

ПЛАКАТЪТ, КОЙТО СЕ СМЕЕ

Има една френска реклама за сирене от началото на миналия век, която надскача доста признати фундаментални и делови решения с фантазията, интересното нетрадиционно мислене и разбира се с това, с което французите, като създатели на художественото течение „Плакат“, се гордеят – хумора. Рекламата е позната не само от плаката, а е световноизвестна и с кръглите кутийки „La vache qui rit“ („Кравата, която се смее“). Има и такава рисунка – „абсурд по всички направления“, както би казал Остап Берта Мария Бендербей и щеше да бъде прав, ако не съществуваше единственото художествено направление, което не се бои, не се пита „Защо?“, не изпада в трансцендентален ступор от такива небивалици. И това е ПЛАКАТЪТ – да си го кажем с големи букви и да не се спотайваме в сянката на „сериозните“ изкуства. И ако графиката в последно време се превръща в увеличени плакати чрез дигиталните картинки, които лесно се манипулират, деформират, зацапват и зомбират, само и само да получат по-силна визуална идентичност – това не им се получава, защото при плаката неизменно, задължително и фундаментално присъства, намира се и се вижда освен образ и неговия интелектуален контекст на присъствие. Този нов, всъщност от последните десетилетия на плаката, дух на бистър и необременен визуален разказ превръща потенциалните зрители на плаката в група на весели умници само епидермално (повърхностно), подобно на „смеещи се крави“. От абсурден в началото смехът, усмивката бележат нови въртопи на гмурване и трансформиране. Така да се каже, смеещите се от етикетите стават „сериозна“ публика от смеещи се зрители. СМЕЯ да твърдя, че това е рядък

комплимент за публиката на плаката, защото тези обезкураторени (неразчитащи на куратори) зрители са част от новите хора, дълбоко усвоили и придобили умствено езика на сегашното ни визуално обкръжение.

Изложбата на проф. Младенов по повод неговата 50-та годишнина с 50 избрани плаката е емблематична за последното десетилетие, що се отнася до отстояването и развитието на художествените принципи на това все по-поляризирано изкуство. Новите технологии отдавна осигуриха едно прилично ниво на поносима (а понякога и съвсем непоносима) естетика на ниво художествен редактор, която залива пазарната необходимост от информационни табели – „плакати“. На другия полюс с редки, по-скоро изложбени прояви светят, по-скоро блещукат непредалите се художници. Даровити и с влечение. И това е добре, защото да направиш плакат по собствена идея и поръчка е голям лукс и дори деликатесен принос в концептуалното изкуство, без да ти се налага да търпиш до себе си красивите фигури на т.нар. куратори, които обясняват какво искаш да кажеш. Не че не е възможно. Това дори е необходимо, когато се касае за произведение, направено от шепа пясък или малко боядисана слама...

При великата идея „Авторски плакат“, на която апологети са само даровити художници с фантазия, не е нужно „прикачването“ към случайно избран образ. Той (образът) се търси по вътрешните закони на организационното издирване по необходимост и задължителното облагородяване и интелектуализиране с визуален виц. Николай Младенов притежава особената художническа непоклатимост и вярност към всяка избрана от него идея за плаката. Това се определя във висока степен от неговата визуална култура, особеното лично сито на избор на образна форма, което обаче не

значи нарочно придържане към една разпознаваема и повтаряема форма, осигуряваща псевдоавторско достойнство. Идеята за плакати с различна техника, но единствено подходящи за мисълта, която носят, е известна от великия полски професор Мачей Урбанец, но не е популярна, защото е присъща за художници с голяма дарба и още по-голям характер, нестрадащи от снобизма да бъдат постоянно разпознавани. Плакатите на проф.

Младенов не са „деца на улицата“, не са правени за реклами по тарабите, но странно е, че и там биха стояли, както у дома си в салона. Технически обектите на рисунките са графично „ошлайфани“ и тяхната обработка е спряла в онзи момент, в който талантът на автора преценява, че е стигнат предела на умственото послание и разгадаване не само за посветени.

Художникът ни показва творби, които първо задържат вниманието ни, после ни учудват с постепенното разгадаване на умната картинка и накрая ни въодушевяват за усмивки, една по една, съставлящи тази „Смееща се изложба“. Основният плакат за изложбата, който авторът е избрал за емблематичен, е плакатът с моряшката фланелка, образуваща в долната си част (там, където е коремът) с едно мъничко разместване на райетата доста широка усмивка, самоуверено подходяща за възклицание, едновременно доволно и надменно, като окончателно житейско кредо; доста далеч от цитираната в плаката мисъл на Марк Твен, но поставяща е в ироничен контекст; всъщност поюначена и погероизирана в нашенски смисъл; надскачаща (както е полезно) физическите и телесни параметри и шепнеща на ухо цялата уж хедонистична същност на остроумния плажен мъдрец...

Темата става диптих с плаката с гънките на човешкия врат на друг главен герой. Има кратка детска песничка, пример за съединяване на думите при

произношение: „Ний сме малките русалки“, но се чува „Ний сме малки терусалки“ и се задава въпрос: Какво е това „терусалки“? Художникът е създал триптих с героиня една „терусалка“, толкова невъзможна, колкото в сбърканата песен и точно толкова занимателна, остроумна и симпатична. Образът е отчужден от миловидната представа и е стегнат и „сух“ като рисунка, подходяща за плакатния виц. Такъв е и диптихът „Bitov alkoholizm“, в който разпознаваеми образи се скупчват с цел да ни забавляват – мека бутилка, пран чорап, защипан с щипка-пеперуда – нещо весело като стихчето „Кацнал бръмбар на трънка“, с което учен лекар успокоява ужилен по окото пациент. Важната тема като алкохолизма не се подценява, а се отбелязва като проблем с лек тон, който няма да те стресне, а ще те почука по главата. А пък тя дали е тъпа или не, авторът не ни казва, като истински смеец се философ. Повече гледни точки по една тема осигуряват разнообразие, трудност от „задължителния“ диапазон на художествения плакат. Серията „Габровски котки“ са типични плакати за този проблем на многообразието. Различни от формулата на отрязаната опашка, котката на червения фон е христоматиен пример в световен план как се прави вицов плакат не само с един, а с три вица. Първо, с невъзможното виртуозно сгъване на тялото на котката, то става музикален инструмент (лира). Второ, струните са четири деруги по стена от ноктите на падащата котка. Трето, рядък принос във визуалното изкуство: чуваме от екстремно отворената уста на котката характерния истеричен врякащ звук на падащото животно. Един чудесен авторов каприз. Графичната чистота на изпълнението е удивителна. Сгънатата малка „срязана опашка“ и главата ѝ от другата страна са основата на лирата, в която струните (единственото бяло) викат да ги забележиш. Загадка като

„Вик“-а на Мунк. Друг равностоен раздел са т.нар. „вещеви“ или с по-новото определение „естествени плакати“. Освен с острото наблюдение за регистриране (фото) на абсурдите в бита (напр. плакатът с Патриарх Евтимий), има и доста образни интерполации (трансформации с добавка от художника): дънер с прикрепени с габърчета листа, плакатът за морския фестивал в Каварна със сухия морски пясък като дъно; и най-творчески впечатляващият – паважът на градския площад от захарчета и чашката кафе като капак на улична шахта. В тази фантастична и очарователна образна метафора Николай Младенов изразява своето пристрастие и обич на градския човек към своето любимо обиталище, допълнено с текст-есе. Това е една от почти несъществуващите възхвали на града (пренебрегнати десетилетия за сметка на селото). Сещам се за Светослав Минков и Атанас Наковски, и разбира се гения Свинтила, които се бяха осмелили да пишат за града. А художниците, освен тъжните изронени калкани и кофи за бо клук, не са представяли друго. Авторът опоетизира, заиграва се със сладки асоциации, щастлив е да е в убежище-мислище (ама че дума!). Друго удивително в творчеството на Николай Младенов е пълната липса на художествен снобизъм. В определено най-модния жанр – плаката, той работи все едно че няма минало и настояще. Не че ни ги познава и двете. Най-малкото като професор по история на това изкуство той го занимава, но без слабоволното и директно присъединяване към ефектите на деня. Художникът се потапя в колосалния ежедневен формален арсенал само по необходимост и само дотам, докъдето ще бъде удовлетворен и никога няма да потъне в епигонство. Плакатите, правени по театрални постановки, са произведения на собствен ход в лоното на спектакъла. „Полковникът птица“ от Христо

Бойчев е пиеса алегория. Такъв е и плакатът. Кой може да си помисли, че едни копчета на военна униформа стават за изкуство. Плакатът получи награда от Триеналето на плаката в София. Серията плакати-шеги, изобразяващи военен с фуражка като пеперуда, „Слънце и луна“ като петел зад баир, „Бюджет 2005 – без захар“, „Страната на бозата“, „Клоунска шапка“ като сатър, „Черният щъркел“, „Параграф като маска“, „Мухоловката“, „Зебрата“ – всички те ни създават настроение. Изложбата на проф. Младенов е уникална и с това, че ни напомня на висок глас, че в изкуството на плаката има нови европейски майстори, а не само тези отпреди 100 години. Честит юбилей, драги професоре!

проф. д-р ИВАН ГАЗДОВ

17.03.2020