

НАЦИОНАЛНА ХУДОЖЕСТВЕНА АКАДЕМИЯ

Факултет за изящни изкуства
Катедра „Плакат и визуална комуникация“
Пламена Антонова Дончева

**СТРИЙТ АРТ. ФОРМАЛНИ И
КОНЦЕПТУАЛНИ ВРЪЗКИ С ПЛАКАТА
И ВИЗУАЛНАТА КОМУНИКАЦИЯ.**

АВТОРЕФЕРАТ

на дисертационен труд за получаване на научно-образователна степен „доктор“

Научен ръководител:
проф. Георги Янков – НХА

Научна специалност „Изкуствознание и изобразителни изкуства“

шифър 050804, научно звено 8:2

Зачислена със заповед N 0263 – У, София 2013

София, 2016 г.

СЪДЪРЖАНИЕ НА АВТОРЕФЕРАТА

1. Обща характеристика на изследването	2
2. Кратко изложение на дисертационния труд.....	8
3. Заключение и изводи.....	40
4. Приноси.....	42
5. Научни публикации свързани с темата.....	43

ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Началото на XXI-ви век е време на естетическо и комуникационно пренасищане. В реалността на интернет и масовите медии, когато всеки е виждал всичко да бъдеш оригинален е почти невъзможно. Така художникът изоставя традиционната медия, за да се впусне в интересен експеримент – изкуство в градската среда. За кратко време новото течение познато като стрийт арт добива широка популярност. То печели публиката с интригуващи изображения, остроумни послания и оригинални идеи. Разнообразни игри на форми и смисъл по градските фасади предизвикват възхищението на едни и недоволството в други.

Стрийт е всеки вид изкуство в пределите на градската среда и контекста на съвременната субкултура. В неговата основа стои стремежът на авторите да въздействат на обществеността чрез промени във всекидневното обкръжение. Жанрът е характерен със своята свобода на изобразяване чрез разнообразни похвати и форми. За да бъдат бързо забелязани и лесно запомнени голяма част от художниците използват оригиналните визуално-смысловни аналогии и изчистената знакова експресия на плаката. Техните произведения носят популярност на цялото художествено течение.

ПРЕДМЕТ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Стрийт арт е мултидисциплинарно художествено движение, което се реализира чрез широка палитра от изразни средства и художествени форми. Той включва различни форми на изобразителното (плакат, стенопис, скулптура, инсталация), музикалното, танцовото и дори театралното и кино (пърформънс, видео прожекции) изкуство. Предмет на настоящето изследване са стрийт арт произведенията, изпълнени чрез плакатната форма, идея и/или експресия. Това са пост-графити, стрийт арт плакати, „стикери“¹ и инсталации. Тези форми на

¹ Стикер (от англ.) - лепенка

уличното изкуство са изчистени като изображение, силно синтезирани (понякога до знак) и изключително близки като идея до плаката. Характерно за тях е и използването на хумор, за да се улесни предаването на информацията и подсили въздействието на цялостната идея. Те предизвикват жив интерес в публиката и благодарение на съвкупността си от комуникативни, изобразителни и художествени (в отделни случаи) качества печелят популярността, както на авторите си, така и на художествено движение. С интересните си идеи, силни послания и сбитата и конкретизирана експресивност, те стават лицето на уличното изкуство.

В настоящия труд се поставят на фокус творбите, които носят социални послания или са израз на гражданска позиция и политически протест. В тях най-вече се появява естествената необходимост от използването на плакатния език и идеи за улесняването на комуникацията със зрителя.

ГРАНИЦИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Изследването се съсредоточава върху систематизиране и проучване на творби създадени в периода между 2000 и 2016 година. Така то се ограничава до съвременните на дисертацията стрийт арт произведения и плакати. Изследването разглежда проблема глобално, съсредоточавайки се върху най-известните и релевантни с темата творби. Това дава възможност да се обхване темата в нейната цялост. Посочват се примери от различни държави и в същото се отразяват достиженията на места почва.

ЦЕЛИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Стрийт арт се появява във време на разпад на границите между художествените жанрове. Той е добър пример за тенденциите на взаимно проникване и колаборация между отделните жанрове. Незисследваността на множеството влияния, които стрийт арт търпи и оказва върху съвременното

изкуство поражда необходимост от систематизиране и анализиране на тези явления. От друга страна мястото и ролята на плаката в същите процеси остават ненапълно проучени. Липсата на научни текстове върху споменатите проблеми съчетана с наблюдаваните тенденции на взаимодействие между двата жанра поставят добра основа за научно изследване.

Целта на конкретния труд е да се разгледат и документират тези стрийт арт прояви, които носят външните и концептуални белези и качества на изкуството на плаката. Дисертацията се опитва да докаже основополагащата роля на плаката за появата и развитието на синтезирания изобразителен език и идейното формиране в уличното изкуство. С паралели между двата жанра, се цели да се разкрият връзките между тях и да се извлекат ползите от двупосочните движения помежду им. Това научно изследване установява и разглежда в дълбочина допирните точки между стрийт арт и плаката – идейно мислене, тематична насоченост, изобразителност, разпространение, медия, релация с градската среда и култура, въздействие върху обществото, връзка с рекламата. Тук се проследява и реципрочното влияние на идеен и формален концепт между двата жанра. Основната задача е да се докаже приемствеността между тях и да се извлекат главните ползи от нея и за двете страни. В същото време трудът цели да запълни празното пространство от научни изследвания върху проблема, което би било полезно за автори и изследователи.

ИЗТОЧНИЦИ

Наличната литература, свързана с темата на този труд, е един от изворите на необходимите материали за усъществуване на изследването. Едно от малкото места, където стрийт арт се появява редом до плаката е сборникът „Дизайнът на несъгласието“². Измежду колекцията от плакати съставителите на албума включват и няколко стрийт арт произведения, които са подбрани заради очевидните им

² Glaser, Milton, Mirko Ilic, Tony Kushner. The Design of Dissent: Socially and Politically Driven Graphics, Massachusetts 2005

плакатни качества. Разглеждането на тези графити като плакати повдига въпроса за близостта между двата жанра.

До момента върху конкретната темата няма писани текстове, ето защо тълкуването се опира върху сравнение и съпоставка на извлечената информация от използваните писмени източници поотделно отнасящи се към всеки от двата жанра.

Полезна е „Историята на графичния дизайн на Мегс“ на Филип Мегс, която обхваща глобално етапите в развитието на визуалната комуникация и плаката.

По-дълбоко разбиране за същността и процеса на създаване на плаката добиваме от книгата „Авторски плакат“ на акад. Иван Газдов.

От дисертационния труд на проф. д-р Николай Младенов „Плакатното мислене – вродено или придобито. От натурно вицовото до философски концептуалното“ научаваме за процеса на генериране на идеи в плаката.

Стрийт арт е обект на по-малко проучвания. Те са съсредоточени предимно върху документиране на жанра и систематизиране на художници и произведения. Основни познания за историята, развитието, жанровите форми и терминология на уличното изкуство ни дава „Графити и стрийт арт“ на Анна Вацлавек.

„Стена и картина“, сборник с репродукции на Банкси разкрива идеите и мотивите на уличните художници. Манифестът на художника, съветите му към другите автори и бележките към творбите, които той пише, дава представа от първа ръка за възгледите и методите на емблематичния за уличното изкуство художник.

Основният обем от материалите към изследването представлява събраният графичен материал.

ЗАДАЧИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

До момента не са известни проучвания върху формалните и концептуални влияния между плаката и визуалната комуникация и стрийт арт. Настоящият дисертационен труд си поставя за задача да проследи връзката между двете дисциплини исторически, естетически и идейно. Да опише и систематизира

случаите и начините, по които стрийт арт художниците работят с изразните средства на плаката. Да се дадат примери с конкретни произведения, които имат отношение към проблема. Да се упоменат авторите, които имат най-голям принос към изследвания проблем. И също така да се обърне внимание и на влиянието, което уличното изкуство оказва върху жанра на плаката.

МЕТОДИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Изследването започва с установяване на приемствеността в исторически план между стрийт арт и плаката. След това се дефинират особеностите на уличното изкуство и се конкретизират обектите на научния труд.

В трите глави на дисертацията се разглеждат допирните точки между двата жанра чрез паралелни съпоставки и сравнителен анализ на основните положения. Дефинират се и се систематизират формалните и идейни категории като се подкрепят от визуални примери. В зависимост от поставената задача творбите се разглеждат в естетически, концептуален и културно-социален аспект.

Описват се и се систематизират авторите в сферата на уличното изкуство. Изброяват се имената, които работят успоредно в сферата на двата жанра.

Установяват се отношенията на двата жанра с градската и културна среда. Дефинират се посоките на въздействие, типовете влияние и следствията от тях.

СТРУКТУРА НА ДИСЕРТАЦИЯТА

Анализът на проблема започва с кратко проследяване на етапите на развитие на стрийт арт и плаката, за да се докаже общото в генезиса и пътя на двата жанра като близки по форма и функция явления. По-нататък изследването се концентрира върху установяването на паралели между основните характеристики на разглежданите художествени дисциплини.

В първата глава на дисертацията се откриват и анализират допирните точки между плаката и стрийт арт във формално отношение. Това са първите и най-

очевидни белези на сходство и приемственост между жанровете и за това са и необходима основа подкрепяща втората част на изследването посветена на идейните взаимовръзки. Поставя се фокус на добрите образци на уличното изкуство, които имат художествена стойност, концептуална осмисленост или в най-добрия случай – и двете.

Във втората глава изследването се съсредоточава върху допирните точки между жанровете в концептуално отношение. Разглежда се плакатният виц като основен елемент във визуалното общуване на уличните художници. По този начин се доказва ролята на плаката в идейното обогатяване на стрийт арт. В тази глава се обръща внимание и на концептуалното обновление, което плакатът търпи под въздействието на уличното изкуство.

В третата и последна глава се обръща внимание на социалния коментар в изкуството на улицата. Проследява се произхода на социалната тема в плаката като стъпка към обществения ангажимент в стрийт арт. Разглежда се представителна извадка от най-влиятелните и известни социални, протестни и антиполитически творби създадени в градска среда. Доказва се важността и значението им за обществото и процесите в него. Проследява се ролята на града като поле за развитие на подобен вид изкуство, както и взаимодействията между произведения и културна среда.

КРАТКО ИЗЛОЖЕНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

ВЪВЕДЕНИЕ

Стрийт арт е сравнително ново явление в съвременното изкуство, което предизвиква противоречиви реакции, разпалва спорове и въвежда нови правила във визуалната комуникация. Жанрът е изключително възприемчив към влиянията от предшестващите го художествени дисциплини и наследява изобразителните и концептуални особености от традициите във визуалната комуникация. Това е причината голяма част от стрийт арт произведенията да бъдат близки по форма и идея с плаката.

От друга страна плакатът, който винаги е отражение на съвременността си, също търпи влияние от изкуството на улицата. За да бъде актуален, той се възползва от съвременните идейни и изобразителни открития и тенденции. Независимостта и изразната сила на уличното изкуство обновява не само технически, но и концептуално плаката. За неговите автори градската среда вече не е само медиатор на послания. Тя се превръща в сцена на плакатната идея и източник на вдъхновение. Така градската култура намира място в плакатния жанр, който по същество е предназначен за и към нея.

Взаимното стилово влияние, което наблюдаваме, както и освободеността от условности спомагат за преминаване на концепцията отвъд границите на диференцираните жанрове. Благодарение на сходството в нуждите и целите влиянието на плаката отваря вратите на уличните художници към плакатното мислене³. Така стрийт арт произведенията продукт на същата концептуалност стават по идея и често като реализация - плакатни.

³ Плакатното мислене е термин използван от Н. Младенов в неговия дисертационен труд - Младенов, Николай. Плакатното мислене, вродено или придобито. София, 2007.

ГЛАВА I: Формални връзки между стрийт арт и плаката и визуалната комуникация.

1. Исторически преглед

Стрийт арт е явление контактуващо със зрителя чрез образи в рамките на обществената среда и като такава има своите корени в сходни на него практики от зората на визуалната комуникация. Още през палеолита се прокрадва желанието на човек да нарисова своето послание към социума. Преди 37 000 години пещерният човек оставя отпечатък на своята ръка (ил. 1) като личен автограф - художествена заявка за собственото съществуване. Този графит е доказателството, че стремежът на човек да бъде разпознат и запомнен е стар колкото него самия. Практиката за оставяне на лична следа в обществените пространства продължава през цялата човешка история. Това са така наречените графити, термин с двойно значение обозначаващ първо следите по древните паметници и после – надписите в съвременния град, които са и предпоставката за появата на стрийт арт.

Развитието на плаката и визуалната комуникация е факторът, който оказва влияние върху стилового и идейно осмисляне на разглежданите форми на стрийт арт. Още с появата си плакатът променя облика и функцията на градската среда. Той бързо легитимира улиците като място за образна комуникация, а неговата форма печели вниманието на публиката.

По време на Световните войни плакатът започва да изпълнява политически и революционни функции, което допълнително разширява тематичния кръг от визуални послания разпространявани в общественото пространство. Установява се характерната естетика на пропагандния плакат, която по-късно става формална основа за протестните и социални стрийт арт произведения.

През 60-те и 80-те години той взима участие в социалните революции като в съзнанието на тези поколения неговата форма става официалният език на гражданската позиция и обществения бунт, а градските улици – местата за тяхното заявяване. Така по естествен начин в края на века специфичната образност на

бунтовния и социалния плакат преминава в също толкова ангажирания стрийт арт. През 80-те години се появяват и едно от първите примери за улично изкуство - визуалните послания израз на гражданска позиция от Берлинската стена. През следващите две десетилетия жанрът продължава да се развива и избистря своите форма и експресия до началото на XXI век, когато стрийт арт бива признат като самостоятелно течение в изкуството.

2. Дефиниция на стрийт арт и обектите на дисертацията

Стрийт арт е всяко изкуство създадено за и в пределите на градската среда, което не е ограничено от рамките на академичност, традиции и норми. То е предимно самовъзложено и най-често - нелегално. Уличното изкуство е плод на градската субкултура, има своя характерна изобразителност и е израз на личната позиция на автора. Жанрът е съвкупност от разнообразни изобразителни форми, стилове и техники. В него се включват графити, плакати, скулптури, инсталации, перформанси, танци и други форми на творчество. Обектите на това изследване са онези произведения, които имат общи формални и концептуални белези с плаката и визуалната комуникация. Това са някои видове пост-графити, стрийт арт плакати, лепенки (още познати като стикери) и други отделни форми на концептуална намеса в градската среда, които имат общо с плакатната идея и експресия.

Шаблоните са най-използваната форма на стрийт арт, емблематична за цялото художествено течение. Техниката е предпочитана заради комбинацията от изобразителни възможности и бързина на изпълнение. Шаблонните графити представляват изпръскани със спрей изображения, които са изчистени, графизирани фотографии или стилизирани рисунки и символи, графични образи от светлина и сянка.

Със **стикерите** (или лепенки) се тиражират стилизирани изображения, които могат да бъдат лесно разпространявани. Те са най-бързият и доказано ефективен начин за налагане на нови символи от градския ъндърграунд.

Стрийт арт плакатите са нелегална разновидност на жанра. Те са изпълнени в характерната стилистика на уличното изкуство. Използват се предимно заради възможностите за тиражиране и лесно разпространение. Благодарение на способността на плакатния формат да легитимира своето изображение като послание с обществено значение стрийт арт разновидността му получава вниманието и одобрението на публиката.

Типографските пост-графити са различни от познатите ни калиграфски графити. Това са добре обмислени композиции, много често от лично конструирани букви, които имат определено послание.

Последната форма на улично изкуство, която е проявление на плакатната идея е **концептуалната намеса в градската среда** и нейното претворяване в уникални визуални и смислови открития. Променят се образно и смислово пътни знаци и улична маркировка, дорисуват се прозорци и канални шахти, използват се особеностите на пейзажа, работи се с осветлението и хвърлените сенки от пейки и лапми и т. н. За да провокират, някои автори стигат далеч и „посягат“ на обществени паметници предавайки (най-често) социалното си послание.

3. Формални връзки с плаката.

3.1 Плакатната експресия в стрийт арт

Уличните художници са силно повлияни от печатната реклама и най-вече от плаката. Художници като Банкси, Шепърд Фери, Клат Ейбрахам, Бен Айне и други използват плакатната експресия в творчеството си заради функционалните и естетически качества, която тя носи на произведенията им. Изчистените форми, стилизацията, рационалната композиция, пестеливостта на изказа са начин за бързо привличане на погледа и лесно предаване на информацията. Използването на преработени изображения по начин, които е залегал дълбоко във визуалната култура на реципиента, улеснява и конкретизира общуването с него. Това означава, че авторите целенасочено (благодарение на специализирано образование) или

интуитивно (благодарение на общата си култура и таланта си) предават посланията си на езика на визуалната комуникация, за да бъдат целите им успешно осъществени.

Техниката на шаблона, както вече споменахме е най-предпочитаната от уличните художници. Спецификата ѝ на изпълнение (изрязване на шаблон от твърд картон, използван за изпръскане на готово изображение със спрей) налага **силна стилизация на образа**. Авторите се стараят да запазят максимално характера и четимостта на изображението. Използва се добре позната и характерна за плаката графизация. Чрез нея се извличат необходимите характеристики на реалния обект като той се лишава от всичко, което е „в повече“ без да се възпрепятства четимостта му. Изображенията изпръскани с шаблони са графични със сурова и натуралистична стилистика. Първичността им придава бунтарско излъчване, което е едновременно цел и следствие на процеса на художественото продуциране. Пример за такива творби са тези на Банкси (ил. 9), Блек ле Рат (ил. 10), Джеф Аерозол (ил. 11), С215 (ил. 12) и др.

Силуетът е често срещана изобразителна форма в уличното изкуство. Той представлява единно цветно петно оградено от контурите характеризиращи даден обект. Петното има цялостна завършена форма без съдържание на светлина, сянка или полутон. Силуетът служи за маркиране на човешкото присъствие в градската среда и представлява събирателен образ символизиращ дадена обществена група или прослойка. Освен това той е и алюзия за сянката, която човешката фигура хвърля върху градските повърхности. Зрителят може да припознае силуетът покрай който минава като собствена сянка, което незабавно го прави активен участник в творбата. Сред авторите, които избират силуета като любимо изразно средство са Пехак (ил. 22), Кени Рандом (ил. 23), Сам3 (ил. 24) и др.

Стрийт арт **рисуноката** е характерна с монументалност, обобщеност на формите и монолитност на образа. Известната графизация в нея има своите корени в хип-хоп графитите от 90-те години на XX век. Плоските цветни петна оградени

от смел контур, който описва едри изчистени форми са характерни за голяма част от тях. Стрийт арт рисунката се доближава не само външно до плакатната. Тя е отличително и запомнящо се изображение на авторската идея, по думите на Иван Газдов: „...изображение с характерното господстващо напрежение, по-четивно от графичното, по-ефектно от живописното и в общи линии, много извън тези антични определения (графика и живопис), с поглед, вперен навътре в безпредела на фантазията.“⁴

Добри примери от стрийт арт за рисунка в духа на плакатната експресия са творбите на Есциф, Пехак, Сет (ил. 25), С215 (ил. 26), Боа Мистура (ил. 27), Даан Ботлек и др.

Контурът е друг характерен метод на изобразяване от плаката, който намира широко приложение в уличното изкуство. Исторически погледнато той идва в стрийт арт от „балонните“ надписи в графити. С еволюцията в изобразителността на жанра в началото на ХХІ век контурът придобива по-осмислена графична функция в градежа на формата. Той е задължителен елемент в изображенията на художници като Кийт Харинг (ил. 39), Джейс (ил. 41), Мотор (ил. 42) и Стик (ил. 43).

Композицията в уличното изкуство е ключов елемент, който има фундаментално значение за въздействието на произведението. Тя е лишена от границите на печатната медия. Стените и улиците са „белите листа“ на автора. Въпреки голямата свобода в стрийт арт композицията, за да си подсили внушението, уличните художници използват утвърдените практики от плаката и визуалната комуникация. Това са пестеливостта на елементи, сравнения, контрасти, динамика или статичност, ракурси и др.

В добрите примери за улично изкуство разположението на композиционните елементи подкрепя идеята на произведението като те са подредени така, че няма

⁴ Газдов, Иван. Авторски плакат. С. 2011

нищо излишно или случайно. Така тя се доближава до определението, което Газдов ѝ дава като израз на завършеността на идея и образ в единно цяло.⁵

3.2 Знаци и символи

В стрийт арт употребата и трансформацията на знаци и символи започва като игра на смисли и достига във връхните си точки до концептуално осмислени оригинални послания. Познатите ни от ежедневието знаци и знакови системи претърпяват различни визуално-метафорични преобразувания. Превръщат се в нови чрез отнемане, добавяне или промяна на елементи, смесване с други форми и символи, смислово несъответствие и др.

Пътните знаци дават множество възможности за художествени интерпретации. Техните метафорични трансформации са често срещани в плаката и стрийт арт. Практиката е до толкова използвана, че днес дори се счита за клиширана. Подходящ пример за употребата на пътни знаци в уличното изкуство е творчеството на Клат Ейбрахам. Табелите му са своеобразни плакати, които сякаш са възникнали на мястото на тяхното хрумване. Той поставя лепенки върху съществуващи знаци като така променя визуално формите и им придава нов смисъл (ил. 34).

Формалната и смислова игра с **пътната маркировка** е следващия познат подход от плаката. Виждали сме много смислови интерпретации на осовата линия и пешеходната пътека (ил. 51), но въпреки това системата все още изглежда плодотворна. В стрийт арт идеите се реализират в реална среда – директно върху асфалта, единствената разлика с плаката. Роудсуорт е уличният художник, чието творчество е характерно с множество идейни трансформации на маркировката по пътищата (ил. 50, 51).

⁵ Пак там

Корпоративните символи са следващият любим композиционен и идеен елемент и в плаката и в стрийт арт. Много от социалните постери се създават на базата на формалното и смислово разрушаване на добре познатите ни запазени знаци и търговски марки. По този начин авторите отхвърлят хегемонията на корпорациите и рекламния тероризъм. Същият подход виждаме и на улицата, където чрез визуално-смислови експерименти и открития се предават същите социални послания (ил. 52).

3.3 Човешката фигура и образ

В стрийт арт човекът се появява в две основни форми – като фигура и като образ. Човешката фигура може да бъде идеограма за индивида независимо от пол, възраст и раса или пък стилизирано изображение на мъж, жена или дете. Фигурата обикновено е изчистена до степен, в която носи единствено необходимите за разпознаване характеристики. Чрез нея идеята се изразява действено или ситуативно. Похватите са в рамките на плакатния език, което прави изображението ясно, а посланието – конкретно и разбираемо (ил. 56).

Човешкият образ е главен герой в политически, социални и рекламни плакати и като такъв се използва в подобните по функция стрийт арт произведения. И в плакатите и в уличните творби виждаме идеализирани или окарикатурени ликове на известни хора, които оставят своя отпечатък върху обществения живот и човешката историята. Видът на художествената интерпретация е израз на гражданската и морална позиция на автора. Едни са издигнати в култ, докато други са осмени. С времето някои от тези образи се превръщат в символи на идеологиите, които представляват. Така лицето на американския президент Барак Обама става символ на надеждата (ил. 57), Че Гевара - на революцията, Махатма Ганди – на духовността и т.н.

3.4 Шрифт и типография

В стрийт арт можем да говорим за типографски композиции, тъй като имаме рационално подреждане на буквените знаци самостоятелно или в комбинация с картина в изобразителното поле. Използват се свободно изписани калиграфски надписи или рационални подредби от популярни шрифтове.

Текстът може да е допълнение към изображението, за да подкрепя или разяснява идеята на творбата (ил. 58). Той може да присъства самостоятелно като лозунг, цитат или сатирична мисъл (ил. 61) или да е добре премислена типография (ил. 62).

4. Формално и техническо влияние на Стрийт арт върху изкуството на плаката

Плакатът е либерално изкуство, което за да усъществува успешна комуникация със зрителя е необходимо да бъде винаги в крак с времето. Така в хода на историята плакатът попива есенциални елементи и изобразителни методи от различните течения в изкуството. Стрийт арт оказва своето влияние със свободната си експресивност и младежка небрежност. В плаката навлиза специфичната изобразителна естетика на изкуството на градските субкултурни движения. Авторите използват суровостта на техниките от улицата, както и усещането за свобода и бунт, които те символизират в съзнанието на минавачите. Настройвайки езика си в съзвучие с културната среда, авторите на плакат хармонизират творбите си с възприемчивостта на зрителя и така достига по-лесно до него.

4.1 Аерозолният спрей и неговото място в графичния дизайн

Аерозолният спрей е основният изобразителен материал използван в стрийт арт. Той е близък като технически възможности до аерографа, но въпреки това употребата му в графичния дизайн има друга символика и послание. Като графити наследство следата от спрей означава за зрителя израз на личен бунт. Нейната

изобразителност се е превърнала в символ на културата, от която произлиза, а това я прави изключително подходяща при изпълнението на различни задачи в плаката и визуалната комуникация.

В зависимост от поставените цели спрехт се ползва в плакати и запазени знаци създадени за нуждите на младежката субкултура или други творчески проекти. В първият случай това са реклами на различни събития (хип-хоп концерти, изложби на графити, скейтборд състезания) и запазени знаци на продукти и организации (спортни стоки, дрехи, музикални компании и други). Във вторият – това са най-често социални плакати, в които авторът по-скоро залага на всеобщото възприятие за символиката на графити като акт на хулиганство, израз на личен бунт или несъгласие със статуквото. Идеален пример за това е плакатът на Борис Бонев (ил. 67), в който изпръсканият с ръка „X“ символизира демонстрацията на гражданска позиция.

4.3 Стрийт арт шаблонът в плаката и визуалната комуникация

Шаблонът е техника, която се е използвала още в протестните плакати и лозунги като тези от Френския май 1968 година. Творбите от Ателието, както и множеството други плакати и стрийт арт изображения легитимират експресивността на техниката като израз на граждански протест, продукт на дребно хулиганство или плод на революционна пропаганда.

В съвременния графичен дизайн тази специфична изобразителност най-често се използва при създаването на авторски шрифтове, типографски композиции, плакати, запазени знаци, както и в печатната реклама.

Експресията на стрийт арт шаблона подсилва посланието в плаката на Анита Васик „Корпоративна злоупотреба“ (ил. 71). Ето как утвърденият от автори като Банкси и Блек ле Рат изобразителен език се интегрира добре в плаката и допринасят за внушението и усещането за бунт у зрителя.

Често срещани са и типографските плакати и композиции, които са допълнени от ефекта на техниката или изпълнени изцяло в нея. В плаката на Инкахуутс (ил. 72) спрят е необходимата съставка свързваща идейно надписа „няма свободни места“ с уличната среда.

Техниката на шаблона е широко използвана и в създаването на запазени знаци. Това е продиктувано от сферата на дейност на компанията поръчител и интересите на нейните потребители (ил. 75).

4.3 Графити калиграфия

Калиграфитите се използват от графичните дизайнери във всички форми на визуалната комуникация, както и в плаката. Функцията им е повече от естетическа. Тяхното присъствие в композицията говори за идейни връзки с уличната субкултура. Примери за различни видове калиграфски графити илюстриращи визуалния стил на субкултурата виждаме в плаката на Николай Петров (ил. 80).

Еспресията на графити калиграфията намира своето място и в шрифта, запазения знак и логотипа. Визуалната идентичност на Андрю Шамен за фестивал за градска култура добре онагледява това. В нея стилистиката на надписите играе ролята на символ (ил. 81).

4.4 Градската среда и инвентар в плакатната идея и композиция

В последните години в плаката се засилва тенденцията за използване на градската среда като обект на изобразителна интерпретация и източник на идеи. Това е опит да се възобнови функцията на града като сцена на авторския плакат. Успехът на уличното изкуство е повод художниците да се обърнат отново към обществените пространства като обекти на интерпретация и място за експониране. Това става възможно и с физическото излизане на плаката на улицата, но и с помощта на визуалната метафора.

Има много примери с плакати в най-различни интерпретации на връзката идея – място. Обединява ги изнасянето на „случващото се“ в творбата буквално и преносно на улицата (ил. 85, 86).

Друг подход за идейно свързване на творбата с градската среда е чрез подсказване или отразяване местата и начините, по които се излагат продуктите на печатната реклама на улицата. „Батман срещу Супермен“ (ил. 87) влиза във взаимодействие с уличните хулигани и от това се ражда плакатния виц.

Популярен начин за свързване с градската среда е изобразяването на „плакати в плакатите“. В композициите произведенията са представени на улицата. Така се набляга на важността на мястото, на което бива залепен един плакат като начин за сближаване със зрителя (ил. 90).

Още един изобразителен начин за извеждане на идеята в пределите на градския пейзаж е използването на различни елементи и обекти от околните пространства. Това прави плакатът изкуство свързано с улицата, но не непременно стрийт арт (91).

4.5 Естетиката на стрийт арт рисунката в плаката експресия

Днес има солиден брой автори, които работят едновременно в сферата на графичния дизайн, плаката и стрийт арт. Това позволява естественото естетическо обновление на жанровете. Авторы като Шепърд Фери, Клаудия Уолд, Инки, Сехер Уан, Ивайло Недков, Жельо Димитров, Николай Петров и др. внасят в работата си на графични дизайнери характерния почерк и стил на рисунката, композицията и излъчването на стрийт арт творбите.

Художествения маниер, сложните плетеници, ярките цветове и черните кунтури, които отличават творбите на Сехер Уан са част от естетиката на уайлдстайл графитите от края на XX и началото на XXI век (ил. 92).

ИЛК се инспирира от троу-ъп⁶ стила и така прави типографски композиции от цветни букви приличащи на мехури, очертани с дебел контур (ил. 93).

Жельо Димитров – Арсек рисува своите плакати в духа на стрийт арт илюстрациите от първото десетилетие на ХХІ век (ил. 94).

Ето как графичният дизайн отразява развитието на експресията в уличното изкуство. Авторите обогатяват езика и изразните си средства като използват в плакатите си различните изобразителни стилове в графити. В същото време стрийт арт рисунката се повлиява от чистотата на образната комуникация в графичния дизайн и с времето се развива в графизирани монументални изображения носещи почерка на своите автори.

4.6 Нови символи и знаци в плаката и визуалната комуникация

В следствие наблюдавания междужанров обмен в графичния дизайн се въвеждат знаци и символи характерни за сферата на стрийт арт. Това са предмети или различни елементи на средата, които имат връзка и отношение към стрийт арт субкултурата. Най-разпознаваемите символи са аерозолните флакони, пръските от боя и спрей, предпазни маски⁷ и охранителни камери.

Спреят се появява в плакатите като символ на свободния глас и борбата за промяна (ил. 96), събирателен образ на цялата субкултура (ил. 97) или инструмент на стрийт арт художника (ил. 98).

Използват се и обектите, които изобразяват различни аспекти от стрийт арт живота. Пример за това са охранителните камери, символ на властта и контрола над обикновените хора (ил. 100, 101).

⁶ Throw-up – от английското „подхвърлям, построявам набързо“; Това е стил в графити надписите, в който се изписват големи букви приличащи на мехури. Обикновено се използват два цвята – един основен и един за контура ограждащ формите.

⁷ Използва се от уличните художници, за да се предпазят от вредните изпарения на боите, с които рисуват. Освен това маската скрива и лицата им, което помага да запазят анонимността си.

Все по-често се употребяват символи на средата като пътни знаци, улична маркировка, настилки (асфалт, павеа, плочки), както и предмети от обществените пространства – лампи, кофи за буклук, градски транспорт и т.н.

Градските повърхности са местата, по които в близкото минало се е разпространявал плакатът, а днес най-често виждаме стрийт арт. В стремежа за оригиналност на плаката в неговата идея все по-често забелязваме различни елементи от средата. Тя става от място на пребиваване в място на творчество като по този начин се осъществява концептуалната връзка между автора и неговата публика (ил. 104).

ГЛАВА II: Концептуални връзки между стрийт арт и плаката.

Уличните художници черпят вдъхновение от специфичното за плаката идейно продуциране, продукт на така нареченото „плакатно мислене“, което през изминалия век се е отложило в общественото съзнание като изключително привлекателен и интересен начин за предаване и възприемане на визуални послания. Плакатното мислене се използва в стрийт арт, за да привлече внимание и провокира обществено осъзнаване. Това става на първо място интуитивно, защото авторите са възпитани от графичната среда, в която са израстнали. И второ - съзнателно, защото значителна част от стрийт арт авторите са с художествено образование и/или се занимават активно с графичен дизайн и авторски плакат.

1. Плакатната идея в градска среда

Интересна особеност на плакатната идея е фактът, че тя не е ограничена от медията или конкретна форма на изобразителност. Тя проявява особена гъвкавост и мобилност в процесите на нейната реализация, а произведенията в които тя може да се използва излизат от рамките на конкретен жанр. Това е и причината в последните петнадесет години плакатната идея все по-често да е в основа на художественото продуциране в стрийт арт.

1.1 Какво прави плакатът плакат?

За Газдов в същността на плаката се крие: „...оня елемент, динамото, което задвижва облагородяващите процеси във всяка една творба...Това, което ако го има – се усеща с радост, а ако липсва – погледът се движи по повърхността като човек с кокили, а мисълта блуждае като изритано коте.“⁸ Това е комбинация от оригинална идея – смислово-визуална аналогия и изпълнение чрез знаковата експресивност на плакатното изображение. Тя е необходимата съставка, която приковава погледа на зрителя и не оставя въпроси. Изображението е цялостно и завършено, няма нищо в повече, нищо не липсва. Посланието е мигновено разшифровано, а образът – запомнен.

Плакатната идея и виц е категория в плаката, която означава елемента на идейна завръзка, онова, което предизвиква изненада в зрителя. Визуалният виц е нещото, което отличава плаката от другите художествени дисциплини и в същото време не е запазен само за него. Вицът е и най-яркият обединяващ елемент между плаката и стрийт арт. Той е тайната съставка, която уличните художници използват, за да подсилят въздействието на своите произведения. Благодарение на плакатния виц стрийт арт печели своята широка публичност.

Плакатното мислене е специфичен начин на възприемане на света, процес на измисляне използващ безгранична фантазия и оригинално чувство за хумор. Според Николай Младенов в основата му са: „...емоциите наред с асоциативните образи, породени от силата на фантазията, въображението и комбинативността“⁹. Способността да се мисли плакатно е присъща в различни степени на всеки. Младенов смята, че: „...плакатния начин на мислене не е запазен само за тесен кръг, така и произведенията на това мислене не са само плакати.“¹⁰ Това обяснява как

⁸ Газдов, Иван. Авторски плакат. С. 2011

⁹ Младенов, Николай. Плакатното мислене-вродено или придобито, Дис. София 2002

¹⁰ Пак там

стрийт арт, макар и отделен жанр, понякога е толкова близък в идейните си открития до плаката.

1.2 Текст и изображение

В „Надписите на стената: Думи и изображения в модерното изкуство“ Саймън Морли прави проучване на връзката на текста с изображението. Той дефинира различните типове отношения на текст и образ и проучва разпада на границите на изкуствата. Морли говори за: „мулти-сетивно преживяване – вид „тотално произведение на изкуството“ (...), което оперира в неизмеримо разширената сфера на комуникация и информация. Тук вече е невъзможно да се говори за специфични жанрове, и визуални, и вербални.“¹¹ В изследването му се очертават тенденциите за цялост на възприятията в съвременното изкуство. Там стрийт арт намира своето място. В него нужните идейни и изобразителни форми от изкуството до момента, и по-конкретно – плаката, се смилат в нов тип образност.

В стрийт арт отношението текст-изображение има две конфигурации. Първата е тази, при която слово и картина като два отделни композиционни елемента се допълват смислово в общата плакатна концепция. Пример за това е творчеството на Банкси, където текстът е пояснителен елемент разкриващ идеята чрез надпонятийна комбинация с изображението (ил. 107-117). Втората конфигурация е сливането на двата елемента във формална и смислова цялост. Това са изображения, в които формата на буквите или шрифтовата трансформация съдържат допълнителна информация подкрепяща идеята (ил. 118-119).

1.3 Плакатното мислене в стрийт арт

Стрийт арт плакатите са произведения по форма и идея плакатни, но продукт на творческата дейност на стрийт арт художници. Разбира се не всички

¹¹ Morley, Simon. Writing on the wall. Word and image in modern art, London 2003

блестят с особени художествени качества. Тук разглеждаме само тези, в които е достигната оригиналност в концептуално отношение. В тях се използват основните принципи на изобразяване на плакатната идея. Това са сливане на два символа в образна метафора (ил. 120), ситуативност (ил. 121), игра с шрифта (ил. 122) и разкриване на идеята чрез релация на текста с изображението (ил. 123).

Друга форма на улично изкуство, в която се използва плакатната идея е **стрийт арт шаблона**. Измежду големия брой изображения има такива, които будят интерес с интересни визуално-смысловни връзки, аналогии и диспозиции. Поради спецификата на техниката най-често срещани са преобразуванията на съществуващи знаци (ил. 124, 125), решения добре познати ни от изкуството на плаката (ил. 126). Срещат се и комбинации от образи във визуални метафори (ил. 127), както и ситуативност и действена връзка между композиционните обекти (ил. 129).

Съществена част от произведенията в градска среда не могат да се категоризират като плакати или графити. Това са стикери, рисунки със спрей, различни художествени намеси в градската среда, инсталации и други. Тази група е предоставя безгранични възможности за реализация на идеите и естествено е и най-разнообразната и оригинална част в концептуално и формално-техническо отношение. И тъй като плакатното мислене е изключително свободна форма на концептуално формулиране, то позволява творческото реализиране в различни медии и среди без да губи комуникативната си ефективност и степента на внушение (ил. 131, 132).

1.4 Идеи-близнаци

Както често се случва в плаката, така и в стрийт арт различни автори самостоятелно достигат до еднакви идейни открития. В случаите, когато не става въпрос за плагиатство имаме продукт на близко мислещи умове. Интересен феномен, с който се занимава настоящето изследване е, че в произведенията от

двата разглеждани жанра може да се очертаят ясни паралели между мисловните процеси извършвани от стрийт арт художниците и авторите на плакат. Тази близост е причина за значителния брой произведения с еднаква идея и различна форма. В тях се използват едни и същи символи и обекти в аналогични конфигурации, за да се предаде едно и също послание.

В поредица от примери на двойки произведения ставаме свидетели на това как едно и също идейно откритие е реализирано и в градска среда и на хартия. Чрез тях идеално се онагледява тезата, че днес плакатното мислене надскача рамките на своя жанр (ил. 136-137; ил. 138-139; ил. 140-142; ил. 143-144; ил. 145-146; ил. 147-148; ил. 149-150; ил. 151-152; ил. 153-154).

Така стигаме до три важни заключения. Първото е, че плакатната идея и виц е широко разпространен метод за изразяване на позициите и посланията на уличните художници. Второто е, че при наличието на общи изразни средства близките проблеми пораждават близки решения. Третото заключение е, че уличните автори се интересуват и инспирират от добрите примери в плаката. Идеите-близнаци са логичен феномен, който ясно илюстрира разгръщането на плакатното мислене в сферата на уличното изкуство.

2. Идейни клишета – любими символи и теми в плаката и стрийт арт

Във визуалното общуване има утвърдени символи свързани с теми и проблеми, на които не би могло да се намери алтернатива. Това поставя автора пред голямо интелектуално предизвикателство при измислянето на идеи. Невъзможността да се намери оригинално решение води до множество близки по визия и смисъл творби, както и утвърждаването на „клишета“ в плакатния виц.

Клишетата са най-пряката връзка доказваща влиянието на стрийт арт от плакатната идея. От събраните за това изследване примери впечатление прави именно застъпването на едни и същи теми, които в голяма част от реализацията им използват еднакви символи, знаци и идейни решения. Явлението ни води до два

извода. Първият е, че произведенията са продукт на визуалната култура на човек, в която има готов запас от плакатни решения, възпитани от графичната среда. Така ползването на резерва от визуални вицове в стрийт арт се усъществува по интуитивен път. Във втория случай уличните художници целенасочено търсят ефекта на плакатния виц като черпят вдъхновение от методите на визуално-смесови интерпретации в плаката. Това обикновено означава самовъзложено интелектуално предизвикателство, а в някои случаи – репродуциране на вече видяни произведения.

2.1 Често срещани символи и знаци

Като изкуство насочено към социалния и политически ангажимент и изразяващо личния бунт на авторите срещу статуквото, в стрийт арт темата за войната, борбата и революцията в различните измерения, е и най-застъпената. Най-често срещани са символите на войната и мира като оръжието, черепа, сърцето и белия гълъб. В посочените двойки плакати и стрийт арт произведения виждаме как едни и същи елементи са преобразувани в аналогични трансформации (ил. 156, 163).

Политиката е другата широко застъпена тема в уличното изкуство. В много от графитите, които намираме на улицата, както и плакатите, които се появяват по протести има няколко повтарящи се символа - свитият юмрук, държавният флаг и политическите и религиозни знаци. Юмрукът е емблематичен за протестния плакат (ил. 168-171), както и за съвременните политически графити и стрийт арт (ил. 164-167). Той символизира бунта и революцията. Държавните флагове също предоставят много възможности за плакатната идея (ил. 172-177) чрез трансформации във визуални метафори при заменянето на конструктивни елементи. В конкретната тематика широко приложение намира и голямата група на политическите и религиозни символи (ил. 178-182).

Търговските марки и корпоративните запазени знаци, баркода и др. се използват в творбите, които изразяват загрижеността на авторите относно съвременното общество и вредите от културата на консуматорство. Разнообразни вариации на запазените знаци на големи корпорации, които можем да срещнем в произведенията са голям дял от плакатните решения (ил. 183-187).

Екологията е следващата голяма тема, а знаците за рециклиране (ил. 191-192), радиация (ил. 193-194) и стилизираното изображение на планетата Земя (ил. 195-196) са многократно използвани в различни визуално-метафорични послания.

Голям брой обекти, символи и знаци се използват редовно в плакатните идеи и не могат да бъдат групирани по някакъв принци, защото употребата им не е обуслована от темата на посланието. Това са предмети като пясъчният часовник, очилата, цигарената кутия, картите за игра, чадърът, играта на дама, списъкът продължава... Те се използват най-вече заради особената комбинация от форма, функция и значение, която дава огромен брой възможности за развихряне на художественото въображение. Тези обекти първо стават „клишета“ в плаката и после се появяват във визуалните метафори на стрийт арт.

2.2 Често срещаните плакатни решения в уличното изкуство

Тенденциите в измислянето на визуалните послания в стрийт арт са вдъхновени от похватите на изобразяване на идеята в плаката. Те могат да бъдат разделени в няколко основни групи: трансформации (преобразуване на знаци и предмети, добавяне и отнемане на елементи, смесване), ситуации (взаимоотношения между обекти, осветление – светлина и хвърлени сенки), контрасти (смислови, количествени, качествени, контрасти на движението – динамика и статичност, разлика в мащабите и др.), асоциации (превръщане на намерен обект в нов), текстови експерименти (типографски и лингвистични преобразувания).

Трансформациите са най-популярните плакатни вицове, които срещаме в стрийт арт. Те могат да се изразяват в морфологично преобразуване на познатите ни символи, знаци и обекти до такива с ново значение. Това се усъществува чрез отнемане, добавяне на елементи, смесване с други обекти или чрез преобразуване в нови такива (ил. 231-235).

Ситуациите са следващата група вицове. Това са всеки тип взаимоотношение между два композиционни елемента, както и смяната на контекста на даден обект в нов – поставяне в нетипична ситуация (ил. 236-237).

Друг начин да се представи авторовата идея в плакатен виц са контрастите. Те могат да бъдат качествени, количествени, формални, смислови, свързани с движението и други. В творбите най-вече се изразяват чрез нарушаване на редица от повторения (ил. 247-249) или съпоставка на два обекта (ил. 244-246). Друг формален метод за изразяване на контраста е чрез комбинирането на два противоположни елемента, в чиято иначе невъзможна симбиоза се разкрива плакатната идея (ил. 250-1, 250-2).

Асоциациите в плакатния виц са идейни форми, които имат отношение към интересни, изненадващи, индиректни смислови връзки между дадени обекти. В стрийт арт се използват при директното взаимодействие на автора със средата. В тези случаи художникът намира даден обект и чрез някаква добавка създава плакатно изображение (ил. 251-256).

Типографските експерименти са още един добре познат начин за достигане до визуален виц. В уличното изкуство играта на думи и форми се оказва изключително занимателна и за авторите и за зрителите, което я прави и предпочитана. Принципите на играта на смисли в тези по същество плакатни произведения основно лежат на смесването на значението на две или повече думи. Това се постига чрез задраскване (ил. 257-258), заменяне (ил. 259-260), премахване (ил. 261-262) и трансформиране (ил. 263) на букви или цели думи в рамките на текста от изображението. Подходът е еднакво добре използван и в стрийт арт и в

плаката. Същото важи и за шрифтовите трансформации, значително по-рядко срещани в уличното изкуство (ил. 264-265).

От посочените до момента примери достигаме до извода, че в значителна част от уличните произведения се използват начини за идейно формулиране свойствени за изкуството на плаката.

3. Концептуално влияние на стрийт арт върху плаката

Днес плакатните идеи навлизат в нови измерения. Наблюдава се еволюция в плакатното мислене, която предлага все по-абстрактни смислови асоциации. Част от тези обновления се дължат на уличното изкуство макар и пряко движение на идеи да не се наблюдава.

Влиянията, които стрийт арт оказва могат да се разделят на директни и индиректни. Първите са свързани с цитиране и репродуциране на стрийт арт произведения, миграция на творби от улицата към плаката, както и художествено трансформиране на средата. Вторите, индиректни тенденции, намират израз в разширяването на границите на медията и озаконяване на градската среда като платформа на плаката.

Първата от директните прояви на концептуално влияние от стрийт арт е подчертания интерес към взаимодействие с градската среда, който намира най-пълнен израз в агресивния маркеинг (герил маркетинг). Трансформирането на околната среда в идейни визуални послания е занимателна игра на аналогии и асоциации, която пленява зрителя по неподправен начин. В плаката похватът намира своя израз в създаването на фотографски произведения на инсталации в реална среда или асоциативни трансформации на елементи от нея. В посочените примери средата служи едновременно за сцена на идеята в плаката и за ключов елемент в композиционната сруктура (ил. 266-271).

Следващата проява на влияние от уличното изкуство е цитирането и репродуцирането на емблематични графити и стрийт арт произведения.

Използването на директни препратки от улицата в плакатната композиция има за цел да се приобщят идеите на произведението първоизточник (ил. 272, 273).

Към идейните влияния може да се причисли и преминаването на стрийт арт произведения от градската среда върху медията на плаката. Тенденцията носи стилово обновление и оригиналност на формиране на концепцията характерна за уличното изкуство. Тази формална и идейна еволюция се вижда в творбите на Шепърд Фери и Марван Шахин (ил. 274-1, 274-2), които се появяват първо като графити, постепенно изчистват графичната си форма и започват да се разпространяват като плакати.

Индиректните идейни връзки на плаката със стрийт арт се изразяват в легитимация на градската среда като платформа на съвременната култура. Това се осъществява чрез избора на теми, изразни средства и реализацията, но най-вече е свързано с гравитирането на идейните открития около присъствието на изкуството на плаката на улицата. Първо това се осъществява е чрез нарушаване на целостта на формата, при която композиционната структура излиза от физическите рамки на листа (ил. 275). Вторият начин за въвеждане на средата като медия на плакатната творба е чрез изнасянето на формата в градския пейзаж подсилвайки концепцията на дадено произведение (ил. 276).

ГЛАВА III: Социалният коментар в изкуството на улицата

1. Социалният коментар в плаката и основополагащата му роля за установяването на гражданската позиция в стрийт арт.

1.1 Предпоставки за възникването на социалния коментар в стрийт арт.

В хода на XX век утвърждаването на плаката като лице на революции и застъпник за един по-добър свят полага основите на трайната тенденция на социална комуникация в обществени пространства, каквито са улиците на града.

Така по естествен път социалния коментар в уличното изкуство продължава започнатото от плаката.

Потенциала на плаката за целите на пропагандата и агитацията се забелязва още през Първата световна война. Появява се формата на образния плакат с фигура комуникираща директно със зрителя (ил. 278, 279), която по-късно бива многократно репродуцирани в уличното изкуство.

По-късно човешкият образ от политическия плакат се превръща в икона – символ на идеологията на управлението. Формира се специфичната изобразителност на пропагандата и тоталитаризма. В стрийт арт тази естетика е възприета и използвана в политическите коментари. Днес по улиците виждаме използвани като символи лицата на тоталитарни, революционни и други политически лидери като Сталин, Ленин, Чърчил, Тачър, Че Гевара и т.н.

Корените на вица в социалния плакат можем да намерим в изкуството на дадаиста Джон Хартфийлд. Визуалните метафори и концептуални иновации във фотомонтажите му оказват голямо влияние върху идеята в антиполитическите и социални плакати и по-късно - стрийт арт. Изображенията му са остро сатирични (ил. 283-284). Днес фотоманипулацията в духа на Хартфийлд е предпочитано изразно средство в стрийт арт (ил. 285).

След края на Втората световна война плакатът отразява реалностите от двете страни на Желязната завеса. На запад той се занимава предимно с реклама, докато на изток работи по политически програми. В хода на ХХ век се очертава пътят и еволюцията на критическия му коментар. Главната роля на обществена медия, която той заема в ключовите исторически моменти го затвърждава като важен и ефективен инструмент за комуникация на социалната сцена. Ето защо приемствеността на идеите от страна на също толкова ангажираното улично изкуство не може да бъде пренебрегната.

1.2 Плакатни революции

Съществува пряка връзка между плакатите, които възникват в хода на някои от най-големите протести през изминалия век и уличното изкуство. На първо място това се отнася към установяването на градската среда като място за изразяване на гражданска позиция. Вторият момент е свързан с темите и идеите, които са израз на реакцията срещу статуквото. И на трето място стои формалната прилика в изобразителността на протестните плакати и повечето социални и политически стрийт арт графити и постери през последните 15 години.

От началото на XX век до сега има множество организирани или спонтанни социални, антиполитически или революционни кампании, на които плакатът става лице, говорител и поддръжник. Чрез това символичното свързване с гражданските движения той успява да завладее градската среда като място за разпространение на идеи. Това дава възможност за развитие на уличното изкуство в рамките на града. Установяването на място за изява е и един от основните приноси на плаката за появата на стрийт арт.

В хода на тези събития плакатната форма и идея се легитимират като критика на статуквото с обществена значимост и исторически документи за социалните процеси на своето време. Ярък пример за това са плакатите създадени в хода на протестите в Париж през 1968 (ил. 291), когато спонтанно се създава плакатно ателие, от което излизат сурови образи със смели и провокативни послания. Тези произведения ще станат основа за естетическия облик на стрийт арт шаблоните години по-късно.

2. Социалният коментар в стрийт арт

2.1 Стрийт арт като социално изкуство

В реалността на тотален контрол на корпорациите над масите, привидна демокрация и икономически войни, уличното изкуство е отговорът на обикновения човек. Осмиването на политическите лидери е реакция срещу властта, символното рушене на търговските марки е бунт срещу консуматорство, а иронизирането на

съвременния начин на живот предоставя различна перспектива. В амбицията си да създадат своя идеален свят стрийт арт художниците завземат уличните повърхности като ги правят не общинска собственост, а обществена. Рисуването на лозунги и изображения с призив за по-добър живот се явява като акт на „даряване“ на „превзетата“ повърхност на хората.

Стрийт арт срещу корпорациите и културата на масово консуматорство

За уличното изкуство културата на консумация е модерното робство. С произведенията си авторите целят да отворят очите на зрителя като го накарат да погледне живота си под друга перспектива. Това се осъществява най-често чрез методите на плакатната експресия. В социалните стрийт арт творби се използват символите на масовото потребление, които биват ту разрушавани, ту видоизменени в други изображения с нов смисъл. Това са запазените знаци на корпорации, медии и производители, търговските марки на продукти и услуги, както и емблематичните им опаковки.

Стрийт арт срещу рекламата

Реакцията срещу натиска на корпорациите дава израз в отхвърляне на рекламата като информационен и естетически замърсител. Това се осъществява основно по три начина. Първият е чрез разрушаване на съществуващи вече билборди, рекламни плакати, банери, табели и др. (ил. 297). Вторият – чрез подигравателни реплики или интерпретации на съществуващи реклами или рекламни стратегии (ил. 298). Третият начин е чрез символно рушене на търговските марки и запазените знаци на компаниите (ил. 299). Всички тези практики се обединяват около единен подход – осъществяване на идеята чрез и в плакатния виц. Така по ирония на съдбата плакатът се завръща, за да се изправи срещу своя ликвидатор – масовата печатна реклама.

Социалната несправедливост

Както всяко социално изкуство стрийт арт защитава правата и интересите на обикновените хора. Различни конфликтни ситуации и събития предизвикват

общественото недоволство, което намира израз в уличното изкуство. Пример за това са масовите графити протести срещу Световното първенство по футбол в Бразилия през 2014 година. Кампания предизвиква световен интерес и разкрива социалните проблеми в държавата.

Войната

Значителен обем от социалните стрийт арт творби са тези срещу съвременните войни. Банкси критикува случващото се в Израел и Палестина. В опит да разруши смислово преградата между хората, да премахне бетонния символ на война и разделение Банкси прави серия от „идейно-плакатни“ графити върху Палестинската стена (ил. 328).

Полицията и насилието

Полицаят е антагониста в историята на уличните драскачи. Той е вечната пречка, дразнител и обект на подигравки от страна на графити общността. Вечната игра на котка и мишка между пазителите на реда и хулиганите е отразена в много от графитите по градските улици, а за някои автори се превръща в основна тема в творчеството им.

В защита на природата

Стрийт арт творбите посветени на екологичната тема превъртат до болка познати от плаката проблеми и решения. Използват се трансформации на символа за рециклиране, зелени листа, дървета, знака за ядрена енергия, планетата земя. Правят впечатление често повтарящите се бели мечки и топящи се ледове или надписи и различни обекти потопени във вода, както и добре познатите ни рибени кости символизиращи изчезването на видовете (ил. 191, 211, 335-339).

Интерес към предмета на настоящето изследване будят произведенията, които използват креативен подбор на локации и материали. При тях идеята е изобразена чрез иновативни и „природни“ методи. Пример за това са графитите от мъх (ил. 348-350), ривърс графити (измити от прашните градски повърхности

изображения) (ил. 351) и графити, които стават видими при намокряне на предварително обработена повърхност.

2.2 Стрийт арт протести – ехо от плакатните революции на XX век

Първите примери за осъзнаване социалната роля на стрийт арт са рисунките от западната страна на Берлинската стена, където чрез изкуство символично се руши преграда между източния и западния свят. В колективното съзнание графити се превръщат в символ на младежкия бунт и борбата за промяна (ил. 355).

През 2005 друга разделителна стена бива преодоляна с помощта на уличното изкуство. В серия от девет провокативни композиции върху палестинската стена Банкси изразява своята гражданска позиция. Той използва няколко визуални метафори, които установяват смислова връзка между пространствата от двете страни на стената. С чувство за хумор и пестеливост в изказа авторът символично премахва преградата (ил. 328, 356, 357).

През 2011 година в Кайро избухва революцията, част от Арабската пролет. От стените на сградите различни изображения и послания настояват за свобода. Отличават се творбите на Ганзир, Ел Зефт, Сад Панда, Амар Або Бакр, Кайзер и други. Най-знаковото произведение е маската на Нефертити с противогаз, дело на Ел Зефт (ил. 363, 364).

2.3 Стрийт арт плакати за един по-добър свят.

Говорейки за социалния коментар в стрийт арт плакатната форма е сред най-предпочитаните. Първата причина е историческата връзка на плакатния жанр с улицата и протеста. Втората е възможността за тиражиране. И третата причина е комуникативността и визуалните и идейни качества на формата.

Образните плакати са графизирани портрети на политически лидери, популярни личности или различни типажи. Шепърд Фери, Роби Конал, Пюр Ивъл,

Мистър Брейнуош и САБО използват силата на човешкия образ в социалните си и антиполитически творби и превръщат ликовете на известните личности в икони.

Слоган плакатите са типографска композиция на кратка фраза или сентенция, чието послание е замаскирано в двусмисленост, ирония или идейно несъответствие. Слоган плакатите извървяват дълъг път от графити посланията през листовките до формата на шрифтов плакат.

Плакатите с разнообразна стилистика и идейност са добре представени в творчеството на различни автори като Шепърд Фери, Рене Ганьон, Блек ле Рат и Джеф Аерозол. Като хора с опит в графити шаблоните те работят със същата техника като запазват този изобразителен стил и в плакатите си. Това, което ги интересува живо е ролята на уличния художник или райтър в социалната среда.

Фери извежда произведенията си една стъпка напред като развива свой графичен стил. Той се инспирира от изобразителния маниер на съветската и китайската пропаганда. Творбите му са посветени на противопоставяне на насилието, войната и подтисничеството и стават знакови за стрийт арт.

3. Градската среда и изкуството на улицата

3.1 Градът като медия на плаката и уличното изкуство

Комуникационни канали и мрежи

Градът е съвкупност от всички градивни елементи свързани помежду си от различен тип връзки. Тези свързаности изграждат мрежи, които са динамични и са проводници на общуването между отделните звена. Изкуството в градска среда е градивен елемент на тази мрежа и активен участник в протичащите в нея процеси. Новите произведенията, които се създават в пределите на града разширяват обособяват нови центрове и разширяват системата ѝ от комуникационни канали.

Експериментите в рамките на градския пейзаж и особено тези, които стратегически са направени далеч от културните центрове внасят разнообразие в средата. „Завладявайки“ нови територии в градските пространства стрийт арт

разширява мрежата от визуална комуникация. По този начин изкуството на улицата „отваря“ селищните рамки, естетизира средата и подобрява условията за живот.

Визуалната комуникация в градска среда

Отворените градски пространства са исторически доказано и психологически обосновано естественото място за разпространение на визуални послания сред обществото. Всяко произведение или визуално послание в градска среда свързва зрителя директно с източника на информация и косвено с другите реципиенти в една обща комуникационна мрежа.

Типа комуникация и мрежата, която се образува при нейното осъществяване, зависи от това какъв вид е образното съобщение. Това може да е реклама, плакат, някакъв вид новина, обява, графит или стрийт арт. Тези изображения се разделят основно на три типа сведения според функцията им: рекламна, информативна и културна, към която спадат плаката и стрийт арт.

Стената като граница и медия

Вертикалните повърхности в градската среда ограждат света на малкия човек и формират неговия видим свят. Всички отделящи равнини условно наричаме стени. Те са видимата част в селищния пейзаж и се използват за носители на визуалните послания.

Творбите върху градските повърхности символично разбиват рамките на зрителното и отвеждат мисълта отвъд пределите на видимото. Така чрез изкуството в градска среда човек се свързва със света на идеите.

Идеален пример за преодоляване на установените рамки на реалния свят чрез визуалните послания са графитите върху Берлинската стена. Тя в ролята си на граница, преграда и ограничение бива символично премахната чрез средствата на плаката и стрийт арт.

3.2 Взаимодействие на жанровете с градската културна среда

Стрийт арт и плакатът да взаимодействат със своята среда по най-разнообразни начини. Те я променят, изграждат, рушат, облагородяват, черпят вдъхновение от нея, разширяват комуникационната и културната ѝ мрежа и стават неизменна част от градския пейзаж. Жанровете имат принос в развитието на културната среда с обогатяването и разгръщането ѝ чрез създаване на нови центрове и усвояване на нови физически и смислови пространства.

Стрийт арт и града

Днес съществуват множество форуми на местно или международно ниво на уличното изкуство по целия свят. В България това са събития като Спрайт Графити фест и фестивалите UnBlock и Urban Creatures. Целта на тези мероприятия е да приобщят младежите в културния живот на града като им се даде сцена за изява и същевременно да се подобри естетически пейзажа.

Друг тип събития са социални акции като Брандализъм, която от 2012 година насам събират почти ежегодно десетки художници в името на дадени каузи като климатичните промени, визуалното замърсяване в градовете и други. С такива мероприятие се цели привличането на общественото внимание и възпитаване на интерес към проблемите на социума.

Плакатът и градската културна среда

Начините, по които плакатът да взаимодейства са два – използвайки стилите особености и характерни символи на уличното изкуство или пресъздавайки плакатните идеи в градска среда.

Добри примери за това можем да открием в няколко акции под формата на плакатни изложби посветени на градската култура, които имат за цел да възстановят връзката на зрителя със собствената му среда. Това са изложбите „Градът“, „Плакати за нова българска архитектура“ и „Любим град“. Чрез тях се цели осъзнаване на авторите като част от градската среда и градивен елемент на културата. Стремехът е да се преодолее отделеността на индивида от средата.

Плакатите предоставят нов поглед на зрителя към средата като отварят очите му за неща, които не е забелязвал или показват нова перспектива (ил. 398-404).

4. Глобализацията, интернет и изкуството в градска среда

Разпадът на границите и достъпността носи много позитиви на изкуството, авторите имат повече от всякога възможността да разпространяват идеите си. Своеобразните турнета на художници като Банкси и JR добре обрисуват подвижността на стрийт арт.

Друг аспект от глобализацията, който оказва влияние върху развиването на стрийт арт е универсиализирането на темите и изобразителния език. Това прави произведенията адекватни във всяка една ситуация и на всяко едно място по света. Ако сравним стрийт арт в Лондон, Москва, Кайро и София ще открием, че навсякъде шаблонните графити си приличат (ил. 139, 405-407).

Интернет и социалните мрежи позволяват на плакатния виц да излезе от уличните пространства и да се пренесе в дигиталните. Появяват се нови феномени като дигиталния плакат и дигиталния стрийт арт, които са създадени изцяло за интернет пространството без да бъдат реализирани в материал.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ И ИЗВОДИ

Последните тенденции в съвременното изкуство са свързани все повече с обединяването на жанрове и форми в интердисциплинарни произведения. Стрийт арт е продукт точно на това визуално и смислово обновление. Той е достатъчно либерален и гъвкав, за него формата и медията са средства, а не характеристика на произведението. Силното влияние от плаката, което уличното изкуство търпи изчиства, облагородява и доразвива визуалния му език. Освен това плакатното мислене и идея залягат твърдо в процесите на измисляне и реализиране на посланията на улицата.

ИЗВОДИ ГЛАВА I: Формални влияния

Най-забележимите влияния, които стрийт арт получава от плаката са във формата и изобразителността. В добрите примери плакатната експресия се използва като средство за повишаване на четимостта, бързината на изпълнение и качеството на визуалната комуникация.

С набирането на популярност на уличното изкуство в графичния дизайн и плаката също се наблюдава повишен интерес към формата и изобразителността на стрийт арт. Плакатът използва специфичния образен език, характерните техники, както и символична образност на стрийт арт.

ИЗВОДИ ГЛАВА II: Концептуални влияния

Плакатната концепция не се ограничава от медията, формата или техниката на изпълнение. Тя е гъвкава по отношение на мястото и начина на реализация.

Съществуват ясни паралели между мисленето в плаката и стрийт арт. В уличното изкуство се използват методите за достигане до плакатен виц и неговото изобразяване като метафорични трансформации, ситуации, асоциации, идейни контрасти, връзка на текст с изображение, типографски експерименти и др.

Търсене на неконвенционални смислови асоциации в плакатното мислене предпоставя инспирация от необичайните практики в уличното изкуство. Градската среда влиза плакатната идея като медия на неговата форма и идея.

ИЗВОДИ ГЛАВА III: Плакатната идея и експресия в социалния коментар на стрийт арт

Плакатната идея и експресия се използва в социалните стрийт арт творби. Предпоставка за това са политическия, протестен и по-късно – социален плакат, които утвърждават тяхната форма като успешно получаваща гласност в общественото пространство и легитимират градската среда като трибуна на гражданската позиция.

Плакатната формата, идеята и функцията, които повлияват стрийт арт, са предпоставките за успешното даване на гласност на едни от най-наболелите проблеми в съвременния свят.

Уличното изкуство взаимодейства със средата като я естетизира, разширява културната мрежа и става извор на вдъхновение. В същото време повлиян от стрийт арт плакатът усъществува идейна връзка с градската среда.

ОБОБЩЕНИЕ

Стрийт арт и плакатът са едни на пръв поглед различни форми на изкуство, които имат малко общо помежду си. Вглеждайки се внимателно обаче ние откриваме уникална мрежа от взаимодействия и процеси на реципрочно обогатяване. Двустранните влияния са част от глобалната тенденция на освобождаване от формалните рамки, които ограничават концепцията. Вниквайки зад смисъла на това явление ние ще открием, че в основата на всичко стои идеята.

ПРИНОСИ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

- Откриване и установяване на тенденциите на формални и идейни влияния между стрийт арт, плаката и визуалната комуникация. За първи път проблемът се анализира в дълбочина и се доказва връзката между жанровете.
- Доказване основополагащата роля и значението на плаката за развитието на стрийт арт и легитимирането му като форма на изкуство.
- Описване и систематизиране на начините и практиките, по които плакатът повлиява уличното изкуство. Описване и систематизиране на основните изобразителни форми на стрийт арт, които имат връзка с формата и/или идеята на плаката. Посочване и систематизиране на видовете плакатна експресия използвана в уличното изкуство. Описване на случаите и начините, по които плакатната идея се използва в стрийт арт.
- Отразяване и анализиране на новите формални и концептуални влияния, които плакатът търпи под въздействието на стрийт арт. Установяване на естетическите нововъведения от уличното изкуство. Отразяване или анализиране на начините на взаимодействие с градската среда под влиянието на стрийт арт.
- Доказване на универсалността и мобилността на плакатната идея, както и нейното значение за концептуалното осмисляне на социалните форми на стрийт арт.

НАУЧНИ ПУБЛИКАЦИИ СВЪРЗАНИ С ТЕМАТА

1. Изразни средства вув визуалния език - идея и медия. Каталог към Трета научна конференция на специалност „Плакат и визуална комуникация“ към НХА. Николай Младенов, съставител. София, Национална Художествена Академия, 2013.
Дончева, Пламена „Градската среда като средство и медия на плакатната идея“
2. Нови модели на комуникация и тяхното влияние в обучението по плакат. Катедра „Плакат и визуална комуникация” към НХА. Георги Янков, Николай Младенов, съставители. София, Национална художествена академия, 2016.
Дончева, Пламена „Плакатът и новите канали за комуникация“
3. Каталог към международната научна конференция „Изкуство и живот“, към ВТУ. Велико Търново, Великотърновски университет "Св. св. Кирил и Методий", 2015.
Дончева, Пламена „Съвременният български плакат и градът. Взаимодействие с културната среда.“