von Schröder Verlag GmbH

-SULTOV, Bogdan, 1976. *Antike Zentren der Töpferei in Untermösien*. Sofia: Sofia-Press



Кон на колела. Египет. Около 500 г. пр. н. е. Deutsche Spielzeugmuseum Sonneberg. Източник: -ANDRÄ, Ervin, 1955. *Spielzeug*. Dresden: Instituts für angewandte Kunst. VEB VERLAG DER KUNST.



Конче на колела с двуколка. Древна Гърция. 200 г. пр. н. е. Deutsche Spielzeugmuseum Sonneberg. Източник: фотографско изображение – Photo – Hoffmeister, Sonneberg



Турнирен ездач. 1520 г. Bayr. Nationalmuseum, München. Източник: BACHMANN, Manfred, C.Hansmann, 1971. *Das grosse Puppenbuch*, Leipzig: Ed.Leipzig



Детска играчка. Залцбург. Дърворезба. Втора половина на VIII в. Deutsche Spielzeugmuseum Sonneberg. Източник: фотографско изображение – Photo – Hoffmeister, Sonneberg



Конче на колела с ездач. Рим. Колекция – град Кьолн. Източник: GRÖBER, Karl, Juliane Metzger, 1965. *Kinderspielzeug aus alter Zeit*. Hamburg: Marion von Schröder Verlag GmbH



Детска играчка. Бутово. III – IV в. Източник: SUL-TOV, Bogdan, 1976. *Antike Zentren der Töpferei in Untermösien*. Sofia: Sofia-Press



Детска играчка. Дърво. Стругована. Ерцгебирге. XIX в. Deutsche Spielzeugmuseum Sonneberg. Източник: FRITZSCH, Karl, Manfred Bachmann, 1965. *Deutsches Spielzeug*. Leipzig: Verlag für Kunst und Wissenschaft



Детско дървено влакче. 1908 г. V&A MUSEUM OF CHILDHOOD. Източник: личен архив



Детска играчка. Втора половина на XIX в. Сергиев посад (Загорск). Източник: ШПИКАЛОВ, Александр, 1974. *Русская игрушка.*, Москва: изд. Прогрес



Детска играчка. Около 1957 г. Произведена в България. Източник: личен архив

ЕФИМЕРНОТО И ДИЗАЙНЪТ НА ДЕТСКИТЕ ИГРАЧКИ

Даниела Кирилова Цветкова¹ / Daniela Kirilova Tzvetkova

THE EPHERMSL AND THE DESIGN OF KIDSs

ABSTRACT

The ephemeral is a wind that ignites the fire of materialism. It overexposes the desire of unnecessary objects giving them a short life. As a fractal of modern culture, the world of toys completely repeats the original dynamics of material and immaterial. There are more and more rapid changes in form and matter. It leads to loss of form and dilution of matter to ether, which in turn displaces important areas of everyday life (play, work, interpersonal communication, and so on) in a virtual environment. With crypto art and crypto toys we reach the peak of ephemerality. The transformation of the intangible into a shared value undoubtedly changes the priority for the development of personal characteristics and, accordingly, the way of life of future generations. Based on the universal laws, after the saturation of the immaterial, expressed in the growing detachment from the physical world, we expect a change of direction.

Key words: ephemeral material & immaterial toys; crypto toys; experiences; quality; design; memories;

В нашия живот няма вечни неща – а само различно тленни. Ефимерното, винаги е вълнувало мислите на човека било поради желанието му да се помири с преходността на живота и да се разтвори в средата², било от любопитство към промяната на формите.

В настоящата статия ще разгледаме какъв израз може да приеме то по отношение на детските играчки. Забелязваме редица нюанси в противоположни направления: от виртуално до реално, от индивидуална игра до споделяне и т.н. Кое направление ще изберем при проектирането на детските играчки днес, ще предопредели облика на бъдещото общество.

В предходни епохи нетрайното в изкуството се свързва преди всичко с циклично повтарящи се религиозни и политически обреди (изяви по случай празници или погребения на влиятелни особи, килими от цветя (*infiorata*), изрисуване на тялото, специални прически, ефимерни апарати³ като светлинни ефекти, фойерверки, фалшиви фасади и други).

¹ зад. докторант с научен ръководител доц. Механдова, Катедра „Дизайн за детска среда“, НХА, гр. София, daniela.tzvetkova@nha.bg

² „*cupio dissolvi*“, израз от Библията

³ *apparati effimeri, Treccani*

Очевиден е временният характер на тези изрази.

Изкуството на XX в.⁴ изследва темата за скоростта, за преходността и темпоралната обвързаност. За разлика от предходните векове, когато от ефемерното изкуство отават само косвени улики, през XX в. всяка временна изява е богато документирана през всичките етапи на реализацията ѝ. Противоречиво е желанието на творците за оставяне на трайни следи от произведение на икуството, предопределено да изчезне бързо. Но както пише Херман Хесе в стихотворението „Написано в пясъка“: „... Най -дълбоката и достойна за любов красота / изглежда склонна към разпадане. / Винаги е близо до умиране“.

Материалните ефемерните обекти в човешката история имат слаба видимост от археологическа гледна точка. Предполагаме тяхното съществуване по аналогия. Играчките от типа „Направи си сам“ се създават от деца, понякога с помощта на възрастни, с подръчни средства⁵ и проста технология. Описания за такива играчки намираме в разказите за игрите на нашите предци, а днес - в географски ареали с различни икономически и културни условия. Добре документиран са тези на децата от пустинята Сахара, на които Жан-Пиер Роси⁶ посвещава десетилетия наблюдение.

В традиционната българска култура примери за временни играчки са куклите от дървени лъжици, животните от жълди и дървени пръчки, куклите от цветя, прашките, някои музикални инструменти и др.

Ефемерните играчки играят важна роля в образованието на децата. Те са носители на научни знания и социални правила.

В азиатската култура съществува вековна традиция в създаването на ефемерни играчки. Такива са оригамите в Япония. Тяхната тленност е обусловена от използвания материал – хартията. Символизират установяването на хармония в битието. Чрез прилагане на поредица гънки, хартията бива структурирана до получаване на желаната форма. Многократното изпълнение на този алгоритъм учи на търпение, точност и култивира чувство за ред, красота и хармония. Развива също умения от математически и логически порядък.

Фината японска хартия напомня за цветни венчелистчета. Крехката красота на цветята е постоянна тема в тази култура. Нека си припомним култа към флоралната композиция или фестивала на цъфналите вишни (*Sekura*). В този дух редица японски творци⁷ създават инсталации от сол, замразени цветя, или хипертехнологични инсталации с орхидеи, оттеглящи се при преминаването на човека, за да заемат отново мястото си

⁴ авангардните течения от началото на XX век, танцовото изкуство, перформънсите, инсталациите, ленд арт, графити, обекти с ограничен жизнен цикъл, боди арт и др.

⁵ остатъчни материали от различни процеси (хартия, тъкани, метални нишки, вълна) или пък от изцяло естествени необработени елементи (листа, цветя, семена, пръчки, камъни)

⁶ Jean-Pierre Rossie

⁷ Azuma Makoto, Yayoi Kusama, TeamLab, Motoi Yamamoto и др.

след това. В някои перформънси артистите дори изпращат цветни композиции в космоса, за да се наблюдават тяхната адаптивност и крехкост.

Докато в японското изкуство на оригамите се търси екстремната изящност и прецизност, в традиционната индийска детска играчка целта е да забавлява и да предизвиква удивление. Индийските играчки са динамични обекти. Те представят по хумористичен и синтезиран начин фигури на хора и животни (боксър; биещи се мъже; танцуващ жокер, акробат, правещ салто; чуруликащо врабче в полет; крякаща жаба; жужеща пчела; галопиращ кон), както и механични инструменти. Така децата научават по разбираем начин физичните закони относно гравитация, баланс, лостове, центробежни сили, наклонени равнини, трансформация на енергия, звук, оптична илюзия и т.н.⁸ Редица ефемерни играчки се използват днес за преподаване на STEM⁹ в много училища по света.

Нетрайните играчки са флуидно преживяване от непрекъснати въпроси и отговори като се започне от целта, материалите и се стигне до правилата за игра. Ценността им се крие в удовлетворението, миг преди играчката да се разпадне, от постигнатите желания. Те приучават децата към модели на поведение в перспективата на социалната им роля на граждани и родители. В статията¹⁰ си за динамичните временни играчки Сударшан Хана и Сурабхи Хана отбелязват, че при предишните поколения, когато традицията се е предавала пълноценно, е генерирала полезни иновативни идеи в дизайна. В тази връзка говорят за координация „глава-сърце-ръце“. Днес нематериалното наследство, натрупано като пряк опит от дизайн, игра и споделяне, изчезва поради уеднаквяването, към което се стреми съвременното образование.

Дидактичният потенциал на ефемерните играчки е изследван и използван в различни образователни системи. Що се отнася до Италия, можем да назовем преподавателския опит на сестрите Агази¹¹, системата „Реджо Чилдрен“¹², „Училища без раница“ и метода Мунари. Всички те по един или друг начин стимулират използването на неструктурирани елементи. От свободното боравене с тях, детето достига до изграждане на конструкции или образи.

Относителната тленност на продуктите с ефемерен характер, непромишленото им производство и малкото технологични изисквания, приемат негативно измерение в съвременното общество. Играчките от типа „Направи си сам“ се считат за несериозни и недостойни за внимание, защото не са закупени. В същото време, проектирането на тенденции и обекти с кратък жизнен цикъл, характерно за дизайна като дисциплина, властва във всяка сфера на живота. Поради това считаме, че дизайнът определя друга

⁸ <https://www.arvindguptatoys.com/>

⁹ Science, Technology, Engineering and Mathematics

¹⁰ “Dynamic Ephemeral Ingenious Toys; Playful Design Heritage for Innovative Learning & Earning” Sudarshan Khanna e Surabhi Khanna, https://www.researchgate.net/publication/342233007_Dynamic_Ephemeral_Ingenious_Toys_Playful_Design_Heritage_for_Innovative_Learning_Earning

¹¹ Rosa Agazzi и Carolina Agazzi

¹² Metodo Reggio Children, <https://www.reggiochildren.it/en/>

категория ефимерни обекти (включително играчки). Те са изработени от принципно трайни материали¹³. Тяхната преходност е заложена в концепцията на проектанта и пазарните стремежи на производителя. Изгражда се тенденция към непрекъснато снабдяване с нови обекти, интегриращи технологичните постижения в комбинации от материали и функции. Но в действителност те са само рестайлинг на предходната си. Честите смени на колекциите рязко снижават стойността на стоките и омаловажават многобройни добри дизайнерски решения, оставащи недооценени от потребителя поради ограничената актуалност на играчките – едва няколко месеца - до появата на следващата колекция.

Този тип ефимерност е не само неустойчива в дългосрочен план, предвид разхищението на ресурси, а и - не позволява установяването на емоционална връзка на детето с играчката. Редица детски играчки са проектирани именно с цел колекциониране, подготвящо консуматорски навици. Урокът, научаван от децата, е, че стойността на вещите е чисто парична и всичко е лесно заменимо. Това благоприятства разпространението и консолидирането на тенденция за повърхностно отношение към живота.

Сравнявайки играчката „Направи си сам“ с преходната (поради дизайна си) играчка, забелязваме, че в момента на максимално дефиниране - когато първата изчерпва жизнения си цикъл, втората придобива окончателната си идентичност. Дизайнерът вече е отговорил на възможните въпроси и е избрал начина за продължаване на играта. Първоначално това прави по-увлекателна дизайнерската играчка, но прекалената й структурираност не позволява случайни „открития“.

Използването на нефтопродукти доведе до редица проблеми през последните десетилетия. Европейският съюз следва артикулирана програма за утвърждаване на еко-устойчиви модели на производство и потребление, особено що се отнася до пластмасата. Характерно за съвременните биополимери е, че те са разградими и/или компостируеми. Някои от тях реагират на киселинност и токсични елементи, други (*plastronics*) са пресечна точка на пластмаса и електроника. Засега се използват предимно като опаковки, но изместват традиционната пластмаса във все повече сектори. В годишния си доклад¹⁴ *European Bioplastics (EUBP, 2020)* предвижда динамичен растеж на пазара на биополимери в рамките на 36% през следващите 5 години; и експанзия на производството - около 5 пъти¹⁵.

Биополимерите имат ценен потенциал за създаване на нов тип супернетрайни материални детски играчки, характеризиращи се с екстремно кратък жизнен цикъл. Така би се разгърнал неизследван досега сценарий за нови приключенски ефимерни игри, подтикващи към експерименти. Тогава реалната нужда от подмяна на даден обект заради физическото му разпадане би съвпаднала с потребността от технологично и естетическо обновление. Преходността на дизайнерските тенденции би припокрила крехкостта на

материала в една хармонична и логически обвързана система. Наложително би било преразглеждането на критериите за дизайн на детски играчки, както и производствените темпове.

От 70-те на XX в. терминът „ефимерен“ се свързва с краткотрайни културни събития. Перформънсите и мултимедийните инсталации представляват все още универсално разпространени художествени практики. Характерът им толерира експерименталното използване на нови технологични и материални елементи. По този начин ефимерното променя външния си вид. От осезаемо физическо присъствие в реалния свят се достига до дематериализация чрез транслиране в етерното пространство. Появяват се първите електронни игри.

Присъщо е за човека да се отегчава от статични форми и да е привлечен от ярки движещи се обекти. Така че не е изненадващо желанието му да живее в една игра, да „притежава“ виртуалното пространство, съставено от идеи и енергии. Дисоциативната фуга изглежда по-приемлива, отколкото съществуването в реалния свят, загубил своята поезия.

Изкуството се премества в ефирния свят. То включва както материални произведения (картини, скулптури), така и цифрово създадени произведения като илюстрации, видеоклипове, анимации, музика, снимки, VR и 3D произведения. Появяват се *NFT*¹⁶ - криптографски активи с уникални идентификационни кодове. *NFT* може да приеме всякаква форма и съдържание в онлайн пространството. Поради съществуването си върху децентрализирани платформи, базирани на блокчейн технология и управлявани от цифров регистър, не е лесно да бъде възпроизведено. Обектите *NFT* се развиват в посока на персонализацията, а не - на серийното производство.

На сегашния етап от развитието на технологиите съществува промискуитет между виртуални и реални приложения, което прави прехода по-приемлив за повечето хора. Например, някои фирми използват *NFT* като заместител на патентите¹⁷, за да гарантират собствеността върху физически продукт, и по този начин да премахнат посредниците и правната документация.

Концепцията за детска играчка също се трансформира. На пазара вече има колекции от играчки *NFT*. Те представляват дигитализирани 3D винтаж модели, колекции от карти за игра, 3D модели на плюшени играчки (*CryptoKitties*), геймифицирани анимации и илюстрации (*Rivermen*), виртуални светове (*Decentraland*, *Doki Doki*) и истории за мистерии и приключения (*Hellish Plushies*) и т.н. Както се забелязва, засега *NFT* играчките са репликация на материални играчки в етерното пространство, а начинът на игра с тях се обобщава в събирането на *NFT* колекции. Все пак, наред с традиционните форми, започват да се появяват и преходни¹⁸. Някои компании, например, подаряват винилови

¹³ с добра устойчивост на атмосферни, химически и механични влияния

¹⁴ <https://www.laboratoriomister.it/bioplastiche-compostabili-o-biodegradabili-facciamo-chiarezza/>

¹⁵ [Bioplastiche, crescono mercato e applicazioni - Plastiche & Ambiente \(plastmagazine.it\)](https://www.bioplastiche.com/crescono-mercato-e-applicazioni/)

¹⁶ *non fungible token* - незаменяем знак/жетон

¹⁷ *Nike* притежава патент за *NFT*, за да удостовери маратонките си като уникални артикули

¹⁸ <https://nftdinkytoys.com/>

фигури, възпроизвеждащи закупените *NFT*.

Крипто-изкуството и *NFT* играчките са мост между физическата и виртуалната реалност - преходни „обекти“, моментни снимки на преходни явления.

Заимстваме тези определения от педиатъра-психоаналитик Уиникът¹⁹.

Феномените, за които той говори, са преживяния в междинната зона между това, което принадлежи на вътрешната реалност на малкото дете и това, което принадлежи на външната реалност. Преходните явления съпътстват растежа. Те позволяват да се разбере разликата между обект и проекция на нещо от вътрешния свят на детето във външния. Двата свята се обединяват в преходното пространство на играта, където се ситира и бъдещия културен опит.

Ако прехвърлим тези термини в дигиталната сфера, откриваме паралел между връзката на детето с неговия първи преходен обект и отношението на човечеството към виртуалната среда днес.

Намираме се в илюзорно състояние на транзит, в което разделителната линия между нашата материална реалност и виртуалната реалност все повече изтънява в резултат на художествени и научни експерименти. Човекът разпознава по-лесно виртуалната сфера като своя „вътрешна психическа реалност“, в която се чувства по-свободен, а не – обществото, разбирано като „външен физически свят, конвенционално възприеман от двама души“. Свидетели сме на преобръщане на възприятието за реалност. Виртуалното, което отначало изглеждаше по-илюзорно и външно, завладява цялата междинна област, предназначена за отдых на човека от постоянния му ангажимент да поддържа разделени двете реалности. Губят се референциите за вътрешно и външно пространство. Ако от художествена и научна гледна точка това би могло да се разглежда като творческо предизвикателство, в което да се упорства до постигане на екстремни състояния, от психологическа гледна точка същият акт би говорил за сериозни проблеми, допустими в детството, но считани за патология в зряла възраст.

Живеейки постоянно и паралелно в двете реалности, рискуваме да бъдем обречени на объркано съществуване без достатъчен набор от практически физически опитности.

От 1972 г. до днес въз основа на пет фактора²⁰ учените²¹ от „Римския клуб“ предупреждават, че до век природните ресурси ще се изчерпят, довеждайки до колапс (към 2040 г.) във всяка сфера на обществения живот. Проучвания на Гая Херингтън²² в тази насока показват, че процесът е ускорен и се очаква залеза на нашето общество

¹⁹ Winnicott, *PLAYING & REALITY*, 1971, Tavistock Publications

²⁰ увеличаване на населението, селскостопанско производство, изчерпване на невъзобновяеми източници, индустриалнопроизводство и генериране на замърсяване;

²¹ Meadows Donella H., Dennis L.Meadows, Jorgen Randers, William W.Behrens III, *The limits to growth* A Potomac Associates book, Universe, <http://www.donellameadows.org/wp-content/userfiles/Limits-to-Growth-digital-scan-version.pdf>

²² Gaea Herrington, директор на консултантската фирма KPMG в САЩ и ръководител на проучването на устойчивостта и динамичната система;
Статията е публикувана в *Yale's Journal of Industrial Ecology*, 03:11:2020p <https://doi.org/10.1111/jiec.13084>

да започне до 10 г., с рязък спад след 2030 г. Сигналите за това ще бъдат спиране на благосъстоянието, недостиг на храна и срив в промишленото производство. Поради динамичните взаимоотношения между системите е предвидимо всичко това да окаже влияние върху информационното обслужване.

Какво ще се случи тогава с психиката и битието на хора, които изпадат в екзистенциална криза при блекаут от 3 часа на Фейсбук²³?

Споменахме няколко вида ефимерни играчки, обусловени от темпорални, материални и пазарни фактори. Всички те по дефиниция са предназначени да изчезнат относително бързо и е закономерно да се запитаме остава ли нещо след тях.

Остава споменът за нещо неповторимо. Понякога той е много различен от истинското преживяване. Продължава да съществува още дълго време и да стимулира творчеството, мислите и емоциите. Носи мултисензорна информация. Има сантиментална стойност, защото отразява съвместно преживяване с любими хора при определени обстоятелства. Едва когато сме на път да ги загубим, забелязваме колко е кратък живота на нещата, които обичаме.

Ефимерната играчка подхранва културата на детето и по отношение на абстрактни понятия от морален аспект. Усвояването им е от фундаментално значение за хуманитаризма, твърди Мира Чакраворти. В статията си „Еефимерната прошка“²⁴ тя разказва за индийския опит, свързан с теорията на ненасилие и прошка, които от преходна величина се превръщат в постоянна ценност.

Това ни връща към природата, в която всеки градивен елемент поотделно е изключително крехък и тленен, но всички заедно дават форма и плът на един сложен организъм - вечната природа.

Като във всяка динамична среда и в природата се толерира физиологичното трептене на стойности.

Изглежда закономерно след достигане на сатурация на пространството с цифрови технологии, в разгара на дисоциативната fuga от материалния свят, хората да потърсят нещо друго - уникално и ефимерно - като надежда, фантазия, непредсказуемост. Нещо толкова човешко, което никоя технология не притежава все още. И вероятно никога няма да притежава, защото то предполага извършването на един куп грешки – тоест дефектен алгоритъм.

Тенденцията към динамичен баланс между материални и етерни преживявания, между технология и традиция, изглежда най-удачна. Ролята на дизайнера на играчки тогава е фундаментална. Полето на дейността му има богат потенциал за етично експериментиране с нови материали и функции. Предвид въздействието на играчката върху менталитета на бъдещите граждани, е необходимо да се подходи с предпазливост към създаването на нови светове.

²³04/10/2021

²⁴ The Non Ephemeral Forgiveness”, Meera Chakravorty

Источници:

Winnicott D. W., PLAYING & REALITY, Tavistock Publications, 1971
Meadows Donella H., Dennis L Meadows, Jorgen Randers, William W. Behrens III, The limits to growth, A REPORT FOR THE CLUB OF ROME'S PROJECT ON THE PREDICAMENT OF MANKIND, Universe Books NEW YORK, 1971, ISBN 0-87663-165-0, <http://www.donellameadows.org/wp-content/userfiles/Limits-to-Growth-digital-scan-version.pdf>
Chakravorty Meera, The Non Ephemeral Forgiveness, https://www.academia.edu/37595037/The_Non_Ephemeral_Forgiveness
Holloway Donell, Surveillance capitalism and children's data: The Internet of Toys and Things (IoTTs) for children, <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1329878X19828205?journalCode=miad>
<https://www.clubofrome.org/>
<https://www.plasticseurope.org/it/about-plastics/what-are-plastics/innovative-material>
<https://www.treccani.it/vocabolario/effimero/>
https://brescia.corriere.it/notizie/cronaca/16_giugno_21/attrazione-dell-effimero-un-opera-d-arte-o-solo-grande-evento-dilemma-esperti-a7e0ff64-37e4-11e6-ad05-6c8e02b5840c.shtml
[https://treccani.it/enciclopedia/architettura-effimera_\(XXI-Secolo\)/](https://treccani.it/enciclopedia/architettura-effimera_(XXI-Secolo)/)
<https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=LPK3X1-8ErI&feature=youtu.be>
[https://opensea.io/assets?search\[query\]=toys](https://opensea.io/assets?search[query]=toys)
<https://nftdinkytoys.com/>
[Arte, un sistema che sfrutta i big data ti dice se un'opera piace agli spettatori - HDblog.it](#)
[Big data, una nuova forma d'arte? - FASTWEB](#)
[L'arte ai tempi dei big data: le immagini più belle - Digitalic](#)
https://www.researchgate.net/publication/342233007_Dynamic_Ephemeral_Ingenious_Toys_Playful_Design_Heritage_for_Innovative_Learning_Earning_NFT_Naughty_Kittens_naughtykittensnft.com
[Azuma, Murakami e teamLab: l'arte organica dell'effimero - Hanabi Temple](#)
<https://www.labworld.it/bioplastica-i-nuovi-metodi-per-produrla-dagli-scatti-di-frutta-e-verdura/>
[Bioplastiche compostabili o biodegradabili: facciamo chiarezza - MISTER \(laboratoriomister.it\)](#)
[Bioplastiche, crescono mercato e applicazioni - Plastiche & Ambiente \(plasmagazine.it\)](#)
[Bio-plastiche, in Liguria un progetto di ricerca europeo | SmartGreen Post | l'informazione green in Italia.ù](#)
[Floating Flower Garden: il giardino di orchidee più straordinario del mondo | Animali e Natura \(personaldreamer.com\)](#)
[MOTOI YAMAMOTO - Salt - Tracing memories \(Mystic Seaport Museum, April-September 2020\) • Mikiko Sato Gallery](#)
<https://advisory.kpmg.us/articles/2021/limits-to-growth.html>
<https://futurism.com/the-byte/mit-prediction-civilization-collapse-on-track>

МЕБЕЛИТЕ КАТО ХУДОЖЕСТВЕНИ ОБЕКТИ В КОНТЕКСТА НА СЪВРЕМЕННАТА АРХИТЕКТУРА

Диана Василева, Национална художествена академия

Ключови думи:

мебелен дизайн; архитектура и мебели; интериор, синтез

Предмет на този доклад е проследяване на паралелното развитие на архитектурата и мебелите и разглеждането им като скулптурни обекти.

Синтеза между архитектура и изкуство съществува още от времето на Стоунхендж. Той е следствие от необходимостта за естетизиране на обитаваната среда и от творческите възможности и възгледи на различни групи от хора. В началото на историческото развитие на приложните изкуства, наблюдаваме органична връзка между архитектурата и мебелите.



Готически мебели и архитектура

Синтеза между разглежданите обекти има важна роля, за проследяването на развитието на идеологиите на различни общества. За времето, в което орнамента и декорацията са били неразделна част от мебелите, се наблюдават композиции носещи информация от различно естество. Този период обхваща различни исторически стилове от Египет до Сецесион. Срещаме го и при обектите от средновековието и при мебелите от Баухаус и в много други етапи на развитие на архитектурата и мебелния дизайн до днес. Колониите и капителите, които са били конструктивни елементи на сградите, се

пренасят почти буквално в стиловите мебели. Постепенно подходите на формообразуване се трансформират на базата на различни фактори, но принципа на използване на синтез между архитектура и приложни и изящни изкуства остава.



Архитектура и мебели на „Къща Шрьодер“ – Баухаус; арх Герит Ритвийлд 1924г.

Във всеки един исторически етап се сформира нов визуален език – от една страна с навлизането на новите материали, от друга с новите технологии за изработка и проектиране на изделията. Формата тук разглеждаме като преносител на нови идеи, отразяващи социалните характеристики на всеки исторически период и стил.

Съвременните структури, които се създават в архитектурата и мебелния дизайн, са проектирани с помощта на 3D програми. Това средство, дава възможност на дизайнерите да създават форми и структури, с неограничени от технологията визии. Също така пренасянето на елементи от архитектурата в мебелите става още по-лесно и естествено. Сходство между формообразуването разглежданите обекти, можем да открием в сгради и изделия от цял свят. Пример за пренасяне на едни и същи или подобни стилистични и конструктивни принципи използвани и в архитектурата и в мебелния дизайн срещаме в работата на Заха Хадид. Тя е един от най-добрите и изчерпателни примери за автор, който проектира цели градове, мебели, прибори за хранене и бижута, използвайки единен подход на формообразуване. Освен новата визия и технологията, които са използвани принципа на визуално единство не е нов. Авторите, пишещи за свързаността между естетиката и художествения образ на изделията от бита и архитектурата, използват обобщение за това явление, като нарича мебелите „архитектура в миниатюр“.



Арх. Заха Хадид – 1. „Mesa Table“ за Vitra; 2. „Beko Building“ – Белград

Историческите натрупвания, неизменно рефлектират върху визуалните характеристики на предметния свят във всеки период. Именно затова, в днешно време синтеза между мебелен дизайн и архитектура се случва естествено. Разнообразието в предметния свят е огромно. Дизайнерите, създаващи визията на конкретно пространство използват различни подходи и т.н „синтез“ е един от тях, но не изчерпва всички. Освен като единно цяло със заобикалящата ги среда, мебелите могат да бъдат акцент (примерно, чрез противопоставяне на формите) или да носят информация от различно естество на потребителите. Така тези обекти излизат от контекста на хармоничното цяло. Стават изделия, които могат да бъдат разглеждани като самостоятелни или като композиционно средство чрез, което се изгражда цялостното пространство.

Ако се върнем отново назад в историята ще видим, че основната функция на мебелите, се трансформира в най-ранните периоди. Още в Египет столовете от обекти, стават носители на информация с религиозно предназначение. Също така, те са използвани от владетелите за демонстриране на превъзходство над подчинените им. Днес **добавената стойност** към мебелите също се използва основно в обществените пространства. Демонстрирането на йерархия чрез тях, постепенно изчезва през годините, но все още това не се е случило напълно. Пример за това може да бъде, позицията на ръководителя в определена работна група или стоящия начело на трапезарна маса „глава на семейството“. Изброените примери ясно показват, че мебелите са обекти, носещи и други функции освен подпомагане на човешкото тяло и организация на пространството. Също така, чрез тях може да се създаде място за социализация или обратното – пространство за уединение. Те могат да бъдат използвани и като информативни знаци с функция за седене в обществените пространства, или да насочват различни групи от хора, към определено звено в градската среда.



Можем да разделим мебелите в две групи, спрямо насочеността им и визуалното им взаимодействие с архитектурата. Първата в която са използвани признаците на синтез, като единна композиция и стилистика или обща идея. Във втората група, връзките или не са толкова ясно изявени или има противопоставяне между характеристиката на обектите. Наблюдават се промени относно необходимостта на „синтез“. Следването на общи подходи при формоизграждането все по-често не са приоритет или цел проектантите. Също е толкова голяма и групата от мебелите, които авторите развиват независимо от заобикалящата ни среда. Разглеждат се като самостоятелни произведения на приложното изкуство и всяко изделие е носител на творческата идея на автора си и субективното му виждане за естетика.

Относно естетическите вкусове, предпочитания и критерии през годините ставаме свидетели на разнопосочни тенденции. Всички промени в начина на живот дават своя отзвук при дизайна на мебели и са отражение на дизайна или сюжетите, които се използват за декорация на обектите. Съвременния потребител има необходимост от изделия, които отговарят на прогреса във всички области на човешкото развитие и са обобщени чрез естетика, която рефлектира на промените. „Хората се стремят да придобиват вещи отговарящи на съвременния вкус – висококачествени, технически прогресивни с необичаен външен вид.“, пише Проф. арх. Р. Райчева. В съвременните жилищни пространства, мебелите и организацията на средата отдавна са обект на лични естетически възгледи и потребности. Има необходимост от индивидуализиране, според нуждите на конкретния потребител. В някои случаи и демонстриране на положение, чрез мебелите. Проектантите създават домове, в които мебелите са експонирани като в галерия. Аранжирани са с голямо внимание и прецизност, спрямо пространството.

Разглеждайки съвременната история на мебелния дизайн, виждаме, че тези обекти са условно разделени в две групи спрямо първоначалния подход на проектиране. Едната включва изделия, зад които стои екип от професионалисти, а във втората група

са тези, чиито визия и концепция са сформирани от независима авторска идея. Когато авторското решение е водещо, зад изделието има концепция, провокирана от лично творческо решение или емоции, а реципиентът не е водещ. За разлика от първият случай, в който една от задачите на екипа работещ по изделието, е да направи проучвания и разработки в различни посоки. Целта, на този подход е задоволяване на потребностите и изискванията на потребители с различни характеристики. Социалните групи, които стоят в основата на определянето на насочеността на мебелите, се сформират на базата различни характеристики. Те имат свои специфики свързани с начина на живот, културните навици и интереси, психологическите стереотипи, ценностната ориентация, доходите и др. Всичко изброено до тук, влияе върху дизайна на мебели, тяхното възприемане и тяхното търсене. В този случай дизайнера има задача, да изследва изискванията към обекта на проектиране и да задоволи максимално потребностите на потребителите, към които е насочено дадено изделие.

Естетиката при дизайна на мебели, е свързана и с фактори като формообразуване, композиция и психологическо въздействие на изделията върху човека. Чрез нея, към функцията се добавя потребителска ценност. Така цялостната визия се възприема, посредством материалите, текстурата, фактурата и цветовете. Всичко изброено достига до нас чрез сетивата и задоволява естествените потребности за естетика в света около нас. Тези стойности сформират, цялостната визия на изделието, което има отношение към потребителската насоченост. Можем да кажем, че естетическата функция на формата има освен физическо и социално предназначение. Тя може да бъде засилена и подчертана, чрез средствата на композицията. Също така, тези стойности могат да бъдат и умишлено избегнати. Пример за това са масовите мебели, при които целенасочено се създават форми, можещи да бъдат използвани в много пространства от различно естество. Единството между утилитарното и естетическото е в основата на създаването на мебели. Ключова е степента, в която е заложен фактора естетика в едно изделие и в голяма степен от това се определя от предназначението и.

Извън дизайнерските проблеми, днес мебелите са неразделна част от лайфстайл индустрията, също както и модата. Според изданието „The furniture machine“ на британския музей „Виктория и Албърт“ – едни от първите световни издания, достигащи до широка публика и сформиращи критерии в потребителя са списанията Elle Decoration от 1996г. и Wallpaper 1989г. В тях се разглежда взаимодействието между съвременна архитектура и мебели като част от лайфстайл тенденциите. Те са средство за налагане на мебелите като обекти, които имат специално място в сферата на приложните изкуства. В тези издания имената на дизайнерите не са анонимни, а творците са представяни редом до продуктите си.

В България през края на XX началото на XXI век мебелите се развиват в три направления: мебели за масово производство, мебели по индивидуална по-

ръчка и авторски. Доказано е, че тези от третата група с времето стават културно наследство на страната ни. Някой от тях могат да бъдат разглеждани като скулптурни обекти. Поради природните дадености, един от най- използваните материали за мебели в България е дървесината. Традициите изградени в областта на дърворезбата са довели до създаването на мебели с художествена стойност, намерили място в много значими обществени сгради, частни домове и колекции. Авторите работещи в тази сфера в края на миналия и началото на този век са предимно дърворезбари, като Антон Дончев, Кънчо Цанев и Петър Бонев и Валентин Лилев и Роберт Цанев. Рядко се срещат обекти, които са използвани и други материали, като текстил или метал.

Друга функция която виждаме, поглеждайки назад в историята е използването на мебелите, като обекти, които стоят в основата на културен диалог. Пример за това е течението „Мемфис“, в чиято основа стои манифест опровергаващ философията на влиятелната школа „Баухаус“. След това можем да видим и противопоставяне на концепцията на „Мемфис“. В резултат, на което библиотеката за книги, символ на течението и едно от знаковите произведения по дизайн на италианеца, Еторе Соцас е обгорено.



Интериор в Милано с мебели на група „Мемфис“; Библиотека по дизайн на Еторе Соцас

Друг пример за разглеждане на свързаността между естетическите стойности на скулптурните обекти и мебелите е изложбата от 2007г., носеща името „Figuring spaces“. Предмет на изследване в нея са визуалните връзки между скулптури и мебели от времето на Мис Ван дер Рое и Хенри Мур. Кураторите представят идеята, за идентичното значение на съвременните мебели в пространството, с това на емблематични скулптури в музеи или градска среда. Подбрани са произведения с фигурални композиции, като обосновката, че мебелите са отражение на човешката фигура. Един от основните повдигнати въпроси е: „Как мебелите и скулптурата оформят естетически средата в едно архитектурно пространство?“. Представен е стола на Чарлз Еймс (Lounge) от 1949г., сравняван като подход на формообразуване с работи на Хенри Мур.



„Lounge chair“ – Чарлз Еймс; Скулптура на Хенри Мур

Що се отнася до знаковата функция на мебелите, кураторите представят и стола „Баселона“ – 1929г. на Мис Ван дер Рое проектиран за павилиона на международно изложение в Барселона. Правят сравнение със скулптурата на испанските крал и кралица също на Хенри Мур, като сравняват церемониалното присъствие на мебелите. В заключение авторите на изложбата пишат, че столовете на Чарлз Еймс и Арне Якобсен са проектирани „колкото да се гледат, толкова и да се седи на тях“.

Формата е „носител на информация за ценността на изделиято и придобива известна самостоятелност“. Тя се превръща в знак, който поради своята нагледност предизвиква емоционална реакция, представляваща оценка на естетическата ценност. Възниква въпросът, могат ли функционалните изделия да бъдат произведения на изкуството, т.е. могат ли да отразяват действителността в художествени образи? Изкуствоведа Хърбърд Рийд изследва години наред промишлената продукция и естетическите качества. Той е първият автор, който проследява формоизграждането на тези изделия от края на XVIIIв. до 30те години на следващия век. При оценката им той прилага принципи характерни за изобразителното изкуство. Създава класификация на начините на формообразуване при пластичните изкуства и сравнява дизайна с тях. На базата на това прави заключение, че утилитарните вещи могат да бъдат причислени към абстрактното изкуство. Х. Рийд прилага оценъчни критерии произлизащи от художественото творчество, които имат приложение и до днес.

Библиография:

Грънчарова В. „Архитектура и изкуство“; „Национална художествена академия“ – София, 2011г., ISBN 978-954-2988-05-2

Добревски Д., Дизайнът отблизо, „Група цвят – България“ – София, 2019г., ISBN 978-

619-7226-14-0

Райчева Р. „Архетипи в историческото развитие на мебелите“; Авангард прима- София 2014г.; ISBN 978-619-160-399-2

Williams G. „The furniture machine – Furniture since 1990” ; V&A Publicationas; GB London; 2006г.

Nikolovska L. ; Ackermann E.; Exploratory design, augmented furniture; *On the Importance of Objects' Presence*

ОСНОВНИ ИЗИСКВАНИЯ КЪМ ПРОЕКТИРАНЕТО НА УСТОЙЧИВ ДИЗАЙН В ОПАКОВЪЧНАТА ИНДУСТРИЯ

Красимира Друмева, ВТУ”Св. св.Кирил и Методий”, гр.Велико Търново

Резюме

Културата и начинът на живот на обществото ни през 21 век, а и предходните десетилетия се свързва с тенденция за катализиране генерация на консуматорството. С увеличаване на потреблението се провокира подем в производството на стоки. Това е основен фактор за генериране на огромни количества опаковки, които са сред най-големите замърсители на нашето съвремие. Тази тенденция е причина за прахосването на природни ресурси, замърсяване на почвите и водите. Графичният дизайн, като важна част от жизнения цикъл на опаковъчната индустрия може да разгърне своя креативен потенциал и да внедри подходи за проектиране на устойчив дизайн. Целта на настоящата статия е да систематизира основни изисквания към конструирането на опаковката с оглед по-ефективно приложение, транспортиране и рециклиране на вложените материали. Приносът към индустрията ще бъде крачка напред към мислене в посока устойчиво развитие на опаковъчната индустрия и въвеждане на иновативни творчески решения за опазване на околната среда.

Ключови думи: екология, дизайн на опаковка, дизайн мислене, устойчив дизайн, рециклиране.

BASIC REQUIREMENTS FOR SUSTAINABLE DESIGN IN THE PACKAGING INDUSTRY

Summary:

In the 21st century, and in the previous decades, for that matter, the culture of society and its way of life are associated with a tendency to catalyse a generation of consumers. The growing consumption spurs a rise in the production of goods. This is a major factor for generating huge amounts of packaging, which is among the biggest polluters of our time. This trend leads to waste of natural resources, as well as to pollution of the soil and water. Graphic design, as an important part of the life cycle of the packaging products, is capable of unfolding its creative potential and introducing sustainable design approaches. The purpose of this article is the systematising of the basic requirements for the design of packaging with view of optimising the use, transportation and recycling of inputs. The contribution to the industry will be a step forward in thinking in the framework of sustainable development of the packaging industry and the introduction of innovative creative solutions for environmental protection.

Keywords: ecology, packaging design, design thinking, sustainable packaging,

recycling.

Стремглавото развитие на технологиите за производство и разпространение в сферата на опаковката на хранителни и нехранителни продукти, нарежда тази индустрия сред най-проспериращите в световен мащаб. Този подем води до увеличаване на потреблението и натрупване на финансови печалби, но от друга страна е източник на генериране на огромни количества отпадъци. Поради краткотрайният срок на употреба на продукцията и масовото приложение я превръщат в един от най-големите замърсители и консуматор на ресурси на нашето съвремие. Поради тези причини Европейският парламент пристъпи към въвеждането на Директива PPWD – Directive 94/62/EC относно опаковките и генерираните отпадъците от тях. Документът има за цел да хармонизира националните мерки относно управление употребата на опаковки и техните отпадъци и определя мерки, насочени като приоритет към предотвратяване на производството на отпадъци. Тези правила пряко рефлектират върху дизайна, транспортирането и съхранението на стоките. Те имат за цел да се справят с нарастващите количества отпадъци, които са причина за редица екологични проблеми. Тези правила регламентират какъв вид опаковка може да бъде пуснат на пазара на ЕС, както и мерките за управление на отпадъците и намаляването на техните количества. Всяка опаковка, пусната на пазара в ЕС, трябва да отговаря на основните изисквания, свързани с нейното производство, състав и естеството за многократна употреба или рециклиране. [1]

Въпреки тези мерки високата конкуренция на предлагане подтиква производителите да инвестират все повече в луксозни и въздействащи опаковки, които да отличават продуктите им на пазара и да привличат повече клиенти. Тези тенденции създават трудна дилема пред дизайнерите и маркетинга да намерят холистичен подход, който да балансира между високи продажби, чрез атрактивен дизайн и екологична отговорност. Налага се нов подход на синхронизация на усилията на всички участващи, като се започне от цикъла на производство до доставката до крайният клиент, с цел овладяване на глобалният проблем със замърсяването на околната среда. Търсят се ефективни стратегии за въздействие върху потребителските групи и целесъобразно планиране в посока възпитаване на култура на разумно потребление на краткотрайни продукти.

Устойчив дизайн на опаковката

Въпреки своя кратък живот на употреба дизайнът на опаковката е обвързан с редица функционални изисквания. Той трябва да съхрани продукта за възможно най-дълго време без да се наруши целостта и качествата на продукта. Материалите вложени в производството ѝ да не са токсични, да са устойчиви на влага, високи температури, миризми и др. Формата и тежестта да е съобразена с процеса на складиране, транспортиране и доставка до крайният клиент. Не на последно място да притежава атрактивен дизайн и пълна информация за продукта по актуалните законовите разпоредби. В настоящият

момент е добавена и екологичната целесъобразност на продукта. Всички тези изисквания правят работата на дизайнера отговорна и трудна. Ролята му е да координира и разреши тези предизвикателства посредством възможно най-оптималния подход. Нужни са познания за биоразградимите материали, безопасни за употреба, тяхната спецификация и възможности за печат.

Какво е устойчив дизайн на опаковка? Зелената опаковка, известна също като устойчива опаковка или екологична опаковка, се отнася до дизайн на опаковки, които имат възможно най-ниско вредно въздействие върху околната среда. Те постигат това, като намаляват създадените отпадъци, влагат рециклируеми или биоразградими материали и използват възобновяема енергия по време на производството. В обобщение, устойчивата опаковка намалява въглеродния отпечатък в процеса на производство и потребление на стоките.

Екологичният дизайн се определя от следните фактори:

- **Оптимизация на разходите и производителността.** Устойчивите системи за опаковане, които минимизират въздействието върху околната среда, трябва да бъдат достъпни и да отговарят на установените стандарти на производство и употреба. Ако не се адаптират успешно, те няма да бъдат конкурентно способни на вече наложилите се синтетични алтернативи.

- **Затворен жизнен цикъл, който се захранва отново при повторна употреба и рециклиране.** Жизненият цикъл на конвенционалният дизайн на опаковката е устроен линейно. Произвежда се, използва се веднъж и след това се изхвърля. Дори и вложеният материал да е биоразградим, това все още е пропусната възможност за интегриране на опаковъчните материали обратно в употреба. Устойчивият дизайн на опаковката предоставя възможност за повторна употреба и рециклиране в затворен цикъл. По този начин се влага по-малко невъзобновяема или възобновяема енергия, като се произвеждат ресурси от вече съществуващи материали, а не се започва от нулата.

- **Заместване на петролни опаковъчни материали.** Веществата, базирани на нефт, като пластмасата, не са възобновяем енергиен източник. Това означава, че постепенно тези продукти трябва да излязат от употреба в опаковъчната индустрия. Допустимо е използването на рециклирани пластмаси, като контейнери или бутилки, но за съжаления голяма част от масово употребяваните синтетични материали не могат да бъдат рециклирани. Това превръща на пластмасата в основна причина за натрупване на въглероден отпечатък, което я нарежда сред неустойчивите опции за опаковане.

Изисквания към устойчивите опаковки

Технологичните иновации в опаковъчната индустрия трансформираха

ограниченията на скучния и сепмъл еко дизайн в атрактивен и търсен от потребителите на пазара. В настоящият момент функция, целесъобразност, удобство и екологичност могат да вървят ръка за ръка през целият цикъл на производство, логистика и употреба. Устойчивият дизайн на опаковки притежава всички предимства на своите конкуренти, като лесно тиражиране, персонален дизайн и пълноценно потребителско изживяване.

Минимализъм

В дизайн-процесът намирането на най-лесния път до решението на творческия проблем е проводник за гениални решения. Простотата е основен принцип при проектиране във всички сфери на дизайна. Изисква разнищване на темата (заданието) до нейното ядро, както и изключване на маловажните неща. Най-добрите решения са прости, защото не съдържат излишни елементи. От друга страна, просто не означава скучно и безполезно, а тъкмо обратното. Простотата е философия на дизайна, подход, който гарантира естетика и функционалност. Постигането на простота не е въпрос на формално намаляване обема от информация, а систематизиране и анализиране на важните аспекти от нея.

В контекста на настоящото проучване основният принцип в дизайна – „колкото по-просто, толкова по-добре“, може да се адаптира в „по-малка опаковка, по-малко отпадък“. Това ефективен начин за намаляване на отпадъците, като не ги създаваме. Необходимо е да се проявява креативност, за да се влагат по-малко материали, като същевременно се изпълнят основните цели на опаковката: да защити продукта, да осигури лесната логистика и да носи необходимата информация. Тази концепция обхваща всички вторичните опаковки, като вложки, дистанционери, дозатори, контейнери, етикетиране и др. Допълнителните елементи несъмнено добавят повече ресурси и тежест при транспортиране, което от своя страна увеличава натрупване на вредни емисии от CO₂ по време на производство и транспортиране.

В този аспект необятните творчески възможности на дизайна могат да бъдат използвани, като инструмент за избор на материали и оптималното им разходване. В помощ на дизайнерите се появили иновативни материали, които се отличават с надеждност и атрактивност. Сред най-изненадващите продуктови решения е „ядливата чаша за кафе“ (Фигура 1). Създадена е от венецуелския дизайнер **Луис Енрике Сарди**, с цел да замести пластмасовите чаши и да намали разхода на енергия за почистване на съдове за многократна употреба. Създадена в сътрудничество с италианската компания Lavazza, чашката има вкус, подобен на сладолед, а вътрешността е облицована със специален вид пудра захар, която изолира вътрешността и я прави водоустойчива. Този подход притежава важни предимства сред другите системи обслужващи хранително-вкусовата индустрия на пазара, като свежда отпадъците до нула и намалява разхода на вода, тъй като приборите не се налага да се мият. Ядливите опаковки са идеалният вариант за търговците на дребно, които продават храни и напитки, тъй като биха могли

да служат като чудесно допълнение към вече вкусните предложения. Въпреки, че все още не е популярен продукт, брилянтният и сепмъл дизайн вече има множество награди. Въвеждането му в масова употреба несъмнено ще има положително въздействие за намаляване на количеството пластмасови отпадъци, при сервирането на други напитки и хранителни продукти.



Фигура 1. Дизайнер: **Луис Енрике Сарди**

Марка: *Lavazza*

Държава: Венецуела

https://www.sardi.com/lavazza_food_design_expert_consultant_cookiecup_turin_italy/

Насърчаване на повторната употреба

Консуматорските нагласи сред потребителите разпознават опаковката като временно изделие, което има за цел да съхрани, транспортира и продаде продукта. Непосредствено след доставката до крайният потребител и след отваряне нейната цялост бива нарушена и изчерпва своята функция, за това бива изхвърляна. В този аспект графичния дизайн може да предложи редица решения, които да превърнат опаковката в многофункционален продукт и да удължат неговата експлоатация. Много креативни проекти са плод на това дизайн мислене. В тяхната концепция са заложили иновативни конструктивни системи, които добавят нови функционалности, а графиката допълва естетическото въздействие, а не е самоцел.

Работата на графичния дизайнер Джейвън Соломон (Jayvn Solomon), върху уникалната концепция за устойчива опаковка за H&M е брилянтен пример за проектиране на опаковка с повторна употреба (Фигура 2). Неговият проект включва рециклирана хартиена торба, която се превръща в закачалка за дрехи. Иновативната концепция е замислена

от Соломон въз основа на нарастващата тенденция сред потребителите да търсят екологично отговорни решения от производителите за намаляване на отпадъците. Целевият пазар на марката се състои от хора с активно природо-съобразно съзнание и поведение. Това изисква спазване на стандарти по отношение на екологичния отпечатък на марката, за да се демонстрира лоялност и отговорност към потребителите. Концепцията за опаковане на H&M е част от стремежът на марката за устойчива мода, която включва предимно тъкани от рециклирани материали. Създаденият продукт е в подкрепа на решаването на проблема с рециклирането на синтетичните отпадъци генерирани от опаковките за еднократна употреба.



Фигура 2. Дизайнер: Джейвън Соломон

Марка: H&M

Държава: САЩ

Ефективност

Най-важното предназначение на опаковката е да предпазва продукта от външни влияния и щети. Това включва дълъг процес от производствената линия, логистика, подреждането му по рафтовете на магазините и доставката до крайният клиент. При някои специфични изделия опаковката продължава да изпълнява своята функция и по време на експлоатация на продукта, като осигурява надеждно дозиране, съхранение и употреба.

Компанията Pet Smart представя нова линия опаковки за кучешка храна Top Paw (Фигура 3). Предлага интелигентен дизайн на преносима опаковка за храна на кучета. Тази кутия е удобна и многофункционална за всички собствениците на домашни любимци. Пакетът съдържа определено количество гранули и същевременно представлява купа за хранене. Така марката става част от ценните моменти, споделени с домашните любимци и демонстрира отговорност за удължаване на живота на опаковката. Само за секунди кутията се превръща в купа посредством добре измислена компановка.



Фигура 3. Дизайнер: Benjamin Yi

Марка: Top Paw

Държава: САЩ

Подобна е и концепцията за опаковка на Bloom Chips (Фигура 4). Тя също лесно се трансформира от кутия – контейнер в купа за сервиране. Създателите на този прост, но функционален дизайн са Kwon Do-hyuk, Kim Seok-woo, Seo Dong-Han, In Sung-hoon и Lee Bum-ho. Тяхната „умна“ концепция им донесе заслужено награди от iF Concept Design Award Winner, Germany, Red Dot Award: Concept Design Winner, Germany и PINUP Concept Design Award Winner, Korea.



Фигура 4. Дизайнери:

Kwon Do-hyuk, Kim Seok-woo, Seo Dong-Han, In Sung-hoon и Lee Bum-ho

Марка: Bloom Chips

Държава: САЩ

Икономичен обем

Графичният дизайн на опаковката определя формата, която е свързана с оптималното оползотворяване на обема на транспортните средства, съответно времето за доставка и необходимото складово пространство. *Икономията в разходите за транспортиране, без нарушаване на качествата на продукта, могат да се планират с въвеждането на системен анализ на цялостния опаковъчен процес.*

Габаритите на опаковките трябва да бъдат съобразени с оптималното разходване на вложените материали. Конструкцията на опаковъчните контейнери се определя до голяма степен от минимизирането на отпадъка. Това е особено важно при хартиените, картонените и гъбавите опаковки. Често в стремежът да се внуши по-голям обем на стоката, производителите прибегват към необосновано големи размери на опаковъчните системи. Количеството на вложените материали може да се намали, а резултатът е значително намаляване на разходите за опаковане. Понякога стремежът да се постигне екологична целесъобразност се измерва с микрони. Колкото и малки да са измененията в обема на опаковката, те могат да доведат до съществени икономии.

Теглото и обема на опаковката пряко рефлектира върху транспортните разходи. Правоъгълните, триъгълните и многостенни форми на опаковките се подреждат без празни пространства и осигуряват максимално използване на обемите в транспортните средства в сравнение с кръглите и несиметричните форми.

При някои от опаковъчните системи се демонстрира перфектна компоновка и максимална комплексност които гарантират ниската себестойност на изделието и улеснява значително неговото транспортиране. Японският дизайнер Хикару Имамура разработва комплект за възстановяване от бедствия, който осигурява топлинен източник, храна, вода и съдове за жертви на различни природни катаклизми (Фигура 5). Въпреки непретенциозния си вид, изделието изглежда надеждно по отношение задоволяване на основни жизнени и хигиенни нужди за краткосрочен период. Проектът е представен на панаира на дизайна в Милано и е цитиран, сред най-креативните дизайн-проекти на изданието. [5]



Фигура 5. Designer: Hikaru Imamura
Packaging Contents: Heat Rescue Disaster Recovery Kit

Шведската изследователска компания Innventia в екип с дизайнерите Анна Глансен и Хана Билквист от дизайнерската агенция Tomorrow Machine, разработи устойчив комплект, персонализиран за дехидратирани храни (Фигура 6). Дизайн подхода следва концепцията за оптимално транспортиране и съхраняване на продукта от производствения цех до дома на потребителя. Това е проект, който има за цел да съхрани продукта, да намали теглото и обема му, да използва материали щадящи природата, да предложи многофункционален екологичен контейнер. Изработен е от хартиеният композит на основата на целулоза, но със свойства подобни на пластмасата. Това е новото поколение устойчив дизайн на опаковката, използващ едновременно интелигентни и екологични материали. Когато горещата вода се излее в опаковката, материалът реагира на топлината и се превръща от компресиран пакет в голяма купа. В този проект сътрудничеството между учени и дизайнери, разгръща пълният потенциал на новия материал, за да се създаде устойчиви дизайн.



Фигура 6. Дизайн: Innventia / Tomorrow Machine

Марка: Expanding Bowl

Държава: Стокхолм, Швеция

<https://thedieline.com/blog/2013/6/23/the-dieline-package-design-awards-2013-sustainable-packaging.html?>

Използване на материали, които оптимално се рециклират и компостират

Потребителите повлияни от рекламната индустрия и културата на консуматорство изграждат определени навици в своя избор на стоки. Техният приоритет не винаги е

отговорен към околната среда. Поради тези причини учени и дизайнери търсят нови иновативни суровини, които да заместят постепенно нерещиклируемите материали. Въпреки някои свои несъвършенства вече съществуват редица алтернативни решения заместващи пластмасата и това са естествените материали. Сред най-разпространените са хартия, дърво, текстил, царевично нишесте, бамбук, коноп, захарна тръстика, някои видове гъби, корк и др. Използването им подчертава натуралния вид на стоките и ги прави по-привлекателни за екологично осъзнатите потребители, тъй като придават добавена стойност на изделието свързана с качество, чистота и природосъобразност.

Огромно значение за устойчивостта на създадените опаковки имат и вложените мастила за печат. Мазилата на основа петролни продукти имат вредно въздействие върху околната среда. Съществуват екологични алтернативи произведени от натурални съставки като соя, декстрин, скорбяла, дървесни смоли, целулоза, полизахарди и естествени масла, които успешно могат за ги заместят. Новата технология не отстъпва по качество, като гарантира яркост на цветовете и трайност на отпечатъка. Въвеждането им в масова употреба е целесъобразен способ за възпитаване на устойчиви поведенчески модели сред подрастващите, за отговорно потребление на природни ресурси.

Концепцията за устойчиво опаковане може да се осъществи посредством въвеждането на система от затворен цикъл на производство. Произведените материали да са рещиклируеми и след приключване на тяхната употреба отново се превръщат в суровина за производство на нови опаковки. Блестящ пример за разработване на устойчива опаковка е бутилката с марка Paper Water Bottle® (Фигура 7). Тя е иновационен продукт и за първи път покрива изискванията както на потребителското търсене, така и на търговската марка за реализиране на функционално екологично решение. Хартиената бутилка за вода е произведена от устойчиви комбинации от растителни влакна на целулозата, за да позволи оптимална функционалност за потребителя, положително изживяване при досег с марката, ефективна биоразградимост и компостируемост. Приносният характер е неоспорим по отношение на икономия в разходите за снабдяване с изходни суровини, грижа към околната среда с нулеви въглеродни емисии.



Фигура 7. Дизайн: Джим Уорнър, *In-House*

Марка: Paper Water Bottle®

Държава: САЩ

<https://thedieline.com/blog/2016/5/11/the-dieline-awards-2016-paper-water-bottle?>

Търсейки вдъхновение и работещи системи, можем да почерпим опит от природата. Трябва само да се вгледаме в съвършенството на кръговрата на Земята и да заимстваме утвърдени решения, които са устояли във времето и еволюират в продължение на милиарди години. През сравнително краткия си престой на земята, човешката цивилизация затруднява естествената цикличност, като замърсява до голяма степен околната среда. В съвременните условия на изчерпване количествата на природните ресурси се обръща голямо внимание на биологичните принципи и внедряването им в процеса на проектиране в областта на дизайна. [6, 163]

Сред най-иновативните и необичайни материали за опаковане взет направо от природата е коркът (Фигура 8). Той невероятен природен ресурс, идеален за устойчиво опаковане. Притежава уникални свойства и консистенция. Представява естествена растителна тъкан със специфични характеристики, които му придават твърдост, непроницаемост и устойчивост. Той е ефективен изолационен материал, отлично защитава съдържанието и това го прави много подходящ опаковъчен материал. Той е огнеустойчив и не генерира токсични газове. Притежава голяма еластичност и трайност, не отделя вкус и мирис. Използването на корк за устойчив дизайн на опаковката може да бъде идеалното

решение за много видове продукти.



Фигура 8. Дизайн: *Creative By Definition*

Марка: *Swiss 15 – The dairy train*

Държава: Швейцария

<https://www.creativebydefinition.com/cork.html>

Заклучение

Устойчивата опаковка е един от ефективните подходи, посредством който големите компании могат да демонстрират своята ангажираност към глобално замърсяване, резултат от тяхното производство. Потребителите стават много по-осъзнати относно своят персонален отпечатък върху околната среда, постепенно променят своите навици на пазаруване и консумация. Съществуват и много доказателства, които сочат, че екологично отговорният дизайн на опаковката може да бъде от полза за увеличаване на лоялността на клиентите към търговската марка. Голяма част от потребителите в световен мащаб декларираат склонност да купуват от марки, ангажирани с добри екологични практики. С такъв осезаем маркетингов актив, опаковката става все по-неотделима от идентичността на марката и екологичните нагласи.

Отговорностите възложени върху дизайна на опаковъчни системи в тази посока се разширява и обхваща целия жизнен цикъл на производство. Калкулират се разходи за материали, труд, логистика, енергия и екологична целесъобразност, така и отговорност за опазване на околната среда, включително за натоварването на атмосферата с емисии от CO₂. В този аспект ролята на дизайнера е съществена, защото именно чрез него естетика, екология и технология се обединяват в посока осъзнато потребление на природни ресурси и разумно рециклиране на вложените материали. Дизайнът трябва да бъде целенасочено ориентиран към преоткриване на нови функционалности и добавена стойност за потребителя.

Библиография и източници

[1] https://ec.europa.eu/environment/topics/waste-and-recycling/packaging-waste_en

[2] Orth, U. R., Campana, D., & Malkewitz, K. (2010). *For-mation of consumer price expectation based on pack-age design: attractive and quality routes*. Journal of Marketing Theory and Practice, **18**(1), 23–40.8.

[3] Radoslavov, A., A. Nikov. (2014). *A checklist for Kan-sei assessment of packages in food industry*. KSI Transactions on Knowledge Society, **7**(3), 30–33.9.

[4] Reimann, M., Zaichkowsky, J., Neuhaus, C., Bender, T., & Weber, B. (2010). *Aesthetic package design: A behavioral, neural, and psychological investigation*. Journal of Consumer Psychology, **20**(4), 431–441

[5] Tachev, M. (2012). *Contemporary concepts in product design for life and health protection of the population in case of disaster*. Papers of the International Conference; National Military University; Volume **6**; p. 219-225

[6] Чипев, Р. (2009/11). Дизайн вдъхновен от природата. Сборник от конференция: Дизайн без граници; Национална художествена академия, стр.162-169

ДИЗАЙНЪТ НА ОБРАЗОВАТЕЛНИ ИГРИ С ВИРТУАЛНА И ДОБАВЕНА РЕАЛНОСТ

Рая Гайтанджиева, Национална художествена академия

Резюме:

Една от сравнително новите технологични разработки е т.н. „виртуална реалност“. В контекста на навлизащите дистанционни и хибридни форми на обучение, идва възможността за автентична триизмерна презентация в различните сфери на познание. Виртуалната и добавена реалност заедно с различни дигитални и интерактивни приложения, могат да повишат ангажираността и качествено възприятие на учебния процес.

Съвременната образователна система е обект на сериозни трансформации. Развитието на технологиите от една страна и политико-икономическата обстановка от друга, създадоха предпоставки за бързата интеграция на дигитални методи и връзки в педагогическите практики. Усвояването на теоретичен материал без практическа подготовка е труден и неефективен процес. В отговор на тази необходимост още през 90те години на миналия век е започнало създаването на нов вид образователна философия, която обхваща преподавателски умения и учебни предмети по начин, който прилича на реалния живот.

STEM - Science, Technology, Engineering, Maths Наука, Технологии, Инженерство, Математика.

Това е съвременен дял в образованието, който разглежда различните дисциплини в един общ контекст с конкретни аналогии и връзки помежду им. Обучението предлага интегрален подход, изграждащ умения за анализ и синтез при изследването и проследяването на взаимните връзки между отделните сфери на познание. То предполага и активното сътрудничество с технологии, базирани на виртуална или добавена реалност, учебен симулационен софтуер и дигитални мултимедийни образователни ресурси. Обучението е фокусирано основно върху практическото усвояване на изучаваните теоретични материали. За целта се проектират виртуални СТЕ лаборатории и креативни учебни пространства за практическа и експериментална дейност по отделните дисциплини. Методиката гарантира запомнянето и много по-ефективното усвояване на учебното съдържание благодарение на триизмерната презентация и усещане за автентичност. Основната цел на STEM педагогиката е да провокира децата да мислят и

да създава знания, които да накарат обществото да се развива по правилния начин.

VR – виртуална реалност

„Очила“ за виртуална реалност

Терминът виртуална реалност е въведен началото на 80те от Джейрн Ланиър, VPL Research и се отнася до създадената компютърно нефизическа реалност, като част от нея е и т.н. добавена реалност. Виртуалната реалност се създава от компютърни системи и аудио-визулната апаратура, като допълнителна стимулация на сетивата. Визуализацията се осъществява чрез стереоскопични очила, а за управлението във виртуалната среда се използват киберръкавици.

Включването на VR в училищната образователна система може да бъде ценно допълнение към нея. VR Arcade, например, дава възможност на семейства или група деца да играят заедно, да общуват и да решават предизвикателствата свързани в екип. Технологията позволява да се правят виртуални разходки на различни места, като по този начин може да се организират уроци по география, история, астрономия и др. Благодарение на VR могат също да се създават игри за движение у дома, чрез мултисензори, които изискват активност и физически стимулират децата. Препоръчително е обаче технологията да се използва умерено, тъй като прекомерната употреба може да доведе до зрителни нарушения и когнитивни разстройства. Необходим е родителски контрол, както за времетраенето, така и за зоната на безопасна игра, за да е сигурно, че няма да бъдат ударени околните предмети.

VR образователни платформи:

- **National Geographic Explore VR** са създали виртуална разходка на две от най – емблематичните места на планетата – Антарктида и Мачу Пикчу, Перу. Масивни ледни шелфове, бушуващи снежни бури, пингвини, цифрови реконструкции на древната цитадела на Инките са част от проекта.
- **Детският отдел на National Geographic** от своя страна предлага серия виртуални приключения на тема „Погледни света през очите на различни животински видове“. Така децата имат възможност да почувстват, видят и усетят вибрациите на заобикалящата среда от гледната точка на мушицата, жабата, водното конче или друго животно. „Виртуалната реалност ни даде уникалната възможност да погледнем от първо лице на света през очите на животните“, казва Барни Стил, който работи за технологичната реализация.
- **Google Earth VR** предлага виртуални разходки из големите световни градове и природни забележителности, на места като Колизеума в Рим, Матерхорн - Швейцария, Катедралата във Флоренция, Хонконгския стадион и др. Технологията позволява на деца и възрастни да „летят“ над града, да се позицио-

нират на някой висок връх или да се издигнат в космоса.

- **Anne Frank VR** – разходка през преживяванията на Анне Фрак, еврейско момиче и нейното семейство през втората световна война, които са били принудени да се скрият в продължение на две години за да избегнат преследването на нацистите.
- **Discovery VR** - предоставя редица документални филми за природата, подходящи за деца, които ги карат да се чувстват сякаш изследват най-невероятните аспекти на нашия свят.
- **„Мисия: ISS“ VR** - две интересни разработки са “MissionISS” и “StartChart” на космическа тема.

„Мисия МКС“ представлява симулация на виртуална реалност, която използва дигиталните контролери на Oculus, за да ни позволи да изследваме Международната космическа станция и да извършим виртуална космическа разходка. С помощта на сензорните контролери се изучава движението в състояние на нулева гравитация.

МКС помага за по-нататъшното напредване на изследванията на космоса в близост до Земята и реализирането на перспективни програми за изучаване на Слънчевата система, включително Луната и Марс.

- **“StartChart”** е образователна компютърна игра на тема Космос. Тя позволява да изследваме слънчевата система чрез красива и точна пространствена симулация в реално време. Играта обхваща проучване на планетите от Слънцето до най-малките спътници на Сатурн и до най-студените, най-тъмните и най-отдалечените части на Плутон.

Звездната карта включва:

- 3D слънчева система за изследване, включително Слънцето, планетите, големите луни и други.

- Точна симулация на нощното небе в реално време, гледано от локални GPS координати.

- Стъпване върху повърхностите на Луната и Марс. Пресъздадени са някои от най-запомнящите се моменти в историята на човешкото изследване на космоса, от кацането на Луната Аполо 11 до изследването на Марс от Curiosity Rovers на научната лаборатория на Марс.

- Метеорни потоци, местоположението на активните метеорни излъчвания.

- Всички 88 съзвездия, базирани на красивите произведения на изкуството на астронома от 17 век, Ян Хевелий.

- **MEL Science** – групата „МЕЛ наука“ създава образователни продукти в няколко

възрастови направления (5-9; 10-16; 8-99+), чрез тях се разбива мита, че науката е трудна, скучна и само за определен тип хора. Представена по иновативен начин, тя може да изглежда достъпна, интересна и забавна.

Разработките за най-малките включват редица вълнуващи комплекти, като: въздушна турбина; оптика за проектор; жироскоп; хидравличен асансьор; звукови вълни; вакумна камера и др.

„MEL уроци по химия VR“ са разработени редица уроци по химия чрез виртуална реалност, обхващащи училищната учебна програма и всички нейни основни теми. Трудните понятия са обяснени лесно на достъпен език, а способността за взаимодействие с учебния материал изгражда солидни знания в дългосрочна перспектива.

Изкуство VR

- **“TiltbrushGoogle”** дава възможност да се рисува в 3д пространство с виртуална реалност. Редица художници, дизайнери и хора на изкуство са създали иновативни произведения чрез технологията.
- **“ColorSpace”** е подобна система на “TiltBrush” за оцветяване в триизмерното виртуално пространство. На база предварително създаден черно бял триизмерен свят, “ColorSpace” позволява чрез палитра и пръчица той да бъде оцветяван, като по този начин сцените оживяват (реките бягат, птици летят, планети се въртят и тн.)
„Тази игра ми е толкова приятна. Имам аутизъм и ADHD. Обичам да виждам как се разгръщат световите и това ме държи ангажиран и фокусиран“ – споделя потребител в страницата на производителя.
- **SculptrVR** е творческо-приключенска игра, с възможност да се играе в група с приятели. В нея детето може да създава светове и да моделира собствени персонажи. Разполага с интерактивна галерия, в която всеки би могъл да качи своя герой като триизмерен модел.
- **Физическа активност**
Редица приложения и игри за виртуална реалност предлагат възможност за физическа активност и спорт. По този начин макар и пред компютърно устройство децата изразходват енергия чрез активности, като тенис, скачане на въже, гимнастика, бокс и др.
- **Beat Sabre VR** е интересен пример за музикална игра, която стимулира движението

и усещането за ритъм. Целта е да бъде накаран играча почти да танцува, докато разбива с меч кубчетата и избягва препятствия. Всяко действие е подчертано от звукови и визуални ефекти.

- **DanceCentralVR** е също музикална игра за тинейджърска възраст, която включва саундтрак от 32 песни с участието на хип-хоп от 70-те години до най-известните днешни хитове. С две нива на трудност и интересна хореография за всяка песен предоставя много неща, които провокират танца. Dance Central предлага синхронен онлайн мултиплейър, който позволява срещи, разговор и забавление в реално време. Играта е пример за положителната социализация на младите поколения.

IoT

Понастоящем все повече навлиза идеята за „интернет на нещата“ (IoT – internet of things), която отваря нови възможности за редица сфери, като архитектура, автомобили, машиностроене и др. През последните години индустрията на видео игрите мащабно се развива. Всички по-големи игри в момента са създадени за мощни конзоли като (PlayStation 4, Xbox One, Nintendo Switch са най-популярните сред тях) и персонални компютри, но най-широко разпространената платформа, която почти всеки използва, са мобилните телефони. Голяма част от игрите за персонални компютри вече са разработени като crossplatform - игри за множество платформи, включително мобилни. С високия си темп на развитие, мобилните игри изискват нови технологични подходи и един от тях е „интернет на нещата“. Един от успешните примери за това през последните години е PokemonGo (2016). Чрез комбиниране на AR (добавена реалност) и IoT (интернет на нещата) играта на Нинтедо представлява гонене на магически същества в реална среда. Причината Покемон да има значим успех е именно в комбинацията от добавена реалност с „интернет на нещата“.

IoT и физически сензори за игри

Един от компонентите, които допринасят за по-силното усещане дори от виртуалната реалност в играта е взаимодействието на игровия свят с реалния живот. Това днес става възможно благодарение на IoT. Създателите на компютърни игри го наричат „Осезаем потребителски интерфейс“ (TUI). Принципът на работата му се състои в използването на физически обекти вместо контролери.

Друг пример за свързване на виртуалния свят с реалния са сензорните костюми за игра. Ако IoT контролерите променят начина, по който играчите взаимодействат с играта, то сензорният костюм позволява на играчите да усетят всеки удар, докосване, падане от виртуалния свят върху себе си.

Връзката между реалния и виртуалния свят и все по-интегралното свързване на

отделните му части води до разбирането за общото поле, от което произлиза работата на всяка отделна дисциплина. Придобитите знания и умения под формата на практически и грови дейности ще помогнат на нашите деца да развиват творческото мислене, критичен анализ, инициатива, общуване и работа в екип. Интердисциплинарното обвързване показва мястото на човека в общия организъм и открива нови забележителни и интригуващи възможности.

Източници:

„Психология на интегралното общество“ – Михаел Лайтман, Анатолий Юлянов – издателство ВББ

„Развитието на човека от 0-20“ – Михаел Лайтман – издателство ВББ

IoT - <https://indeema.com/blog/how-can-you-use-iot-in-game-industry>

VR - <https://www.steampoweredfamily.com/education/vr-for-kids-educational-games/>

<https://www.natgeokids.com/uk/discover/animals/general-animals/virtual-headset-eyes-of-animal/>

<https://melscience.com/> МЕЛ ХИМИЯ

<https://www.oculus.com/experiences/quest/2702419963135346/> COLOR SPACE

Mission ISS VR <https://www.oculus.com/experiences/rift/1178419975552187/>

Start Chart <https://www.viveport.com/4af4ef80-6a29-4e7c-a9a8-8ab8f07f76cd>

АНИМАЦИЯТА В СЕРИОЗНИТЕ ИГРИ

Ина Станишева, Национална художествена академия, София

Дигитализацията и технологиите се развиват бързо в живота ни и станаха неразделна част от нашата социална и културна среда. Свидетели сме на популярността на компютърно разработени игри, докато се движим в метрото, докато чакаме на опашка, докато седим на пейка в парка или в заведение.

Всички игри разработени за различни патформи или конзоли са в апогея си по отношение на разнообразие и възможности. Има различни стилове, жанрове, игри за определени възрасти, -които носят в себе си не само забавление, а и променят играчите чрез **придобиване на** нови умения или знания, като сериозните игри. Те и подразделението им образователни игри са компютърно разработени, предназначени с основна цел, различна от чисто забавление¹.

Сериозните игри (serious games) разказват истории, които се прилагат извън контекста на забавлението, където разказът е свързан с образование.²

Тези игри обикновено са компютърно разработени, използвани в области като образование, отбрана, научни изследвания, здравеопазване, управление при извънредни ситуации, градско планиране, инженерство и политика. Сериозните игри използват симулацията за пресъздаване на реални ситуации (полет, медицинска симулация и др.), но с изрично подчертана добавена педагогическа стойност на забавлението и състезанието.

„За дигиталните художници компютъра е само един инструмент – средство за постигане на творческия замисъл. Познаването и уелото боравене с този инструмент е съществено за осъществяване на крайният продукт. Многообразието от възможности за избор на различни техники, цветове, инструменти за въздействие и цялостно манипулиране на изображението поставят пред автора изисквания не само за художествени познания но и за конкретни технически умения.“³

Този вид игри привличат потребителите в следствие на ефектните анимации и

¹ Джаути, Деймиън; Алварес, Джулиан; Джесел, Жан-Пиер. „Класифициране на сериозни игри: моделът G/P/S“ (PDF). Посетен на 26 юни 2020 г.

² Лугмайр, Артур; Suhonen, Jarkko; Хлавач, Хелмут; Монтеро, Калкин; Suutinen, Erkki; Седано, Каролина (2016). „Сериозно разказване на истории - първо определение и преглед“. Мултимедийни инструменти и приложения. 76 (14): 15707–15733. doi: 10.1007/s11042-016-3865-5. S2CID 207219982.

³ Минков, Арсен. Цветът в дигиталното изкуство. В: Сборник материали от Научна конференция с международно участие „Цвят и образование“. София: Група Цвят България, с.15, ISSN 1314-5142.

ефективните принципи и/или подходи, които са вградени в техния дизайн, както и с интерактивната среда, която е все по-реалистична. Анимациите, ефектите, интерактивността са основата, върху която те се изграждат. Но привличането на потребителя се дължи на ангажираността и успеха при постигане на целите.

Сериозните компютърните игри имат нарастваща популярност, защото предоставят интерактивна среда на обучение, увлекателно преживяване, съвместяват различни учебни дейности. Характеристиките на анимацията в тях ангажират психологическото функциониране на учащия. Специфичните характеристики на отделните анимации допринасят за положително преживяване и ефикасност върху обучението при тяхното използване. Поради тези причини, компютърните игри като цяло се считат за мощна социална, технологична и културна сила, която не остава подмината от индустриите, правителствените организации и академичните общности. Затова се провеждат значително количество изследвания върху внедряването им в частност на сериозните компютърни игри, в различните области на приложение.

Игровата дейност заема водещо място в живота на децата от предучилищна и училищна възраст. Компютърните игри с образователен характер, при които учебната задача е скрита зад интерактивност и решаване на игрови проблеми, днес е актуална посока в системата на предучилищното и училищното образование. Ако първоначално детето е привлечено от самия процес на игра, то в последствие постигането на поставената цел и получаването на високи резултати излизат на преден план. Анимацията, която е измислена и проектирана добре помага на учениците да учат по-бързо, по-лесно и забавно материала. Анимацията помага и на учителите, когато трябва да бъдат обяснени трудни теми или предмети, като трудността може да възникне от наличието на сложен предмет като математиката или когато трябва да се включи въображението⁴.

Анимацията и компютърно разработените игри се обединяват и се развиват в лицето на сериозните игри, като се фокусират върху основни цели. Предоставяйки на децата мотивиращи и ангажиращи преживявания, интерактивна среда за обучение и съвместни учебни дейности. Ученето чрез тях дава на учениците повече възможности пред преподаването в класната стая: учениците са мотивирани и процесът е активен. Информацията се придобива под формата на игра, а наученото се запомня за по-дълъг период от време, развива се положително отношение към преподаваният предмет.

Проучвания от доклада на Валентина Терзиева, Елена Паунова-Хубенова и Боян Бончев за “Идентифициране на потребителски потребности от образователни видео игри в българското училище” показват, че повечето български преподаватели не са достатъчно запознати с концепцията и приложението на сериозните игри. Изследването се провежда

⁴ Лурейро, Красман, Алиан; до, Амарал, Ерико Марсело Хоф; Бекер, Нунес, Фелипе; Bierhalz, Voss, Gleizer; Constantino, Zunguze, Manuel (2019). Ръководство за изследване на потапящите цифрови игри в образователната среда. Хърши, Пенсилвания: IGI Global. стр. 168, 182. ISBN 978-1-5225-5790-6. https://en.wikipedia.org/wiki/Educational_animation

в рамките на изследователския проект APOGEE (Интелигентни адаптивни видео игри за образование) и има за цел да установи ясен и уместен поглед върху актуалните проблеми и нужди на използването на игрово обучение в българските детски градини и училища. Игрите дават възможност на преподавателите да привлекат вниманието и интереса на учениците и да ги ангажират с образователен опит с оглед постигане на специфични учебни цели и резултати⁵.

Проучвания разкриват, че ученето се улеснява, защото анимацията създава положително отношение сред учащите, което води до положителни резултати от обучението⁶. Така компютърните игри от научна и методологична гледна точка действат като средство за развитие на способности (творчески, интелектуални и др.), като форма за организиране на детски дейности (игра, образователна) и като вид дейност (познавателна, художествена и естетическа и др.)⁷

Сериозните игри или този термин, който ги определя е въведен за първи път от Кларк Абт през 1970, като понятието включва настолни и дигитални игри. Според Абт, те имат изрично заявена и внимателно обмислена образователна цел и не се играят само за забавление. Това не означава, че сериозните игри не са или не трябва да са забавни. Разработената от него игра T.E.M.P.E.R. представя възможните последици от Студената война в световен мащаб. Абт счита, че игрите мотивират обучаемите, които имат умения, но не са обучавани правилно.

Първата обучаваща компютърна игра „The Oregon Trail“, разработка на Minnesota Educational Computing Consortium (MECC), през 1971 г. е изцяло текстова⁸. Създадените през следващите години компютърни игри са главно с цел забавление и за комерсиални цели. С развитието на компютърните технологии наред с комерсиалните игри се появяват и такива с образователна цел в сферата на културата и изкуството като „Versailles 1685“ – 1997 г., „China: The Forbidden City 1775“ – 1998 г., „Egypt 1156BC Tomb of the Pharaoh“ – 1999 г. и др. на Cryo Interactive.

Развитието на сериозните игри започва с първата станала популярна съвременна видео игра „America’s Army“ през 2002 г. Един от нейните създатели е Michael Zyda, който определя сериозните игри като забавление със задължителна възпитателна съставка: „Сериозна игра е интелектуално състезание, играе се на компютър, в съответствие със

⁵ Ченг.И.М. , Лу. С.Дж., Куо С.Х. и Ших. Р.С. , „Изследване на приемането на технологиите от учениците в началните класове чрез прилагане на обучението, базирани на дигитални игри, към образованието по околна среда“, Австралийски журнал по образователни технологии (Australasian Journal of Educational Technology), 29 (1), 2018

⁶ Косоу-Пур, Мехди, Д.Б.А. (2017-06-20). Енциклопедия на информационните науки и технологии, четвърто издание. Хърши, Пенсилвания: IGI Global. стр. 2604. ISBN 978-1-5225-2255-3

⁷ Дмитриевна, В. Лихачева, Компютърната игра като средство за развиване на познавателния интерес на по-млад ученик. Науката за игрите в образованието /13.08.2020/ <https://luna-anapa.ru/bg/vybor-strany/kompyuternaya-igra-kak-sredstvo-razvitiya-poznavatel'nogo-interesa-mladshogo/>

⁸ Липински, Джед (29 юли 2018 г.). “Легендата за пътеката на Орегон”. [mental_floss](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Oregon_Trail_(series)). 31 юли 2018. Посетен на 31 юли 2018. [https://en.wikipedia.org/wiki/The_Oregon_Trail_\(series\)](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Oregon_Trail_(series))

специфични правила. Елементът на забавление се използва с цел управление на правилствено или фирмено обучение, образование, здравеопазване, обществен ред, стратегическите цели за комуникация⁹“.

В същността на анимацията е да се създават чрез нея вълнуващи и забавни светове, като в тях лесно може да се включи образованието и обучението. Чрез нея могат лесно да се демонстрират концепции и идеи, защото има възможност за лесен контрол на всяка част. Втората цел на анимацията, за да бъде тя ефективно средство на обучение, е да ангажира обучаващият се и да поддържа аспекта на мотивацията. Обучението, което включва анимация не е фокусирано върху улесняването и разбирането на учебният предмет, а в предоставянето на дейности, които са интерактивни, творчески, забавни и мотивационни. Творческият потенциал на анимацията е огромен и интегрирането на анимационните дейности в училищната програма, предлага възможността да се използва този потенциал за редица образователни цели¹⁰.

Чрез сериозни игри и навлизането им в обучението се разширяват знанията, уменията и компетенциите на учениците. Добрите световни практики ги използват за овладяване на разнообразни практически професионални умения, които доказват, че несъмнено те притежават конкретни образователни възможности. Анимацията в тях се използва за директно показване и обяснение по тема или проблем, за разлика от статичните снимки и графики. Използването на анимацията дава възможност сериозните игри да са по-ангажиращи, по-опростени, по-ярки и по-интуитивно разбираеми. Тя дава възможност на обучаемият без да интерпретира, чрез изображението да получи цялата налична информация.

Сериозните компютърни игри представляват „Мисловно състезание, играно с компютър по специфични правила, като се използва забавлението за целите на обучението“, както пише Камен Узунов в научният си труд „Компютърни и сериозни игри-същност и приложение. Мястото на сериозните игри в образованието“, както пише Камен Узунов в научният си труд „Компютърни и сериозни игри-същност и приложение. Мястото на сериозните игри в образованието¹¹“. Използвайки забавлението, веселието, увличането, предизвикателството за учене на повече и по-бързо са търсените основните елементи допринасят за образователния процес. Терминът е станал популярен, както в областта на образованието така и в бизнеса и безопасността. Сериозните игри могат да са от всеки жанр, да използват всяка игрова технология и да бъдат разработени за всяка платформа, като се обуславят няколко типа по отношение на това какво знание и как го предават.

⁹ Брамвел, Том (2007-03-17). „Американската армия започва мобилна офанзива“. . Архивирано от оригинала на 27.12.2018 г. Посетено 28.10.2018 https://en.wikipedia.org/wiki/America's_Army

¹⁰ Квасу. Али. Исак, Ефекта на анимираните учебни ресурси. Улеснена учебна среда в гимназията, Катедра индустриален дизайн Университета Абубакар Тафава Бауч, Нигерия <<https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1079103.pdf>

¹¹ Узунов. Камен, Компютърни и сериозни игри – същност и приложение. Място на сериозните игри в образованието <http://conf.uni-ruse.bg/bg/docs/cp14/1.2/1.2-74.pdf>

Тренировъчни игри: при тях целта е играчът да се упражнява върху задача, като умението може да се пренесе в реалният живот.

Образователни игри: тези игри имат за цел предаването на специфични знания и умения

Рекламни и публицистични игри: тяхната цел е да се предаде послание или да се направи конкретен комерсиален продукт разпознаваем.

Симулации: игри, при които главната цел е да се експериментира върху определен сценарий като може да бъде социална симулация, природен процес, икономически свързана схема и т.н.

Информационни или журналистически игри: тези, чиято цел е да информират и/или отразяват реално събитие¹².

За успешното използване на сериозните игри за постигане на целите на образователната практика, решаващо значение има техният дизайн, анимационните ефекти и анимацията. Проектирането и разработването на изброените компоненти е сложна и отговорна задача, която изисква много внимание и професионализъм, високо ниво на компетентност, както в областта на образованието, така и в анимацията, дизайна на дигиталните игри и софтуерното програмиране, за да бъде постигнат добър баланс между елементите учене и забавление. Основни критерии които са много важни за образователната ефективност на сериозните игри са¹³:

В основата на играта трябва да стоят ясно дефинирани образователни цели

Избор на подходяща платформа, която отговаря на потребностите на целевата група, на учебното съдържание и на сюжета на играта.

Средата трябва да бъде интерактивна, проектирана по начин, който да подпомага активното учене, за да може обучаемият сам да конструира своите знания чрез взаимодействие с информацията, инструментите и материалите и в сътрудничество с другите обучаеми. Тя трябва да окуражава изследването, решаването на проблеми, да създава условия обучаемите да експериментират своите идеи, да затвърждават наученото.

Средата трябва да дава навременна обратна връзка, която е препоръчително да бъде структурирана не на микрониво, а да бъде генерирана на по-високо ниво, за да могат обучаемите да получат по-голямо удовлетворение за своя цялостен напредък, за стратегията, която са използвали, за цялостното си представяне вместо за всяко конкретно

¹² Фритас де, С и .С., Сериозни игри-ангажиращо обучение решения:научноизследователска дейност.<<https://curve.coventry.ac.uk/open/file/e800c678-cd05-1a5f-5feb-adcde001584e/1/Serious%20Games%20%E2%80%93%20Engaging%20Training%20Solutions.pdf>

¹³ Паунова Е., К. Стоилова, Информационните технологии в помощ на изграждането на знания, “e-Journal VFU” ISSN 1313-7514, Брой 6, 27 стр., Варна, 2018 г.

действие или решение по време на обучението чрез компютърната игра

Средата трябва да ангажира обучаемите с експлицитни и постижими цели, да осигурява възможност за изследване с високо ниво на интерактивност, множество и различни пътища, по които може да бъде постигнат успехът.

Играта трябва да стимулира любопитството на студентите и да осигурява подходяща степен на предизвикателство и контрол над средата.

Играта следва да е свързана с контекста на учене, за който е предназначена, на учебния план и на начина на оценяване, да е свързана с проблематиката на учебната дисциплина, да отговаря на времето и съобразена с изискванията и потребностите на студентите, за които е предназначена.

Средата и свързаните с нея дейности трябва да подпомагат и създават условия за рефлексия, да осигурява възможност на студентите за дебрифинг върху играта и контекстуализиране на тяхното учене.

Средата трябва да бъде конструирана по начин, осигуряващ равностоен опит за всички студенти, като взема под внимание различията в нивото на техните налични знания и опит. Най-доброто е, ако тя позволява персонализация и дава равни възможности за участие на всички обучаеми. Където е възможно, следва да бъдат прилагани алтернативни педагогически подходи за студентите, адекватни на тяхното индивидуално представяне

В играта трябва да са заложи механизми, осигуряващи непрекъснат процес на подпомагане, от първоначалното ориентиране и основните задачи, които осигуряват бърз успех, с постоянно нарастваща сложност на задачите, придружена с подсказвания и помощ, създаващи усещане, че виртуалната среда не е лимитирана. Целта на игровия опит е да доведе играчите до развитие на висока степен на компетентност.

Играта трябва да включва модул за оценяване, позволяващ събиране на данни по време на всяка сесия. Тези данни могат да бъдат използвани като средство за оценка, като дават ясна картина за представянето на всеки студент.

Предимствата на анимацията като ефективно средство в образователните игри и обучението са:

Подчертава развитието и уменията за разбиране, създаване и реагиране на учениците

Позволява на обучаемите да прилагат въображение и рационално мислене

Позволява на обучаващите се да измислят и изследват множество решение на даден проблем

Позволява на учениците да разберат стойността на отражението и критичната преценка в творческата работа

Улеснява положителното взаимодействие между връстниците и получаването на обратна връзка

Насърчава мотивацията за създаване и решаване на проблеми

Използва художествената грамотност като естествено подобрене на обучението в други области на съдържанието

Насърчава положително отношение към изкуството и анимацията

Образователните анимации са тези анимации, които са създадени с цел да насърчават обучението. Те са свързани с образованието по начин, който подкрепя преподаването и обучението чрез използването на технологичните инструменти за улесняване на обучението и подобряване на ефективността¹⁴

Образователната ефективност от анимациите е много важна, защото това означава, че тя трябва да е премерена, в противен случай учащите се може да не успеят да възприемат дадената информация адекватно. Това е свързано с познаването на обработката на информацията от човек и визуалното му възприятие, защото капацитетът от човешки възприятия е ограничен и както и познавателните системи. Например темпът, с който анимацията представя своята информация, може да надвиши скоростта, с която ученикът може да я обработва ефективно, затова в сериозните игри се редуват анимация и текст с информация.

Анимацията е понятие, което се използва, както във филмите, компютърните технологии и в образованието. В някои източници анимацията се превежда като мотиватор, а в образованието кореспондира най-близо с идеята за учене чрез преживяване, преживяване на историята, съпричастност, олицетворяване с героя. В социално-педагогическата практика тя е средство за въздействие спрямо целевата група. Можем да обобщим, че в компютърните игри, както и в сериозните игри, именно анимацията е тази, която въвежда играещият или обучаващият се в най-различни предизвикателни ситуации, в нестандартни условия и среда, което води до нови емоционални и интелектуални реакции. Също така анимацията вдъхва живот, съживява, вдъхновява и участието и в сериозните игри води до повишаване на желанието за учене от страна на учениците. Анимацията в ситуации, където детето играейки сериозни игри, учи, проявява своите способности, личностни качества, вдъхновявайки се от преживяното и натрупвайки нов опит, можем да кажем, че е учене чрез въздействие.

¹⁴ Лурейро, Красман, Алиан; До, Амарал, Ерико Марсело Хоф; Бекер, Нунес, Фелипе; Bierhalz, Voss, Gleizer; Константино, Зунгуза, Мануел (2019). Наръчник за изследване на потапящи цифрови игри в образователни среди. Hershey, PA: IGI Global. с. 168, 182. ISBN 978-1-5225-5790-

Сериозните игри са мотивация, улесняване и грижа за обучаващите се и образователният процес, а анимацията е вдъхновение на участниците в образователния процес. Когато се прилагат в образованието по правилен начин, те могат да се разглеждат като ефективно образователно средство, което може да подобри и улесни учебния процес, като средство, чрез което взаимодействието сътрудничеството и комуникацията могат да бъдат насърчавани и подобрявани. Привлекателната визуална анимация в сериозните игри, се свързва по-лесно с обучаващите се и така помага за лесното усвояване на учебния план. Учениците възприемат информацията по различните предмети от любимите си анимационни герои по-лесно отколкото от преподаватели, родители, приятели, този мултисензорен образователен анимационен инструмент повишава способността за критично мислене на ученика и оказва ефект върху напредъка му.

Анимацията в сериозните игри създава положителен облик на образователния процес и е в пълен унисон с новата философия на образованието, при която детето е в центъра на педагогическото взаимодействие и в процеса на обучение балансирано се съчетават елементите на учене и игра.

Библиография:

1 Джаути, Деймиън; Алварес, Джулиан; Джесел, Жан-Пиер. „Класифициране на сериозни игри: моделът G/P/S“ (PDF). 26 юни 2020 г.

2 Лугмайр, Артур; Хлавач, Хелмут; Монтеро, Калкин; Седано, Каролина (2016). „Сериозно разказване на истории - първо определение и преглед“. Мултимедийни инструменти и приложения. 76 (14): 15707–15733. doi: 10.1007/s11042-016-3865-5. S2CID 207219982.

3 Минков, Арсен. Цветът в дигиталното изкуство. В: Сборник материали от Научна конференция с международно участие „Цвят и образование“. София: Група Цвят България, с.15, ISSN 1314-5142.

4 Лурейро, Красман, Алиан; до, Амарал, Ерико Марсело Хоф; Бекер, Нунес, Фелипе; (2019). Ръководство за изследване на потапящите цифрови игри в образователната среда. Хърши, Пенсилвания: IGI Global. стр. 168, 182. ISBN 978-1-5225-5790-6.https://en.wikipedia.org/wiki/Educational_animation

5 Ченг.И.М. , Лу. С.Дж., Куо С.Х. и Ших. Р.С. , „Изследване на приемането на технологиите от учениците в началните класове чрез прилагане на обучението, базирани на дигитални игри, към образованието по околна среда“, Австралийски журнал по образователни технологии (Australasian Journal of Educational Technology), 29 (1), 2018

6 Косоу-Пур, Мехди, Д.Б.А. (2017-06-20). Енциклопедия на информационните на-

уки и технологии, четвърто издание. Хърши, Пенсилвания: IGI Global. стр. 2604. ISBN 978-1-5225-2255-3

7 Дмитриевна, В. Лихачева, Компютърната игра като средство за развиване на познавателния интерес на по-млад ученик. Науката за игрите в образованието /13.08.2020/

<https://luna-anapa.ru/bg/vyb> HYPERLINK “<https://luna-anapa.ru/bg/vybor-strany/kompyuternaya-igra-kak-sredstvo-razvitiya-poznavatel'nogo-interesa-mladshego/>”or-strany/kompyuternaya-igra-kak-sredstvo-razvitiya-poznavatel'nogo- HYPERLINK “<https://luna-anapa.ru/bg/vybor-strany/kompyuternaya-igra-kak-sredstvo-razvitiya-poznavatel'nogo-interesa-mladshego/>”interesa-mladshego/

8 Липински, Джек (29 юли 2018 г.). “Легендата за пътеката на Орегон”. [https://en.wikipedia.org/wiki/The_Oregon_Trail_\(series\)](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Oregon_Trail_(series))

9 Брамвел, Том (2007-03-19). “Американската армия започва мобилна офанзива”. Посетено 28.10.2019 https://en.wikipedia.org/wiki/America's_Army

10 Квасу. Али. Исак, Ефекта на анимираните учебни ресурси. Улеснена учебна среда в гимназията, Катедра индустриален дизайн Университета Абубакар Тафава Бауч, Нигерия <<https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1079103.pdf>

11 Узунов. Камен, Компютърни и сериозни игри – същност и приложение. Място на сериозните игри в образованието <http://conf.uni-ruse.bg/bg/docs/cp14/1.2/1.2-74.pdf>

12 Фритас де, С и .С., Сериозни игри-ангажиращо обучение решения:научноизследователска дейност.<[https](https://curve.coventry.ac.uk/open/file/e800c678-cd05-1a5f-5feb-adcde001584e/1/Serious%20Games%20-%20Engaging%20Training%20Solutions.pdf) HYPERLINK “<https://curve.coventry.ac.uk/open/file/e800c678-cd05-1a5f-5feb-adcde001584e/1/Serious%20Games%20-%20Engaging%20Training%20Solutions.pdf>”://curve.coventry.ac.uk/open/file/e800c678-cd05-1a5f-5feb-adcde001584e/1/Serious%20Games%20-%20Engaging%20Training%20Solutions.pdf

13 Паунова Е., К. Стоилова, Информационните технологии в помощ на изграждането на знания, “e-Journal VFU” ISSN 1313-7514, Брой 6, 27 стр., Варна, 2018 г.

14 Лурейро, Красман, Алиан; До, Амарал, Ерико Марсело Хоф; Бекер, Нунес, Фелипе; Bierhalz, Voss, Gleizer; Константино, Зунгуза, Мануел (2019). Наръчник за изследване на потапящи цифрови игри в образователни среди. Hershey, PA: IGI Global. с. 168, 182. ISBN 978-1-5225-5790-

ВИРТУАЛНАТА КАМЕРА КАТО ИНСТРУМЕНТ ЗА ИЗГРАЖДАНЕ НА КОМПОЗИЦИЯ ВЪВ ВИДЕО ИГРИТЕ

Емил Груев, Национална художествена академия

В съвременните компютърни игри се наблюдава стремеж към пресъздаване на все по-богато съдържание, непрекъснато подобряване на графиката и усъвършенстване на игровото преживяване. В процеса на работа техните създатели са изправени пред редица трудности произтичащи от спецификата на компютърната игра.

Една от най-важните характеристики на тези игри е тяхната интеркреативност. В много случаи играчът е този който определя посоката на движение, развоя на събитията или последващите от това действия.

„Компютърните игри залагат на активно и творческо взаимодействие между играчът и околната среда, това води до формиране на нова форма на екранното преживяване – интерактивна история с възможност за управление на развитието.“¹

Макар и представено на двуизмерен екран действието се случва в изцяло генериран компютърен свят – триизмерни обекти, които могат да бъдат разгледани или да се взаимодействат с тях от всички възможни зрителни точки. Също когато рисуваме на хартия и искаме да пресъздадем триизмерен обект върху листа, така и в компютърната игра използваме подобни похвати за да пресъздадем триизмерния образ върху двуизмерния екран.

За да се постигне този ефект художникът си служи със законите на композицията и перспективата. *„Основните закони свързани със създаване и възприемане на изобразителното изкуство обаче остават непроменени независимо от бързо променящите се потребности отправени към съвременните автори. Тези закони се базират на особеностите на човешката психика свързани с възприятията на художествения образ.“*² Художествената перспективата е основният инструмент за илюстриране на триизмерни образи върху плоска равнина. Независимо дали се отнася за персонаж или околна среда можем да използваме всички нейни предимства и правила, които важат и когато ги прилагаме на обикновен лист хартия.

¹ Минков, А. Изкуството компютърна игра // Проблеми и перспективи в развитието на съвременния дизайн и декоративно – приложните изкуства. Сборник доклади. НХА. С., 2017, с. 91-94, ISBN 978-954-2988-38-0

² Минков, А. Цветът в дигиталното изкуство // Сборник V Национална научна конференция „Цвят и образование“. Група Цвят, С., 2019, с. 13, ISSN 1314 - 5142

Компютърът всъщност е един инструмент и пресъздава образа спрямо настройките които са му въведени. При видео игрите това става с помощта на така наречените виртуални камери. Тези камери имат абсолютно всички функционални характеристики на реално съществуваща камера и с помощта на компютърни параметрични стойности ние можем да настроим камерата да предава образа така както художникът желае да бъде представена съответната сцена от играта. Друго предимство на този инструмент е възможността да бъде поставена където и колкото пъти пожелаем в сцената, която желаем да бъде заснета.

От една страна имаме игровото действие, за което трябва да изберем най-подходящата позиция и ъгъл на камерата. Идеята е да се намери най-добрият баланс между представяне на художествените композиции в играта и така поставена камерата, че да следи неотлъчно действията на играча. Тя би трябвало да му служи по-скоро като помощно средство, което му дава по-добра видимост и контрол над случващото се на екрана. Отколкото като нещо, което нарушава неговото потапяне в играта. Едновременно с това трябва да има възможност да се наслади на красивия виртуален игрови свят създаден от художниците.

Триизмерният свят в компютърните игри ни дава възможност да наблюдаваме изключително креативни решения от страна на разработчиците за решаването на това предизвикателство. С многобройните заглавия на компютърни игри публикувани през последните години се наблюдават все по-добри решения в тази насока. При игровите двигатели или т.н. технологична платформа също се вижда едно непрекъснато развитие и усъвършенстване на инструментите за създаване на видео игри. По-успешните заглавия успяват да предложат доста елегантни решения при поставянето на виртуалната камера за по прецизно проследяване на героя и предоставяне на изключително преживяване на играчите.

Една широко ъгълна гледна точка дава достатъчно добра гледна точка по периферията на нивото, докато една тясно приближена леща на камера помага за по добро прицелване, например с оръжие в играта. Камера поставена от страничен поглед спрямо средата ни дава възможност да видим персонажите в профил добре открояващ се в средата, която е на заден план. При този тип камера наподобява двуизмерна гледна точка и може без усилие и с точност да се прецени дистанцията между два обекта. Нещо което е сравнително сложно в една триизмерна среда. Много често тя се изпозлва в жанр игри от типа, бойни или платформер при които героят трябва да прецени дистанцията на скок от една платформа на друга или когато замахне неговият аватар с юмрук, дали ще нанесе удар по опонента си. Друг тип камери са от по-свободен тип. Това са камери който героят може да управлява сам. Те са подходящи за тип игри, които са свързани с проучвателни и изследователски мисии.

Вариациите при позициониране на камерата в игрите отговарят по-скоро на геймплеи нуждите на играта, но нерядко камерите могат да служат за изграждане на художествен образ. Например поставена много далеч от играча, където той изглежда сравнително дребен в средата в която се намира, камерата може да предаде чувство на незначителност у играча. Или камера поставена изключително близо в много тясно помещение, може да предизвика чувство за клаустрофобия. Този тип камери са насочени по-скоро към чувствителността на играча и неговите емоции от преживянето посредством играта. Различни перспективи и ъгъл на камерата могат да задават тона, настроенито и динамиката на играта.

Съществуват изключително много варианти за композиционното поставяне на камерата. Както и продължават да се представят нови предложения за нея в съвременните компютърни игри. Но има някои основни елементи които се следват.

За да заснемен сцена от околната среда в дадена компютърна игра ние първо трябва да изберем рамката. Художникът сам избира размера на картините си, но в компютърните игри рамката има стандарт на размерите. Рамката на картината ограничава полето на видимост на играча и коя точно зона от игралното ниво в играта ще му бъде насочено вниманието. Подобно както е в киноиндустрията, компютърните игрите обикновено се играят на хоризонтален екран с определени размери и пропорции. При промяна на размера или формата на екрана, играта заема същите тези пропорции, стандарт, като запълва празните полета с черен цвят. Съществуват и игри които могат да се играят и на вертикално обърнат дисплей. Това обикновено са видео игри за телефони. Тъй като те са по-малки и леки и техните екрани имат тенденцията да се гледат вертикално ориентирани.

След като имаме определена рамката на камерата, в която ще се случва действието в играта трябва да се определи нейният ъгъл или къде ще се намира хоризонталната линия на околната среда спрямо ъгъла на камерата.

“ Хоризонталната линия представлява нивото на погледа на наблюдателя. Позицията на хоризонталната линия се променя в рамката на картината спрямо гледната точка на зрителя и дали той гледа надолу, на нивото или нагоре на дадения предмет”³

В зависимост от погледа на играча обектите в околната среда могат да се намират в различна позиция спрямо пространството. Когато камерата е обърната нагоре, обектите се намират над хоризонталната линия. Когато камерата е обърната надолу, се вижда как обектите са под хоризонталната линия. И когато са пред камерата, те са на нивото на хоризонталната линия. Този художествен похват е от изключително значение за това

³ Превод на цитат от: Solarski, Chris. Drawing Basics and Video Game Art: Classic to Cutting-Edge Art techniques for Winning Video Game Design. Switzerland, 2012. 240 pages

какъв тип игра искаме да създадем. Едно от първоначални задания за една компютърна игра е точно основната позиция и ъгъл на камерата.

Друг важен елемент от правилата на перспективата са убежните точки. Това са точки намиращи се върху хоризонталната линия, в която успоредни линии от пространството се обединяват в нея. Изключение правят успоредните линии на хоризонталната. Има две главни убежни точки, които се намират на еднакво разстояние една от друга спрямо централната точка в перспективната мрежа. Това разстояние може да се променя. В зависимост от това какво е то, се определя ъгъла на погледа или в този случай, на камерата. В границата на тези точки можем да наречем, че се образува зрителния конус на наблюдателя. Колкото по-далеч се намират те една от друга, толкова по-широкоъгълно ще изглежда изображението и можем да видим по-голяма част от сцената. И обратното, колкото по-близо са тези точки една до друга, толкова повече се съкращава ъгъла на видимост и виждаме по-малко информация от сцената. Човешкото око има фиксиран ъгъл на зрителния конус. Но във видео игрите, може да се нагласи този ъгъл на камерата спрямо това как искаме да заснемем сцената в играта. Тази перспективна настройка в компютърните игри се нарича – поле на погледа. Различното поле на погледа, дава различно наблюдение над играта. В зависимост жанра игра се използват определени ъгли на камерата. Ъгъла на хоризонталната линия и позициите на убежните точки са основата за изграждане и пресъздаване на триизмерно изображение и сцената в компютърната игра. Всеки обект от околна среда във видео играта има отношение спрямо тези правила в перспективата.

В Компютърните игри има три основни позиции където е прието да се постави камерата. В зависимост от тях се пресъздават съответния тип кадър. Това са близък, от средна дистанция и далечен кадър. Всеки от тези видове кадри могат да използват различни настройки на камерата. Какви ще са те зависи от много неща. Например, това къде искаме да поставим зрителя във сцената. Или това от каква гледна точка да преживее случващото се в играта. Може да изберем ъгъла за заснемането на процеса на развитие в играта. Камерата трябва освен да обхваща околната среда в която се случват действията, но и самите действия които се случват в зависимост от типа игра.

“Има много практически съображения при решаването на ъгъл на камерата. Например, играчът трябва да може да вижда достатъчно от зоната за игра, за да има възможност да прави решения в това как да действа в дадени моменти от играта, така че често геймплея в играта определя позицията на камерата. Но финалното решение как да позиционираме обектите в играта не е техническо, ами артистическия поглед е този който афектира емоционалното преживяване на играча”⁴

⁴ Превод на цитат от: Solarski, Chris. Drawing Basics and Video Game Art: Classic to Cutting-Edge Art techniques for Winning Video Game Design. Switzerland, 2012. 240 pages

На пръв поглед, камерата е един технически инструмент , който служи за заснемането на играта. Но картината която предава е изцяло артистично решение за това как искаме да представим игралния свят и действията в него. Артистът е този, който решава какво трябва да влезе в всеки определен кадър от етапите на играта, за да може максимално ефективно да обхване красотата на околната среда, така и случващото се в нея. Водещо в играта определено е действието в нея и камерата обикновено следи него. Околната среда остава малко на заден план и служи за сцена на събитието. Но средата в играта е точно това което води и диктува действията на играча. В доста голяма част от съвременните игри, играчът може сам да определя накъде е насочена камерата и свободно да разгледа случващото се в играта. Но това какъв тип или типове камера е изцяло зададено от разработчиците. Както споменах по-горе тя може да е близка, камера от средна дистанция и далечна. Избора на тип камера зависи от жанра игра, действията в играта и това какви емоции и обстановка искаме да придадем с нея.

Близка камера е поглед над играта обикновено от първо лице на играчът или камера която е много близо поставена до главата на главния герой. При нея играчът не вижда голяма част от тялото на героя си, ами само нужните части за предаването на чувството, че играе с него. Това обикновено са ръцете, принадлежностите който държи и в някой случай краката. Този тип камера се използва когато искаме да пресъздадем по персонално преживяване на героите в играта. Тя ни позволява да разгледаме случващото се в играта от по-близък план и да разгледаме детайлите в околната среда по-добре. Използва се главно в тип игри където се извършва някакво директно действие от персонажа, като стрелба с оръжие или искаме да пресъздадем по-лично емоционално преживяване на играча. Този вид камера е най-подходящ за игри от жанра - Стрелба от първо лице, Хорър или игри с проучване от първо лице.

Камерата от средна дистанция е камера която е поставена зад гърба на персонажа с който играем или от страни на него, така че да се вижда профила му. Поставена по този начин се вижда и доста по-голяма част от околната среда. Този тип камера е много добър за представяне цялостно на околната среда без да се губи много от информацията за нея. Играчът има свобода да разгледа доста по-голяма част от околната среда и случващото се в нея. Жанра игри, които се възползват от нея са приключенските игри, бойни игри, платформер игрите, игри които се разказват история по-скоро с обстановката и околната среда в нея. Използването на този тип камера създава много силна връзка между играча, героя и околната среда.

И далечната камера е камера поставена доста назад от околната средата в играта. Обикновено директно от горе - горно, долен поглед, или под лек ъгъл в три четвърти. Така поставена от тази дистанция се губи детайла на обектите в играта, както и действията на един персонаж. Това което ни позволява е да обхванем по-голяма част от иг-

ралния сват и повече от едно случващо се действия в него. Този тип камера дава достъп на играещия да извършва или наблюдава поредица от събития с един общ поглед. Тя е най-подходяща за жанр игри от стратегически характер, настолни дигитални игри или военни симулатори. Играещият е в ролята на наблюдател на действията и му позволява по-голям контрол над цялостното развитие на ситуацията в играта. Преживяванията от такъв тип игра не са толкова персонални, ами имат за цел да пресъздадът чувство за контрол и общ поглед над играта. Ъгъла на камерата е съществен за този тип геймплей, тъй като от такова разстояние много от детайлите се губят, а действията в играта се случват с голяма скорост. Художниците в играта разработват по-ясни и разпознаваеми форми и силуети на обектите в околната среда и персонажите. Силуетите са от огромна значимост за разпознаване на обектите в игрите като цяло, но в случаите когато имаме такъв тип камера те трябва да са още по-ясни и категорични.

Тъй като компютърните игри се развиват с голяма скорост на действие и играчът може да преминава от една околна среда в друга, камерата може да бъде динамична и поставена от артиста в определен ъгъл и обектив в зависимост от ситуацията в играта. Играчът също може да контролира посоката на камерата в зависимост от случващото се в играта. Възможно е в една игра камерата да преминава от близка до средна дистанция, дори до далечна, както и обратно. Цялата тази динамика на камерата позволява на играча да изпълни неговите действия по-свободно и да опознае околната среда в играта подробно. Например ако играе състезателна игра в която той пилотира състезателен автомобил, може да избира да управлява от първо лице за реалистично преживяване на състезанието или от трето, където камерата поставена извън автомобила. При този поглед играчът има по-голяма видимост на пистата и има по-добър контрол и наблюдение над състезанието. Дори е възможно да има опцията да види и цялата писта от далечна камера, насочена права надолу. Всяка една от тези перспективни гледни точки придава различно преживяване от играта.

“Играта “Приключение” (Journey) използва камера от средна дистанция, която установява отношението на играча, героите и околната среда, като е поместена някъде между близко и далечно заснемане за повече баланс и ефект. Но игровата камера постоянно променя кадъра, приближава се и се отдалечава за да обхване повече от пейзажа или приближавайки се да заснеме персонажа в зависимост от ситуацията.”⁵

Към виртуалната камера може да се зададат и допълнителни, вторични ефекти, които да подсилят ефекта от потапянето и преживяването от компютърната игра. Това са различни филтри, движения или настройки. Може да се прибави филтър, които да

имитира качество от стара фотографска снимка за по-ретро изглеждащ кадър, или общ мрачен, сиво тонов филтър към цялото изображение за една по-мрачна среда. Филтрите допълнително засилват настроението създадено от обстановката в играта. Друга техника в работата с този тип камера е добавянето на второстепенно движение. Като например лекото тресене на камерата в кратки интервали, допринася за имитиране на слизване по-стъпала или спускане по неравен терен. Или леко занасяне на кадъра в едната и в другата посока докато героя извършва движения на пред. Комбинирано със замъгляване на кадъра и анимации, показва състояние на героя в който той изпитва затруднения в своето движение. Този тип кадър имитира едно отнесено състояние, което ни свързва с емоционалното положение в което се намира героя и неговите трудности при движение. Има и определена система на камерата, базирана на физическите действия в играта. Например да се клатушка в зависимост от течението на вода или при движение на обект, камерата да се движи с него. Повечето от тези допълнителни настройки на камерата са по-подходящи за близко разположена камера, където играчът има по-близка гледна точка над героя на играта. Правилото е, че колкото по-близо е камерата до героя, толкова по-лично е отношението ни към него, но това означава, че имаме и по-малка видимост над случващото се на екрана. Създава се кадър с по-тясна насоченост над конкретно място с по-малък периферен обхват на картината, която наблюдаваме. Това може да е добре за една игра от първо лице, но не и за игри в който действията трябва да обхваща по-широк параметър. В този случай се използва динамична камера, която сменя позицията си от близък до далечен кадър.

В крайна сметка виртуалната камера е един изключително мощен инструмент, служещ за допринасяне на по-доброто изживяване на играча в игралния свят. Но за направата и заснемането на една околна среда в компютърните игри се изискват дълбоки познания не само при използването на техническите инструменти в компютъра, а най-вече артистичните умения на хората занимаващи се с това. Обикновено това са големи екипи от художници и дизайнери, които са професионалисти в областта на разработване на видео игри. Те използват дигиталното пространство в играта като причина за създаване на художествен образ. Перспективата в компютърните игри е един от основните художествени похвати при изграждането на изображението независимо от жанра или стила игра. Благодарение на нея е възможно оформянето на богато пластично и разнообразно пространството изпълнено със съдържание. С толкова много свобода на използване на виртуалната камера, художникът и дизайнера могат да пресъздадат всякакъв вид сцени, като приложат своите знания и разгърнат таланта си.

⁵ Превод на цитат от: Solarski, Chris. Drawing Basics and Video Game Art: Classic to Cutting-Edge Art techniques for Winning Video Game Design. Switzerland, 2012. 240 pages

КЛАСИЧЕСКА ИЛИ БЪЛГАРСКА ФОРМА НА КИРИЛИЦА ПРИ ЗАТРУДНЕНИЯ В ПРОЦЕСА НА ЧЕТЕНЕ ОТ СПЕКТЪРА НА ДИСЛЕКСИЯ

Кристина Костова, Национална художествена академия, София

Резюме:

Четенето е процес, който след като бъде добре усвоен, остава почти незабелязан, а вниманието се заема изцяло от смисълът на текста. В идеална ситуация нищо не застава между информацията и читателя, а знаците, с които тя е визуализирана остават почти невидими, за сметка на тяхното значение. Но в случаите, при които читателят изпитва затруднения от спектъра на дислексията, то процесът е усложнен и забавен, а начинът на визуализация на текста, придобива особена значимост. Различни теории подкрепят или оборват тезата за връзката между шрифтовия дизайн и дислексичните затруднения, но подобренията в четимостта на наборните шрифтове неоспоримо дават своя плюс както на качеството на шрифтовия продукт, така и на опита на потребителя му.

Кирилицата е азбучна система от съвкупност от вариации, използвани от различни езици от Източна Европа и Азия. Поради лингвистични, културно-исторически и естетически факти съществуват разлики между отделните подсистеми. Независимо от изброените предпоставки, стилистичните разлики задават нуждата от сравнителен анализ на класическата форма на кирилица (руска форма) спрямо регионалната българска форма от гледна точка на четимостта и нуждите на дислексиците. Тук се разглеждат визуалните графемни форми спрямо тяхната функционалност и как цялостният им растер би оказал влияние върху процеса на четене. Тъй като българската кирилица е по-нова регионална форма, наричана още “развита” или “зряла”, то това предполага заложените в нея принципи да се основават на по-богатия типографски опит. Този доклад цели да намери оптимален баланс между приложното изкуство и приобщаващия дизайн в сферата на кирилската типография.

Писмената комуникация е белег за развитие на обществото от векове. Чрез нея се съхранява както културното богатство, така и духът времето. Графичните знаци, подредени в смислова последователност, носят послания и информация. Но техните форми се развиват и еволюират в търсене на точния баланс между естетика и функционалност. В настоящето умението за четене е широко разпространено (в по-голямата част от света) и заема активна роля в обществения живот, независимо от йерархичната структура. Страните от Северна и Южна Америка, Европа, Азия, Австралия имат население с над 90-97% грамотност¹. Декодирането на знаците преминава в невидим процес, който от-

¹ Списък на страните по грамотност на населението, Уикипедия, последно обновяване 28.09.2021, <https://bg.wikipedia>.

стъпва място на контекста на предаваната информация. Но това умение не се развива еднакво при всеки, а при хора с дислексия, затрудненията им при срещата с писмен текст могат да са значителни. Графичната форма, която информацията ще приеме е особено важна за осъществяване на четенето при тях.

Герард Унгър (Gerard Unger) описва процесът на четене, в който човешкото око, движейки се по реда (в текстов абзац) прави каскади, с които преминава през думите². Движението образува параболи, които стартират в част от определена дума, правят “скок”, който може да премине над определен брой знаци и след това отново спират върху част от следваща или друга дума. (фиг. 01) Началото и край на траекторията на параболата се наричат точки на фиксация. В тези точки окото “абсорбира” думите на парчета, вариращи по 8 знака, като максимално мога да достигнат до 18 знака. Това се определя от няколко фактора - вид и сложност на текста, семантика, термини или непознати думи и други. Сложни думи, чуждици, с непознато значение и други затруднения за окото скъсяват размера на каскадите. Мястото на фиксация възприема в добра острота два до три знака в ляво и до 12 знака в дясно, като в отдалечаване от точката те се възприемат с дефокус. Окото автоматично избира част от дума, която носи най-богата графична информация за значението. Г. Унгър разглежда и модела, в който окото преминава последователно през знаците в думата. Той се прилага при напълно непознати думи за опитен читател и при деца, които се учат на процеса четене. При този модел фонетичното значение се наслаждава последователно и всеки знак има активна графична роля.

Робърт Хилиър (Robert Hillier) разглежда процеса на четене в дисертационни си труд от 2006 г. Той посочва два отделни модела - Модел на формата думата (наричан и Логографичен модел) и Модел на паралелно разпознаване на буквите³. Той също посочва парабулното движение на окото и активното възприемане на определените части. Моделът на формата на думата е все още в основата на изискванията и качественото определение на четимостта на един шрифт. (фиг. 2) Той предлага идеята, че човекът чете благодарение на бързото разпознаване на цялостната форма на думата. Колкото по-опитен е читателят, толкова по-голям е обемът на силуети или форми от думи, които съхранява в своята памет и има възможност да разпознае. Този метод е приложим едва когато читателят усвои уменията за четене. Робърт Хилиър посочва тезата от доклада на Кевин Ларсон (Kevin Larson) “The Science of Word Recognition”, за първи път представен на конференцията Ейтайпъл (Atyp1) във Ванкувър през 2003 г. В този доклад Ларсън разглежда четенето от гледна точка на когнитивната психология. Отново основавайки се на движенията на окото, Ларънс показва, че то е активно в лявата половина на думата, а дясната страна

org/wiki/Списък_на_страните_по_грамотност_на_населението

² Unger, G. While You're reading. N.Y., 2007, p. 63-67

³ Hillier, R. A typeface for the adult dyslexic reader. Norway, 2006. p. 16-19

остава възприета парафловеално⁴. Цялостно думата може да бъде възприета когато тя е от типа на кратки думи и предлози като: тук, като, от, за и т.н. Окото възприема даден обем от знаци, които контекстуално обработва и благодарение на цялостния смисъл на текста, човекът има възможност да разпознае думата. Ларънс също така посочва, че четимостта и четливостта на шрифт не би било коректно да се определя само от по-добрата форма на думата, които образува дадения шрифт.

Паралелният модел за разпознаване на букви се основава само върху съвременните проучвания върху движението на окото. Той представя, че буквите в думата се разпознават едновременно⁵. Тук информацията се обработва по няколко различни начина наведнъж. Включва се движението на окото с точките на фиксация и знаците, върху които окото се фокусира, включват се и страничните зони, където окото възприема буквите като силуети и ги адаптира към събраната информация. Бързината на четене се повишава спрямо по-големия брой знаци, които паралелно се обработват. Софи Берие уповавайки се на проучване от 2007 г. на Д. Г. Пели (D. G. Peli) и К. А. Тилман (K.A. Tillman посочва)⁶ посочва, че три ментални процеса заемат роля в структуриране на четенето: разпознаването на буква по буква, на цялата дума и по контекст на изречението. Проучването показва, че 62% от четенето при възрастни се заема от функционалността на знаците (буква по буква), 22% се заема от смисловия контекст и едва 16% от цялостната форма на думата. Този анализ демонстрира по-голямото значение на графиката на буквата, за сметка на цялостната форма на думата.

В книгата “Дислексия” доц. д-р Екатерина Тодорова разглежда процеса на четене при деца в три стадия: логографичен етап, алфабетен етап и ортографичен етап⁷. В първия деца могат да разпознават цели думи, въпреки невъзможността им да ги възпроизведат. Този модел може да предхожда спелуването и също има своето значително влияние за цялостното четене. Алфабетният етап представлява точно съотнасяне на значението на буква към звук. (фиг. 03) Той е приложим в началния стадий на придобиването на уменията за четене, развива способността за спелуване и изисква последователно преминаване както на окото, така и на възприемането на смисленото значение на буквите. Този етап не свързва знаците в смислова линия или сричково разделение, което е нужно за цялостно разбиране на по-дълга дума. Третият ортографичен етап се характеризира със смесица между познанието между графемо-фонемните елементи, синтаксиса и семантиката. На този етап фонетичното значение се съотнася към контекста, като той заема важна роля за прочитането. Ек. Тодорова посочва “Ортографичните стратегии

⁴ Larson, K. The science of word recognition. Microsoft, 2004. <https://docs.microsoft.com/en-us/typography/develop/word-recognition>

⁵ Hillier, R. A typeface for the adult dyslexic reader. Norway, 2006. p. 20-21

⁶ Peli, D. G. & Tillman, K. A. Parts, Wholes and Context in reading: A triple dissociation. New York University. 2007. <http://psych.nyu.edu/peli>

⁷ Тодорова, Ек. ДИСЛЕКСИЯ Специфични нарушения на способността на учене. С. 2007, с.115-116

се различават от логографичните, тъй като включват аналитично-абстрактно буквено невизуално преработване.” Този анализ структурира уменията за четене спрямо етапите на декодиране и обработка на графемно-фонемното значение. Несъмнено категоричните графични форми имат положителен ефект както върху уменията за четене, така и върху възможността за повишаване на скоростта му.

По отношение на специфичните нарушения на способността на учене от спектъра на дислексия процесът на четене често протича по различен начин. Дислексията е неврологично състояние, което засяга предимно уменията за учене и писане⁸. Има влияние върху начина на преработка на информацията, но не нарушава възможността за разбирането ѝ. Дислексията може да се прояви в различни степени и в различни аспекти на живота. Най-видими са проявите ѝ при четене и писане. Доц. д-р. Екатерина Тодорова разглежда различни хипотези свързани с фонологичния дефицит при деца с дислексия⁹. Те гласят, че в процеса на четене децата “не са способни да направят прехода от логографично към алфабетно четене поради проблеми с фонемното съотнасяне и уменията да сегментират. Според тях този проблем има най-голямо влияние върху развитието на уменията за т.нар. фонологично четене, докато способността за глобално разпознаване на думата все още се развива чрез използване на логографичните умения.” Дислексичните прояви са свързани с лексикалните и сублексикалните умения¹⁰ - това ясно може да се наблюдава при четене на глас на дислексик. Добре познат текст с думи, предимно от настоящия употребяван речник, може да бъде относително плавно възпроизведен във фонемното значение, докато напълно непознат текст със специфични думи или термини, е труден за преработка и съотнасянето към фонемно значение е затруднено. Често дадена дума може да бъде произнесена няколко пъти грешно - с друго значение. Лексикалните умения, свързани с четене на познати и с висока честота думи, може да са добри, но са неприложими при непознати и псевдодуми, които изискват сегментиране. За този процес са нужни сублексикалните умения - последователното възприемане на графемите и свързването им към фонемното значение. Често това се отразява и в лошо спелуване. Ек. Тодорова посочва: “По отношение на четенето процесът на научаване може да се опише като укрепване на връзките между съответните аспекти на думите. Тези аспекти включват информация за ортографията, фонологията, значението, морфологията и артикулацията на думите. Основната разлика между лексикалните и сублексикалните процеси е, че опитният четец идентифицира познатите думи чрез лексикалния процес, но по-малко познатите декодира по сублексикален път, при това процесирането е автоматизирано и се извършва бързо. При дислексията могат да бъдат засегнати и двата процеса, като алфабетните трудности се свързват със сублексикалното процесирание, докато

⁸ British Dyslexia Association, About dyslexia. <https://www.bdadyslexia.org.uk/dyslexia/about-dyslexia/what-is-dyslexia>

⁹ Тодорова, Ек. ДИСЛЕКСИЯ Специфични нарушения на способността на учене. С. 2007, с. 118

¹⁰ Тодорова, Ек. ДИСЛЕКСИЯ Специфични нарушения на способността на учене. С. 2007, с. 119

ортографичните проблеми се отнасят до лексикалната преработка.”¹¹ Поради голямата си близост, фините стъпки в разграничаването им и честото смесване на проявите им при един индивид, то е възприето да се използва общо наименование - дислексични нарушения в четенето. Те влияят върху спелуването, алфабетния етап в четенето и често читатели с такива затруднения развиват и разчитат повече на логографичния или модела на формата на думата, за да развиват четенето си.

Употребата на писмеността за текстове на монументални паметници и официална документация изисква високо ниво на шрифтово изкуство, което да увековечи духа на времето и да отговори на цялостната стилистика. Латинската архаична азбука е датирана около VI в. пр. н. е., а четири столетия по-късно римският език се стабилизира, посоката на писане е обърната надясно, а текстовете се визуализират с Капиталис монументалис. В монашеските криптории копираните книги демонстрират както старанието на пишещия, така и тенденциите за промени и адаптиране на шрифтовете към нуждите и материала, върху който се е пишело. По-късно когато шрифтът и писането стават ежедневие в общественния живот - търговски документи, образование, съобщения и др., то стилистиката му неизменно се огъва под практичността на битието. Преминването от монументалния шрифт към първите форми на малките (редовни) знаци дава голям брой стилове като римски унциал, римски млад курсив, минускул, римски полуунциал, меровински шрифт и отнема близо десет века¹². Появата на каролинския минускул е след реформата на Карл Велики и имал за цел да бъде много по-четим от съществуващите шрифтове. Това е първата стилистика на писането, в която се срещат зрелите форми на редовните знаци в латиницата. (фиг. 04) Те са както по-лесни за изпълнение, така и много по-бързи за възприемане. От създаването им тези форми задължително присъстват в шрифтови разработки от по-високо ниво до днешни времена. Създадената четири линейна система за подредба на знаците е запазена като основен шрифтов закон и до днес. Самостоятелните форми на знаците на редовните букви дават богатство и динамика на общия шрифтов растер. Главните знаци задават началото на изречението и представят повече информация за нужната интонация. Срещани в средата на изречението, те представят име или заемат специална лексикална структура. От своя страна редовните знаци имат по-разнородни детайли, а градивните им елементи помагат на окото да възприема по-категорично знаците около точката си на фиксация. Неоспоримо е твърдението, че четим текст, в обем повече от едно стандартно изречение, е по-лесно да бъде прочетен когато е представен смесица от редовни с главни знаци. Развитието и употребата на латиницата се базира на този факт от X век.

Кирилицата от своя страна не може да се определи като хармонично развиваща се с плавни и равни темпове, както латиницата. И двете шрифтови системи произлизат

¹¹ Тодорова, Ек. ДИСЛЕКСИЯ Специфични нарушения на способността на учене. С. 2007, с. 119-120

¹² Йончев, В. Шрифтът през вековете. С. 1975, с. 43-60

от гръцкото писмо, като всяка от тях премахва и допълва знаци, за да приляга напълно на езиковите групи, които визуализира¹³. Произходът на кирилицата в известен смисъл предопределя бъдещото ѝ развитие. Славянският език, съставен от голям брой свои под-групи, предава и съхранява културното наследство в периода до VIII в. без автентична собствена писменост. Първите образи, датиращи нуждата от писменост за славянския език (използван по българските територии), показват употребата на гръцката писмена система, като близка и позната от съществуващите църковни книги¹⁴. Първата специално създадена шрифтова система на прабългарския език е глаголицата. (фиг. 05) Тази система съдържа 38 знака, отлично представящи фонетичните особености на славянския език. Разделя се в две стилови течения - Българска обла глаголица и Хърватска ъглова. Докато хърватската глаголица остава жива и до днес в църковни книги и богослужението, то българската (облата) доста бързо губи своята популярност и приложение към началото на IX век.

Втората старобългарска азбука - кирилицата, създадена със стилова и конструктивна близост до гръцката, е добре възприета и бързо набира популярност. Съставена е от 43 букви, като 24 от тях са напълно заимствани от гръцката писменост. Останалите 19 знака приемат визия и построяване от глаголицата. Кирилицата е свързана с гръцката писменост по форма и произход. По тази причина развитието ѝ също е повлияно. Но еволюцията не е станала на равни темпове, а стихийно във всички области на шрифтовото изкуство - ръкописи, епиграфи и гравюри. Ръкописните шрифтове са се развивали главно в скрипториите на манастирите, царските дворци и в обществения живот. В Преславската и Охридската книжна школа се развиват няколко основни стила в кирилицата: Устав, Маюскулен курсив, Преходен и Търновски бързопис, Полуустав, Бързопис и Граждански курсив. Сформирането на Граждански курсив като разновидност на кирилицата се осъществява в края на XVII и началото на XVIII век, тъй като в кирилския бързопис влизат минускулни елементи. Това е периодът на националното Възраждане, образованието бележи свой възход и писмеността навлиза в ежедневието на обществото и в търговията. Този стил е ясно оформен от влиянието на англето¹⁵. В годините след 1879 г. се отчита и стиловата линия на руското гражданска писмо, привнесено от възпитаниците на руско образование. Гражданският курсив има богато разработени форми за редовните знаци към хармонично създадените главни. Шрифтът вече не е бил част единствено от църковната литература - той вече е навлязъл в широко в обществения живот и най-вече той е служел за обучение по писане и четене в училищата. За да изпълнява тази си функция от особено значение е била фундаменталната му характеристика - логиката на знаците произлиза от естественото писане с инструмент. По същата логика се раз-

¹³ Йончев, В. Шрифтът през вековете. С. 1975, с. 156

¹⁴ Йончев, В. Шрифтът през вековете. С. 1975, с. 165

¹⁵ Йончев, В. Шрифтът през вековете. С. 1975, с. 178

вива и еволюира и латинската шрифтова система. Това доказва универсалността на принципа, както и естествената му възприемчивост от човешкото око и съзнание. Последва значимо събитие за развитието на кирилицата - реформата, въведена от руския владетел Петър I. (фиг. 06) С нея се прекратява употребата на устав в печатните текстове, той остава приложим за църковните нужди. Това е осъвременяване на графичната идентичност на славянския език, която търси духа на времето и настоящите съвременни тенденции. Целта на Петър Първи е била да придаде актуален стил на кирилицата и респективно на имиджа на страната си. Но остават два нерешени въпроса - различието в оста на осите при овалните знаци и недоразвитите форми на редовните букви¹⁶. Това е проблем, който оказва негативно влияние върху четимостта на кирилицата и в днешни времена. За нуждите на хората през XVIII век усвояване и разбиране на текстове единствено с форми на главни букви е било възможно. Но в настоящето човекът се сблъсква със значително по-голям обем информация, в различни големини, на различни медии, което прави усвояването на текстовете по-усложнено на несъзнателно ниво. Въпреки това реформата не споменава изрично и не забранява последващи стъпки в развитието на кирилицата, в това число и разработване на отделни форми за редовните знаци.

На основата на разгледаните модели на четене и функцияността, която трябва да изпълнява типографията, следва сравнителен анализ на азбучните системи - латиница, регионална българска кирилица и класическа кирилица. Тъй като за визуализирането на четими текстове се използват редовните букви, то те имат основна роля в осъществяване на процеса. Световното развитие на писменото и печатно шрифтово изкуство минава през различни стадии, всеки от които има своето ключово значение на образа, който днес познаваме и използваме. Еволюционната стъпка към възприемането на редовните букви за четими текстове случило се през I в. за писменото и по-късно през XV в. в новосъздаденото печатно дело на латиница е една от предпоставките за запазване и поддържане на писмеността. Неоспорима е както нуждата, така и функционалността на редовните знаци. В съвременна основна латинска азбучна система, съставена от 26 знака, се отделят 7, които имат напълно идентични конструктивни форми при главни и редовни знаци - C-c, O-o, S-s, V-v, W-w, X-x, Z-z. Съвременната българска форма на кирилица, съставена от 30 знака, се отделят 10, които имат напълно идентични конструктивни форми на главни и редовни знаци - Л-л, М-м, Н-н, О-о, С-с, Х-х, Ч-ч, Ъ-ъ, Ь-ь, Я-я. В класическата (руска) форма на кирилица, употребена за български език със съответно 30 знака, се отделят 24 знака, които имат напълно идентични конструктивни форми на главни и редовни знаци - В-в, Г-г, Д-д, Ж-ж, З-з, И-и, Й-й, К-к, Л-л, М-м, Н-н, О-о, П-п, С-с, Т-т, Х-х, Ц-ц, Ч-ч, Ш-ш, Щ-щ, Ъ-ъ, Ь-ь, Ю-ю, Я-я. (фиг. 07) Като само 6 знака имат разработени редовни знаци. Това показва, че 80% от графемите имат разработена само формата за главен знак и следователно такава част от текст, представен с класическа фор-

¹⁶ Йончев, В. Шрифтът през вековете. С. 1975, с. 184

ма на кирилица, реално се визуализира с главни знаци. Тази на пръв поглед конструктивна разлика е основа за задълбочен анализ на функционалността, която шрифтовите системи предлагат. Разглеждани от чисто естетически план те разделят мненията на възприятие и стилистичен баланс. Но разгледани от гледна точка на реалното им приложение, то процесът на четене е решаващ за определяне на работещата система. Визуализирането на думи и текстове с класическа форма на кирилицата дава от една страна бедни на характерни белези знаци, които окото да възприеме парафловеално между точките на каскади. Обемът на абсорбираните знаци варира спрямо способността им да бъдат добре диференцирани. Ясен пример за това е начина за изобразяване на знаците д, п, л с класическа кирилица и следователно с българска форма - *д, п, л*. (фиг. 08) Ако в първият вариант това са три знака, които могат да бъдат вписани в правоъгълна форма, то с българската кирилица са на лице знак с овал и долна дължина, знак с правоъгълна форма и знак с триъгълна форма (знак който се вписва в триъгълник) (фиг. 09). Това са три отделни категории знаци, които дават както по-обогатен растер, така и са по-лесни за диференциация при дефокус. Пример за конкретна дума с употреба на тези знаци може да бъде - плод - *плод*. Знаците *в, г, д, и, п, т, ц, ш, щ* в българската кирилица следват отделен конструктивен принцип, както е случаят с Е-е (аналитичен и в трите шрифтови системи) (фиг.10) . Той е воден от изписването на ръка, основата за развитието на писмеността повече от векове. Възприема се като фундаментален и най-близък до естественото. Резултатът е по-богата съвкупност от знаци, която дава разнообразен шрифтов растер, ритмичност и баланс. Следващата група знаци - *ж, к, ю* (от българската форма на кирилица), са конструктивно близки до главните знаци, но има “издължаване” на основната вертикална греда, която влиза в параметрите на горните дължини. (фиг. 11) Този елемент може да изглежда повече като стилистичен прийом, но не може да се отрече функционалното му участие - дава се допълнителен характерен белег към общата визия на знака. Последната група са знаци - *м, н, о, с, х, ч, ъ, ъ, я*, следват абсолютно идентичен похват на изграждане и в двете форми на кирилица, като в различни шрифтови продукти редовните *ъ* и *ь* имат овална форма в долната част. (фиг. 12)

Посочените графемни форми от българската кирилица могат да бъдат разгледани от гледна точка на паралелния модел за разпознаване на буквите, общо приложим в четенето. Тук всяка разработена графемна характеристика има активна роля в процеса декодиране. Моделът, широко приеман от когнитивните психолози, посочва, че човекът възприема знаците в думата паралелно, следователно диференцираният им дизайн е ключов за протичането на процеса. Наличието на редуващи се квадратни, овални, знаци с наклонени и хоризонтални греди дава обогатен шрифтов растер и повече графична информация за окото. Това е предпоставка за посочване на българската кирилица като по-подходяща за прилагане на паралелния модел за разпознаване на буквите, използван при процеса на четене от човек без особени затруднения. Такъв проблем не се разглежда

при латинската шрифтова система, тъй като редовните ѝ знаци са със зряло изградени форми.

Съпоставка на двете течения на кирилицата могат да се направят и спрямо Модела на формата на думата, прилаган в процеса на четене. Той не е възприеман като коректен от когнитивните психолози понастояще, но все още се използва сред шрифтовите дизайнери. Въпреки това, разглеждайки четенето при дислексии, формата на думата има по-голямо значение, поради невъзможността за правилно и пълно развиване на алфаветните способности. За да може дислексикът да разпознае по-бързо една дума само по нейната форма, то важно е тя да бъде по-разработена. Сравнението между думата вода - визуализирана с класическа кирилица, и *вода* - визуализирана с българска кирилица, показва, че разработените горни и долни дължини дават по-подробна информация и в този модел на четене. (фиг.13) Ако в първият вариант общия силует на думата се изглежда от правоъгълник, но във втория вариант той е съчетание от три правоъгълника. Разнообразие във формите на думите поставят и наличието на наклонени и диагонални знаци в думата, които отварят по-широки и разнообразни междубуквени пространства. Тези отвори са предизвикателство в шрифтовия дизайн, в търсенето на оптимален баланс, но са работещи за окото на дислексика. Те разрушават монотонния текстов растер и предлагат богатство от различни полета, които да действат като отправни точки за окото при фиксациите между параболите. Независимо дали Модела на формата на думата е реално приложим за процеса на четене при човек без затруднения, то той е актуален за четенето при дислексии. Структурният анализ на знаците от българската форма на кирилица обслужват този модел и я правят по-приложима за читатели с дислексични прояви, в сравнение с класическата форма.

Друг важен аспект, който трябва да се вземе е под внимание е препоръката на Британската асоциация дислексия - намаляване на обема на текста, който да се визуализира с главни букви¹⁷. Причината за такъв съвет е цялостният графичен растер, който се образува - той е плътен и консистентен, което може да отговаря на естетическото оформление, но за един дислексик този текстов пасаж е труден за преработка. На първо място главните знаци имат тенденция за уеднаквяване на ширината и формата, към която се стремят. Вторият аспект е пълното вписване на знаците в горна и основна шрифтова линия. Двуредовия принцип за писане е използван в античността и по-късно е отпаднал, а в днешно време в обемите на информация, които обработваме, то би било затрудняващо и крайно неудобно. Такава стилова линия в изграждането на редовните знаци се наблюдава в класическата форма на кирилица.

Това е най-значителната предпоставка, поради която българската форма на

¹⁷ British Dyslexia Association (2018), Dyslexia Style Guide 2018: Creating Dyslexia Friendly Content, <https://www.bdadyslexia.org.uk/advice/employers/creating-a-dyslexia-friendly-workplace/dyslexia-friendly-style-guide>

кирилица трябва да бъде приемана и употребявана пред класическата. По този начин четимите текстовете ще бъдат прецизно представяни под подходящо шрифтово конструиране за процеса на четене, възприет от векове. На второ място трябва да се постави естетическата линия - хармонично развитите форми на редовните знаци придават нужната консистентност и завършеност на текстовата картина. Символизират зрялост на техническото изпълнение и богатство на визуалната картина, което да придаде удобство на окото за преминаване през знаците. На трето място е нужно да се постави подобрената четимост. (фиг. 14) Разнообразието на форми, видимо и в увеличения брой горни и долни дължини на редовните знаци, дава по-пълна информация на окото по време на каскадите, които прави в процеса на четене. Това е възможно когато с фловеята може да се отчетат повече характерни белези на знаците. Ако към този модел на четене се добави още един - модела на формата на думата, то развития вид на редовните знаци заедно с по-големия брой горни и долни дължини, ще даде значително по-широк спектър от форми да думите, които да бъдат разпознати. Това е особено значимо за улесняване на четенето при хора с затруднения от спектъра на дислексия.

ОНЛАЙН И ИЗГРАЖДАНЕ НА БРАНД И БИЗНЕС УСТАНОВЯВАНЕ НА АВТОРСКИ ДИЗАЙН

Иновативни стратегии и стилове в практиката и теорията на дизайна и приложните изкуства

Теодора Спасова, Национална художествена академия, София

Резюме:

Създаването, изграждането и разпространението на дизайн и по-конкретно на авторски и моден продукт през XXI век, претърпя генерална трансформация в дигитална посока. Глобализацията, като цяло тласка сферата на изкуствата към дигитален образ и присъствие в Интернет, а пандемията директно ни постави в ситуация, която изисква задължителното онлайн присъствие на всеки автор на дизайн продукт.

Днес познаваме все повече възможности за дигитално разпространение и предлагане на дизайн и приложни изкуства. Този доклад има за цел да анализира онлайн присъствието и разпространението на модна марка и авторски продукт, като обект на изследване.

Целите на доклада са да се представи:

1. Анализ и систематизиране на стъпките при изграждането на бранд, с устойчив бизнес план за онлайн разпространение на авторски продукт
2. Съществените сегменти необходими при онлайн продажбите на авторски продукти, систематизирани в оптимален алгоритъм на *арганизания*, включващи техническа, административна, мениджмънт и маркетинг част.

Доклада представлява обединяващ анализ на адаптацията на приложното изкуство с бизнес разпространението. Анализиращ предприемачеството в изкуството с основна цел - оптимален резултат на съвременно и гъвкаво разпространение на авторски продукт.

Ключови думи: изграждане на марка, бизнес, онлайн, уеб сайт, продажба на дребно, продажба на едро

ONLINE BRAND BUILDING AND BUSINESS ESTABLISHMENT OF DESIGN PRODUCT

Discussion topic: Innovative strategies and styles in the practice and theory of design and applied arts

Teodora Spasova, National Academy of Arts, Sofia

Summary:

The creation of brand building and the business realization of design, and in particular of author's and fashion product in the XXI century has undergone a general transformation in the digital direction. Globalization, in general, pushes the field of arts towards a digital image and presence on the Internet and the pandemic directly puts us in a situation that requires the mandatory online presence of every author of a product design.

Today we know more and more opportunities for digital distribution and we offer design and applied arts. This report aims to analyze the presence and distribution of the fashion brand and author's product as an object of study.

1. Analysis and systematization of the steps in building a brand, with a sustainable business plan for online distribution of an author's product
2. The essential segments needed in the online sales of author's products, systematized in an optimal algorithm of organizations, including technical, administrative, management and marketing part.

The report presents a unifying analysis of the adaptation of applied art with business dissemination. Analysis of entrepreneurship in art with the main goal - optimal result of modern and flexible distribution of an author's product.

Keywords: brand building, ethic, business, sustainability, on-line, realization

Създаването, изграждането и разпространението на дизайн и по-конкретно на авторски и моден продукт през XXI век, претърпява генерална трансформация в дигитална посока. Глобализацията тласка сферата на изкуствата към дигитален образ и присъствие в Интернет, а пандемията директно ни постави в ситуация, която изисква задължителното онлайн присъствие на всеки автор на дизайн продукт. От друга страна динамиката в обществото от материална все повече започва да става дигитална. Днес сме

свидетели на два тласъка, които насочват социалния живот от физически в дигитален свят и тава са глобализацията и световната пандемия, причинена от вируса COVID-19.

Още в края на 2019-та година, човечеството започна да живее все повече в онлайн пространството. С настъпването на пандемията, почти всички сфери от нашето общество преминават изцяло към дигитална форма на комуникация, присъствие и дейност. Положителното в тази посока е, че вече обществото познава все повече възможности за интернет разпространение на продукти, реализиране на бизнес канали, предлагане на дизайн и приложни изкуства. Този доклад има основна цел да анализира онлайн присъствието и развитието на модна марка. Обекта на изследване е структура на собствен уеб сайт за разпространение на авторски продукти. Една от фокусите на доклада е да се представи една добра възможност за реализация в момент на генерална дигитализация на обществото. Именно това, че съществува положителна страна от последствията и положението, в което ни постави световната пандемия. Позитивното е, че това състояние или по-скоро пауза на световната икономика показва, че има един безопасен и в същото време изключително адаптивен и гъвкав начин за реализиране на дигитален бизнес.

Докладът представлява обединяващ анализ на адаптацията между приложното изкуство и дигиталното бизнес разпространение. Разглеждайки не само бизнес реализация, а предприемачеството в изкуството с фокус към оптимален резултат на съвременен и гъвкаво разпространение на авторски продукт. В ерата на глобализацията, свръх информацията и иновативните постижения има редица възможности за разпространение и продажба на стоки. Ако един артист се съобразява само със страната, в която е базиран, означава, че реализацията на продуктите му ще е само локална, а продажбите с ограничен обем. По този начин творчество ще се реализира с рамката на дадена географска територия, без международно разпространение. Фактически по този начин самият автор си поставя рамки. Докато дигиталното разпространение дава възможност продуктите да се предлагат в една и съща секунда във всички точки на света. Това е огромно количество трафик на потребители, което предоставя много добри възможности за развитие, но има своите задължителни елементи, които са включват деликатни и трудни за организиране детайли. Поради тази причина за стойностното и реално онлайн изграждане и разпространение на авторски продукт се изграждат и систематизират задължителни сегменти, които представляват структурата на уеб платформите.

В XXI век в сферата на модата индустрия, за да бъде успешен една модна марка, трябва да има изградено дигитално позициониране. Добрата реализация на авторски продукт може да се постигне, чрез присъствие в социалните мрежи и чрез изграждане на уеб сайт. Модният продукт не е ежедневна необходимост, а сезонна или годишна и това изисква ежедневното му представяне пред публика, за да се създава интерес и желание за покупка. Продавайки и предлагайки авторски продукти само локално, един артист

или бранд ограничава таргета си изключително много. Разпространяването на продукти онлайн дава възможност за достигане до голям обсег от публика. Продукта директно се предлага във всеки един град, във всеки офис, във всяко дигитално устройство на потребителите, които са таргетирани.

„Потреблението на мода се променя рязко поради дигиталната трансформация на нашето общество, където мрежовите индивиди са постоянно свързани помежду си 24/7 и с марките, които масово преминават през техните смартфони, а Интернет е силно вграден в ежедневиите дейности“¹

Днес цялата ситуация от глобализацията и пандемията довеждат до това всички сфери на живот, на които е възможно да се дигитализират. Сферата на модата и изкуствата също и то по доста активен начин. Аукционите за изящно изкуство, изложението за текстил и модни облекла, модните ревюта и конференции, преминават изцяло в дигитално представяне. До този момент, всеки бизнес, който не е представен в онлайн пространството, а има такава функционална възможност премина в дигитална форма.

Всеки бизнес има нужда от офис, представително място, което да служи като дом за продукта. В интернет пространството този дом е уебсайтът или ако е по-семпъл бизнесът, може да има само официален профил в някоя социална мрежа. За реално бизнес разпространение с продажба на моден продукт се разглежда бизнес със собствен уеб сайт и социалните профили, като спомагателни канали за разпространение и комуникация.

- ✓ ПРОДУКТЪТ Е ВЪВ ВСЯКА ТОЧКА НА СВЕТА
- ✓ НЯМА РАБОТНО ВРЕМЕ - **ВИНАГИ Е ОТВОРЕНО!**
- ✓ МАКСИМАЛНА УСПЕШАЕМОСТ НА АДРЕНАЛИНА ПРИ ПОКУПКА
- ✓ МАКСИМАЛНО ЗАНИЖАВАНЕ НА „ЧОВЕШКИЯ ФАКТОР“
- ✓ КОНТРОЛ НА ВИЗУАЛНАТА ЧАСТ
- ✓ 100% МОНИТОРИНГ НА ИНТЕРЕСА

фиг. 1 Предимства при онлайн бизнеса

Дигиталното установяване на бизнес има незаменими предимства, като това, че офиса или магазина нямат работно време! Винаги е отворено! От гледна точка на адрес то той е интернационален, продуктът е във всяка точка на света.

Фокусирайки се към директната продажба има плюсове, които физическите продажби не могат да предоставят. При онлайн продажбата има максимално реализиране

¹ Kalbaska, N. Sádaba, T. Cominelli, F. Cantoni, L. Fashion Communication in the Digital Age: FACTUM 19 Fashion Communication Conference, Ascona, Switzerland, Springer, pp. 3 2019

на продажбите. Еуфорията при покупка е най-силна когато човек хареса нещо, при онлайн продажбата изборът и реализирането на покупката е с най-голяма успеваемост, защото на една страница е предоставена цялата необходима информация за дадената стока. *„Ние определяме времето на цикъла на успешно финализиране на покупка, като критична точка за измерване успеваемостта на предоставената информация на една страница. Намаляването на времето на цикъла, свързано с закупуването на даден продукт е ефективен начин за развитие на бизнеса. Според проучването на Американска производителност и качество (American Productivity & Quality Center's) софтуерът за електронна търговия може да съкрати цикъла за успешно реализиране на покупка.“²*

По този начин потребителят е напълно информиран за всичко, което го интересува и единственото, което трябва да направи е да натисне бутона «КУПИ». Друг сериозен позитив е максималното понижаване на човешкия фактор. А именно това, че колкото и да е обучен персонала на търговския обект има случаи, които могат да отблъснат клиента, като изчакване поради заетост, неточна информация или чисто човешки интровертен усет от страна на потребителя.

Двете най-съществени позитиви от онлайн продажбите са контрол на визуалната част и стопроцентов мониторинг на интереса. Стилистичното оформление на търговския обект е от изключително съществено значение за висока успеваемост на продажба. В онлайн магазина е много по-лесно да се предложи даден продукт на преден план, чрез банер пространствата на началната страница. Защото посетителят на магазина задължително вижда началната страница, докато когато влезе във физически магазин, фокуса не може да се контролира от въвеждащи и насочващи страници и потребителя се ориентира единствено в зависимост от личното възприемане на пространството. *„При представяне на онлайн продукт Вие решавате какво да продадете или предложите на първо място, също как да изглеждат стоките в очите на потребителя, какви качества на продукта да изпъкнат описвайки детайли на стоките.“³*

Другото най-съществено предимство е това, че брандът може да наблюдава напълно интереса на посетителите. Всеки клик и стъпка в онлайн страница се записват и разбира се посетителите са уведомени за това в политиката за поверителност и бисквитки. Във физически магазин не може да се следи погледа и колко време клиент разглежда един продукт. Докато всяка една онлайн платформа за продажба има аналитична страница, в която може да се види най-гледания продукт, по колко време публиката го наблюдава, най-купувания, този който не се посещава и прочие.

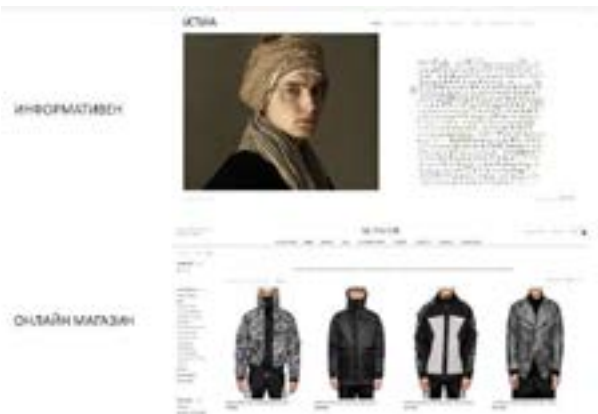
Всички тези предимства при онлайн продажбите следва да се употребяват разумно

² Box E., G. Jenkins, G. Reinsel, and G. Ljung. Time series analysis: forecasting and control. S.I., pp. 312, 2015

³ Internet Marketing Academy, Internet Marketing, The Internet Marketing Academy & bookboon.com, pp. 113, 2011

и професионално в синхрон с бизнес стратегията на модната марка.

Уебсайтът или домът на бизнеса се структурира на два основни типа - информативен и онлайн магазин.



фиг. 2 www.uctuha.com, www.minoar.com

Информативният уебсайт е този, който представя бизнеса и продукта по най-добрия начин, чрез текстова и визуална част. Структурата му трябва да е така изградена, че да показва естетиката, качеството и добавената стойност на авторските продукти, които представя. Той може да бъде чисто концептуален без много информация, само с контактна страница и име на бранд. В днешно време е изключително ценно бизнесът да има качествен уеб сайт. Важното е да бъде добре оформен, спрямо характера, класа стоки и таргет групата на бизнеса. Сайтът често служи като документ за легитимност на бизнеса, редица клиенти проверяват бранда или фирмата, преди да пристъпят към бизнес взаимоотношения.

Съществува обединена форма на информативен сайт и онлайн магазин. Началото на сайта е с информативна структура и в дадено меню или подкатегория е позициониран онлайн магазина. Предимството е, че когато даден човек иска да види каква е марката, не му се появява директно пред очите ‘купи, купи’, а може спокойно да вникне в естетиката на автора и когато вече е фен и желае продукта да пристъпи към покупка в менюто отделено за тази цел.

Онлайн магазинът в най-чиста форма е дигитална платформа за продажба, която има изключително много функционални сегменти за реализиране на продажба, за да работи добре и потребителят да е спокоен и сигурен при покупка. Освен функционалност за покупко-продажба онлайн магазините включват, информативни част, визуални и текстови елементи. Това са галерийни пространства с кампании и lookbook (*набор от снимки, показващи новата колекция на моден дизайнер, сглобени за маркетингова цел*)⁴, снимки, текстова част с концепция за марката, контактна страница и в някои

⁴ Callan, G. Dictionary of Fashion & Fashion Designers, Thames & Hudson

случай, блог пространства с авторски проекти. Изграждането на подобна платформа има три типа задължителни технически необходимости, за да бъде бизнесът легитимен по българското законодателство - хардуерни, софтуерни и административни.

Административните сегменти са регистрация на търговско дружество, договор със счетоводител, юридически правила за ползване, условия за изпращане, GDPR - съхранение на лични данни, политика за бисквитки и регистрация на електронен магазин в НАП.



фиг. 3 технически сегменти за онлайн бизнес

Хардуерната част включва, покупка като материален актив компютърна система за поддръжка и управление на сайта, външен хард диск, електронен подпис, печатна машина и касов апарат. Софтуерната система включва покупка на лицензиран софтуер Windows или IOS, покупка на домейн, регистрация на хостинг услуги, покупка или абонамент за CMS система, складова програма и други. “Онлайн търговците на дребно, които искат да увеличат продажбите и да привлекат потребителите, трябва да гарантират, че тези уеб сайтове са бързи, лесни за използване и имат лесни процеси на покупка”⁵

Визуалното изграждане на сайта има своята архитектура, както физическия магазин притежава архитектура и интериорен дизайн. Витрината е заглавната страница, менюта са отделните помещения, галериите са интериорния дизайн, а описателните страници и контактната страница са комуникацията с клиента във вид на монолог. сичко това следва да бъде изградено точно спрямо естетиката на авторския продукт и бранда като цяло.

След прецизното изграждане на архитектурата, онлайн платформата трябва да се

word of art. S.I., 2002

⁵ James, F., Durham, H., 50 Shades of Digital Marketing, Fresh Content & bookboon.com, pp. 39, 2013

запълни със съдържание, което се разделя на три основни ядра:

- визуална част - снимков материал и видео съдържание
- текстова част
- функционалност



фиг. 4 Основни ядра

Текстовата част на уебсайта се изгражда така, че все едно автора “говори” за продукта. Информативната страница описваща бранда е изключително важна, защото чрез нея потребителя най-лесно се докосва до характера на автора и неговото дело. Визуална част изгражда представа за естетическата стойност на продукта, а функционалната част служи за добрата организация на сайта. Част от цялостната организация на функционалността е така наречения ‘customers friendly’⁶ (от англ. ез. удобен за клиентите) тип структура, която показва сериозността на бизнеса. „Удобният за потребителя дизайн на уеб сайта е движещата сила зад иновациите и бизнес успеха, тъй като потребителите са тези, които вземат решенията за покупка на продукти. Това ефективно означава, че е победител в нашето време е удобният и функционален сайт, тъй като прави взаимодействието с потребителя лесно и ефективно.“⁷

Разбира се, ако авторският продукт не е конвенционален, а клони към изящно или концептуално изкуство, трябва и сайта да бъде изграден като по-концептуално потребителско изживяване. Друг тип е минималистичният, примерно уеб страница само с една снимка на него и меню за контакт. Той приспада към концептуалният вид, но и към удобните за ползване сайтове. Ако е изграден само като концептуален и не е ясен и за ползване, а идеята да е нетипичен с нещо авторско в употребата му, тип скрито меню, което се отваря само когато се кликне на определено нетипично място, примерно в долния десен ъгъл в бяло пространство, което е абсолютно нелогично, то този сайт приспада директно към концептуалните сайтове в чиста форма. Единствено важно в този

⁶ Rutherford. E.,_Encyclopedia Britannica Online. Encyclopædia Britannica, 2010.
in Fashion: Modeling the Perception of Fashionability. S.I., 2015

⁷ Beheshti-Kashi, S.,Thoben, K.-D. The Usage of social media text data for the demand forecasting in the fashion industry and fashion sales forecasting and the predictive power of online. Bremen, Germany, pp. 26, 2014

случай е сайта да отговаря на характера и естетиката на авторския продукт.



фиг. 5 Основни сегменти на уеб магазин

Друга съществена част в онлайн продажбите са сегментите на онлайн платформата. Цялата авторска гама от продукти се подрежда в менюта по категории, спрямо стиловете и типове авторски продукт. Начините на плащане са един много деликатен момент, защото ако всичко е наред и рекламата работи, стигнала е до клиента, той е харесал продукта, иска да го купи, но не му предоставите необходимия начин на плащане, всичко в цялата онлайн бизнес стратегия се проваля за миг. Затова най-добрият вариант е платформата да предоставя на клиента всички възможни начини на плащане.

Допълнителна функционалност винаги е в плюс за бизнес подхода към клиента. Лесната ориентация на сайта, имейл кампания за нова информация - нюзлетър; кодове на намаление; customer support - поддръжка на клиенти; контактна страница; външни препратки към други платформи с профили или публикации за бранда; и не на последно място ясна и добре описана политика за пазаруване, замяна и връщане. Началната страница на магазина е една от най-пълните с информация и функционалност част в цялата платформа. На нея трябва по един абсолютно логичен начин се предоставя на посетителя цялата информация и търговския характер на марката.

Лого, менюта с продукти, концепция, колекции, проекти, език за ползване, поле за търсене, поле със селектирани продукти – „кошница“, поле с акаунт за регистрация или вход за регистрирани и валута за пазаруване. Банери с най-новото, най-интересното или това, което бранда иска първо да “каже” на посетителя. Футер с административно меню, социални мрежи, контакти, често задавани въпроси (FAQ), блог и много други. Всички тези елементи са от твърде важна необходимост за дигиталния бизнес и продажба на продукти. Самият авторски продукт сам по себе си е един цял свят и следва да бъде

представен с цялата го съпътстваща информация.



фиг.6 Елементи за главната страница



фиг. 7 съдържание на уеб магазин

Всеки един автор знае колко много труд, идеи и разработки стоят зад един авторски продукт. Крайният му резултат е олицетворение на най-доброто, което може да се постигне от творчеството на артиста и поради тази причина, този продукт трябва да се представи пред потребителите по най-добър начин. Същевременно дигиталното представяне трябва да е кратко точно и ясно. То само по себе си има няколко задължителни сегмента - снимки, описателен текст, размери, варианти на цветове, таблица със стойности на размерите, начин на третиране, цена и допълнителна информация. Цялата

тази информация се предоставя в един разтвор на онлайн магазина. 8



фиг. 8 информация за продукт

Един от най-деликатните сегменти е фотографията на продукта, тя бива четири типа:

- Продуктова фотография на модел с видимо лице - избора на модел отговаря на таргет групата на бранда
- Продуктова фотография на модел без лица - автора трябва да съобрази само подходящо телосложение на модела.
- Продуктова фотография без модел „3D невидим манекен“ - тук се вижда продукта в обемно пространство без човешка фигура. Това е дигитален иновативен начин на заснемане на 3D.
- Продуктова фотография без модел плоско на земя - при този тип стилизиране на облеклото се вижда много точно формата на конструкцията на дрехата.



фиг. 9 видове продуктова фотография

Всеки един от горе изброените видове фотография, включва различни кадровки и ъгли на заснемане на облеклото – централно, гръб, профил, 3/4, в движение, детайли и имиджова снимка. Всичко това помага на потребителя да огледа продукта така, както ще

⁸ Fashionary team. THE FASHION BUSINESS MANUAL, Hong Kong, pp. 132-133, 2018

го оглежда на живо.



фиг. 10 кадровка на продуктови

снимки

Друга съществена част при онлайн търговията на дребно е стоковата наличност. Във физически магазин директно се наблюдава наличността, докато в онлайн магазин, клиента избира директно и всяка една секунда има възможност да бъде поръчано нещо, което не е налично. Затова е много важно наличността да бъде коректно организирана. Съществуват три типа организация на онлайн складова наличност

- Директно в CMS системата на сайта
- Чрез лицензирана складова програма, свързана с онлайн платформата
- Чрез офлайн таблица и ръчно коригиране при покупка

Избора на тип организация е пряко обвързан с бизнес стратегията на бранда. Всеки един вариант има плюсове и минуси при онлайн продажбите на дребно. Този тип продажби на дребно са основата за настъпилите промени в световен мащаб за продажби на едро.

- ИЗГРАЖДАНЕ НА УЕБСАЙТ ИЛИ ИМЕЙЛ КАМПАНИЯ С МЕНЮ ЗА ПРОДАЖБА НА ЕДРО
- ИЗГРАЖДАНЕ НА КАТАЛОГ ЗА ПРОДАЖБА - LINESHEET
- УСЛОВИЯ ЗА ИЗПРАЩАНЕ И ПЛАЩАНЕ

фиг. 11 продажби на едро

Преди настъпването на пандемията всички марки ориентирани към продажби на едро се представяха на седмици на модата в различни точки на света. Сега наблюдаваме едно генерално дигитализиране на wholesale9 (от англ. език – продажба на едро) и B2B¹⁰

⁹ Callan, G. Dictionary of Fashion & Fashion Designers, Thames & Hudson
word of art. S.L., 2002

¹⁰ пак там, Callan, G. Dictionary of Fashion & Fashion Designers, Thames & Hudson

(на английски: „business-to-business“ -Бъзнес за бъзнеса, е термин, определящ вида на информационно и икономическо взаимодействие) търговски отношения. От 2020 година редица модни марки изградиха дигитални платформи за представяне и поръчка на новите колекции без физически срещи. Всичко се случва чрез дигитални каталози или онлайн сайтове за продажба на едро. Положителното в този случай е, че модните марки вече не е нужно да отделят огромни бюджети за пътуване и наемане на шоуруми, а са необходими само три стъпки за организиране онлайн продажби на едро.

1. Изграждане на уеб сайт с меню за продажба на едро

2. Изграждане на каталог за продажба – line sheet (от англ. език – линеен лист)
„Линейният лист е документ, който бизнесът може да предаде на купувача на едро, който бързо и лесно представя цялата информация, необходима за покупка на продукт.“¹¹

3. Условия за изпращане и плащане

В модната индустрия има така наречените неписани правила, но всеки един бранд и мулти лейбъл бутик ги знае и използва. Вуег е бог в тази индустрия! Това е представител на магазин, от който зависи коя марка ще се продава в магазина и кои продукти ще купи магазина. Продажната цена на моден продукт на едро се умножава по 2,7 до 3 за получаване на продажната на дребно. И влезе ли една марка в магазин, качеството трябва да не на много високо ниво, за да се задържи и следваща година там.



фиг. 12 меню за B2B

Новият и различен подход към дигитални продажби на едро е необходимостта от онлайн представяне на нови колекции и продуктови каталози. Голям брой марки изграждат в собствените си уеб сайтове система за продажба на едро или създават изцяло

word of art. S.L., 2002

¹¹ Dickerson, K. G. Inside the Fashion Business. Upper Saddle River, New Jersey, pp. 75, 2003

нови сайтове за тази цел.



фиг. 13 достъп до зона B2B

Този канал е редно да бъде с ограничен достъп, защото крайният потребител не е заинтересовано лице да вижда цялата техническа и ценова политика на бранда. Тази информация е само за клиенти на едро, затова входа към дигиталната платформа на продажба на едро е заключена. Там се съдържа имиджов каталог на колекцията- lookbook, технически каталог на колекцията – line sheet и ордер форма за опис на селекцията.



фиг. 14 пример за line sheet



фиг. 15 съдържание на line sheet

Продуктовият каталог много прилича на продуктовата страница в онлайн магазина на дребно. Допълнителния и задължителен елемент е кодът на продукта, всичко останало е същото - снимка, описание, съдържание и цена. Този каталог е придружен с шаблонна

форма за поръчка, където клиентът на едро попълва количеството продукти, които иска да купи.

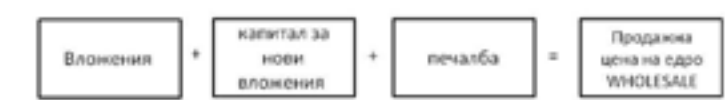


фиг. 16 пример за форма за поръчка

Както при физическо събитие, така и при онлайн представяне на колекция, комуникацията с контрагентите става посредством имейл кампания и директен контакт.

При продажба на едро има три варианта:

- Директна продажба - продуктите се селектират от даден представител на магазин, предплаща се между 30% и 50% от стойността на поръчката. Това е защото в себестойността на продукта 30% е инвестицията за производство. И поради тази причина формулата за изчисляване на себестойност на едро е: вложенията + стойността на вложенията (капитал за нови вложения) + вложенията (печалба) = продажна цена на едро. След плащане на цялата сума на поръчката, бранда произвежда продуктите и преди изпращане магазина изплаща останалата част.



фиг.17 Формула за себестойност

- Dropship - „Е форма на търговия на дребно, при която продавачът приема поръчки от клиенти, но не поддържа продаваните стоки на склад. Вместо това, под формата на управление на веригата за доставки, той прехвърля поръчките и подробностите за тяхната пратка на производителя, който след това изпраща стоките директно на клиента. Това елиминира разходите за поддържане на склад, закупуване и съхранение на инвентар и наемане на необходимия персонал за такива функции. Както при всяка друга форма на търговия на дребно, продавачът прави печалбата си от разликата между

цената на едро и дребно на артикул“¹².

Представителите на даден магазина селектират продукти, бранда изпраща мостри за снимки или изпраща продуктова фотография на селекцията. Магазинът предлага тези продукти, но не ги е купил предварително, а при поръчка от краен клиент, плаща продукта на марката. Тя го изпраща до магазина или директно до крайния клиент. Този тип начин на продажба е добър от гледна точка на устойчива мода, защото има възможност продуктите да не се произвеждат предварително, а само при покупка. - Консигнация - продуктите се селектират от даден представител на магазин, не се плаща нищо предварително. Произвеждат се за сметка на марката, изпращат се на магазина и при продажба, магазина заплаща стойността на продадения продукт.

И трите варианта имат плюсове и минуси за двете страни. Типа на продажба се организира спрямо бизнес стратегията на марката и начина по който е възможно производството, продажбата и предлагането на стоките. Цялото дигитално позициониране на марката е пряко обвързано от бизнес поведението и насоката, в която се развива. Една голяма част от онлайн развитието на дадена модна марка е позиционирането ѝ в социалните мрежи. В ерата на глобализацията има десетки варианти за онлайн разпространение на марка, чрез социални мрежи, чрез онлайн реклама, чрез имейл кампания и други. Всички канали за комуникация имат особености и необходима структура, която трябва да се следва и изгради спрямо характера на продукта. Създаването на официални социални профили е отговорна дейност, която изисква постоянство и поддръжка. Създаден ли е акаунт на марката, трябва да се поддържа и да има активност, за да допринесе за развитието и разпространението на авторските продукти. Това е един огромен сегмент от активността и ежедневно развитие на даден бранд

Дигиталното разпространение и позициониране на модна марка има твърде много плюсове и твърде малко минуси, но най-същественото е, че тя всеки един момент е в офиса, дома и джоба на всеки един потребител.

Библиография:

Beheshti-Kashi, S., Thoben, K.-D. The Usage of social media text data for the demand

¹² Callan, G. Dictionary of Fashion & Fashion Designers, Thames & Hudson word of art. S.l., 2002.

forecasting in the fashion industry and fashion sales forecasting and the predictive power of online. Bremen, Germany, 2014.

Box E., G. Jenkins, G. Reinsel, and G. Ljung. Time series analysis: forecasting and control. S.l., 2015.

Callan, G. Dictionary of Fashion & Fashion Designers, Thames & Hudson word of art. S.l., 2002.

Dickerson, K. G, Inside the Fashion Business. Upper Saddle River, New Jersey. 2003

Fashionary team, THE FASHION BUSINESS MANUAL, Hong Kong, 2018

Internet Marketing Academy, Internet Marketing, The Internet Marketing Academy & bookboon.com, 2011

James, F., Durham, H., 50 Shades of Digital Marketing, Fresh Content & bookboon. com, 2013

Kalbaska, N. Sádaba, T. Cominelli, F. Cantoni, L. Fashion Communication in the Digital Age: FACTUM 19 Fashion Communication Conference, Ascona, Switzerland, Springer, 2019

Rutherford. E., Encyclopedia Britannica Online. Encyclopædia Britannica, 2010.

in Fashion: Modeling the Perception of Fashionability. S.l., 2015

ТЕХНИКИ ЗА БАГРЕНЕ И ПЕЧАТАНЕ С ИНДИГО ЧРЕЗ РЕЗЕРВИРАНЕ

Цвета Явашева – Иванова, Национална художествена академия, София

Резюме:

В настоящия доклад се разглеждат техниките за багрене и печатане чрез резервиране, познати под името **батик**, **бандана**, **шибори**, **икат**, **катазоме**, и др. Разпространени в Индия и Малайския Архипелаг, Далечния изток и Африка, при всичките е характерно багренето чрез резервиране на бяла повърхност, която след това остава неоцветена. Разглежданите методи на багрене са **механично, физично и химично резервиране**, а като печатни техники са описани **директения, разяждащ и резервиращ печат**. Представено е и печатането чрез **ръчни печатни форми**, при което освен печатната форма като оцветяващо средство се използва т. нар. синило или **индиго**.

Сините текстили са част от фолклорните костюми в Европа и водят началото си от Индия. Името на новата техника **blue-print** се разпространява с голяма бързина и през XIX век сините тъкани вече стават модни в по-голямата част от европейските страни. В началото на XXI век остават малко такива работилници, които строго се придържат към традицията. Затова в настоящия доклад са разледани само три: на **Георг Старк** в Германия, на **Франтишек Йох** и **Жири Данзингер младши** в Чехия. В България подобни работилници не съществуват, а сведенията ни отвеждат при божигробската печатана синя престилка. В описаната информация, преди опожаряването на град Котел се говори за майстор **хаджи Георги Гъркът**, който изработвал посредством шаблон, такива престилки.

Техниките за печат и багрене чрез резервиране имат своята популярност и са част от иновативните подходи в образователния процес и днес. В доклада са представени три уъркшопа, където тези техники се представят по традиционен начин. Единият е на японската доброволка **Мисако Ямамото** и показва приготвянето на **индигото**, както и багренето чрез техниката **шибори**. Вторият на професор **Шуджи Асада** от Япония, който демонстрира техниката **катазоме**, а последният, организиран от Индонезийското посолство представя техниката на **индонезийския батик**. Разгледани са и събития, от световно значение, които оставят своята следа в съхранението, употребата и съвременното развитие на описаните техники: 8-мия Международен **шибори** симпозиум в Хонг-Конг; грандиозното по мащабите си събитие наречено **Индонезия, глобален дом на батика** в Джакарта и 9-тия симпозиум за багрене чрез резервиране в Ханджоу, който показва техниките **шибори** и **икат**.

Като заключение докладът има за цел да представи двата вида техники на багрене и печатане с индиго чрез резервиране, като даде широк поглед в традиционното им използване, иновативното им прилагане и творческите търсения на отделните автори, и като част от образователния процес на учебните заведения.

TECHNIQUES FOR DYEING AND PRINTING WITH INDIGO THROUGH RESERVATION

Tsveta Yavasheva – Ivanova, National Academy of Arts, Sofia

Summary:

This report discusses the techniques for dyeing and printing by reservation, known as *batik*, *bandana*, *shibori*, *ikat*, *katazome*, and others. Distributed in the India and Malaysia, the Far East and Africa, all are characterized by dyeing by reserving a white surface, which then remains uncolored. The considered dyeing methods are **mechanical**, **physical** and **chemical reservation**, and **direct**, **corrosive** and **reservation printing** are described as printing techniques. Printing by **hand printing forms** is also presented, in which, in addition to the printing form, the so-called blue or *indigo* is used as a coloring agent.

Blue textiles are part of the folk costumes in Europe and originate from India. The name of the new *blue-print* technique spread with great speed and in the 19th century blue fabrics became fashionable in most European countries. At the beginning of the 21st century, there are few such workshops that strictly adhere to tradition. Therefore, only three are examined in this report: **Georg Stark** in Germany, **František Joch** and **Jiri Danzinger Jr.** in the Czech Republic. There are no such workshops in Bulgaria, and the information takes us to the printed blue apron of Bozhigrob. In the described information, before the burning of the town of Kotel, there is talk of master **Hadji Georgi the Greek**, who made such aprons using a pattern.

The techniques of printing and dyeing by reservation have their popularity and are part of the innovative approaches in the educational process today. The report presents three workshops where these techniques are presented in the traditional way. One is by the Japanese volunteer **Misako Yamamoto** and shows the preparation of *indigo*, as well as dyeing using the *shibori* technique. The second by Professor **Shuji Asada** from Japan, who demonstrates the *katazome* technique, and the last, organized by the Indonesian Embassy, presents the technique of *Indonesian batik*.

World events that leave their mark on the preservation, use and modern development of the described techniques are also considered: the 8th International *Shibori* Symposium in Hong Kong; the grandiose event called *Indonesia, global home of batik* in Jakarta, and the 9th symposium on dyeing by reservation in Hangzhou, which showcases the *shibori* and *ikat* techniques.

In conclusion, the report aims to present both types of indigo dyeing and printing techniques through reservation, giving a broad view of their traditional use, their innovative application and the creative pursuits of individual authors, and as part of the process of educational institutions.

Техники за багрене и печатане чрез резервиране, известни още като методи за уникално десениране са познати на много места по света и се използват и до днес. При изработката на изделията, създадени чрез тях има както прилики, така и разлики, които се дължат на усъвършенстването на човешките умения в различните географски райони.

Най-разпространени са в районите на Индия и Индонезия, Китай и Япония, Гватемала, Мексико и Перу, както и на Африканския континент. Наименованията им в различните части на света също са различни, но в превод означават: неоцветено петно, получено при връзване, завръзвам, *връзвам възел, точка*, капка, а техниките са известни под имената: *батик, бандана, шибори, икат, катазоме* и др. (фиг. 1)

При всичките е характерно багрнето чрез резервиране на бяла повърхност, която след това остава неоцветена или слабо оцветена с неповторима рисунка. Методите биват **механично, физично и химично резервиране**. (фиг. 2)

Механичното резервиране на тъканите включва техниките: **вързана африканска техника, бандана, икат и шибори**. Характерно за тях е механичното завръзване, усукване, притискане и прошиване. (фиг. 3, 4, 5, 6)

При **физичното резервиране** на тъканите, методът е познат като восъчен *батик*. Тази техника се владее и до днес на островите Ява и Суматра в Индонезия, известна като *индонезийски* или *явански батик*. На явански език думата батик означава капка. Като резерва се използва пчелен восък и специалното приспособление, наречено *тян-тинг*. (фиг.7)

Уредът представлява бамбукова тръбичка с форма на писец, върху която е закрепена медна чашка, с която се загребва от разтопения восък, който изтича през един отвор в края на чашката. Восъкът непрекъснато се подгрява и с помощта на *тян-тингът* се нанася рисунката върху плата. Следва обагрение на тъканта при температура до 30°C и поставянето ѝ в съд с вряща вода до пълното отпадане на резервата и проявяване на рисунката. (фиг.8)

Към начините за **химично резервиране** на тъканите се отнасят прилаганите в целия свят, методи за получаване на бяла резерва под индиго. (фиг.9)

Позната в Япония, техниката е известна като *катазоме*. При нея повърхността на плата се резервира със специално приготвена на пара оризова резерва, която се претрива върху плата, през шаблон, направен от специално намаслена, опушена хартия. След нанасяне на резервата, плата се импрегнира и обагря. Следва изпиране, резервата отпада и местата остават неоцветени. (фиг. 10)

За разлика от багрено, при **текстилното печатане** се оцветява само повърхността на плата. Видовете печат се определят от полагането на рисунката върху плата и биват три. Първият е **директния**, който се използва за печат на неоцветени или светло оцветени тъкани. Вторият вид е **разяждащия печат**. Той се прилага за печат върху платове с тъмни фонове. В печатната паста се добавя разяждащо вещество (ронгалит). При този вид печат, посредством печатащия състав, се обезцветява тъмния фон на плата. И последният трети вид е **резервиращия печат**, който се приема като предшественик на същинското печатане. При него се отпечатва рисунката върху повърхността на плата с резервиращи състави преди да се обагри. (фиг. 11)

В текстилното печатане, първия и най-стар метод е **печатането с ръчни печатни форми**. (фиг. 12)

Освен печатната форма при печатането като оцветяващо средство от древни времена хората използвали т. нар. синило или **индиго**. За негова родина се приема Индия, откъдето идва и наименованието му. (фиг. 13)

От незапомнени времена индигото се произвежда в Източна Индия от растящия там храст *Indigofera tinctoria*. Един от основните му недостатъци е неразтворимостта му във вода, но затова пък се задържа трайно върху обагрения материал. Поради способността му да преминава от една форма в друга, индигото се приготвя в кюп и цвета на кюпа има различен цвят от основния син цвят на индигото. След багрене в т.нар. кюп, индигото се окислява на въздуха и се проявява неговия безценен син цвят. За разлика от индийското, европейското индиго може да се открие под различни имена – в България - **синилник**, **сърпица** или багрилната **вайда**. Освен това по българските земи се използва и т. нар. морав **бакам**, известен като синьо дърво или **кемпей**.

Сините текстили, както по цял свят ги наричат, и които са част от много фолклорни костюми в Европа, водят началото си от Индия. Името **blue-print** или син печат често давано на тези тъкани е погрешно, защото пастата използвана за резервирането им е безцветна. В Европа резервата обикновено се прави от смесването на глина, гума арабика, меден сулфат и други съставки. (фиг. 14)

Пионер в Германия става Георг Наухофер, който през 1689 г. отваря работилница в Ангсбург и след това пренася успешно тази технология в Амстердам. Новата техника се разпространява в Европа с бързината на пожар, като в старите текстилни предприятия причинява социални и политически вълнения. Правителствата на Англия, Франция и Прусия издават указ за ограничаването и употребата на този печатащ метод. За много кратко време в голяма част от европейските градове, печатащите манифактури, биват заменени с предприятия, в които специални машини заместват ръчния печат. В следствие на това, в началото на XIX век, собствениците на ръчните работилници се изместват в

малките градове и села. Работейки близо до местните клиенти, майсторите печатари, им предоставят тъкани по техен вкус. Селските жени, които сами тъкат ленени си платове, ги носят в работилниците, където ги оцветяват по свой избор. През XIX век тези сини тъкани с малки бели ефекти по тях се превръщат в мода и облекла на обикновените граждани и студентите в цяла Европа.

В началото на XXI век в Европа са останали малко такива работилници, които строго се придържат към традицията. В настоящия доклад са описани три от работилниците на Георг Старк в Германия, на Франтишек Йох и Жири Данзингер младши в Чехия.

Работилницата на **Георг Старк** е основана през 1822 година в центъра на Йевер, източна Фризия. Самият Георг, като член на местната асоциация, пръв започва да прилага резервиращото печатане през 1985 година. През XIX век градът е имал такава манифактура за багрене с индиго, но впоследствие никой не практикува този занаят. След като Старк започва да колекционера книги с технологията, печатни блокове и други съоръжения, работилницата се възражда. (фиг. 15)

Печатането се извършва с дървени блокове, предварително гравирани с желаната декорация. Отпечатването става с помощта на резервираща паста, която съдържа глина и гума арабика. След като печатната паста изсъхне, тъканта се разпределя върху метален ринг, поставен над казана за багрене, намиращ се в пода на помещението. Напечатаният материал, закачен на металната окръжност се спуска в багрилния казан с индиго. То оцветява в жълто-зелено нерезервираните участъци на потопената тъкан, които оксидират на въздуха до синьо, едва след издигането на тъканта от самият кюп. Накрая тъканта се изпира за да отпадне резервата.

В Стражнице, южна Моравия е запазена и до ден днешен втората работилница за резервиращ печат и багрене с индиго на **Франтишек Йох**. Г-н Йох е щастлив, защото внучка му Габриела Бартошкова става негов заместник, а работилницата продължава своята история.

Съществува и още една манифактура за такъв печат, тази на **Жири Данзингер младши**, която датира още от XVI век. Фамилията Вайс, понастоящем Данзингер пази тайната рецепта на резервата за багрене с индиго още оттогава. Печатането и багрено с индиго във фамилната работилница започва в Олещнице, Моравия през 1816 г. и продължава до днес работата си с оборудване, което е на повече от един век. (фиг.16)

За съжаление подобни работилници в България не съществуват, но по нашите земи сведения за багрене и печатане с индиго ни отвеждат при образците на божигробската печатана синя престилка.

Тя първоначално представлява кърпа за глава, донесена от Божи гроб, тъй като

в периода преди и след Освобождението почти няма къща в района на Котел, в която да няма хаджии. Отиването до свещеното за християните място в Ерусалим е нещо съвсем достъпно за богатите котленски скотовъдци и търговци. Котленските моми превръщат донесената от там кърпа за глава в престилка, която става част от празничната двупрестилчена носия, характерна за региона на Котел. (фиг. 17)

В литературните източници и фотографиите открити в тях, тя принадлежи единствено към котленската носия и по специално тази от Жеравна и околните села. Данни за технологията не са открити, както и сведения за действаща работилница от този тип, освен описаната информация, преди опожаряването на Котел през 1894 г. В нея се говори за майстор **хаджи Георги Гъркът**, който по спомени на очевидци изработвал престилки по поръчка на момите, като за тяхната направа използвал шаблон. Образци на божигробската престилка и до днес се съхраняват в депата на музеите в Сливен и София. Възстановката на технологията започна през есента на 2018 г. и се осъществи в Музея на текстилната индустрия в Сливен по проекта *Вариации в синьо* през 2019 г.

Техниките за печат и багрене чрез резервиране имат своята популярност и са част от иновативните подходи в образователния процес и днес. В доклада са представени няколко уъркшопа и световни форуми, където тези техники се представят по съвременен начин. И трите уъркшопа са осъществени в специалност Текстил – изкуство и дизайн и са част от образователния процес през годините.

Първият от тях е на японската доброволка **Мисако Ямамото** през 2002 година и показва цялостния процес на приготвяне на индиго, както и багрене чрез техниката за механично резервиране *шибори*. (фиг. 18)

Вторият е на професор **Шуджи Асада** от Университета Сейка Киото в Япония през 2004 г. И в него се показва цялостния процес на приготвянето на оризовата паста, резервирането с нея на памучния плат и оцветяването му с реактивни багрила. Демонстрираната техника *катазоме* се приема за първообраз на печатането с шаблон, по-късно характерен за технологията на ситопечата. (фиг. 19)

И третият уъркшоп, организиран от Индонезийското посолство през 2006 г. представя техниката на *индонезийски батик* от о-в Ява, чрез резервиране с пчелен восък и багрене с алфа-нафтолови багрила. (фиг. 20)

В доклада са описани и три събития, от световно значение, които оставят своята следа в съхранението, употребата и съвременното развитие на описаните техники.

Първото е организирания 8-ми Международен *шибори* симпозиум през 2011 г. в Хонг-Конг, Китай. В него участват над 200 текстилни художници и студенти от Института по текстил и облекло. Участници от 20 страни са поканени да обсъдят как в бъдеще

ръчните практики и нанотехнологиите могат да се използват заедно по един иновативен начин. (фиг. 21)

От съществено значение за текстилната общност е проведеното през септември 2011 г. в Джакарта, Индонезия, грандиозно по мащабите си събитие наречено *Индонезия, глобален дом на батика*. То е посветено на техниката на индонезийския *батик*, но дава насоки и в съвременното ѝ развитие. Първият симпозиум на тема *Батик от 1979 до 2011 година*, организиран по същото време представя 53 известни имена текстилни автори, както и мястото на батика в историята на текстила на о-в Ява. (фиг. 22)

Третият форум е организирания 9-ти симпозиум за багрене чрез резервиране По пътя на коприната през 2014 г., в Ханджоу, Китай. На това събитие са показани техниките *шибори* и *икат*. Представени са 59 текстилни автори от различни страни, които чрез изброените техники създават произведения на съвременното изкуство. Сред тях са Юничи Араи, Ева Ланглер и Лейюн Уонг. (фиг. 23)

В заключение докладът има за цел да представи двата вида техники на багрене и печатане чрез резервиране с индиго, като даде един много широк поглед в традиционното им използване по света и в частност у нас, иновативното им прилагане и творческите търсения, както на отделните автори, така и в образователния процес на учебните заведения.

Библиография:

Архив на специалност „Текстил – изкуство и дизайн“: Уъркшоп на Мисако Ямамото, 2002.; Уъркшоп на проф. Шуджи Асада, 2004.; Уъркшоп - индонезийски батик, организиран от посолството на Индонезия в България, 2006.

Велева, М. и др. Български народни носии, том III, 1979.

Велева, М., Карадимов, И. Палитра на боговете. София, Издателство „Меджик лайн ентъртерпрайзис“, 2008.

Етнография на България, том II, Материална култура. София, Издателство на БАН, 1983.

Ковачева, С. Дисертационен труд „Ръчни печатни техники използвани в текстилното изкуство“, автореферат, 2007.

Николов, Н. Багрила от природата. София, Издателство „Родина“, 2003.

Стефанов, Тр. Технология на текстила. София, Издателство „Наука и изкуство“, 1973.

Blue Innovations – Contemporary Tendencies in Traditional Czech Indigo Print. Katalog, Czech Centres, 2018.

Dyrenforth, Noel. Batik – modern concepts and techniques. Batsford, 2003.

Fish, June. Designing and Printing Textiles. The Crowood Pres, Ltd., 2005.

Wada, Yoshiko Iwamoto, Rice, Mary Kellog and Barton, Jane. Shibori – The Inventive Art of Japanese Shaped Resist Dyeing (tradition techniques innovation). Kodansha International Ltd., 1983.

Wisbrun, Laurie. Mastering the Art of Fabric Printing and Design – Techniques, Tutorials and Ispiration. Chromicle Books, LLC, 2011.

Zhao Feng; Wada, Yoshiko Iwamoto – Resist Dye on the Silk Road (shibori, clamp resist, and ikat) - 9th International Shibori Simposium, Hangzhou, China, 2014

Периодични издания и каталози на чужд език:

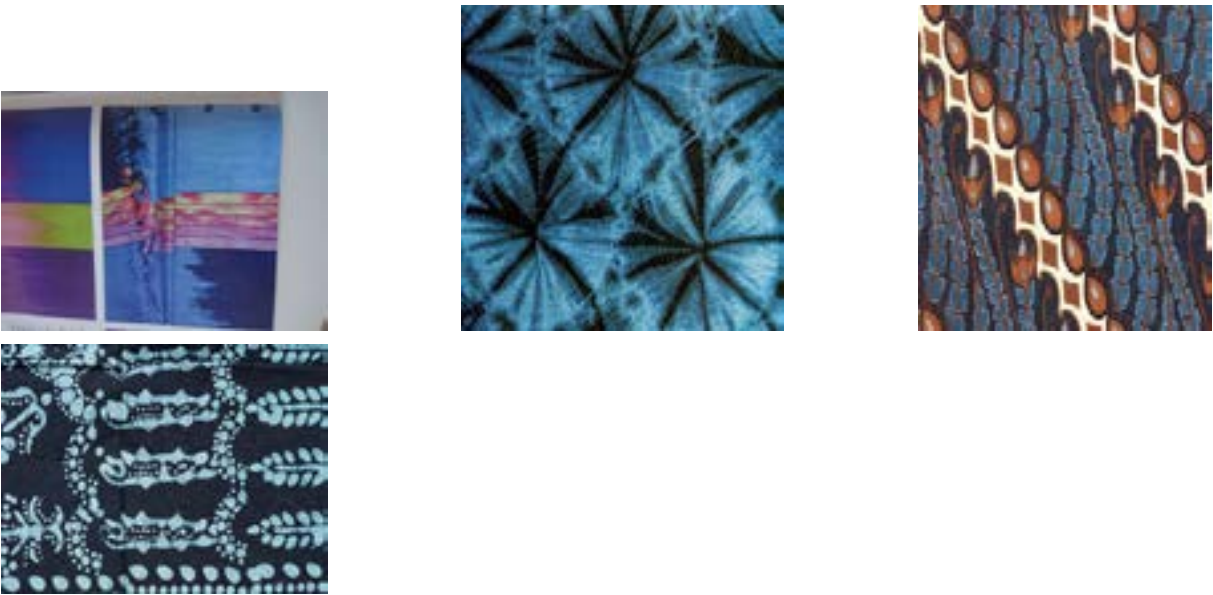
ETN - Textile forum, 1/2012, 8th International Shibori Simposium, Tradition and Innovation

ETN - Textile forum, 1/2012, Smend, R., Batik; Simposium “Batik 1979-2011”

ETN - Textile forum, 1/2012, Visit to Georg Stark,s workshop hand printing

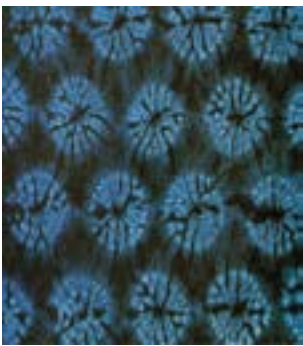
Илюстративен материал:

Фиг.1. Техники за печатане и багрене чрез резервиране

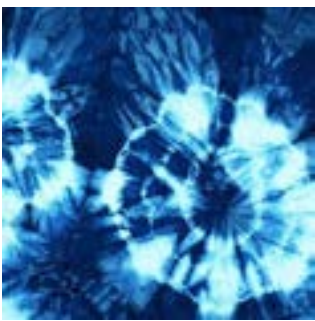


Фиг. 2. Методи за уникално десениране:

механично резервиране



Фиг. 3. Вързана африканска техника



Фиг. 5. Икат



Фиг. 7. Физично резервиране:

Индонезийски батик

физично резервиране



химично резервиране



Фиг. 4. Бандана



Фиг. 6. Шибори



Фиг. 8. Уредът Тян-тинг



Фиг. 9. Химично резервиране



Фиг. 10. Техника Катазоме



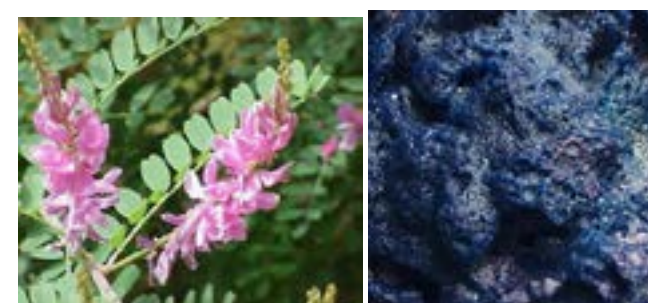
Фиг. 11. Директен печат, разяждащ печат и резервиращ печат



Фиг. 12. Ръчни печатни форми – блоков печат



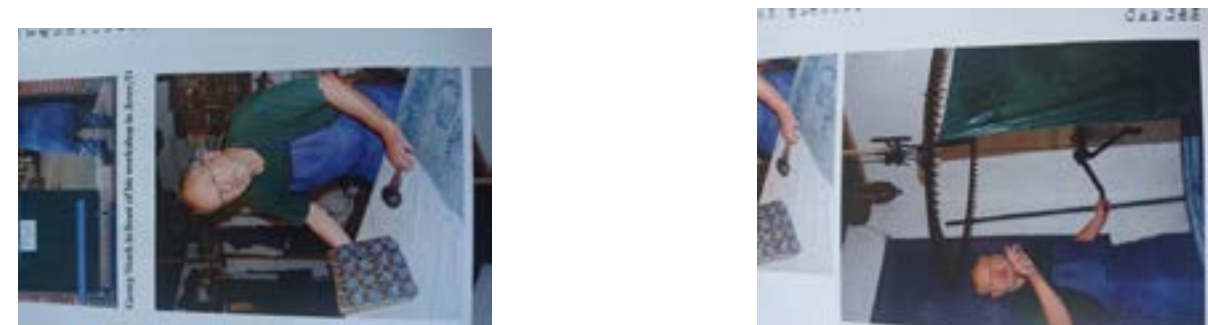
Фиг.13. *Indigofera tinctoria* - индиго



Фиг. 14. Сините текстили – *Blue print*



Фиг. 15. На посещение в работилницата на Георг Старк





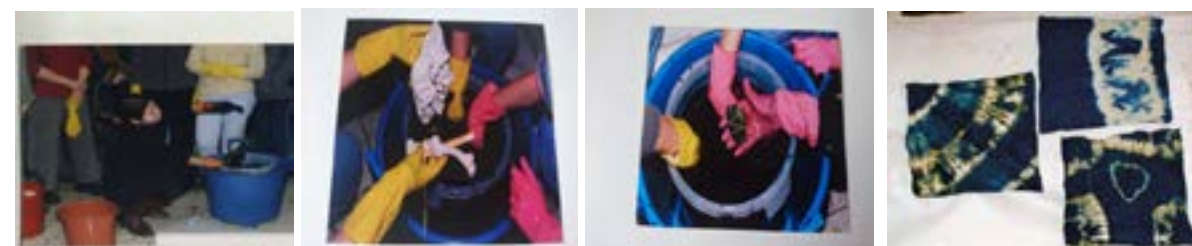
Фиг. 16. Работилницата на Жири Данзингер младши



Фиг. 17. Божигробската печатана синя престилка



Фиг. 18. Уъркшоп на Мисако Ямамото, НХА, Специалност Текстил, 2002



Фиг. 19. Уъркшоп на професор Шуджи Асада, НХА, Специалност Текстил, 2004



Фиг. 20. Уъркшоп на традиционен индонезийски батик, НХА,Текстил, 2006



Фиг. 21. 8-ми Международен шибори симпозиум, Хонг Конг, Китай, 2011/2012



Фиг. 22. Международен форум Индонезия, глобален дом на батика, Джакарта, 2011



Фиг. 23. 9-ти Международен шибори симпозиум, Ханджоу, Китай, 2014



СВЕТЛИННИ И ЦВЕТОВИ СРЕДСТВА, ИЗГРАЖДАЩИ ИМЕРСИВНИ СРЕДИ И СПЕКТАКЛИ

Розина Макавеева, Национална художествена академия, София

В съвременното визуално изкуство се налагат нови тематик и начини на представяне, провокирани не само от стремглавото развитие на технологиите, а и от динамиката на взаимоотношенията и социалните връзки между отделния индивид и общността. В рамките на няколко години тези взаимоотношения и открити интеракции придобиват нови измерения, диктувани основно и приоритетно от налагащите се свръхбързо електронни средства за комуникация и работа. Изкуството, особено визуалното, реагира и рефлектира на всички тези процеси и се движи успоредно с тях. И това е съвсем естествен процес. Човечеството търси всевъзможни начини и пътища към развитие и себеосъзнаване. В това търсене все повече се обръщаме към себе си и собствената си чувствителност към всичко заобикалящо ни.

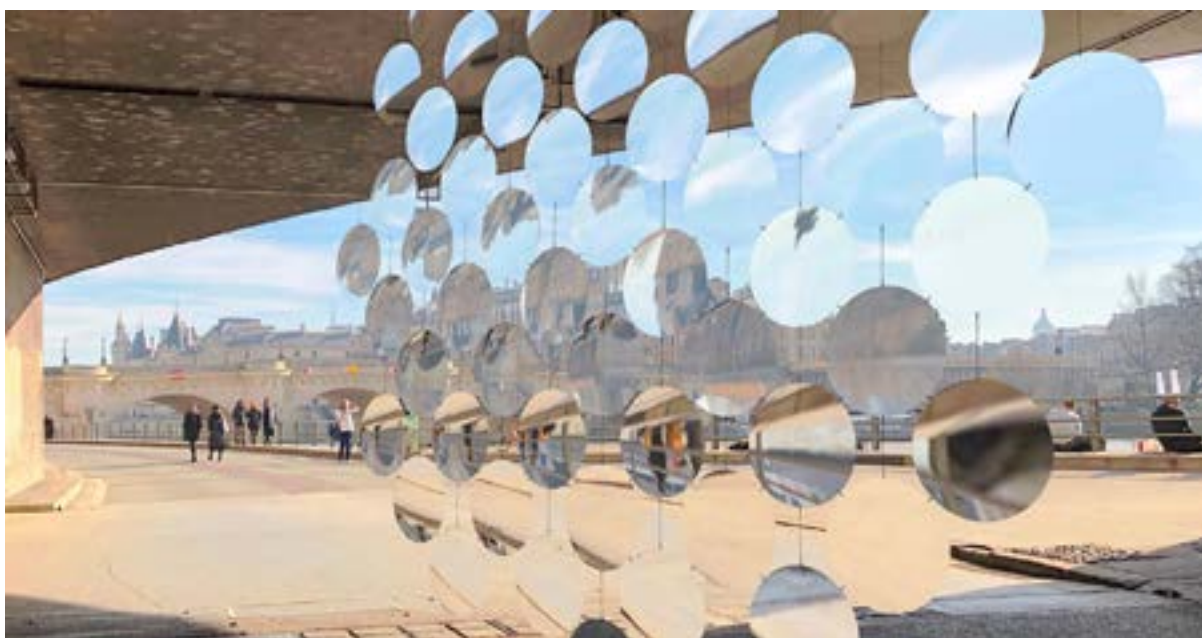
Взаимодействията между живата и неживата материя, внушенията, които едно произведение носи, също определянето на параметрите във физически и емоционален план са само част от акцентите и анализите, които се оформят в размислите за съвременното ни и обкръжаващата ни среда. Динамично и многопластово е взаимодействието между съвременни и архитипни кодове и визуални системи в разчитането на едно съвременно произведение на изкуството. Затова се налага да бъдат уточнени някои термини, които ще бъдат използвани по-долу в текста.

Immersive – имерсивен, имерсивна среда, триизмерно пространство, в което зрителя е потопен емоционално в друга реалност или измислен свят. Това са процеси и системи, които са разработвани като паралелносъществуващи и противопоставящи се на елементарния и първосигнален начин на възприятие. Те разчитат първо на собствени внушения и корелации, и после – неизбежната връзка или съпоставка с реалността на битието „навън“.

Environment – среда, в която едно произведение на изкуството може да съществува извън галерийното пространство. Тези среди обикновено създават контекст на произведението. Те го свързват или отделят от друго произведение или експозиция.

Site-specific art – произведение на изкуството, създавано за определено пространство, съобразено с контекста и съответните дадености. Сайт специфичните произведения могат да бъдат пренасяни и представяни в други среди и пространства, като в такива случаи биват адаптирани и реструктурирани, така че да не губят от замисъла си и концептуалната структура.

Авторите, които са разгледани в статията, работят с различни средства и много разнообразни посоки на съвременното визуално изкуство. Произведенията им се обединяват формално, свързвайки внушенията, които създават и отношението на зрителя към тях като въздействие. Друг важен свързващ отделните автори и произведения елемент е манипулирането с абстрактни и нефигуративни средства. Този подход е дълбоко заложен в работата на множество артистични проекти и автори. Абстрактните средства третираат проблеми свързани с композицията, формата, ритъма, светлината и имат способността да създават широка палитра от индивидуални и емоционални представи и преживявания.



Vincent Leroy Slow lenses, Paris, 2019

Винсент Лерой създава едромашабни оптични екстериорни калейдоскопични системи, които влизат в особено съзвучие със средата около тях. Композирани са от мобилни, оптични прозрачни елементи, които пречупват светлината като разсейвателни или концентриращи лещи. Мултиплицират образите зад тях и в повечето случаи ги обръщат. В зависимост от гледната точка на зрителя, образът се деформира и прекомпозира спрямо всеки друг елемент от пластичното изображение. Движението е бавно, понякога незабележимо. Създава се внушение за ефимерност и особена крехкост на всеки микрообраз, роден в пъзела на калейдоскопа. Пластиката навлиза в ритъма на природата, изследва нейната тишина, породена от липсата на вятър и съответно на динамика, или обратното – улавя трептенето на натурата. Работите на Винсент Лерой в екстериорни среди са определяни като енвайрънмент арт заради категоричното и същевременно абсолютно хармонично присъствие в извънгалериен контекст. Те допълват и променят пространствата, превръщайки ги в ефимерни, трептящи нови за кратко среди.



Друга творба на Винсент Лерой е **Sunrise installation** от 2018.

Sunrise installation е кинетична инсталация, изградена от припокриващи се прозрачни плоскости, които в цялостта си създават овална, почти кръгла форма. Тя се върти в забавено движение около оста си, разкривайки отделни, повече или по-малко прозрачни участъци от себе си. Чрез това забавено движение се променя и наситеността на формата и така зрителят може да улови различни оттенъци и плътности, които добре познава и свързва изгреви в природата. Плътността и тоналността се усилват в зоните с наслояващи се един пред друг елементи – в центъра на сферата. Към периферията цветът избледнява до жълто, а повърхностите стават все по – светли. Играта на светлината създава усещането, че материалността изчезва и остава само цвят. Обектът изгражда

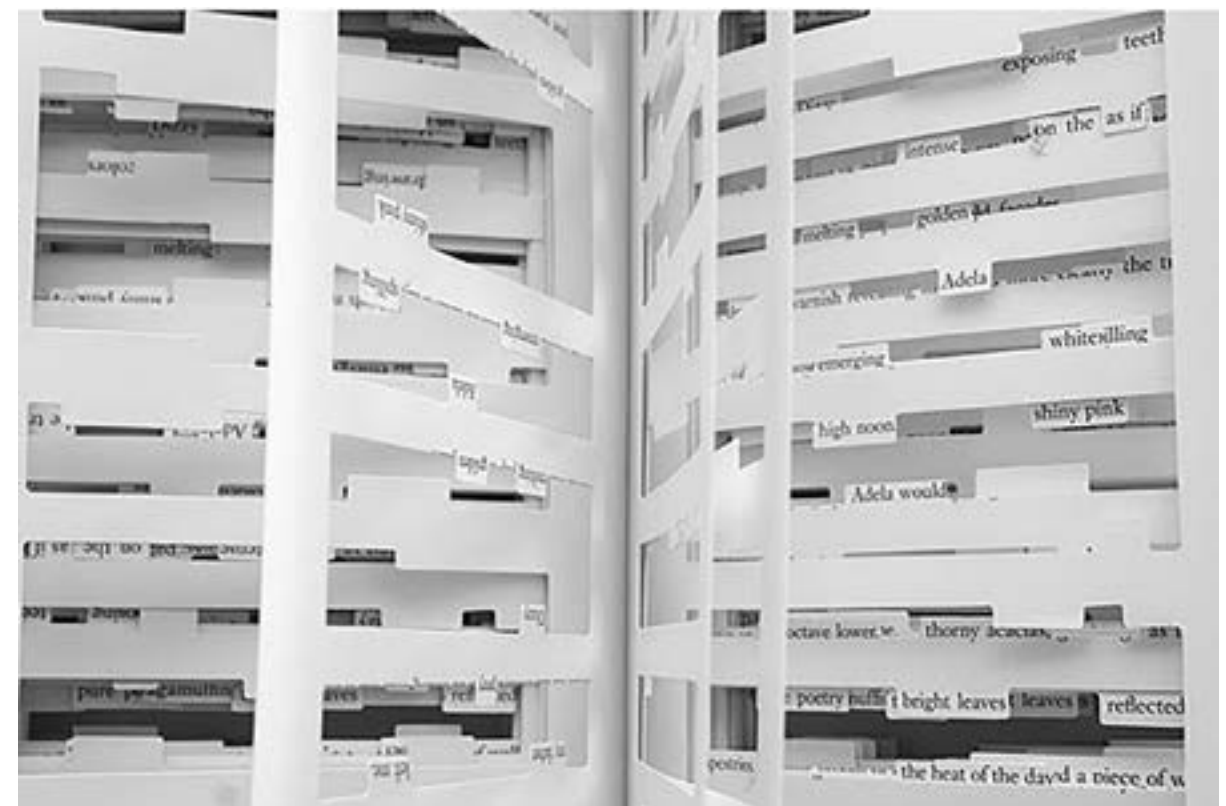
собствена вътрешна хармония и музикалност, трептенето и непрекъснатата промяна носят усещане за време, което тече и за непрестанно променящата се реалност. Сферата, въртяща се около оста си, носи внушения и прави преки връзки с изгряващото слънце, каквото е заглавието на инсталацията. Цветността е основното средство, а движението е другото, усещането е хипнотично. Пластиката е показвана в затворени, гладки и светли помещения, като въртейки се плоскостите деликатно рефлексират и оцветяват цялото пространство, движейки се променят и полупрозрачните сенки, образувани от наслаждащите се елементи. Залата се изпълва с цвят и светлина, а зрителят е потопен в тази бавно променяща се светлинна среда.

Гледайки инсталацията се отделяме от идеята за наподобителност, посланието е индиректно, а синтезът на средствата създава знак и артикулира по особен език със зрителското възприятие.



С творбата си инсталация **Thicket** от 2016 израелската авторка **Мая Дуниец**, приканва зрителя да се потопи в пространство, създадено чрез звук и светлина. Представява аморфна, ажурна форма, навесена ниско над залата. Прилича на облак, а материалността и ефемерността му е създадена от десетки хиляди бели малки слушалки, преплетени помежду си. Звукът, който тече от тях измества пространството и изменя динамиката му. Докато се движим из залата акустиката на творбата оживява, вълните и трептенията отекват по различен начин с изменение на позицията на зрителя. Условно тя е разделена на две части – под и над облака. Зрителят има възможност да се движи свободно около нея и изкачвайки се на второто архитектурно ниво, да погледне всичко отгоре и от дистанция. В долната част на инсталацията усещането за обгръщане и по-

тапяне е осезателно силно и заради особената партитура на светлината – самият обект е осветен от горе с множество разнопосочни, косо падащи източници, които създават красив и многопластов рисунък на гъсто преплитащите се сенки на слушалките. Звукът, наподобяващ природни звуци и шумове, е всъщност софтуерно генериран електронен и е нахсан, модулиран и дефрагментиран от стотиците слушалки, през които излиза. Инсталацията е изключително въздействаща с интуитивно – сетивния си характер. По отношение на времетраенето, тя няма ясно установени параметри и това, което я определя са само емоционалните нагласи на публиката.



Джонатан Сафран Фоер е писател, който създава една от творбите си като изрязва чисто механично цели фрагменти, а на места – само отделни думи от вече съществуваща книга, озаглавявана „Улицата на крокодилите“, с автор Бруно Шулиц. Изрязва включително и заглавната страница, като така променя и самото заглавие на произведението и то вече е: „Дърво от кодове“, 2010. Създава съвсем нова „книга“, която не е във връзка с досегашната стандартна печатна работа. Тя променя смисъла на текста като наративна форма, деконструира книгата като такава и насочва към съвсем нов и различен жанр, който прескача границата на литературата, тъй като има вече съвсем нов визуално – пластичен характер на възприемане. Формата и съдържанието на книгата – артобект, са в особен диалог. Тя може да бъде разчитана и разглеждана по безброй различни начини и смислите в нея да бъдат интерпретирани по различни начини.



„Дърво от кодове“ става основа и вдъхновение за друго сценично произведение – продукт на танцовия театър със силно подчертани черти на визуален театър. „Дърво от кодове“, от 2015 е балет, колабориращ на лабораторен принцип Уейн Макгрегър – хореограф и режисьор, Джейми ХХ – композитор, и Олафур Елиассон – визуален артист. Премиерата на спектакъла е през 2015 в Опера хаус Манчестър.

Спектакълът е построен като балетно произведение, съчетаващо пластичните елементи от класически и модерен танц. Звуково и визуално зрителят е потопен в една особено

зрелищна флуидна, внушителна като мащаб среда. Сценографското решение включва огромни рефлектиращи полупрозрачни екрани и сценични завеси, които се движат и променят геометрията на пространството. Кинетичните конструкции отразяват и мултиплицират движенията на танцьорите като ги променят по отношение на наслоените образи и каледоскопичността на мизансцена. Фигурата на танцьора се дематериализира, а зрителят се обърква във възприятието за действителен и физически образ. Музиката на спектакъла, на Jamie XX, е създадена чрез алгоритъм, отразяващ пространствата между изрязаните думи и конфигурациите, образуващи се в отделните страници на книгата – обект на Джонатан Сафран Фоер. Тя има психиделичен характер, мултиинструментална и в отделните части - силно динамична. Внушението, емоцията и възприятието са подведени да търсят и предефинират във всеки един момент кой от компонентите на спектакъла е реален, кой е отражение или имагинерно изображение. Хореографията, на Уейн Макгрегър, поставя танцьорите в силно динамизирано пространство по начин, по който те да създават особени фигури и пластични елементи на сцената, като на моменти зрителят ги възприема като тотално дематериализирани плътности, тъй като те се отразяват в полупрозрачните плоскости. Играта на танцьорите зад части от декора, се превръща в отделна деконструирана картина, пречупваща се на колажен принцип. Отделните елементи на спектакъла създават един особен и внушителен разказ.

Потопянето в дадено произведение и увличането на зрителя, чрез въздействието върху няколко от сетивата му, носи на публиката особено пълно усещане за произведението като част от живота. Краткотрайното преживяване при среща с изкуството е изключително важно и може да има пречистваща функция. А средствата и наративите често изключват фигуративното, класическия разказ или литературата. Понятията и кодовете, създавани чрез съзнателното избягване на класически и чисти форми дава възможност на възприемащия изкуството да избира във всеки един момент индивидуално, сетивно – рационално или последователно своите „отрязъци“ от произведението. Да остава „вътре“ или да наблюдава от страни изкуството.

АНТРОПОЛОГИЧНИ ФАКТОРИ В РАЗВИТИЕТО НА ИЗКУСТВОТО И ДИЗАЙНА

Радослав Мъглов, Национална Художествена Академия, София

Човешкото тяло, сведено до схема или само по себе си, винаги е било отправна точка за развитие на утилитарни парадигми, на естетическо-функционални отношения на индивида сам към себе си а също така и като социален жест. Отчетливи доказателства за еволюционно-биологична трансформация на човешкото тяло, през исторически обозримия цивилизационен контекст - липсват, което *de facto* ограничава изследването на естетически явления по отношение на човешкото тяло до антропологични социално-културни фактори. Индивидуализирането на човешкото тяло чрез телесни модификации и атрибути (под най-различна форма) е един от най-древните модуси за социална идентификация, което търпи своето развитие, но е все така актуално в съвременното общество.

В настоящия текст, ще се опитам да направя кратък обзор на настоящи и бъдещи антропологични явления и фактори в развитието на изкуството и дизайна, също така този текст ще засегне и естетическите явления свързани с функционалното взаимодействие на факторите човешкото тяло - индивид - общество. Човешкото тяло винаги е било доминантно в ролята на мерителна величина по отношение на дизайна, на практика дизайна като естетическо явление, е функция на човешкото тяло, в пръстен, дреха, смартфон, самолет, стадион... тялото присъства като основна величина в цялост или в своите части и пропорции, то може да бъде разчетено като сингуларна величина във структурната формула на всеки един дизайнерски продукт, притежаващ практическа (утилитарна) функция в най-пряк смисъл.

Един дизайнерски продукт, бидейки сетивно комуникиран (визуално, тактилно и др.), предоставя възможност същият този, да придобие идиосинкретични социални функции, да бъде инструмент за идентификация а дори и за структурно позициониране по отношение на обществото. Въпросната идиосинкретична характеристика, която един дизайнерски продукт може да притежава, е и основната част от социалната добавена стойност на подобен продукт, този феномен притежава огромна социална и икономическа сила. Примери за това са всеизвестни брандове и техни продукти, но е важно да се отбележи, че степента на влияние в социален мащаб, която един дизайнерски продукт може да притежава е функция от корелацията на технологична иновация и дизайн.

Тялото - дизайнерски обект

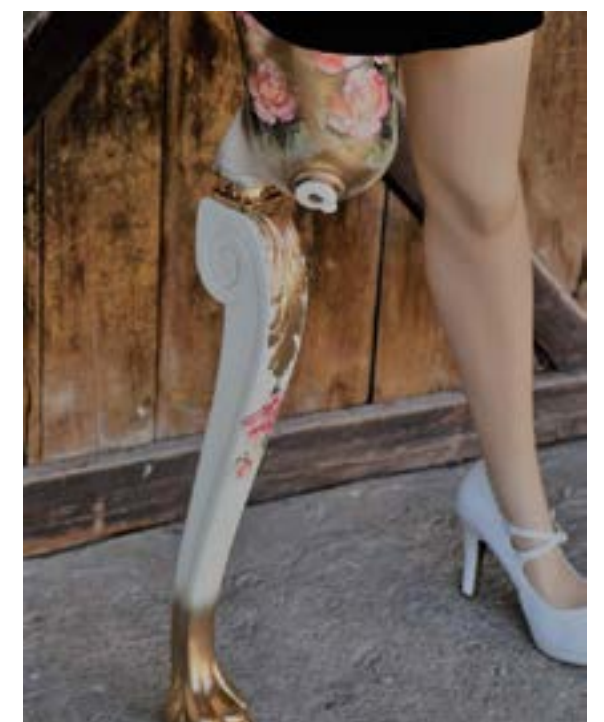
Примерите за подобен вид естетическа комуникация са неизброими, затова аз бих искал да акцентирам на няколко явления които имат по-специфичен характер на комуникация и особен вид естетизиране. Тези примери са изключително интересни, защото са в най-директна (интимна) връзка с тялото по принцип или индивидуалното тяло. Тази близост и дори пенетрация на тези естетически интервенции или атрибути и тялото, са в специфичен по функционалност и взаимодействие с човешко тяло концепт. Подобни намеси се позиционират върху размитата граница между естетически продукт и социален жест, като най-често са съпътствани с необратими телесни трансформации и тази им характеристика ги разграничава от темпоралния характер на дрехата и бижутото, в най-общ смисъл.

Такива естетически телесни модификации се случват под формата на пластични операции, пиярсинг, татуировка, протезиране и други. Подобно взаимодействие има дълбоки исторически корени, като може да се даде за пример традиционните за някои общности, удължения на врата с метални пръстени, Каян в Мианмар и племената Ндебеле в Африка.



В Музея за история на медицината в Париж, има артефакти от късното средновековие, примери за естетизирането на протезите в степен която е категорично отвъд функционалната характеристика на протезата (например да замести крайник),

това естетизиране - дизайн на протезата и поддържащи телесни приспособления са свидетелство за отношението към тези приспособления, които вече се превръщат в дизайнерски обект, който е носител на индивидуалистична характеристика на своя притежател.



Снимки: личен архив

Еквивалентното явление от нашето съвремие е отличително с индивидуализма на подобни естетически намеси и рафинираната категоричност на социалния жест който става все по-доминиращ.

Идеите за равенство и разграничение от дискриминационни практики, които се материализират във все по-голяма степен под формата на политики на световно ниво, действат каталитично на дизайна свързан с телесната другост на индивида спрямо категорията “човешко тяло”, стремежа към преодоляването на социалната сегрегация при хора с телесни специфики се проявява чрез естетизиране на протезата.

“Моден ъпгрейд, а не ортопедично устройство” - дизайнер на протези¹



Нийл Харбисън, чрез *elmundo.es*

Естетическата рамка на постхуманизма² е мястото за обществен дебат върху не-антропоцентричен поглед към телесното, това е и пространство за по-нататъшно

¹ „A fashion upgrade, not an orthopedic device - Pinterest.“ <https://www.pinterest.es/pin/627126316851382381/>. Accessed 2 Nov. 2021.

² „Постхуманизъм.“ <https://bg.hrvwiki.net/wiki/Posthumanism>. Accessed 2 Nov. 2021.

изследване на тези въпроси. Работейки не само с визуалното, но и с биологичното и механичното, художниците и дизайнерите използват научни постижения в своето изкуство, но и предприемат нови форми на авто-соматични експерименти. Нийл Харбисън, титулуван като първият киборг-художник, вярва, че хората трябва да използват технология, за да подобрят или умножат сетивата си. Роден с дисхроматопсия (цветна слепота), той има имплантирано в черепа си протезно устройство (камера), което има за цел да транспонира цветове в звуци и по този начин да допълва визуалното възприятие на художника - да чуе цветовете (реално визуалната информация не се променя). Той вярва че бъдещето принадлежи на киборгите, бъдеще, в което хората са освободени от обусловеността на естествената (биологична) конструкцията на тялото. Начинът, по който тези художници и дизайнери интегрират технологията в човешкото тяло, дават повод да се мисли за постхуманистична субективност. Тези художници и дизайнери, през един формалистичен подход, използвайки технологията провокират конвенционалната рамка на човешкото тяло, разтваряйки границите между технология и *себе си*.

Превръщането на атрибут, чиято функционална характеристика най-често се ограничава до заместване на телесна функция и симулативен телесен интегритет, в атрибут който носи индивидуалност чрез естетически цели и характеристики, създава нова среда на социално взаимодействие между носителя на атрибута и социалния контекст.

Трансхуманизъм³ и край на антропоцентризма⁴

Би могло да се каже, че в последните десетилетия се разтваря еволюционна пропаст в съвременния човек, която е между неговото биологично тяло и съвременните технологии. Следствие от технологичния напредък е възможността биологичното тяло да бъде манипулирано и подоброено за да отговори на перспективата за неговото ново статукво спрямо технологичния прогрес. Темповете на естествена еволюция не могат да задоволят нуждата от синергичност на съвременния хомо сапиенс и технологиите. Дигитално-технологичната революция от последните години, която се развива в експоненциален ръст, дава възможност да се формират нови философски и културни концепти като Трансхуманизъм, успоредно с материализирането на футуристични и научно-фантастични идеи от близкото минало за човек-киборг⁵. Стремежа към биологично и технологично усъвършенстване на човека води до феномена човек-киборг или Трансчовек. Идеята зад Трансхуманизма разглежда човешкото тяло като рудиментарна форма, идея за преодоляване на еволюционния вакуум, за хибридно същество с по-

³ „Трансхуманизъм - Уикипедия.“ <https://bg.wikipedia.org/wiki/Трансхуманизъм>. Accessed 23 Oct. 2021.

⁴ „Антропоцентризм - Уикипедия.“ <https://bg.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%BE%D1%86%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%80%D0%B8%D0%B7%D1%8A%D0%BC>. Accessed 23 Oct. 2021.

⁵ „Cyborg - Wikipedia.“ <https://en.wikipedia.org/wiki/Cyborg>. Accessed 23 Oct. 2021.

мощни интелектуални и физически способности. Перспективата за Трансчовек, е въпрос който засяга обществената сфера и е предизвикателство от гледна точка на био-етиката. Това е *мястото*, където обществото, науката и нови течения в изкуството и дизайна обективизират човешкото тяло, където тялото не се разглежда като крайно (сингулярно), тялото което се разделя със своята *естествена* еволюционно утаена аура, тяло което се кодифицира, в стремежа да прекъсне биологичната си обусловеност, тяло, което се разглежда през представката „пост“ или “транс”.

Примерите за подобни подобрения вече не са един и два, и се проявяват чрез биотехнологични модификации целящи преодоляване или придобиване на естетически или био-механични характеристики. В частта от тези примери, когато се касае до естетически апроприации, можем да говорим за тела, които са дизайнерски продукт, тяло-дизайнерски обект, който е резултат от естетически подход упражнен върху тялото, и в случая става въпрос за употребата на тялото като инструмент за постигане на дизайнерски продукт. Едни от методите за постигане на тяло-дизайнерски продукт е чрез въвеждане на импланти, транспланти, екзоскелети и друг вид телесни интервенции, които се възприемат като рационално отношение на индивида към собственото си тяло.

Един добър пример за телесна деформация със естетически характеристики е работата на Аркадио Стеларк, австралийски перформанс артист, известен с интегрирането на биотехнологични методи в своята работа, чрез които най-често манипулира своето тяло.



Стеларк предполага, че сме достигнали еволюционна крайна точка, където следващият логически етап на адаптация е механиката на органичното усвояване. В “Протезиране, роботика и отдалечено съществуване: постреволюционни стратегии” той пише: „Вече не става въпрос за увековечаване на човешкия вид чрез възпроизвеждане, а за подобряване на индивида чрез редизайн. Това, което е важно, вече не е сексуалният контакт между мъже и жени, а интерфейсът човек-машина. Тялото е остаряло.”⁶ Той разглежда човешкото тяло като обект (поле) за самоязява, за *пространство* в което да развива своите художествени идеи. Той разглежда тялото (си) от формална гледна точка, обект за редизайн и усъвършенстване: „(тялото) не може да се справи с количеството, сложността и качеството на натрупаната информация... то е *уплашено* от прецизността, скоростта и мощта на технологиите и е биологично неподготвено да се справи с една нова извънземна среда. Тялото не е нито много ефективна, нито много издръжлива структура. Често се поврежда и бързо се уморява; ефективността му се определя от възрастта му.”⁷



⁶ „Prosthetics, Robotics and Remote Existence: Postevolutionary ... - jstor.“ <https://www.jstor.org/stable/1575667>. Accessed 2 Nov. 2021.

⁷ „EARLIER TEXTS - STELARC.“ <http://stelarc.org/?catID=20317>. Accessed 1 Nov. 2021.

В своите проекти той използва най-различни роботизирани протези и удължения на крайниците си, високотехнологични приклатъци, които са по-скоро волеизлияние на визията си за усъвършенствано тяло, не точно човешко а хибрид между тяло и технология. Визията за човек-киборг е водеща в неговите футуристични проекти, телесната намеса няма реално практическа характеристика (имплантираното в ръката му ухо не чува), а има основно естетическа функция и илюстрира фактически социална позиция и визионерство.

Тези примери са най-интересни от гледна точка на артистичения подход към тялото, защото онагледяват съществуваща степен на обектификация и формализация на отношението към тялото, но могат да бъдат определени по-скоро като намерение през визуална възхвала на технологията, непохватна илюстрация и прозаична гротеска на идеята за *techno sapiens*. Синергията на тяло и технология в артистичен продукт е все още фикция, на нивото на достъпната технология, и може само да регистрира социален жест без да може да се възприеме като дълбочинен естетически резултат воден от артистична идея, а по скоро като акт на техно - поклонничество, които биха могли да се вместят в определението - артефакти от първобитно изкуство на прото-Трансчовек.

Може би най-радикален от всички подходи за моделиране на тялото е свързан с редизайн на друго човешко същество, а именно чрез манипулиране на ДНК. Примери за подобни експерименти с реален резултат има вече няколко, като манипулиране на функционални параметри на гена могат да бъдат приложени както по отношение на органна функция така и изцяло спрямо естетически изисквания. Тези манипулации се случват именно чрез известния CRISPR⁸ метод за избирателно редактиране на човешка ДНК. Тук ще дам пример, който няма пряко отношение към естетическите характеристики на тялото, но може би е единствения официално обявен за осъществена генна манипулация при човек, и има за цел да илюстрира реалното приложение на технологията. През 2016 г. Джон Занг д.м. успешно успява да създаде генно модифицирано бебе с генетичен материал от трима родители (две майки и един баща).



Д-р Джон Занг с първото генно модифицирано бебе

Доколко това може да се вмести в конвенционалното значение на термина “дизайн” е въпрос на тълкуване, но при подходяща правна рамка, технологичната възможност за създаване на хора, които са дизайнерски продукт е налична, друг е въпроса за моралния аспект на подобен акт, но това не е тема на настоящият текст.

Аватар⁹ - дигитална идентичност

Стремежът към модифициране (моделиране, дизайн) на тялото, което в екстремна степен може да се възприеме като освобождаване от характеристиките на биологичното тяло, има своето проявление в максимална степен и пълнота, чрез средствата на дигитализация. Навярно за някои това все още може да звучи утопично, но има достатъчно примери през последните повече от десет години, в които биологична и дигитална идентичност в голяма степен присъстват успоредно в даден индивид, има много примери и за размиване на границата между двете идентичности и самоидентификация през дигиталната такава. Игри-симулатори, или “виртуална реалност”, или друга разновидност генеративна симулативна среда, тези медии предоставят среда за развитие на алтернативна, “дигитална” идентичност, която на компютърен жаргон се нарича аватар. В киберпространството аватарът е антропоморфен образ, виртуално присъствие, способно да навигира в дигитално пространство. Аватарът не притежава субективност а е гостоприемник на алтернативната идентичност на индивида, сам по себе си не притежава идентичност, а по-скоро придобива такава (или няколко), той се дефинира

⁸ „CRISPR - Wikipedia.“ <https://en.wikipedia.org/wiki/CRISPR>. Accessed 23 Oct. 2021.

⁹ „Avatar (computing) - Wikipedia.“ [https://en.wikipedia.org/wiki/Avatar_\(computing\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Avatar_(computing)). Accessed 23 Oct. 2021.

спрямо желанията на индивида, а не от това какво е.



Уанг Чен: Видеокадър от „Utopia Process“, едноканално видео, 5 минути, 2018 г. (Авторски права © Wang Chen, 2018)

Аватар се появява в изкуство и дизайна, когато дигиталната среда достига до момент, в който успява да предложи алтернатива на усещането за себе си и комуникационен канал за двупосочен обмен, тогава „тялото се превръща в аватар, присъствие отвъд или под прага на идентичността“.¹⁰ В този смисъл, Аватарът е дигиталната обвивка, кожа на виртуална идентичност. Виртуалната среда предлага възможност за придобиване на идентичност без зависимост от биологичните характеристики на индивида, което я прави благоприятна за изграждане на алтернативна, в някои случаи „дизайнерска“ идентичност. Ежедневно преживяване в съвременната визуално наситена социално-културна среда, е сблъсък с превъплъщения на физически в имажинерни тела и идентичности. Дигиталната идентичност не се съобразява с реалността, един индивид може да притежава няколко такива и същевременно дадена дигитална идентичност може да бъде и обект на дизайнерски търсения. Най-директният пример за това са компютърните игри, дигитални изкуства и всякакви други разновидности на софтуер, който предлага виртуална среда за комуникация. Виртуалната среда на игри и онлайн общности, които по същност представляват имажинерни светове и са паралелна на физическата действителност, е все по-често припозната от визуални артисти и дизайнери като поле за изява, където да обработват и създават образи, които обладават елементи

¹⁰ „Navigating the New Terrain: Art, Avatars, and the Contemporary“ <https://www.artforum.com/print/200506/navigating-the-new-terrain-art-avatars-and-the-contemporary-mediandscape-9005>. Accessed 2 Nov. 2021.

от желаната от тях идентичност. Мултимедийните артистични перформанси са формат на визуалното изкуство, в който се наблюдават тенденции на въплъщение във виртуална идентичност. Успоредното присъствие на физически и виртуални тела в едно и също артистично пространство се осъществява посредством дигитални образи- аватари, визуализирани чрез екрани, проектори или в среда с добавена реалност. Технологиите за виртуална реалност предоставят възможност за още по-голяма автономност от реалния свят в триизмерна среда, холограми, среда освободена от проекционната равнина, неограничена от възможност за движение във виртуалното пространство. Посредством технологични атрибути, сензитивността, като начин за възприемане и комуникация, е манипулирана в почти всички направления, като визуално и аудио възприятие, също така има налична технология за пресъздаване на тактилни усещания и телесна моторика. Разработките в тази посока стигат дори още по-далеч с проучвания в посока на директно контролиране на входящата информация през зрителния нерв и другите органи на възприятие в зоната на непосредствен контакт с мозъка. Най-често, усилието за създаване на виртуална среда и идентичност, работи през концепта за максимално наподобяване на емпиричния опит за реалността. По този начин се цели да се елиминира максимално способността да индивида да се саморазграничи от виртуалната идентичност на първично ниво на възприятие. Генерираните идентичности, които проявяват способността да имат „сетива“ и „емоции“ или изглеждат включени в когнитивните процеси, са склонни да се възприемат по-лесно като антропоморфни. Може да се твърди, че идентифицирането на зрителя с аватара е до голяма степен свързано с достоверно пресъздаване на движенията и намеренията на потребителя от самия аватар. Виртуалното въплъщение през аватар е полиморфно и така може да приеме всякаква форма, която може да бъде трансформирана, за да пресъздаде редица идентичности и състояния, осезаема информация, която носи следи от личността и човешкото съществуване. Аватарите са вид дигитална инкарнация на цялостното сензорно присъствие на индивид в отдалечена среда.

В контекста на изкуството и дизайна появата на аватари може да се разглежда, като следствие-отговор на фрагментираните политически пиетети към идентичността (социална, пола), същевременно обладава изкушаващата аура на новата медия, което може да крие риск от профанизиране на съществени социални и артистични процеси, но въпреки това „потенциалът на аватара е значителен: чрез инжектиране на мощна съставка на фантазията в оформянето на идентичността (квази-митични герои), аватарът прави възможна въображаема/реална подвижност, която физическото присъствие на художника в сайт-специфик изкуството (като най-близка алтернатива на виртуалната среда), едва ли би могло да позволи...Аватарът е *организъм*, който се реорганизира или надминава себе си, за да следва траектории, недостъпни за същество, обременено с физическо присъствие.“¹¹

¹¹ „Navigating the New Terrain: Art, Avatars, and the Contemporary“ <https://www.artforum.com/print/200506/navigating-the-new-terrain-art-avatars-and-the-contemporary-mediandscape-9005>. Accessed 2 Nov. 2021.



Кадър от видео инсталацията „Портрети в пейзаж“, Карла Ганис, 2018

Създаването на аватар предполага дизайнерски подход и е поле за артистична изява, има десетилетна история на опита в създаването на дигитален образ и може да се каже, че виртуалната е най-динамичната среда за развитие на дизайна в различните му форми и приложения.

По този начин завършвам този обзор на някои ключови социални явления от антропологичен характер, които имат пряка връзка с дизайна или методите на дизайна са приложени по един или друг начин към феномени с антропологични характеристики. Темата не е изчерпана и целта на този текст е да прояви някои от тези социални феномени в тяхната взаимосвързаност, също така това е и опит за класификация и спецификация на отделните феномени, които имат естетически характер и при които отправна точка е индивидуалното човешко тяло. Проблема се разполага в гранична зона на определения, а това го прави и интересен за изследване, но именно поради факта че при всеки от тези феномени, колкото и да е индивидуално, отношението към тялото неизбежно се свежда в една или друга степен до формално отношение, то се възприема като обект за моделиране (формотворство), средство за постигане на идентичност или търсенето е изцяло в негови алтернативи и заместители, При всички тези подходи има естетически елемент, който поради спецификата на такова търсене има формален характер и може да се разглежда като дизайн.

НАУЧНА КОНФЕРЕНЦИЯ
„ДИЗАЙН & ПРИЛОЖНИ ИЗКУСТВА“ 2021

Национална художествена академия, София,

ноември 2021

РЕЦЕНЗИЯ

проф. д-р Маня Вапцарова

Проведената през месец октомври 2021 научна конференция, организирана от Факултета за приложни изкуства на Национална художествена академия, продължава добрата традиция, създадена през годините за организиране на специализиран изследователски форум по проблемите на приложните изкуства и дизайна. В настоящото издание участват със свои научни разработки преподаватели и докторанти от НХА и други висши учебни заведения в страната. Спецификата на научното направление, белязана от широко застъпления практически аспект на работата на авторите, повечето от които са активно практикуващи художници, обуславя богатото разнообразие от теми в представените научни доклади. В конференцията присъстват проучвания с исторически анализи, текстове, посветени на кръгли годишнини на академични специалности и програми, както и множество изследвания, проблематизиращи актуални явления, тенденции и посоки в културния контекст на съвременното динамично развитие на технологичното общество. Повечето от проучванията са подкрепени с богат и интересен визуален материал, включващ илюстрации, схеми и видеоматериали.

Дизайнът и приложните изкуства присъстват по различен начин в проблематиката на проучванията, засягайки професионалните практики, образователно – педагогичните подходи, гледната точка на възприемащия зрител, методите и идеите на действащия художник, институционализирането на изкуството, тенденции в развитието и ролята на дизайна.

Историографските проучвания са фокусирани върху конкретни специфични теми и проблеми, насочени към по-кратки или по-обширни времеви периоди, даващи възможност за сравнения, систематизиране и формулиране на обобщаващи заключения.

Анализите, свързани с по-глобални проблеми, принципи и тенденции, засягащи социалната роля на изкуството и дизайна, очертават широка естетическа рамка, в която се

вписват предизвикателствата пред творците в процеса на проектиране и реализиране на авторските идеи, както и идеи и перспективи за развитие на съвременните дизайнерски и артистични практики.

Част от изследванията разглеждат специфични проблеми, свързани с подпомагането и усъвършенстването на учебния процес при децата, като някои от тях са насочени към анализ на дизайна на образователни игри в дигитална среда, а други – към проблеми, свързани с адаптиране на кирилицата чрез конкретно шрифтово оформление, подпомагащо процеса на четене при хора с дислексия.

Друга група изследвания са фокусирани върху конкретни технически изобразителни или проектантски подходи, свързани с изследване на технологични творчески процеси или прилагането и усъвършенстването на иновативни материали, технически и изобразителни средства.

В научната конференция присъстват и текстове, в които чрез дескриптивен подход са анализирани естетическите проблеми в творчеството на конкретни автори, създаващи интерактивни инсталации, потапящи зрителя среди и др., или прилагането на калиграфска естетика при дизайн на предмети и обекти с приложение в архитектурата, киното и модата. Интерес представлява анализът на международен проект, обвързващ изкуство и наука, в който математиката е интегрирана в създаването на произведения на визуалното изкуство и архитектурата.

Изследванията, анализиращи все по-смелото прекрачване на границите между действителността и виртуалната реалност, технологии като блокчейн, криптографско кодиране, създаването, разпространението и колекционирането на VR произведения, 3D модели, дигитални идентичности, поставят въпросите за изкривяването на възприятието за действителността, прогнозираят опасностите, криещи се в обръкването между вътрешна и външна реалност, но и дават отговор чрез търсенето на баланс между реалното и виртуалното. Границите между човек и технология се проблематизират и чрез антропологичните фактори в развитието на изкуството и дизайна.

Обмяната на нови идеи, анализи, систематизирането на научни факти и възможността актуалните проблеми, творчески и естетически въпроси да бъдат поставени и дискутирани от участниците в конференцията е особено ценен факт, даващ възможност на студенти, докторанти и преподаватели от различни специалности да се обогатят взаимно чрез тази форма на научно общуване.

Всички публикации притежават научни качества, съдържат задълбочени анализи и обобщения, осъществяващи ценен принос в областта на теорията и практиката на проектирането, дизайна, приложните и изящни изкуства, образованието и културните процеси в обществото.

Информацията, представена на научната конференция има потенциал не само да бъде основа на бъдещи проучвания, но и да бъде вдъхновяваща и полезна на студенти, докторанти и преподаватели а също и на по-широк кръг специалисти в областта на изкуствознанието, критиката, визуалните изкуства и дизайна.