

Красимира Друмева¹

СТИЛОВЕ И ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИЕТО НА ТЕАТРАЛНИЯ ПЛАКАТ

Krasimira Drumeva

STYLES AND TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE THEATRICAL POSTER

Abstract: The art of the theatrical poster goes through its genesis of growth and cataclysm, rise and fall, admirations and rejections. It is inextricably related to all conventions and style searches. It combines both fine as well as applied arts in a symbiosis in order to extract the most synthetic and understandable artistic image. Due to this feature the poster is interpreted as a contemporary form of artistic manifestation. ‘Contemporary’ because the peculiarities of the genre place it always in the street, in public buildings and wherever the flow of people is large. In this context, from its very occurrence, it considers itself an integral part of visual communication in the urban environment. It is both created and exists not only to express a particular theatrical performance, but also to interpret the spirit and messages of its time. The artist uses a wide range of means of expression in order to attract the attention of the audience and to reveal in the most synthesized form the plot of the stage work. It is characterized by synthetic, artistic and dramatic expression. The same has powerful means of communication and thus it should be used for valuable purposes. The aim of the artists of today is step by step to rehabilitate the positions of the poster as a means of visual communication. The free-minded works in the genre are enriched with a message, emotion and uniqueness. Its expressive power is charged with the mission to aesthetize the urban environment in order to raise the mass culture to a better level.

Keywords: *theater poster; graphic design; visual communication.*

Театралният плакат е съвременна форма на изобразително изкуство, което интерпретира духа и посланията на драматургично представление. Въпреки че е базиран на конкретно сценично произведение е самостоятелна художествена творба. Художникът използва широка палитра от изразни средства, за да привлече вниманието на аудиторията и разкрие в най-синтезиран вид фабулата на сценичната постановка. Характеризира се със синтетичност, артистичност и драматичност в изказа.

Изкуството на театралният плакат преминава през своя генезис на съзряване и катаклизми, възход и упадък, адмирации и отхвърляне. Неразривно свързан е с всички конвенции и стилови търсения. То съчетава както изящните така и приложните изкуства в симбиоза, за да извлече най-синтетичния и разбираем художествен образ. Поради тази характеристика на плаката ще бъде разглеждан като съвременна форма на артистична изява. „Съвременна“, защото спецификата на жанра го позиционира винаги на улицата, в обществени сгради, навсякъде където потокът от хора е голям. В този контекст още със самото си възникване се изживява като неразривна част от визуалната комуникация в градската среда. Използвайки ударно своя лаконичен език винаги е бил в крак със своето съвремие.

¹ drumevika@abv.bg

Сред първите плакати заели важно място, като елемент в масовата култура са именно театралните. Те поставят основите за появата и съзряването на всички останали жанрове. Изначално са се тиражирали посредством техниката на гравюрата, защото тя е била основно средство за печат. С разпространението на печатарската технология настъпва преломна технологична революция, която дава силен тласък в развитието на типографията и плаката.

Сред пионерите в изкуството на плаката е Жул Шере. През 1886 г. в Париж основава първото ателие за графика и печат. Той значително опростява технологичния процес за цветна литография и създава нов художествен стил. В своята работа той налага и основните принципи на съвременния плакат, базирани на атрактивността, чрез използване на контраста от ярки цветове и съчетаването на изображение и текст. Шере създава хиляди произведения, които представят редица представления и изложби. В периода 1896 – 1900 г. той публикува колекция от най-добрите плакати на парижки художници в умален формат. Серията има голям успех и привлича много почитатели.

След много трансформации на графичния дизайн през XIX век се появява стила Арт Нуво. Той е фундаментален етап на развитие, защото поставя разбирането за плаката на нова философска основа. Възниква през 1895 г. в Париж, наричан мост между миналото и бъдещето в изкуството и съответно плаката. До този момент художниците използват стари и тривиални подходи в оформлението. Заоблените форми, популярни в отминалия стил барок, се трансформират в органични фигури. Характерно за Арт Нуво е следването на култа към индивидуалното начало, където ръчното производство се съвместява с индустрията. Забележима е пълната липса на пространство и дълбочина в произведенията, достигайки до абсолютна декоративност от плътни цветове. Обемът е третиран съвсем условно и липсва осезаем източник на светлина. Акцентираща се върху единството на формите и синтеза на цялото. С това новаторския стил се противопоставя на академичните конвенции, следвани инертно десетилетия наред. Основна цел на тези търсения е интеграцията и естетизиране на всички обекти от обкръжаващата среда на човека в единен комуникационен организъм. Тези възгледи оказват особено силно влияние върху плакатното изкуство, където са и големите постижения на Тулуз Лотрек, Алфонс Муха, Обри Биърдсли, Луциан Бернхард, Алфред Ролер и др. Повечето от тях са живописци, графични, скулптори, архитекти и разбира се дизайнери, които са заплени от възможностите на жанра и силата му на изразяване. През този период плакатът, като форма на графичния дизайн, придобива широка популярност и е наричан „галериите на улиците“.

Тулуз Лотрек, както и неговите съмишленици от Арт Нуво, се вдъхновява от Японското изкуство, откъдето черпи идеи и насоки за работа. Запленен от източните гравюри, Лотрек формира свой собствен характерен стил. Плакатите му се отличават със саркастичен и насмешлив авторски поглед. Известен със скандалното си поведение художник, търси характерните черти в персонажите си и ги предава в почти гротесков вид. Не малко от моделите му смятат, че той умишлено се стреми да ги покаже в най-неблагоприятна светлина. Често е безмилостен към парижките буржоа, а към простолюдието се отнася с известна симпатия. Достига голямо майсторство при отпечатването на своите творби посредством литографска техника. Изпълнява сложни многоцветни изображения без подготвителна рисунка, работейки направо върху литографския камък. Лотрек е признат за един от първите значими майстори в изкуството на плаката още приживе.

Неподражаемият Алфонс Муха е сред най-характерните представители на епохата. Проектира редица плакати, реклами и илюстрации в стил Арт Нуво. Работите му се придържат към един сюжет, включващ фигурите на изящни млади жени, в обкръжение от извиващи се флорални форми. Отличават се с уникалното третиране на детайла и сложна орнаментика. Муха създава свой изящен почерк, който е копиран от много негови съвременници. Сред най-популярните му творби е серията театрални плакати, които проектира за актрисата Сара Бернар.

Виенските работилници (Wiener Werkstätte) оказват огромно влияние върху художници и дизайнери през първата част на XX век. През 1897 г. група от прогресивни артисти, водени от архитект Йозеф Хофман и художника Коломан Мозер, основават ателиетата, след като получават подкрепа от виден бизнесмен. Целта на учредителите на Виенските работилници е била да внесат

дизайн и изкуство на високо ниво, във всяка част от живота на хората. Да скъсат връзките с миналото и да въведат нов стил във всичко, което произвеждат. Акцентът е поставен върху красивата, уникална и безупречна линия. Формират свой собствен уникален стил в плаката и типографията, който се характеризира с илюстративен и агитационен изказ. Произведенията им са характерни с присъствието на обща рамка и сливането на междуредовите пространства в композицията. Шрифтът се превръща в свободно преливаща се форма към изображенията, като ги допълва стилистично и смислово. Предпочитана е монохромната цветова гама, която извежда на преден план изящната линия на рисунъка.

Формиращо влияние върху работата на художниците плакатиисти оказва конструктивизмът. Възникнал в Русия, като политическа и идеологическа философия, в отговор на болшевишката революция и индустриализацията. Поставя изкуството в полза на обществото, като отхвърля съществуването му само в частни колекции в услуга на капиталистическата класа. Приветства всички видове масови форми на изява, затова плакатът като изобразително изкуство придобива широка популярност сред обществото. Конструктивизмът е едно от теченията, отличаващи се с напълно абстрактен подход, дистанцирайки се от всяка репрезентативна функция. Използва точни, базирани на геометрията и математиката методи на работа. Предпочитани са категоричните форми на правоъгълника, кръга и квадрата, които символизират превъзходството на машината пред природата. Смята се, че линията, цветът, формата и текстурата имат силна самостоятелна изразност и не се налага илюстриране на реалността. За жалост правителството внезапно спира да подкрепя новата идеология и най-ревностните привърженици на течението остават без работа. Затова и част от тях, като Василий Кандински, Наум Габо и Ел Лесицки, имигрират в Германия и са приети в обществото на Баухаус, като творци и преподаватели.

Емблематичен представител на руския авангард е Лазар Маркович Лисицки, с псевдоним Ел Лисицки. Той е художник, дизайнер, архитект и теоретик. Първоначално е привърженик на супрематизма, но впоследствие неговите творби еволюират към конструктивизма. Проектира редица плакати, подхождайки напълно абстрактно към сюжета, използвайки символично само геометрични форми. Сред най-известните му творби са „С клин червен белите бий“ и „Сказание за два квадрата“. В периода 1921 – 1925 г., докато живее в Германия и Швейцария, идеите му постигат голям международен резонанс.

Сред основоположниците на конструктивизма в руския дизайн е Александър Михайлович Родченко. Работата му е силно повлияна от кубизма и футуризма, както и от геометричните форми на Малевич, разположени върху бял фон. През периода 1920–1930 г. преподава във ВХУТЕМАС (Висши художествено-технически работилници в Москва). Голяма част от работата на графичните дизайнери на ХХ век е пряк резултат от търсенията на Родченко в тази област. Неговото влияние е било достатъчно широко разпространено, че би било почти невъзможно да се споменат всички художници, върху които е повлиял. Неговият знаменит портрет на Лиля Брик е вдъхновил редица съвременни автори.

Цялостната концепция на конструктивизма изиграва формираща роля върху разбирането за съвременния плакат. В този аспект той се налага като медиатор между индустрията, обществото и висшето изкуство. Привнася естетика и комуникация във всички сфери на работа и забавление на хората. Възпитава и изгражда нова визуална култура, която пренася отвъд крайния консумативизъм на потребителите. Посланията, лъхаци от произведенията на конструктивистите, са злободневна тема за разсъждения за всеки активно работещ творец.

Между двете световни войни интернационалното течение Арт Деко определя тенденциите в изкуството. Възниква през 1925 г. в Париж, за да внесе нов декоративен стил в оформлението на плаката. Извитите змиевидни линии, почерпени направо от природата, характерни за Арт Нуво, са заменени от многоъгълни опростени силуети на повтарящи се и припокриващи се форми. Предпочитани са плътните и ярките цветове, без наличие на пространственост и обем. Плакатът е сред най-популярните средства за визуална комуникация, поради силното въздействие, първосигнално възприемане и бързо тиражиране.

Известни като „Швейцарска школа“ (Международният типографски стил) и последователи на Де Стил, група швейцарски дизайнери се обединяват и основават Международен типографски стил през 50-те години на XX век. Техният принос е следващ етап на съзряване на плакатното изкуство. Възприема се модулния принцип в проектирането с цел постигане на по-голяма универсалност на разпространение. Стигат дори до геометричен формализъм и прекалено строга типографска естетика, затова и произведенията ярко се отличават със специфичния си визуален език.

Международният типографски стил налага нова концепция за осмисляне на плакатът, като размива границите между изящните и декоративните изкуства. Ключови фигури в развитието ѝ са Ернст Келер, Херберт Матер, Тео Балмер и Макс Бил. Красотата и естетиката на оформлението те обвързват с функционалността на елементите. Характерни за стила са използването на безсерифни шрифтове (*предимно Helvetica, Akzidenz-Grotesk, Univers*), черно-бели фотографии, ляво подравняване на текста, въздушен дизайн с много свободно пространство и композиция, базирана на предварително зададена мрежа. Много от техниките, които се прилагат, могат да се нарекат съвременни, защото се използват и досега. Швейцарската школа оказва влияние върху развитието на плаката в САЩ през 60-те и 70-те години. Хармония, порядък, математическа точност и рационализъм са сред отличителните черти на школата. Предпочитани са асиметричните композиции, съчетани с ярък визуален център. (Маркова, 2013:46)

Емблематичен представител на швейцарската школа е Херберт Матер – дизайнер, фотограф и режисьор. Той се вдъхновява от руските конструктивисти и експериментите на Ман Рей. Свое-то образование получава от вече утвърдени творци като Фернан Леже, Лео Корбюзие и Адолф Касандр в Париж. Работи с личности като Алексей Бродович, Джаксън Полак, Вилем де Кунин, Франц Клайн. По-късно сам преподава фотография и графичен дизайн в Йейл заедно с Пол Ранд и други големи автори. Синтетичният език на Матер е симбиоза между визуалната яснота на швейцарската школа и стилистиката на американската масова култура. Неговият стил на работа определя развитието на приложната графика в Съединените щати след Втората световна война. Матер съчетава фотоколажа с експресивна типография. Реализира редица атрактивни плакати, корици за списания и книги, като уникални произведения на дизайна. Благодарение на опита си като фотограф и задълбочените си полиграфски знания Матер въвежда метода на „повторен печат“, чрез който постига по-голяма дълбочина и динамика на проектите си. Едрият шрифт и излизането на изображението от рамката придава подчертано модерно звучене на работите му. Прилага контрастни съотношения в мащаба, силни ракурси, екстремно високи и ниски гледни точки.

В този етап на развитие плакатът отразява критичното мислене и борбата за истински културни ценности на художниците. В резултат много от новаторските виждания са изпреварили времето си и не могат да се възприемат и реализират. Утвърждават се системните методи за проектиране, които включват идейният замисъл, композиционното изграждане, цветовата хармония и типографското оформление. Произведенията са наситени с нагнетена емоционалност, уникалност и артистизъм. Новите креативни подходи вървят ръка за ръка с развитието на масовата култура. Идейните възгледи на художниците са подложени на радикално преразглеждане, в резултат изкуството успява да отрази и реагира на естетическите и духовни потребности на обществото.

Несъмнено полската плакатна школа е културен феномен във визуалната комуникация. През 40-те години на XX век интересът на международната публика е провокиран от смелия изказ на полските художници. Поколения творци се учат и вдъхновяват от творчеството на Хенрик Томашевски, Юзеф Мрошчак, Тадеуш Трепковски, Роман Чешлевич, Ерик Липински, Ян Леница, Франчишек Старовойски, Валдемар Швежи, Ян Млодожениец, Валдемар Швежи и мн. др. Те придобиват световна известност със своят ярък стил в типографията и тънка ирония в предаването на идейната концепция. Боравят толкова умело с художественото преувеличаване, че хиперболите и аналозиите които използват се превръщат в естествено продължение на драматургичния образ. Боравят с квинтистенцията на живописата, скулптурата и графиката, за да постигнат артистичен и в същото време обобщен образ на посланието. Полския плакат е запазена марка, символ на високо качество и естетика. Разпознаваем е със своята експресивна рисунка, смела композиция и точно намерена оригинална визуална метафора. Заслугата на полските художници в световен мащаб е

пречистването на изкуството на плаката от формален декоративизъм, илюстративност, графична безхарактерност и рутина, които водят произведенията до ефимерност.

Съвременния плакат не би бил същия, ако пренебрегнем влиянието на японските автори, като Икко Танака, Казумаса Нагаи и Шигео Фукуда. Те проправят своя път в света на изкуството с невероятните си постижения посредством полиграфската технология и богатството на калиграфията. Техните творби се отличават със специфичната японска съдържаност, съчетаваща традицията и съвременната чувствителност, открояваща се от всичко, което сме виждали преди. Техните творби сякаш разгръщат нови културни пластове за зрителя и отварят необятни нетретирани възприятия. Представят нов уникален възглед за живота и изкуството, посредством абстрактно метафорични изображения. Съзерцавайки техни творби границите между реалност и илюзия се размиват и попадаме в фантастичния свят на фантазията. Със своя неповторим авторски почерк, японските майстори налагат изтънчена естетика и блестящо остроумие.

Сред пионерите на плакатното изкуство у нас са големите художници – Илия Бешков, Борис Ангелушев и Александър Поплилов. Те с огромен ентузиазъм и усърдие се втурват да наложат плакатът, като самостоятелен жанр и изградят една нова съвременна визуална култура.

В края на XIX и началото на XX век България претърпява големи катаклизми. Затова и културните процеси в страната се осъществяват със значително закъснение, те по-скоро следват културните явления, които протичат в Западна Европа. Цялостното историческо развитие на България след освобождението от турско робство е мотивирано от стремежа да се достигнат силно развитите страни, за да се превъзмогне перманентното изоставане по политически и географски причини. Модернистичните течения в изкуството имат пряко отношение към културния живот в България, поради факта, че голяма част от българските творци учат в чужбина, предимно в Австрия и Германия. Родният дизайн, както пише в своята статия проф. Спас Донеvски, се изгражда върху прогресивните идеи на Баухауз и хуманистичната философия за формирането на новата техно-цивилизация и култура на потреблението. Тази характеристика се постигна с въвеждане и адаптиране на западно-европейските и руски образователни теоретични постижения и опит (Донеvски, 2014:1). Това време се свързва с големия подем в индустрията, което предполага бързото развитие и популяризиране на плаката във всичките му форми.

Творческата работа на Борис Ангелушев поставя основите на оформлението на плаката в България. Той налага стил, индивидуалност и експресивност в изразяването. Неговият принос в областта на шрифта е изключителен. Благодарение на всеотдайната му работа, успява да развие характерните елементи на кирилските шрифтове, следвайки спецификата на българската азбука. Със своята изящна линия неговите начертания допълват визуално внушенията от текста и допринасят за естетиката на плаката. Те са уникални и заради това, че са конструирани на ръка, посредством чертожни инструменти и рисувани с туш, перо и четка.

Бурния възход на художествения театрален плакат настъпва с появата на трима емблематични български творци – Асен Старейшински, Димитър Тасев и Людмил Чехларов. Тяхното творчество години наред е барометър за високо качество, изразителност и комуникативност. Именно техните творби предначертават визията на театралния плакат, като самостоятелно произведение на изкуството. Благодарение на тяхната креативност плакатът започва да се възприема, като запазена марка на театъра. Стилистиката на печатните материали създават и налагат характерна визуална идентичност на всеки един от театрите които представят. На първо място се извежда идейната концепция на автора, а информационните подробности отстъпват на заден план.

През 50-те години на миналия век под налягането на тоталитарната идеология и култът към личността, изкуството на плаката се определя, като средство за налагане на политически идеи. Тези тенденции намират своя резонанс в общата културна атмосфера на страната. Преди тиражирането на всяка художествена творба тя е преминавала през редакцията на специализиран съвет, който често налагал цензура. Театралният плакат е жанра който е най-малко политически обременен, в който контрола на надвисналата идеология е най-малък. Цензурата е значително занижена и поради това във времената на идеологически катаклизми художниците са получили „известна“ независимост. Големите постижения в изкуството на плаката са именно благодарение

на тези благоприятстващи фактори, които позволяват разгръщането на креативността. С времето жанра извоюва правото си на лично мнение и свобода.

Паралелно с гореспоменатите тенденции по пътя на съзряване на изкуството на театралният плакат се наблюдава характерна антикомерсиалност в идейно отношение. Произведенията на българските творци се отличават от тези на западноевропейските им колеги. По това време отвъд „желязната завеса“ с приоритет се развива и популяризира рекламният плакат. Българските артисти са освободени от икономическа конкуренция на свободния пазар и това им позволява да развихрят въображението си без оглед наложените от рекламната индустрия ограничения.

Людмил Чехларов е един от най-автентичните български плакатисти. Дългогодишната му работа в Сатиричния театър се откроява с неподражаема синтетичност и оригинално чувство за хумор. Създава свой собствен стил, който съчетава силна изразителност в лаконични композиции, в които няма нищо излишно и декоративно. Произведенията му са нагнетени с динамичност, смело рязане „на живо“, силни ракурси и характерни детайли. Творчеството му има фундаментален характер в развитието на театралния плакат, като самостоятелно произведение на изкуството.

В творчеството си като плакатист в Младежки театър – София, Димитър Тасев оставя трайна следа на сцената на българското изкуство. В своята кариера създава свой разпознаваем почерк – обобщени форми, ярки цветове и синтетична линия. В интервю за <http://socmus.com> той сравнява удоволствието да прави плакат с насладата от джаза и модерния балет. От неговите произведения струи креативната енергия на автор който работи с амбиция, интелект и вдъхновение. Сякаш е създал своите творби на един дъх, разбираеми, лаконични, с провокация към зрителя. Сътворените от него образи подтикват зрителя да преосмисли статуквото и да доразвие идейното послание на театралния плакат. Потопени в негова творба виждаме не само анонс за дадено представление, а художествено произведение наситено с размисли, качествена естетика и творческо вдъхновение.

Огромно влияние върху развитието на плаката в България и неговото осъвременяване имат Огнян Фунев, Божидар Икономов, Иван Газдов и Божидар Йонов. Техните творби изобилстват с провокативни образи, футуристични трансформации, оптически илюзии, парадоксални ситуации и невъзможни обекти. Посредством тънка ирония засягат и визуализират общочовешки теми с разнопосочна и многопластова изразителност. Притежават уникални стилови и идейни характеристики, които интерпретират по лаконичен начин личната им чувствителност и философия.

Постиженията на Божидар Йонов в плакатното изкуство са значителни. Като художник в Драматичен театър „София“ той създава над 120 произведения. В своята дългогодишна кариера демонстрира уникална графична стилистика и светоглед. Неговите творби се открояват със силен емоционален заряд и една нова знаковост в плаката. Авторът умишлено страни от илюстрацията на конкретното събитие, което е повод за създаване на творбата. Неговите творби не са просто рисунка, а художествен синтез между идея, символ и текст. От тях струи изконната човешка нужда за себеизразяване. Интелектът е качество което се нуждае от споделяне и провокация, в този контекст и в плакатите на Йонов виждаме този своеобразен въображаем разговор между автор и зрител в който се раждат нови идеи и инспирации. Преживяваме тази фина сетивност на автора към света, която зарежда с дълбоки духовни послания. Високото качество на работите на Божидар Йонов е оценена и в световен мащаб. Той е носител на редица международни и национални награди. Той е сред учредителите на Триеналето на сценичния плакат – София, което представя съвременната европейска култура и изкуство в България. Основния принос на множеството проекти които реализира е реабилитирането на мястото на плаката в културния живот на страната.

Театралният плакат през годините се превръща в своеобразен архив и публикация на редица театрални постановки. След края на представлението емоциите и аплодисментите утихват, а плакатът остава като свидетелство за непреходността на сценичното произведение. Думите на Христо Бойчев по повод Четвърто международно триенале на сценичния плакат, много точно отразяват неговата важна мисия.

„И от най-великия спектакъл накрая остава само един плакат. Спектакълът е временен и тленен. Но ако спектакъла е плътта на театъра, то плаката е душата му, която ще остане във

вечността. Плакатът е безсмъртието на театъра.“ (Международно триенале на сценичния плакат, 2004:11)

Все още по коридорите на българските театри висят плакати от незабравими постановки. Те отразяват десетилетия на творчески търсения и отразяват духа на поколения актьори, режисьори и сценаристи. Лаконичния им език визуализира квинтистенцията на театралната постановка с многообразие от изразни средства. Рисуваният плакат се обогатява с фотоколажи и дигитални ефекти, а типографията допълва композицията като неразривна част от произведението.

В настоящият момент плакатът претърпява съществени трансформации, той е гъвкаво и интердисциплинарно изкуство, което върви в крак с тенденциите и потребностите на урбанистичната среда. С навлизането в дигиталната ера той се прероди с нови изразни средства и системи на презентация. Еволюира под формата на билборд, рекламни пана, калкани, амбиент реклама, тотеми, мегабордове, нестандартни рекламни конструкции и мн. др. Присъства във всички сфери на работа и забавление на хората и като такъв е неразделна част от графичната среда на модерния град (Друмева, 2018:6). Можем да проследим тази промяна в отношението към плаката през годините на „новото време“, когато комерсиалните тенденции имат превес. В този период плакатът е въплъщение на агресивната реклама. Изразните средства са принизени до ниво на мултиплициране на пошли фотографии в комбинация с безогледна и далеч от естетиката типография. Малко се говори за това изкуство, дори се смята за архаизъм от отминали времена. Популяризират се комерсиални похвати, които привнасят стилистиката на филмовата и продуктовата реклама, като така подмениха и изкривиха представата за качествата на художествения театрален плакат. Самите театри предпочитат афиша за популяризирането на своите постановки. Наложил се безидейния, повърхностен шаблон, който включва снимка на актьора „звезда“, заглавие, режисьор, актьорски състав, спонсори, дата, час и място на представянето. Качественият плакат, който съдържа социални и културни послания е изместен от полагащото му се място – улицата. Стойностни художествени произведения могат да се видят по-често в галериите, отколкото в реална градска среда.

В резултат от редица катаклизми във визуалната комуникация и масовата култура може да се обобщава, че добрите примери на адекватни на средата и целите естетически издържани плакати, рядко присъстват в урбанистичната среда. Срещат се в изобилие повърхностни, сладникави и тривиални рекламни афиши, които имат за цел основно да продават. Тази тенденция се задълбочава и наложи негативна представа за плаката, като средство за мултиплициране на многобройни и натрапени рекламни внушения. В този аспект много автори изразяват своето негодувание от нарастващата си зависимост от рекламната индустрия. Алармират за тревожни процеси, които са причина за установяването на една нова изявено комерсиална култура.

В световен мащаб класическата форма на плаката се трансформира все повече в посока към абстракцията, което окачествявам като стъпка назад. Акцентира се върху изразителността на модерния авангард, който набляга на асоциативното и емоционално въздействие. Визуалната комуникация с публиката се пренася на чисто сензитивно ниво, в което интелекта остава безучастен. Това е в противоречие със същността на плакатното изкуство, което е средство за обмяна на идеи, мисли и концепции. Тази тенденция отново връща плаката в лоното на елитарните изкуства, далеч от разбиранята, тревогите и нуждите на хората. Това е рефлексия от настъпил хаос във визуалните изкуства. Все по-малко хора успяват да се развълнуват и вдъхновят от произведенията на модерните артисти. Творбите се превръщат в силно субективни и дръзки в изразните средства произведения, които не могат да предадат духовно послание на аудиторията. Съществуването на такива творби би могло да се приеме като експеримент, но за съжаление те заемат все по-голямо място на културната сцена.

Необходимо е плакатът отново да заеме своето социално отговорно място и неуморно да работи за изпълнението на своята мисия. Не просто да съществува, за да запълни с декорация свободните градски пространства, а да акцентира, информира и насочи вниманието на публиката към важни теми от съвременния културен и социален живот. По този начин той надхвърля определението като средство за агитация и реклама. От друга страна плакатът е изкуство на комуникацията и не трябва да се възприема, като себедостатъчно. То трябва да бъде разбираемо, недву-

смислено и конкретно в своите послания. Той притежава мощни инструменти за комуникация и трябва да бъде използван за стойностни цели.

Стремежът на художниците от нашето съвремие е стъпка по стъпка да реабилитират позициите на плаката, като средство за визуална комуникация. Свободомислещите произведения в жанра са наситени с послание, емоционалност и уникалност. Тази тенденция се основава на способността на театралният плакат да обединява инструментариумът на изящните и приложни изкуства в една бълбукаща от идеи и послания симбиоза. Изразната му мощ е натоварена с мисията да естетизира градската среда, за да издигне масовата култура на едно по-качествено ниво.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Атанасов, Н.** „Тръбач на площада – Асен Старейшински и театралният плакат“. С., сп. „Изкуство и критика“, бр. 7 / 2013 г., с. 27 – 34, НХА, 2013 [Atanasov, N. „Trabach na ploshtada – Asen Stareyshinski i teatralniyat plakat“. S., sp. „Izkustvo i kritika“, br. 7 / 2013 g., s. 27 – 34, NHA, 2013]
- Дидо, Кшищоф и Агнешка.** Полският плакат и сцената. Изд. РИК „Дари Икономов“, София, 2009, с.112 [Dido, Kshishtof i Agneshka. Polskiyat plakat i stsenata. Izd. RIK „Dari Ikonomov“, Sofiya, 2009, s.112]
- Доневски, С.** История и проблеми на образованието по дизайн в Националната художествена академия (1964–2014). Научна конференция „Проблеми и перспективи пред академичното образование по дизайн“, 2014, София [Donevski, S. Istoriya i problemi na obrazovaniето po dizayn v Natsionalnata hudozhestvena akademiya (1964–2014). Nauchna konferentsiya „Problemi i perspektivi pred akademichnoto obrazovanie po dizayn“, 2014, Sofia]
- Друмева, Красимира.** Плакатът – изкуството на улицата. Издателство „Група Цвят – България“, 2018. София, с. 56 [Drumeva, Krasimira. Plakatat – izkustvoto na ulitsata. Izdatelstvo „Grupa Tsvyat – Bulgaria“, 2018. Sofia, s. 56]
- Маркова, Даниела Чулова.** Дизайнът на 20 век. Стиллове, представители, проблеми. София, Авангард Прима, 2013, с. 88 [Markova, Daniela Chulova. Dizaynat na 20 vek. Stilove, predstaviteli, problemi. Sofiya, Avangard Prima, 2013, s. 88]
- Международно триенале на сценичния плакат (4; София; 2004).** Каталог от Четвърто международно триенале на сценичния плакат. Русе, Дунав прес, 2004, с. 172 [Mezhdunarodno trienale na stsenichniya plakat (4 ; Sofiya ; 2004). Katalog ot Chetvarto mezhdunarodno trienale na stsenichniya plakat. Ruse, Dunav pres, 2004, s. 172]
- Райън, Уилям.** Тиъдър Коновър. Графичната комуникация днес, част 1. София, DuoDesign, 2008, с. 368 [Rayan, Uilyam. Tiadar Konovar. Grafichnata komunikatsiya dnes, chast 1. Sofia, DuoDesign, 2008, s. 368]
- Райън, Уилям.** Тиъдър Коновър. Графичната комуникация днес, част 2, София, DuoDesign, 2008, с. 336 [Rayan, Uilyam. Tiadar Konovar. Grafichnata komunikatsiya dnes, chast 2. Sofia, DuoDesign, 2008, s. 336]
- Фийл, Шарлот и Питър.** Графичен дизайн на 21 век. София, Алианс 97, 2005, с. 192 [Fiy, Sharlot i Pitar, Grafichen dizayn na 21 vek, Sofiya, Alians 97, 2005, s. 192]
- Фийл, Шарлот и Питър.** Дизайнът на 20 век. София, Алианс 97, 2002, с. 192 [Fiy, Sharlot i Pitar, Dizaynat na 20 vek, Sofiya, Alians 97, 2002, s. 192]
- Чулова-Маркова, Даниела.** Плакатите на Людмил Чехларов, Портал Култура, 9.01.2019 <http://kultura.bg/> [Chulova – Markova, Daniela. Plakatite na Lyudmil Chehlarov, Portal Kultura, 9.01.2019 <http://kultura.bg/>]