



АКАДЕМИЯ ЗА МУЗИКАЛНО, ТАНЦОВО И ИЗОБРАЗИТЕЛНО ИЗКУСТВО
"ПРОФ. АСЕН ДИАМАНДИЕВ"-ПЛОВДИВ,

СЕДМА МЕЖДУНАРОДНА НАУЧНОПРАКТИЧЕСКА КОНФЕРЕНЦИЯ

УПРАВЛЕНСКИ И МАРКЕТИНГОВИ ПРОБЛЕМИ В ИЗКУСТВОТО

СБОРНИК ДОКЛАДИ • III/2019

Академия за музикално, танцово и изобразително изкуство

„Проф. Асен Диамандиев“ - Пловдив



*Седма международна
научнопрактическа конференция*

***УПРАВЛЕНСКИ
И МАРКЕТИНГОВИ ПРОБЛЕМИ
В ИЗКУСТВОТО***

Сборник доклади

III/2019

Всеки автор носи отговорност за съдържанието на своя текст

Редакционна колегия:

Проф. д-р Любомир Караджов

Проф. д-р Емилия Константинова

Доц. д-р Живка Бушева

Рецензенти:

Доц. д-р Татьяна Стоичкова

Д-р по културна антропология Достена Лаверн

Авторски колектив, 2020

АМТИИ-Пловдив, 2020

ISSN 2603-462X

Уводни думи

На 15 ноември 2019 г. за седма поредна година Академията за музикално, танцово и изобразително изкуство „Проф. Асен Диамандиев“- Пловдив стана домакин на Международната научно-практическа конференция „Управленски и маркетингови проблеми в изкуството“. Това е единствената по рода си у нас специализирана международна конференция по проблемите на мениджмънта, маркетинга и комуникациите в сферата на изкуството.

Форумът по традиция се организира от преподавателите в магистърските специалности „Артмениджмънт“, „PR на арторганизации“ и „Аниматор изкуство в туризма“ към катедра „Хореография“. За своето 16 и съответно 10-годишно съществуване тези магистратури изградиха международно призната школа по управление и PR комуникации в сферата на изкуствата, а научният форум се превръща във все по-значимо място за обмяна на научни идеи и практически подходи.

На откриването присъстваха зам.-ректорът на АМТИИ по учебната дейност проф. д-р Костадин Бураджиев, зам.-ректорът по художественотворческата дейност проф. д-р Даниела Дженева, ръководителят на финансовия отдел Христина Колева, ръководителят на учебен отдел Костадинка Йорданова и представители на медиите.

Конференцията бе открита официално от проф. д-р Даниела Дженева, която подчерта важната роля на форума за издигане на научната репутация на АМТИИ и повишаване на квалификацията на преподавателите и студентите. Проф. Дженева поздрави организаторите на конференцията от катедра „Хореография“ и заяви своето удовлетворение, че с управленските магистратури катедрата осъществява още по-добра връзка между теорията и практиката, което гарантира на студентите най-качественото обучение в сферата на изкуствата.

Пленарните доклади „Какво вижда PR-ът през „Прозореца на Овертон“ на професора по теория на изкуствата проф. д-р Любомир Караджов и „Иновативен метод за моделиране на арторганизация“ на проф. д-р Емилия Константинова очертах основните насоки на научния форум – иновативни научни подходи и успешни практики в артмениджмънта, маркетинговите проучвания и публичните комуникации в изкуството.

В Седмата международна научно-практическа конференция взеха участие изследователи от САЩ, Русия, Полша и четири български висши училища. Този традиционен и увеличаващ се всяка година интерес към форума недвусмислено доказва все по-голямата значимост на въпросите, свързани с управлението на арторганизациите и възможностите и начините им да осъществяват пълноценни контакти с важните за тях обществени институции и аудитории. Освен хабилитирани учени, сред лекторите на конференцията бяха и докторанти, мениджъри на театри, арт центрове, международни фестивали и изявени студенти с доказан практически опит. Официалните езици на научната конференция бяха български, английски и руски език.

Настоящият сборник е факт след проведено анонимно рецензиране на допуснатите до участие доклади и е представен в Националния референтен списък на съвременните български научни издания с научно рецензиране в НАЦИД.

Проф. д-р Любомир Караджов
Зам.-председател на Организационния комитет

МЕТОДЪТ НА ДОБЛИНСКАТА ГРУПА ЗА ИЗГРАЖДАНЕ НА БИЗНЕС МОДЕЛ НА АРТОРГАНИЗАЦИЯТА

Проф. д-р Емилия Константинова

АМТИИ „Проф. Асен Диамандиев“ - Пловдив

DOBLIN GROUP METHOD FOR BUILDING THE BUSINESS MODEL OF

THE ARTS ORGANIZATION

Prof. Emiliya Konstantinova, PhD

AMDFA „Prof. Asen Diamandiev“ - Plovdiv

Abstract: Building a complete concept when introducing a new arts product has always been a weakness of arts organizations. This is often not because of a lack of good creative idea but because of the use of a suitable tool. The method of the Doblin group gives us such a useful tool. It can be used not only for analyzes when introducing an innovative arts product, but also for systematic work to successful improvement its.

Keywords: *arts management, arts product, innovation*

При все по-нарастващите проблеми от началото на XXI в., вследствие на глобализационните промени, настъпиха съществени изменения в управлението на организациите въобще. Ако до преди няколко десетилетия имаше съществена разлика между моделите на управление на бизнес организациите и организациите в сферата на културната и изкуствата, то днес все повече арторганизации възприемат типичните за бизнес управлението модели, а бизнес организациите все повече взаимодействат творчески подходи от изкуствата в своето управление. Една от съвременните концепции в управлението на изкуствата за успешно развитие на арторганизациите е приемането на бизнес модел като един надежден управленски инструмент в полза на всеки артмениджър, особено когато трябва да вземе важно стратегическо решение за някаква промяна или въвеждане на иновация в арторганизацията.

От гледна точка на артмениджмънта, иновациите могат да бъдат класифицирани като прости и сложни. Повечето арторганизации, поради страх от рисковани действия, прибегват често към въвеждане на малки иновативни промени в създаването и/или представянето на експериментален художествен продукт – изложба, концерт, продукт на

визуалното изкуство и др. или промени в организационната си структура. Всяка арторганизация е добре да преследва простите иновации, защото пълната липса на иновативно обновяване води до по-големи загуби, дори провали в нейната цялостна дейност. Арторганизации, които считат, че иновациите най-често се провалят и затова не желаят да поемат рискове са обречени да бъдат губещи сред силната конкурентна среда. Простите нововъведения или промени имат временен успех и това ги лишава от възможността да изградят свой популярен и силен бранд. Когато определени пазари силно се разрастват и усложняват, особено днес с развитието на културната индустрия, се изисква да се вземат все по-сложни иновативни решения, които се нуждаят от мултифункционални екипи. Сложните иновации изискват повече финансови средства и дълъг период на развитие, но водят до дългосрочни успехи.

Джей Доблин и Лари Кейли, основатели на Консултантска група „Доблин“, насочена към стратегическо планиране и управление, създават метод, който повече от 35 години помага на много организации да внедрят свои иновации в различни области. Те изграждат цялостна практическа рамка за систематично създаване и въвеждане на иновациите в разнообразни организации.

Като основен инструмент за иноваторите навсякъде по света, методът може да бъде изключително полезен и за артмениджмънта при успешното създаване и изграждане на някакъв тип креативна идея, артпродукт или промоционален процес. Той се основава на внимателно подбрани десет области на иновации, които се отнасят до вътрешната среда на организацията, нейните продукти и начинът, по който тя ги представя.

Според Доблинската група съвременните успешни новатори използват разнообразни вариации на иновации, анализирайки действащи вече модели. Тогава те правят съзнателен, обмислен избор за нововъведения в собствената си организация. За да бъде успешна тяхната реализация е необходимо да се обвържат с всички дейности в цялата система на управленските процеси.

Бизнес моделът на Доблинската група е един полезен инструмент, който може да се използва и за диагностициране и за обогатяване на иновативни решения, върху които една арторганизация работи, и не на последно място да помогне на артмениджмънта в анализите на съществуващата конкуренция. Технически моделът е изключително лесно

използваем дори при отстраняване на допуснати грешки или пропусната информация, тъй като бързо се откриват и лесно се коригират.

Ефективното използване на изложения модел се основава на шест принципа, които са от значение за всеки артмениджър:

1. Доброто познаване на всеки отделен елемент и дълбокото разбиране в дълбочина на десетте типа рамки позволява подобряването на почти всеки креативен проект в хода на неговото развитие.

2. Релевантното отчитане на артпродуктите и иновативните начини за тяхното създаване ще затрудни конкурентите да създават имитации.

3. Задълбочено търсене на нови начини за конфигуриране на активи, идеи и насърчаване на нови преживявания.

4. Използване на диагностика, за да се отсеят пренебрегвани типове и категории дейности на организацията, които са скрит потенциал за успех.

5. Отлично познаване на потребностите /вкусове, предпочитания, необходимости/ на потребителите. В тази връзка от изключителна важност за арторганизацията са изследванията и анализите за потребителите за да бъдат ясно идентифицирани потребителските предпочитания.

6. Интегрирано използване на пет или повече типа категории, което е достатъчно за да се преоткрие онази, която има потенциал да стане новаторска.

Десетте типа рамки са лесни и интуитивни за използване и са групирани в три основни категории модели, показани на схема 1.

Схема 1

Модел на приходи	Мрежа	Структура	Процес	Продуктово представяне	Продуктова система	Услуга	Канал	Бранд	Потребителски ангажимент
КОНФИГУРАЦИЯ				ПРЕДЛОЖЕНИЕ			ПРЕЖИВЯВАНЕ		
Модел на приходи - пътят, по който организацията получава доходи				Продуктово представяне – отличителна характеристика и функционалност			Допълнителни услуги /поддръжка/ - подобрения, които подкрепят предложението на организацията		
Мрежа – партньорства с други организации за създаване на стойност							Канал – начина на доставка на основното предложение до потребителите, които стават като клубни членове на организацията		
Структура – подреждане на организационно управленската структура за добра комуникация между екипи и разпределение на ресурсите				Продуктова система – включване на допълнителни продукти и услуги			Бранд – представяне на продукта и бранда		
Процес – използване на метод за съкращаване на времето за представяне на нов продукт							Потребителски ангажимент – отличителни взаимодействия, които подкрепят продукта на арторганизацията		

1. В категория „Конфигурации“ влизат четири типа рамки:

- Модел на приходи - пътят, по който организацията получава доходи.

Пример: StreamingVideoProvider доставя филми, концерти на живо, специални програми, лични филми чрез поръчка за видео стрийминг /поточно видео/.

- Мрежа – партньорства с други организации за създаване на стойност.

Пример: Отворената иновация е сама по себе си форма на иновации в мрежата - като използва уменията и опита на хора извън собствената арторганизация. Обичайно това са мрежови арторганизации с нестопанска цел, като Международна мрежа за съвременни изпълнителски изкуства /ITEM/ с над 500 изявени артистични организации и индивидуални членове, работещи в сферата на съвременните сценични изкуства по целия свят: театър, танц, цирк, интердисциплинарни форми на живо изкуство, нови медии.

- Структура – подреждане на организационно-управленската структура за добра комуникация между екипи и разпределение на ресурсите, т.е. как се организира таланта и активите в арторганизацията.

Пример: AIRIS е годишна програма управлявана от шведските организации Skådebanan Västra Götaland Kultur och Arbetsliv и TILLT с цел интервенция на артисти за подобряване качеството на труд и работна среда в компаниите. В нея участващите артисти прекарват първите два месеца в проучване, работейки със служителите на определена компания. Анализирайки нейната производствена среда, те създават задачите, необходими за постигане на структурните цели. Служителите и артистите се групират от тренинг-ръководител на програмата, който изпълнява ролята на своеобразна система за предупреждение и аларма при възникнал проблем. На по-късен етап тренинг-ръководителят и артистите се оттеглят, за да оставят служителите сами да използват мотивацията и идеите си [1, с.6]. Моделът гарантира успешни и трайни промени в компаниите, дори след приключване на програмата.

- Процес – използване на метод за съкращаване на времето за представяне на нов продукт.

2. Категорията „Оферта“ включва два типа рамки:

- Продуктово представяне – изпълнението на продукта, неговата отличителна характеристика като качество, функционалност, цена и др.

Пример: Първите DVD-комплекти „Самоучител по български народни танци“ на клуб „Чанове“, създадени 2007 г. в България набират широка популярност не само в страната, но и в чужбина.

- Продуктова система – включване на допълнителни продукти и услуги, така че да бъдат интегрирани в цялостната система на арторганизацията.

Пример: ИНХОМ – Белослав, компания специализирана за ръчно изработено цветно стъкло, има музей на стъклото, в който посетителите могат да присъстват и да участват в процеса на превръщането на грубата стъклена маса в изящни стъклени фигури. Те могат да ги оцветят и да си ги вземат за спомен. Със своята специфична дейност музеят е напълно интегриран в цялостната система на организацията.

3. Категория „Преживяване“ има четири основни типа рамки:

- Допълнителни услуги - подобрения, които подкрепят иновативния продукт на организацията. Те допълват доброто представяне пред потребителите. Добрата услуга емоционира и мотивира потребителя да предпочете артпродукта пред друг и да го препоръча в своя социален кръг.

Пример: Модният бренд Burberry предлага директна продажба от подиума. Мощната комбинация от стратегии за електронна търговия и социални медии дава възможност на купувачите да видят шоуто на модния подиум през сезона на живо и да поръчат персонализирани варианти на дрехи и чанти в рамките на минути.

- Канал – начина на доставка на основния артпродукт до потребителите, които стават един вид фенове или клубни членове на арторганизацията. Каналът за доставка може да бъде физически и виртуален.

Пример: Специалните абонаментни карти за представления, с които театъра си осигурява постоянна публика.

- Бранд – представяне на артпродукта и бранда. Имиджът на бранда е важен за устойчивостта на арторганизацията в дългосрочен план.

Пример: Виенска държавна опера / Wiener Staatsoper/ и редица подобни на нея се стремят да създават и представят силни сценични произведения достойни за изградения им имидж като световноизвестни артистични организации.

- Ангажиране на публиката – отличителни взаимодействия с потребителите, които подкрепят продукта на арторганизацията.

Пример: Арторганизации в областта на изпълнителските изкуства, които създават своите представления, включвайки в тях активното участие на публиката. Характерен пример са концертите на Андре Рийо /Andre Rieu/. Друг пример е с компанията Disney.

Най-ценният актив на Disney не е нещо което може да бъде докоснато, измерено или претеглено. Това е магия и тя насърчава за специално преживяване. Disney ангажира трайно своите привърженици чрез различни платформи за гледане на филми и други забавления.

Важно е да отбележим, че рамковите групи в категорията отляво са фокусирани към организацията и са по-отдалечени от потребителите; колкото по-надясно са поставени останалите рамкови групи, толкова се доближават към потребителите. Ако използваме театрална метафора – отляво на рамката е всичко свързано със задкулиското пространство, а отдясно – със сцената.

Заедно с всичко това, успехът на приложения модел зависи от някои фактори в управленския процес, които трябва да бъдат взети под внимание. Те са свързани с добрата подготовка, планиране, организиране, тестване, анализиране и прилагане на бизнес модела видно на схема 2.

Схема 2

Нека разгледаме адаптиран примерен вариант към рамката на бизнес модела на иновациите на Доблинската група за да покажем неговия общ механизъм на изграждане на един иновативен културен бранд.

През 2015 г. кураторката Катаржина Пирянков и артистът Венцислав Пирянков започват с една инициатива, която става иновативен бизнес модел за промяна характера на едно селище и подобряване начина на живот на жителите му. Създадените произведения на публичното изкуство върху фасадите на голяма част от къщите на с. Старо Железаре влиза в обектива на редица медии, включително и световни, като вестник New York Times и телевизия CNN. Нарисуваните фигури, често пъти в естествен размер, на местни жители до фигурите на публични личности, музикални идоли, политически лидери, холивудски звезди променят не

само визуалния облик на селото, но и културното съзнание на неговата общност. Неподражаемият културен бранд на българо-полската артистична двойка Katarzyna & Ventsislav Pirjankov добавя допълнителна стойност, формирайки ново културно-социално взаимодействие и обществен интерес, вследствие на което едно селище се превръща в обект на културния туризъм.

Бизнес моделът на конкретния бранд се състои от пет основни типа на иновация, както следва:

1. Структура. Рисуването на черно-белите изображения по външните фасади на къщите се разпределя между полски млади художници, участници в годишните сесии, провеждащи се всяка година през летния сезон заедно с основния изпълнител - артиста Венцислав Пирянков. Той и кураторката Катаржина Пирянкова планират, ръководят и координират целия работен процес между художниците, собствениците на къщите и общинското ръководство.

2. Процес. В процеса се използват безвредни и трайни за околната среда черни бои, което спомага за опазване на околната среда. В селото много от имотите имат дълги и достатъчно високи зидани огради и свободни фасади, които са идеална основа за черно-белите картини. Всичко това води до ефективността и ефикасността на използвания метод на рисуване.

3. Продуктово представяне. Рисунките изпълват улиците с живот. Те остават като ценен документ не само за лична, но и за колективна памет, тъй като запечатват персоналните образи на възрастните хора и донякъде техния начин на живот /овчар със стадо кози; жени, които плетят; разговарящи жители/. Рисунките променят функцията на грозните стени и се превръщат в част от огромната картина – с. Старо Железаре. Образите стават обекти, които „активират споделени спомени“. Тази силна обвързаност на артпродукта с миналото, настоящето и бъдещето има важно значение за културните връзки между поколенията.

4. Бранд. Катаржина и Венцислав Пирянков изграждат силен културен бранд в няколко аспекта. Създават публично изкуство в черно-бели цветове със силно присъствие и участие на местната общност, свързвайки я в световния контекст на значимост. Техният артпродукт е „нов подход към събирането на истории“. Културната, документалната и

Модел на Приходи	Мрежа	Структура	Процес	Продуктово представяне	Продуктова система	Услуга	Канал	Бранд	Потребителски ангажи-мент
1				2		3			5
КОНФИГУРАЦИЯ				ПРЕДЛОЖЕНИЕ					
Модел на приходи - пътят, по който организацията получава доходи				3.Продуктово представяне – отличителна характеристика и функционалност					
Мрежа – партньорства с други организации за създаване на стойност				Канал – начина на доставка на основното предложение до потребителите, които стават като клубни членове на организацията					
1.Структура – подреждане на организационно управленската структура за добра комуникация между екипи и разпределение на ресурсите				Продуктова система – включване на допълнителни продукти и услуги					
2.Процес – използване на метод за съкращаване на времето за представяне на нов продукт				4.Бранд – представяне на продукта и бранда					
				5.Потребителски ангажимент – отличителни взаимодействия, които подкрепят продукта на организацията.					



социалната стойност носи допълнителна стойност на влияние и популярност, което има и известни икономически ефекти.

5. Потребителска ангажираност. Обвързването със значими личности чрез рисуваните картини извежда жителите от контекста на „анонимни за света хора“ и ги превръща в световни личности, трансформирайки техните стари традиции в съвременни визии. Самите собственици на имоти са силно ангажирани с инициативата и участват активно в нея. Ремонтират външните стени за да поръчат, с кой да бъдат нарисувани. /Виж. сн.1/

Снимка личен архив. Визия на графит от с.Старо Железаре

От сиво и запустяло село, Старо Железаре е превърнато в атрактивно, чисто и подредено място и е обект на културен туризъм.[2]

Заедно с представения пример е важно да отчетем и някои други дейности при конструиране на Дублинския бизнес модел важни за арторганизациите.

При подготовката е необходимо да има разбиране и консенсус от собствениците или висшия състав мениджъри на арторганизацията, тъй като без подкрепата им иновациите не могат да се приложат. Подборът на екип също е от голямо значение. Той трябва да бъде изграден от специалисти, работещи в различни области, които да имат опит в работа с екип. Често пъти това могат да бъдат служители на арторганизацията, запознати с нейната стратегическа цел, които професионално и всеотдайно работят за решаването на задачите и са приели принципите на организационната й култура.

Съставянето на план график от ръководителя на екипа със съответните задачи и отговорници е задължителен елемент на всеки бизнес модел. Би било положително, ако се приеме осъществяването на бизнес

модела като нов проект, разграничен от текущите функции на арторганизацията. Вътрешноинформационните връзки не трябва да се игнорират.

Актуализирането на информацията относно иновационния проект е добре да бъде насочено към борда на висшето ръководство. За нуждите на стартирането на проекта е важна всяка събрана и анализирана информация, отнасяща се за продукта, процеса, потребителите и конкурентите /ресурси, активи, финансова информация, организационен потенциал, конкурентни предимства, и т.н./.

Намирането на външни консултанти по дадени проблеми е от решаващо значение. Всяка допълнителна информация и обратна връзка генерира ценен ресурс.

Анализът и търсенето на неконвенционални решения разширяват възможностите за намиране на иновативни решения. В тяхна помощ са наблюдаването на пазарните елементи, конкурентните сили, организационните процеси, технологиите, специфичните ниши, изследванията чрез анкети, интервюта и всяка друга информация. Използването на холистичния подход при взимането на решения и доброто познаване на всички елементи на бизнес модела е важно за синтезирането на иновационния модел.

Дизайнът на първоначално съставения бизнес модел не е окончателен. Процесът изисква преразглеждане на компонентите до тяхното изчистване - от допуснати грешки, до пропуснати подробности, преконфигуриране на елементите, изясняване на потенциалните решения, преформулиране на предложенията, преразглеждане на взаимовръзките, консултиране. Не на последно място, вземането на решение за окончателния дизайн на бизнес плана зависи от това дали той ще отговори на поставените приоритети и цели на арторганизацията. Затова преди да влезе в действие проектът, трябва да се тества бизнес модела.

Провеждането на експериментален тест позволява на мениджмънта да изясни доколко избрания бизнес модел ще е успешен. Колкото по-бързо се осъществи това, толкова по-бързо ще бъдат направени промените и ще се въведе иновативния модел.

Прилагането на бизнес модела също изисква да се спазят определени формалности. Когато всички елементи са точно подредени и е изяснен целия процес в дизайна на модела, се пристъпва към представяне пред висшия мениджмънт - собственици, председател, борд на директорите, главен мениджър. На ниво висш мениджмънт се взима окончателното решение за въвеждане на новия иновативен бизнес модел.

Трябва да се има предвид, че процесът по конструирането на бизнес модела не свършва с неговото въвеждане. Постоянното наблюдение и анализи за неговата ефикасност и ефективност са задължителни, тъй като

при силно променливата конкурентна среда, бизнес моделите трябва постоянно да се осъвременяват или подменят с нови.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Шикерджиева-Новак, Т. *Иновации в прилагане на изкуството и нови форми за финансово подпомагане на културни и научни проекти*. Сборник-доклади от Международна научна конференция „Наука, образование и иновации в областта на изкуството“. Изд. АМТИИ. Пловдив, 2017. ISBN 978-954-2963-23-3.

2. Pirjankov, K. *Public space, street art and social inclusion: a street art festival in Staro Zhelezare*. Пета международна научнопрактическа конференция „Управленски и маркетингови проблеми в изкуството“, том I/2017, Изд. АМТИИ, Пловдив, 2018. ISSN 2603-462X.

КАКВО ВИЖДА PR-ЪТ ПРЕЗ „ПРОЗОРЕЦА НА ОВЕРТОН“

Проф. д-р Любомир Иванов Караджов,

АМТИИ „Проф. Асен Диамандиев“ - Пловдив

Abstract: The report observes the possible influence on large social groups, which is described by Joseph Overton in the end of the 20th century and is known as “The Overton Window”. It is about initially inconceivable public ideas to be realized by changing their meaning and then by making them socially more acceptable.

The development looks at examples of such approaches and focuses on the implementation of the Overton Window in the fields of arts and culture, which are also subject to manipulative technology. The report distinguishes the Overton Window from classic PR, which works in the fields of ethics and aesthetics. The final question is whether the PR will be able to retain its essence in a time of increasingly aggressive neoliberal environment?

В края на миналия век един американски електроинженер и юрист - Джоузеф Овертон, представя теория за осъзнато и систематизирано въздействие върху големи групи хора с цел насаждане на чужди мисли и влияния. Това е т.н. теория „Прозорецът на Овертон“.

Малко по-късно, през 2015 г., философът и лингвист Ноам Чомски в интервю за списание „Джакобин“ казва, че нашите внуци ги чака свиреп свят [9]. В контекста на политическата тематика Ноам Чомски коментира практиката големи обществени групи да бъдат обект на въздействия с определени цели и само препотвърждава теорията за манипулацията „Прозорецът на Овертон“.

За какво става дума?

Според „Прозорецът на Овертон“ всяка обществена идея или процес е рамкиран от собствения си потенциал за случване. „В рамките на този прозорец не е нужно идеите да се обсъждат масово и да се поддържат открито, но се пропагандират и се опитват да се закрепят нормативно. Прозорецът се движи, като променя възможностите от стадий на „немислимото“, съвършено чуждото за обществения морал, напълно

отхвърлено - до стадия на „актуалната политика“, тоест до нещо вече широко обсъждано, прието от масовото съзнание и закрепено в норми.“ [7].

Според самия Чомски начинът да се контролира обществото от вниманието върху наистина важните за неговото развитие въпроси е да се отвлича вниманието му от тях, т.е. да се преподреждат неговите приоритети. „Постоянното отвличане на вниманието на хората от реалните социални проблеми, преминаването към теми, които нямат реално значение гарантира, че гражданите са винаги заети с нещо и нямат време да мислят“ [10].

Теорията за въздействието изисква като следващи стъпки създаването на проблем, който изисква обществена реакция; налагането на твърдението, че решението е единствено възможно и допира до една единствена мярка; да създадеш впечатление, че нейното приложение може да се отложи в бъдещето и по този начин няма да засегне настоящето; да изпратиш идеята си в спектъра на емоционалното за сметка на рационалното, защото емоционалното послание се приема по-безволево, а рационалното е предназначено да замести вече съществуващи убеждения, а това е много трудно.

Следва насърчаването на хората да се възхищават от посредствеността, което често върви ръка за ръка с поддържане на невежеството им. Инструменти на този подход е занижаване качеството на образованието, създаването на прослойка от бедни и необразовани хора, често овластени и с високи социални позиции.

Една от последните стъпки е да създадеш чувство за вина у хората, че те сами са си виновни за собствените си нещастия. Това предизвиква регресивен мисловен процес, стопаира всеки бунт и отключва мисли за самоунижение, обвинение, депресия и в крайна сметка-застой. А както отбелязва Ноам Чомски, без действие всяка революция е немислима.

Всичко това създава все по-голяма пропаст между реалните постижения на човешкото познание и знанията на обикновените хора. Приспаната бдителност на масите вече не търси просперитет, а се бори със собствените си, според тях самите, недъзи на мисленето.

Известен е оригиналният опит на Евгений Хавренко, руски психолог и психотерапевт, да представи пример за обществената регламентация на едно парадоксално начинание като това да се легализира канибализма, постижимо, според автора, чрез теорията на изместването на фокуса - „Прозорецът на Овертон“. Естествено, Хавренко избира доста абстрактна и

много фрапираща идея. Може би именно защото тя е такава, това прави абсурдният пример още по-любопитен и въздействащ.

Според автора, първото нещо е да преместим темата от областта на немислимото в областта на радикалното. Една научна конференция на тема „Екзотични обреди на племената в Полинезия“ може да даде на авторитетни учени правото да дискутират канибализма и да говорят като за факт, който все още не се оценява, казва Хавренко. Така неприемливата тема вече е въведена в оборот. Понятието канибализъм се заменя с „антропофагия“, т.е. познатият термин, натоварен с негативизъм, се заменя с друг, който съдържа същия смисъл, но звучи иначе. Търси се начин антропофагията да се узакони морално, например със съживяването на легендата за самоотвержената майка, която напоила с кръвта си умиращото от жажда дете. Или че в римската история, която е в основата на цивилизационния модел, античните богове изяждали хора и това се считало за нормално. Следва придвижване в областта на рационалното с цел да се прокарат констатации, които звучат логично сами за себе си, като например „Свободният човек има правото да прецени сам какво да яде“[7].

Създава се бойно поле за обществени дискусии. Реалните противници-нормалните хора, се представят като назадничави и ретроградни индивиди пред модерността на научното мислене по въпроса. Учените и журналистите коментират, че хората в цялата история на човечеството са се яли помежду си не само в преносния, но и в прекия смисъл. Темата влиза в медиите, вече е актуална. Намират се учени, които твърдят, че антропофилите имат високо IQ, че самите те са жертва на обстоятелства и т.н. Трансформира се или направо се създава приказка за една трагична любов, в която той искал да я изяде, а тя просто искала да бъде изядена. Задава се въпроса: а може би точно това е любовта?!

Целта е човек да изгуби хармонията си, на нейно място да се настанят безкрайни вътрешни спорове и терзания. Да спреш да разпознаваш кое те прави щастлив и кое-нещастен, твърди в любопитната си статия Харвенко [7].

Впрочем описаното вече съществува в PR практиката под названието „Превъртане“, т.е. създаването на вторична криза, която да „превърти“ реалната. Предимството на технологията е, че докато нямаш влияние върху първичната, вторичната криза си я конструирал сам и като неин режисьор имаш механизми да и влияеш, като тези механизми са заложили още в процеса на авторството и.

За разбирането и коментара на остро-манипулативната технология на Овертон свидетелстват множество публикации, които разглеждат редица процеси именно като опити да се прокарат неприемливи обществени тези чрез премерени и ситуирани във времето технологии, а също и да се обяснят установили се вече практики или резултати. В българската преса се говори за „Прозорец на Овертон“ при модел за прилагане на социален тероризъм, като авторът на статията проф. Йордан Начев разбира под това използването на „прикрити и нетрадиционни съвременни методи на насилие за промяна на ценностните категории в обществото не само в национален, но и в международен план. Тези методи почиват на най-новите постижения за целенасочено обработване и контрол на масовото съзнание. За тази цел се използват най-новите методи и технологии в сферата социалната психология, които планово и целенасочено се прилагат с помощта на всички видове медии и социалната мрежа. Социалните терористи целят една ограничена част от обществото да постигне конкретни политически, материални и морални предимства“ [4].

Като продукт на тази технология се обяснява също така и проблема защо столичани няма да получат полагаемите им се условия за ски на Витоша, като отговорът според Петя Минкова е, че „ако столичани могат да карат ски в София, то потокът на парите към останалите курорти рязко ще секне“ [10]. Оттук, според авторката, се впряга цялата машина на абсурдите убеждения, че на Витоша не е екологично да има нови лифтове, че просто трябва да се възстановят старите ръждясали съоръжения, че да се обикаля страната за ски е по-интересно, по-родолюбиво (опознава се Родината и така се обиква) и т.н. и т.н. Идеята на публикацията е да обясни как се влияе върху обществото с твърдения на границата на абсурдното, като крайната цел е най-големият и концентриран пазар на ски спорта-софиянци, да бъде разпръснат по дестинации на вече случилите се инвестиции, а не за тяхна сметка ски спортът на софиянци да се концентрира в на 15 км. от столицата. Примерите могат да бъдат продължени с още много.

Разбира се, не бива да се мисли, че изкуството е неприкосновена територия за манипулативни влияния от такъв род. Опитите в тази посока се основават на принципното разбиране за подражателната функция на изкуството и разбирането му като субективно отражение на действителността. И ако Ервин Панофски е прав, че творбата на изкуството е „създаден от човека предмет, изискващ да бъде преживян естетически“ [3:59], то е ясно, че формирането на идея и „преместването“ и в контекста

на определени преживявания е начин да се моделирано въздейства върху големи групи от хора.

Удобна се оказва и дефиниционната еkleктика на понятието „култура“ (при изкуството е същото) и трудността понятието културата да бъде дефинирано еднозначно, което оставя свободни места за проникване на възможности за спекулации. „Културата е съвкупност от обекти и норми, създадени от хората в допълнение към природните обекти и норми“. Или „културата съдържа повтарящи се форми на поведение, знания, убеждения и ценности, които хората от определена общност споделят помежду си и с които се различават от хората от други общности“. А също и „културата е създадена среда за живот на хората, организирана според човешките технологии на дейност и наситена с продуктите на тази дейност“ [8].

На основата на тези определения, според Петко Симеонов, се появява социалният конфликт „Истанбулска конвенция“. Както отбелязва Симеонов, чрез Истанбулската конвенция първо говорят за свободата на словото и правото ни да обсъждаме мисълта, че полът е и културен феномен. После това позволява в празнотите на дефинициите да се вклини разговор по налудничавата тема за половете като културологична потенция. Започва спорът дали мъж и жена, съответно баща и майка са биологични, или културологични характеристики. Културата става поле за спора. Стига се до задаването на въпроса „свободен човек ли си да мислиш различно, или си схоласт и мислиш ретроградно“ [5]? Това се вписва в неолибералната философия, която прокламира икономическа либерализация, свободна търговия, намаляване на държавните механизми за влияние, а оттам и прехвърлянето на цялостния обществен контрол от публичния сектор към частния [1].

Опитите да се намали ролята на държавата с нейните структури върху определянето на дневния ред на обществените процеси и върху възможностите за влияние върху тези процеси се ползват от установени културологични представи, концепции и възприятия. Щом културата „съдържа повтарящи се форми на поведение, знания, убеждения и ценности“ [8], то заместването на определено поведение, знания и убеждения с нови такива има всички шансове да ги превърне в нови ценности.

В този аспект можем да разгледаме и станалите печално популярни коментари относно спора трябва ли актрисата Скарлет Йохансон да играе роля във филм, където ще бъде трансгендър, или не. „Филмът „Ръб и Тъг“

разказва истинската история на Данте Гил, жена, която се подвизавала в бизнес средите като мъж през 70-те. В Холивуд се развихря режисиран обществен спор, в който от едната страна стоят тези, които питат защо не е избран за актьор някой, който наистина е минал през това и защо актрисата не откаже, тъй като ролята е провокативна или дори недостойна. „Буквално най-малкото, което можеш да направиш, когато снимаш филм за трансджендъри, е да наемеш такъв за ролята.“; „Не мога да повярвам колко е егоистична Скарлет“ и „Скарлет Йохансон трябва да спре наивно да приема роли и филмовите студия трябва да работят по-добре“ [6] са само част от обществения дебат в САЩ, добил известност чрез медиите и действащ на принципите на „Прозорецът на Овертон“. Да припомним какво беше нужно: идеите да се обсъждат масово и да се поддържат открито, да се пропагандират ожесточено и по този начин да се закрепят нормативно. Прозорецът се движи, като променя възможностите от стадия на съвършено чуждото за обществените разбирания до стадия на „актуалната тематика“. Широко обсъжданото вече придобива висок обществен статут, трансформира се в норма.

Фактът, че подобна тема се превръща в обществена дискусия, подета и от медиите, говори, че това е необходимо някому и трябва да обслужи определени намерения, проектирани на територията на художествените внушения. И тъй като проблемът е хроничен, възприемам като напълно адекватна реакцията на писателя Недялко Славов, който възкликва, че е време за „усмирителна риза за лудите. Този неколкохилядолетен лед, който се нарича морал, нравственост, етика, и върху който танцува цивилизацията ни, може скоро да се издъни от неолибералните пируети. „Прозорецът на Овертон“ (тоест тази технология за легализиране на всяко безумие, което ви хрумне) трябва да се затръшне завинаги [12].

Ако трябва да финализираме и да обобщим, то въвличането на обществото в манипулативни кризи във всички сфери на живота-бизнес, биология, междуличностни отношения, социални начинания, изкуство и т.н. говори, че е налице голяма кампания, която някои опростено наричат PR, но която се реализира извън реалния, истинския образ на PR-а. По дефиниция той трябва да бъде в зоната на етичното и естетичното, което означава, че всъщност, освен всичко друго, вече е засегнат самият образ, статут и същност на пиара и той също е обект на манипулация. Той също губи своите характеристики, превръща се в механизъм за реакционно въздействие и се отдалечава от начина, по който класиците Олт, Уилкокс и Ейджи го

дефинират, а именно „да оценява обществените отношения, да солидаризира политиката и процедурите на една организация с обществения интерес и да изпълнява програма за действие и комуникация за печелене на обществено разбиране и приемане“ [2:7].

PR-ът вижда през „Прозорецът на Овертон“ опит за неговата собствена деструкция. Дали тази комуникация, родена от реториката, считана в Античността едновременно за наука и изкуство, ще успее да се противопостави на съвременните неолиберални амбиции, зависи от самия него.

Използвана литература:

1. Cohen, Joseph Nathan (2007) „The Impact of Neoliberalism, Political Institutions and Financial Autonomy on Economic Development, 1980 – 2003“ Dissertation, Department of Sociology, Princeton University. 2007
2. Wilcox, D., Ault, P., Egee, W., “Public Relations: Strategis and Tactics”, Boston, 1991, стр.7
3. Панофски, Е. История на изкуството като хуманитарна дисциплина. - В: Панофски, Е. Смисъл и значение в изобразителното изкуство, С. 1986
4. brodbg.com
5. eurochicago.com/2018/01/overton/
6. fakti.bg/life
7. glasove.com/categories/komentari
8. nbu-rechnik.nbu.bg/bg/obsht-spisyk-na-ponqtiq/kultura
9. offnews.bg/news
10. highviewart.com/cvetno
11. 168chasa.bg/article/6679652
12. webcache.googleusercontent.com

НОВОСТИ В УПРАВЛЕНСКАТА ТЕОРИЯ И РЕЛАЦИИ С АРТМЕНИДЖМЪНТА

Доц.д-р Живка Бушева,

АМТИИ „Проф. Асен Диамандиев“ - Пловдив

Abstract: This report focuses on new approaches in the theory of management which have substantial relation to Art management in both theory and practice. In focus are the new requirements of goal setting, related to the Agile methodology which unlocks the initiative and creativity and leads to better cooperation and productivity. The accent is on the concept developed by Andy Grove for management with goals and key results, which is referred to as Peter Drucker, the management guru. Another new approach in management theory is the different and renewed approach towards the problems of management and leadership as well as the necessity for change in relations between the leadership and their associates. The accent on the inspirational leadership is very appropriate for the art and the managers should take advantage of this thesis. We should pay attention to the new requirement that the managers should strive toward transformation through “distinguishable presentation” which is exceptionally up to date with art organizations.

Организациите, независимо от своята насоченост и предмет на дейност, в това число и арторганизациите, възникват, функционират и се развиват в рамките на конкретна бизнес-среда, която е определяща за тяхното съществуване и ефективност. Въздействията на бизнес-средата са разнообразни и често непредсказуеми, поради което арторганизациите следва да познават особеностите и характеристиките на заобикалящата ги среда и следят за нейните промени, които изискват съответни управленски действия за приспособяване. Понякога организациите трябва да се адаптират към радикални промени, на които те не могат да се противопоставят. Съвременето ни е динамично и води закономерно до промени както в управленската теория, така и в практиката на мениджърите.

Една от съществените нови постановки в мениджмънта е свързана с целеполагането и свързаното с него управление по цели. Последни изследвания на теоретици и успешни управленци от практиката показват, че утвърдени класически постановки се нуждаят от по-съвременни виждания.

Редица специалисти изтъкват, че традиционното годишно целеполагане чрез каскадиране на твърди, годишни цели е остарял подход. Сериозни фирми като Microsoft и General Electric го премахват, а съвременни успешни компании не го въвеждат, а се ориентират към гъвкаво

целеполагане, което изисква ежемесечно или на 3 месеца преразглеждане на целите, предпочитания към групово планиране в по-кратки работни цикли. [1.,с.46] Т.Бояджиева, управител на консултанска фирма ТАБ и зам.председател на Асоциацията за иновативен мениджмънт, препоръчва визуализация и прозрачност, ежедневни структурни срещи на екипите и разбор накрая на всеки работен цикъл 1- 4 седмици, при който се получава обратна връзка от колегите. Според нея, разумната алтернатива на класическия подход е подходът Agile, който отключва инициативността и креативността и води до по-добро сътрудничество и продуктивност.

В светлината на този подход, арторганизациите могат да си осигурят много по-голяма ефективност, доколкото креативността е основна характеристика на работещите в различните организации от сферата на изкуствата и всеки член на екипа обикновено има не само активно отношение, но и оригинални идеи, които биха подпомогнали доброто представяне.

Подходът Agile изисква от ръководителите на арторганизации да поставят няколко акцента, свързани с планирането. Един от тези акценти е насочен към подобряване на представянето, което предполага сериозно внимание към предлаганите артпродукти на основните аудитории. Друг акцент е планирането да включва управление на развитието на организацията като цяло и съответно на отделните творчески личности. Към акцентите, свързани с целеполагането и планирането трябва да прибавим и внимание към управление на ангажираността и възнагражденията, което води до непрекъснато подобряване на резултатите.

Свързана отново с целеполагането, но с много по-дълбоко и фундаментално значение за управленската теория, е концепцията разработена от Анди Гроув за управление с цели и ключови резултати, която В.Савов определя в своя анализ като „Да допишеш Питър Дракър“. [4.,с.45]

Основополагащата класическа концепция на „Гуруто на мениджмънта“ Питър Дракър е за управление чрез цели. Анди Гроув го допълва и теоретично доразвива в управление чрез цели и ключови резултати, което отговаря много по-добре на изключително динамичните промени на бизнес – средата. Той развива подробно своите постановки в книгата си „Високоэффективният мениджмънт“, която става наричан в работата на мениджърите в Силициевата долина..

В началото на века, неговит ученик Джон Доър представя новата концепция за практическо приложение на Google и това практическо

въвеждане на новата теорична постановка постепенно става водещо в много съвременни водещи компании.

Концепцията за управление чрез цели и ключови, междинни по своята същност резултати е изключително подходяща като избор за ръководителите на арторганизации у нас. За повечето арторганизации и тяхните мениджъри, дългосрочното стратегическо планиране е на само трудно, но и почти невъзможно практически, което благоприятства ориентацията към управление чрез цели и ключови резултати. Те следва да се ориентират към двата ключови въпроса, които Анди Гроув формулира, а именно:

- къде искам да стигна, като отговорът всъщност посочва целта;
- как да планирам работата, за да съм сигурен, че ще стигна точно там – отговорът посочва важните етапи и желаните междинни резултати.

Към тези задължителни въпроси, артмениджърите трябва да добавят и съществения въпрос: по какво ще позная че се движа правилно и постигам ключовите резултати?.

Джон Доър представя новата концепция за практическо приложение на Google през 2000 г. и те започват да я тестват през следващите няколко тримесечия. Определят годишни и тримесечни цели и ключови резултати. Започват да провеждат тримесечни срещи на всички равнища, на които се обсъждат и оценяват целите и резултатите. По-късно, отчитайки ефективността на новия подход LinkedIn, Twitter и др. също започват да го прилагат. Основните значими характеристики на управлението чрез цели и ключови резултати могат да бъдат сведени до следните:

- целите са амбициозни и карат хората да излязат извън зоната си на комфорт;
- ключовите резултати са измерими и могат да бъдат лесно оценени както количествено, така и качествено;
- целите и ключовите резултати са публични и всеки може да види върху какво работят колегите;
- оптималното постижение е постигане на 60 – 70% от поставените цели. Ако някой редовно отчита около 100% изпълнение, то целите и ключовите резултати, които си е определил не са достатъчно амбициозни и е нужна корекция;
- цели и ключови резултати не са оценяване на служители и мениджъри и не се свързват с възнагражденията им.

Всички посочени характеристики са напълно приложими за арторганизациите и артмениджърите следва да се запознаят с новата концепция, да вникнат в нейната същност и да си направят сами за себе си план за въвеждане на управление по цели и ключови резултати.

Друга новост в управленската теория е различният и обновен поглед към проблемите за ръководството и лидерството, както и за свързаната с тях необходимост от качествени изменения във взаимоотношения между ръководители и техните сътрудници. Този нов момент е изключително важен за организациите от сферата на изкуствата. По същество тезата за този нов тип лидерство се свързва с една от спецификите на артмениджмънта, състояща се в това, че една творческа личност ръководи други творчески личности. Топ мениджърите в арторганизациите най-често са хора с голям творчески потенциал и утвърдено име, поради което не рядко забравят, че тяхните сътрудници от екипа също са личности с креативни характеристики и изяви с съответния вид изкуство. Така те пропускат да използват наличните значими възможности на екипа, а понякога подценяват и необходимостта от определена артистична свобода.

Съвременният теоретик и изследовател Хелга Патарт-Дрекслер, част от екипа за Екзекутив образование в академията за висши мениджъри WU Executive Academy, е категорична: „Немислимо е мениджърите да се крият зад бюрата си и да нямат пряк контакт със служителите си. Интелигентните лидери са ангажирани, уязвими и отворени; те вдъхновяват другите с визиите си.“ [8.] Според нея характеристиките на интелигентните лидери, умеещи да комуникират успешно и да включват своя екип в решаването на проблеми са търсени във всички индустрии днес, което следва да отнесем и към арторганизациите. В своите анализи Хелга Патарт-Дрекслер акцентира върху няколко основни елемента от поведението на ръководителите, които се изразяват в сленото:

- Необходима е постоянна обратна връзка. Критиката е не само позволена, но и необходима, когато е и в двете посоки. Интелигентните лидери активно изискват критики и обратна връзка от своите служители. Те не се крият зад лидерската си позиция, а са достъпни. Ако се придържат към правилата за конструктивна обратна връзка, артмениджър и екип ще натрупат нов опит и ще намали задръжките.

- Посредственото отношение не помага. Посредственото отношение обикновено не помага на сътрудниците, особено в творческите организации. Интелигентните лидери не са откъснати от реалността и не се губят във визиите си, а остават здраво стъпили на земята. Мениджърите трябва да са наясно, че понякога е напълно допустимо да променят мнението си. Никъде

не е казано, че веднъж взетите решения не подлежат на преоценка. Да говорим открито за собствените си съмнения и несигурност е човешко и ни прави по-близки с колегите ни.

- Без съпричастност нещата не се получават. Клиентски-ориентираната политика несъмнено е важна за една организация, но за интелигентните лидери е също толкова необходимо да могат да бъдат съпричастни със своите служители. Те трябва да разберат какво е важно за тях и да могат да идентифицират източника на техните притеснения, дори ако той не винаги е очевиден за самия служител. Ако ръководителят наистина се грижи за неговите хора, те наистина ще се грижат за потребителската аудитория

- Насочване, а не управление. Класическите, силно йерархични управленски действия трябва вече да отстъпят пред новите управленски стилове на интелигентните лидери, които вдъхновяват и дават сила на сътрудниците и им делегират права и отговорности. Интелигентните лидери създават пространство, където иновациите се прилагат. Вместо строги насоки и постоянен контрол, действията се осъществяват в рамка, която дава свобода, насърчава индивидуалните силни страни, като поставя и ясни цели. Всеки човек се нуждае от комбинация от свобода и ясни насоки, въпросът е какво трябва да е съотношението между двете. Точно там мениджърите трябва да намерят точния баланс за всеки отделен член на екипа си. Задачата е сложна, но се отплаща.

- Интелигентните лидери са смели. Всеки, който се бои от откровените мнения и обича да бъде под прикритие, не е готов да бъде интелигентен лидер. Тази нова роля определено изисква смелостта ръководителите активно да представят себе си и идеите си. Трябва да се толерират различни мнения. Мениджърите е важно да се приемат, че се случват грешки, което е трудно да се приеме поради страха от провал. Откритата дискусия за грешките, но и за успехите ще помогне да се обмисли миналото, да се постигне успех на новото.

Вдъхновяващото лидерство е основна тема в лекциите на известния мотивационен говорител и маркетингов консултант Саймън Синек. Идеите от тях са залеждали и в книгата „Лидерите винаги обядват последни“ - световен бестселър, който вече излезе и на български език.

В.Маринова, която е главен изпълнителен директор на банка ДСК определено е възприела новите постановки за лидерството и ги прилага на практика, счита, че „За да управляваш хора, трябва да ги усещаш. За нас като лидери най-важното е да предадем своите знания и умения на екипа и да създадем възможност всеки да се развива.“ [7., с.44]

Подобно е и становището на друг мениджър от практиката Никола Гърнев, ръководител управление на риска за региона на Централна, Източна и Югоизточна Европа и Централна Азия на ЕУ. Той изтъква, че „съвременното лидерство е да създаваш благоприятна среда за всички в компанията, а не да „управляваш“ или дори не „водиш“ хората. [3., с.38]

Акцентът върху вдъхновяващото лидерство е много подходящ за изкуството и артмениджърите, които трябва да се възползват от тази теза, доколкото хората от сферата на изкуството са по-емоционални и отворени към добронамерен и доброжелателен стил на ръководство.

Има и автори, които доразвиват тази теза и стигат в определена степен до крайност, като говорят за „служещия ръководител“ или „служещо лидерство“. Такава е постановката Патриша Фалотико, главен изпълнителен директор на Център за служещо лидерство в Атланта. Според нея, лидерите, които следват тази идея се стремят да разбират хората, с които работят, да се стремят да им съдействат да задоволяват своите потребности, да помагат на хората да се самоусъвършенстват и да достигат върха на своите възможности. [5., с.42] Като съдържание тази нова постановка е много привлекателна и хубава, но названието ѝ определено е някак отблъскващо и трудно за възприемане.

Друга, макар и не толкова нова, но вече засилена като изискване към мениджърите постановка в съвременния мениджмънт е насочена към иновациите. Иновациите се разглеждат както в маркетингова посока като изисквания към предлаганите на аудитория прадукти или в нашия случай артпродукти, така и в управленски план като иновации в управлението на организациите.

Когато става дума за иновации, обикновено мисълта се насочва към обновяване и внедряване на авангардни технологии, което се оказва на практика не особено валидно, особено за сферата на изкуствата. Обновяването на артпродуктите следва да се основава на проучване вкусовете и предпочитанията на аудитория от любители, ценители, колекционери на изкуство, а не да е самоцелна. В редица случаи, особено в музикално-сценичните изкуства, публиката често се оказва по-консервативна от очакваното. Промените трябва да са добре обмислени, съгласуване със зрителските интереси и да се осъществяват внимателно, дори постепенно.

Подобно е положението и в бизнес организациите, където очакванията за технологични иновации са значително по-релевантни. Проучване на Harvard показва много интересни резултати, показателни не само за бизнеса, но значими и за сферата на изкуството. Проведеното

представително проучване сред 5000 членове на управителни съвети от 60 страни, малко неочаквано показва, че технологичните и технически иновации не са сред първостепенните стратегически предизвикателства. На първо място е посочено „привличане и задържане на изявени таланти“, на второ е регулаторната среда, а на трето конкуренцията.[2., с.110]

След като това е валидно за бизнес организациите, то за арторганизациите тази значимост на привличането и задържането на изявени таланти трябва да бъде издигнато като нов закон за ефективно развитие и утвърждаване в артсредите.

Подобна е и тезата на главен експерт по трансформации в управлението Вип Вяс, който счита, че мениджърите трябва се стремят към трансформация чрез „отличаващо се представяне“, което е изключително актуално за арторганизациите. [6.,с.14]

В този смисъл, идеята на диригента Зубин Мета да създаде уникалното трио на тримата тенори, която той успешно реализира е вид иновация, която се характеризира с изключително „отличаващо се представяне“. Към подобни и още по-оригинални иновации трябва да се ориентират артмениджърите.

Развитието и успешното представяне на арторганизациите изисква от артмениджърите сериозно надграждане по отношение на тяхната професионална подготовка, включващо специално внимание към новостите в управленската теория и особено към тези релевантни на сферата на изкуството.

Използвана литература

1. Бояджиева, Т., Трансформация на мениджмънта, сп. Мениджър, бр.4, 2019
2. Дж. Йо-Джуд Чън, Борис Гройсбърг, „Иновирай или умри, сп. Мениджмънт, бр.3, 2019, с.110
3. Management Profile, сп. Мениджмънт, бр.7, 2019, с.38
4. Савов, В., „Да допишеш Питър Дракър“, сп. Мениджър, 2019, бр.3, с.45
5. Савов, В., „Шефът слуга“, сп.Мениджър, бр.3, 2019, с.42
6. Савов, В., Мениджмънт от ново поколение, сп. Мениджър, бр.4, 2019, с.14
7. Тарандова, Е., Моят стил на управление, сп. Мениджър, бр.7, 2019, с.44
8. www.ECONOMY.BG – Седмичен бюлетин, 4 март, 2019.

САМОМАРКЕТИНГ КАК УСЛОВИЕ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ УНИВЕРСИТЕТА

SELF-MARKETING HOW TO BE THE BEST OF UNIVERSITY GRADUATES

Федотенко Инна Леонидовна

доктор педагогических наук, профессор

ГОУ ВО Тульский государственный педуниверситет им. Л.Н.

Толстого,

г. Тула

Шелиспанская Эллада Владимировна

кандидат педагогических наук, доцент

ГОУ ВО Тульский государственный педуниверситет им. Л.Н.

Толстого, г. Тула

Abstract: In the article are reflected the current trends of labor market and the most actual difficulties of employment of university graduates. The authors shows the opinion about the main tendencies (objective and subjective) that complicate the provision of employment for young people. There are proposed the technologies of increasing of competitiveness of the students. Self-marketing is considered a condition of increasing the competitiveness of university graduates.

Keywords: competitiveness, employment, labor market, higher education, self-marketing.

Новая парадигма высшего образования ориентирует педагогическое сообщество на обеспечение вариативности образовательного контента, гибкости и динамичности образовательного процесса в высшей школе, его адаптивности к условиям современной жизни, а также запросам населения и работодателей. Миссия современной высшей школы ориентирована на то, чтобы за счет системы фундаментальной образовательной подготовки и успешной социализации молодежи реализовывать последовательные и результативные инновации, нацеленные на эффективное трудоустройство выпускников.

Внимание общества к проблеме развития институтов, обеспечивающих высокий уровень подготовки профессиональных кадров, представлено современной институциональной моделью взаимодействия экономики и образования, которая основывается на положениях Федерального Закона «Об образовании в Российской Федерации» [5]. Эти требования ориентируют на подготовку в системе высшего образования высококвалифицированных специалистов, профессионалов с креативным,

созидательным типом мышления, способных быстро ориентироваться и предпринимать активные действия в конкурентных ситуациях.

Если размышлять гипотетически, то кадры в настоящее время представляет собой реальный товар на рынке труда и он, чтобы соответствовать спросу, должен быть конкурентоспособным. С позиций рыночной экономики, будущий специалист должен обладать таким комплексом качеств, который бы позволял ему с учетом современной конъюнктуры рынка труда, собственных возможностей и потребностей эффективно конкурировать и реализовывать свой трудовой потенциал.

В условиях активной конкуренции одного привлекательного резюме недостаточно. Чтобы получить желаемую должность или вакансию молодому специалисту необходимо использовать инструменты маркетинга для формирования персонального имиджа и эффективной передачи своих навыков, способностей потенциальным работодателям. Соответственно такой «товар» должен иметь не только хорошее качество, хорошее оформление, но и достойные рекламу и маркетинг, а также саморекламу и самомаркетинг [1].

Л.М. Семенова выделяет следующие подходы к определению понятия самомаркетинг: умение демонстрировать свои лучшие качества и навыки окружающим людям; организацию рекламы на рынке труда самого себя с целью выгодной продажи своих знаний, умений, навыков; как имидж, который представляет профессионала в самом выгодном свете [4].

Самомаркетинг как составная часть «рыночной компетентности» любого специалиста состоит из определенных действий личности, похожих на маркетинговую программу реализации товара с целью быть проданным на максимально благоприятных условиях:

- изучение уровня притязаний, интересов соискателя, формулирование цели поиска (где хотелось бы работать, соотношение желаний с уровнем профессионализма, оценка предпочтений и ожиданий; ориентация на государственные или коммерческие структуры и т.п.);
- анализ содержания видов деятельности и корпоративных положений;
- исследование рынка труда и оценка его возможностей (количество вакансий на рынке интересующих должностей, состояние отрасли, уровень заработной платы и перспективы ее роста и др.).

Я. Филлипсон считает, что процесс самомаркетинга, состоит из двух частей:

- самоанализ, направленность внимания на самого себя, свои знания, навыки, умения, личностные качества;
- анализ рынка предложений, акцентированное внимание на требованиях работодателя, желание им соответствовать [7].

Другими словами, самомаркетинг – это систематическое повышение рыночной стоимости самого себя. Этот процесс облегчает жизнь выпускникам университетов, поскольку помогает выявить ориентиры

своих конкурентных преимуществ и позволяет успешно найти интересную работу, ускорить получение перспективной должности.

Таким образом, современная система высшего образования должна предоставлять не просто качественную подготовку выпускников университета, а подготовку специалистов, востребованных на рынке труда, умеющих соперничать, демонстрировать свои преимущества в своей профессиональной сфере, то есть конкурентоспособных кадров. С позиций технологий самомаркетинга это достигается методами самодиагностики, самооценки своих конкурентных преимуществ, построением личного плана будущей карьеры, программы повышения составляющих персональной конкурентоспособности, с учетом системы оценки ресурсов реализации этой программы, и последующей коррекцией хода выполнения указанных этапов.

Однако в настоящее время в молодежной среде отмечается профессиональная дезориентация [3], проявляющаяся в том, что представления студентов университета о будущей профессиональной деятельности, формируется из отрывочных сведений (мнений родителей, ближайшего окружения, размытыми представлениями, исходящими от средств массовой информации и интернет-источников).

Для современной молодежи характерен такой феномен как «студенческий инфантилизм», иначе выраженный как «поколение Питера Пена», представляющий собой реальную и масштабную проблему

Среди существенных особенностей феномена «студенческий инфантилизм» можно выделить следующие:

- упрощенное представление о целях и задачах университетского образования;
- отсутствие у молодых людей профессиональной мотивации, осознанного и реального образа своей профессиональной деятельности;
- неготовность строить перспективные планы, регулировать свои отношения с окружающими людьми;
- низкий уровень осмысленности собственной жизни;
- доминирование чувства непредсказуемости и неопределенности своего будущего;
- ориентация на ситуативную активность («здесь и теперь»);
- неготовность продуктивно включаться в учебный процесс;
- преобладание внешнего локуса контроля и оценки;
- стремление делегировать ответственность за успешность своей деятельности (родителям, преподавателям университета, куратору, старосте группы);
- отсутствие асертивного поведения как способности отстаивать собственные позиции, умения слушать и слышать другого;
- неразвитая рефлексия;

- нежелание взрослеть, как следствие - готовность получить еще одно высшее образование, подлить студенческую жизнь.

Показателями студенческого инфантилизма являются также постоянные колебания, сомнения в правильности сделанного профессионального выбора, попытка отложить, отсрочить окончательное решение. В учебной деятельности они испытывают сложности с поиском необходимой информации, с выбором главного и второстепенного в тексте, не умеют аргументировать свою мысль, участвовать в дискуссии, убеждать, слушать оппонента, задавать вопросы[6].

Анализ данной ситуации показывает, что основные факторы, тормозящие профессиональный рост и повышение конкурентоспособности молодых специалистов связаны с отсутствием жизненного опыта, неготовностью проявлять инициативу, принимать самостоятельные решения, брать на себя ответственность, психологическими проблемами в общении, с неготовностью к интенсивному труду. У поколения современных студентов не обнаруживается зрелых мотивов к самовоспитанию качеств, необходимых для успешного вхождения в современное профессиональное сообщество. В некоторых работах эта ситуация объясняется тем, что образовательному процессу не придается лично значимый смысл, поэтому происходит формальное, фрагментарное усвоение знаний, рекомендации по повышению конкурентных умений воспринимаются не как субъективное, лично значимое, а как «навязанное», «привнесенное извне», и поэтому необязательное для применения.

Очевидно, что без «внутреннего условия» профессионального развития, которым является представление о собственной профессиональной карьере, квалификации невозможно оптимальное взаимодействие между будущим специалистом, избираемой профессиональной деятельностью и потребностями современного рынка труда. Ведь принимая на работу молодого специалиста, работодатель рассматривает потенциального работника, в первую очередь, с позиции наличия/отсутствия у него определенных характеристик, прежде всего, обращая внимание на определенные группы сформированных компетенций [3].

Исследуя проблему формирования и развития конкурентных преимуществ молодых специалистов, И.В. Вирина, считает, что конкурентоспособным является специалист, обладающий:

1) профессиональной компетентностью (знания, умения, навыки) на уровне, достаточным для решения профессиональных задач (уровень образования, опыт работы, уровень профессиональных знаний, образование по профилю работы, наличие знаний по смежным специальностям (полипрофессионализм);

2) набором специальных личностных качеств специалиста. К ним относятся: активность, деловитость, трудолюбие, целеустремленность, общительность, настойчивость, обязательность, дисциплинированность, контактность, инициативность, уверенность, мобильность, лидерство, внимательность, самостоятельность [2].

Особые требования предъявляются в этой связи к профессиональной подготовке специалистов в университете. Для повышения уровня подготовки в нашем университете принципиальное значение приобретает система хорошо организованных производственных практик, где студент получает опыт, а работодатель имеет возможность готовить себе квалифицированного специалиста [2]. В процессе прохождения производственных и учебных практик у студентов формируются представления о профессии и самоопределении в ней, на основании которых он определяет перспективы своего профессионального движения - формирование профессиональной направленности, профессионального мышления, профессиональных планов [1].

Развитие конкурентных умений студентов проводилось в процессе изучения дисциплин психолого-педагогического цикла в условиях соревновательности, соперничества, путем организации конкурсов среди обучающихся (например, конкурс научного эссе о будущей профессии; на составление психологического профиля конкурентоспособного специалиста, лучшего проекта рекламы профессии и др.). На практических занятиях основной акцент делался на понимании и осознании различий двух феноменов конкуренции и конфликта, на соблюдении правил и этических принципов ведения конкурентного взаимодействия, а также на необходимости развития культурно-нравственных качеств будущего специалиста.

Участие в проектах во время обучения студентов также повышает уровень их самооценки. Описанная доктором Казашкой деятельность по проекту характеризуется выполнением мероприятий за определенный период времени и с определенным бюджетом. «... Каждый проект характеризуется началом и концом, и в этом смысле это временное начинание. Срок реализации проектов может варьироваться от нескольких месяцев до лет в зависимости от его специфики ... ». Хотя проект является временным мероприятием, его успешная реализация может оказать длительное влияние на самооценку и будущее развитие его участников. „Проект является одной из основных форм и используется всеми финансовыми инструментами для финансирования и повышения качества научной и художественной деятельности. Проект требует нового типа организации существующих человеческих, материальных и финансовых ресурсов для достижения заранее определенных и уникальных задач в рамках заранее определенного бюджета и срока.” [8]

Значительная роль отводится составлению портфолио выпускника университета как способу оценки им самим своих учебных и профессиональных достижений. В разделах портфолио будущие выпускники предоставляют сведения о реализованных проектах, наградах, достижениях, показывают наличие профессиональных контактов (участие в собраниях профессиональных ассоциаций, клубов), участие в научных, научно- методических конференциях с докладом или публикацией. Благодаря такому подходу будущие специалисты самостоятельно анализируют и оценивают уровень своих профессиональных компетенций, что помогает адекватно оценить потенциальные возможности будущего трудоустройства.

Литература

1. Вирина И. В. Формирование и развитие конкурентоспособности молодых специалистов на рынке труда: автореферат дис. ... кандидата экономических наук: 08.00.05. Москва, 2007 - 23 с.
2. Резник С. Д., Коновалова Е. С., Соколова А. А. Менеджеры: как повысить свою конкурентоспособность. Конкурентоориентированность и конкурентоспособность студенческой молодежи России: опыт, проблемы, перспективы /Под ред. С.Д. Резника. М.: ИНФРА-М, 2013. 292 с.
3. Рязанцева И.В. Оценка конкурентоспособности квалифицированных специалистов // Современные проблемы науки и образования. 2013. №6; URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/viewid=11315>
4. Семенова Л.М. Самомаркетинг и самобрендинг специалиста в сфере коммуникаций как условие повышения конкурентоспособности на рынке труда / Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. 2014. Том 8. С.145-151.
5. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 03.08.2018)
6. Федотенко И., Югфельд А. Образовательная среда современного университета: риски и ресурсы / Взаимодействие на преподавателя и студента в условия на университетского образование: теории, технологии, управление, Габрово, 2019, с.с.96-100.
7. Филиппсон Я. Как «продавать» себя. Практическое пособие по самомаркетингу. Челябинск: Урал LTD, 1997. 160с.
8. Kazashka, V. 2017. Finansirane na nauchnata i hudozhestveno-tvorcheska deynost v universitetite po izkustva, Казашка, Весела, Финансиране на научната и художествено-творческа дейност в университетите по изкуства – В: Международна научнопрактическа конференция „Управленски и маркетингови проблеми в изкуството“, АМТИИ, Пловдив, ISBN-978-954-2693-20-2, стр.154-160

Финансови грешки в отчетите по програма Хоризонт 2020

Доц. д-р Весела Казашка

АМТИИ "Проф. Асен Диамандиев" - Пловдив

Abstract: This report presents the results of the audit of projects funded under Horizon 2020 and the most common mistakes made. The information is of particular importance to the beneficiaries and beneficiaries of the projects of the 8th Framework Program, on the one hand, because error-making is a guarantee for faster verification of costs and obtaining funding for the next stage. On the other hand, the audits ensure that the funds allocated for project financing are spent appropriately and legally.

Keywords: project financing, financial control

Проектното финансиране е финансиране на проект чрез собствен капитал или външни средства по конкретни програми, с конкретна насоченост и цел. Успешната реализация на проекта зависи от постигането на целите, заложи в проектното предложение, правилното изразходване на средствата и изпълнението на индикаторите. Финансирането по проекти е един от инструментите за подкрепата на науката и изкуството. Проектите могат да бъдат с по-малка стойност или с по-голяма, в зависимост от заложената цел и необходимите за това средства. Финансирането по проекти е от особено значение и може да доведе до бурно развитие на организацията бенефициент или бенефициент на средствата, но също при допуснати финансови грешки може да се окажат погубни за финансовата стабилност на организацията, дори да бъде фатално.

Намиране на финансиране чрез външни програми и източници е задача на много организации, които търсят развитие. Тези средства са публични и се получават на конкурсни принципи, а след това отчитането им се следи стриктно за да има прозрачност за какво са изразходени средствата на данъкоплатците.

Осмата рамкова програма на Европейския съюз за научни изследвания и иновации обхваща периода от 2014 до 2020 г. Неин наследник ще е програма Хоризонт „Европа”. Бюджетът на Хоризонт 2020 е с бюджет на стойност почти 80 милиарда евро. Финансирането по

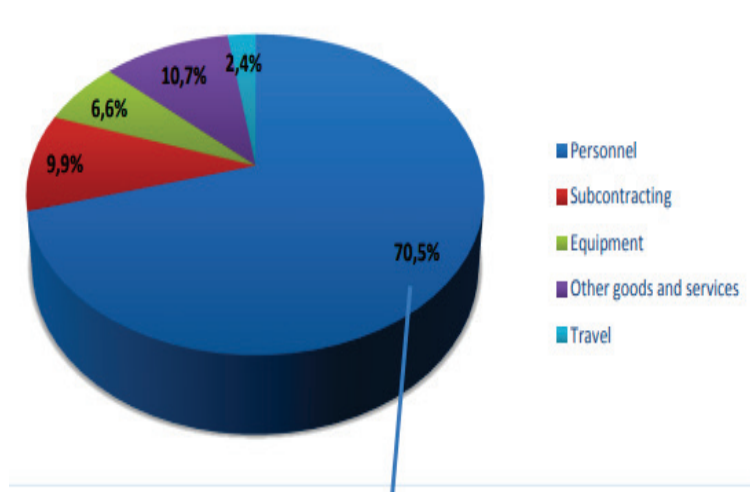
програмата се предоставя на базата на работни програми, които се обявяват онлайн на цифровия портал на ЕС.

Очаква се бюджетът на 9-та Рамкова програма Хоризонт „Европа” да бъде най- големия до момента и да е в размер на 100 милиарда евро. В този контекст опитът, свързан с финансовото изпълнение на проектите по програма Хоризонт 2020 е особено важен и полезен, както за проектите до края на 2020, така и за следващия програмен период. Рамковите програми отразяват непрекъснатата подкрепа на данъкоплатците за финансиране на наука, изкуство и иновации.

Значимостта на информацията относно допусканите финансови грешки е важна и от друга страна – познаването на грешките и добрите практики, би довело до ускоряване на плащанията, би намалило административната тежест, която не позволява да се възстановяват неправомерно изплатени суми. По информация от ЕК планираните одити по програма Хоризонт 2020 са 9000 участия, а към момента са изпълнени 12,4 % от планираните, или 1115 одитирани участия.

Във фигура 1 са представени процентите на допусканите грешки. Информацията е от Приложение на ЕК – преглед на първичните резултати от одити на програма Хоризонт 2020 и се отнася до одити за действия, деклариращи действителни разходи до 01.10.2019 година.

Фигура 1 Процент на грешките по одитирани действия и категории разходи



Източник: How to avoid errors when claiming costs in H2020 grants

Повечето от грешките, установени при одити, включват разходи за персонал, като общо 70,5% от всички грешки водят до корекции в полза на бюджета на ЕС. Това се разпределя по следния начин:

- 19,9% се дължат на неправилно време за работа по заявеното действие
- 15,1 са били поради неправилно изчисляване на продуктивни часове
- 14,4 се дължат на неправилни разходи за възнаграждение както за действителните разходи за персонал, така и за единица разходи за персонал (например: Бюджетни разходи или прогнози са представени, а не действителни разходи)
- 8,6% се дължат на невалидни подкрепящи документи или ненадеждни / липсващи срокове
- 6,1% се дължат на двойно таксуване или двойно финансиране
- 6,4% се дължат на други причини, например недопустимо допълнително възнаграждение, косвени разходи, претендирани като преки разходи.

Най-честите грешки са свързани с несъответствие на регистрите за човешки ресурси – ведомостите; отчет за работата (time sheet) не са правилно датирани или подписани; отчетена е повече от пълната заетост,

което създава съмнение за двойно финансиране; попълнената информация е незадоволителна или ограничена. Най-общо грешките се формулират по следния начин:

- неправилно изчисляване на продуктивни часове - неприемливи разходи за възнаграждение за изчисляване на часовите ставки както за действителните разходи, така и за средните разходи за персонал - неправилно заявено време.
- Възлагане на подизпълнители и други преки разходи
- разходи без валидни подкрепящи документи. - разходи, които не са предвидени в споразумението за отпускане на безвъзмездни средства или договорени от службите на ЕС.
- грешки, установени при възлагане на подизпълнители (9,9%), болшинството се дължат на липса на адекватни подкрепящи документи или не са предвидени в споразумението за безвъзмездна помощ или договорени от службите на ЕС.

За да изчислите продуктивни часове, трябва да използвате една от трите опции, предвидени в моделното споразумение за отпускане на H2020:

- „фиксиран брой часове“ (1720), „индивидуални годишни производствени часове“ или „стандартни годишни производствени часове“.
- Може обаче да се използват различни опции за различни видове персонал, при условие че една и съща опция се прилага последователно за всяка група персонал, работеща при подобни условия (например една и съща категория персонал или същия тип договор).
- Трябва да използвате една и съща опция (и) за цялата финансова година.
- За почасови ставки, изчислени на месечна база, не можете да използвате вариант 2 (индивидуални годишни продуктивни часове).
- Ако се съмнявате, използвайте вариант 1 (1 720 продуктивни часа) - няма нужда да го документирате и одиторите няма да го оспорват.

Недопустимите разходи за възнаграждение са свързани с това, че възнаграждението не е в съответствие с обичайната практика на бенефициента или бенефициера. Не трябва да се използват бюджетни, стандартни, прогнозни или фиксирани ставки за изчисляване на разходите

за възнаграждение. Възнаграждението трябва да бъде подкрепено от доказателства (например заплати, фишове за заплати, трудови договори). Възнаграждението трябва да се изплаща в съответствие с националното законодателство, колективния трудов договор и трудовия договор (или еквивалентен акт за назначаване).

Като общо правило трябва да се съхраняват time sheets, които отговарят на минималните изисквания, предвидени в споразумението за отпускане на безвъзмездна помощ Н2020. Трябва да гарантирате, че общият брой часове, декларирани в безвъзмездни средства от ЕС и Евратом за лице за една година, не е по-голям от броя на годишните продуктивни часове, използвани за изчисляване на часовата ставка.

Общият размер на разходите за персонал, декларирани в тези субсидии за лице за една година, също не трябва да бъде по-висок от общите разходи за персонал, записани във вашите сметки (двоен таван).

Трябва да претендирате само за часове, действително работили по проекта. Като такава, информацията, включена в таблиците, трябва да съответства на записи за годишен отпуск, отпуск по болест, други видове отпуски и пътувания, свързани с работа. Освен това не можете да заявите часове по време на отсъствия (като годишен отпуск или отпуск по болест).

Трябва да сте сигурни, че можете да демонстрирате връзка към действието Н2020 (например пътуване, за което са заявени разходи, трябва да са необходими за действието).

Ако е нормална практика да считате определени разходи за непреки разходи, не можете да ги декларирате като преки разходи.

Заявените разходи трябва да бъдат идентифицирани и подлежащи на проверка. Това означава, че те трябва да бъдат съвместими с вашите акаунти и подкрепени с документация.

Грешките в други преки разходи са свързани с разходи за оборудване представляват 6,6 % от всички грешки и се дължат главно на липсата на пряко измерване на разходите.

Разходите за пътуване представляват 2,4% от всички грешки и са открити в командировките и отчетните документи към тях за пътни разходи. Констатациите главно посочват факта, че липсват подкрепящи документи,

които да оправдаят разходите, или че претендираните разходи не са свързани с действието.

В разходите направени за закупуване на стоки, материали и услуги най-често допусканите грешки са свързани с:

- 10,3% от всички грешки, установени при финансовите одити, се дължат на грешки при деклариране на други стоки и услуги. Това се разгражда по следния начин:
- 3,7% се дължат на липса на адекватни подкрепящи документи
- 2,7% са, защото заявените разходи не са свързани с действието
- 4,3% са главно поради това, че тези разходи не могат да бъдат измерени директно или поради това, че индиректните артикули на разходите бяха претендирани като директни разходи или двойно таксуване, двойно финансиране или поради неспазване на принципа на „най-добрата цена / качество“.

Придобиването на стоки и услуги (подизпълнители или други преки разходи) трябва да съответства на принципа на „най-добрата стойност за парите“. За да демонстрирате най-добрата стойност на парите, трябва също да документирате, че е спазена вътрешната процедура или че са изпълнени възложените подизпълнители задачи.

Трябва да гарантирате, че стоките и услугите (напр. Консумативи), начислени като преки разходи за проекта, се измерват точно и се таксуват на базата на разходите. Това означава, че стоките или услугите не се таксуват за действието, използвайки метод на разпределение.

При липса на пряко измерване не можете да претендирате за разходи като преки разходи. Такива разходи се считат за косвени разходи, които се изчисляват, като се използва 25% фиксирана ставка в Н2020.

ЛИТЕРАТУРА:

1. https://ec.europa.eu/research/participants/data/ref/h2020/other/comm/190305_avoiding-errors-when-claiming-costs_en.pdf
2. <http://horizon2020.mon.bg/?go=page&pageId=49>

Началото на танца като форма на културно изразяване в Америка през XVII и XVIII век

Душанка Градишки Иванова

THE BEGINNING OF DANCE, AS A FORM OF CULTURAL EXPRESSION, IN AMERICA IN THE 17TH, 18TH, AND THE FIRST HALF OF THE 19TH CENTURY

Dushanka Gradishki Ivanova

Abstract: The art form of dance, which was a centuries-old tradition in European court life, had no breeding ground in the United States. No tradition existed to establish its presence as meaningful in the cultural life of the country. In the 1600s the settlers exerted all their energies merely to sustain life in a rough new land. By the early 1700s colonial cities were growing, and their internal security and prosperity helped to raise people's expectations of life and their standards of living. When an enthusiasm for theatrical dance did emerge around 1790, it began with performances that included a variety of movements ranging from acrobatics, pantomimes, and imported ballet technique. A number of immigrant French, English, Italian dancing masters arranged the social dancing imparting their knowledge of Minuet, Cotillion, Quadrile, Waltz to more prosperous colonists. During the 19th century in the American ballet there was no continuous development, and no sustained tradition. In America the ballet was entirely left to private initiatives, to enterprising impresarios or theatre owners or to the choreographers and dancers themselves.

Keywords: dance, Puritan colonists, French and Italian dancer masters' influence, Minuet, Cotillion, Quadrile

Танцът, както всички форми на културно изразяване, отразява обществото, в което се развива. Както историята на Съединените щати обхваща широк спектър сложни влияния, така и танцът израства върху богатата почва от разнообразни форми. Но в действителност танцът в Съединените щати обгръща и включва индивидуални, културни и стилистични елементи в един непрекъснато променящ се калейдоскоп,

който черпи сили и допринася към артистичния, социален, религиозен, културен и дори политически живот. Танцуването с цел социални контакти и отдых приема много различни форми в ранните години на Америка предоставяйки възможности за изява на физически умения, среща с евентуален спътник в живота, отпразнуване на събития като сватба или прибиране на реколтата и изграждане на общности.

Един поглед върху танца в Съединените щати трябва първо да признае съществуването на танца сред коренното население, където той играе важна роля в социалния и религиозен живот. Танцът осигурява форма на социално утвърждаване и средство за изразяване на национална и племенна лоялност и власт, той е част от религиозен ритуал предоставящ средство за непосредствено общуване с духовете. Подобно на племенните култури по света и коренното население на Америка цени танца като средство за изразяване и свързване създаващо добре развити системи за общуване. Голямата разлика в танците на американските индианци прави трудно формулирането на генерални изводи, но повечето танци се изпълняват в една линия, в кръг или процесия. Стилът е извлечен от истинския живот и природата и отразява духовната връзка със земната среда. Стъпките са предимно близо до земята и отдават предпочитание на присвитите колене и стъпки с цяло ходило или от пръсти на пети дълбоко на земята. Повечето движения са с глава или с торс, тъй като танцьорите представят животни или имитират ежедневната си или сезонна работа – лов, прибиране на реколтата, риболов и война. Пулсирането на тялото акцентира върху определени ритми на акомпаниращите песни създавайки ритмично единства между танцьорите и музикантите, които пеят или свирят на различни инструменти – от черупки на костенурка до барабани. Тези форми са оцелели и са важна част от историята на това, което представляват съвременните Съединени щати. Ето няколко представителни примера: *Танц на слънцето на племето шушон, Кучешки танц, Танц на планинските духове, Танц за дъжд, Танц на призраците, Танц на войната и т.н.*



Танц на призраците



Танц на войната

Основателите на Америка полагат усилия да изградят нацията, различна от нациите в европейските страни, които са напуснали, нацията основана на свобода и равенство. Това е основната цел през годините на формиране на нацията, но същевременно има неоспорими подмолни течения на конкуренция с Европа. Въпреки че не желаят да бъдат под натиска на абсолютна монархия, американците не могат да отрекат модата и обичаите на своите презокеански съседи, които ги правят толкова неустойими.

Докато ранните заселници биват натоварвани от своите религиозни водачи с предупреждения за злото, което танците носят, с течение на времето танцът заема важна роля в американското общество, чиято значимост непрекъснато нараства. За разлика от европейските страни, където кралските дворове и аристокрацията определят господстващите правила, които обществото да спазва, американците са нова, развиваща се нация.

Освен това Америка е земята на възможностите за тези, които са избягали от религиозно преследване или се опитват да натрупат богатство на място, където няма установена аристокрация и да регулират правилата за приемане в обществото като по този начин отварят вратите за смесване на нови и стари танци.

Тези, които са емигрирали в Америка с богатство и тези, които бързо са натрупали богатство след пристигането си са малко на брой и рядко се срещат. Но те формират елитната класа на аристократите и пропускат през своя филтър новите европейски стандарти за стил и култура към останалата част от нацията.

Общественият ред осигурява пространство на хората да общуват помежду си чрез танци и невербални и културно приемливи движения и жестове. Тъй като обществените ценности и ранг се изразяват чрез движение и езика на тялото, усъвършенстването на танцовата техника е от първостепенна важност за тези, които желаят да бъдат приети от елита на обществото.

Докато европейското изкуство на балета не пуска веднага корени в Съединените щати поради затруднения, намерения и религиозна философия на първите заселници, танцът наистина пристига от Европа в Америка в контролираните от Великобритания колонии. Кралица Елизабет I (1533-1603) иска да основе колонии в Америките, за да разшири британската и ограничи испанската империя. Англичаните се надяват да намерят богатство, да създадат нови работни места, да изградят пристанища по бреговете на двете Америки. Много от тези колонии са съществували в продължение на повече от 100 години включително първата колония на Вирджиния, която е основана през 1607 г. В колониална Вирджиния танцът се посреща с по-малко съпротива. Доходоносните насаждения на колонията и по-специално тютюнът, подпомага създаването на йерархична класова система, която изглежда забележително европейска, с богати плантатори на върха и подчинени слуги и роби в основата. Най-богатите жители на Вирджиния имат много свободно време и започват да формират социални навици, подобни на тези на охолната европейска аристокрация. Танцуването се превръща в постижение, което се очаква от достойния джентълмен от Вирджиния. Майсторите на танца скоро тръгват из цялата колония, готови да преподават както английски народни танци, така и някои претенциозни, изискани френски танци, например *Minuet* (менуе).

Постепенно танцуването се превръща в един от най-ефективните начини за укрепване на класовото разделение в колониалното общество, където класата се основава, доста несигурно, само на богатството. Докато Вирджиния просперира все повече и повече, всяка поколение носи със себе вълна от „нови пари”. Горната прослойка на предходното поколение се бори здраво да предотврати навлизането в техните ограничени кръгове на желаещите да се изкачат по-нагоре в социалната стълбичка. Изтънчените обноски и етикет са най-добрия начин за обезкуражаване и объркване на новодошлите, малко забавления са толкова сложни и подчинени на етикета

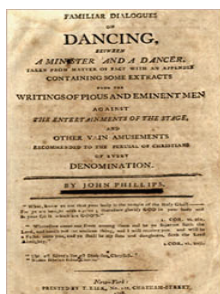
колкото танците в балните зали на Вирджиния. В периода от 1607 до 1776 г. наред с Вирджиния съществуват още 12 други колонии, включително Масачузетс, Ню Хемпшър, Роуд Айлънд, Кънектикът (първите четири, известни като Нова Англия), Ню Йорк, Пенсилвания, Ню Джърси, Делауер, Мериленд, Северна Каролина, Южна Каролина и Джорджия. Този период е известен като „колониален“. През 1776 г. тринадесет британски колонии обявяват независимост и формират Съединените щати. Театралният танц намира своя път към колониите в средата на осемнадесети век чрез европейски пътни компании. Обаче за разлика от Европа, в колониите няма официални академии за обучение на професионални театрални танцьори .

Като цяло танците не винаги се приемат от обществото с отворени обятия. Определени консервативни и религиозни групи се противопоставят на танцуването и го подлагат на жестока критика и цензура, за да предотвратят безразсъдство и безредици. Тези пречки намаляват с времето, тъй като променящите се културни обстоятелства дават подем на ера, в която танцът е не само удоволствие, но и мощен обществен инструмент.

Ранното противопоставяне на танца в Америка идва предимно от пуританите (английски протестанти в XVI и XVII век), които смятат, че могат да „очистят“ англиканската църква от „католическите“ практики. Те осъждат и критикуват всички танци като зло изтъквайки, че разположените танци водят до изкушение и особено до прелюбодеяние. Ранните текстове се изправят срещу „нечестивите и безразборни танци“ като заклеят преди всичко разположените дейности. Инкрийс Матър (1639 – 1723), пуритански свещеник от Бостън през XVII век и неговият син Котън Матър (1663 - 1728), пуритански свещеник от Нова Англия са противници на танца, които твърдят, че танците отклоняват ума и душата от тяхната истинска цел – Господ. В техните публикации за злото, наречено танц озаглавени *”Необходимост от реформи”* и *”Стрела от колчана на Светото писание срещу нечестивите и безразборни танци”* и двамата – баща и син – привеждат доводи, че танците са не само фриволни, но и грешни в очите на Бог. Пуританите виждат идеалния човек като някой, който се отделя от света устоява на злото и се фокусира върху работата, която трябва да се свърши. Следователно, не е изненадващо, че те

възприемат танците като дейност, която въвлеча своите последователи в гордост и суета.

Не само пуританите се изправят срещу танците, които шестват през осемнадесети и деветнадесети век. Джон Филипс (1760 – 1865), фермер, дякон и запасняк от Стърбридж, Масачузетс, подчертава покварата и греховността на танца в своя памфлет *“Известни диалози между свещеник и танцьор относно танците, срещу сценичните забавления и други суетни развлечения, които отблизо изследват моралните аспекти на танцуването”*, издаден през 1798 г., представен като дискусия и интервю за обучение на християните.



Заглавна страница на памфлета на Джон Филипс, Ню Йорк, 1798 г.

Много важно е да отбележим, че някои от колонистите-пуритани, които пристигат в Нова Англия не изразяват неодобрение към танците. Просто са твърде заети с оцеляването си, за да направят повече в тази насока. В пуританските домове или навън от време навреме се провеждат танцови сбирки на чествания като сватби. Когато имат тази възможност, пуританите просто танцуват в кръг, квадрат и дълга редица, както се танцува в градовете и селата на британската провинция. Само „смесените“ танци, при които мъже и жени танцуват заедно, предизвикват негодувание.

През 1651 г. известният книжар и композитор от Лондон Джон Плейфорд публикува *“Учител по английски танци: прости и лесни правила за изпълнение на провинциални танци с мелодия за всеки от тях”*. Малката книжка за първи път описва английски провинциални танци, които преди са се учили чрез гледане и практика. Първото издание на книгата на Плейфорд включва 104 танца, предимно в кръг, квадрат и редица от четири двойки. Тя бързо става изключително популярна както в Англия, така и в колониите. Много от пуританите в колониите харесват книгата на Плейфорд, защото тя акцентира върху обноските и декора

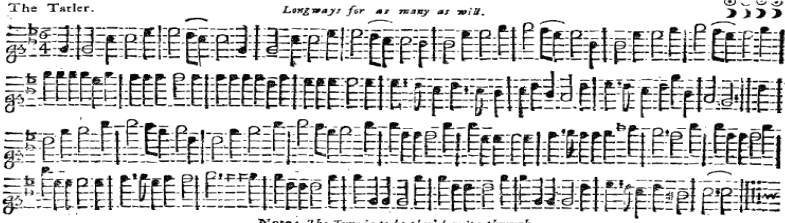
толкова, колкото и върху стъпките, а пуританите считат добрите обноски за важна част от праведния живот. Освен това танците на Плейфорд са демократични: двойките често сменят позициите си като се движат отпред назад в групата при танците в редица и водещите фигури се редуват. Докато колониите постепенно стават независими от Британия и проявяват недоверие в нейната абсолютна монархия, символиката на „един за всички, всички за един“ вероятно дава своя принос към привлекателността на танца.



Учител по английски танци, 1651, от Джон Плейфорд

The Dancing-Master. Vol. the Second.

The Tatler. Longways for as many as will.



Note: The Tune is to be play'd quite through.

THE First Man leads his Partner up and down, the 3d Cu. do the same at the same Time; then the two Men lead out and in, and the two Women do the same at the same Time; then Hands all four quite round and cast. The 2d Cu. being at top, they cross over and turn, then the first Cu. cross over and Back to Back, then clap Hands Sides, then with your Partners and turn single.

B

Извадки рекламиращи първото издание на „Учител по английски танци“

В навечерието на издаването на „Английски танци – учител“ не всички са положително настроени относно популярността на танците. Специално духовенството е обезпокоено от училищата по танци, които се опитват да спечелят влияние в Бостън в средата на XVII-ти век. Те вярват, че официалното обучение по танци води до гордост и суета, или нещо по-лошо, до изкушение и по-специално до изкушение за прелюбодеяние. Въпреки че всички училища са закрити бързо от местните власти, Бостън продължава да бъде дом на известен брой учители по танц, които печелят лоша слава като окуражават танците по двойки.

Спорът относно моралността на социалните танци се води не само между религиозно настроените противници и обществото, но и между противниците и учителите по танци. Считани от враговете на танца за посланици на дявола, учителите по танци често са принуждавани да работят като странстващи преподаватели, които се наемат от семейства или организации подготвящи се за домакинството на бал. Обаче дори пуританите намират начин да допуснат експресивни движения, ако те се изпълняват съгласно стриктни библейски указания. В общи линии властите възприемали танца не задължително като проблем, а като потенциален катализатор на граждански безредици и езически ритуали. С течене на времето все повече имигранти от Европа донасят със себе си нови стилове на танцуване.

Virginia Reel (вирджиния рил), енергичен американски провинциален танц за двойки, който става популярен във Вирджиния през осемнадесети век и остава любим американски танц през по-голямата част от деветнадесети век, е почти идентичен с един от танците на Плейфорд, наречен *Sir Roger de Coverly (сър Роджър де Ковърли)*. Пренесен във Вирджиния от английски колонисти танцът *Sir Roger de Coverley* с времето се превръща във *Virginia Reel Вирджиния рил*, чиито няколко версии варират от изисканата, елегантна форма, която се танцува в балните зали през XVIII-ти век до динамичната съвременна версия, която се танцува в линия от по дванадесет или повече двойки. Този танц, който се танцува на всяка песен в 2/4 такт, изисква група от три или четири двойки и се води от танцмайстор, който напомня на танцьорите за стъпките: „напред и назад”, „залюлейте ръцете на дясно”, „по двама” и „обърнете ръцете на дясно”. Танцът *Virginia Reel* завършва с марш като водещата двойка отива на края на редицата, а отпред застава нова водеща двойка.

Придвижвайки се от отлично поддържаните плантации на Вирджиния напред към вътрешността на страната заселниците започват да се установяват в по-дивите Кентъки, Западна Вирджиния, Северна Каролина и Тенеси. Много от тези пионери са шотландско-ирландски презвитерианци, които са сред най-ранните „реформирани” имигранти в Америка, избягали от религиозно преследване в родните си страни. Техните селски комуни остават изолирани от по-изисканите стилистични влияния, които оформят танците във Вирджиния и в част от Нова Англия. Тези жилища заселници предпочитат класическите танци на селска

Британия, пред техните лъскави бални братовчеди, които изграждат по-късните издания на книгата на Плейфорд. Обикновено танцуват в кръг, но понякога използват и квадратна форма от четири двойки, наречена по-късно *Kentucky Running Set*. Тази формация вероятно е връзката между модерните танци в квадрат и старите езически танци на Европа.

По време на Американската революция (1775-1783), известна също като Американската война за независимост през осемнадесети век между Великобритания и нейните тринадесет колонии, които обявяват независимост като Съединени американски щати, театралните събития са спрени поради различни забрани и ограничения. Независимо от забраните през 1767 г. театърът Джон Стрийт Тиътър отваря врати в Ню Йорк, който наред с Филаделфия става център на театралните танци през осемнадесети век. През 1781 г. един нов театър в Балтимор става домакин на разнообразни танцови атракции. Театралните развлечения изчезват отново с приемането на анти-театралния закон, прокаран от Конгреса през 1787 г. Две години по-късно, когато този закон е отменен, европейските артисти се завръщат редовно на американска сцена.

След Революционната война някои танци започват да придобиват политически оттенък. Джордж Вашингтон (1732-1799), като първи президент на нацията (1789-1797) знае, че младите Съединени щати имат нужда да се отърсят от своя провинциален образ, за да спечелят респект на световната сцена и затова окуражава известни американци да възприемат европейската изисканост, особено в балните зали. Вашингтон особено много харесва френския менует, отчасти поради политическата конотация на танца, понеже държи да поддържа добри отношения с френските съюзници на Америка. Той танцува менует на бала по случай встъпването си в длъжност като президент през 1789 г.





Джордж Вашингтон танцува менует с г-жа Максуел на бала за встъпване в длъжност, Вашингтон, 1789 г.

Френската инвазия не е само в балните зали на Вашингтон. След Американската революция вълна от френски учители по танц пристига в Съединените щати и носи със себе си още по-изтънчени версии на традиционните провинциални танци. След Френската революция (1789-1799), която е колкото политическа, толкова и културна, една нова група от френски танци придобива популярност както във Франция, така и в Америка. Танцът *Quadrille* (Кадрил), танц за четири двойки в квадратна форма, при който двойките се редуват да танцуват докато другите почиват, скоро се изпълнява навсякъде в Съединените щати както и неговия събрат танцът *Cotillion* (Котилъон).



Quadrile (кадрил)



Cotillion (котилъон)

Войната от 1812 г. (продължила от 18 юни 1812 г. до 18 февруари 1815 г.), която няма особен принос в окуражаването на добрите чувства между Великобритания и Америка, затвърждава популярността на френските танци. По-големите, политически обвързани градове на Америка стават разпространители на анти-британски чувства. Много американци живеещи в градовете стигат дори до там, че отказват да танцуват английски народни танци и предпочитат френските *Quadrilles* и *Cotillions* вместо тях. Английските танци оцеляват само в дълбоката провинция. Постепенно градският кадрил става изключително изискан и сложен, тъй като поредицата от учители по танци добавят свой собствен почерк, а изтънченото градско общество трябва да възприеме най-новите версии.

Докато ранните танцови артисти в Америка са предимно французи, през XVIII и XIX век в Америка емигрират италиански танцьори, които донасят своята виртуозна балетна техника и в следващото поколение дават своя уникален индивидуален принос към развитието на новия американски танцов стил. Именитият италиански майстор **Пиетро Соди (Pietro Sodi)** (1716-1775) пристига в Ню Йорк през 1774 г. и започва да преподава най-модерните обществени танци. През дългата си кариера в Европа той промотира *ballet d'action* (действения балет) на *Жан Жорж Новер*. Високо цененият талант на Соди да композира и изпълнява пантомимни танци без съмнение водят до известна театрална дейност, въпреки че по това време той е в края на кариерата си. Самата Америка няма свои танцови трупи.

След Соди в Бостън се заселва италианецът **Лоренцо Папанти (Lorenzo Papanti)** (1799-1872) и става уважаван учител по танц. През 1823 г. той е назначен за танцмайстор във Военната академия на САЩ в Уест Пойнт, Ню Йорк. Благодарение на него роденият във Виена, Австрия валс официално е представен в Америка през 1834 г., когато Папанти, учител по танц в Бостън, дава представление в луксозно имение в Бийкън Хил, исторически богаташки квартал в Бостън, Масачузетс. От там валсът бързо се разпространява в балните зали в цяла Америка. По-късно се появява американска версия на танца, наречена Бостънски валс, която е по-бавна и по-величествена от европейския оригинал.

Лоренцо Да Понте (Lorenzo Da Ponte) (1749-1838), италиански поет и либретист на трите известни опери на Моцарт – „*Сватбата на Фигаро*”,

„Дон Жуан” и „Така правят всички жени”, емигрира в САЩ през юни 1805 г. на 56 годишна възраст. Заселва се в Ню Йорк, за да избяга от кредиторите си и се отдава на преподаване на италиански език и литература в колежа Колумбия като разпространява италианската култура и класическата европейска култура и литература в Новия свят. Това се превръща в негова жизнена мисия – да обогати американската култура с красотата на Данте Алигиери (1265-1321) и на италианския език и култура, както и да създаде последователи, вдъхновени от Музите да запазят поетичното изкуство живо за бъдните поколения. През 1828 г. 79-годишният Да Понте става натурализиран гражданин на САЩ. Пет години по-късно през 1833 г. той основава първата опера в Америка – Нюйоркска оперна труппа като води труппи от италиански певци и танцьори. Да Понте запознава американците с музиката на Джоакино Росини (1792-1868).

Италиански танцьори, обучени от великия балетен педагог Карло Блазис (Carlo Blasis) (1797-1878) представят пред американската публика удивителната си балетна техника характеризираща се със сложна плетеница от стъпки, скокове и въртения. Една от първите ученички на Блазис в САЩ е Джована Чокка (**Giovanna Ciocca**) (1825-?), която прави своя дебют в Америка през 1847 г. През следващата година пристига италианският виртуоз Гаetano Нери (**Gaetano Neri**) (1821-1852) и тръгва на турнета с Чокка, която става любимка на американската публика. През 1857 г. великият италиански мим и хореограф Доменико Ронзани (**Domenico Ronzani**) (1800-1868) е помолен да формира италианска балетна труппа, която да даде представление на откриването на Филаделфийската музикална академия. Тогаващите критици споменават балета на Ронзани като най-елегантната балетна труппа, която е посещавала САЩ през XIX век.

Използвана литература:

1. Луканов, Петър. История на танца и балета. София, 2009.
2. Amberg, George. Ballet in America, the Emergence of an American Art. New York 1949
3. Fuhrer, Margaret. American Dance. The Complete Illustrated History. Minneapolis, Minnesota 2014.

4. Homans, Jennifer. *Apollo's Angels, a History of Ballet*. New York, 2010.
5. Lee, Carol. *Ballet in Western Culture*. New York City, New York 2002.
6. Switzer, Ellen Eichenwald. *Dancers! Horizons in American Dance*. Atheneum, New York City, New York 1982.
7. Walter, Terry. *The Dance in America*. Toronto, Canada 1973.

ФРЕНСКИЯТ ПРИМЕР ЗА РАЗВИТИЕТО НА ИЗЛОЖЕНИЯТА

Томи Попечкин

Докторант в Пловдивски университет, ПН „Науки за културата“

Abstract: Exactly when the fairs are born is difficult to be determined. It is considered they date back to antiquity.

The origin of the trade show brings us back to the medieval markets, which are usually held in a well-known place, such as the main square of the city, and attract the attention of both locals and visitors from afar. Sometimes such a market is the main event of the year and a way to get news and share information. Over time, some of them grow, become more centralized and specialized, and finally become contemporary trade fairs. Although the way trade shows today look has changed dramatically, the concept is the same: the trade show is a place to show selected products or services, meet of different business and share information on the latest trends.

Whatever we call them, exhibitions are special events that have a strong economic and political factor. They are an engine for promoting competition, a platform for demonstrating achievements, for national pride, even for demonstrating power. Regimes, dynasties, governments change, but they remain resilient over time and today have become an industry that can hardly be appreciated. In this report, I would like to make some terminological explanations and trace the process of development from the first industrial, strictly national exhibitions in France to the World Exhibition, which leaves us with the most emblematic symbol of Paris, which has become a distinctive brand of the city.

Кога точно се зараждат панаирите е трудно да се определи. Приема се, че водят началото си от Античността.

Произходът на търговско изложение ни връща към средновековните пазари, които обикновено се провеждат на добре познато място, като главния площад на града и привличат вниманието както на местните жители, така и на посетителите от далеч. Понякога такъв пазар е основното събитие през годината и начин за получаване на новини и обмен на информация. С течение на времето някои от тях се разрастват, стават централизирани и специализирани, докато накрая се превръщат в съвременните търговски изложения. Въпреки, че начинът, по който изглеждат днес търговските изложения, е драстично променен,

концепцията е същата: търговското изложение е място да се покажат селектирани продукти или услуги, среща на бизнеса и обмяна на информация за най-новите тенденции.

Както и да ги наричаме, изложенията са специални събития, които имат силен икономически и политически фактор. Те са двигател за насърчаване на конкуренцията, платформа за демонстрация на постижения, за национална гордост, дори за демонстрация на мощ. Сменят се режими, династии, правителства, но те остават устойчиви във времето и в наши дни са се превърнали в индустрия, която трудно би могла да бъде оценена. В настоящия доклад бих искала да направя някои терминологични пояснения и да проследя процеса на развитие от първите индустриални, строго национални изложения във Франция, до Всемирното изложение, което ни оставя най-емблематични символ на Париж, превърнал се в своеобразен бранд на града.

Изясняване на терминологията

Забелязва се известно объркване в наименованията между търговски изложения, търговски панаири, изложения и експо. На теория, това са различни видове събития.

Търговско изложение, е събитие, на което компании от конкретна индустрия се събират, за да демонстрират своите нови продукти и услуги. Като цяло търговските изложения са тип бизнес събития и не са отворени за обществото, а са предназначени за представители на компаниите, служители в бранша и пресата. Обикновено се организират и спонсорират от търговски асоциации за конкретни индустрии.

Търговският панаир, от друга страна, е по-тип бизнес мероприятие, на което компаниите се събират не само за да покажат своите продукти и услуги, но и да ги продават и лансират на пазара. Панаирите са отворени за всички заинтересовани и могат да обхванат няколко индустрии едновременно. Провеждат се в рамките на 3-5 дни, понякога дори и по-дълго.

Изложението има най-малък елемент на продажба. Основната цел е да се покажат продукти и услуги. Обикновено изложенията обхващат една индустрия и са насочени към изграждане на общ имидж на компания или марка.

Експо, или експозицията, е някъде по средата между търговско изложение и изложение. Експо е отворен за обществеността, но се фокусира изключително много и върху бизнес мрежите, особено върху възможностите за износ. Експозициите са много мащабни събития, обикновено международни и обхващащи много индустрии; може да имат държавна подкрепа и много правителствени организации като изложители.

На практика обаче, всички тези типове се смесват в едно цяло и разликите се забелязват много трудно. В наши дни почти няма търговско

изложение, което не е отворено за публика, или търговски панаир без „търговски ден“, на който могат да присъстват само професионални специалисти и медии. Същото може да се каже и за фокуса върху износа: въпреки че традиционно се приписва на Ехрос, е трудно да си представим някое търговско изложение или панаир, където участниците не биха били заинтересовани да намират клиенти от чужбина. Освен това някои хора, компании или дори държави предпочитат един термин пред другия. Например терминът „Trade Show“ е много популярен в САЩ, докато „Trade Fair“ традиционно е по-скоро терминът на Обединеното кралство.

Исторически преглед

В хода на бурните исторически и политически промени, *Парижките* индустриални *изложения* между 1798 и 1849 г. са просъществували, развили са се и са станали предшественик на Голямото световно изложение от 1851 г. в Лондон и на Световното парижко изложение от 1889 г.

Изложението на продукти на френската индустрия (*Exposition des produits de l'industrie française*) е събитие, което е имало за цел да покаже продуктите на различните отрасли на индустриите.

Първото индустриално изложение се провежда на Марсово поле през 1798 г., по време на Първата френска република. Архитектът Жан-Франсоа Шалгрин (Chalgrin), който по-късно проектира Триумфалната арка, изгражда голям кръг от колони, които заобикалят Храма на индустрията, където се съхраняват избраните от журито предметите. Изложението е открито с военен парад и в него взимат участие 110 френски изложители.

Второто индустриално изложение е организирано през 1801 г., на площада в двора на Лувъра. В него взимат участие 220 френски изложители.

Третото индустриално изложение е през 1802 г. и също се провежда в двора на Лувъра, но вече с 540 френски изложители.

Въпреки нарастващият брой изложители, правителството решава, че е необходимо повече време между изложенията, за да има по-голям напредък в производството. Император Наполеон постановява следващата експозиция да бъде през 1806 г., след завръщането му от кампанията в Аустерлиц, като целта е събитието е отчасти да отпразнува победите му, като покаже плодовете на мира.

Четвъртото индустриално изложение е през 1806 г. и се провежда в Двореца на инвалидите (*Esplanade des Invalides*), построен по времето на Луи XIV, който прави жест към войниците, които са му служили в неговите походи, и решава да построи „един кралски дом, достатъчно голям, за да приеме и подслони всички сакати и остарели офицери и войници и да им осигури един фонд за тяхното съществуване“. Участват 1422 изложители. Наполеон е постановява, че индустриални изложения ще се провеждат на всеки три години, но военните и политически

трудности не позволяват да се проведе следващо изложение през Първата френска империя.

По-късно, при възстановяването на Бурбоните, правителството на крал Луи XVIII възражда изложенията на продукти на френската индустрия и постановява те да се провеждат на интервали не повече от четири години. Както при предишните изложения, продуктите трябва да бъдат изключително френски.

Петото индустриално изложение се провежда през 1819 г. в големите зали на двореца Лувър. На него взимат участие 1662 изложители. Въпреки, че Луи XVIII постановява следващото изложение да бъде през 1821 г., събитията налагат забавяне.

Шестото индустриално изложение се провежда през 1823 г. в Лувъра. Акцентът на изложението е върху промишлеността, но вече се излага и някои луксозни стоки, като модел на окачен мост, проектиран от Марк Сегуин, който би обхващал Рона от Тайн-л'Хермитаж до Турнон-сюр-Рон. Мостът е завършен през 1825 г.

Седмото индустриално изложение се провежда през 1827 г., по време на управлението на консервативния крал на Франция Шарл X, който скоро след това е свален. Въпреки икономическата несигурност, изложението привлича над 600 000 посетители и 1695 изложители.

Първото изложение на юлската монархия е планирано за 1832 г., но се отменя поради бунтове, последвани от холерна епидемия и през 1833 г. се постановява, че в Париж ще има индустриално изложение на всеки пет години, като първото, или *осмо* по ред, ще бъде през 1834 г. За целта са издигнати четири големи сгради на Площад Конкорд (Place de la Concorde) между Мадлената (La Madeleine) и Двореца на Бурбоните (Palais Bourbon). В експозицията участват 2447 изложители.

Деветото индустриално изложение от 1839 г. се провежда на Шанз-Елизе. На площ от 16 500 кв.м., участват 3281 изложители, което причинява сериозно задръстване.

Събитието е открито от крал Луи Филип, който разглежда експонатите, заобиколен от ентусиазирана тълпа. За първи път са въведени различни категории: тъкани, химикали, метали и минерали, изящни изкуства, селскостопански продукти, керамика, прецизни и музикални инструменти, разни.

Изложението от 1839 г. предизвиква значителен интерес в чуждестранните производители и за него се публикуват каталози и доклади в Австрия, Германия и Швеция.

През 1844 г. на Шанз-Елизе се провежда *десетото индустриално изложение* с 3960 изложители. Открито е от крал Луи Филип, а Хектор Берлиоз композира и дирижира химна на Франция (Hymne à la France), който е изпълнен по време на откриването.

На десетото изложение се изключат търговците на дребно, които не произвеждат собствени продукти, и се елиминира всичко, което не е обществено полезно. Експонатите са поставени в категории: тъкани, метали и други минерали, машини, прецизни инструменти, химикали, изящни изкуства, керамика и разни. Лично кралят награждава победителите в категориите в двореца Тюйлери.

През 1848 г. Луи Филип е свален и е обявена Втората френска република. За президент е избран Луи Наполеон Бонапарт. Планираното през 1849 г. *единадесето индустриално изложение* в Париж става институционализирано и има за цел да демонстрира легитимността на Втората френска република и да декларира, че Алжир вече е част от Франция. Алжирската секция включва предимно суровини като сурова коприна, тютюн, минерали, памук, вълна и тъкани и ръчна изработка. За първи път е показан саксофонът на Адолф Сакс. 5 494 изложители взимат участие, като правителството покрива разходите на изложителите, но не застрахова експонатите. Въпреки, че френският индустриалец и политик Огюст Мимерел (Auguste Mimerel) успява да изключи чуждестранните продукти, на изложението присъстват много чуждестранни посетители. Публикувани са официални доклади на немски и английски език. Английският периодичен печат The Art Union отразява внимателно събитието и призовава за подобно изложение в Лондон. Скоро след това е решено да се проведе Голямото изложение от 1851г. в Лондон (The Great Exhibition), на което могат да се сравняват британски и чуждестранни продукти.

Изложенията-причина за конкуренция през индустриалната епоха

През 1855 г. индустриалната революция е в ход. Луи-Наполеон Бонапарт, наскоро станал император Наполеон III, открива първото международно изложение във Франция (Exposition Universelle) на Елисейските поля (Champs-Élysées) в Париж. Наполеон III иска да покаже на света, че Франция е стъпила на пътя на прогреса и да докаже превъзходството на французите, като надмине по всякакъв начин Британското изложение. По-специално, той иска зрелищна изложбена зала, която да съперничи на “Кристал палас“, своеобразно инженерно и архитектурно чудо по онова време, построен специално за „Голямото изложение“ в Лондон през 1851г.

Официалното име е „Вселенско изложение на продукти от селското стопанство, промишлеността и изобразителното изкуство“.

Изложението обхваща 40 декара, като участват 34 държави. в отделен павилион на Avenue Montaigne са изложени творби на френски и чуждестранни художници от 29 държави. Според официалния доклад на изложението *присъстват 5162 330 посетители*, от които около 4,2 милиона са влезли в индустриалната експозиция, а 0,9 милиона са посетили изложението на изящните изкуства Beaux Arts.

Това голямо събитие във Франция, е отговорът на френския държавен глава на успеха на Лондонското световно изложение от 1851 г.

Архитектурата като част от посланията на изложенията

За разлика от по-голямата част от сградите, построени за изложенията по онова време, и по-специално иновативната дързост на Кристал палас, целта на Двореца на индустрията (Palais de l'Industrie) е да предложи постоянно изложбено пространство в сърцето на Париж.

Архитекта Жан-Мари-Виктор Виел и инженера Алексис Баро, проектират Двореца на индустрията (Palais de l'Industrie), който представлява изложбена зала, разположена между река Сена и Елисейските поля. По-ранна сграда на мястото с това име е издигната през 1839 г. и е използвана за последващи изложби през 1844 и 1849г.

Елиас Робърт извайва скулптурна група, висока 6,5 м., която краси основната сграда на Двореца на индустрията. Скулптурната група представлява Франция, с диадема на главата, която увенчава с лаври изкуството и индустрията, като по този начин показва своето величие. По мое мнение, централната група от трите алегии олицетворява посланието на Световното изложение, а именно мира и напредъка чрез индустрията и изкуствата. Смята се, че скулптура е вдъхновен от барелефа на Пиер Картелие (Pierre Cartellier) в двореца Лувър „Победата, раздаваща венци“ 1810 г. (La Gloire distribuant des couronnes) и вероятно е вдъхновение за Статуята на свободата (Statue of Liberty) в Ню Йорк. Когато през 1900г. дворецът на промишлеността е съборен, скулптурата е преместена в парка Сейнт Клоуд (Parc de Saint-Cloud). Са съжаление, днес венците от ръцете и повечето лъчи от короната липсват.

Архитекта Жан-Мари-Виктор Виел и инженера Алексис Баро съчетават традиционната еkleктична каменна фасада, предназначена да придаде по-скоро монументален характер и рационална архитектура от желязо и стъкло, изцяло характерни за този период. Дворецът на индустрията е дълъг 260 метра и широк 105 метра, украсен с величествена триумфална арка на входа. Основната сграда е дълга 190 метра и широка 48 метра, висока е 35 метра и има 408 прозорци.

Въпреки огромните си размери обаче, не е достатъчно голям, за да приюти всички очаквани изложители, затова са построени две временни сгради, в които да се помещават останалите експонати. Дворецът на индустрията (Palais de l'Industrie) предоставя достъп до пристройките чрез ротонда, наречена "Панорама". Ротондата датира от 1838 г., когато Луи-Филип възлага на архитектът Жак Хиторф да я създаде на Шанз-Елизе, през 1855г. е включена в сградите на Световния панаир и на следващата година е разрушена.

Критиците почти универсално заклемяват готическата "тежест" на сградата, но желязната и стъклена конструкция с каменна обшивка е имитирана в Лондонската експозиция от 1862 г. и Световната колумбийска

изложба в Чикаго и дори в сградите, заради които е разрушена: Гран пале(Grand Palais) и Пти пале(Petit Palais), построени за Световния панаир през 1900 г. прилежащия мост Александър III.

Дворецът на индустрията се ползва като зала за различни изложения и социални събития до разрушаването му през 1897 г. Разрушен е за да направи място на *Малкия дворец* (Petit Palais) , който от своя страна е построен по случай Световното изложение от 1900 г. от архитекта Шарл Жиро и по настояще съхранява Музея на изящните изкуства и *Големия дворец* (Grand Palais), чиито 77 000 м2 редовно се помещават престижни изложби.

През 60-те години един от пионерите на така наречената модерна архитектура Льо Корбюзие иска Гран пале да бъде разрушен и на негово място да се създаде музей на изкуствата на XX век, но смъртта на архитекта слага край на проекта.

Символика на виното

Според Жорж Дюран , виното се свързва по естествен начин с незабравимото. Той твърди, че светът не би могъл да отпразнува никакво събитие без помощта на това престижно питие: *“Със своите вина Франция обезсмърти историята на света. Защото на всяко историческо събитие по света, винаги е имало френско вино”*¹. Въпреки,че виното обикновено се счита за средство за опиянение, което носи забора, всъщност то съхранява времето и поддържа спомените. Задавали ли сме си въпроса защо когато искаме даден тържествен момент да бъде запомнен, вдигаме на здравица с вино? Вероятно Наполеон III е знаел ,че лозата съчетава традиции, дух на приемственост, стабилност, предаване на опита. За експозицията той иска да бъде направена система за класификация на най-добрите вина във Бордо във Франция, които да бъдат изложени за посетители от цял свят. За целта, специалисти от лозаро- винарската индустрия правят класификация на вината според репутацията на шатото и търговската цена, която по онова време е пряко свързана с качеството, в резултат на което е създадена“Официална класификация на виното в Бордо от 1855г“. (Bordeaux Wine Official Classification of 1855).

От средата на 19 век в Париж се провеждат универсални изложения средно на всеки 11 години.

Всемирното изложение от 1889 г. се провежда в Париж, през годината на 100-годишнината от штурмуването на Бастилията, събитие, считано символично за начало на Френската революция. Световното изложение от 1889г. се провежда на Марсово поле (*Champ de Mars*) в Париж, по идея на френския премиер по това време Жул Фери. Той иска да види изложение, което да демонстрира индустриалната мощ на Франция. Нейната търговска дейност и инженерни умения. Въпреки,че е използвано като витрина за научния и технологичен напредък, включва и експонати от миналото. Открито е от френския президент Сади Карно,

който се включва в шествието от Елисейския дворец в карета, минава покрай Шанз-Елизе и Авеню Монтажин сред радостни тълпи и влиза в изложбената зона, като минава под арките на Айфеловата кула. Изложението е огромно ,обхваща около 95 хектара, като включва цялата площ на Марсово поле и Двореца на инвалидите(Esplanade des Invalides), простира се покрай крайбрежната улица Орсей и градините Трокадеро до Айфеловата кула , до която има огромно виенско колело и в деня на откриването е посетено от почти половин милион души. Централна атракция във френската секция са Imperial Diamond, най-големият диамант в света и представянето на паровия двигател на Джоузеф Фаркот, който вече е спечелил награда през 1867г. Сред експонатите е и първата в света моторна кола на Бенц.

Икономически ефект

Изложението събира зашеметяващ набор от експонати и резултатът е най-големият, най-разнообразният и финансово успешен световен панаир, провеждан до тогава с разходи от 41 500 000 франка, постъпления от 49 500 000 франка, 32 250 297 посетители, 61 722 изложители, от които 55% са французи, а останалите са представени от 35 държави.

Бранд

Трайното наследство на *Всемирното изложение от 1889 г.* е Айфеловата кула. Идеята за кула, изградена от желязо и стомана, не е нова. Английския минен инженер Ричард Тревитик (Richard Trevithick), изобретател на локомотива с парен двигател (1801 г.) и капацитет 8 пътника, наречен „Пухтящият дявол“ заради характерния звук „пуф – паф“, През 1832/3 той проектира масивна колона с височина 1000 фута и с 100 фута в диаметър за статуя на кон в Лондон. Тя трябвало да бъде направена от 1500 десет футови кубични парчета от желязо. Въпреки големия интерес, колоната никога не е направена.

Кларк и Рийвс, двама американски инженери, през 1874 г замислят кула с височина 1000 фута за Световния панаир във Филаделфия през 1976 г. Този проект никога няма да бъде реализиран поради липса на средства,но е публикуван в брой 42 на френското списание Nature от 21 март 1874 г.

Самият Айфел открито признава, че произходът на идеята за кула „идва от Америка“, но че неговата кула в Париж е подобрена версия на обсерватория Latting, Ню Йорк, която е построена "без да се обърне внимание на красотата на формата и има чисто търговска цел" за разлика от Айфеловата кула.

През 1853г. в Ню Йорк е построена изложбена сграда, като част от изложението на индустрията на всички нации, вдъхновена директно от Кристал Палас, изложбената сграда на Голямото изложение в Хайд парк, Лондон през 1851г. Кристал палас в Ню Йорк е проектиран от Георг

Карстенсен и германския архитект Чарлз Гилдемайстер. Представлява формата на гръцки кръст, увенчан от купол с диаметър 100 фута. Прилежащата обсерватория Латинг(Latting Observatory) представлява дървена кула, замислена от Уаринг Латтинг и проектирана от архитект Уилям Наугъл. Обсерваторията има 23 метрова осмоъгълна основа, която включва магазини и заострена до върха дървена кула с метални подпори с височина 96 метра и три площадки, разположени на 125 фута (38 м), 225 фута (69 м) и 300 фута (91 м), където са монтирани телескопите от които посетителите могат да видят Куинс, Стейтън Айленд и Ню Джърси. Капацитета на кулата е 1500 души и това е най-високата структура в Ню Йорк по времето на съществуването си от 1853 г., до изгарянето ѝ през 1856 г. Описвана е като „първия небостъргач на Ню Йорк“. Самият Кристал палас, Ню Йорк също изгаря през 1858 г.

Дизайнът на Айфеловата кула се приписва на Морис Кочелин и Емил Нугуер, двама старши инженери, работещи за „Айфел и Сие“, с идеята да бъде „връхната точка на изложението в Париж от 1889 г. Първият план е направен през 1884 г. и е одобрен от Стивън Совестре, главен архитект на проектите на компанията, който внася по-голяма естетичност. През 1885 г. Густав Айфел представя плановете пред Дружеството на строителните инженери, като наред с техническите подробности подчертава, че кулата ще символизира изкуството на съвременното инженерство и векът на индустрията и науката. Този паметник ще бъде изграден като израз на благодарността на Франция за голямото научно движение от осемнадесети век и стогодишнината от революцията от 1789 г. Първоначалните планове за 300-метрова гилотина са отхвърлени и на 1 май 1886 г. министърът на търговията и промишлеността Едуард Локрой, непоколебим защитник на проекта, подписва указ, с който обявява открит „конкурс за Световното изложение от 1889 г.“, който Густав Айфел печели. На 8 януари 1887 г. Едуард Локрой подписва споразумение в което се уточнява местоположението, условията на строителството и експлоатация на Кулата. Началото на строежа е на 26 януари 1887 г. и е открит на 15 май 1889 г., като основен символ на панаира. Кръстена е на инженера Густав Айфел, чиято компания проектира и строи кулата. Изграждането на кулата отнема малко над две години, което е истинско постижение за времето си. Кулата постига незабавен успех в обществеността. Сред известните лица, които я посещават са принца на Уелс, Сара Бернхар и Томас Едисън, който е поканен лично от Айфел в частния му апартамент на върха на кулата. Там Едисон му представя фонографа - ново изобретение и един от многото акценти на изложбата.

Днес апартаментът, в който всичките фигури на Айфел и дъщеря му посрещат американския учен Томас Едисън е отворен за посетители.

Каквито и да са били идеите за построяването на кулата в далечната 1889г., никой дори в най-смелите си мечти не е подозирал, че изгражда вероятно най-устойчивия бранд във времето.

Значението на думата „бранд“ произлиза от старонорвежки /brandr/ и означава „прогарям“ и „дамгосвам“. Корените на търговската марка се срещат още в древността, когато маркирането се е ползвало за отбелязване на собственост върху дървени трупи и различни домашни животни. Въпреки, че двете понятия често се използват като синоними е необходимо да се поясни, че „бранд“ е по-общо и всеобхватно понятие о търговската марка.

Според Американската маркетингова асоциация, под „бранд“ следва да разбираме „име, термин, дизайн, символ или всяка друга характеристика, която отличава продуктите и услугите на един продавач от тези на други продавачи“.

Търговската марка е правен термин и включва само тези думи, символи или знаци, които са регистрирани по Закона за марките и географските означения, като само една компания има право да ги използва, за да отличава своите продукти.

Айфеловата кула е най-емблематичния френски монумент и символ на Париж. Това е най-посещаваният платен паметник в света, който посреща 7 милиона туристи годишно, а от създаването си не надхвърлил 300 милиона посетители. Неговите изключителни размери и веднага разпознаваем силует са го превърнали в емблема на Париж, макар че през първите 20 или 30 години артистичния Париж не я харесва. Петиция, наречена „Художници срещу Айфеловата кула“, е изпратена до министъра на работата и комисарят по изложбата Чарлз Алфанд и тя е публикувана от Льо Темпс на 14 февруари 1887 г. Отчасти заради тревогата си от протеста на художниците, Густав Айфел гравира върху кулата имената на 72 френски учени, инженери и математици в знак на признание за техния принос към изграждането на кулата. В началото на 20 век гравюрите са заличени, но са възстановени през 1986г. от новата компания, която управлява Айфеловата кула. Французите я наричат „Желязната дама“. Тя се издига над френската столица с нейните 324м. и е глобална културна икона на Франция и една от на-разпознаваемите структури в света. Това е първата структура, която достига височина 300 метра. Има квадратна основа с размери 125 от всяка страна и държи титлата за най-висока структура в света 41 години, до 1930г., когато е завършена сградата на Крайслер в Ню Йорк. След добавянето на радио предавател към върха на кулата през 1957г., тя става по-висока от Крайслер с 5.2 метра. С изключение на предавателите, Айфеловата кула е втората най-висока стояща конструкция във Франция след виадукта Мило.

Подобно на Латинг, кулата има три нива за посетители. През 1983 година на втория етаж на емблематичния паметник отваря врати ресторант

Жул Верн(Le Jules Verne), където посетителите се наслаждават на типичната гурме френска кухня на 125 метра над земята. Любопитен факт е, че там се правят средно по две предложения за брак на ден. Най-горното ниво е на 276 m над земята - най-високата наблюдателна площадка.

Айфеловата кула е вдъхновила създаването на много реплики по света. Най-ранен пример за това е кметът на Блекпул в Англия, сър Джон Бикерстаф, който е толкова впечатлен от Айфеловата кула на изложението от 1889 г., че през 1894 г. в Блекпул е отворена кула, която е висока 158,1 метра (518 фута). Токийската кула в Япония, построена като комуникационна кула през 1958 г., също е вдъхновена от Айфеловата кула. В Съединените щати има няколко мащабни модели , включително Лас Вегас, Невада, и един в Париж, Тексас, построена през 1993 г., както и на островите Кингс, Охайо и Kings Dominion, Вирджиния са отворени увеселителни паркове през 1972 и 1975 година. В Китай има два модела с мащаб 1: 3, един в Дуранго, Мексико и няколко в цяла Европа.

При построяването на Айфеловата кула е било предвидено да остане в Париж 20 години, след което да бъде демонтирана. Причината да бъде оставена били започналите научни експерименти, които се извършвали от нея, и по-специално първите радио излъчвания.

От създаването си до сега, Айфеловата кула е преобоядисвана 18 пъти. В началото е червена, по-късно жълта и кафява. При всяко преобоядисване се свалят 15 тона ерозираща боя и се нанасят нови 60 тона. Кулата става с 18 см по-висока през лятото, поради разширяването на желязото под влиянието на слънчевите лъчи и се люлее с до 9 сантиметра (3,5 инча) във вятъра.

Развитие на изложенията

След направения обзор, който включва периода от *Парижките* индустриални *изложения* между 1798 и 1849 до Всемирното изложение през 1889г. ясно личи,че броят на участниците в изложенията значително се увеличава през годините. Честотата на изложенията в света също се увеличава, което води до необходимостта от създаване на организация, която да определя процедурите за организиране на изложения и панаири.

През 1928 г. в Париж се събират представители на 35 държави и създават Бюро по международни изложения, Bureau International des Expositions (BIE), където се определят процедурите по провеждане на изложенията и се изясняват правата и отговорностите на града домакин и участниците. Офисите на организацията за базирани в Париж.

Броят на изложителите и посетителите на големите изложения непрекъснато расте.

Очаква се на Експо 2020 в Дубай да вземат участие изложители от 192 страни , да се открият 300 000 нови работни места , а очакваният брой посетители е 25 милиона.

Използвана литература:

Дюран, Жорж “Лозата и виното“ в Нора, П., „Места на памет“, С., 2005
Shone, A., Parry B., Successful event management, A practical handbook, 2018
https://en.wikipedia.org/wiki/Bordeaux_Wine_Official_Classification_of_1855
https://en.wikipedia.org/wiki/Eiffel_Tower
https://en.wikipedia.org/wiki/Exposition_des_produits_de_l%27industrie_fran%C3%A7aise
[https://en.wikipedia.org/wiki/Exposition_Universelle_\(1855\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Exposition_Universelle_(1855))
<http://www.expositions-universelles.fr/1855-palais-industrie-paris.html>
[https://en.wikipedia.org/wiki/Exposition_Universelle_\(1889\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Exposition_Universelle_(1889))
https://en.wikipedia.org/wiki/Grand_Palais
https://en.wikipedia.org/wiki/Les_Invalides
https://en.wikipedia.org/wiki/Latting_Observatory
<http://stanimir.bg/%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B3>
<https://www.bie-paris.org/site/en/>
<https://www.nga.gov/research/library/imagecollections/photographs-of-international-expositions/exposition-universelle-de-1889.html>
<https://www.histoires-de-paris.fr/fronton-palais-industrie/>
<http://www.petitpalais.paris.fr/>

**ПОВЕДЕНИЕ И ЛИЧНИ КАЧЕСТВА НА МЕНИДЖЪРА.
ПРОМЯНАТА ИМ КАТО КЛЮЧОВ ФАКТОР ЗА ПОВИШАВАНЕ
КАЧЕСТВОТО НА ХУДОЖЕСТВЕНИЯ ПРОДУКТ**

Галина Гавраилова

DEMEANOR AND PERSONAL SKILLS OF A MANAGER

Development of manager's soft skills - key to creating high quality artistic products

Galina Gavrailova

Abstract: Subjects of the following paper are the soft skills of a manager and the general necessity of their improvement. Focus is put on the package of personal qualities every manager needs and their key role in each and every working environment. Therefore, the main aim of the report is to prove that a well thought change of a manager's self-esteem and behavior towards the team and the working processes create the corner stone around which better artistic products could be created.

Американският психотерапевт д-р Роналд Александър обобщава, че най-честите препятствия за промяна в личния живот са пет - съмнение, безпокойство, ненаситно искащ ум, илюзия за перфектност, "спящ" ум. Непълната убеденост в желанието за промяна и неосъзната вътрешна съпротива саботират всяко усилие за промяна. А всяка промяна е ключът към успех или провал, в зависимост посоката, която поема човекът - мениджър, лидер.

При един човек може да се изяви едно или повече от тези препятствия срещу промяната, но всяко може да се преодолее, ни убеждава Роналд Александър, като се изместят негативните емоции, мисли и усещания, които ни държат натикани в неразумна мисловна нагласа.

Реалната оценка на това, което се случва в живота в момента, в настоящата ситуация, са крайъгълен камък в позитивната нагласа и дейност на всеки организатор. Чистосърдечното приемане на настоящето с известно снизходително отношение към неприятните, дори болезнени моменти, е абсолютно необходимо, за да се промени личната ситуация към по-добро. [1]

Ключът към успеха на мениджъра и организацията се крие в няколко фактора. Имайки предвид огромната по сложност бърза промяна, пред която се изправят мениджърите днес, личният и организационният успех може да убягва. Непредвидени икономически, политически, социални или технологични промени могат да направят и най-добре скроените планове безполезни. Все по-често успехът на отделните мениджъри и организации зависи от такива човешки фактори като обвързването, мотивацията, комуникацията, лидерството и доверието. Тези които не успеят да оценят жизненоважната роля на хората в успеха на мениджъра и организацията, са обречени да стигнат финала след онези, които го направят. [2]

При развитието на мениджърски и лидерски компетенции, ние поставяме фокуса, не върху позицията на мениджъра, а върху специфичните умения, които са му нужни: да управлява хора, да управлява процеси и ресурси или да управлява стратегия. Когато мениджърите имат нужда да усъвършенстват лидерските си умения, то индивидуалният коучинг би бил подходящото за тях решение. Индивидуалният коучинг е най-ефективният съвременен метод за професионално развитие на мениджърите. Най-важната характеристика на коучинга е, че той помага на мениджърите сами да откриват необходимите им решения. Коучингът води мениджърите към постигане на нови нива на осъзнаване и разбиране на нещата. В този доклад, се разглежда как успелият мениджър и наложил се лидер, търси проблематиката в чисто човешки план. [3]

Човешко е да се греша. Случва се на всеки, дори и на мениджърите, колкото и добри професионалисти да са те. А едни от най-честите грешки при тях са свързани с отношението им към хората, с които работят. Но вместо да се опитат да смекчат въздействието от тях, като се оправдават с поуките, които са им донесли се помисли как да се избягват. Ще споменем някои от най-често допусканите мениджърски грешки:

1. Фокус върху слабостите, а не върху силните страни на екипа

Практиката показва, че мениджърите могат да се справят много по-успешно с проблемни ситуации, ако се фокусират върху силните страни на служителите си, а не върху техните пропуски. Добрият мениджър често е в позицията на питащ, за да може да разбере по-ясно кои са тези умения на служителите, които имат най-голям принос за организацията. Това му помага и да намери най-добрите варианти да бъдат доразвити.

Търсенето на слабости и еднолична отговорност при възникване на проблеми е нежелано следствие от погрешното разбиране за начина, по който работи успехът. Организираните събития несъмнено трябва да носят успех и добър финансов резултат, но устойчивото развитие и прогрес се постигат тогава, когато ръководителите се фокусират най-вече върху хората в организацията. Повечето изследвания показват, че удовлетворените, мотивирани и щастливи служители правят публиката щастлива. А щастливата публика от своя страна прави дейността или мероприятиято успешни.

2. В стремежа си да избегне микромениджмънта ръководителят изпуска целия контрол или упражнява прекомерен такъв.

Ако изпълнявате мениджърска длъжност, сигурно сте били в ситуации, в които сте се опитвали да избягвате микромениджмънта и да се фокусирате единствено и само върху "голямата картина" на дейността на организацията. Това донякъде ви освобождава от някои досадни малки задачи, но не забравяйте – не и от отговорностите ви.

Фокусирането единствено върху макромениджмънта води до липса на пряка ангажираност с работата на отделните служители. Така ръководителят не следи дейността отблизо, почти не контактува с екипа, не дава навременни насоки за работата или го прави косвено, чрез посредници. Често именно това е и пътят, по който се стига до грешното разбиране за същността на задачите, некачествено свършена работа и недоволни участници и публика. От друга страна, това се отразява негативно и върху лидерския образ на самия мениджър и е основа за възникване на проблеми в бъдещите отношения между отделните нива в организацията.

Контролът е завършващ етап на управленската функция. Той има за задача да оценява дали ръководството на организацията взема правилни решения и кога да предприема коригиращи мерки. Ето откъде идва и нуждата от контрола-поради разликата във времето на определяне на целите и изпълнението им, където понякога се получават така наречените отклонения, влияещи върху функционирането на организацията. Нужно е всеки ръководител да упражнява контролната функция, за да бъде ефективен, а ефективността на контролната система зависи от това дали последната улеснява постигането на целите. Това обаче може да се окаже нож с две остриета, когато се премине границата и мениджърът/ лидерът

не прецени правилно степента на контрол върху служители или екип. От една страна заради собствения си страх от провал на мероприятие или дейност. От друга липса на достатъчно доверие при изпълнение на задачите. Навременната и осъзната вътрешна промяна в мислите, действията и живота на управляващия за микросистемата, правилната самооценка, изразяване на доверие за справяне със задачите към екипа, е труден, но не неосъществим процес, както и разбирането, че прекомерния контрол води до стрес, напрежение и притеснение у хората. Резултатът е предаването на това отношение към участници, вътрешна и външна публика и много често е с отрицателен знак.

Ситуацията се променя, само тогава, когато мениджърът успее да осъзнае и превъзмогне егото си и страхът от провал. Трудно е да се "стиснат зъби", наложи воля и енергия към овладяване на чувството за постоянен, твърд контрол, защото човек не работи най-добре, когато е под пряко и непрекъснато наблюдение. При такива обстоятелства той би намразил мениджъра си и би изпълнявал задълженията си механично. От друга страна, той се труди най-добре, когато обича работата си и се подчинява на самодисциплина. Самонасочването към труда е далеч по ефективно, отколкото външно налаганата дисциплина. Макар че съществува разбиране, че този тип мениджмънт действа мекушаво и отпускащо, това не е „мек“ мениджмънт. От всекиго се очаква да направи най-доброто, да възприеме най-добрия подход за своята работа, да прояви творчество и инициатива, да вложи най-пълно своите възможности за просперитета на Организацията. Личната промяна на мениджъра води до извода, че да, той е в основата на организацията и дейността, но ефективността на една организация зависи най-вече от колектива. Контролът продължава да се осъществява, но в по - голяма степен визуален, а не пряк и вербален. Добрата колективна работа е налице тогава, когато членовете на колектива се „сливат“ със задачата, разбират се един друг и обединяват спонтанно усилията си за нейното изпълнение. За успеха на работата е необходимо да има свободен и искрен обмен на възгледи, взаимно доверие, взаимна поддръжка, комплексен подход, поощряване на различните гледища към даден проблем, повишаване на самочувствието и убедеността на хората за справяне със задачите и отговорностите им.

Не трябва да се пренебрегва и факта, че в много от случаите липсата на ефективна комуникация е следствие от разбирането на мениджъра, че преди да каже каквото и да е на своя екип, той трябва да е прочел всичко по темата и да е дълбоко запознат със същността ѝ. Принципно това е добър подход, но не и ако цената му е свързана с това да се отнеме от времето за диалог с хората в екипа. Кое от своя страна неминуемо води към следващата мениджърска грешка.

3. Не се обръща внимание на времето, прекарано с екипа

Застотта на повечето мениджъри и лидери с отговорните им задачи често ги поставя в изолация от екипа им. Това, че те имат ангажименти към хора, които са външни за организацията, в никакъв случай не бива да се омаловажава, но и не трябва да се забравя, че от първостепенна важност винаги трябва да бъдат хората, които задвижват механизма на организацията. С други думи, ако мениджърът не е до екипа си, когато той има нужда от него, служителите няма да знаят какво и как точно да направят, за да постигнат целите, заложили във всеки отделен проект.

Един от начините мениджърът да избегне тази грешка е, като предварително фиксира в календара си времето, което ще прекара с екипа, независимо дали то ще бъде посветено на работен или неформален контакт. Тук е важно да се подчертае, че мениджърът трябва да може активно да слуша и да развие чисто човешкия контакт с екипа си. А практиката на т.нар. винаги отворени врати би дала на служителите сигурността, че винаги в случай на нужда ръководителят им има готовност да им помогне.

4. Грешно разбиране за нещата, които мотивират служителите

"Каква е твоята причина да си на тази позиция?" или "Какво те кара да се стремиш към постигане на определен резултат?" Отговорите си колко често задавате или чувате тези въпроси. А те са истински ценни, независимо коя е вашата страна в диалога. Знанието за това какво наистина мотивира екипа до голяма степен е свързано с гореспоменатото разбиране за бизнеса, че неговият основен фокус не са парите, а хората. Изхождайки от тази концепция, добрият мениджър следва да е наясно, че възможностите за развитие пред служителите му са техният най-мощен мотиватор.

Не са малко ръководителите, които са убедени, че подчинените им работят само за пари. Вътрешнофирмените проучвания обаче показват, че

в работата си хората се стремят към подобряване на личните си умения и тези за работа в екип; към удовлетворение от свършената работа; към усещане за пълноценен живот и баланс между времето, прекарано на работното място и у дома; към гъвкаво работно време; към креативни работни пространства и т.н.

Поведението, което мениджърът демонстрира пред служителите си, също е от изключително значение за тяхната мотивация. Лидерът трябва да бъде ролеви модел за екипа си и да знае, че действията и желанието за работа на хората са пряко следствие от неговите собствени, от това, което ежедневно им дава като пример. Ако мениджърът не идва усмихнат на работа, ако говори негативно за свой колега от друга организация, ако не вярва истински в ползата и успеха, които с екипа му доставят за организацията и качеството на продукта, няма как да очаква, че хората в екипа му ще проявяват различен вид поведение. Взаимната зависимост между поведението на мениджъра и това на служителите е свързана и с умението на ръководителя да следва другите хора в екипа. Подобни действия са свързани и с т.нар. асертивно поведение, което е свързано с това, че каквото отношение проявяваме спрямо останалите, такова изискваме и от тях спрямо нас.

Асертивната теория се основава на предпоставката, че всеки индивид притежава някои основни човешки права като: "правото да отказваш на молба без да трябва да се чувстваш виновен или егоистичен", "правото твоите потребности да бъдат толкова важни колкото и потребностите на останалите хора", "правото да прави грешки", и "правото да изразяваме себе си докато не нарушаваме правата на другите". Като форма на поведение, при асертивността се демонстрира твоето самоуважение и уважението ти към другите, отразява разбирането за личната ценност на всеки и се основава на философията за личната отговорност и съзнанието за правата на колектива. Асертивността е златната среда между агресивността и пасивността, предполага ясно, но уважително, изразяване на собствените нужди и желания, подпомага изграждането на силни взаимоотношения, базирани на взаимно уважение и се основава на принципа: АЗ ПЕЧЕЛЯ – ТИ ПЕЧЕЛИШ.

В обратния случай наблюдаваме така нареченият „следварителен“ мениджмънт, който се прилага широко по света и у нас и повечето хора го разпознават безпогрешно. Често се среща в малките организации, където понякога липсват формални управленски процедури и има авторитарен лидерски стил. Не са изключение и големите организации, където правилата се жертват в името на гоненето на резултати. Или по-лошо, когато погрешни лидерски политики довеждат до ситуация, в която управлението се превръща в основната дейност на предприятието. В този случай мениджърът възприема сам себе си като винаги прав и никога виновен. Следователно винаги може да е сигурен за поста си. В някои организации този управленски подход е тъй заразителен, че скоро всички са засегнати. Типичната реплика на висшия мениджмънт в тези организации е: „Ти, като мениджър трябва да можеш да се справиш“. Което всъщност означава, че не можеш да разчиташ на помощ отникъде.

Често срещана практика е мисленето на мениджъра, че да си прав означава да даваш акъл и оценяваш другите след като всичко свърши. Естествено под формата на „какво е трябвало да се направи“. Така си създават имиджа на мъдри експерти, чието мнение не може да се оспори. Всъщност те компенсират липсата на авторитет, основан на познания и опит, със силата на позицията си. Служебното старшинство се използва като защитна черупка и всеки опит да се оспори „експертното“ им мнение се интерпретира като нападка срещу ранга им, която естествено те третират като неподчинение. Често се оплакват, че са заобиколени от глупаци, което ги кара да се чувстват умни и някак по-висши от околните. Те се стремят да не назначават хора с по-голям потенциал. Но ако случайно някой качествен служител се промъкне през цедката на посредствеността им, той/тя бързо се осъзнава, губи мотивация и в крайна сметка напуска организацията.

За съжаление "следварителният" мениджмънт се среща прекалено често, като отражение на човешкия жизнен опит и потребността от контрол, сигурност и статус. От своя страна това влияе на организационния климат, давайки превес на подобен управленски стил в ущърб на моралните и социални ценности, почтеността и грижата за околните. Този мениджърски подход не означава, че човекът, който го практикува е лош или зъл. Осъзнато това може да се промени, когато е изваден от съответната среда, например, когато постъпи на работа в организация, където има ясен и позитивен лидерски стил. [4]

5. Третиране на всички служители като еднакви

Това е грешката, която може би има най-тежки последствия. Опитите на мениджъра да мотивира всички членове на екипа по един и същ начин водят не само до неуспех, но и са пагубни за взаимоотношенията му с хората, с които работи.

Избягването на тази грешка е свързано с опознаване на силните страни на всеки, за да може да се открият онези индивидуални стимули, които биха мотивирали съответния човек най-силно. Този процес е свързан както с прекарване на повече време с хората в екипа, така и с отделяне на време за създаване на ситуации извън работната среда. Това ще помогне на мениджъра да си изгради пълната картина за работния процес и за всеки отделен служител. Наблюдавайки отблизо дейността на екипа, ръководителят е в състояние да забележи онези моменти и активности, в които работещият развива пълния си потенциал и които му доставят удовлетворение. От друга страна, системните наблюдения дават на мениджъра информация за качеството на работните условия, за разбирателството в екипа, за потребностите му и за уменията, които е важно да бъдат доразвити. В същото време тези моменти са съпроводени с делови и неформални разговори на мениджъра с екипа, които заздравяват междуличностните връзки и повишават синергията в отдела. Все пак не трябва да забравяме, че в сферите, в които колективният труд определя високото качество на художествения продукт, синергията е водещ фактор за успех. [5]

Изводът е, че в организацията може да се твърди наличието на успешен мениджмънт и лидерство, тогава, когато се подобрява ефикасността и представянето на отделните служители. Когато мениджърът възприеме, че отделният служител притежава необходимите за дейността умения, самоувереност, самочувствие, вярва в силите и способността им за справяне с работата и различни задачи.

Мениджърът трябва да знае своето място и да не забравя, че е станал такъв само и единствено, защото се усъвършенства, развива и променя като човек. На първо място трябва да поведе своята лична вътрешна борба, преди или паралелно с тази, която води за утвърждаването му като такъв. Никой не е идеален, но колко от нас биха се вгледали в себе си, така че да видят къде е проблема и потърсят начин за разрешаването му?

Колко от нас биха си признали : "Да, АЗ сгреших! Трябва да се променя!!!

И промяната да е в посока, водеща до търсения успех!?"

Използана литература:

1. <https://ladyzone.bg/article/zdrave/promiana-v-lichniia-zhivot.html/>
2. <https://www.chitatel.net/managerial-skills-and-error/>
3. <http://inyourhands.bg/bg/management&leadership/>
4. <http://arthuradams.bg/?p=8121>
5. https://www.karieri.bg/k3/management/2692791_koi_sa_nai-chesto_dopuskanite_menidjurski_greshki/

АРТИСТ ИЛИ АРТМЕНИДЖЪР? А ЗАЩО НЕ И ДВЕТЕ

Димитър Маджаров

Директор на Общинско предприятие „Летен театър, фестивали и концерти“ при Община Бургас

ARTIST OR ART MANAGER? WHY NOT BOTH

Madzharov, Dimitar

Director of the Municipal Enterprise „Summer theater, festivals and concerts“ at Burgas Municipality

Abstract: In my report, I consider the possibility of an artist- performer to become a successful art manager and what do these two different professions have in common. I also cogitate what are the required qualifications and skills to develop, manage and sell art successfully.

Изключително предизвикателна и в същото време много интересна е професията на всеки един човек, занимаващ се с изкуство. Творец или мениджър? А защо не и двете....

В Български тълковен речник срещу думата артист стоят следните определения- „1. Сценичен изпълнител на роля в драма, опера, оперета; актьор, оперен певец. Артистът твори на сцената. 2. разш. Човек на изкуството. Артистът живее с красота. 3. Голям, изключителен майстор в известна област; виртуоз. Той е артист в готвенето.“ [1], а срещу значението на мениджър намираме следното определение: „Управител. Човек от организацията, който ръководи, организира и координира дейността на други членове. Контролира ресурсите и разходите на фирмата и е отговорен за управлението на организация или проект.“. [2]

Преглеждайки дефинициите им, на пръв поглед откриваме две коренно различни и несъвместими по съдържание, вид и същност, нямащи нищо общо една с друга професии. „Разпознаване на културния мениджър в "Национална класификация на професиите и длъжностите". Пазарът на труда в областта на културата се състои от два обособени типа професии: артистични професии и неартистични. Те са с различна йерархия, образование, възможности за прогрес, критерии за успех и модели на заетост.

Какъв е размерът на този пазар и каква е позицията на арт мениджърите?..... Дефинирането на категориите (професии и дейности) в културата и изкуствата се оказва основен методологичен проблем.

Нестандартната форма на заетост в културата води и до неконвенционален пазар на труда. Много изследователи по света отбелязват трудността при определяне периметъра на културните дейности и професионалните категории. Този проблем особено ясно се очертава, когато трябва да дефинираме категорията "културен мениджър, администратор, предприемач. В българската "Национална класификация на професиите и длъжностите", в сила от 2006 г., не може да бъде намерена длъжността "културен мениджър или културен предприемач". Това е обяснимо, като се има предвид, че тази категория обединява твърде много и разнородни функции, задачи, нива на управление. Но класификацията на професиите и длъжностите е отворена система, която може да бъде допълвана и изменяна съобразно с развитието на стопанството и обществото. От една страна тя включва професии, длъжности и дейности, които са само творчески/артистични - артисти, музейни работници, скулптори, художници и сродни на тях, библиотекари, архитекти, хореографи, балетисти, писатели и т.н. Класификацията също така включва и длъжности, които са част от културния сектор, но не са творчески, а управленски. в длъжностни наименования като - а) "ръководители в търговски дружества и други организации" (тук са директорите и заместник директорите на театри, библиотеки и други организации за културни дейности като галерии, опери, филхармонии, телевизии, радиа, както и продуцентите), б) "ръководители на организации с нестопанска цел", в) "ръководители на производствени и оперативни звена, неклассифицирани другаде" (тук са ръководител отдел в културните дейности, сценичен управител), г) "управители на малки и средни предприятия, неклассифицирани другаде" (тук са управител, културни дейности), д) "ръководни служители в общинската администрация", (тук са началник отдел и началник сектор, община. ". [3] Професии, които са абсолютно различни и без пресечна точка. На ако се замисли човек и вникне по-дълбоко в същността им ще открие, че не е точно така, защото артистът може да създава изкуство, да изпълнява дадена роля, да измайстори арт продукт, но ако му липсва похвата и уменията да реализира, контролира и продава това, което е създал или не е част от организация, в която този механизъм вече е организиран, то той е обречен и вероятността създаденото от него изкуство да достигне до крайния потребител -публиката също.

Всеизвестен е факта, че почти всеки артист занимаващ се с изкуство е синоним на „творчески хаос“ със своята разпиляност, неподреденост, отнесеност и хаотичност. Именно тук се крие разковничето на успеха, защото успешен артмениджър може да бъде всеки един музикант, художник или актьор, който не попада в тази категория творци, а развива умения и проявява афинитет към съчетаване на бизнеса с изкуство. Познаването на материята отвътре е голям плюс за всеки „човек на изкуството“ и води до

създаването именно на един различен модел мениджмънт - артмениджмънта – бизнес административен и артистичен. Обучението е най-естествения път, по който трябва да премине всеки артмениджър, като тук трябва да отбележим, че не е задължително той или тя да са действащи артисти, а добре подготвени професионалисти с добри мениджърски умения. Например в магистърската програма на Академия за музикално, танцово и изобразително изкуство „Професор Асен Диамандиев“ – Пловдив, с изучаването на дисциплини като: Артмениджмънт, Арторганизации, Културни индустрии и предприемачества, Връзки с обществеността, Нормативна база и културна политика, Финансиране на изкуството, Финансово управление и контрол, маркетинг и творческа дейност, Комуникации, изкуство и медии, Разработване и управление на проекти, Кураторство и Продуцентство и други, се дава възможност на артиста да придобие управленски умения като мениджър в областта на изкуствата. По този начин всеки завършил артмениджър може да намери своята реализация като развива, продава и управлява изкуство в сферата на музикалните индустрии, галерии, музеи, театри, опери, фестивали, концерти.

Чрез този вид обучения и квалификации, един творец много по-лесно би проговорил на езика на бизнеса, би усвоил полезни бизнес умения и би разгърнал своя потенциал съвместявайки артистичния дух с прагматичността на добър администратор и бизнесмен. Познавайки спецификата на своята професия, много по-лесно би могъл да приложи част от бизнес похватите, за да презентира своя продукт по правилния начин и на правилното място. Успешно да го представи на пазара, да задържи максимално интереса към него и да го развие. Това са само малка част от ползите за един творец, който може да съчетае изкуство с бизнес и да превърне културния мениджмънт в добра и стабилна професия. Зад съчетанието на професиите артист и артмениджър всъщност се крият уменията и способностите на даден човек да управлява и умело да планира, организира, ръководи и координира работата на другите членове в дадената организация, като същевременно не се лишава от възможността да използва творческата си фантазия. Да проявява лидерски умения и в трудни и кризисни ситуации да не се колебае да взима решения. Да дава пример и да води своята организация напред. Да съчетава своите творчески знания и умения с печеливш бизнес усет и правилно водена политика при разходването на финансовия ресурс с ясно начертани цели - реализиране на успешни инвестиционни модели и бизнес проекти в сферата, в която се развива. Това е предпоставка за реализирането на една добра практика в областта на културния мениджмънт – на пръв поглед две трудно съвместими професии обединени в един различен и успешен творчески бизнес.

Много интересен е и друг поглед, когато артист като част от даден творчески състав започва от най-ниското стъпало в йерархията, израства постепенно, като в същото време трупа практически опит, развива своите качества и умения, достигайки до момент, в който е достатъчно добре подготвен, за да приеме предизвикателството и да оглави културната организация, превръщайки се в неин лидер. Предимството му в тази ситуация е, че познава работата отвътре, нейната специфика, психиката на твореца и успешния път към него. Артистите са различна „порода“ хора – те са доста чувствителни със силно изразено его и се нуждаят от персонално внимание. Всъщност може би най-важния фактор в такава среда за един артмениджър е да покаже лично отношение, да познава работата и биографията на всеки от своя екип. Друго много важно качество, за всеки един ръководител е умението да предразполага хората си, а те от своя страна да усещат подкрепата му и това, че са специални. Трябва да бъде добронамерен, честен и да умее да напипва онази тънка струна у всеки артист, която би ги накарала да се чувстват комфортно и спокойно. Този вид отношения са изключително важни и ако един културен мениджър няма имидж на коректен на човек, начинанията му са обречени на провал. Много често изпълнителите приемат не толкова изгодни условия за тях само заради човека, който ги кани, защото му вярват и знаят, че в един следващ по-добър момент той ще направи всичко възможно да се реваншира. Творческа личност преминала през тези етапи на професионалното си развитие, познавайки в детайли заобикалящата го средата, нейните възможности, проблеми и трудности, би превърнала ръководената от него арт организация в успешен продукт, а самия него в успешен артист - артмениджър.

Използвана литература

1. Български тълковен речник, Издателство НАУКА И ИЗКУСТВО – София 1973, Трето издание, стр. 31
2. <https://bg.wiktionary.org/wiki/%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B4%D0%B6%D1%8A%D1%80>
3. <https://money.bg/archive/profil-na-kulturniya-menidzhar-ili-izkustvoto-da-upravlyavash.html>

ДОСТЪП НА ТУРИСТИТЕ СЪС СПЕЦИАЛНИ ЗРИТЕЛНИ ПОТРЕБНОСТИ ДО ВИЗУАЛНОТО ИЗКУСТВО В СТАРИНЕН ПЛОВДИВ

Доц. Д-р Иван Обрешков
Университет по хранителни технологии – Пловдив

ACCESS OF TOURISTS WITH SPECIAL VISUAL NEEDS TO VISUSUAL ART IN OLD PLOVDIV

Assoc. Prof. Ivan Obreshkov, Ph.D.
University of Food Technologies in Plovdiv

Abstract: Improving of the access is a strategic goal in tourism development, both internationally and nationally. Access to cultural heritage and tourist sites is a priority. The aim of the current study is to analyze the visual art accessibility by tourists with special visual needs in the year when Plovdiv is the European Capital of Culture. Public-private partnerships in tourism, tourist information centers as well as various tourist sites in the cultural capital are discussed, the current situation is analyzed, and opportunities for facilitating access to cultural heritage in the city are identified.

Key words: European Capital of Culture, special visual needs, cultural heritage access

Увод

Идеята да се подобри достъпността на туристическата среда не е нова. През 2016 г. Световният ден на туризма е отбелязан под надслов „Туризм за всички – промотиране на универсална достъпност“. През 2014 г. Пловдив беше избран за Европейска столица на културата 2019 с мото „Заедно“. Достъпът до културното наследство и туристически обекти е приоритет.

Obreshkov [5] проучва достъпността на Пловдив за туристи със специални нужди разкри готовността на европейската столица на културата да приема туристи, екскурзианти и посетители със специални потребности. В резултат на анализа се установи, че няколко обекта предлагат продукт, предназначен за туристите със специални зрителни потребности. Коева [2] разглежда проблеми на пластичните изкуства при отсъствие на зрително възприятие като охарактеризира осезанието като възприятие, позволяващо контакт с изкуството. През втората половина на XX век арт-терапията се утвърждава като терапевтична модалност,

използваща визуалното изкуство, като нейното приложение допринася при цялостната възпитателна работа при деца с комуникативни нарушения, изследвани от Бояджиева и Градинарова [1]. Изучавайки възможностите на хора със зрителни затруднения в света на визуалното изкуство, Zubielska [7] организира изложба при оскъдно осветление и окуражавайки посетителите да носят ленти за очи, за да могат да усетят произведенията на изкуството. Papadopoulos, Koustriava & Koukourikos [6] доказват, че създаването и използването на аудио-тактилна карта улеснява възприемането на средата от лица със затруднено зрение, сравнявайки със случая, при който се предлага само вербално обяснение.

Сензорното възприемане на дестинациите допринася за формиране у туристите на цялостната оценка за посещението им. Всяка дестинация се характеризира със собствен сензорен профил, предопределящ усещанията на туриста при посещението на съответната дестинация [3]. Теоретичните основи на сензорния анализ са изследвани от Терзиева и Обрешков [4].

В Тракарт Културен център в периода септември – октомври 2019 се проведе обучителен семинар за музейни работници и галеристи „Достъп на зрително затруднено лица до историческо и културно наследство“. Семинарът беше организиран от Национален център за рехабилитация на слепи и Тракарт в рамките на проект BG05M9OP001-2.011-0001 „Разширяване дейността на Център ВИП към НЦРС – Пловдив“.

Целта на настоящата разработка е да се анализира достъпа на туристи със специални зрителни потребности до визуалното изкуство в Старинен Пловдив в годината, когато Пловдив е Европейска столица на културата. Обект на проучването са туристически обекти в Старинен Пловдив, а предмет – тяхната достъпност от туристи със специални зрителни потребности.

Дискусия

Основано върху посещения на обекти и методите на интервюто и анкетата, проучването е завършено през месец ноември 2019 г. При посещение на някои от обектите потенциалните респонденти не пожелаха да участват в проучването с мотив „нямаме компетенцията“ да споделят дали има в обслужвания от тях обект експонати, които са адаптирани за туристи, екскурзианти и посетители със СЗП. Екскурзоводите на други обекти изразяваха желание и участваха активно в проучването. Повечето обекти предоставят безплатен вход за туристите със СЗП.

Проучването стартира с посещение на трите туристически информационни центъра в Пловдив. От предложените различни дефиниции за туристически информационни центрове (ТИЦ), за една от най-обхватните приемам следната: Самостоятелно или обособено място, което е обозначено, достъпно и на територията, на което се предлагат

преобладаващо безплатни услуги (в това число информация) в определен период от време с цел улесняване на престоя и повишаване на удовлетвореността на посетителите, стимулиране на икономическите дейности на търговските дружества и едноличните търговци от туризма с отговорност към опазване на природата и околната среда, създаване и поддържане на добронамереност на местното население към гостите [Обрешков 2017]. Систематизирана информация за достъпността на обектите в Пловдив туристическите информационни центрове не предлагат. По този начин се увеличава асиметричността на информацията, отнасяща се до достъпността на обекти за туристи, екскурзианти и посетители със специални зрителни потребности, както и неравния достъп до туристическите обекти. Предлагам допълване на предложената дефиниция за ТИЦ: обекти, които създават условия за намаляване или увеличаване на асиметричността на информацията с оглед подобряване достъпността на туристическите обекти.

Класификация на туристически обекти. Туристическите обиколки в Европейската столица на културата (ЕСК) са концентрирани и/или включват задължително обиколка на Старинен Пловдив, който е разположен на т.нар. Трихълмие с хълмовете Небет, Таксим и Джамбаз. В определени случаи се включва и посещение на туристическите обекти. В границите на Старинен Пловдив са включени музеи, галерии, къщи-музеи, чиято собственост е частна или общинска:

- Частни обекти: Галерия „Анастас“, Галерия „Червено пони“;
- Обекти, които се стопанисват от Общински институт „Старинен Пловдив“: Античен театър, Балабанова къща, Къща Клианти, Къща на Верен Стамболин (Постоянна експозиция Димитър Киров – Ди Киро), Къща на д-р Сотир Антониади (Музейна аптека „Хипократ“), Къща на д-р Стоян Чомаков (Постоянна експозиция на Златю Бояджиев), Къща Недкович, Къща Хиндлиян;
- Градска художествена галерия: Постоянна експозиция; Иконна сбирка; Експозиция Цанко Лавренов, Мексиканско изкуство, Постоянна експозиция Енчо Пиронков, Постоянна експозиция Георги Божилов – Слона;
- Регионален етнографски музей;
- Регионален исторически музей: Експозиция „Българско Възраждане“, „Книгоиздаване в България през втората половина на 19 и началото на 20 век“.

Освен с аудиогидове и екскурзоводска беседа, достъпността на туристи със специални зрителни потребности до визуалното изкуство може да бъде улеснена чрез общо възприемане на обектите (архитектура) или предмети за тактилно възприемане:

- Тактилни диаграми (изображения) върху микрокапсулна хартия;

- Модели или Макети (в различен мащаб);
- Оригинални експонати (проблем).

Туристическите обекти в Старинен Пловдив, свързани с визуалното изкуство класифицирам въз основа на основната мисия на обекта. Така например, галериите се разглеждат като обекти предимно за визуално изкуство. Музеите освен основната си експозиция от предмети (които не е позволено да бъдат докосвани) и други експонати, които могат да се докосват, са дом също на картини, пана, скулптури и др. Трета група обекти са черквите. Четвърта група са културни центрове – Бялата къща, Резиденция Тракийски стан, Дома на учените, Чалковата къща. Към Пета група отнасям Къщата на дестилацията, чиято основна цел е запознаване с производството и технологичните особености на дестилационни напитки, както и свързаната с тях сензорна дегустация, както и ресторант „Пълдин“ – единствен по рода си дервишки манастир в пределите на съвременна България. В Старинен Пловдив има редица обекти на открито със свободен достъп: Лapidариум, скулптурна композиция Цанко Лавренов, паметник на Александър Георгиев Николов (Сашо Сладура) и др. В самостоятелна група отнасям Ателието на Елена, Улицата на занаятите, Занаятчийски център „Бакалова къща“.

Съществуващо състояние. Във връзка с настоящото проучване бяха посетени общински туристически обекти. Изследването разкри, че през настоящата 2019 г. има два обекта в границите на Старинен Пловдив, които предлагат специално разработен продукт за туристи и посетители със специални зрители потребности. Това са:

- Градска художествена галерия – Експозиция „Цанко Лавренов“ и „Мексиканско изкуство“. Три от картините на пловдивския художник Цанко Лавренов са достъпни и върху микрокапсулна хартия. Всяко копие е поставено непосредствено до оригинала на художника. Картините са: Глава на Иисус Христос (1926 г.), Пловдивски хълмове (1938 г.) и Остенде, Белгия (50-те години на XX век);
- Регионален исторически музей – Експозиция „Българско Възраждане“. Към експозицията има издадена специално разработена книга за туристи със СЗП. По-голяма част от експонатите са защитени зад стъклени витрини, респ. няма достъп до тях. Същевременно трябва да се отбележат и други възможности за обогатяване на продукта за туристи със СЗП:
 - ✓ Мраморни плочи с османски надписи от чешма и с фирмен надпис от магазина на Атанас Русин в Пловдив. В източната традиция е било да се изписва стихотворение;
 - ✓ Улична метална табела – с надпис зандан сокак (затворена улица). При опита за модернизирание на Османската империя са правени улични табели. Единствена запазена;

- ✓ Печатарска преса на Българската екзархия в Цариград;
- ✓ Надпис от Куршум хан, на който пише „холера“ от 1836 г.;
- ✓ Ароматизатор-чешма на втори етаж;
- ✓ Писалище на лейди Емили Странфорд, ръководител на английска благотворителна мисия в подкрепа на населението след потушаване на Априлското въстание;
- ✓ Модел на Черешово топче (1:1) от Четвърти революционен окръг;
- ✓ Модел на Камбана от черква „Св. Никола“ в Клисуре (1:1), с която се обявява въстанието в Клисуре;
- ✓ Сандък на Руски офицер;
- ✓ Османски сандък за снаряжи;
- ✓ Оръдеен лафет от Освободителната война;
- ✓ Желязно манастирско клепало от с. Чурен. Използвано е за издаване на подобен на камбания звън звук, тъй като в Османската империя е било забранено да се бият църковни камбани.

Сред авторите на образци на визуалното изкуство в къща Недкович (всички на тема Априлското въстание) са Златю Бояджиев („Баташкото клане“, 1951 г., края на първи период – десничар, на трети етаж), Коста Павлов („Бежанци от Априлското въстание“, 1986 г., акценти: подпалено селище, затъмнена луна), Нягул Станчев („Посрещането на ген. Гурко в Пловдив“, 1955 г.), Димитър Гюдженев („Ангел Войвода“, 1970 г.), скулпторът Виктор Тодоров („Хайдутин“, 1961 г.).

Въпреки че двата обекта биха могли да участват в организирането на специализирана обиколка за туристи със специални зрителни потребности (СЗП), биха могли да се идентифицират и нови възможности. Част от тях са:

Къща Недкович. Впечатляващата външна архитектура на симетричната възрожденска къща Недкович може да бъде пресъздадена върху микрокапсулна хартия. Щерната в двора би могла да бъде част от специализиран тур. Интериорът на къщата е тъмен, осветлението е слабо и не е особено подходяща за посещение от туристи със специални зрителни потребности. При влизане отвън с ярка слънчева светлина вътре в къщата, където е по-тъмно представлява допълнителна трудност. При заздравяване, след 16 часа също е затъмнено. Предстои реставрация на къщата. В някои от помещенията не се влиза – има ограничителни въжета. Въпреки това, туристически интерес биха представлявали ключ за къщата, мангал, гардениера, пианола, маса за тютюн за пушене, които са били изключително модерни за времето си. С изключение на ключа, всички останали предмети са експонати и не е желателно тяхното тяхното докосване. Те могат да направени под формата на модели, които да подобрят достъпността на обекта за туристи със специални зрителни

потребности. Интериорът на къщата е умело съчетан със съвременно изкуство – панà от вълна Милен Върбанов, картини на Иван Кирков и др. В пералното помещение експозицията от керамични чупливи предмети е доминираща. В допълнение има още огнище и каменни вани, които могат да се разглеждат като възможност за диверсифициране на продукта за туристи със СЗП.

Къща Клианти. Къщата е изключителен обект. Няма предлагане на адаптирани експонати за туристи със СЗП. Към идеите за отнасям: килим, стенописите на Виена и Константинопол от 1817 г.

Регионален етнографски музей. В момента не съществуват експонати за посетители със СЗП, но се работи активно в тази посока. Служители са преминали обучение.

Къща Хиндлиян. Сграда с впечатляваща външна архитектура, с единствената запазена и достъпна за туристи и посетители баня в Старинен Пловдив. Къщата се отличава със своите алафранги и дървени тавани, които биха могли да се възпроизведат върху микрокапсулна хартия.

Балабанова къща. Външната архитектура, моделът на Стария Пловдив, картини като част от визуалното изкуство с автори Цанко Лавренов, Данаил Дечев, Димитър Киров – Ди Киро, Васил Бараков, Златю Бояджиев, Владимир Рилски са сред възможностите за диверсифициране на продукта за туристи със СЗП.

Черква „Св. Димитър“. Сред образците на визуалното изкуство откроявам чешма в двора, мозайка върху стената на аязмото „Св. Св. Кирик и Юлита“ и иконната галерия. В Старинен Пловдив се намират още Катедрален храм „Успение на Света Богородица“ и черквите „Свети Николай“, „Света Неделя“, „Св.св. Константин и Елена“, „Света Параскева“, „Св. Димитър Солунски“ и „Сурп Кеворк“.

Заключение

Изследването идентифицира само два обекта в Старинен Пловдив, които предлагат възможности за по-добро възприемане на туристическия обект, но в нито един от тях текст на Брайл към конкретен експонат. Преобладаващата част от обектите в Старинен Пловдив са общинска собственост. Направеното проучване идентифицира потенциални експонати и обекти, които могат да бъдат използвани от туристическите обекти и част от тях са описани тук. Настоящата публикация не включва всички обекти и резултати от направеното проучване.

Към препоръките, въз основа на настоящото проучване мога да отнеса:

- Да се идентифицират потенциални туристически обекти за посещение от туристи със СЗП;
- Да се обследва във всеки обект кои експонати са подходящи за включване в обиколка на туристи със СЗП;

- Да се разработи методика за изследване на степента на адаптиране на средата за туристи, екскурзианти и посетители със СЗП;
- Да се създадат тактилни диаграми и/или модели за избраните експонати и обекти;
- Да се генерират идеи за маршрути за туристи и екскурзианти със СЗП в зависимост от възраст, интереси – различни теми на туристически обиколки;
- Да се разработят екскурзоводски беседи.

Източници на информация

1. Бояджиева, Н., В. Градинарова. 2016. Приложение на арт-терапевтичен подход във възпитателната работа при деца с комуникативни нарушения. Научна конференция с международно участие „Интердисциплинарни логопедични практики“, 04-06 Ноември 2016 г., НБУ, София, стр. 101-108.

2. Коева, М.К. Проблеми на пластичните изкуства при отсъствие на зрително възприятие. Автореферат на дисертационен труд за придобиване на образователната и научна степен „доктор“, НХА, 2015.

3. Обрешков, И.О. Организация и управление на туристически информационни центрове, Университетско Издателство „Паисий Хилендарски“, 2017. ISBN 978-619-202-293-8.

4. Терзиева, В., И.Обрешков. Сензорен анализ на храни и напитки. Академично издателство на УХТ - Пловдив, 2014. ISBN 978-954-24-0239-8.

5. Obreshkov, I. 2016. Plovdiv – the European capital of culture and its accessibility for tourists with special needs. Диверсифициране на туристическия продукт по примера на туристически район Северно Черноморие – Варна. Сборник с доклади от кръгла маса. „Наука и икономика“, ИУ – Варна, стр. 93÷103. ISBN 978-954-21-0910-5.

6. Papadopoulos, K., E. Koustriava, P. Koukourikos. 2018. Orientation and mobility aids for individuals with blindness: Verbal description vs. audio-tactile map, Assistive Technology, 30:4, 191-200, DOI: 10.1080/10400435.2017.1307879.

7. Szubielska, M. 2018. People with sight impairment in the world of visualarts: does it make any sense? Disability & Society 33(9):1533-1538.

СЪТРУДНИЧЕСТВО И УСПЕШНО ПАРТНЬОРСТВО МЕЖДУ ОБЩЕСТВЕН И ЧАСТЕН СЕКТОР ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА КУЛТУРАТА И ТУРИЗМА

Д-р Георги Иванов-Жорж Трак, Управител на „Тракарт“

COOPERATION AND SUCCESSFUL PARTNERSHIP BETWEEN THE PUBLIC AND THE PRIVATE SECTOR FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF CULTURE AND TOURISM

Georgi Ivanov - George Trak, PhD — Manager Trakart

Abstract: Plovdiv possesses invaluable cultural layers and a living contemporary cultural diaspora but this does not guarantee cultural prosperity and a higher standard of living of the population, owing to the lack of personified responsibility towards the cultural monuments owned by the municipality and the state which determine our national identity. We have easily rejected the opportunity to define ourselves as a city linking the High cultures of several Middle-Eastern empires and the culture of modern Europe and to fulfill this role in the existing conditions nowadays. The pilot project of Trakart has shown sustainability and has proven that the public-private partnerships can be a very important element of the society which can contribute to the permanent strengthening of our cultural heritage and turn it into a tourist product to be used in the formation of the modern cultural and informational reality.

С настоящия доклад искам да представя изводи от моята работа по социализирането, съхраняването, реставрирането, поддръжката и функционирането на един жив съвременен организъм – **Културен център „Тракарт“**. Проект, станал възможен благодарение на осъществено публично-частно партньорство между **Община Пловдив и Фондация „Тракарт-2000“**. Първият и може би единствен проект, в който паметник на културата с национално значение е социализиран, стопанисван и изпълнен със съдържание и функция от частно лице.

Пловдив притежава безценни културни пластове и жива съвременна културна диаспора, но тази даденост не е гаранция за културен просперитет и по-висок жизнен стандарт на населението, поради липса на персонифицирана отговорност към паметници на културата – общинска и държавна собственост, които идентифицират националната ни идентичност. Ние с лекота се лишаваме от възможността да определим

себе си като град премостващ Високата култура на няколко близоизточни империи и тази на съвременна Европа, и да изпълним тази си роля в съвременни условия. Пилотният проект на Тракарт проявява устойчивост и доказва, че публично-частните партньорства могат да бъдат важен елемент от социума, работещ за трайно укрепване на културното ни наследство и превръщането му в туристически продукт, спомагащ в съграждането на съвременна културно-информационна реалност.

През последните 35 години в град Пловдив започнаха възстановителни тенденции на недвижимото културно наследство. Откриха се Римския стадион, Форумът – Агората, Античният театър, Източната порта, Голямата базилика, Малката базилика, Антична сграда „Ейрене“ и много други забележителни археологически обекти. Макар и в условията на социализъм всичко това да не бе във фокуса на националните приоритети, културното наследство бе запазено и съхранено. В последните 15 години то започна да привлича внимание на общински, държавни и частни структури. С помощта на проекти на Европейския съюз и САЩ, както и намесата на общинската администрация пловдивчани успяха да превърнат някои от посочените обекти в забележителни туристически атракции. А такива както Античен театър, Римски стадион и Културен център „Тракарт“ обогатяват и превръщат града ни в незабравимо преживяване .

Движимите и недвижими предмети достигнали до нас от различните исторически периоди запазени, реставрирани и експонирани в музеи, библиотеки, и колекции се превръщат в културно наследство, свидетелстващи за достиженията на нашата цивилизация. Немислимо би било развитието ни ако не отдаваме дължимото на миналото и не зачитаме неговата определяща роля в естествения ход на настоящето и бъдещето. Изкуството като най-свободна професия притежава големи отговорности, защото проявленията му са плод на систематично последователно полагане на огромни усилия, целящи да създадат най-доброто и да го надградят.

Основен двигател се явява инициативата на личностите, които първо разработват като идея своя продукт. Продукти, които са навсякъде около нас. Няма отрасъл, в който креативността (творчеството) да не е основен и водещ акт. Много често персоналните усилия са организирани в обединения на хора и различни организации, спомагащи в реализацията, създаването и представянето на културния продукт.

Една част от тях са държавни, друга – частни, а трета - нестопански организации. Трудно е да се определи в съвременния живот значението на всяка една от тях.

Най-креативни се явяват частните организации, поради бързата си адаптивност, облекчена администрация и бързината на вземане на определящи решения.

Ролята на **държавните организации** е по – скоро определяща, когато се поддържат трайни политики в областта на културата, касаещи национални приоритети и образователни принципи.

Фондации и нестопански организации, имащи за цел да способстват динамизиране на социалната сфера и да решават множество проблеми в образованието, екологията, културата, маргинализираните групи, здравеопазване. Те трябва да бъдат тъй необходимите ни социални барометри в нашето динамично променящо се общество.

Арт организации и културни центрове - в дейността на Арт организациите основна роля играе мениджмънта и маркетинга. Творческо – експерименталната, социална роля на организациите трябва да бъде водеща и определяща дейността. Внедряването и популяризирането на продукта и пазарната му реализация са дело на специфичен мениджмънт, включващ:

- планиране;
- вземане на решения;
- организиране;
- ръководство;
- контрол.

Всички тези компоненти, насочвани чрез ресурсите на организацията – човешки, материални, финансови, информационни, ноу хау и творчески.

Съществуват три принципа за развитие и работа на арторганизациите и културните центрове:

- Първият е държавни структури с бюджетно финансиране;
- Вторият е частно-пазарна инициатива;
- Третия е публично-частни организации със смесено финансиране.

Първият, най-стар и трайноустановен принцип, е и единствен до скоро в нашата страна. Поради тази причина съществуват музеи, галерии, библиотеки, опери, държавни културни институции и други. В тях основен източник на финансиране и контрол е държавата. Тя изгражда

организацията и контролира качеството на творческите процеси, цензурира и се намесва в крайния художествен продукт. Плюсовете на държавните структури са, че те обикновено имат дълъг период на съществуване и изкуството е достъпно до повече хора поради умерена ценова политика. Разполагат с голям брой сходни пространства в страната.

Новото време породи нови потребности. Появи се частната инициатива – силно подвижна, бързосъздаваща се и гъвкава в културното пространство. Частните инициативи бързо вземат решение и реализират проектите си, но тази мобилност е и проблем, защото силно зависят от приходите на своите проекти и реализации и по тази причина много лесно могат да се разпаднат.

При публично-частните структури съществуват многобройни начини за партньорство и финасиране, както собствени средства, така и държавно финансиране. Плюсовете са много – използва се пазара за изкуство, стопанските и нестопански инициативи, държавни и европейски фондове, сдружения между мрежови организации, създаване на асоциации с определени цели.

За да е устойчиво интегрирането и успешната работа в публично-частното партньорство са необходими:

- Креативност и постоянство;
- Дискусия и разработване на общ език;
- Външно одобрение, изразяващо се във финансиране, подкрепа и признание;
- Върху развитието на тази дейност оказват влияние и външни фактори, икономически, демографски, политически и културни.

Тези структури трябва да оцеляват при промяната и динамичните модуляции на икономическите условия. Преценявайки икономическата ситуация да се изготвят регулярно планове и дейности, необходимо е съсредоточаване върху анализирането на времето необходимо за извеждането на всяка една инициатива и проект, както и финансовата възвръщаемост на дейността. Много от необходимите проекти имат косвена финансова възвръщаемост, но това не ги прави маловажни.

Късноантична жилищна сграда “Ейрене” – паметник на културата от национално значение и подлезно пространство-общинска собственост се явяват предмет на публично-частно партньорство, доказващо че те не са в противоречие, а са в естествена сходимост. Проект, който доказва, че това е най-добрата форма за траен успех в областта на културата. Тази практика е най-естествената и логична среда за успех, защото всеки личен успех на

творец се е превърнал във времето в национално богатство, а това национално богатство, за да се опази, анализира, експонира и да се представи на широк кръг потребители е необходима личностна и частна предприемчивост и обществена подкрепа. Такъв е примерът с Културен център – музей „Тракарт” - музейно пространство, изградено и съществуващо под мотото „Синтез на античност и съвремие”. Концесия, устойчиво развиваща се, позволила реставрирането, експонирането и изграждането на уникално музейно пространство в центъра на град Пловдив, което освен изброените дейности изгради камерна сцена с организирани стотици изложби, конференции, представяния на книги, камерно – сценични прояви. Камерна сцена, която намира и отразява съвременния пулс на културните потребности на автори и публика.

Заедно с полихромната мозайка „*in situ*” на късноантична сграда „Ейрене” от 3-4 век сл. Хр., в музейното пространство са експонирани 2 постоянни изложби – „Стъклото в античното изкуство” IV в. пр. Хр. до V в. сл. Хр. и „Миниатюрен мраморен портрет” от II-IV век след Христа.

Културен център – музей „Тракарт” цели осъществяването на диалог в обществото, популяризирайки изкуството и реализира естетически, образователни, опазващи, развлекателни и мотивиращи функции.

В последните 16 г. много усилия и енергия бяха насочени към опазването, реставрирането и експонирането и популяризирането на колекцията „Прототракийкия портрет” и „Стъклото в античното изкуство” и Късно антична жилищна сграда „Ейрене”..

Със своя 16 годишен пионерски опит Културен център „Тракарт” доказва, че публично-частното партньорство е работещ механизъм в съхранението, експонирането и управлението на паметник на културата от национално и регионално значение и се явява принос към съвременните практики, целящи съхранението и развитието на българската култура. Практика, която би могла да се приложи за хилядите паметници на културата в страната ни и да се превърне в модел за нова и необходима културно-туристическа индустрия.

Бих искал да добавя и икономическия ефект от него. За разлика от всички други културни институции, които за да осъществяват подобна обществена дейност получават бюджетни средства, Тракарт внася в общинския бюджет средства, реновирал и

социализирал общинска и държавна собственост, поставил един нов образ на културен център с музейно пространство, одухотворено не само от древното културно наследство, но и от съвременното ни живо изобразително и сценично изкуство.

Разбира се всичко това е възможно да се случи не само в град като Пловдив, притежаващ безценни културни пластове и жива съвременна културна диаспора.

Държавата като собственик на всички недвижими и повечето движими паметници на културата е длъжна да бъде добър стопанин. Ако ли пък не, да даде възможности и сподели отговорностите по стопанисването с частни организации и фондации, можещи и искащи да работят в обществена полза.

А приходите в комплексния си характер от туризъм свързан с тях, креативни индустрии свързани с културното ни богатство, нови форми на заетост ще дадат възможности за регионално и национално развитие, за по-добра работа с установените европейски практики.

Затова като единствен и най-възможен път и изход за динамизиране на културните процеси и културния туризъм като отрасъл смятам :

публично частните партньорства т. е. там където държавата не е до там сигурна в приоритетите си да сключи договори и предостави под условие съхранението, опазването и икономическата експлоатация на паметниците на културата на частни лица и неправителствени организации, регистрирани и работещи в обществена полза.

Призивът ми е базирайки се на трайните културни ценности, да ги превърнем в маркетингова и промоционална стратегия. Да превърнем културата от потребител във фактор за регионално и местно предприемачество.

Да дадем шанс тя да се докаже, че при правилно менажиране принципа **“има пари - има култура”** не е единствено възможния, а че на дневен ред в обществото ни е **“Културата е капитал”**. Този специфичен и не използван ресурс на публично-частните партньорства ще донесе на българина тъй необходимия социализиращ елемент – социална кохезия и най-вече нов положителен тласък на икономиката, културата и туризма, и ще превърне огромния брой занемарени с обидното си състояние обекти в катализиращи културни ядра, около които да се изградят съвременни нови атракции, места за възпитание и национална гордост.

Само по този начин наследените културни ценности ще заживеят своя нов живот когато имат съвременната персонална грижа от конкретни

личности, а не груповата отговорност на временно изпълняващите длъжността общински и държавни служители. Мандатната култура за съжаление доказва своята невъзможност сама по себе си да роди устойчиво развитие в областта на културата. Необходима е силна обществена ангажираност на всички устойчиви структури по места, работещи в областта на културата и културното ни наследство. То не бива да е нещо отделено от бита и дейността ни.

Искайки да развиваме потенциала на културния туризъм в България прави силно впечатление следния парадокс: 99.9 % от хотелиерския бизнес е частен и 99.9 % от културно-историческите и природни забележителности са държавни. Свидетели сме на липсата на каквато и да е координация между тях. Това води до невъзможност България да заеме полагаемото ѝ се място на световната карта като културно-туристическа дестинация. Практиката на централизация на културното наследство води до демотивиране на жителите по местата, от където те произхождат и те биват лишавани от местна си гордост и национална значимост. Това е един допълнителен тласък за обезлюдяването на големи региони от България. Решението на този проблем аз виждам в сътрудничество и успешно партньорство между обществен и частен сектор за устойчиво развитие на културата и туризма в България. Това ще доведе до създаването на нов тип културна индустрия и ще увлече голям процент от жителите на региони със затихваща функция. Ще осмисли живота на много млади семейства, които могат да се включат в широкия диапазон от необходими дейности в новата културно-туристическа индустрия.

**МЕЖДУНАРОДЕН ФЕСТИВАЛ „ДНИ НА ТРАКИЙСКАТА
КУЛТУРА“ – УТВЪРДЕН И УСТОЙЧИВ ПРОЕКТ С
АМБИЦИОЗНАТА ЗАДАЧА ДА ПОПУЛЯРИЗИРА ТРАКИЙСКАТА
КУЛТУРА**

инж. Димитрина Т. Кузманова

Културен център „Тракарт“ – Пловдив

**INTERNATIONAL FESTIVAL “DAYS OF THE THRACIAN
CULTURE”- A WELL-ESTABLISHED AND SUSTAINABLE PROJECT
AIMED AT POPULARIZING THRACIAN CULTURE**

**Eng. Dimitrina Kuzmanova – Project and event manager Trakart Cultural
center**

Abstract: This project is intended to popularize the well-deserved place of Thrace in world culture and strengthen the interaction and the friendship between the peoples in the region. Art is an attractive way of conveying messages.

The project has contributed to the development and the diversification of the cultural life of our city. The International festival “Days of the Thracian culture” has added to the more comprehensive presentation of Thracian heritage and cultures related to it and has also paved the way for future joint scientific and cultural activities.

Trakart-2000 Foundation aims at establishing a dialogue within the society, popularizing the cultural and historical heritage and art, and performing aesthetic, educational, preservation, motivational and entertainment functions. All the cultural events held under the project present the significant achievements in the sphere of culture and arts, with various forms and methods of preserving, popularizing the cultural and historical heritage and making it accessible for the different age and social groups. We are convinced in the need to extend the Bulgarian contribution to the world cultural treasure.

"Тракийската народност е след индийската най-многобройна. Във всяка отделна област траките носят отделно име, но нравите и обичаите на цялата народност са навред едни и същи." [Херодот (V, II)]

Фондация “Тракарт-2000” е неправителствена организация, регистрирана в обществена полза. Фондацията работи вече 20 години в областта за опазване на културн-историческото наследство, в развитието на традиционните художествени занаяти и представяне на съвременно изкуство.

Фондация “Тракарт-2000”-Пловдив е насочила действията си към подпомагане, реставрация и развитие на българското културно-историческо наследство, културен туризъм, организира и провежда изложби на млади творци и ги подпомага в професионалната им реализация и изява. Фондация “Тракарт-2000” участва и работи по национални и международни проекти от 2000 година.

За Тракарт е особено важна връзката на изкуството с археологията, праисторията и търсенето на взаимозависимости между културното наследство на България с Тракия и регионите югоизточно и югозападно от нея. Издирват се общи корени, вярвания, начини на изобразяване в бита и култовите обекти. Проучва се връзката между имажинерния и субективния свят, пресъздаден в традиции и творчество. Проследява се ролята на културите, на които сме наследници в посока обогатяване на националното и световно културно-историческо наследство. Осъществява се образователна, възпитателна и социална дейност.

Оставяйки верен на своя девиз „Синтез на античност и съвремие“ Тракарт организира фестивал „Дни на тракийската култура“.

Пловдив е известен с културно-историческото си наследство, което датира от времето на траките – най-древното население, за което са намерени писмени източници на Балканския полуостров. Те са носители на изключителна култура, вплела се в други култури.

Регионът на Пловдив през V - I в. пр. Хр. е бил населен от тракийското племе одриси, което единствено между известните 46 тракийски племена, създава държавна организация, управлявана от царската институция. Одриската държава обхващала територията на съвременна България, Северозападна Турция и северните части на Гърция.

Най-старият жив европейски град заслужава да защити правото си на културно-исторически център на Балканите и обединител на тракийската култура, който пренася традициите на корените в бъдещето. Целите на фестивала са“

- Привличане вниманието на граждани и гости на Пловдив към най-старите пластове на нашата история, представени със средствата на изкуствата и науката;

- Популяризиране на стойностните постижения в областта на културата и изкуството и достойното място в културно-исторически аспект на Тракия в световното културно пространство;

- Създаване на условия за достъпно представяне на историята ни и достигане до максимално широк кръг публика чрез децентрализиране на събитията в няколко района на Пловдив, чрез дискусии както между

представители на научните области, така и между публика и специалисти, чрез ангажиране на доброволци от различни пловдивски училища.

От 20 до 26 юни 2019 г. ТРАКАРТ организира за седма година фестивал „Дни на тракийската култура“ и за втора поредна година той бе с международно участие. На 20 юни на Римски стадион Пловдив се състоя официалното откриване на Международен фестивал „Дни на тракийската култура“ 2019 г., като за първи път в Пловдив гостува културата Чанаккале - Троя. На пловдивчани бе представена музикално-сценична програма на културата на Троя. Античните находки от района на Троя са важно свидетелство за първия контакт между цивилизациите на Мала Азия и средиземноморския свят. Дружество за изследване на фолклора „Чанаккале“ представиха тракийски и егейски мелодии и ритми, турски народни танци, Зейбек и Хорон.

България представи „Жарава“ - формация, създадена от изпълнителя на кавал и композитор Владимир Величков - преподавател в катедра „Музика“ към Педагогическия факултет на Пловдивския университет „Паисий Хилендарски“, които доставиха на публиката много емоции. Въпреки кратката си биография формацията успя да си извоюва авторитет на една от най-интересните и оригинални студентски музикални групи в България. В този си вид и като изказ и представяне на фолклора в съчетание със съвременните световни стилове музика тази формация няма аналог в нито едно висше учебно заведение в България.

В рамките на фестивала се проведе Втората международна научна конференция „Древна Тракия – Сакрално и Профанно“. В научната конференция взеха участие изтъкнати учени траколози и културолози - проф. д.изк. Ваня Лозанова, проф. Добрин Денев, доц. Веселина Вачкова, г-н Боб Барт /Холандия/, г-н Арман Айдер и г-н Ахмет Челик от Турция и др.

"В началото бе Словото, а то бе Светлина, а Светлината бе Бога!", бе мотото на изследването, което "Руните говорят" представи с мултимедийна презентация в рамките на конференцията. Екипът направи серия от изследвания на базата на древни български руни, които дават нов прочит на древната ни история.

В съпътстващата програма на фестивала бяха представени:

□ Изложба плакати, посветена на „2018 - Годината на Троя“ с наградени афиши от конкурс, организиран от Министерство на културата и туризма – Турция. Културата на Троя и Чанаккале бе представена със съдействието на Генерално консулство на Република Турция в Пловдив и Областна администрация на

Чанаккале. Г-н Хюсеин Шевик, представител на Областна администрация на Чанаккале представи изложбата и наградените афиши;

- ☐ Изложба „Троянските коне“ на скулптора Никола Колев;

- ☐ Филмовата програма, в рамките на Международен фестивал „Дни на тракийската култура“ бе осъществена със съдействието на Цветан Симеонов - журналист, сценарист и режисьор, автор на повече от 50 документални филма. Публиката посрещна с небивал интерес представените филми: „Островът отвъд Борей“, с участието на проф. Ваня Лозанова и проф. Иван Маразов и филма „Побратими“. Прожекции бяха осъществени и в кметството на Район Западен;

- ☐ Четене на тракийски приказки за най-малките.

- ☐ В последния ден на фестивала „Дни на тракийската култура“ в съчетание с музикално-поетичен спектакъл бяха връчени призове от обявения преди три месеца **Литературен конкурс „Наследници на траките“**.

Проектът се финансира по Компонент 1 – „Фестивали и значими събития“ за втора година и е част от Календара на културните събития за 2018 и 2019 и е с медийното партньорство на радио Пловдив и радио Катра ФМ.

През 2018 г. Фондация “Тракарт-2000” реализира успешно Международен фестивал и на пловдивчани за първи път се представи богатството на хетската култура с концерт на Хетски ансамбъл и изпълнения на живо на исторически хетски инструменти, дефиле „Следите на хетите“ на костюми от изображения върху хетски релефи със съвременна адаптация. Първата международна научна конференция „Когато Слънцето беше Бог“, която се проведе в рамките на шестото издание на фестивала с докладите на културолози и траколози предизвикаха голям интерес и беше посетена от много пловдивчани и гости на града . В реализирането на фестивала взеха участие общо 150 човека.

През Юни 2017 г. Фондация “Тракарт-2000” реализира V-то издание на „Дни на Тракийската култура“ 2017 от 29 юни до 5 юли 2017 г. Проектът бе финансиран от Община Пловдив, Компонент 3 „Гражданска активност“ и с медийното партньорство на радио Пловдив.

През месец Юни 2017 отвори врати Изследователски център-музей „Тракарт” - публично експозиционно пространство на 4 нива с 4 постоянни

експозиции. Дейността на центъра е насочена към туризъм, към проучване и представяне на най-новите открития в областта на културата, изкуството и науката, към работа по социални и културни проекти. Изследователски център-музей „Тракарт“ е съвременно и артистично място за презентации, семинари, обучения, бизнес-срещи.

За седемте предходни издания на „Дните на Тракийската култура“ са гостували със свои доклади личности като: проф. д.и.н. Валерия Фол - траколог, преподавател в УниБИТ и ръководител на Института за научни изследвания в областта на организацията, управлението и защитата на културно-историческото наследство, проф. д-р Николай Овчаров - български археолог, придобил известност с разкриването на предполагаемото светилище на тракийския бог Дионис (Сабазий) при скалния дворец Перперикон в Източните Родопи, доц. д-р Алексей Стоев - директор на Филиала на Института за космически изследвания и технологии при БАН в Стара Загора, Георги Китов - български археолог и траколог, доц. д-р Васил Марков - български историк, директор на Университетския научно-изследователски център за древни европейски и източносредиземноморски култури при Югозападния университет „Неофит Рилски“, ст.н.с.д-р Ангел Янков при университет „Неофит Рилски“, ст.н.с.д-р Алексей Гоцев – секция за тракийска археология при национален археологически институт и музей, проф.д-р инж. Добрин Денев - бивш ректор на УАСГ и изследовател на исторически артефакти от значение за всеки българин, Георги Ганецовски - директор на Регионален исторически музей-Враца, д-р Васил Добрев – археолог, работещ за френската академия на науките в Египет, д-р Стефан Гайд, проф.д-р Семир Османагич, проф. Тайфун Йълдъръм – археологически факултет при Анкарски университет и др.

Основен елемент в тракийските мистерии са музикалните форми от Орфееви времена, най-традиционния начин за предаване на послания и знания по нашите земи. Чрез песните и музиката са се съхранили и предавали характерни национални традиции. Българските гласове са безспорно световно културно богатство.

За седемте предходни години в “Дни на тракийската култура” са взели участие Дамски хор „Тримонциум“, при Община Пловдив, Мъжки хор „Стефка Благоева“, Девическа формация „Евмолпея“, Арт група „Славена“, Ансамбъл „Престо“ при НУМТИ „Добрин Петков“, Вокално-инструментален ансамбъл K'ARTE, с художествен ръководител Крикор Четинян, Църковен хор при храм ”Свето Възнесение Господне“ и множество изявени индивидуални изпълнители.

Филми - „Посветените на огъня“ - документален филм на Васил Къркеланов, по сценарий на Ирен Леви и музика на Николай Иванов-ОМ;

„Древният град“ – документален филм на Мая Вапцарова, филми на Цветан Симеонов - журналист, сценарист и режисьор, автор на повече от 50 документални филма - „Змийски шепот“, „Гладът на слънцето“, „Завещанието на свещените рудари“, „Кодът Ковил“, „Побратими“, „Островът отвъд Борей“.

Театър - Група „12+3“, актьорско майсторство, художествен ръководител проф. Александър Илиев с постановката „Тесмофории“ от Аристофан – 2017 г и „Сердарят“ - 2018 г.; Студио „4 х С“ с уъркшоп „Опит за случване“ и със спектакъла „Орфей или върни се в твоя Ад, човече“, художествен ръководител Николай Георгиев – 2017

За първа година през 2018 бе проведен литературен конкурс „Наследници на траките“, в който взеха участие 11 писатели от Пловдив и страната. През 2019 година в конкурса се включиха 22 писатели.

В настоящия момент се работи по заключителния етап от проекта „Дни на тракийската култура 2019“ – издаване на сборник с доклади от Втора международна научна конференция „Древна Тракия – Сакрално и Профанно“ заедно с най-добрите произведения в литературния конкурс „Наследници на Траките“.

„Дни на Тракийската култура 2020“ ще се проведе за осми пореден път. Идеята на „Тракарт“ е през 2020 година проектът „Дни на тракийската култура“ да се утвърди като фестивал с международно участие на специалисти в областта на тракологията. В осмото издание на фестивала ще се проведе и трета международна научна конференция **„Божественото знание на Древна Тракия“**. Обединяването на музика, слово и изкуства способства за разширяването на интереса и обхващането на нови публики. Пловдив - естествен географски център на Тракия, има най-основателната претенция и историческо право да фокусира и представи уникалната тракийска култура чрез материалното и нематериално културно наследство.

- Третата международна научна конференция на тема „Божественото знание на Древна Тракия“ ще представи най-актуалните и нови открития и достижения в областта на тракологията от учени и разговори с популярни археолози и историци;

- Укрепване естествения балкански контакт с център Пловдив, като естествен географски и културен кръстопът;

- Намиране на общите ни културни традиции в контекста на единението на европейската култура;

- Затвърждаване на тракийската култура и приносът ѝ за съвременната европейска цивилизация.

Тракийското културно наследство на нашите предци, носители на оригинална и забележителна култура и традиции, ни задължават не само да откриваме и да се възхищаваме на достиженията на техните декоративно-художествени традиции, но и да ги популяризираме в достъпна форма.

Научните доклади са адаптирани за широката общественост и се представят с аудио – визуални средства заедно с музикално изпълнителско изкуство.

Събитията от програмата на Международен фестивал „Дни на тракийската култура 2020“ ще се проведат в рамките на 6 дни от 25 юни до 30 юни 2020 г. на 4 отделни локации.

Официалното откриване на Международен фестивал „Дни на Тракийската култура 2020“ ще бъде на Римски стадион на 25 юни /четвъртък/ от 19.00 часа с богата музикално-сценична програма с участието на вокален квартет и фолклорен ансамбъл.

С любезното съдействие на Район Западен при Община Пловдив ще бъде реализирана богатата филмова програма. Филмите, които ще бъдат представени на публиката, ще бъдат посветени на богатата култура на траките.

Част от съпътстващите събития ще бъде изложба, свързана с историята и културното наследство на древна Тракия.

Екип работи и ще представи на публиката по време на фестивала проучване “Систематизиране и представяне на древните тракийски музикални традиции и знакова символика, свързана с тракийските ритуали. Създаване на интонационна среда на базата на старинните ладове”.

**“Лад- организирана система от група тонове, поставени в определено съотношение”*

Идеята за осъществяване на настоящото проучване се отнася пряко към основната тема, дълбоко и дългогодишно вплетена в мисията и дейността на Тракарт - културно-историческото и духовно наследство на траките.

В рамките на осмото издание на Международен фестивал „Дни на тракийската култура“ ще се проведе и Трети литературен конкурс „Наследници на траките“. Авторите на най-добрите творби ще бъдат отличени с грамоти, а произведенията представени с музикално –

поетичен спектакъл и публикувани в изданието, което включва докладите от конференцията.

Вниманието към най-малките по време на фестивалната програма ще бъде насочено към запознаване с експозицията на тракийска керамика – съдове и сечива, част от колекцията „Прототракийски портрет“ на Фондация „Тракарт-2000“ и организирано четене на тракийски приказки с възможности за оцветяване на картинки с изображения на сцени от тракийски съкровища и стенописи. Целевите групи, към които е насочен проекта са:

Историци, археолози, културолози, академични и училищни преподаватели в областта на историята, изкуството и културата, студенти, ученици, граждани и гости на града

Международният фестивал „Дни на тракийската култура“ способства за по-обстойно представяне на тракийското наследство и сродни до него култури, създава и укрепва мостове за бъдещи съвместни научни и културни дейности.

Други проекти, по които работи Фондация „Тракарт-2000“ са:

➤ През месец май 2018 година бе реализиран проекта „Бележити българи, обучавани в лицей Галатасарай“, като идеята е на: д-р Жорж Трак и Изедин Чалишлар - преподавател в Университет „Галатасарай“, Истанбул. Изложбата, състояща се от 35 постера с фотоси и документална информация, съпроводена с концерт, се състоя в криптата на Желязната църква „Свети Стефан“ в Истанбул.

Проектът се реализира в партньорство с Културен департамент на Университет „Галатасарай“, Истанбул, Съвет за сътрудничество в Университет „Галатасарай“, Истанбул, Културен център-музей „Тракарт“ – Пловдив, Изследователски център-музей „Тракарт“, Пловдив;

➤ От 2018 г. Тракарт работи в Изследователски Културен проект в развитие за създаване и утвърждаване на неправителствени връзки в търсене на общо-исторически корени между България и Узбекистан "Българо-Узбекистански културен мост";

➤ На 11 май 2019, денят на Светите братя Кирил и Методий, Тракарт представи в Желязната църква „Свети Стефан“ в Истанбул фотоизложбата "Пловдив - Европейска столица на културата '2019" на Евтим Бачев, който е уловил духа на Пловдив - най-стария жив град в Европа и прекрасен камерен концерт на Цигулково дуо „Туртов“ в свършената акустика.

Изложбата се състои от 30 фотографии-пана, уловили по специфичен начин духа на Града под тепетата. Екипът на Тракарт работи по организацията на представянето на проекта на още 2 места в Европа.

Всички културни прояви, осъществени от Тракарт представят стойностните постижения в областта на културата и изкуствата с разнообразни форми и средства за запазване, популяризиране на културно-историческото наследство и достигането му до различни възрастови и социални групи. Убедени сме в необходимостта да обогатим българският принос в световната културна съкровищница.

С проекта **Международен фестивал „Дни на тракийската култура“** се популяризира достойното място в културен аспект на Тракия в световното културно пространство, се укрепи взаимодействието и приятелството между народите в региона. Изкуството е атрактивен начин за предаване на послания.

Проектът допринася за обогатяване и разнообразяване на културния живот в града ни. Международният фестивал „Дни на тракийската култура“ способства за по-обстойно представяне на тракийското наследство и сродни до него култури, създава и укрепва мостове за бъдещи съвместни научни и културни дейности.

Фондация „Тракарт-2000“ цели осъществяването на диалог в обществото, популяризирайки културно-историческото наследство и изкуството, реализира естетически, образователни, опазващи, мотивиращи и развлекателни функции.

МАНИПУЛИРАНО УПРАВЛЕНИЕ НА ИЛЮЗИОННОТО ИЗКУСТВО

Любена М. Хаджийска-Енева

MANIPULATION IN THE MANAGEMENT OF ILLUSIONARY ART

Lubena M. Hadjiyska – Eneva

Abstract: This report is based on a real-world example of the creation and management of art-organization in the field of illusionary art. The focus is her specific activity, still under development and related marketing issues. The introduction traces historically the stages of the transformation of magic into performing arts. Famous foreign and Bulgarian magicians are mentioned with an emphasis on their artistic, innovative and organizational skills as a good example for contemporary artists. A brief description of the main genres in illusion art gives an idea of its diversity. The main topic identifies important tools of “manipulated” activity management that require the artist to take over the functions of a manager. The final section gives an example of a modern trend in the development of this type of art.

“Илюзионното изкуство е вид изкуство, което се характеризира с ловкост на ръцете, използване на трикове или специална апаратура за създаване на илюзия за нарушение на привичните физически свойства на предметите. Название произлиза от френската дума Illusionner – въвеждам в заблуждение“ четем в статията от Уикипедия, в която накратко се дефинира едно от най-древните и загадъчни сценични изкуства. А Илюзионист (фокусник, факир) е артист, демонстриращ фокуси, основаващи се на различни физически и психологически явления и подсъзнателни заблуждения. По исторически причини илюзионистите се наричат магове или магьосници. През 21 век това е официална професия, включена по закон в Националната класикация на професиите в България.

Корените на магията водят своето начало от зората на човечеството и се раждат от потребността на човека да подчини по някакъв начин непознатите природни сили като същевременно се запази мистерията. Провокирайки човешкото любопитство, магията слага началото на първите плахи стъпки на различните науки. Това е сложна и продължителна еволюция, която чрез фантастично изразяване на човешката интелигентност успява да завладее зрителя и да го накара да вярва поне за малко във възмезната приказка, която всеки носи дълбоко в себе си.

Модерният маг, илюзионистът, е наследник на този самостоятелен аспект на човешката фантазия, на изразителната форма на човешкия дух. Този, който владее изкуството на илюзията притежава силата да заблуждава

за развлечение, с насмешка и изключителна ефектност да властва над въображението, да провокира ума и съзнанието като прокарва онази тънка нишка между реалност и фантазия. Загадъчна и ефективна, илюзията те кара да вярваш в свръхестественото, в чудото. Тя разклаща вярата в природните закони и въпреки че всеки знае, че чудеса не съществуват, не можеш да устоиш на удоволствието да погледаш и да се възхищаваш дори и да не вярваш.

Силата на илюзионистта е да прикове вниманието на зрителя върху феноменално и необяснимо явление, за което има логично обяснение, но съвършеното владение на илюзионното изкуство го превръща в магия, в чаровно забавление. Появява се нещо, а после изчезва. Парички зад ухото, цветя от ръкава, смяна на карти и как се случва всичко това? Тайна!

Тази на вид забавна и за двете страни – изпълнител и публика - дейност е скъпоструващо занимание. Бюджетът за нейното осъществяване се определя както от лимита на въображението така и от финансирането. Истината е, че е много скъпо. Всеки ефект, показан на сцена, струва пари. Големите илюзии и специални съоръжения могат да достигнат 6-цифрени суми. А знаете ли кой е най-големият страх на всеки маг? Че след като умре, жена му ще продаде реквизита му за толкова, колкото ѝ е казал, че струва...

Има ли рецепта как се става добър или успешен фокусник? Рецептата за всеки добър в професията си човек е една и съща - постоянство, отдаденост и желание за развитие. Тя предполага голям личен потенциал на артиста и добро менажиране на неговото развитие. Добрият магьосник трябва да бъде сръчен, добър психолог, изкусен оратор и да има късмета да се е родил с онази необяснима харизма, която пленява публиката.

Съществува ли наистина магия или всичко е плод на бързи ръце, подходящ реквизит и умение да се манипулират хората? За мен отговорът се крие в историческите корени на този артистичен занаят и прогресът му във времето. Думата "магия" произлиза от древната дума "magus", с която са назовавали жреца на мидийците и персите. Най-древният фокус е може би този с чашите или известен още като фокуса с формичките и топчетата. Първият известен документ, в който се споменава за илюзионно изкуство е древноегипетският папирус Уесткар, открит 1823 г. В него се описват събития от 2900 г. пр. н. е. - едно илюзионно представление, както бихме го нарекли днес, в което най-впечатляващият трик е бил обезглавяването и след това възстановяването на главата на гъска, патица, бик. Естествено в папируса не е описана тайната на изпълнението на фокуса и днес можем само да гадаем каква е техниката на неговото изпълнение. Именно забулената в тайна техника на фокусите е дала възможност на най-добрите магове в древността да станат приближени към двора на владетеля и техните умения да се използват за манипулиране на поданиците.

Интересни са сведенията за магическото изкуство в Древна Гърция. Според описанията в книгите придружени с илюстрации са описани

механични техники използвани при религиозните ритуали като огнени пламъци изригващи от мраморния под пред олтара и звуци илизащи от устата на статуите на боговете и усилен чрез системи от механични усилватели, които създават мистични внушения у посетителите. Всичко това говори за огромното влияние, което маговете (жреците) могат да упражняват върху населението. Характерно за магичното изкуство в древността е, че хората са вярвали в натурализма на магията.

Когато се разпространило християнството по света в началото на Средновековието, упражняването на магия го придружавала. Имало три вида магии: елегантна - извършвана пред царете и благородниците, улични представления за хората от народа и черна магия, чиито практикуващи твърдели, че притежават свърхестествени сили.

Стотици години в света се подвизават хиляди странстващи фокусници, които изпълняват илюзионни трикове по улици и площади, базари и празненства. Голяма част от тях, особено през средните векове завършват трагично живота си, обявявани от официалната власт за "съюзници на дявола".

Изключително важен момент в историята на илюзионното изкуство е издаването на книгата "Разбулване на магическите умения" от Реджиналд Скот през 1584 г. В нея авторът обяснява много трикове и фокуси и доказва по убедителен начин, че деянията, приписвани на вещици и магове са или невъзможни или лесно обясними.

Малко по малко идеята за изкуството на илюзионистта се развила и възприела преди всичко в Европа. Публиката започнала да гледа на илюзионистта като на артист, способен да пожъне винаги успехи. В края на 18-ти век илюзионизмът в Европа възприел нов вид. Започнали да се изнасят представления в добри театри. Много фокусници със своите изяви допринасят за това постепенно илюзионното изкуство да започне да се възприема вече не като шарлатанство, а наистина като изкуство.

Ето накратко имената на най-известните фокусници с акцент върху техните артистични, иновационни и организаторски способности, които могат да бъдат добър пример за съвременните артисти:

Филип Бреслав (1726-1783) - фокусник от немско потекло, който развива „Менталната магия“ - способността да чете човешки мисли. За първи път представя свои спектакли в театър (1781 - Хеймаркет Театър в Лондон).

Джузепе Балсамо (1743-1795) - по известен в историята като мистичния Граф дьо Калиостро. Става известен в Европа не само със своето магично изкуство, а и чрез своите умения да лекува.

Бартоломео Боско (1793-1863) - друг велик илюзионист на новите, модерни времена. В центъра на неговите представления не били предметите, както при другите илюзионисти, а самият изпълнител. За своите спектакли Боско целенасочено избирал неголеми зали, така че да е близко до публиката

и най-малките нюанси от неговата игра да бъдат доловени от всеки зрител. Причината за неговата популярност се крие в стила на неговите сеанси. Боско пръв разбира, че фокуси не се показват, че целта на артиста е не демонстрирането на техника или тренирани ръце, а постигане на силен, смазващ ефект - нещо, което той постигал с лекота. Освен актьорските си способности, Боско притежава и изключителен усет на търговец, който познавайки добре продукта, който предлага успява да го рекламира и продаде по един невероятно успешен начин. Съвременниците му описват как често прибегнал към следния трик: сливайки се в тълпата на пазара в съответното селище, където предстоял негов спектакъл, се спирал пред продавач на яйца. Каквато и цена да му определяли, той винаги отговарял: "Евтино ги даваш", счупвал яйцето и "вадел" от него жълтица. Случката бързо се разчувала и обикновено на представлението вечерта салонът се препълвал.

Жан Еужен Робер Худен (1805-1871), роден в Блуи, Франция. Основател на първия Магичен Театър през 1840 г. в Париж. Часовникар по професия той прави различни механични играчки и прилага познанията си по механика във фокусите. Робер Худен е бил първия илюзионист използвал модерни техники и електричество в своите спектакли. Един новатор, който учи поколенията, че представлението трябва да е обмислено до последния детайл. Той пръв разбира, че на публиката трябва да се поднасят сравнително прости, лесни за възприемане ефекти. Той изчиства номерата си от всички излишни мистификации и ненужни орнаменти. В образът, който създава на сцената няма никакво позърство - той е напълно обикновен човек, вежлив и приятен, остроумен и много симпатичен. По този начин Робер Худен действително се превръща в основоположник на съвременното илюзионно изкуство.

Джон Хенри Андерсон (1814-1874), вероятно първия шотландски илюзионист, известен като "Вълшебника на Севера". Известен е с фокуса "Хващане на куршум с уста". Той превръща спектакъла в шоу, първи използва печатането на афиши и средствата на рекламата за популяризиране на спектаклите си. Днес не всички помнят името на Андерсон, но неговите номера са преживявали и се изпълняват вече 200 години.

Д-р Йохан Хофцинзер (1806-1875) е друг титан на съвременното илюзионно изкуство. Образован човек, завършил университет с докторска титла по философия, от 1852 г. Хофцинзер заедно със съпругата си започва да устройва три пъти в седмицата "магически вечери", наречени "Един час на илюзията". Големи илюзии, изискващи подобаващ реквизит Хофцинзер не изпълнявал. На зрителите си, разположени твърде близо до "сцената" той поднасял главно фокуси с карти, които като първокласен манипулатор изпълнявал безупречно. По този начин той става основоположник на един нов жанр, който по-късно е наречен "микромагия". Освен невероятните си технически прийоми в областта на картомагиката, той пръв използва така

наречените "трикови карти". Хофцинзер изобретява такива легендарни реквизити като кутия за карти, от която избраната карта се изкачва нагоре, левитираща магическа пръчка, пясъчна рамка, умалявящите се карти.

Роденият през 1849 г. в Пенсилвания Хайнрих Келер, се прочува под псевдонима Хари Келар. Холерик по природа, с говорен дефект, нисък, набит и непохватен, той успява да омае публиката на пет континента. Хари години наред обикаля Америка с работодателя си Хари Хюс и успява да изучи не само илюзионното изкуство, но и всички механизми на шоу-бизнеса и рекламата, докато един ден решава, че е научил достатъчно, за да създаде самостоятелен спектакъл. Той се разделя с Хюс и започва да обикаля по-малките градчета. Бил си сам менажер, рекламен агент и се справял много добре със задълженията си на артист и организатор едновременно.

През 1884 година Келар открива идеалния асистент в лицето на Хауърд Търстън - великолепен манипулатор с карти, който смайвал света и Америка с все още непознатия за онези времена "лов на карти от въздуха" - негов патент. През 1908 г. Келар се оттегля от сцената и завещава гигантския си спектакъл на младия Търстън. Той продължава делото на Келар и е първият илюзионист, който става милионер благодарение на своето изкуство. Търстън създава дори паралелен спектакъл. Поверява го на датчанина Хари Янсен, който под псевдонима Данте отбелязва голям успех. Окрилен от този успех, Данте се разделил с Търстън и създава собствен спектакъл-ревю, при който всяка отделна илюзия се представяла като самостоятелна пиеса. Между отделните пиеси манипулатори показвали малки, но много ефектни неща. Илюзионното ревю на Данте става голям шлагер и под името "Сим Сала Бим", то обикаля целия свят.

През 1874 г. в Будапеща се ражда Ерих Вайс - бъдещият Хари Худини, най-известният илюзионист за всички времена. Славата му на "човекът, когото никой не може да завърже" го превръща в легенда още приживе. Най-големият талант в областта на ескапизма, Худини поднасял на своята публика много различни "освобождания", които не само че не доскучавали, а още по-силно възбуждали интереса и удивлението й.

Французинът Буатие де Колта (1848-1903) заема изключително място в историята на илюзионното изкуство. Неговите представления предизвиквали огромен интерес не само у обичайната публика, но дори повече у неговите колеги.

Неговите спектакли се състояли изключително от фокуси, измислени и изпълнени от него самия. Наричат го "човек - легенда", "гений на трикови илюзионни приумици". Той остава в историята на илюзионното изкуство преди всичко като изобретател - най-продуктивния автор на нови, оригинални, непознати до този момент секрети.

Днес границите между отделните жанрове в илюзионното изкуство са доста размити. Много илюзионисти се изявяват в повече от една област на илюзионното изкуство; други пък умело съчетават различни похвати,

използват разнообразни техники и реквизити в своите изяви. В следващите редове прилагам кратко описание на основните жанрове в илюзионното изкуство: Според това къде, на какъв терен, а от там и колко публика би могла да наблюдава изпълненията, се обособяват две основни групи: илюзионни трикове за сцена (Stage magic) и микромагия (Close-up). Ето и главните разновидности на сценичната магия:

ИЛЮЗИЯ - илюзионни трикове, които изискват големи реквизити, съответно - големи пространства за изпълнението им. Тук на безконечни метаморфози са подложени предимно хора и животни - те ту изчезват, ту се появяват на части, промушвани са със саби и мечове, вдигат се във въздуха и т.н. Най-популярни илюзии са "Разрязване на асистентка с трион", "Левитация" (върху остриета на мечове, копия или без опора). Големи илюзионисти от близкото минало са Алоис Каснер и Каланаг, Кю, американците Келар, Търстън и Блекстоун, а от съвременните - Ланс Бъртън, Зигфрид и Рой, Дейвид Копърфийлд, дуо Пендраганс, Силван.

ФОКУСИ - илюзионните трикове изискват неголеми, но достатъчно добре видими за публиката реквизити. Най-популярният фокус безспорно е "Чашите и топчетата", както и "Каната без дъно", "Бастун се превръща в кърпи" и т.н. Много са хората, прославили се с майсторско изпълнение на фокуси. Тук ще спомена само невероятния Пол Даниелс, Гали Гали Мен и т.н.

МАНИПУЛАЦИИ - този жанр е смятан от повечето теоретици за висш пилотаж в илюзионното изкуство, наградите на фестивалите в този жанр се оценяват като най-престижни. Манипулаторите обикновено работят с малки предмети - цигари, кърпички, топчета, карти, напръстници. При тях цялото чудо се извършва изключително с ловките им ръце. Най-прочутият манипулатор е холандецът Фред Капс, който е три пъти световен шампион от най-големите световни фестивали, организирани от Международната федерация на илюзионистите. Други известни манипулатори са Кардини, Ричард Рос, Джеф Макбрайт, Сони.

МИКРОМАГИЯ - това са дребни фокуси, които се представят в малък кръг, обикновено на маса. Нещо изключително обаятелно, но и трудно, тъй като близостта със зрителите не допуска и най-малки грешки, които ако на сцената могат да бъдат прикрити, замаскирани, тук ще са фатални. Майстори на микромагията са Дай Върнън-Професора, Юджийн Бъргър, Майкъл Амар.

Ще спомена и някои илюзионни жанрове, за които мястото, на което се изпълняват не е определящо:

МЕНТАЛИЗЪМ - тук основен "реквизит" е мозъкът на изпълнителя, който изпълнява т.нар. "експерименти на ума" като телепатия, ясновидство, хипноза и др. В този сравнително нов жанр се открояват Йозеф Дънингер, Макс Мейвън, както и големите теоретици на менталната магия - Теодор Анеман и Коринда.

ЕСКАПИЗЪМ - тук основен момент е способността на даден изпълнител да

се освобождава от най-различни белезници, вериги и въжета. Безспорно най-големият представител на този жанр е най-известният илюзионист Хари Худини, както и неговите последователи - Ник Картър, Нат Пинкертон и др. КОМИЧНА МАГИЯ - тя може да съчетава всички основни жанрове, поднасяйки илюзионните трикове по хумористичен начин. Особено запомнящи комици са Пен и Тейлър, Али Бонго, Ото Весели, Мак Кинг, Том Мулика, Ед Алонзо, Амейзинг Джонатан, Майкъл Клоуз.

В зависимост от реквизита, който ползват, илюзионните трикове могат да се разделят основно на: CARD MAGIC - с карти; ROPE MAGIC - с въжета; SILK MAGIC - с кърпи; DOVE MAGIC - с гълъби; COIN MAGIC - с монети; MAGIC WITH ORDINARY OBJECTS - с предмети от бита и др.

За илюзионизма в България интересни факти са събрани в книгите на Апостол Апостолов „Съвременни магьосници или история на българското илюзионно изкуство“ и „Фокуси и фокусници“, в които са описани част от емблематични български магове:

Димитър Димитров, известен с псевдонима си Факира Мити, е български илюзионист. Баща е на поп певеца Емил Димитров. Гастролира с цирк „Олимпия“ на Лазар Добрич. С мадам Сиси създават уникалния дует „Мити“. Единственият българин вентролог. Създава вентроложкия номер „Иванчо и Ганчо“. Има над 12 000 спектакъла. Получава наградата „Народен орден на труда“ – златен. Факира Мити е почетен член на Клуба на илюзионистите в България

Мистер Сенко. Неговото истинско име е Евстати Христов Карайончев. Някои от най-известните му илюзии са „Електрическият сто“, „Разрязване на жена с циркулярен трион“ и „Сваляне на главата“. За последната илюзия той получава през 1961 г. в Индианаполис специалната награда на Американската асоциация на илюзионистите. По изрично настояване показва „Сваляне на главата“ и в Холивуд пред звездите на американското кино. Мистер Сенко е почетен член на асоциациите на илюзионистите на Германия, Франция и САЩ. Френското сдружение на илюзионистите му връчва най-високото отличие – ордена „Робер Худен“. Почетен гражданин е на Париж и София, а също така е почетен президент на Клуба на илюзионистите в България от годината на създаването му.

Астор е артистичен псевдоним на Антраник Шаварш Арабаджиян - български илюзионист от арменски произход. Той е единственият илюзионист, който е награден със „Златният Оскар“ от Международното братство на маговете през 1981 г. Също така е собственик на магичен театър „Астор“, където се намира и къщата на мистер Сенко. Досега в кариерата си е направил над 16 000 представления по целия свят. Получава наградата „Икар“ на Съюза на артистите в България в категорията „Вариететно изкуство“, за атрактивност и оригиналност на илюзионен номер „Али Баба“ (2008)

Орфи е артистичен псевдоним на българския илюзионист Васил

Стефанов Николаев. През 1959 г. Орфи се явява на конкурс пред Лазар Добрич и мистър Сенко и получава правото да упражнява тази професия. В началото на 60-те години Орфи полага основите на модерното изкуство в България, като става главен организатор е на Първия международен фестивал на илюзионното изкуство в България. Негов неотлъчен партньор в живота и на сцената от 1963 г. е съпругата му Люба. Те са световноизвестният "Дует Орфи". През 1975 г. заедно с Астор основават магически клуб в България. С номера си "Разминаване със смъртта" през 1982 г. Орфи взима сребърен медал и става единственият българин, получил отличие от световното първенство за илюзионисти FISM в Лозана, Швейцария. Бил е главен директор на "Български циркове", председател на Съюза на илюзионистите в България. Изнасял е спектаклите си в цяла Европа, Русия, САЩ, Канада, Алжир, Мароко, Египет и много други страни. Носител е на много отличия и награди.

Христо Рангелов Каранджулов с артистичен псевдоним Ирко е виден български илюзионист. Въпреки че завършва инженерна специалност, той от малък се е ориентирал към илюзионното изкуство. През декември 2004 г. става почетен гражданин на София по повод 40 години на сцената. Ирко е двукратен носител на Гранд при на конкурси в България, лауреат е и на международни фестивали. Изкуството му е познато не само в родината, но и в Кувейт, Катар, Абу Даби, Полша, Холандия и Италия.

Ненчо Василев Илчев е български актьор и илюзионист от по-новото поколение илюзионисти. Учи за кратко в медицинския колеж в София преди да се ориентира към актьорското майсторство. Става известен в края на 90-те години с участието си в предаването "Спукано гърне", където е водещ и показва фокуси, а след свалянето на предаването от ефир се пренася в комедийното шоу "Комиците" по БТВ, в което представя скетчове с пародия на илюзионни фокуси. Учил се е при българския илюзионист Мистер Сенко. Получава реквизита на Орфи от вдовицата му Люба.

Част от управленските и маркетингови проблеми в илюзионното изкуство в България ще опиша чрез историята на един млад артист, който вече 10 години е на сцена, има многобройни почитатели, омагьосани от неговия талант и обаяние. Но все още преодолява трудностите, свързани с удоволствието да упражняваш любимата си професия. А тя според класификатора де юре се нарича „магьосник“. Иначе в Интернет намираме услугата за забавление на малки и големи с ключова дума фокусник, което както разбрахме е само един от жанровете в илюзионното изкуство.

Меджик Марио е от новото поколение магове, които влизат в разнотой с артистите от „класическата школа“ относно разкриването на фокусите. Той повдига завесата на мистерията като разкрива част от магията за най-непредубедената публика – децата. Още като ученик спечелва награда в шоу на талантите, която му дава възможност да води безплатен курс за деца. Но не за дълго, защото спонсорът променя условията и младият талант за първи

път се блъсква с проблемите на организацията и бюджетирането на вече платен курс. Но този опит го прави по-уверен когато 16 годишен решава да организира свой собствен спектакъл. Наема сцена в залата на фондация Тракарт, отпечатва плакат и очевидно има успех, който го окрилява за второ представление, вече с участието на гостуващи колеги.

Следва работа в увеселителен парк „Phantasialand“ в Германия, където според договора влиза в различни роли и костюми, включително и на фокусник-китаец. За артиста илюзионист не е леко да се извява по чужд сценарий, донякъде губи от своята идентичност като не твори собствено шоу. Но подобен опит е от голямо значение за уменията да се работи с публика, която е важен фактор при сценичните изкуства. А според Меджик Марио в едно магическо шоу тя прави половината от представлението. Затова в управлението на илюзионното изкуство манипулирането на публиката започва още с подготовката на спектаклите. Анонсирането със средствата на рекламата, изборът на подходящо място за сценичната изява, осветлението, озвучаването, които са от изключително значение за ефекта на фокусите и въздействието на изпълнението са част от подготовката за шоуто. Когато тази техническа организация се прави от самия артист, както често се налага на съвременните соло-илюзионисти, това създава допълнително напрежение. Логистиката като част от планирането в един бизнес, независимо от неговия мащаб, изисква умения, различни от артистичните. Съпругата на Орфи и негова асистентка споделя в интервю: „През целия си живот е живял в постоянен стрес, на път, на четири колела. Зрителите не си дават сметка, но всяко излизане на сцена е огромно напрежение. Колкото и да се рутинариш през годините, изпитваш тази треска винаги до края на кариерата си като артист.“

Намесата на външен организатор също крие рискове и може да подложи артистта на изпитание. На Меджик Марио се е случвало при участие в общи шоу програми – празници на града или конкурси, да се сблъсква с негативи като недоволна от дублирани места или отложено начало на представление публика; при участия със състезателен характер е възможно да бъдеш подценен или не добре презентирани поради режисьорски виждания на продуцента за представянето на участниците и техните номера. Астор разказва как анонсиран от водещия като изпълнител в друг жанр или заради сменена музика към изпълнение всъщност са недоразумения, които довеждат до успех. Но цената на тези импровизации е една от трудностите в професията и бих я определила като решим проблем при управлението на илюзионното изкуство. Макар и да дава възможност за самостоятелност браншът налага това управление да е манипулирано! В позитивен смисъл разбира се, подобно на един от неговите жанрове. Идеята е артистите вместо да поемат функциите и на мениджъри и на сценични работници, да съумеят да прехвърлят тези ангажименти към клиента, поръчващ шоуто. Не винаги това е възможно, но при добре поставени

предварителни условия за участие е постижимо. Приемането на поръчка не означава само да договориш заплащането. „Цената“ на удовлетворението е висока, когато се концентрираш върху самото изпълнение, превърнеш публиката в интерактивен участник и приемеш искрени аплодисменти, тогава има магия! Това налага да се изисква от клиента уредена сцена и добре настанена публика. В тази подготовка важен за артиста е неговият график, аранжирането на собствената му програма, също управленчески проблем. За неговото решаване няма наръчник, но не е обект на импровизации.

Неминуемо технологичният напредък е завладял всички сфери на забавлението. Това е огромен плюс за фокусниците. Освен в изпълненията си, илюзионистите които често са управители на собствените си фирми, е добре да използват новите технологии дори и в изготвянето на своята план-програма, т.н. график. Най-много време се инвестира в контактите с клиентите, което може да се оптимизира конвенционално – чрез помощник, това може да е асистентът, ако има такъв или ученик от школа по илюзионно изкуство. Основна задача е комуникацията да е с отношение и подходът гъвкав, за да се спечели доверието на клиентите.

Допълнителни дейности като организиране и водене на курсове разнообразяват шоубизнеса като илюзионното изкуство, но налагат и добра организация. В конкретния случай любопитен е фактът, че провеждането на курса за деца е наложено от потребителско търсене, своеобразна обратна връзка от почитатели, които имат желание да разберат повече за магическите номера. Почти няма дете, което да не се увлича от фокусите и да не се забавлява като замахва артистично с магическа пръчка и да изрича заклинателно „Абракадабра“. Затова и на Маджик Марио се налага години по-късно след първият си курс да организира и следващ, защото най-възторжените му зрители искат да творят магия. Подобни курсове и школи за малки фокусници се предлагат все по-често, защото тенденцията да се разкват някои от фокусите пред публиката всъщност разпалва детското въображение и събужда интерес и желание сами да опитат. И ето как едно хоби би могло да се превърне в професия. Разкриването на тайни не пречи на бизнеса, дори влияе положително, с оглед популяризиране на магията за широката аудитория, и стимулира създателите на фокуси да измислят нови тайни.

Друг важен аспект е отново идеята за „манипулирано управление“. Мястото за провеждане на курса е детски център, от който приемат да подсигурят условия – подходящо помещение и сцена за финалния собствен спектакъл на малките сертифицирани фокусници. Взаимоизгодното сътрудничество (защото и заведението печели популярност и допълнителни клиенти) е шаблонен израз, но на практика се оказва правилна стратегия за успешен бизнес на артистите-илюзионисти, които практикуват свободна професия.

За полезни смятам и браншовите организации, както и участията в специализирани фестивали, благотворителни кампании и инициативи.

В началото на XX век възникват първите илюзионни обединения, т. нар. "магически кръгове". Първи в Европа възниква магическият кръг в Лондон - 1905г., след него и други. През 1925г. се провежда първият международен конгрес, на който е проведен и първият в света конкурс за илюзионисти. През 1947г. в Амстердам се основава Международна федерация на магическите общества - F.I.S.M., обединяваща националните магически общества. Днес конгресите на F.I.S.M. (в рамките на които се провеждат конкурси и се присъждат "Гран При") се провеждат веднъж на три-четири години. През 1922 г. в Америка трима илюзионисти - Лен Винтус, Дон Роджърс и Кен Кордън създават международното братство на илюзионистите - I.B.M.- некомерсиална организация, в която вземат участие многобройни обединения в Америка, Австралия, югоизточна Азия. Днес I.B.M. наброява повече от 300 кръга с над 14 000 души от 73 страни. По различно време членове на I.B.M. са били Худини, Тарбел, Кардини, Търстън и др., както и съвременните звезди на илюзионното изкуство - Ланс Бъртън, Дейвид Копърфийлд, Зигфрид и Рой, Хари Блекстоун младши и мн. др. Печатен орган на I.B.M. е списанието "The Linking Ring", което излиза ежесечно и се разпраща на всички членове на I.B.M.

В България илюзионистите са обединени в "Клуб на илюзионистите" към Съюза на българските артисти, учреден на 1 април 1975 г. Председател на клуба и в следващите три години е Антраник АрабаджиянА -стор, който е и основния инициатор за създаването на клуба. Една година по-късно клубът организира първия фестивал на българското илюзионно изкуство, на който идват гости от чужбина. Журито е председателствано от самия Мистер Сенко. Гран При печели Васил Николаев – Орфи, а Първа награда грабва Астор.

Налице е огромен интерес към съвременните начини за представяне на магичното изкуство, а именно - уличната му презентация. Все повече фокусници започват да се увличат по този тип магия, но разбира се водещ е интересът у хората, който е създаден от популярни телевизионни предавания. За съжаление в България не се организират събития от подобен род, а само отделни единици се осмеляват да демонстрират този вид улично изкуство. Фестивал на уличната магия „Златна Котка“ /“Golden Cat” – Street Edition/ на сдружение Куик Хендс Проджект печели финансиране от Програма "Култура". Проектът предвижда организирането на тридневен събитие, в което най-добрите млади магьосници от България и Балканите си дават среща в Габрово. Като едно естествено продължение на вече традиционната Магична Среща „Златна Котка“, този фестивал дава възможност на фокусниците да покажат наученото на семинарите и мастъркласовете по време на Магичната среща. Те се впускат сред хората на улицата и създават една неповторима атмосфера, демонстрирайки най-новите и интересни

техники в този жанр на илюзионното изкуство. Амбицията на сдружението е да превърне Габрово в столица на магичното изкуство не само в България, но и на Балканите. Основни цели на събитието са популяризиране на илюзионното изкуство и създаване на култура у зрителя, която да го подтиква към търсене на този тип изкуство, както и повишаване на професионалната компетентност на участниците.

В заключение илюзионизмът в света и в частност в България се крепи от векове на две негови отличителни характеристики: мобилност - изкуство “на колела“ и интерактивост чрез комбинация от жанрове и умело съчетаване на изкуство, наука, техника и др. Но най-важната карта е публиката. Магията е жива ако публиката вярва в нея. Бъдеще за илюзията има, защото броят на желаещите да се докоснат до този вълшебен свят расте.

Използвана литература:

Апостолов, Апостол. Фокуси и фокусници. София, изд. Техника, 1989

THE VILLAGE OF THE SUN – FUTURISTIC UTOPIA AND A BEAUTIFUL FUTURE MANIFESTO. STARO ZHELEZARE STREET ART FESTIVAL

Katarzyna Piriankov

Abstract: Staro Zhelezare is one aging village, disappearing in front of our eyes, with only 300 inhabitants left, only old people. No Bulgarian child was born here for over 10 years. Issues of archival, traces of memory, tradition, trials to find the sense of existence in all banal things are crucial here.

Tradition and modernity in art and culture actively coexist here. For this reason we should let our imagination run wild and connect the past and the future in the present time thus reflecting the local quality.

In the beginning we had no plans, it was totally spontaneous, we only knew that we didn't want to repeat some cliché. After 4 edition it occurred to be quite well developed strategy, giving possibility for full artistic satisfaction, visual effect, as well as huge range of benefits for locals – reducing nihilism with the vivid energy of young people, increasing their dignity by symbolic values, collecting their memories and giving stronger feeling of collective affiliation. The project occurred to have the features of UTOPIA, an experiment changing imagination, and consequently the existence.

The residents realized that they are participating in the birth of a new tradition as the paintings in the village become part of their new community identity thus transforming the village heritage. Before the appearance of the street art, the village was a place of Thracian Stonehenge, mineral water and partisans. Yet today Staro Zhelezare is mainly the street art village, global village of celebrities, created by a strong community engagement which fosters village regeneration through street art.

Keywords: street art, utopia, outdoor art, art strategies, rural art, social engagement

RURAL FUTURISM IS COMING!

**A combination of spirituality and activism, of conservatism and openness,
of provincialism and cosmopolitanism**

As far back as 2014 the Festival opening acts' theme was "Lost Memories, Found Dreams". Since then the "Village of Personalities" has developed character and power, and has become a recognizable 'personality' on the map of Bulgaria worth seeing. Contemporary art, murals and personal stories have become an inseparable part of the local heritage. Today Staro Zhelezare is Bulgaria's most artistic village, but it doesn't end there. What's more important –

in accordance with this place's rebellious tradition – is defiance against the hardships caused by the village's steep decline due to the elderly dying off, young people migrating, and an absence of regeneration.

An active spirit is strong within the inhabitants who remember their village's prosperous times when it was called Little Moscow and visited by Fidel Castro, Indira Gandhi, and Todor Zhivkov. Having seen the population drop from 3000 inhabitants at that time to under 300 today, the village is but an after-image or shadow, a mere memory of its glorious past. At the time of the regime transformation, the process of its erasure began – from physical existence as well as from the Bulgarians' consciousness. For someone not acquainted with Bulgaria it's an abstract and unknown spot, a typical place in the middle-of-nowhere.

Along comes the miraculously absurd to the rescue. What we as artists and our drawing school students imagined was created. The imagined was so probable that one wanted to ask 'why not?'. As a Czech animation master Jan Švankmajer once said: "Fiction is something which exists for sure. Art of this kind is supposed to make the imagined real because it seems so feasible. It's upside down absurd reality, it shows that something else is possible, that art has no boundaries."

From a village at the end of the world, Staro Zhelezare has become the center of the world where all people come to meet, even if only on the houses' walls – all people regardless of their position, status, nationality, worldview or other cultural criteria. Queen Elizabeth II, Winston Churchill and Angela Merkel have no problem with visiting the 'peasants' in Staro Zhelezare on a whim. There are plenty of personages painted – coming to Staro Zhelezare one gets the impression that it's full of people and full of life. This impression becomes more and more real every year, as the number of tourists increases and a growing number of urbanites choose to spend their weekends in a village house and garden.

The first guest-house has opened. Local seniors – women who are active members of a folk band and specialists in the Bulgarian slow food movement – are the media's darlings. There was good reason for their participation in the 2017 "Village Avant-garde" art demonstration proclaiming a Manifesto stating that the real avant-garde is born in the village. There is a reason why the world's first village department of the New York MoMA was created here in 2018.

VILLAGE OF THE SUN

2019 was special year for Staro Zhelezare as it was the fifth edition of the Staro Zhelezare Street Art Festival. This year's themes were UTOPIA, dreams of a better future and longing for the past, which have, in fact, been the core of our artistic activity in the village. From stagnation, defiance is born, supported by

the FUTURISTIC MANIFESTO OF A BEAUTIFUL FUTURE, defiance against the dictatorship of time, physiology and biology, and against the ruthless beasts of the economy, geography, demography and politics.

This year we wanted to approach dreams of Utopia and a beautiful future from yet another angle. Utopian visions circulate and create The Village of the Sun – in the footsteps of Tomasso Campanella's utopian 'City of the Sun'. They are futuristic on the one hand and quite nostalgic on the other. The absurdity lies in Staro Zhelezare's circumstances being exactly the opposite of the accelerating world at the turn of 19th and 20th century when the first avant-garde Futurist Manifesto was created. The Village of the Sun allows life to be as close to nature as possible and allows for the temptation to disturb the passage of time.

Looking into the future doesn't mean we reject the past. On the contrary, tradition is being actively cultivated here – this year the Staro Zhelezare Street Art Festival is being held for the 5th time and the House of Tradition is celebrating its 10th anniversary. Tradition and modernity in art and culture actively coexist here. For this reason we should let our imagination run wild and connect the past and the future in the present time thus reflecting the local quality. The past is particularly present here, most likely due to the villagers' age. We realized how strongly it is entrenched in the present when some of the local characters depicted in the murals passed away, and the seed of an archive of sorts was created - an archive painted on the village walls.

EMBALLAGE

Our artistic instinct is telling us to preserve what is most valuable, even if it only means traces, after-images, shadows of memories, feelings, life experiences and achievements. We want to save them from oblivion and evil forces. In the beginning of 2019 there was an attempt at their physical destruction – one night over ten of the portraits, including portraits of Indira Gandhi and Fidel Castro, the most symbolic for the local people, were defaced with red paint. Today red traces can still be seen through the restored portraits as a witness to history and a symbol of spiritual strength and endurance.

The symbolic place where we want to hide and preserve these values is the **PYRAMID**, situated in a spot considered by the Thracians as a place of power possessing special energetic characteristics. The Pyramid itself is in the shape of a regular tetrahedron and is a symbol of growth, willpower, courage and independence. Its form is conducive to organizing and storing energy reserves. It is the diamond of Staro Zhelezare, covered with metal sheets. It is a reference to one of the most renowned Polish artists, Tadeusz Kantor and his artistic emballages. Having experienced the trauma of war, he wanted to protect the most important values by wrapping their symbols. The Pyramid also relates to

Christo Javashvili who, by covering macro objects, makes them more visible.

The Staro Zhelezare Pyramid is then a place of power, where we can entrust our thoughts, emotions, reflections, and where we can hang a Martynica on a nearby tree. Pyramid, diamond, talisman... Utopia and asylum where people can find relief and peace. The structure is embedded in an atmosphere of poetry and mysticism and also alludes to rural chapels created by the Swiss architect of silence, Peter Zumthor.

FUTURISTIC MANIFESTO OF A BEAUTIFUL FUTURE

This year Staro Zhelezare Festival created an amazing atmosphere, attracted all local Bulgarian community, as well as many inhabitants and tourists yearning to feel the authentic heart of Balkans.

Young Artists from Poland guided by Ventsislav and Katarzyna Piriankov created impressive murals on the village fences, where local heroes are surprisingly but tastefully paired with STAR WARS icons, famous musicians, artists. If you wish to know, to see what do now Princess Leila, Hans Solo, Joda, John Lennon, Guantanamo Prisoner and Bob Marley, you should come to this village and maybe, join them.

Village residents defend their galaxy against evil powers along with the heroes from STAR WARS. Rangel fights with a light sword against Darth Vader, Penka the head of the inn Negida sits with Yoda on the swing, they talk about life, and they are being listened to by the golden robot 3PO. Jedi Knights are headed by the Mayor managing the hyperdrive that allows jumping into hyperspace, this year's team of artists from Poland, all of them create an army of rebels defending their rural republic against the EMPIRE OF EVIL.

Utopia, Dreams, Imagination, Carnival and Rituals they all have the power to reach much further than logic, and further than any social system in which we are entangled or trapped.

The songs IMAGINE by John Lennon, and THE WORLD IS STRANGE by Czesław Niemen appear as MANIFESTOS and they give the rhythms for a utopian dance of different nations, orientations and culture icons that would never meet 'in one movie'. Jews with bottles on their heads from "Fiddler on the Roof", Bulgarian ritual dancers Kukeri, dancer from the carnival in Rio de Janeiro, then Marcel Marceau and Charlie Chaplin, Mia Wallace and Vincent Vega from Pulp Fiction, Mexican girl from Dia de Muertos, and a prisoner from Guantanamo who emerges from behind bars. Ben Gourion on the corner standing on his head, and keeping the globe on his foot is saying 'Get ready to have your World Turned upside-down'.

A bit nostalgic reminiscences of the spiritual New Age 70s and MAKE LOVE NOT WAR, but on the other side still needed and appearing in contemporary version like on EDM festivals.

The recently deceased Zygmund Bauman, who described the character of contemporary society and the world as 'liquid modernity', urged his readers to create cultural utopias, which aren't ready-made political projects but open experiments in search of the limits of our abilities. As understood in this way, utopia is – as Paul Ricoeur would put it – 'the avant garde of a man heading towards the world and maturity', and 'by changing one's imagination, one changes their existence'.

The peculiarity of humanity turns out to hold invaluable potential when it comes to constructing the last resort for preserving certain forms of life and for creating a beloved utopia.

A slightly clumsy utopia, a plan to build the good, a dream of a better world with no plan... A realistic plan is out of the question, as everybody knows that putting utopia into practice in real life has adverse results. Dreams of a better future should flow without direction but with full force until they are eradicated in the near future, perhaps tomorrow. As they flow they gently hop, dreaming of a big jump, of a massive spurt, of a revolution. Sometimes it dares to rise up shouting and sometimes even to manifest something shamelessly.

Since it's doomed to fail anyway, why shouldn't we open the door to an unrestrained carnival imagination where the stereotypical becomes surreal and the ordinary becomes extraordinary? As in Švankmajer's animations, reality isn't either the sacred or the profane but it is magical. People walk or sit while searching for the meaning of the world and their own existence. One can find something mystical even in the banal.

MANIFESTO OF A BEAUTIFUL FUTURE

We demand never-ending fun and laughter
Long live beauty and youth until old age
We want a carousel in the playground
Tear down the offices and build Disneyland!
We demand wind so we can fly kites!
We want our burnt down school to be rebuild so we can learn again
We want children to run around the village, shout and laugh
Let's grab sabers, scythes and rakes!
Let's fight for the modern village revolution!
Let's kill the beasts of the economy, geography, demographics and politics!
~~Let's kill the dictatorship of time, physiology and biology!~~
Time is dead, long live the ball!
Growing tomatoes is magic!

АВТЕНТИЧНОТО ХОРО - ТРУДНОСТИ ПО СЪХРАНЕНИЕ, ПОДДЪРЖАНЕ И ВЪЗПРОИЗВЕЖДАНЕ, ПРЕДВИД СТИЛОВИТЕ СПЕЦИФИКИ

Анета Илийчова Вълканова

Abstract. The authentic “horo” is part of the folklore heritage of the Bulgarians and has its stylistic specific features. Being a part of the national and moral wealth, it is important to be preserved. The current report defines some of the difficulties related to the reproduction, maintenance and preservation of the authentic “horo” in Bulgaria in regard to the stylistic features. Attention is paid to the commercialization of the modern performing art which recedes further and further from the original folklore considering the modern way of life.

The relevance of the topic comes from the dynamic character of the modern life and the enhanced interest to the folklore.

Keywords: Bulgarian folklore, stage creativity, storage, commercialization

Автентичното хоро е част от фолклорното наследство на Българите и има своите стилови специфики, които създават трудност да бъде възпроизведено и съхранено в съвременните условия на живот. Последните години има едно завръщане към традициите и завишаване на интереса към българския фолклор, но да бъде възпроизведено автентичното хоро по начина, игран от нашите предци, е трудна задача. Вече съществуват много и различни клубове, формации, танцови състави. Потребностите на обществото в посока танци са различни, което води до сформирание на различни цели на всяка такава организация и различни методи и стратегии за реализирането им. Възникват нови тенденции, водещи до изместване на изворния фолклор и все по-малки възможности за съхранението му.

Целта на доклада е да посочи няколко от новите тенденции във фолклорните среди, както и няколко от трудностите по съхранение, поддържане и възпроизвеждане на Автентичното хоро. **Обект** на изследване е самият фолклорен сектор, свързан с автентичното хоро, а **предмет** са трудностите, които съпътстват възпроизвеждането и съхранението му.

Значимостта на темата се определя от това, че като част от нашето национално богатство фолклорът е и онази морална част, благодарение на която нацията ни е оцеляла през векове на робство и липса на всякаква възможност за културно и духовно развитие.

Актуалността се поражда от факта, че в последните години има завръщане към традициите и фолклора, също и огромна нужда от дейности свързани с изграждане на морални ценности в съвременното модерно общество. Мисленето на хората се промени и идеята да си модерна личност занимаваща се с автентичен фолклор допада на все повече хора.

1. Трудности по съхранението, поддържането и възпроизвеждането на Автентичното хоро в България.

Както вече бе споменато, интересът към българския фолклор и танцовото изкуство последните години е изключително завишен. Има много и различни организации, в които може да се учат танцови движения, да се танцуват произведения на популярни творци, предлагат се програми за всякакви поводи и тържества. Услугите, които се предлагат са разнообразни и съответно различни. Въпреки завишения интерес и голямото разнообразие на организации занимаващи се с фолклор, автентичното хоро трудно се поддържа и съхранява.

1.1. Клубовете по танци

В клубовете по танци има различни нива на обучение (начинаещи, средно и напреднали), изучават се предимно народни хора, но нивото на

танцовите умения е любителско. Постигането на високи танцови резултати е затруднено от събирането на различен тип хора, на различни възрасти и с различни способности. Уеднаквяването и изграждането на стил е трудно, почти непосилно, защото изисква по-дълги като времетраене репетиции и друг вид педагогика, която предвид различията няма как да бъде приложена. Естеството на работа е различно, гъвкаво и стремящо се да поддържа интереса към фолклора, но поднесено в по-модерен вид. Стилът се изгражда с години, а хората в клуба гонят по-бързи резултати и мотивацията им е в посока забавление чрез движения на фолклорна музика.

В репертоара на всеки клуб има автентични хора, обработени, а също и новосъздадени.

За да бъде съхранено, автентичното хоро трябва да бъде научено и възпроизведено с всички стилови специфики, характерни при изпълнението му и съответно за региона, от който е хорото. Предвид любителските възможности на членовете възпроизвеждането видоизменя движенията, стил няма и започва да се губи автентичността. Обработените и новосъздадените хора се нагаждат спрямо клубните възможности и интересите към по-модерни аранжimenti на музиката. Интересът към тях се завишава, а поради трудността за изпълнение този към автентичните хора намалява.

1.2. Танцовите състави

В танцовите състави нивото на танцовите умения е по-високо, времетраенето на репетициите е съобразено и достатъчно, работи се върху стила и характера на танца и фолклорния регион. В репертоара обаче автентичното хоро присъства все по-малко като цялост. Обработка се или част от движенията се включват в разработването на сложни танцови комбинации и се набляга на пространствени фигури. Танцуващите имат

малко информация за произхода на автентичните движения и за съответните региони.

1.3. Професионални формации

В професионалните формации нивото на умения и възможности е високо, но програмата е стилизирана и разработена по различен начин, а автентичното хоро е обработено или заменено с атрактивни и модерни комбинации.

2. Съвременното сценично творчество комерсиализирано и отдалечаващо се от изворния фолклор

Съществуват различни форуми, на които се представя изворен и обработен фолклор, но все по-често необходимостта от финансови средства за реализация на творческите проекти измества изворния фолклор, заменяйки го с лесни и бързо постижими хореографии. Правят се и се поставят модерни танцови проекти, които са търсени и предпочитани, защото съответстват на интересите на новото време. За да оцеляват, много от съвременните професионалисти са принудени да работят в посока бърза реализация и комерсиализация вместо търсене, възраждане, поддържане и съхранение на изворния фолклор.

3. Липса на квалифицирани кадри и професионални преподаватели

Липсата на квалифицирани кадри и професионални преподаватели, които да преподават качествено и да работят с материал основан на изворен фолклор, допълнително създава трудности по съхранението и поддържането му. Съществуват много организации, чиито ръководители имат малко познания свързани с автентичността и възможности да набират информация и опит, черпейки материал от извора. Преобладаваща част от тях залагат концепции и разработват стратегии за осъществяване на бизнес цели, които са далеч от това да се поддържа и възпроизвежда автентичното.

Заклучение

Дейностите, свързани с фолклора, последните години се развиват динамично и това налага постоянни промени, вследствие на които се появяват проблеми, изискващи решения. Обсъждането и прилагането на тези решения са от изключителна важност, за избягването на трудностите по съхранение и поддържане на изворния фолклор. Един добър начин за пречупването на въпросите, свързани с отрицателните въздействия върху изворния фолклор, е създаване на повече възможности за демонстриране, овладяване и качествено преподаване. България е една изключително красива страна, която има огромно фолклорно наследство. Освен възможностите да го съхраним и опазим, имаме възможност и да го популяризираме на световно ниво, което би се отразило чудесно за страната ни, стига да го приложим по правилния начин и да го рекламираме, така че повече чужденци да разберат за него. Това от своя страна дава още повече възможности за реализиране на творчески проекти и работа в посока неговото съхранение и възпроизвеждане.

„Фолклорът е просто нещо, но се иска голяма култура, за да го разбереш“

Филип Кутев

Този цитат не бива да се забравя, защото именно той стои в основата на това да осмислим стойността на изворния фолклор и това, че съхранявайки го имаме възможност да поддържаме българския дух и моралните ценности, толкова важни за обществото ни.

РАЗРАБОТВАНЕ, УПРАВЛЕНИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ НА ЕКСПЕРИМЕНТАЛНИ АРТПРОЕКТИ, ОСНОВАНИ НА АЛТЕРНАТИВНИТЕ СЕНЗОРНИ МОДАЛНОСТИ

Анита Паскалева – магистър артмениджмънт

Abstract: In this report I examine the specific details of developing, managing and successfully realizing experimental art projects, based on the alternative sensory modalities of contemporary art - tactility, smell, taste, balance. Experimental art projects are innovative, they have no analogue and cannot be attributed to any currently successful art-management practices. The report is based on empirical experience and presents my work on two identical in terms of operational parameters experimental art projects – „Hidden monuments – unlivd bodies of the city” and „The exhilarated senses of the city”. The examined projects are based on tactility and smell as artistic means of expression.

Key words: experiment, art, multi-sensor, art management

Изкуството се поддава трудно на дефиниране, а творческият акт е и експеримент. Всеки нов стил, жанр, течение в изкуството е бил в началото си експеримент. В експериментаторския дух е заложен първоначалния импулс и самата същност на процеса на развитие в изкуството.

При визуалното изкуство фокусът на внимание е поставен върху визията като се ангажират зрителните рецептори на възприемателите. Произведенията, основани на алтернативните сензорни модалности са мултисензорни или полисензорни. „Мултисензорно” в контекста на съвременното изкуство е понятие, с което определяме спецификата на използваните алтернативни художествени изразни средства като: визия, мирис, тактилност, звук, вкус, баланс в синхрон или с поставяне на фокуса върху едно от тях и изключване на останалите сетива при процеса на възприемане от реципиентите. Концепцията за експериментално изкуство, основано на алтернативните за визуалното изкуство сензорни модалности се вписва в контекста на едни от най- новите тенденции и интуиции в съвременното изкуство. Поставянето на тактилността, мириса, вкуса и други екстероцептивни или интероцептивни сензорики в понятието за изкуство е действие в посока разширяване границите на изкуството чрез използване на алтернативни средства за претворяване на авторовите художествени инвенции.

Ако се опитаме да поставим експерименталното мултисензорно изкуство, основано на алтернативните сензорни модалности на картата на многото течения, художествени прийоми и творчески практики, скъсали с традициите и академичните граници в изкуството, то експериментаторския дух на нашето съвремие е на практика без граници [7]. Мултисензорното изкуство е една от алтернативните тенденции, предизвикваща интерес и приобщаваща нови съмишленици сред автори, теоретици на изкуството и ценители.

1. Разработване на експериментални артпроекти, основани на алтернативните сензорни модалности.

Експерименталните артпроекти се определят като високорискови поради спецификата си на разработване, реализация и управление. Като артпродукт експерименталните проекти се характеризират с концептуална рамка, която предоставя на авторите възможност за експеримент с принципно нови, неизползвани до момента артистични практики и медии, представляващи иновации в изкуството. Липсата на аналог и фактът, че този тип проекти имат собствена специфика и не могат да бъдат пряко отнесени към съществуващи до момента положителни артмениджърски практики налага разрешаването на уникални концептуални и управленски проблеми от артмениджъра, изискващи иновативни подходи не само в разработването на проектната концептуална рамка, а и в управлението на артпроекта.

Разработването на концепцията на експерименталния артпроект представлява изходната точка, инициране на проекта и задава определени параметри на авторите. Тези параметри определят посоката на индивидуалните им творчески търсения, очертават измеренията на проекта като концептуални авторови решения и визия, чиято цел е от отделните произведения на творците да бъде създаден един звучащ цялостно синтетичен артистичен продукт.

В настоящата разработка, с цел по-ясно представяне на структурните особености и мениджърски специфики в разработването, мениджмънта и реализацията на един експериментален артпроект, ще разгледам два експериментални артпроекта, основани на алтернативните сензорни модалности. Проектите ще бъдат разгледани паралелно предвид сходните им параметри като концептуални рамки, мениджмънт, маркетинг,

човешки, финансови, материални, информационни ресурси и времеви параметри.

Разглежданите артпроекти са основани на тактилноста и мириса като художествени изразни характеристики. Концептуалните рамки на проектите задават именно тактилноста и мириса като база и средство за разработване на авторовите експериментални творчески концепции в едни съвременни форми на изразяване като: инсталации, обекти, пърформанс – инсталации, пърформанси, акции.

Творческият процес на авторите не подлежи на управление, ролята на артмениджъра се свежда до задаване на концептуална рамка на артпроекта, осигуряване на финансиране, съдействие за набавяне на материали, локации за презентиране на произведенията, мониторинг по съблюдаване времевите параметри на проекта, логистика, маркетинг, реклама и др.[2]. Авторите работят по зададената от идейната концепция задача като създават своите индивидуални творчески решения по проектната базова идея. Този подход на работа осигурява синкретична цялост на артпроекта, обединявайки различните авторски концепции в една, основана на зададената обща проектна изходна точка цялост.

„Скритите монументи – непреживените тела на града” е експериментален артпроект, основан на тактилноста като художествено изразно средство. Проектът е презентирен в градска среда, впоследствие експерименталните произведения са експонирани в експозиционните пространства на Център за визуално и мултисензорно изкуство (ЦВМИ) на 21 октомври 2014 г. в гр. Пловдив.

„Въодушевените сетива на града” е експериментален артпроект, основан на мириса като художествена характеристика и е представен в градска среда и експозиционните пространства на ЦВМИ на 22 септември 2015 г. отново в Пловдив

Високите нива на риск при разработването на експериментални артпроекти се определят от невъзможността да се предвидят с точност както авторския интерес и резултата от творческите търсения на артистите, така и начина, по който експерименталните произведения ще бъдат възприети от реципиентите.

Характерна особеност при разработването на експериментални артпроекти е, че концептуалната рамка на проекта определя търсенето и насочването към подходящи източници на финансиране. Въпреки трудностите, пред които се изправя артмениджъра при финансирането на

такива високорискови проекти, концептуалната рамка трябва да определя, а не да следва изискванията на дадена донорска програма или финансираща организация. Ако техническите параметри по проекта могат да бъдат съобразени с изискванията на определена финансираща програма, то концептуалната рамка е необходимо да бъде водеща, суверенна и не бива да бъде променяна и напасвана съобразно тези изисквания. Следователно мисията и целите на финансиращата програма е необходимо да бъдат релевантни на мисията и целите на експерименталния артпроект.

Друга характерна особеност при експерименталните изкуства е, че чрез експериментални произведения се реализират трудно приходи за авторите и арторганизацията. Експерименталният артпродукт е нов, непознат за възприемателите, все още не са създадени разбиране и потребност от тези артпродукти и съответно нямат своя пазарна ниша, въпреки че иновативните артпродукти обикновено нямат и конкурент на пазара, който предлага аналогичен продукт.

Предвид специфичните особености на експерименталните артпроекти, основани на алтернативните сензорни модалности, разгледани по-горе, проведеното проучване по търсене и насочване към подходяща финансираща програма доведе до ориентирането ни към Програма Дебюти на Национален фонд Култура към Министерство на културата. Програмата финансира именно високорискови дебютни проекти, ориентирана е към подкрепа идеите на млади автори и финансиране на организации, които разработват проекти, насочени към представянето на млади автори-дебютанти. Мисията и целите на Програма Дебюти на НФК към МК кореспондира с нашето намерение за участие в експерименталните проекти да бъдат поканени именно млади автори-дебютанти в колаборация с утвърдени автори.

1.1. Кураторска дейност при разработване на експерименталните артпроекти: Тактилен артпроект „Скритите монументи – непреживените тела на града” и Олфакторен артпроект „Въодушевените сетива на града”.

Кураторската дейност по проектите стартира с решението ни да поканим млади автори – дебютанти, магистри и докторанти от Национална художествена академия, София; Факултет по изобразително изкуство към Великотърновски университет, Велико Търново и Академия за музикално,

танцово и изобразително изкуство, Пловдив. Оптималният брой на участници по всеки от проектите, съобразно обема на отпуснатите ни финансови грантове, бе дванадесет автора.

Имахме възможност да поканим по девет млади автора-дебютанти и по трима утвърдени автора в сферата на съвременното изкуство за всеки един от двата проекта. Целесъобразно бе утвърдените автори да бъдат и преподаватели от избраните висши учебни заведения по изкуствата, като всеки утвърден автор предложи по трима свои ученици – дебютанти. Бяха сформирани творчески групи от по четирима автора по места, като утвърдените автори поеха ролята и на ментори на младите автори.

Решението ни да работим с млади автори-дебютанти бе основано на вярването ни, че младите автори ще генерират по-лесно творчески идеи, основани на едни принципно нови изразни средства в изкуството. Утвърдените автори, които имат изграден собствен стил по-трудно предприемат експериментаторски рискове, а колаборацията между дебютанти и изявени имена предоставяше възможност за съчетаване опита и индивидуалното авторско присъствие на утвърдените автори с експериментаторския дух и творческо дръзновение на авторите-дебютанти.

1.2. Планиране. Бюджетен план. Анализ на риска.

Реализацията и управлението на артпроекти се основават на общите принципи в артмениджмънта. Артпроектът представлява система от планирани взаимосвързани дейности, които трябва да постигнат предварително поставени цели в ограничена времева рамка с предварително зададен ресурс. Според системния подход в мениджмънта планирането, осъществено в процеса на разработване на артпроектите и основано на мисията и стратегическите цели, които стоят в основата на всеки артпроект, задава проектната рамка, посредством която се залагат времевите параметри, дейностите, чийто резултат осигурява постигане на проектните цели и разпределението на финансовите, материалните, човешките и информационни ресурси [2].

Планирането в разработването на разглежданите артпроекти бе структурирано по дейности, чиято цел е качествено, ефективно и ефикасно да бъдат постигнати целите на проекта. Планирането представлява най-важната и трудна функция на мениджмънта, тъй като определя както структурата, така и съдържанието на другите основни мениджърски

функции според функционалния подход в мениджмънта [2]. Дейностите по проекта бяха планирани като бяха набелязвани локации, изпълнители, бе разпределен финансовия ресурс, зададени времеви параметри, определиха се рисковите фактори, които могат да застрашат успешната реализация и се разработиха алтернативни подходи за разрешаването им. В процеса на планиране се очертаваха конкретните стъпки по организиране, контрол и ръководство на артпроектите и се набелязваха индикациите, по които ще се отчете успешното им изпълнение.

Бюджетният план бе разработен на етап планиране. Бюджетният план по принцип съдържа разходната и приходна части по пера в разбивка по компоненти с посочени мерни единици, количества и единични цени. В бюджетните планове на артпроектите, които разглеждам, не присъства приходна част, предвид спецификата им като експериментални. Бюджетните планове съдържат донорския грант, собственото участие на арторганизацията и приносът на партньорите по проекта в материално и финансово изражение. Впоследствие на етап реализация разходите се разпределиха по дейности в съответствие с размера на верифицираните допустими разходи при сключване на договора с финансиращата организация.

Анализ на риска също е компонент на планирането на етап разработване на проектните предложения. Експерименталните артпроекти „Скритите монументи – непреживените тела на града” и „Въодушевените сетива на града” носят висока степен на риск и поради факта, че 70% от авторите, участници в проекта са млади автори – дебютанти с много малък или никакъв опит в представянето на свои произведения пред публика и участие в артпроекти. На етап планиране се осъществи анализ на риска по дейности като се предвидиха възможните рискове, които могат да отклонят всяка дейност от успешното и осъществяване. Основните набелязани рискове бяха идентифицирани по отношение на външни условия – неблагоприятни метеорологични условия при представяне в градска среда, отношение на публиката – липса на интерес, нови нормативни актове и др. Вътрешните фактори, носещи потенциален риск бяха сведени до проблеми в екипа, отказ от участие на автор на етап реализация, ненавременна доставка на материали. При анализ на всеки риск се определи неговата значимост по отношение успеха на артпроектите и степента на вероятност да се случи. За всеки потенциален риск се разработи план на действие, който включва следните стратегии на

действие: игнориране на риска или алтернативен подход на действие и други адекватни методи и прийоми за справяне с рисковата ситуация.

2. Реализация и управление на експерименталните артпроекти „Скритите монументи – непреживените тела на града” и „Въодушевените сетива на града”.

При реализацията и управлението на разглежданите артпроекти бе използван петфазният модел, който разграничава пет фази в хода на разработване и реализация на проектите: идентификация – инициране на проектите, планиране, изпълнение, мониторинг и контрол, приключване на проектите. Реализацията и управлението на проектите са два паралелни процеса, които протичат в синкретична цялост [1].

Организиране на артпроектите е процесът, при който планирането преминава на етап действие и представлява компонент от изпълнението на артпроекта. На входната позиция се консолидират материалните, финансови, човешки и информационни ресурси. Организирането на експерименталните артпроекти се осъществи по дейности при съблюдаване на времевите параметри по всяка дейност и изпълнението на всяка задача в срок, което се осъществи от ръководител проект.

Ръководство по проектите включва дейностите, които консолидират членовете на екипа по проекта да работят заедно за постигане на проектните цели. Една от основните компоненти на планирането е *мотивирането* на членовете на екипа [1]. Времето от поканата към авторите за участие във всеки един от двата артпроекта до презентирането на проектите пред публика е една година. От първоначалния ентузиазъм за участие в експерименталните артпроекти до постигане на крайния резултат в разстояние на една година авторите, особено младите автори-дебютанти, преминават през много различни етапи на творчески подъем и спад, вярва в успешния експеримент, съмнения и дори в отделни случаи до желание за отказ от участие в проектите на етап реализация. При работа на артмениджъра с творци е необходимо да се има предвид спецификата и психологическите особености на творческите личности. Поддържане на мотивацията за творческа работа по артпроектите се основава до голяма степен на достатъчно честите срещи на куратора и ръководител проект с екипите по места и лични срещи с всеки един от авторите поотделно, съдействие за подбор и закупуване на материали за произведенията. По

този начин младите автори бяха поставени в ситуация на подкрепа и принадлежност към една стабилна и успешна структура, която генерира и реализира иновативни идеи. Особено значение за високата мотивация на младите автори-дебютанти бе участието в двата артпроекта като куратор и автор на художествените концепции на проф. д-р Петер Цанев – водещ наш теоретик на изкуството и ярък съвременен автор с международно признание.

Мониторинг и контрол по експерименталните артпроекти е четвъртата функция на артмениджмънта и се отнася до контрол на работния процес. Контролът и постоянното наблюдение /мониторинг/ осигуриха ефективното и навременно изпълнение на всяка една от задачите по дейности. Мониторинг и контрол бе осъществен както по отношение изпълнението на задачите от екипа на проектите и авторите, така и по проследяване и разпределение на финансовите средства, материалните и информационни ресурси.

3. Маркетинг на експерименталните артпроекти „Скритите монументи – непреживените тела на града” и „Въодушевените сетива на града”.

Маркетингът, като „...система от правила, похвати и действия за изучаване на пазара, за създаване и засилване на на потребителския интерес към продуктите с оглед възможно най – бързото им реализиране на относително изгодна цена” [2, стр. 224] е неприложим в класическия си вариант при разработване и реализация на иновативни експериментални артпродукти.

Процесът на обмен между индивиди и групи с цел взаимноизгодна размяна на емоции, идеи и преживявания от страна на творците и съответното финансово изражение от страна публиките, характерно за маркетинга на артпродукти на този етап се отнася по – скоро до привличане на внимание, разбиране и съучастие от страна на възприемателите. Необходимо е време и повторяеми усилия на артмениджъра за запознаване, разясняване и създаване на интерес и потребност у публиките от този вид изкуство. *Маркетинговата стратегия* при реализиране на експерименталните артпроекти с нейните компоненти - избор и анализ на целевия пазар и специфичен *маркетингов микс* бе фокусирана върху избор на целеви аудитории, адекватни медийни канали

за рекламиране на експерименталните артпродукти, образователна дейност и ПР кампании, ориентирани към провокация, събуждане на интерес, информиране и разясняване качествата и спецификите на новите артпродукти. Основна маркетингова стратегическа цел на този етап на работа бе формирането на публики, на целеви аудитории, а маркетинговият микс включва създаване на качествени експериментални артпродукти и промотирането им със съответните рекламни, ПР и образователни дейности.

Презентирането на мултисензорните произведения в градска среда в локация, характеризираща се с интензивен човекопоток по двата артпроекта бе както концептуален, така и маркетингов ход. С този ход имаме за цел да улесним достъпа на публиките до произведенията и авторите като провокираме и ангажираме вниманието не само на целенасочено дошлите възприематели, но и на случайно преминаващи граждани, които да бъдат въввлечени в нови по своята същност преживявания, встъпвайки във взаимодействие с интерактивните мултисензорни произведения.

Образователна дейност с дългосрочна цел формиране на публики като маркетингов ход осъществихме посредством публикация на пет тактилни произведения от Тактилен артпроект „Скирите монументи – непреживените тела на града” в учебника по Изобразително изкуство за седми клас на издателство „Просвета плюс”, онагледявайки темата за инсталация. Учебникът е издаден през 2018 г.

Радиореклама бе разработена под формата на аудио спотове в радиостанции с локално и национално покритие и таргет, кореспондиращ с нашите целеви аудитории като Радио 1, БГ Радио, Радио Енерджи. Спотовата реклама бе излъчвана във висока ротация в рекламни блокове, ангажиращи и прайм тайма на радиостанциите. Излъчването на спотова аудиореклама за рекламиране на съвременно изкуство е иновативен подход, който за сега няма аналог у нас и цели покриването на широк таргет чрез едни от радиостанциите с най-висок слушателски рейтинг у нас.

В локален ефир по Радио Пловдив бяха излъчени интервюта с куратор на проектите и автори, които разясняваха спецификите на експерименталните артпродукти на достъпен за широка публика език, с цел избягване на „шум в медийните канали” [3] чрез употребата на нови

или професионални термини, характерни за съответните експериментални форми в изкуството.

Телевизионен канал БНТ 2 ексклузивно излъчи разширени репортажи във вечерната и обедна емисии новини в локален телевизионен ефир.

Печатна реклама бе разработена под формата на афиши в по-голям от обичайния за афиши формат и флаери.

Разработването, управлението и реализацията на експериментални артпроекти е процес, характеризиращ се със специфични особености, които разгледах накратко в настоящата разработка, основавайки се на базовите принципи в артмениджмънта и емпиричен опит. Експерименталните форми в изкуството са предизвикателство пред артмениджъра, авторите и възприемателите, но предоставят възможност за експеримент в сферата на съвременното изкуство и стимулират творческия потенциал на съвременните автори, а експериментът в изкуството чертае нови посоки в развитието на изкуството като разширява понятието за изкуство в неизследвани от творците досега територии.

ИЗТОЧНИЦИ:

1. Андреев, О. (2006). Мениджмънт на проекти, София: Изд. СОФТРЕЙД
2. Бушева, Ж., Стоичкова, Т., Арутюнян, С., Константинова, Е. (2014). Артмениджмънт, Пловдив: Изд. УИ „Паисий Хилендарски”
3. Караджов, Л. (2018). Публични комуникации в изкуството. Пловдив: Изд. АМТИИ
4. Караджов, Л. (2015). Кризисен ПР на арторганизации. Пловдив: Изд. АМТИИ
5. Константинова, Е. (2018). Бизнес модели на арторганизации. Пловдив: Изд. АМТИИ
6. Станев, В. (2013). Какво е и какво не е ПР. София: Изд. „Сиела”
7. <http://storyo.ru/gombrih/32.htm> Експериментальное изкуство, /22.11.2019/

ПОДГОТОВКА БУДУЩИХ ПЕДАГОГОВ К РУКОВОДСТВУ ХУДОЖЕСТВЕННО-ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ДОШКОЛЬНИКОВ

Ежкова Нина Сергеевна,
доктор педагогических наук, профессор кафедры психологии и педагогики
Тульского государственного педагогического
университета им. Л.Н.Толстого

Югфельд Ирина Александровна,
кандидат педагогических наук, доцент департамента педагогики
Московского городского педагогического университета

Ежкова Полина Евгеньевна,
магистрант факультета психологии
Тульского государственного педагогического
университета им. Л.Н.Толстого

Abstract: The article considers the main areas of preparation for future teachers to organize the artistic activities of preschoolers. The authors describe the specific features and potential of direct and indirect emotional effects on the child. The role of teaching practice in the formation of students' preparedness to guide the creative activities of children is shown. The article analyzes teacher's emotional culture in the unity and mutual influence of its leading components: motivational and axiological, cognitive and activity- and practice-oriented ones.

Keywords: artistic activities, preschoolers, students, creativity, emotional component, emotional culture, components, educational and pedagogical objectives.

Одной из приоритетных задач деятельности педагогов дошкольных образовательных организаций является художественно-эстетическое развитие детей. Дошкольный возраст является наиболее сензитивным для становления эмоционально-ценностного отношения к различным видам

искусства. Художественное воспитание в этот период позитивно влияет на интеллектуальное, эмоциональное, волевое развитие ребенка, на его личностный рост, способствует использованию различных моделей включения в социум, способов взаимодействия со взрослыми и сверстниками. Художественное воспитание (воспитание средствами искусства) Б.М.Неменский и Н.Н.Фомина рассматривают как важнейший инструмент формирования мировосприятия личности ребенка. Б.М.Неменский подчеркивал, что искусство совершает гигантскую работу по эстетическому формированию личности, приобщая ребенка к миру художественных ценностей, оно «очеловечивает» его. Искусство способствует развитию интуиции, «чувства прекрасного», художественного вкуса. Особенно значимо, что вовлечение ребенка в пространство искусства помогает раскрытию его творческого потенциала, развитию способностей при самостоятельном участии в художественном творчестве. Среди задач художественного воспитания создание запаса элементарных знаний и впечатлений, звуковые, пластические, цветовые впечатления, первоначальный чувственный опыт, эмоциональное переживание, оценивание эстетических предметов и явлений, формирование художественно-эстетических способностей. Искусство приобщает детей к творчеству как художественно-образному мышлению на основе деятельности и восприятия.

Педагог выступает как носитель художественного опыта, как мотиватор и транслятор художественных идей.

Подготовка студентов осуществлялась в разных видах деятельности и, прежде всего, художественно-творческой. Профессиональная подготовка будущих педагогов к руководству художественно-творческой деятельностью детей включает в себя ряд направлений:

- усвоение знаний, формирование умений и навыков в области эстетического воспитания детей, что позволяет развивать у дошкольников

изобразительные умения, художественно-творческие способности, эмоциональную отзывчивость, эстетическое восприятие, вкус;

- овладение технологиями приобщения детей к ценностям, что служит средством постижения отечественной и мировой культуры, позволяет формировать эмоционально-ценностное отношение к миру, обогащает детей художественными, ценностно-ориентированными образами;

- формирование у студентов готовности использовать методы эмоционального развития детей, что позволяет образно самореализовываться, не только проявлять эмоциональное отношение к воспринимаемым художественным образам, но и создавать их в рисунке, поделке, играх-драматизациях.

Несмотря на вариативность направлений, ведущее место в профессиональной подготовке принадлежит эмоциональному компоненту, включающему в себя готовность педагогов к эмоциональной поддержке развития дошкольников в художественно-творческой деятельности, пробуждению у них разнообразных эмоций и чувств, способствующих проявлению детского творчества и созданию выразительных образов.

В процессе изучения психолого-педагогических дисциплин важно подводить будущих педагогов к осознанию того, что эмоциональное влияние на детей в процессе художественно-творческой деятельности может быть прямым (непосредственным) или опосредованным. Эмоциональный характер прямого общения достигается соответствующей окрашенностью речи: использованием образных слов и выражений, вариативностью громкости, темпа речи и др., особой подачей информации. Эмоциональный характер опосредованного общения связан с внешними проявлениями, с моторным оформлением жестов, мимики, позы, пластики. Для этого педагогу особенно важно владеть «языком движений», что даёт ему возможность общаться с детьми не только в речевой форме, но и на

невербальном уровне, выражая состояние вдохновения, сочувствия, огорчения, радости. Образцы отзывчивости, понимания душевного состояния детей, причин их переживаний позволяют достичь эмоционального резонанса с каждым ребёнком, придают чувственную окраску взаимоотношениям.

В процессе профессиональной подготовки педагогов необходимо акцентировать внимание на эмоциональной культуре, целенаправленно формировать её основы. Профессиональная подготовка в аспекте развития эмоциональной культуры строилась с ориентацией на следующие компоненты.

Мотивационно-ценностный компонент – направлен на развитие ценностного отношения к эмоциональной культуре и раскрытие её мотивационной основы. В него входит понимание роли и смысла эмоциональной культуры педагога, желание овладеть ею, развитие устойчивого интереса к эмоциональной составляющей педагогической деятельности. Профессиональная подготовка в данном направлении должна включать педагогические средства, пробуждающие эмоциональный характер восприятия научной информации, её анализ с позиции рефлексии своего жизненного и практического опыта. К ведущим средствам можно отнести все виды искусства. Произведения художественной литературы, живописи, скульптуры и др., ярко и образно передают внутренний мир взаимоотношений между взрослыми и детьми, богатую палитру чувств, детских эмоций. Специальный отбор и включение художественных произведений в процесс изучения педагогических дисциплин позволяет понять эмоциональную сторону профессии педагога дошкольной образовательной организации, понять значимость эмпатических способов поведения, актуализации переживаний в процессе преподнесения художественного материала, педагогической оценки результатов художественно-творческой деятельности детей. Анализ

художественных произведений должен побуждать будущих педагогов к осознанию важности согласования педагогических воздействий с эмоциональной жизнью детей, к созданию условий, обеспечивающих эмоциональный комфорт в процессе образной самореализации.

Когнитивный компонент предусматривает:

- формирование системы знаний об эмоциональной сфере ребёнка, механизмах пробуждения эмоций в процессе восприятия произведений искусства, о методических основах организации художественно-творческой деятельности с позиции эмоционального влияния на детей;
- развитие эмоционального интеллекта как способности распознавать и оперировать эмоциональной информацией, понимать эмоции людей и свои собственные.

Все знания можно разделить на три группы: 1. Знания об эмоциональной сфере человека, закономерностях развития, механизмах влияния на неё, специфике и месте эмоциональных проявлений воспитателя в системе педагогической деятельности. 2. Знания технологий эмоционально-окрашенного сопровождения художественно-творческой деятельности, методах, средствах пробуждения у детей эмоциональных переживаний, развития эмоционально-ценностного отношения к образовательному содержанию. 3. Знания способов эмоциональной поддержки каждого отдельного ребенка в процессе создания образов в рисунках, поделках и др.

Процесс формирования знаний в области эмоциональной культуры педагога важно согласовывать с содержанием образовательного материала и подчинять логике его изучения. Значительные возможности в этом плане имеют:

детская психология, дошкольная педагогика, методики дошкольного образования и другие.

Важное место в обогащении знаниями в области эмоциональной культуры занимает решение учебных, педагогических задач. Среди разнообразных классификаций выделяют задачи на:

- обогащение знаний об эмоциональной составляющей педагогической деятельности;
- моделирование эмпатийных способов поведения;
- установление соответствия методов эмоционального воздействия цели и содержанию художественно-эстетического развития;
- оценку экспрессивных проявлений педагога и др.

Деятельностно-практический – владение способами влияния на эмоциональную сферу детей с целью пробуждения переживаний, влияния на эмоциональное состояние каждого ребёнка. Для этого важно овладеть такими умениями как рефлексивные, перцептивные, экспрессивные, а также умения проявлять эмпатию.

В своей статье «Болгарский народный танец в контексте национальной идентичности в глобальном мире» д-р Казашка ссылается на Союз культур и создание культурного сообщества как основу современного глобального общества. Концепция глобального общества основана на объединении многочисленных и разнообразных человеческих групп, которые соединяются друг с другом и образуют большое сообщество, и испытывают чувство солидарности и взаимодействия в сообществе. Новые технологии и Интернет создают возможность более глубокой глобализации и постоянного контакта, хотя и на расстоянии. Меняется и общение между людьми - все меньше встреч с глазу на глаз, больше социальных сетей. В этом смысле практическая деятельность, связанная с искусством, имеет особое значение для дошкольников.

Развитие профессиональных умений в области проявления эмоциональной культуры педагога дошкольной образовательной организации успешно осуществляется в процессе педагогической

практики, а также при изучении элективных курсов, спецкурсов, курсов по выбору. При организации педагогической практики мы включали систему заданий, позволяющих соединять сформированные знания об эмоциональной культуре педагога с практическими умениями её проявления при организации художественно-творческой деятельности. Система заданий базировалась на следующих положениях: создание эмоционально-окрашенного сопровождения в соответствии с психофизиологическими особенностями дошкольников, видом художественно-творческой деятельности (рисование, лепка, аппликация и др.) и решаемыми образовательными задачами; адекватность и выразительность моторного экспрессивного оформления профессиональных действий.

Профессиональная подготовка педагогов к руководству художественно-творческой деятельностью детей достаточно сложное, многоаспектное понятие. Важное место в ней отводится развитию эмоциональной культуры, которая составляет основу педагогической деятельности педагогов дошкольных образовательных организаций, обеспечивая продуктивность решения различных образовательных задач, включая проблемы руководства художественно-творческой деятельностью детей.

Литература

1. Волинкин В.И. Художественно-эстетическое воспитание и развитие дошкольников: учебное пособие. - Ростов-н\д: Феникс, 2007. -441с.
2. Гиппенрейтер, Ю.Б. Общаться с ребёнком Как? /Ю.Б.Гиппенрейтер. - М.: ЧеРо, 1997. - 240 с.
3. Ежкова, Н.С. Дошкольная педагогика. /Н.С.Ежкова. - М.: Юрайт. 2017. – С.156-174.

4. Ежкова, Н.С. Методическая подготовка практических работников к эмоционально-развивающему образованию дошкольников. /Н.С.Ежкова. //Психолого-педагогический поиск. Научно-методический журнал. 2014. - № 3 (31). - С. 182-187.
5. Неменский Б.М. Педагогика искусства. - М.: Просвещение, 2007.-256с.
6. Югфельд И.А. Психологическая безопасность образовательной среды в аспекте игрового моделирования. Теория и практика на психолого-педагогическата подготовка на специалиста в университета. Втора книга. Габрово. България.2016., с.с.410-413.
7. Kazashka V., THE BULGARIAN FOLK DANCE IN THE CONTEXT OF THE NATIONAL IDENTITY IN THE GLOBAL WORLD, Arts Academy – Scientific journal, Kazakh National Academy of Choreography , ISSN 2523-4684, Index- 74863, p. 18-24.

ЗНАЧЕНИЕ НА ПЪРВОТО СВЕТОВНО ИЗЛОЖЕНИЕ ПРЕЗ ВИКТОРИАНСКАТА ЕПОХА

Томи Попечкин,

докторант в ПУ "Паисий Хилендарски" гр. Пловдив

Abstract:

The era of the Contemporary World's Fair begins with the Grand Exhibition of the Works of Industry of All Nations, held at London's Hyde Park in 1851. This is made possible through the efforts of Queen Victoria's husband, Prince Albert, who is of continental origin and is well aware of the potential of the exhibitions. In the early 19th century, the Industrial Revolution began to transform Britain. The Industrial Revolution in the 19th Century began to transform Britain. The country is described as the "Workshop of the World".

At the center of the London Exposition is the Crystal Palace, which is the first of its kind modular cast iron and glass construction, a source of worldwide recognition. The famous Crystal Palace, designed by Joseph Paxton, is built on an area of nearly 20,000 square meters and over 60 countries showcase the latest in industrial design. Over 100,000 items from over 14,000 exhibitors from around the world are exhibited, grouped into four main themes: Machinery, Manufacturing, Fine Arts and Raw Materials.

The facts presented demonstrate the significance of the event, but in this report I will highlight various aspects to answer the question of whether the UK's presentation to international audiences and the acceptance of free trade are intended to lead to more sales of British goods abroad or is the purpose a demonstration of economics and political hegemony in response to the high efficiency of the 1844 French Industrial Exhibition?

Ерата на съвременния световен панаир започва с Голямото изложение на произведенията на индустрията на всички нации, което се провежда в лондонския Хайд парк през 1851 г . То става възможно благодарение на усилията на съпругът на кралица Виктория, принц Алберт, който е с континентален произход и добре познава потенциала на изложенията. Индустриалната революция през 19 век започва да преобразува Великобритания. Страната е описвана като „работилницата на света“.

В центъра на Лондонското изложение се намира Кристал палас, който представлява първата по рода си модулна конструкция от чугун и стъкло, източник на световно признание. Прочутият Кристал палас, проектиран от Джоузеф Пакстън е изграден на площ от почти 20 000 квадратни метра и над 60 страни показват най-новото в индустриалния дизайн. Изложени са над 100 000 предмета от над 14 000 изложители от цял свят, групирани в четири основни теми: Машины, Производство, Изящни изкуства и Суровини.

Изложените факти демонстрират значимостта на събитието, но в настоящият доклад ще обърна внимание на различни аспекти, за да отговоря на въпроса дали представянето на Великобритания пред международна публика, и приемането на свободна търговия, има за цел да доведе до повече продажби на британски стоки в чужбина или целта е демонстрация на икономическа и политическа хегемония като отговор на високата ефективност на френското индустриално изложение от 1844г.

Английските национални панаири от 18-ти век съчетават традиционни изложения и карнавали. През 1754г. в Лондон се създава „Дружество за насърчаване на изкуствата“, което по-късно се преименува на „Дружество за насърчаване на изкуствата производството и търговията“.

Предшественик на Голямото изложение от 1851г. в Лондон са Парижките индустриални изложения (1798-1849г.). Те са под властта на националното правителство, чиято цел е да помогне на френските производители да се състезават срещу британците на международния пазар. Британците обаче са уверени, че техните продукти са превъзходни и не подражават на тази идея. Вместо това, в Лондон се създават технически институти, които осигуряват образование на занаятчии и фабриканти, а през 1830 година започват да спонсорират изложенията, където се представят най-новите научни изобретения.

Периода на средната викторианска епоха (1850–1870) се характеризира като „Златните години на Великобритания“ Това е период на просперитет за британския народ. Нейните инженерни постижения и приходите от колониите на Британската империя, я превръщат във водещ световен център.

Викторианска епоха

Викторианската епоха обхваща периодът на царуване на кралица Виктория, като кралица на Обединеното кралство на Великобритания и Ирландия, от короноването ѝ през 1837 г., до смъртта ѝ през 1901 г. Нейното царуване продължава 63 години и седем месеца. Това е най-дългият период от всичките ѝ предшественици. През 1897г. кралица Виктория отпразнува своя диамантен юбилей, когато тя е кралица на Обединено кралство Великобритания и Ирландия и императрица на Индия. Диамантеният юбилей заварва Великобритания в най-голямата си сила, а също така и като най-важната индустриална държава за своето време и като империя, включваща почти една четвърт от населението на света. В историята на Обединеното кралство, царуването ѝ съвпада с първата част от епохата Belle Époque (Златен век) на континентална Европа, който възниква в ерата на третата френска република от 1871г. и продължава до Първата световна война през 1914 г. Това е период, в който европейската цивилизация достига своя връх на икономически просперитет, технологични, научни и културни иновации и колониални империи. През Викторианската епоха Великобритания предприема глобална имперска експанзия, особено в Азия и Африка, което прави Британската империя най-голямата империя в историята и националното самочувствие достига своя връх. Викторианците са впечатлени от науката и напредъка и смятат, че могат да подобрят обществото по същия начин, както подобряват технологиите.

Преди 19-ти век в Англия има няколко училища, които се управляват от църквата, която се противопоставя на опитите да се осигури светско образование. През Викторианския период театрите и оперите са широко посещавани и се наблюдава особен интерес към автори като Чарлз Дикенс, Артър Конан Дойл, Шарлът, Емили и Ан Бронте. Според носителят на нобелова награда за мир Хенри Кисинджър, причината за разделението на Запада и развиващите се страни е в това, че тези култури са пропуснали ранното въздействие на Нютоновата революция. Исак Нютон е смятан от мнозина за най-великият и най-влиятелен учен, живял някога, тъй като открива Закона за земното привличане, което окончателно премахва последните съмнения към хелиоцентричната теория и законите за движението на телата, които поставят началото на класическата механика и са в основата на подема на индустриалната революция.

Периодът на огромен напредък съвпада точно с периода на безпрецедентна Европейска експанзия. От 35% през 1815г., европейското пряко колониално господство обхваща почти 85% от земното кълбо до 1914г. Всички континенти са засегнати, най-вече Африка и Азия, а двете големи империи са британската и френската, които са съюзници и партньори в някои неща, а в други са враждуващи съперници.

С изреча „Злато, Бог и Слава“ („Gold, God, and Glory“), историците описват мотивите за отвъдморските проучвания, разширяване и завоевания, които позволяват на различни европейски държави да се издигнат до световна сила между 1400 и 1750 г.

- „Злато“ се отнася до търсенето за материална печалба
- „Бог“ се отнася до войнствените кръстоносни и мисионерски традиции на християнството.
- „Слава“ намерка за конкуренцията между монархиите.

Мотивирани от тези три цели, няколко Западно европейски народа, европейците постепенно вкарват различни народи в своята икономическа и политическа сфера, поставяйки основите на западното световно господство.

През 19-ти век индустриалната революция процъфтява и страни като Обединеното кралство и Франция, се нуждаят от суровини за своите промишлени предприятия, както и пазар за своите продукти. Населението на Великобритания нараства безпрецедентно, придружено от бърза урбанизация, което причинява значителни социални и икономически натоварвания. За да търси нови пазари и източници на суровини, британското правителство под ръководството на Бенджамин Дизраели, министър-председател по онова време инициира период на имперска експанзия.

Често думите „империализъм“ и „колониализъм“ се считат за синоними и затова бих искала да направя уточнение.

- *Империализъм*

Терминът „Империализъм“, произлиза от думата „император“, която означава „управляващ“. Империализмът се основава върху окупацията и господството над малките нации от чужди сили с *икономически и политически цели*, като по същността си е агресивен, цели териториално разширяване и води борба за световна хегемония.

- *Колонизация* от друга страна произлиза от думата колония (лат.), което

означава „селище“ и се отнася до държави, които създават и поддържат колонии в определена територия от хора, които се намират в друга. Суверенитета над колонията се упражнява от държавата-майка, която е вишестояща по отношение на зависимите от нея територии – държави, протекторати, колонии и др.

Британска империя

Основите на Британската империя са положени, когато Англия и Шотландия са отделни кралства. В края на 16 век са създадени търговски мрежи с отвъдморските владения. През 1783г., Северна Америка печели независимостта на тринадесетте колонии и Великобритания насочва вниманието си към Азия, Африка и Тихия океан.

След разгрома на Франция в Революционните и Наполеоновите войни (1792–1815 г.) Великобритания се очертава като основна морска и имперска сила на 19 век.

Периода между 1815 и 1914 г. е наричан британския "имперски век", когато Англия е най-голямата империя и най-голямата световна сила в историята. Включва господства, колонии, протекторати, мандати и други територии, управлявани или администрирани от Обединеното кралство и неговите предшественици. Най-ценното и многолюдно владение на Великобритания, "перла в короната" е Индия.

Британският Радж е правилото на управление на Британската корона на Индийския субконтинент от 1858 до 1947 г. През 1876г., кралица Виктория е провъзгласена за Императрица на Индия.

Наред с официалния контрол, който Великобритания упражнява над собствените си колонии, нейното господство над голяма част от световната търговия означава, че тя контролира и икономиките на други региони, като Азия и Латинска Америка.

Британското господство в морето се описва като *Pax Britannica* ("Британски мир"), период на относителен мир в Европа и света (1815-1914), през който Британската империя се превръща в глобален хегемон и до 1913 г. властва над 412 милиона души, което е 23% от световното население по това време, а до 1920 г. покрива 35 500 000 км², което се равнява на 24% от земната повърхност. Това, разбира се, оказва сериозно въздействие и нейното политическо, правно, езиково и културно наследство е широко разпространено и днес. Британската империя често се

описва като „империята, върху която слънцето никога не залязва“, тъй като слънцето винаги огрява поне една от нейните територии.

От края на Наполеоновите войни през 1815 г. до Първата световна война през 1914 г. Обединеното кралство играе ролята на глобален хегемон.

Кралският флот превъзхожда всички други флоти в света, заедно. Между 1815 г. и приемането на германските военноморски закони от 1890 и 1898 г. само Франция представлява потенциална морска заплаха.

Свободната търговия играе ключова роля за икономическия растеж и финансовото господство на Великобритания. Търговията със стоки и капитали по света и е основният модел, който се практикува след 1840 г. За ръстът на британската имперска сила от особено значение се оказват парахода и телеграфа, новите технологии, изобретени през втората половина на 19 век.

Развитието на търговията и възходът на бизнеса бяха сред основните причини за индустриалната революция.

Индустриалната революция

Преди възхода на индустриализма, цикълът на сезоните регулира живота на хората. Пролетното обновяване се отбелязва с майските празници, а прибирането на реколтата бележи края на вегетативния период. Зимното и лятното слънце стоеше са повод за обща радост.

Индустриалната революция започва във Великобритания в края на 18в., когато се появяват нови идеи за свободните пазари, като например „Богатството на народите“ (1776) на Адам Смит.

Индустриалната революция е повратен момент в историята, който повлиява почти всеки аспект от ежедневието по някакъв начин. Преходът към нови производствени процеси води до безпрецедентен устойчив икономически растеж. Средният доход на глава от населението се увеличава и за първи път в историята стандартът на живот на населението в западния свят се повишава. Подобрените условия водят до безпрецедентен ръст на населението на Великобритания от 10 на 40 милиона през 1800 г., а населението на Европа се е увеличава от около 100 милиона през 1700 г. до 400 милиона през 1900 г.

Периода на индустриалната революция е описван като най-важното събитие в историята на човечеството след опитомяването на животните и растенията. Напълно съм съгласна, тъй като тогава никой не е подозирал за изобретяването на интернет.

Едно от големите постижения на индустриалната революция са железопътните пътища, не само в Обединеното кралство и Британската империя, но и в целия свят.

Железопътните пътища произхождат от Англия, тъй като индустриалците започват да изпитват необходимостта от евтин транспорт. Железопътните линии позволяват пренасянето на стоки, суровини и хора, което улеснява търговията и промишлеността. Първите парни кораби правят международните пътувания по-често срещани, но те помагат за напредването на търговията, така че във Великобритания се внасят не само луксозни стоки както в по-ранни времена, но вече и стоки от първа необходимост и суровини като царевича и памук от САЩ и месо и вълна от Австралия.

През 1843г. Изъмбард Кингдъм Брунел (Isambard Kingdom Brunel) проектира за параходно дружество SS Great Western парахода Great Britain Steam Ship, който е **наречен най-големият експеримент от Сътворението**. Комбинацията от размер, мощност и иновативни технологии го прави родоначалник на съвременните кораби. Това е най-дългият пътнически кораб в света от 1845 до 1854г., който извършва трансатлантическата пътувания между Бристол и Ню Йорк. SS Great Britain е първият параход от желязо, преминал през Атлантическия океан за 14 дни. От 2005г. е изложен като музеен експонат.

Откриването на Голямото изложение през 1851г. съвпада с изграждането на поредната голяма иновация на индустриалната революция. Благодарение на новите железопътни линии, които се разпростират из цялата страна, за масите вече става осъществимо посещението в Лондон.

Thomas Cook

Днес името на Томас Кук е познато навсякъде по света. Той създава една от най-печелившите индустрии. Британецът, проповедник срещу алкохола и цигарите, измисля организираните пътувания като лечение за вредните пороци. Това, което започва като благородна мисия, се разраства до невъобразими мащаби благодарение на неговите идеи. Томас Кук полага основите на бизнес, който днес наричаме туризъм. Дърводелец по професия, ръкоположен за проповедник, през 1826 г започва да пътува из околията, за да разпространява религиозна литература. Когато през 1840г. е открита жп линия, свързваща Дерби с Ръгби, той наема влак, за да закара своите последователи на конгреса на асоциацията на трезвениците от южните графства на Централна Англия и така се ражда туризмът. На 05

юли 1841г. ,570 приятели на трезвеността се натоварват в открити вагони. Успехът на мероприятиято вдъхновява Кук за нови подвизи и той организира няколко екскурзии на цени, достъпни дори и за най-бедните. Клиентелата нараства и Кук сключва договор за редовен превоз на туристи. С измисленият от него лозунг:“ Железницата-за милиони!“ украсява витрини на магазини, огради, стълбове на фенери. В замяна, жп линиите му дават отстъпки, които му позволяват да организира развлекателни пътувания и за хората с най-ограничени финансови средства.

През лятото на 1845г. е организирано първото напълно развлекателно пътешествие, без проповеди и въздържание- на специален влак от Лейстър до Ливърпул и обратно. Кук първи предлага и пътническите чекове, чийто аналог е известен от времето на тамплиерите, които били гаранция,че туристите няма да бъдат ограбени по пътя.

Когато разбира за Световното изложение от 1851г., Кук веднага се сеща, че то би могло да бъде интересно не само за търговците и индустриалците, но и за работниците, които произвеждат стоките. В продължение на 3 месеца той пътува из Англия и организира специални работнически клубове, в които работниците внасят минимален членски внос, а в замяна получават двупосочен билет до Лондон, храна и нощувка. Грандиозният план е широко рекламиран в току-що създаденото от Кук списание “Екскурзиант“. Изложението е посетено от 165 000 човека, като дава мощен тласък на проходащата тогава индустрия.

Кук е признат за откривател на туризма, а създаденото от него туристическо дружество придобива световна слава. През годините „Thomas Cook &Son“ се утвърждава като водещ световен туроператор.

На 23.09.2019г. Кралската банка на Шотландия, както и други, по-малки, изисква от „Thomas Cook &Son“ да осигури финансиране от 200 милиона паунда. Компанията, собственост на акционери от края на 20-те години на 20 век обявява,че няма друг избор освен да изпадне в несъстоятелност с незабавен ефект. Обединеното кралство губи една от емблемите си на световния туристически пазар.

Голямото изложение

Обикновено за инициатор на Първото световно изложение проведено през 1851г. в Лондон се посочва съпругът на управляващият монарх на Обединеното кралство, кралица Виктория, **принц Алберт**. Но също толкова заслуги за организирането има и Хенри Коул (Henry Cole), който е

изключително впечатлен от големия мащаб на френското „Индустриално изложение“ от 1844г. През 1846г. в ролята си на член на съвета на Дружеството на изкуствата, търси подкрепата на принц Алберт за организирането на подобно събитие в Англия. Не след дълго дружеството получава Кралска харта и името се променя на Кралско дружество за насърчаване на изкуствата, производителите и търговията (Royal Society for the encouragement of Arts, Manufactures and Commerce). Известни имена, които са негови членове са Ч. Дикенс. Люос Карол, Джордж Елиат, Шарлот Бронте и Самюел Колт.

Първоначалният интерес на правителството не е малък, но Хенри и Алберт развиват идеята, като искат това да се превърне в най-голямото изложение на съвременните индустиални технологии и дизайн в света, като целта е насърчаване на конкуренцията. Официално известна като Голямата изложба на произведенията на индустрията на всички нации, Изложението е открито от кралица Виктория, която в официална розова рокля заедно с принц Алберт, преминават през шествие от Бъкингамския дворец до Кристал палас, на което се смята, че присъстват над половин милион зрители. Според някои сведения, самата тя е посетила над 30 пъти изложението, заедно с децата си.

Англия изживява производствен бум и това е моментът да излезе на международната сцена, за да покаже чудесата на индустрията от цял свят. Като домакин на събитието, Великобритания заема половината от изложбеното пространство с експонати от родината и империята. Въпреки, че първоначалната цел на световния панаир е празник на индустрията и изкуствата в полза на всички нации, на практика се превръща по-скоро във витрина на британското производство: повече от половината по 100 000 експонати на показ са от Великобритания и Британската империя.

Най-големият чуждестранен изложител е Франция. Тя излага разкошни гоблени, порцелан от Лимож и мебели. За разлика от британските експонати от същия клас, на много от които липсва вкус, визуалното въздействие на френските изложители е зашеметяващо. Франция е притеснителен конкурент на пазарите с които Великобритания се гордее, особено в текстила.

Официалният каталог на събитието изброява изложители не само от цяла Великобритания, но и от неговите „Колонии и зависимости“ и 44 „Чуждестранни държави“ в Европа и Америка. Общият брой на изложителите е около 14 000, като САЩ изпращат 599. Групираны са в 4

основни теми: машини, производство, изящни изкуства и суровини. В експонатите са включени парни машини, огнестрелни оръжия, порцелан, килими, текстил. Голямата западна железница ползва локомотив. Изложени са артефакти от цял свят, включително огромни скулптури и дори слон от Радж в цял ръст и дори 186 каратовия диамант Koh-i-Noor (или "Планината на светлината"), най-големият известен диамант в света през 1851 г. Той е една от най-популярните атракции, но се оказва разочароващ за голяма част от посетителите, тъй като разкрива истинския си блясък едва, когато е шлифован. Сега той е част от кралските бижута. Показан е и Daria-i-Noor, един от най-редките бледо розови диаманти в света.

Schweppes

В края на осемнадесети век Йохан Якоб Швепе (Johann Jacob Schweppe) разработва процес за производство на газирана минерална вода, основан на откритията на Джоузеф Пристли (Joseph Priestley). През 1783 г. Швепе (Schweppe) основава в Женева компания за производство на газирана вода Швепс (Schweppes). През 1792 г. се премества в Лондон, за да развива бизнеса си там.

Продуктите на Schweppes включват джинджифилов ейл (светло пиво) (1870), горчив лимон (1957), и тоник - първият газиран тоник - 1871 г.

Една от първите иновации на новия екип е газираната лимонада на Schweppes, представена за първи път през 1835 г. Това е доста радикална промяна за предходните 50 години.

Продажбите се увеличават от година на година, но през 1851 г. те имат възможност да поставят стоките си пред световна публика.

Швейцарската марка напитки Schweppes освен, че е един от изложителите, е и единственият ексклузивен доставчик на освежителни напитки на изложението. За целта Schweppes плаща 5 500 паунда за тази привилегия, огромна сума по онова време и един от най-ранните примери за спонсорство от марка. Днес ние приемаме за нормално събития като Олимпиадата например да бъдат спонсорирани, но във викторианската епоха това е нова концепция.

Schweppe's сключва договор с подизпълнители на кетъринг. Комисията на изложението не допуска продажба на вина, спиртни напитки, бира или опияняващи алкохолни напитки, но разрешава чай, кафе, шоколад, какао, лимонади, сокове, джинджифилова бира, сода и газирана вода. Schweppes също се възползва от възможността да представи новата си газирана вода

MALVERN- която става любима на британското кралско семейство- произведена в новооткрита фабрика в Малвърн, в близост до извора. По време на шестте месеца на Голямото изложение, Schweppes записва рекордни продажби на над един милион бутилки. През 1851 г. продава 175 000 дузини и още на следващата година продажбите нарастват до 192 000 дузини.

След Голямото изложение от 1851 г. , върху зелените тумбести бутилки, които Schweppes използва за бутилиране на известната изворна вода, е изобразена търговска марка FOUNTAIN(фонтанът от Голямото изложение).

Първи опити за преодоляване на неосезаемостта

Една от характеристиките на събитийният мениджмънт е неосезаемостта на събитието. На Голямото изложение в Лондон са направени първите опити преживяването на събитието да стане малко по-осезаемо, чрез насърчаването на производството на сувенири. Няколко производители изработват стереоскопски карти, които предоставят триизмерен изглед на изложението. Тези хартиени сувенири представляват отпечатани литографски карти, оцветени на ръка и закрепени заедно с плат, за да дадат триизмерен изглед. Те предлагат миниатюрна гледка към изложението в Кристал палас и посетителите купуват тези сувенири, за да могат отново да преживеят посещението на изложбата.

Появата на фотографията, представена на Голямата изложба, води до значителни промени във викторианското изкуство, а кралица Виктория е първият британски монарх, който се снима.

Шест милиона души - еквивалент на една трета от цялото население на Великобритания по това време - посещават Голямото изложение, много от които пътуват до Лондон от далечна дестинация, благодарение на бързо разрастващата се железопътна мрежа. Средната дневна посещаемост е 42 83,1 с пикова посещаемост от 109 915 на 7 октомври.

Събитието генерира печалба от 186 000 британски лири (18 370 000 паунда към 2015 г.) Част от средствата отиват за закупуване на 87 акра земя в Южен Кенсингтън, по прякор Албертополис, където по-късно ще се открият редица музеи, включително „Виктория и Алберт“ (V&A), националния исторически музей и Природонаучния музей(the Natural History and Science Museum), Историческия музей и Кралските колежи за изкуство и музика (the Royal Colleges of Art and Music). Друго финансиране се използва за научни стипендии. Според уебсайта на кралската комисия,

групата предлага 35 награди годишно, известни като следдипломни стипендии за напредък в изследванията в областта на науката, инженерството, благоустройството и дизайна.

Самата сграда, наречена Кристал палас, наричана още “Великият шалимар“, тъй като прилича на персийските райски градини Шалимар, признати през 1981г, като Световно наследство на ЮНЕСКО, представлява най-спиращият дъха експонат.

Предполага се, че името на сградата произлиза от пиесата на драматурга Дъглас Джеролд, който през 1850г. пише в списание Punch за предстоящото Голямо изложение, като визира “дворец с много кристал“.

През 1832г. Ченс Брадърс (Chance Brothers), става първата компания, която произвежда листово стъкло и става най-големият производител. По това време те също така са единственият производител, който може да направи стъклото за четирите лица на часовниковата кула на Уестминстър (Камарата на парламента, построена 1840-1860г.), където се намира камбанарията Биг Бен. Chance Brothers and Company произвежда и декоративните прозорци за Белия дом в Америка, а използването на листово стъкло в Кристал палас, създава структура с най-голямата площ от стъкло виждана някога. Кристал палас смайва посетителите с изчистените си стени и тавани, които не се нуждаят от вътрешни светлини. Формата и размерът на цялата сграда се основават директно на размера на стъклата, направени от доставчика. Това са най-големите налични по това време, с размери 25см.ш. и 120см.д. Частите на сградата могат да имат различни функции, което намалява както броя на необходимите части, така и общата им цена. Всеки модул е идентичен, напълно сглобяем, само носещ се и всички части могат да бъдат масово произведени в голям брой. Поради сравнително ниското си тегло Кристал палас не изисква абсолютно никаква тежка зидария за поддържащи стени, а само сравнително леки бетонни основи на земята върху които е поставен.

Огромната модулна конструкция от чугунени рамки и стъкло е архитектурно предизвикателство и е проектирана от Джоузеф Пакстън с подкрепата на строителния инженер Чарлз Фокс. Първоначално е построена в Хайд парк, Лондон, за да бъде домакин на голямото изложение от 1851г., е което са представени продуктите на страни от целия свят и събира над 14000 изложители. Тя е под формата на масивна стъклена къща с дължина около 563м. и ширина от 138м., с вътрешна

височина от почти 12м., което е 3 пъти повече от катедралата“Сейнт Пол“ (Saint Paul).

Големият размер на сградата е подчертан от дървета и статуи, което служи не само за добавяне на красота към зрелището, но и за демонстриране на триумфа на човека над природата. Кристал палас е считан за инженерно чудо и инженерен триумф, който показва важността на самото изложение.

През януари 1850г. се сформира комитет, който да контролира строителството на сградата за изложението. В рамките на три седмици са получени около 245 заявки за участия, 38 от които международни предложения от Австралия, Холандия, Белгия, Швейцария, Франция и др., но въпреки това, комисията ги отхвърля и предлага собствен проект.

В този момент Джоузеф Пакстън се интересува от проекта. Той е подкрепен от члена на комисията Хенри Коул и решава да представи собствен проект. По това време Пакстън е известен главно с кариерата си като ландшафтен архитект. Неговите творби включват новаторските обществени градини в парк Birkenhead , които пряко влияят върху дизайна на Сентръл парк в Ню Йорк.

Голямата оранжерия (Great stove) с Чатсуърт (построена през 1836г.) по това време е най-голямата стъклена сграда в света и обхваща около 2600кв.м. Къщата на Лилиите е построена специално за приютяването на гигантската лилия *Victoria amazonica*, която наскоро е открита от европейски ботаници и първоначално е кръстена на кралица Виктория. Първият екземпляр достигнал до Англия, първоначално е отглеждан в Kew Gardens (днес известна туристическа атракция), но там не вирее добре.

Репутацията на Пакстън като градинар по онова време е толкова висока, че е поканен да вземе лилията в Чатсуърт, където под неговите грижи през 1849г. за първи път цвете от амазонка, отглеждано в Англия, дава цвят. Това предизвиква истинска сензация в градинарския свят, а дъщерята на Пакстън, Ани, е изобразена във вестниците, стояща на едно от листата. Къщата на лилиите директно води къ дизайна на Пакстън за Кристал палас и по-късно той посочва огромните оребрени плаващо листа, като ключово вдъхновение.

На 11 юни 1850г. докато присъства на заседание на борда на железниците Мидленд (Midland Railway) , Пакстън прави оригиналната си, концептуална скица върху розова салфетка, която сега се намира в музея Виктория и Алберт в Лондон. Тази груба скица включва всички основни характеристики на сградата, която ще бъде издигната в Лондонският Хайд

парк, за домакинството на Първото световно изложение през 1851г. В рамките на две седмици, от тази груба скица, Пакстън прави изцяло разчетен план, а до завършването на самата сграда минават само девет месеца.

Проектът е голям риск за Пакстън ,но в действителност неговия дизайн се оказва значително по-бърз и евтин за изграждане от всеки друг вид строителство със съпоставими размери.

Впечатлена от забележително ниските 85800 британски лири оферта, комисията дава публичното си одобрение на дизайна на Пакстън през юли 1850г. Той успява да проектира и изгради най- голямата стъклена конструкция, създадена до тогава от нулата, за по-малко от година и дори успява да премени малко преди да започне изграждането като добавя висок свод в центъра на сградата, на 90 градуса към основната галерия, под който могат безопасно да се оградят няколко големи бряста. Някои от величествените дървета на парка са твърде големи за да се преместят и огромната сграда просто и огражда, вместо да бъдат премахнати. Има опасения,че врабчетата, които гнездят в дърветата ще предизвикат неудобство за посетителите и ще повредят експонатите. Не е ясно как е решен проблемът, но след края на изложението Кристал палас е разглобен и врабчетата продължават да гнездят в брястовете на Хайд парк. Нищо подобно на Кристал палас не е строено до тогава и скептиците прогнозира,че вятърът или вибрациите ще причинят срутване на колосалната сграда.

Тогава принц Алберт упражнява кралската си власт и изпраща отряди с войници да преминат през различните галерии преди откриването на изложението. След като нищо не се разрушава, сградата се приема за безопасна за обществото.

Поддържането на комфортна температура е такава голяма стъклена сграда е още едно голямо предизвикателство, тъй като Голямото изложение се провежда десетилетия преди въвеждането на климатичните системи. За да се справи с това, Пакстън използва две стратегии:

- 1)монтира външни платнени сенници, които намаляват предаването на топлина, омекотяват светлината и действат като примитивна изпарителна система за охлаждане, когато се напръска вода върху тях.
- 2)снабдява всеки от модулите, които образуват външните стени да сградата със сглобяем набор от жалузи, които могат да се отварят и затварят с помощта на зъбен механизъм, което позволява на горещия и

застоял въздух да излезе. В допълнение, известният фонтан, който стои приблизително в средата на сградата е направен от 4т. розово стъкло, с височина от 27 фута и осигурява както полезно място за срещи, така и охлаждане на атмосферата. Интериора големият размер на сградата е подчертан с дървета и статуи, което служи не само за добавяне на красота към зрелището, но и за демонстриране на триумфа на човека над природата.

Покривната система на Пакстън включва елегантно решение на проблема с източването на водата чрез У-образни чугунени канали. Той патентова този дизайн , широко известен като “Улука на Пакстън“.

Един от малкото проблеми, които Пакстън не може да реши напълно са течове, поради относително лошото качество на наличните в момента уплътняващи материали.

Рационалният дизайн, който Пакстън проектира, позволява сградата да бъде разглобена. През 1852г. започва строежът на хълма Сиденхам (Sydenham) . Въпреки,че новата сграда включва повечето от конструктивните части на Кристал палас от Хайд Парк, тя е с доста по-различна структура и правилно се счита за съвсем различна структура - „Beaux-arts "форма в стъкло и метал. Развитието на ландшафта струва значително повече от възстановяването на Кристал палас. Едуард Милнър проектира Италианската градина с фонтаните, Големият лабиринт и Английската панорамна градина. Възстановяването на сградата отнема две години и на 10 юни 1854 г. отново кралица Виктория извършва церемония по откриването, на което присъстват 40 000 гости.

Близкият жилищен район е преименуван на Кристал Палас. Той включва парк Кристал Палас, Националния спортен център на Кристал Палас, който преди това е футболен стадион и домакин на финала за купата на футболната асоциация между 1895 и 1914 г. През 1905г. на това място е основан ФК „Кристъл Палас“ и в ранните си години също е участвал на финала за Купата. Мнозина утвърдени поп изпълнители правят своите изяви на финала за Купата , включително Pink Floyd, Santana, Bob Marley, Джо Кокер и др . Динозаврите от Кристал палас, дело на Бенджамин Уотърхаус Хокинс, които датират от 1854г., днес все още се намират в парка.

През 1911 г. в сградата се провежда Фестивалът на империята, за да се отбележи коронацията на Джордж V и кралица Мария.

Дворецът и неговият парк се превръщат в място за много представления, концерти и изложби, както и спортни събития след изграждането на различни спортни площадки на обекта.

Преместването на Кристъл палас възлиза на 1300 000 британски лири(около 130 милиона паунда към днешна дата), което натоварва компанията с дълг, който не може да изплаща. Това се дължи отчасти на ниските приходи от входни такси, тъй като дворецът е затворен в неделя, когато хората почиват. Общественото мнение е в подкрепа на Библията, където пише, че Бог е определил неделния ден за почивка и смятат, че работниците в Кристал палас не трябва да бъдат принуждавани да работят в неделя. Както и, че ако хората искат да го посетят, тогава техните работодатели трябва да им дават почивен ден през работната седмица. В крайна сметка обаче, Дворецът е отворен в неделя през май 1861 г., когато е посетен от 40 000 души.

До 1890-те години популярността на двореца намалява и състоянието му се влошава. През 1911 г. в сградата се провежда Фестивалът на империята, за да се отбележи коронацията на Георги V и кралица Мария. В следващите години появата на сергии го направи по-привлекателна атракция, но в крайна сметка поради огромните разходи за дълг и поддръжка през 1911 г. е обявен фалит.

През 20-те години на миналия век започва възстановяване на сградата, фонтаните и градините. Възстановяването не само връща посетителите, но Дворецът започва отново да печели.

На 30 ноември 1936 г., след експлозия в гардеробната на жените настъпва краят на Кристал палас. Отчасти заради силните ветрова, отчасти затади сухата стара настилка от дървен материал и огромното количество запалими материали в сградата,огнят се разпространява бързо и след часове дворецът е разрушен. Сиянието се вижда в осем окръга, а 100 000 души отиват на хълма Сиденхам, за да наблюдават пламъците, сред които и Уинстън Чърчил, който каза: „Това е краят на една епоха“.Разрушаването на сградата се разглежда и като символ на края на краткото и противоречиво царуване на крал Едуард VIII.

И все пак, Кристал палас живее в спомените не само на англичаните, но и на целия свят. През годините има многобройни предложения за възстановяване на Двореца, които не се реализират.

Кристал палас е считан за архитектурно чудо и инженерен триумф, който показва важноста на самото изложение. Той става вдъхновение за

проектираният от Георг Карстенсен и германския архитект Чарлз Гилдемайстер, Кристал палас в Ню Йорк, в който се помещава Изложението на всички нации в Ню Йорк през 1853 г., под председателството на кмета Джейкъб Аарон Вестервелт.

Нюйоркският Кристал палас е издигнат в днешният Брайтън парк в Манхатън. Изложбената сграда е с формата на гръцки кръст и подобно на оригиналния Кристал палас в Лондон, той е построен от желязо и стъкло.

Прилежащата обсерватория Латтинг, която представлява дървена кула с височина 315 фута (96 м), позволява на посетителите да видят Куинс на изток, остров Стейтън на юг и Ню Джърси на запад. Кулата е най-високата структура в Ню Йорк по това време. Изгаря през 1856 г. Самият Кристал палас, Ню Йорк е унищожен от пожар през 1858 г.

През 1854 година в старата ботаническа градина в Мюнхен се открива друга сграда, директно вдъхновена от лондонския Кристален дворец, Glaspalast (Glass Palace), по повод Първото общо немско промишлено изложение (First General German Industrial Exhibition).

Въпреки, че радикали като Карл Маркс разглеждат изложението като емблема на капиталистическият фетишизъм на стоки, наследството, което оставя Голямото изложение е огромно. Вместо първоначално предвидената загуба, нейният финансов успех гарантира, че световните панаири ще продължат да се провеждат.

Голямото изложение е платформа, на която страни от цял свят могат да покажат своите постижения, но Великобритания демонстрира своето собствено превъзходство. Британските експонати по време на Голямото изложение държат водеща позиция в почти всяка област, където става въпрос за здравина, издръжливост, полезност и качество, независимо дали става дума за желязо и стомана, машини или текстил.

Всъщност целта на изложението е владетелите на Великобритания да покажат на света, че технологията внася промени и напредък в обществото и Великобритания е водеща в надпреварата.

Литература:

Саид, Е., Ориентализъм, Кралица Маб, 1999

Shone, A., Parry B., Successful event management, A practical handbook, 2018

<http://brat-bg.com>

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

https://en.wikipedia.org/wiki/Victoria_amazonica#/media/File:Victoria_Regia_LIN_1849-.jpg
<https://www.encyclopedia.com/social-sciences/applied-and-social-sciences-magazines/gold-god-and-glory>
<http://www.victorianweb.org/art/architecture/iron/21b.html>
https://en.wikipedia.org/wiki/Kew_Gardens
<https://www.historic-uk.com/HistoryUK/HistoryofEngland/Great-Exhibition-of-1851/>
https://en.wikipedia.org/wiki/The_Crystal_Palace<https://www.historic-uk.com/HistoryUK/HistoryofEngland/Great-Exhibition-of-1851/>
<https://www.bl.uk/collection-items/dickinsons-comprehensive-pictures-of-the-great-exhibition-of-1851>
<https://www.bl.uk/romantics-and-victorians/articles/popular-culture-and-the-impact-of-industrialisation>
<https://www.thoughtco.com/britains-great-exhibition-of-1851-1773797>
<https://www.townandcountrymag.com/society/tradition/a26553537/great-exhibition-queen-victoria-joseph-paxton/>
<https://www.historic-uk.com/HistoryUK/HistoryofEngland/Great-Exhibition-of-1851/>
<https://www.thersa.org/>
<https://discovery.ucl.ac.uk/id/eprint/1417470/>
[https://de.wikipedia.org/wiki/Glaspalast_\(M%C3%BCnchen\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Glaspalast_(M%C3%BCnchen))
<https://www.thersa.org/>
www.btvnovinite.bg
www.ssgreatbritain.org

ИТАЛИАНСКОТО ВЛИЯНИЕ НА КЛАСИЧЕСКИЯ ТАНЦ В АМЕРИКА ПРЕЗ XVIII И XIX ВЕК

Душанка Градишки Иванова

ITALIAN INFLUENCE ON CLASSICAL DANCE IN AMERICA IN XVIII AND XIX CENTURY

Dushanka Gradishki Ivanova

Abstract: The opera and ballet stages in XVIII and XIX century in America were dominated by Italian dancers, the prominent dance schools of the time were run by Italian teachers who laid the foundation of Italian ballet technique on a new generation of American dancers. Ballet teachers and master such as Maria Bonfanti, Malvina Cavallazzi, Luigi Albertieri made possible the inception and birth of American ballet school.

Keywords: Italian ballet dancers, Italian ballet technique, Metropolitan Opera Ballet School

Към средата на XIX век, когато САЩ постигат своята национална идентичност чрез енергията и богатството, генерирани от Индустриалната революция, отношението и начина на живот на американското общество се променят. Обществото настойчиво търси забавления. Здравото любопитство на американците, подхранвано от процъфтяващата икономика, изисква силни усещания и луксозни забавления, каквито може да предостави само театралната постановка. Бостън, Ню Йорк, Филаделфия, Ричмънд, Чарлстън и Ню Орлиънс са най-развитите театрални градове и непрекъснато отправят привлекателни покани за визити към европейски трупи и индивидуални артисти. Расте интересът на американската публика към известни мюзикъли като *The Black Crook* („Черният магьосник“) от 1866 г. Безпрецедентният успех на това представление дава тласък на още продукции на тези импозантни мюзикъли често включващи италиански балерини, които в последствие избират да останат в САЩ. Те организират свои балетни трупи и правят турнета из страната като запознават американските градове с класическия балет. Италианците започват да преподават обучавайки американски танцьори на своя стил и балетна техника понеже е твърде скъпо да се канят големи танцови състави от чужбина за тези продукции, а американските

изпълнители нямат нужното обучение по балет. Италианката Мария Бонфанти (Maria Bonfanti) е най-известната балерина от този период.



The Black Crook („Черният магьосник”), Мария Бонфанти,
фотографирана през 1867 г.

Мария Бонфанти (1845-1921), балерина и преподавател, известна още като Мариета, е родена в Милано, Италия, дъщеря на ветерана от армията Гаетано Банфанти и Грациоза Герони. Бонфанти получава обучението си по танц от Карло Блазис, балетмайстор от опера Ла Скала, в неговото частно училище в Милано, където учи 5 години. През януари 1860 г. прави своя дебют във Верчели, Италия, а на следващата есен играе главната роля в *Roberto il Diabolo* („Роберт Дяволът”) на Майербер в Ла Скала. В периода 1860-1862 г. Бонфанти е ангажирана като примабалерина както в Ла Скала, така и в Театър Канобиана, също в Милано. Напуска Италия през 1864 г. заради ангажименти в Лион и Париж, а след това отива в Лондон, където става една от най-известните балерини в лондонската Ковънт гардън опера.

Докато е все още в Лондон Бонфанти е наета от американските театрални мениджъри Хенри Джарет и Хари Палмър да участва като примабалерина в *The Black Crook* („Черният магьосник”) в Ниблос гардън тиътър в Ню Йорк. Премиерата е на 12 септември 1866 г. с огромен успех. Името на Бонфанти се свързва тясно с *The Black Crook* („Черният магьосник”), защото през цялата си кариера тя танцува в този спектакъл в поне четиринадесет постановки от Ню Йорк до Сан Фрациско. Джарет и Палмър подновяват нейния договор за *Белият елен* (*The White Fawn*), музикален спектакъл по приказката *Спящата красавица*, който се играе на 18 януари

1868 г. в същия Ниблос гардън тийтър в Ню Йорк. Критиците хвалят стила на Бонфанти, който *“е в хармония с елегантността на нейната личност, изпълнена с грация, летяща, гъвкава и избягваща всички принудителни усилия на другите артисти.”* (*New York Clipper*, July 11, 1868, p. 110)

Мария Бонфанти напуска театъра на Нибло през юни 1868 г. и се премества в операта на Кросби в Чикаго, а по-късно във Филаделфия и играе в пътуващите продукции на *„Белият елен“* на Джарет и Палмър, както и в спектакъла *„Ундина“*.

През 1869 г. Мария Бонфанти пътува до Сан Франциско, където танцува със своята трупа в удивителна версия на *„Робинзон Крузо“*. През 1873 г. танцува в *„The Children in the Wood“* (*„Деца на гората“*). А през 1876 г., след турне в САЩ се завръща в театъра, за да играе в постановката *„Life“* (*„Живот“*) на Огъстин Дейли в театъра на Пето Авеню в Ню Йорк.

През 1878 г. Мария води *триумфалния танц* в операта *„Аида“* на Дж. Верди в трупата на Клара Луис Келог във Филаделфия. Със същата трупа тя играе в *„Humpty Dumpty“* (*„Хъмпти Дъмпти“*) (1880), *„Donna Juanita“* (*„Дона Хуанита“*) (1882), *„Силвия“* (*„Sylvia“*) (1882). През 1884 г. Бонфанти пътува из Съединените щати като примабалерина на миланската Ла Скала. Участва също и в *„Савската царица“* (*„Queen of Sheba“*) (1885), *„Le Prophete“* (*„Пророкът“*) (1886), *„Аладин“* (*„Aladdin“*), *„Сарданапалус“* (*„Sardanapalus“*), *„Веселата война“* (*„The Merry War“*) и *„Арабски нощи“* (*„The Arabian Nights“*) (1887).

Бонфанти се завръща в САЩ през 1897 г. след дълга ваканция в Европа от началото на 1890 г. Тя отваря свое балетно училище в Ню Йорк, където в продължение на 20 години преподава на новото поколение американски танцьори точната и безкомпромисна балетна техника на Карло Блазис. Сред нейните ученици е основателката на американския модерен балет Рут Сент Денис.

През 1916 г. Мария Бонфанти се оттегля от преподавателска дейност. Умира от пневмония в Ню Йорк през 1921 г.

Освен Мария Бонфанти много други участници в *Black Crook* (*„Черният магьосник“*) изпълняват с безкомпромисна артистична последователност танцовата техника, която са научили в най-големите балетни училища в

Европа. Италианската балерина Рита Сангали (**Rita Sangali**) (1849-1909) също е пристигнала, за да танцува в *The Black Crook* („Черният магьосник“) и остава в Америка до 1870 г. като обикаля западните американски щати изпълнявайки части от балетния репертоар на Ла Скала, смесени с бурлески и менестрели. Училищата за танцьори предлагащи уроци по сравнително строга балетна техника са алтернатива на съществуващите в Америка балетни училища.



Мария Бонфанти, портрет от *визитната картичка* на балерината Мария Бонфанти. Фотография на Наполеон Сарони, Ню Йорк



Ниблос гардън тиътър, Ню Йорк

Докато през втората половина на XIX век и началото на XX век на оперните и балетни сцени в Америка доминират италиански танцьори, а известните балетни училища по това време се ръководят от италиански учители, които полагат основите на италианската балетна техника в

новото поколение американски танцьори. Балетът на Метрополитън опера е един от най-бележитите. Той поддържа своя балетна труппа още от самото си начало през 1883 г., въпреки че първоначално танцьорите идват от чужбина. Програмите и брошурите от първите няколко десетилетия на Метрополитън опера и балет съдържат безброй италиански имена сред списъците със солисти и балетмайстори, които донасят своето обучение и опит от Ла Скала на оперната сцена в Ню Йорк. Двама от тях заслужават определено внимание – Малвина Кавалаци (Malvina Cavallazzi) и Луиджи Албертиери (Luigi Albertieri).

Малвина Кавалаци (**Malvina Cavallazzi**) (1852-1924), италианска танцьорка, преподавател, хореограф и първа примабалерина на Метрополитън опера, е родена в Италия и от осем годишна възраст се обучава в Ла Скала, където дебютира на 23 години през 1875 г. Кавалаци танцува като солистка с Teatro Argentina в Рим, в Ла Скала в Милано и в други италиански театри в ерата, когато сцената се осветява все още с газови фенери. През 1879 г. отива в Лондон, където преминава по-голямата част от артистичната ѝ кариера. През 1883 г. е поканена да танцува на сцената на нюйоркската Метрополитън Опера Хаус като ѝ предлагат двойно по-голяма заплата да води балета на Операта за откриването на сезона и да обучи балетна труппа за състава на операта. През 1884 г. Кавалаци става примабалерина на Метрополитън опера в Ню Йорк.

Завръщайки се в Лондон през 1889 г. Кавалаци започва да интерпретира драматични и експресивни роли, които я правят особено известна в състава на лондонския Емпайър Тиъٹر. Сред балетните постановки, в които участва се нареждат: „Клеопатра” („*Cleopatra*”) (1889), „Мечти за богатство” („*A Dream of Wealth*”) (1889), „Сесил” („*Cécile*”) (1890), „Доли” („*Dolly*”) (1890), „Орфей” („*Orpheus*”) (1891), „Катрина” („*Katrina*”) (1893), „Момичето, което изоставих” („*The Girl I left behind me*”) (1893), „Фауст” („*Faust*”) (1895), „Монте Кристо” („*Monte Cristo*”) (1896).

През 1909 Кавалаци е извикана отново в Ню Йорк да основе и ръководи балетно училище към Метрополитън опера. Откриването на това балетно училище е исторически момент за американския балет и Кавалаци се намира под изключително напрежение. *Ню Йорк Телеграф* (*New York Telegraph*) пише, че “съдбата на балета в страната е в ръцете на Мадам”, понеже Кавалаци бързо става лицето на европейската школа на

обучение в Америка. През първата година нейните ученици представляват разнородна група, която тя успява да превърне в истински американски corps-de-ballet (кордебалет) през следващите четири години. В края на първата година Кавалаци представя своите ученици на обществеността с представление. Всичките двадесет и четири ученички са американки и тяхната работа подтиква влюбения в балета писател Карл Ван Вехтен гордо да отбележи: *“Не само италианките, французойките и рускините могат да стоят на палци и да правят пируети”*. Кавалаци работи като директор на трупата на Метрополитън опера до 1913 г.

Кавалаци спира да преподава през 1914 г. Когато се оттегля, нейните ученички Полина Верховен, Ева Свейн и Лорета Глин (Pauline Verhoeven, Eva Swain, Loretta Glynn) поемат ръководството на училището през следващите повече от три десетилетия. Кавалаци умира в Равена, Италия през 1924 г.



Малвина Кавалаци



Малвина Кавалаци като Марк Антоний
в „Клеопатра”, 1899 г.



Малвина Кавалаци със своите ученички от балетното училище на
Метрополитън опера, 1910 г.

Луиджи Албертиери (Luigi Albertieri) (1860-1930), танцьор, учител и хореограф, е роден в Рим, Италия. Неизвестно е кои са неговите родители. На осем годишна възраст е осиновен от италианския танцьор и именит балетен педагог Енрико Чекети (Enrico Cecchetti) (1850-1928). Албертиери учи балет под неговото ръководство в продължение на десет години при стриктна дисциплина: по пет часа на ден интензивни упражнения на станката, последвани от внимателно структурирана практика на средата на залата и алегро (скокове). При този жесток режим на тренировки Албертиери развива блестяща и безупречна техника, много високи скокове, изпълнение на пируети от много различни позиции без каквото и да било усилие.

Първият му ангажимент като солист е в Бреша, Италия през 1878 г. Публиката е въодушевена. През 1881 г. Албертиери дебютира в Ла Скала в представление на балета на Луиджи Манцоти (Luigi Manzotti) „Екселсиор“ („*Excelsior*“). Осем години по-късно сър Огъстъс Харис, мениджър на опера Ковънт гардън в Лондон, наема Албертиери за водещ балетист. Докато е в Лондон, Албертиери танцува като солист в Емпайър Тиътър с балерините Кати Ланер, Малвина Кавалаци и Аделин Жене (Katti Lanner, Malvina Kavalazzi, Adeline Genée). През 1889 г. Албертиери изпълнява ролята на Demon Avarice в „Мечти за богатство“ („*Dream of Wealth*“), балет по хореография на Леополд Вецел (Leopold Wezel).

През 1895 г. мениджърът на Метрополитън опера Морис Грау довежда Албертиери в САЩ да заеме позицията на солист и сценичен мениджър в Метрополитън опера. Албертиери продължава да танцува в Метрополитън и да работи като балетмайстор през следващите четиринадесет години с известни прекъсвания. Като балетмайстор Албертиери незабавно намалява максималната възраст за балетните изпълнители от 50 или 60 години на 30.

Луиджи Албертиери е балетмайстор и солист в чикагската Лирик опера от 1910 г. до 1913 г., в Сенчъри опера в Ню Йорк Сити за кратко през 1913 г. и по-късно през същата година в Метрополитън опера. От 1913 до 1927 г. преподава в балетното училище на Метрополитън опера и поставя на сцената няколко балета, сред които „Вълшебната кукла“ („*The Fairy Doll*“) и неговата версия на „Копелия“ („*Coppelia*“) на Делиб. Освен това Албертиери танцува в „*Ero e Leandro*“ на Манчинели (Mancinelli), в „*Messaline*“ („*Месалина*“) на Де Лара, в *Le Cid* на Месне, в „*Manru*“ на Падеревски и в „*Jewels of the Madonna*“ на Волф-Ферари.

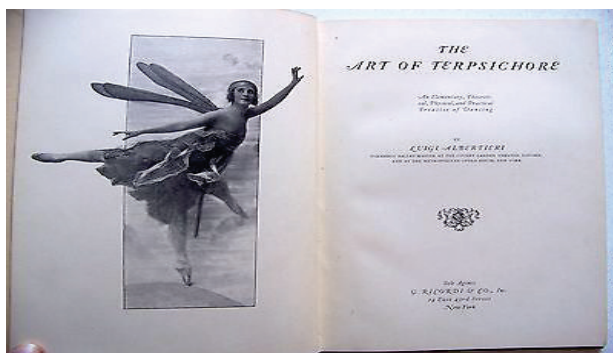
През 1915 г. той основава свое балетно училище в Ню Йорк Сити, където преподава стриктно по метода на Чекети на много американски танцьори. Американската журналистка и критичка Ан Барзел счита Албертиери за един от четиримата балетмайстори, чиято работа през този период оказва голямо влияние върху преподаването на балет в Америка. Албертиери говори много малко английски, акомпанира уроците си на цигулка и остава в спомените със стриктното спазване на балетните традиции като никога не позволява на момичетата да правят големи скокове и допуска повдигане на краката само до височината на талията. Сред неговите ученици са Рут Пейдж (**Ruth Paige**) (1899-1991), американска танцьорка, режисьор и хореограф, чиято работа дава своя принос към развитието на американския балет и подпомага изграждането на Чикаго като балетен център; Маргарет Севърн (**Maragaret Severn**) (1901-1997), американска танцьорка на Бродуей, която по-късно прави кариера в трупата на Бронислава Нижинска (1891-1972) и Ида Рубенщайн (**Ida Rubenstein**) (1883-1960), Албертина Раш (**Albertina Rasch**) (1891-1967), виенска балерина, една от първите жени-хореографи, които работят на Бродуей и в Холивуд; Агнес де Мил (**Agnes de Mille**) (1905-1993), американска хореографка, чиито постановки продължават да се играят и през XXI-ви век; Розина Гали (**Rosina Galli**) (1892-1940), Мария Гамбарели (**Maria Gambarelli**) (1900-1990), Лидия Лопухова (**Lydia Lopokova**) (1892-1981), балерина от балета на Дягилев, Катрин Литълфийлд (**Catherine Littlefield**) (1908-1951), американска балерина и учителка по балет, която основава балетната трупа на Филадельфия през 1935 г. и чиито ученици са част от тържеството за откриване на Училището на американския балет на Баланчин, също и Фред Астер (**Fred Astaire**) (1899-1987), филмова звезда, танцьор на Бродуей и хореограф и други.

През 1923 г. Албертиери пише *„Изкуството на Терпсихора, елементарен, теоретичен, физически и практически трактат по танц“*, учебник съдържащ рисунки, подобни на рисунките, които Блазис използва в *„Законите на Терпсихора“*. (1828).

Журналистката Барзел отбелязва, че Албертиери *“счита себе си за пряк наследник на Блазис (1797-1878)”*, което се подкрепя от приликите в учебника по танц на Албертиери *„Изкуството на Терпсихора“* (1923) и произведенията на Блазис *„Елементарен трактат върху теория и практика на изкуството на танца“* (1820) и *„Законите на Терпсихора“*

(1828) Наръчниците и на двамата педагози включват глави, адресирани към ученици по балет и акцентиращи върху важността на избора на квалифициран учител. Те съдържат също технически и анатомически детайли, както и практически упражнения. Анатомически инструкции са дадени по-рано, през 1760 г., в наръчника на балетния изпълнител Жан-Жорж Новер „Писма за танца и балета“, а трудовете на Албертиери и Блазис се позовават на описанието на Новер, че танцьори с лоша физика и присвити колене имат „физически дефекти“, които следва да се коригират с упорита практика от най-ранна възраст. Друга отбелязана прилика между книгите на Блазис и Албертиери се отнася до описанието на положението на тялото в пета позиция: Албертиери посочва, че *“тежестта на тялото трябва да пада върху двата крака и шията практически трябва да се намира над глезена на крака отпред”* подобно на Блазис, който пише: *“Ямката на шията трябва да е разположена перпендикулярно на стъпалата.”*

Албертиери работи върху автобиография, когато умира през 1930 г., но не е известно къде се намира този ръкопис. Прочут с това, че стриктно спазва традициите на преподаване на балет, Албертиери се счита за последния велик представител на италианската балетна техника от деветнадесети век в САЩ.

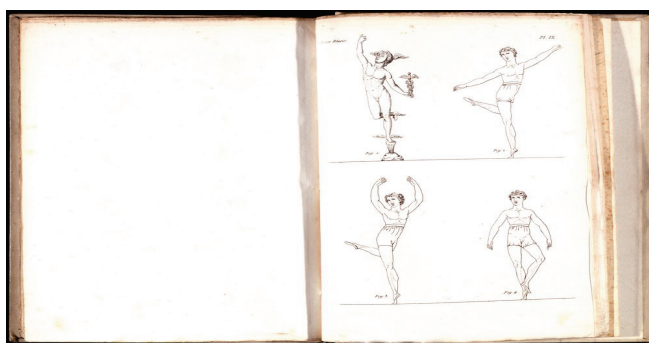


Издание от 1923 г., „Изкуството на Терпсихора“ от Луиджи Албертиери



The Code of Terpsichore.
THE ART OF DANCING:
 COMPRISING ITS
THEORY AND PRACTICE,
 AND
A HISTORY OF ITS RISE AND PROGRESS,
 FROM THE EARLIEST TIMES:
 INTENDED AS WELL FOR THE INSTRUCTION OF AMATEURS AS THE USE OF
PROFESSIONAL PERSONS.
 BY C. BLAISIS,
 PRINCIPAL DANCER AT THE KING'S THEATRE, AND CHOREUR OF BALLET.
 TRANSLATED UNDER THE AUTHOR'S IMMEDIATE SUPERVISION,
 BY R. BARTON.
 LONDON:
 EDWARD BULL HOLLES STREET
 1830.
 527.

„Законите на Терпсихора, изкуството на танца, теория и практика” от Карло Блазис (1830)



„Кодът на Терпсихора” (1828) от Карло Блазис

Използвана литература:

1. Луканов, Петър. История на танца и балета. София, 2009.
2. Amberg, George. Ballet in America, the Emergence of an American Art. New York 1949
3. Fuhrer, Margaret. American Dance. The Complete Illustrated History. Minneapolis, Minnesota 2014.
4. Homans, Jennifer. Apollo's Angels, a History of Ballet. New York, 2010.
5. Lee, Carol. Ballet in Western Culture. New York City, New York 2002.
6. Switzer, Ellen Eichenwald. Dancers! Horizons in American Dance. Atheneum, New York City, New York 1982.
7. Walter, Terry. The Dance in America. Toronto, Canada 1973.

АНАЛИЗ НА ФОРМООБРАЗУВАНЕТО И КЛАСИФИКАЦИЯ НА ЗНАКОВИ СТОЛОВЕ НА 20 ВЕК

Диана Василева, докторант в Катедра Индустриален дизайн, НХА

Abstract: The 20th century is an extensive period in which the materials used for the manufacture of chairs are enriched by types and production technology. Some of them are undergoing a major transformation. The report considers making as one of the stages of design, which defines the materiality requirements of the form. It includes the material part of the industrial product, the compositional demand, ergonomic design and the color solution. Suitable examples are given which are opposite to the compression of the form.

Keywords chairs, form, interior design.

Столът е най-леката и подвижна мебел в средата, която обитаваме. Независимо дали говорим за жилищни, обществени или работни интериори и екстериорни пространства. Изискванията към него са да бъде лек, здрав и удобен. Те сформират редица условия, които са предизвикателство за дизайнера. Негова задача е да обезпечи социалните изисквания към изделието като функция, ергономия, естетика, формообразуване, удобство, безопасност при експлоатиране и други. Композицията и психология на възприятията са други фактори, чрез които се постига синтезът между естетическа и функционална стойност на изделието.

Формообразуването е един от етапите на дизайнерско проектиране, в който се определят изискванията на материалността на формата. То включва материалната част на промишленото изделие, композиционното търсене, ергономичното проектиране и цветографичното решение. Основен формообразуващ фактор. При столовете тя е седене. Материалността, конструкцията и технологията на изпълнение са други фактори, които влияят на формата. Всички те са едно цяло и не бива да бъде пренебрегван нито един от тях.

Столовете са обекти със симетрична обемно-пространствена структура. Според разпределението на масите и обемите различаваме три основни обемно-пространствени структури: МОНОЛИТНА, РЕШЕТЪЧНА И СМЕСЕНА. Често това зависи от конструкцията или материала, който е заложен при проектирането и по-късно използван за изработката на изделието.

20 век е обширен период, в който използваните материали за производството на столове се обогатяват като видове и технология на

производство. Някои от тях претърпяват и голяма трансформация – пример за това са пластмасите. В началото основно се използват дърво и метал. През 30 – 40 години навлизат пластмасите и други синтетични материали, а в края на периода компаниите разработват и патентоват свои материали според изискванията на конкретни продукти.

Обемно пространствената структура се вписва в определени габарити спрямо функцията и ергономията. Осреднените размери са опорни точки, които разбира се помагат на дизайнера при проектиране, но когато разглеждаме столовете на 20 век, ще видим много примери, при които столът надхвърля значително тези размери. Това понякога е свързано с желанието на дизайнера да бъде увеличен комфортът на потребителя, да постигне оригинална визия или конкретно емоционално внушение, чрез силно смаляване или преувеличаване на формата. Това в някои от случаите граничи с почти недопустими размери според ергономичните изисквания.

Примери за това са столовете Joe на Gionatan De Pas и Donato D'Urbino & Paolo Lomazzi за компанията Poltrona. Трикракият барстол W.W. Stool на Pfilippe Starck, проектиран за Vitra, е обект, при който функцията сядане е постигната с размери под минимума на някой от елементите на стола. Седалката е силно смалена и е под минимума на ергономичните изисквания. Трите му крака са асиметрични и са много изтънени за височината им, а синтетичният материал, с който е постигната формата, е здрав. Композицията е динамична. Столът е предвиден за обществени помещения, в които човек ще прекарва малко време и затова в този случай комфорта при седене остава на втори план. Други такива примери са: столът Mezzadro проектиран от дизайнерският екип Achille & Pier Giacomo Castiglione за компанията Zanotta през 1970 и столът "Stella" разработен в посока ре дизайн със седалка за велосипед, Achille & Pier Giacomo Castiglione за Zanotta 1983.

Има и много примери, които са противоположни на компресирането на формата. Те са свързани с раздуване на формата, независимо от материала. Такъв е столът, изработен от метал, чиято здравина дава възможности за фина и здрава конструкция, но предназначеният за големи обществени пространства стол How High The Moon на дизайнера Shiro Kuramata от стол е противоположност на това. Чрез огъване на правилна мрежа е постигната централизирана еднообемна форма изградена от едри и кубистични обеми, които затварят вътрешно кухо пространство.

Немският архитект Клаус Прахт е класифицирал мебелите според формообразуването на няколко основни групи и прави съпоставка с архитектурата. От неговата класификация става ясно как мебелите получават своята форма като извлечение, направено от практическото

формообразуване на сградите и пряко или косвено пренасяне на архитектурната форма при формообразуване на мебелите. Категориите според Прахт са основно са четири КУБИСТИЧНИ, ОВАЛНИ, ЧЕРУПЧЕСТИ И СМЕСЕНИ, като всяка има свои под категории.

В групата на КУБИСТИЧНИТЕ форми могат да бъдат плоски, обемни и линейни. Изградени на основата на кубове, триъгълници, пирамиди или правилни и неправилни мрежи. Разглеждаме следните подгрупи:

Столове изградени от:

КУБИЧНИ ОБЕМИ

- Паралелепипеди и кубове;
- Пирамиди и други сложни геометрични тела;
- Чрез съединение на правилни или неправилни форми;
- Чрез изваждане на правилни или неправилни форми;
- Обеми, изградени чрез покриване на ръбести тела;
- Решетъчни структури.

1. Столът на Gustaw Sticley (Густав Стикли) от 1907 година е изработен от дърво с тапицирана седалка. Подлакътниците и облегалката са изградени от издължени детайли с форма на паралелепипед. Цялостната структура на изделиято описва куб.
2. Валтер Гроипус е пред 1920 прави стол за директора на Баухаус във Ваймар Изграден от композирани паралелепипеди, тапицирани в цветна кожа. Конструкцията също е от кубични дървени елементи в черно, които стъпват на земята като основа и стигат до подлакътниците.
3. Столът от 1886, носещ името Roma (Рома) на Марко Занини, е излят от цветна пластмаса и е изграден от цялостни обеми, връзката между които е смекчена, но въпреки това се запазва характерът на форма, изградена от кубистични цялостни обеми
4. В края на 20 век пример за кубична мебел за сядане от 1998 година е Pouf (Пуф) на италианеца Матали Красет. Формата е вдъхновена от куфари и обемно пространствената структура и представлява цветни паралелепипеди, които потребителят може да композира според необходимостта.
5. Табуретката от 1996, изработена от масивна дървесина, носеща името Bakenzahn (Бакензан) на дизайнера, е изградена от четири кубистични тела, при които напречното сечение се преобразува от голям към по-малък квадрат. Сглобката между тях е скрита и не влияе на външната форма

6. Red Blue chair – на германеца Герит Ритвилд, е пример за обемно пространствена структура, изградена чрез съединение на правилни четвъртити форми.

Столове, изградени от:

ОВАЛНИ ОБЕМИ

- Цилиндрични
 - Сферични
 - Вълнообразни
 - Със правилни или неправилни изкривявания
 - Черупчести
 -
7. Креслото Tube (Тюбе) на Джо Колумбо от 1969 е изработено от метална конструкция, покрита с гума и тапицерия. Четирите цилиндъра са отворени и размерите им са такива, че могат да се съберат един в друг.
 8. Up series на дизайнерската компания BandB Italia е изработен от полиуретан и представлява съчетание между неправилни и сферични форми.
 9. Столът за почивка Амоеб (Амоеб) на Вернер Пантон от 1970 година е с вълнообразна форма. Дизайнерът е разработил няколко стола, изградени от подобни форми, като през годините е използвал различни материали.
 10. Пример за форма, изградена от обеми с правилни и неправилни изкривявания, е изделието на Марио Белини – БРУЧО от 1986
 11. Огъване на равнини виждаме при PicNik (Пикник) на Хавиер Луст от 2002

Столовете са разнообразни по характер и въздействие форми, които класифицираме в групи според формообразуването. Любопитно е, че след разглеждане на примерите на 20 век не се открива изявена класификация на формите според материала. Технологиата е достигнала такова ниво, че безспорно материалите за изработка на столове са фактор, който влияе върху формата, но в никой случай не е основен.

Използвана литература:

1. **Albus V., Thomas B., Borka M.**, „Modern Furniture/ 150 Years of Design’’ Издателство: H.F. Illmann
2. **Прахт К.** , „Мебель и архитектура’’, Издателство: Москва Стройиздат 1993
3. **Топузлиев, Д.**, „Основи на дизайнерското проектиране’’ , Издателство: Централна станция на младите техники, 1978г.
4. **Минкова В.**, Форма и цвят’’, „Национална художествена академия’’
5. **Славов И.**, „Ергономия за дизайна’’, Издание на Централния институт за промишлена естетика 1989

УПРАВЛЕНИЕ И ПРЕДСТАВЯНЕ НА ПРОЕКТА „ВКЛЮЧИ КВАРТАЛА – ТЕАТЪР В ПАРКА“

Анна Бояджиева,

Abstract: The focus of this report is on cultural festivals, their creation, management and marketing, with a view to positively influencing the given Organisation and promoting its Brand. A real-life example of a theater festival in the city of Plovdiv is described, namely - "Turn on the neighborhood - theater in the park" created by a small private Artorganization.

Културните фестивали са важна част от развитието на културата като цяло. Тяхното провеждане може да предостави редица ползи като споделяне на културни ценности , опазване на традиции и обичай , чувство на автентичност, социализация. Културните фестивали могат да окажат въздействие върху икономическото, социалното и екологичното благоденствие на приемащата го среда.

Тези фестивали имат предимно социални функции. Те имат способността да предоставят на хората чувството за социална , географска и културна принадлежност.

Организирането на такъв фестивал , е добра възможност за Арторганизацията да развие своята дейност, като чрез него популяризира нова продукция, създаде предпоставки за разширяване на публиката. Би могъл да покаже пред обществото социалната дейност на организацията и ползите от нея.

Едно от нещата, които трябва да притежава артменижмънта е гъвкавост и широк поглед върху външната бизнес среда. Познавайки заобикалящата го среда и потребностите , добрия мениджър лесно може да създаде продукт , който да бъде добре приет от обществото и да увеличи както имиджа така и финансовото състояние на своята арторганизация.

Пример за добър мениджмънт и иновативност е проектът „Включи квартала-театър в парка“. Добрият артмениджър познавайки естеството на своята работа , осъзнава важността и значението на театъра, изправяйки се пред необходимостта от разширяване на публиката без да изключва моментното икономическо състояние , успява да опередели цели и

следвайки това да създаде фестивал , с който да популяризира театралното изкуство, което е обект на неговата дейност. Чрез този фестивал мениджърския екип се стреми да популяризира театралното изкуство, представяйки го в не типична за него среда, която носи и своите рискове, но с цел да намери нова публика създавайки интерес.

Редица фактори правят впечатление на мениджъра, за невъзможността на групи хора да посещават театрални постановки, които го насочват към идеята за този тип фестивал. Прекалената заетост на хората в днешната динамична среда, липсата на финансови средства, затрудненията , които имат хората в неравностойно положение, както и майките с малки деца са само една част от причините за създаването на този фестивал. В следствие на тези фактори, виждайки желанието у хората, мениджърския екип създава идеята и изготвя проект, с който да заведе театралното изкуство при хората.

„Включи квартала - театър в парка“ е фестивал подчинен на театралното изкуство. Той представлява поредица от театрални вечери , изнесени на открито, в парковите пространства извън централната част на града, отворени за всички хора без значение от възраст, пол, етнос, образование или интереси. Включва един спектакъл, четири квартала на град Пловдив, четири специално построени сцени и Вход Свободен за всички хора.

Мениджърският екип създавайки идеята за фестивала си поставя следните цели: да се създадат условия за достъп до културните събития на граждани от социални и етнически групи, да се обогати културният живот на гражданите по райони извън централната част на града, включване на групи в неравностойно положение, активизиране и приемственост на младото поколение, както и да предизвика обществен интерес. Екипът смята, че такъв фестивал ще се оцени високо от пловдивската публика, която всъщност ще е главният герой в тези театрални вечери.

След ясно поставената идея, цели и увереност в успеха на проекта, мениджъра търси възможност за финансова подкрепа за реализация на фестивала. Той намира партньорство в лицето на Община Пловдив и кандидатства за финансиране по програма свързана с културните събития. След като изготвя документацията и отговаря на всички изисквания по дейности получава висока оценка от комисията за идеята си за и проекта бива одобрен за финансиране. Това дава възможност на екипа да започне неговото реализиране. Започва дейност по график на дните избират паркови зони в силно населени зони, локализируют се кокретните места в парковете,

така че да бъде удобно за гледане, подема се рекламна кампания. Отпечатват се плакати и флаери, с който да се информира обществото. Създава се фейсбук събитие и се разпространява през местните радиа.

Целият екип на организацията е разпределен по предварително изграден план, в който всеки отговаря за реализацията на поставените цели. В деня на представлението се следи за правилното изпълнение и изграждане на сцена, кулиси, озвучаване и осветление. Тук екипът се сблъсква с рисковете по време на събитие, което се осъществява на открито, а именно климатичните условия, за което бяха предвидени шатри, които да предпазят техниката при евентуална нужда за да може започналото вече представление да продължи. Друг проблем, с който се сблъска екипа беше да привлече и задържи интереса на най-малките зрители до края на представлението, дошли да се докоснат от рано до театралното изкуство. Интересът към фестивала е надминал очакванията и е събрал над 1500 дъщи публика. Присъствали са хора от всички целеви групи на проекта, който търпеливо са изчакали актьорите след края на представлението за да се докоснат още по-близо до тях и да им разкажат колко са впечатлени. Най-често задаваният въпрос към актьорите е бил „Кога ще има пак?“.

Добрият медиен отзвук, в материалите след събитията, увенчават проекта с успех.

Добрата организация и уменията, които притежава мениджърският екип начело с артмениджъра, съумяват да реализират успешно фестивала, въпреки трудностите по пътя на изпълнение.



ВЪЗНИКВАНЕ И РАЗВИТИЕ НА ДАМСКИ ХОР „ТРИМОНЦИУМ“ ПРИ ОБЩИНА ПЛОВДИВ

Инж. Добринка Петкова, Мениджър проекти и събития „Тракарт“

ESTABLISHMENT AND DEVELOPMENT OF TRIMONTIUM FEMALE CHOIR OF THE MUNICIPALITY OF PLOVDIV

**Eng. Dobrinka Petkova– Project and event manager Trakart Cultural
center**

Abstract: Trimontium Female Choir of the Municipality of Plovdiv is a direct successor of the representative choir of Plovdiv teachers. It was established in 1965. During its long history, it was conducted by renowned Plovdiv musicians such as Krastyu Mihaylov, Milcho Petrov, Tsvetana Vasilkova, Boyanka Bahneva, Georgi Samardzhiev and Geno Zhelyazkov. Since 2010, Trimontium Female Choir has been successfully developing under the guidance of the conductor Vanya Atanasova. Over the years, Trimontium Female Choir has been actively involved in the cultural life of our city and our country as well. It has participated successfully in a number of international festivals. In 2004, TRIMONTIUM CHOIR was established as a non-profit organization for the purpose of implementing socially useful activities such as development and establishment of the cultural values of the civil society through cultural, educational and informational initiatives.

Едно от най-значимите явления в българската музикална култура след Освобождението от османско иго до наши дни е хоровото дело. Възникнало през късния период на Българското възраждане, то претърпява сериозно развитие, съответствайки на различните етапи в утвърждаването на националната ни музикална култура. Това е време, в което се заражда нова, самостоятелна сфера в културното ни наследство, което усъвършенствайки се, достига и до създаването на професионалната българска композиторска школа. През този период твори първото поколение български композитори - Емануил Манолов, Ангел Букорещлиев, Маестро Георги Атанасов, Добри Христов, Панайот Пипков, Никола Атанасов и др., които намират основа на своето творчество в многовековната ни фолклорна традиция, както и традициите, взaimствани от възрожденската хорова песен. Така те превръщат този тип творчество в основен за техните композиции жанр. Многогласното хорово звучене и създаването на нови произведения – обработки на народни песни, а по-късно и авторски творби, замества музикалната самодейност в училища, читалища и други културни средища. Процесите на формиране на хорово

изкуство са сложни, създадени под въздействие на различни исторически, политически и културни фактори. Още преди Освобождението (1878 г.), във възрожденските културни центрове хорово-певческите вокални формации са първите състави, в които се оформят различни пластове на любителската и професионална музикална култура. Чрез хоровите любителски състави българската музикална култура постепенно се институционализира.[2]

В средата на XIX век първите професионални музиканти, които работят в България са чужденци. Те носят традициите на европейската култура (Италия, Чехия, Унгария и др.), внасяйки нови форми на изпълнителство и развитие на музикалния живот, в който важно място заема хоровото изкуство.

Процеса на изграждане на музикалната култура се активизира заради присъствието вече и на младите, добре подготвени музиканти, получили образованието си извън България, които се завръщат в родината. Те търсят възможности за изява като прилагат знанията и таланта си. Това са годините, в които се основават Българския музикален съюз, Частното народно музикално училище, Българската оперна дружба. В историята на хоровото дело целият период около 1900 г. е време на културен подем, централизация на музикалната култура в София, развитие на дейността на нови музикални кадри, време, което разграничава първия и втория следосвобожденски период.

1900 г. е разграничителната линия при протичането на качествено нови изменения в българската култура. Извършваше се своеобразен преход към професионализма в културата и науката, което е съпроводено със значителна популяризация на постиженията им всред по-значителната част от българското население. Извършваше се своеобразен преход от нехудожествено съзнание на масата към съвременен тип естетически усвоявания на произведенията на културата, науката и изкуството“[3]

В годините между 1934-1939 г. се наблюдава кулминация в дейността на създадените хорове, която е инспирирана от различни фактори, сред които най-важни се оказват - насочването на нови диригенти, които създават и ръководят различни хорове и хорови формации, създаването на Съюза на българските хорове, разширяването на контактите и „докосването“ до хоровата култура на страни от Централна и Югоизточна Европа и не на последно място творчеството на второто поколение български композитори.[1]

Пловдив е не само вторият по големина град в България, но и най-богат на културни институции след столицата. Съществуването на Музикално училище, Музикална академия, Оперно-филхармонично дружество, Концертни зали и читалища, дава възможност да се формира

една културна публика с потребности, вкус и високи изисквания по отношение на изкуството.

Известно е, че хоровото изкуство се олицетворява от колективи, несравними по своя статут, поле на творческа изява и постигнати резултати. Но всички те са обединени в стремежа си да бъдат посланици на естетичното, да се превръщат във вокална икона на прекрасното и доброто. Защото всяка среща с публиката е съпреживяване, докосване до дълбините на душата, пречистване и обещание. В културния контекст на Пловдив има един хоров колектив, който повече от 54 години с любов и всеотдайност, достойно и изискано разнася вълшебството на песента из България и в Европа. Един сплотен състав от жени, които въпреки различията, времето и обстоятелствата, репетира и съумяват да се слеят в едно, за да станат творци и посланици на песента. Всяко тяхно изпълнение е плод на много труд и любов, много часове в репетиционната зала, за да се излее в прекрасна музика, която де достигне до сърцата на публиката.

Дамски хор „Тримонциум“ при Община Пловдив е пряк наследник на представителния хор на пловдивските учителки. Създаден е през 1965 година. През дългия му творчески път диригенти на хора са били изтъкнати пловдивски музиканти като Кръстю Михайлов, Милчо Петров, Цветана Василкова, Боянка Бахнева, Георги Самарджиев и Гено Желязков. От 2010 година хор „Тримонциум“ успешно развива дейността си под ръководството на диригента Ваня Атанасова.

Кръстю Михайлов - първоосновател на хора на учителките. Виден пловдивски музикант, преподавател в Музикалната академия и диригент.

Милчо Петров. Виден пловдивски музикант, преподавател в Музикално училище „Добрин Петков“, основател и диригент на редица хорове.

Цветана Василкова. Виден пловдивски музикант, преподавател в Музикално училище „Добрин Петков“ и в Музикалната академия, диригент на известни пловдивски хорови колективи. Под нейно ръководство хорът на учителките получава Златен медал на шестия републикански фестивал на художествената самодейност.

Във вестник „Учителско дело“ от 1974 г. е публикувано интервю с Цветана Василкова,, взето по време на репетиция, в което тя споделя, че въпреки, че в страната като цяло се усеща отдръпване на младежите от хоровото дело, в хора на пловдивските учителки това не се усеща. Сред новите хористи е имало и бивши нейни студентки. Василкова споделя, че едни от трудностите, които среща към онзи момент е честото боледуване на хористките от типичното за учителската професия заболяване – фарингит. Диригентката живее с амбицията да създаде хубав дамски хор, представителен за учителството. Към този момент в Пловдив няма друг дамски хор и хорът на учителките би могъл да запълни тази празнота. През тези години клубът на учителя се помещава в профсъюзния дом на

културата „Стефан Караджиев“, днес Дом на културата „Борис Христов“. Домът е предоставил някои от залите си за репетиции и лекционна пропаганда. [6]

Боянка Бахнева - Дякова. Дипломиран хоров диригент, хоноруван преподавател в АМТИИ - Пловдив, носител на международни награди с ръководените през годините самодейни хорове. Носител е на медали от международни хорови конкурси. Под нейно ръководство хорът на учителките постига големи успехи: Златен медал от седмия републикански фестивал на художествена самодейност; придобива званието „Представителен хор“ и осъществява първото си задгранично турне в Чехословакия. От 18 до 25 юли 1983 г. хорът гостува на смесен хор към Окръжния културен център на гр. Писек. Пеещите български учителки, както ги нарича местната преса, изнася два концерта – единият в гр. Писек, а другия в санаториалния комплекс в гр. Враш. Диригентката споделя, че много добре са се приели песните от репертоара на фолклорна основа. Хорът е викан на бис многократно, публиката не е искала да се раздели с тях! Ето и редове от статията на областния вестник „Южночешка правда“: „Концертите на учителките от Пловдив, които тук всички нарекоха „пеещите учителки“, показаха, че това е един водещ хор с висока певческа култура и богата ритмичност на изпълненията. [5]

Георги Самарджиев. Виден пловдивски музикант, преподавател в музикално училище „Добрин Петков“ и хоров диригент. Под неговото ръководство хорът завоюва трета награда и бронзов медал от международния хоров конкурс „Проф. Георги Димитров“ град Варна през 1989г. В брой 105 (13 371)/ 30.5.1989 на вестник „Отечествен глас“ е отразено участието на хора, като е посочено, че конкурса са взели участие 28 състава от 10 страни, разделени в четири категории – детски, женски, камерни и смесени хорове. Осъществява две успешни задгранични турнета в Източна Германия - 1985г. и Западна Германия - 1987г. Домакин на хора с смесен хор на немското певческо сдружение в гр. Форддорф – окръг Брауншвайг. По време на турнето хорът има четири участия. Всеки концерт е посрещнат с голям интерес от немската музикална общност. Ето какво пише и вестник „Волфсбургер щатблад“ в броя си от 19 юни: „Когато прозвучаха българските народни песни, всички слушатели изпаднаха във възторг...Вестникът на гр. Гифхорм под наслов „Посрещането на пловдивския хор“ също отбелязва: „Със своето пеење те влязоха в сърцата на слушателите“. [4]

По това време хорът е съставен изцяло от детски учителки в детски градини. Наброява 60 жени. Принципа на работа в онези години е съвсем различен от сега. Ваня Атанасова, която е корепетитор в хора, разказва: хористките излизаха по рано от работа, замествани от своите колежки, идваха на репетиция без отсъствия. Имаше отговорници във всяка партия, които методично водеха дневник за присъствието на хористките. Това се

следеше и от по-висока инстанция - Профсъюзите. Тази строга дисциплина даваше възможност на диригента да се радва на пълно присъствие от страна на певците, а това гарантираше много активен творчески процес. Разучаваше се огромен репертоар, наизуст, тъй-като повечето учителки бяха нотно неграмотни. За това допринасяха много и творческите лагери, които се провеждаха традиционно 2 пъти годишно извън града. В продължение на 10 дни хорът репетираше по няколко часа на ден в подходящи хотелски бази, на пълна държавна издръжка. Там се разучаваше голям репертоар и това много помагаше за общата подготовка, а също така и за сплотяване на колектива.

Важен фактор за непрекъснатото повишаване на художественото майсторство на хора е участието в Републиканските фестивали на художествената самодейност. Тези прегледи са имали конкурсен характер и са били абсолютно задължителни за всички художествени колективи. Провеждани са в 4 етапа - Районни, Градски, Окръжни и Национални. До национален кръг са стигали само най-добрите. Спечелването на златен медал на последния етап е било огромен успех и гордост за всеки хор. В този смисъл двата златни медала на хора на Пловдивските учителки от 6-ти и 7-ми Републикански фестивали са атестат за отлична работа и високо певческо майсторство.

След Георги Самарджиев диригентството на хора поема Гено Желязков. Известен пловдивски музикант, педагог, основател и диригент на редица хорови колективи. Завършва ДМА „П. Владигеров“, София. Изучава хорово дирижиране при проф. Лили Гюлева. Завършва курс за хорови диригенти под ръководството на проф. Васил Арнаудов. На хор „Тримонциум“ Гено Желязков посвещава 19 години от своя живот. Под негово ръководство хорът изнася десетки концерти в Пловдив и страна. Участва в Панорама на българското хорово изкуство в Камерна зала „България“ — София. Развива значително международна дейност, участвайки във фестивали на хоровото изкуство в: Турция, Гърция, Италия, Испания, Унгария, Австрия и Македония. На неговата светла памет хор „Тримонциум“ посвещава първият си самостоятелен компактдиск, като му засвидетелства безпределната си признателност и обич. Под диригентството на Гено Желязков хорът приема името „Тримонциум“. Това се случва през 2000 –та година, когато дамския хор е поканен да гостува в град Валядолид - Испания. Домакините любезно молят диригента Гено Желязков да им съобщи името на хора. Но такова до този момент няма. Тогава, след разгорещени спорове и интересни хрумвания, се стига до общо решение — от тук нататък хорът да носи името „Тримонциум“. Това турне остава в съзнанието на хористите и с още един приятен спомен. Младият испански композитор Рамиро Реал написва специално за тях песента „Реджина чели“.

Работата на нито един диригент не е успешна и ползотворна без неговите всеотдайни колеги - хормайсторите и корепетиторите. През годините на своята дейност със своя висок професионализъм и значим принос за художественотворческото израстване на хор „Тримонциум“ са допринесли музикантите: г-жа Славянка Хаджипеткова – корепетитор, г-жа Елка Любомирова — хормайстор, г-жа Таня Маринова – корепетитор, г-жа Доротея Цолова – корепетитор, г-жа Славка Илиева – хормайстор, г-н Атанас Шишков - помощник диригент, г-жа Весела Гелева — хормайстор, г-жа Лилия Илиева - вокален педагог.

След внезапната кончина на диригента Гено Желясков през 2010, ръководител и диригент на дамски хор „Тримонциум“ става Ваня Атанасова. Ваня Атанасова завършва Академията за музикално, танцово и изобразително изкуство през 1979г. Изучава пиано при проф. Георги Петров и дирижиране при проф. Василка Спасова. Защищава степен „Магистър по музика“. От 1985 г. работи като корепетитор и хормайстор на хор „Тримонциум“. От 2010 г. поема дирижирането на хора. Носител е на Почетна значка на гр. Пловдив за високи постижения в музикалното изкуство. През 2017 г. е наградена с Почетна грамота „Неофит Рилски“ на МОН – за цялостен принос в музикално – педагогическата си дейност.

Демократизацията на изкуството и културата са изключително важна задача, кореспондираща с изискванията на нашето съвремие и утвърждаваща както националните ни традиции, така и европейските ценности, към които обществото ни се стреми. Изменението на законовите разпоредби за финансиране на самодейните състави наложи създаване на нестопанска организация, регистрирана в обществена полза, СНЦ Хор „Тримонциум“, с която хорът успешно съ-финансира своята дейност.

Хоровото дело в България е най-старата форма на колективно музициране на нашата страна. Дамски хор „Тримонциум“ присъства вече 54 години в културния живот на гр. Пловдив. През неговите редици са преминавали десетки хористи. Днес една от основните задачи пред диригента и стратегията за развитието на хора е стимулирането и развитието на таланта и творческия капацитет на всяка една от хористките. Това се осъществява с повишаване на изискванията по отношение на вокалното усъвършенстване, артистичността и сценичното поведение на певиците.

Стимулирането на интереса им към хоровото изкуство се извършва чрез включването в репертоара на творби в съвременни жанрове като: филмова музика; джаз; спиричуели в джазиран аранжирмент, творби от съвременни български автори; изпълнения в съпровод на различни инструменти и синбек в модерен аранжирмент. Това привлича в редиците на състава млади кадри с подчертан интерес към хоровата музика, с голям певчески капацитет и перспектива за творческо развитие и усъвършенстване.

С всеки следващ проект, с всеки следващ концерт хор „Тримонциум“ повишава качеството на изпълнения си. Наред с песни от различни стилове и епохи, на стари и съвременни автори, хорът подготви и изпълни пред публика „Малка джазова меса“ на съвременния композитор Боб Чилкот. Цикличното произведение в 5 части, на латински език, прозвуча за пръв път в Пловдив, именно в изпълнение на дамски хор „Тримонциум“ и със съпровод на джазово трио /пиано, бас китара и барабани/. Публиката прие с възторг и нестихващи аплодисменти премиерата на творбата. През 2017г. хора имаше възможност да работи със световно известният хоров диригент Крикор Четинян. След месеци съвместни репетиции представи 12 частна меса, „Gloria“ на Антонио Вивалди.

От песни към кантатно-ораториалните творби, хорът прогресивно върви към все по-сложни и изискващи висок професионализъм произведения. Включването им в предстоящите концерти стимулира творческият дух на колектива и мобилизира активността на хористите. За артистичните резултати и качеството на художествения продукт ясно говори и мнението на доайена на пловдивските хорови диригенти проф. Василка Спасова – хоров диригент, член на УС на БХС – София, председател на УС на Фондация „проф. Иван Спасов“, гр. Пловдив: „Много са достойнствата на този хоров състав: подбрани млади хора обичащи хоровото пеене, прецизна вокална техника и баланс, стилно изработен и богат, многообхватен и респектиращ репертоар със специална грижа, особено към творчеството на българските композитори, достойно представяне на източно православната музика с много видни нейни представители и т.н.“

Сред отличителните качества на дамски хор „Тримонциум“ са вокално-техническото майсторство, съчетано с изявена емоционалност и финес на сценичното присъствие. Изпълненията на хора се характеризират със стилово разнообразие и достоверност, основани на ерудиция и професионализъм от страна на диригента Ваня Атанасова, последовател на традициите, наследени от Гено Желязков. Сътрудничеството с корепетитора Диана Кънева осигурява качествена вокална и художествено-изпълнителска подготовка на хористите.

Един от най-значимите проекти, по който Хор „Тримонциум“ бе партньор и работи няколко години, е проект на Младежки симфоничен оркестър от гр. Бремен, Германия. Изпълнение на произведението на Менделсон, „Сън в лятна нощ“ се състоя в Държавна опера – Варна и на сцената на Античен театър Пловдив и беше едно от големите културни събития в афиша на „Пловдив – Европейска столица на културата 2019“.

За високото си изпълнителско изкуство Дамски хор „Тримонциум“ е носител на III-та награда и и бронзов медал от Международния хоров конкурс „проф. Г. Димитров“ в гр. Варна. Спечелил е златни медали от VI и VII Национални прегледи на хоровото изкуство. През 2015 г. Дамски хор

„Тримонциум“ печели I – ва награда в категория еднородни хорове на Международен хоров конкурс – „Музика и море“, Катерини, Гърция.

През 2018 година хорът се завърна със сребърен медал от участието си в конкурса, провел се в рамките на 36-ти Международен хоров фестивал Превеза. В последните 10 години хорът с голям успех концертира във Франция, Германия, Италия, Хърватия, Черна гора и Гърция.

В 54 годишният си творчески път дамски хор „Тримонциум“ е изнесъл десетки концерти, свързани със световни, национални и християнски празници. Хор "Тримонциум", в последните години, неизменно взема участие във всички форуми където се допуска участието на женски хор. С успех се представи на фестивалите в Ямбол, Поморие, Габрово, Стара Загора, Казанлък, Харманли и Търговище. В момента тече подготовка за участието на хора във коледния фестивал в гр.Хасково.

1. Баларева, А., Хоровото дело в България, С. 1992 [1]
2. Баларева А. „Хоровото дело в България от средата на XIX век до 1944“. С., изд. БАН, 1992 г. [2]
3. Пантев, А. Културно развитие 1878-1944 г. – В: А. Фол, В. Гюзелев, Н. Генчев и др. Кратка история на България. С., 1981 [3]
4. Стойнова, Ц., „Отечествен глас“ №183 (12 892)/ 4.08.1987[4]
5. Тачев, Ж. „Отечествен глас“ №11665/10.08.1983 [5]
6. Христов, П., Учителско дело“ №42/3.12.1974 г. [6]

РЕЦЕНЗИЯ

на сборник-доклади от
7-та международна научнопрактическа конференция
"Управленски и маркетингови проблеми в изкуството"
АМТИИ, Пловдив, 2019 г.

Д-р Достена Лаверн,
асоцииран професор и изследовател в Страсбургския университет

Докладите от 7-та научнопрактическа конференция в АМТИИ покриват широка гама от изследователски теми свързани с развитието, брандинга, мениджмънта и практиката в полето на изкуствата. От развитието на личностните качества на арт-мениджъра, през управленска теория и теоретико-практични модели за въвеждане на иновации от арторганизациите, до въпроси засягащи етиката и педагогиката на PR-a, участията отразяват различни гледни точки и методологии.

Част от докладите имат за цел да опишат развитието на изкуства и практики в исторически аспект като с това спомагат да се преосмислят предизвикателствата пред съвременните артисти, арторганизации и артмениджъри. Така например, един от авторите се спира на значението на Първото световно изложение през Викторианската епоха и подчертава ролята на представянето на технологичния напредък като вид политически брандинг от страна на Великобритания. Разглеждайки и Парижките индустриални изложения между 1798 и 1849 до Всемирното изложение през 1889г., става ясно че те допринасят и до сега за своеобразния бранд на Париж като град на световното изкуство и напредък. Развивайки темата за

танца като форма на културно изразяване в Америка през XVII-ти, XVIII-ти и първата половина на XIX-ти век, както и първите американски танцьори през XIX-ти век, в друг доклад се подчертава, че културният обмен между САЩ и Европа на терена на балетното изкуство става предпоставка през XX-ти век Америка да развие свои уникални форми, обогатени от множество чужди влияния.

В контекста на глобализацията, обменът на практики както в полето на изкуството, така и в полето на артмениджмънта още по-интензивно допринасят за експериментиране на теории, заимствани от други страни. В доклада на тема „Метода на Доблинската група за изграждане на бизнес модел на арторганизацията“ авторът се спира на адаптиран примерен вариант на бизнес модела на иновациите на Доблинската група за да покаже неговия общ механизъм на изграждане на иновативен културен бранд. Става дума за проекта на кураторката Катаржина Пирянков и артистът Венцислав Пирянков в с. Старо Железаре в България. В специаления доклад „Селото на Слънцето - футуристична утопия и красив бъдещ манифест. Уличният артфестивал Старо Железаре“, се описва как тази инициатива превръща селото в културна атракция и туристическа дестинация. Съвременното улично изкуство и конкретно графитите, покриващи доварите на местните имоти, създадени всяка година от млади полски художници, променя значително първоначалната идея на фестивала, за да го превърне в манифест на едно красиво бъдеще и в утопията "Село на Слънцето".

Подобен на подхода на доклада за модела на Доблинската група е и този на тема „Новости в управленската теория и релации с артмениджмънта“, който разглежда теорията на експерта по трансформации в управлението Вип Вяс за „отличаващо се представяне“, приложена от диригента Зубин Мета. Като успешни примери за иновативен артмениджмънт други от участниците в конференцията цитират и Международния фестивал „Дни на тракийската

култура“, проекта „Включи квартала – театър в парка“, примери за управление на илюзионното изкуство.

Част от докладите в конференцията обръщат внимание на индивидуалното развитие на качествата на артмениджъра („Поведение и лични качества на мениджъра. Промяната им като ключов фактор за повишаване качеството на художествения продукт“) или дори на артиста, който се превръща в артмениджър на собствения артистичен продукт или арт колектив („Артист или артмениджър? А защо не и двете“). Авторът му акцентира върху ролята на АМТИИ и преподаваните в специалностите по Артмениджмънт и ПР на арторганизации дисциплини като на ценна възможност предоставена на бъдещите артисти. Така, тези от тях, които имат желанието и капацитета да придобият управленски умения, могат да го направят още на студентската скамейка. Както става ясно от доклада „Самомаркетинг как условие повишения конкурентоспособности випускников университета“, тези качества са изключително ценни в контекста на себе-промоцията на завършващите висшисти.

По вече установена традиция, някои от докладите в конференцията имат подчертано критически подход. Особено внимание привлича опитът на автора да анализира съвременните методи на PR-а през „Прозореца на Овертон“. Става дума за възможността първоначално немислими обществени идеи да се реализират първо чрез прехвърлянето им в сферата на радикалното, а след това чрез поставянето им в социалния обхват. Като ясно разграничава манипулативните подходи, тип „Прозореца на Овертон“, от тези на класическия PR, който дефинитивно функционира в областите на етичното и естетичното, въпросът, който ученият не без основание задава е: ще успее ли PR-ът да запази своята същност в период на все по-агресивна неолиберална среда? Следва ли студентите да бъдат обучавани не само в ценността на бизнес печалбата, но и в морал, нравственост и етика, думи,

които са почти низвергнати от учебниците по съвременни маркетинг технологии? Вижда ли PR-ът, или по- скоро неговите практики и теоретици, че през „Прозореца на Овертон“ прозира неговата собствена деструкция и тази на обществото и на изкуството като цяло?

В заключение, можем да кажем, че докладите от 7-та международна научнопрактическа конференция "Управленски и маркетингови проблеми в изкуството" съпоставят различни гледни точки в полето на артмениджмънта. Форумът се утвърждава като ежегоден барометър на една сложна проблематика, в която артмениджъри, изследователи, педагози, антрополози, културолози и дори психолози биха могли успешно да продължават да участват в бъдеще за да разширяват интердисциплинарния и сравнителен подход на това важно за изкуството и културата научно събитие в България.

РЕЦЕНЗИЯ

„Управленски и маркетингови проблеми на арторганизации“

Като резултат от проведената конференция „Управленски и маркетингови проблеми на арторганизации“ книгата представя широка панорама на управленските проблеми в сферата на изкуствата и обучението, но същевременно е и плод и коментар на професионални занимания на специалисти от различни сектори – сценични изкуства, дизайн, културен туризъм. Тя може да се прочете както като съвкупност от разсъждения върху теми и , водещи тенденции в мениджмънта, описание на връзките бизнес и изкуства, мениджмънт и образование, изкуства и финансиране, бизнес среда и така и дава възможност да се запознаем с примери на практики в българската среда през последните едно-две десетилетия. Същевременно става дума за едно плодотворно съчетание на научни и приложни подходи, провокирано от проведените дискусии и предварителна работа и систематизация на наблюдения и теоретични възгледи в областта на управлението.

Предложеният панорамен преглед позволява да се направят сравнения, да се търсят закономерности и да се очертаят общите проблеми в развитието на мениджмънта не само у нас, нещо, което всеки читател ще има възможност да направи за себе си. Плодотворността на разискванията около същността и възможностите на мениджмънта разширява територия си в няколко посоки: първо, по отношение на образователното поле в Русия. Представени са проблеми на висшето образование, което в настоящето се ориентира към по-голяма вариативност и динамичност на образователния процес, с оглед развитието на маркетинга и пазара на труда.

На второ място, новите постановки в артмениджмънта, разбиран като процес на целеполагане и свързаното с него управление по цели, го обвързват с по-съвременните виждания за иновации. Стимулирането на нововъведенията в самите корени на всяка една организация е особено перспективно, защото дава възможност да се насърчава екипа непрекъснато да преосмисля начина си на работа и да се стимулира раждането на нови творчески идеи в областта на мениджмънта. Разглеждат се примери за прилагане на бизнес модели при управлението на изкуствата; развитие на възгледи за мениджмънта, фокусирани както върху иновации, така и се отчита програмния период на „Хоризонт 2020“ и необходимостта да се проблематизират възможностите за финансиране и на изкуствата.

На трето място, е важно да се отбележи, че управлението не може да се разглежда и анализира без да се обръща внимание на различни художествени контексти и практики, защото отделните специфични артистични и мениджърски решения се прилагат в рамките на определена конкретика и среда – фестивали, танц, неконвенционални пространства. Открити са връзките между особеностите на управлението и споделения опит на практикуващи мениджъри, доколкото организациите и практиките функционират в зависимост от сектора, към който принадлежат. Понататък интерес представляват разсъжденията относно променливите на бизнес средата и възможностите на арторганизацията да влияе косвено върху нея, като се адаптира към нейните изисквания и ги отразява в своите програмиране, дейности и комуникации.

Всяка оценка, включително и критическата, всъщност се основава на съпоставимост. В дискусиите все повече се затвърждава убеждението, че най-важното е взаимодействието между научните дисциплини и практиката, като се повдига въпрос за това как да се позиционират артмениджмънтът и маркетингът като дисциплини, и какъв е същественият

им принос. Една от най-основните идеи е именно в това, че артмениджмънтът се разгръща и напредва комплексно, като начин и практика на разбиране и управление на най-разнообразни нива и явления в управлението, начин на вземане на решения и договаряне в процеса на комуникации и мотивация.

В изданието се наблюдава доста разнообразно присъствие на теми, свързани с историческото развитие на танца, на световните изложения, на дизайна. Специално трябва да се отбележи разработката по отношение на проблемите на културното наследство, включително по отношение на споделения опит при сътрудничеството между обществения и частния сектор за устойчивото развитие за културния туризъм. Смятам, че когато се натрупа достатъчно количество от примери, то дава и по-значими обобщения.

Сборникът е ценен с разсъждения както относно класическата проблематика на управление, така и с новите търсения, и показва и интригува с динамично развиващите се обстановка и изследователско поле на артмениджмънта, което и в бъдеще ще привлича вниманието не само на широк кръг млади хора (студенти и изследователи), но и на утвърдени учени и практикуващи артмениджъри.

И последно, относно професионалното израстване на мениджърите в сферата на изкуството, не може да не се отбележи, че то обикновено се базира или на трудовия стаж или на технически умения. Артисти, художници, музиканти се издигат на управленски постове, без да се вземат предвид специфичните изисквания на мениджмънта. Приема се, че не е необходима специална квалификация. Поради тази причина професионализацията на артмениджмънта у нас и развитието на висшето образование, дискусиите и практикуваните методи на обучение в тази област и управление вероятно ще доведе до нарастване броя на квалифицираните творци-администратори и „предприемачи“ на

художествени проекти. Вярвам, че книгата ще заинтригува академичната общност и най-вече специалисти и изследователи в областта на артмениджмънта, професионални мениджъри от публичния и комерсиалния артсектор, студенти по мениджмънт от бакалавърска и магистърска степен в различни висши учебни заведения.

доц. д-р Татяна Стоичкова

СЪДЪРЖАНИЕ

МЕТОДЪТ НА ДОБЛИНСКАТА ГРУПА ЗА ИЗГРАЖДАНЕ НА БИЗНЕС МОДЕЛ НА АРТОРГАНИЗАЦИЯТА

Проф. д-р Емилия Константинова 5

КАКВО ВИЖДА PR-ЪТ ПРЕЗ „ПРОЗОРЕЦА НА ОВЕРТОН“

Проф. д-р Любомир Иванов Караджов 17

НОВОСТИ В УПРАВЛЕНСКАТА ТЕОРИЯ И РЕЛАЦИИ С АРТМЕНИДЖ-МЪНТА

Доц.д-р Живка Бушева 24

САМОМАРКЕТИНГ КАК УСЛОВИЕ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТО-СПОСОБНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ УНИВЕРСИТЕТА

Федотенко Инна Леонидовна 31

ФИНАНСОВИ ГРЕШКИ В ОТЧЕТИТЕ ПО ПРОГРАМА ХОРИЗОНТ 2020

Доц. д-р Весела Казашка 37

НАЧАЛОТО НА ТАНЦА КАТО ФОРМА НА КУЛТУРНО ИЗРАЗЯВАНЕ В АМЕРИКА ПРЕЗ XVII И XVIII ВЕК

Душанка Градишки Иванова..... 43

ФРЕНСКИЯТ ПРИМЕР ЗА РАЗВИТИЕТО НА ИЗЛОЖЕНИЯТА

Томи Попечкин 56

ПОВЕДЕНИЕ И ЛИЧНИ КАЧЕСТВА НА МЕНИДЖЪРА ПРОМЯНАТА ИМ КАТО КЛЮЧОВ ФАКТОР ЗА ПОВИШАВАНЕ КАЧЕСТВОТО НА ХУДОЖЕСТВЕНИЯ ПРОДУКТ

Галина Гавраилова 68

АРТИСТ ИЛИ АРТМЕНИДЖЪР? А ЗАЩО НЕ И ДВЕТЕ ...

Димитър Маджаров 77

ДОСТЪП НА ТУРИСТИТЕ СЪС СПЕЦИАЛНИ ЗРИТЕЛНИ ПОТРЕБНОСТИ ДО ВИЗУАЛНОТО ИЗКУСТВО В СТАРИНЕН ПЛОВДИВ

Иван Обретенов Обрешков 81

СЪТРУДНИЧЕСТВО И УСПЕШНО ПАРТНЬОРСТВО МЕЖДУ ОБЩЕСТВЕН И ЧАСТЕН СЕКТОР ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА КУЛТУРАТА И ТУРИЗМА

Д-р Георги Иванов-Жорж Трак 88

**МЕЖДУНАРОДЕН ФЕСТИВАЛ „ДНИ НА ТРАКИЙСКАТА КУЛТУРА“
- УТВЪРДЕН И УСТОЙЧИВ ПРОЕКТ С АМБИЦИОЗНАТА ЗАДАЧА ДА
ПОПУЛЯРИЗИРА ТРАКИЙСКАТА КУЛТУРА**

инж. Димитрина Т. Кузманова 95

МАНИПУЛИРАНО УПРАВЛЕНИЕ НА ИЛЮЗИОННОТО ИЗКУСТВО

Любена М. Хаджийска-Енева 104

**THE VILLAGE OF THE SUN – FUTURISTIC UTOPIA AND A BEAUTIFUL
FUTURE MANIFESTO. STARO ZHELEZARE STREET ART FESTIVAL**

Katarzyna Piriankov 116

**АВТЕНТИЧНОТО ХОРО - ТРУДНОСТИ ПО СЪХРАНЕНИЕ, ПОДДЪР-
ЖАНЕ И ВЪЗПРОИЗВЕЖДАНЕ, ПРЕДВИД СТИЛОВИТЕ СПЕЦИФИКИ**

Анета Илийчова Вълканова..... 121

**РАЗРАБОТВАНЕ, УПРАВЛЕНИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ НА ЕКСПЕРИМЕН-
ТАЛНИ АРТПРОЕКТИ, ОСНОВАНИ НА АЛТЕРНАТИВНИТЕ СЕНЗОР-
НИ МОДАЛНОСТИ**

Анита Паскалева 126

**ПОДГОТОВКА БУДУЩИХ ПЕДАГОГОВ К РУКОВОДСТВУ ХУДО-
ЖЕСТВЕННО-ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ДОШКОЛЬНИКОВ**

Ежкова Нина Сергеевна, Югфельд Ирина Александровна, Ежкова Полина
Евгеньевна 136

**ЗНАЧЕНИЕ НА ПЪРВОТО СВЕТОВНО ИЗЛОЖЕНИЕ ПРЕЗ ВИКТО-
РИАНСКАТА ЕПОХА**

Томи Попечкин 144

**ИТАЛИАНСКОТО ВЛИЯНИЕ НА КЛАСИЧЕСКИЯ ТАНЦ В АМЕ-
РИКА ПРЕЗ XVIII И XIX ВЕК**

Душанка Градишки Иванова 162

**АНАЛИЗ НА ФОРМООБРАЗУВАНЕТО И КЛАСИФИКАЦИЯ НА ЗНАКО-
ВИ СТОЛОВЕ НА 20 ВЕК**

Диана Василева 172

**УПРАВЛЕНИЕ И ПРЕДСТАВЯНЕ НА ПРОЕКТА „ВКЛЮЧИ КВАРТАЛА –
ТЕАТЪР В ПАРКА“**

Анна Бояджиева 177

**ВЪЗНИКВАНЕ И РАЗВИТИЕ НА ДАМСКИ ХОР „ТРИМОНЦИУМ“, ПРИ
ОБЩИНА ПЛОВДИВ**

Инж. Добринка Петкова 181

**РЕЦЕНЗИЯ НА СБОРНИК-ДОКЛАДИ ОТ 7-ТА МЕЖДУНАРОДНА
НАУЧНОПРАКТИЧЕСКА КОНФЕРЕНЦИЯ “УПРАВЛЕНСКИ И
МАРКЕТИНГОВИ ПРОБЛЕМИ В ИЗКУСТВОТО” АМТИИ, ПЛОВДИВ,
2019 г.**

Д-р Достена Лаверн 189

