



**PEACE
DESIGN**

Много се радваме, че имаме възможността да сме част от тази международна инициатива. Книгата е създадена от Гленда Минков, Елица Велева и Марта Тренчева, с помощта на нашите учители Боряна Велева и Десислава Вrabчарска. Тя е вдъхновена от темата на програмата и в нея сме разгледали чрез визуално-информативни средства "Мира и свободата в дизайна". Според нас свободата може да бъде изразена по много разнообразни начини. Мир като липса на война. Мир като душевна свобода. Обърнали сме внимание предимно на пространствения и графичен дизайн като символ на свободата - запазил се като такъв, въпреки постоянно налаганите му ограничения във времето. В книгата умишлено прескачаме от исторически социални теми, свързани с индивидуалността и собствения мир. Правейки го по този начин, ние искаме да направим именно паралел между масовото и персоналното, както и да предизвикаме мисленето и въображението на Вас - нашите читатели. Разгръщайки книгата, Вие ще се пренесете в различни вселени и краища на света. Както всяка една страница ние всички сме различни. Хората, които сме разработили настоящата книга се различават до голяма степен като персонажи. Обаче заедно, обединени от идеята за мира и любовта към дизайна, вярваме, че сме създали нещо прекрасно за Вас. Приятно разглеждане и четене!

We are very happy to have the opportunity to be part of this international initiative. The book was created by Glenda Minkov, Elitsa Velkova and Marta Vrabcharska. It is inspired by the theme of the programme and inside it we have explored visual aids prof for "Peace and Freedom in Design". We believe that freedom can be expressed in many different ways. Peace as absence of war. Peace as spiritual freedom. We have focused primarily on spatial and graphic design as a symbol of freedom - preserved, as such, despite the constraints constantly imposed on it over time. In the book we deliberately jump from historical to social themes related to individuality and one's own peace. In doing so, we want to draw precisely a parallel between the mass and the personal, and to challenge the thinking and imagination of you, our readers. As you unfold through the pages, you will be transported to different universes and parts of the world. Like each page, we are all different. The team we have developed this book differ greatly, as we have created something - we think wonderful for you. Happy browsing and reading!

ШАРОНСКИ КЪЩИ



Къщите тип "Шарон" са приземни и едноетажни. Имат малка основа против влага, общо централно помещение, от двете страни на което се намират стаи. В повечето случаи стаите са непреходни (с достъп само отвън, което позволява уединение на обитаването). Стаята за живеене, кухнята и оборът са подредени линейно. При необходимост до тях се изграждат още стаи. Подът на кухнята и чардачето пред вратата са измазани с глина, а стаите за живеене имат дъсчени подове. Конструкцията е лесна за изпълнение, строителните материали са тухли (най-често непечени), кирпич и слама за покрив.

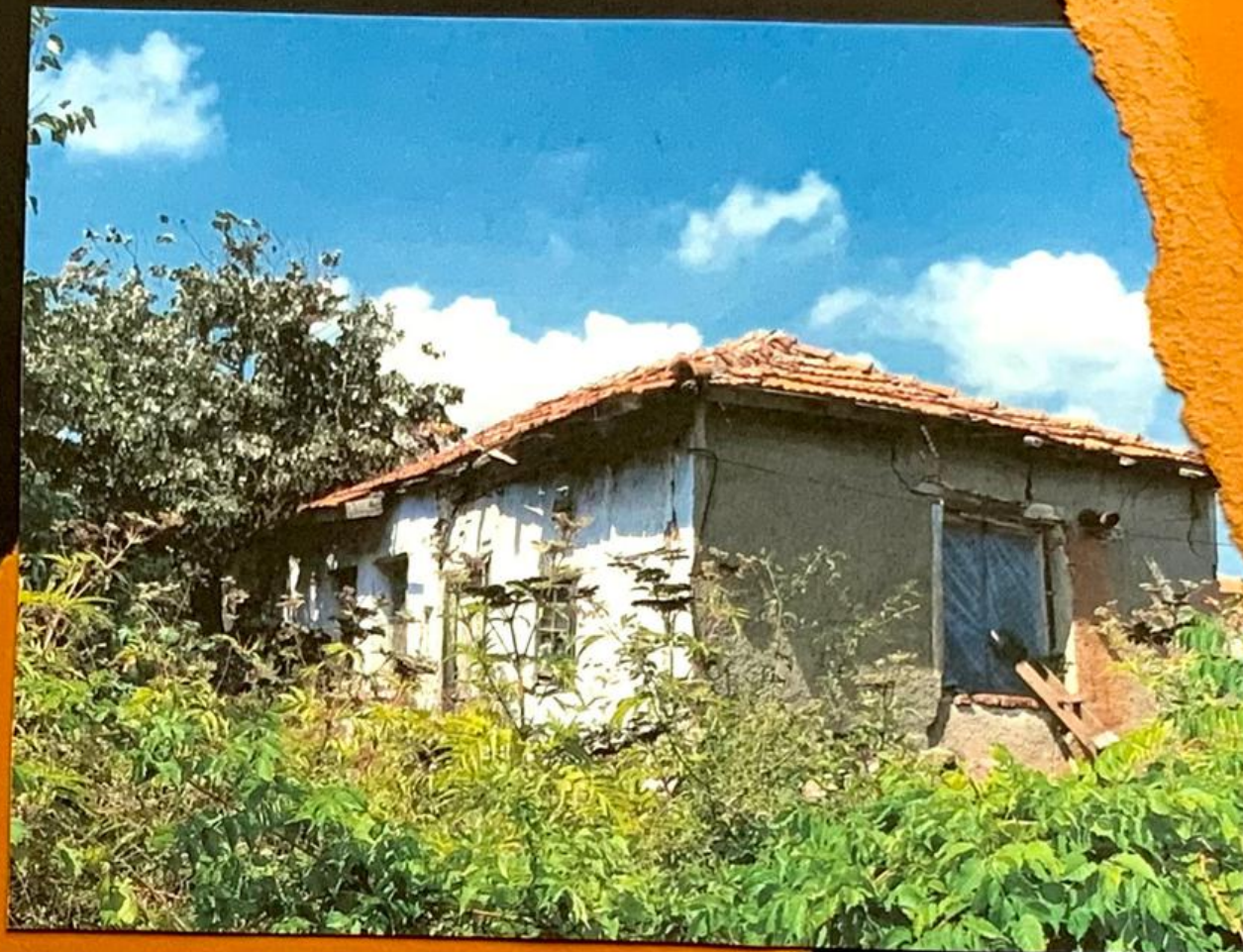
чрез жребий. Парцелите са групирани в отделни квартали. Така между 1926 – 1932 г. е създаден и квартал "Шарон" в Петрич, който включва 197 къщи, повечето от които са разположени с лице на юг. Типът къща, както и кварталът в гр. Петрич, носят името на Рене Шарон – французин, назначен да управлява дейността на Дирекцията в България, да одобрява или отхвърля решенията ѝ. Той е дипломат, който следи изразходването на паричните средства да е само за нуждите на бежанците, а не за други цели.



Шаронските къщи са част от българското строителство от началото на XX в. като домове за десетки хиляди бежанци от Македония, Беломорска Тракия, Добруджа и Западните покрайнини. Началото на бежанския поток възниква в резултат на останали вън от пределите на свободната българска държава българи след ревизирането на Санстефанския мирен договор от 1878 г. Непосредствено след края на Първата световна война, последвана от нови договори и конференции, се появяват нови бежански вълни от българи, чиято идея е била да дойдат за малко, да изчакат ситуацията да се подобри и да се върнат обратно по родните си места. За съжаление обаче, това не се случва.

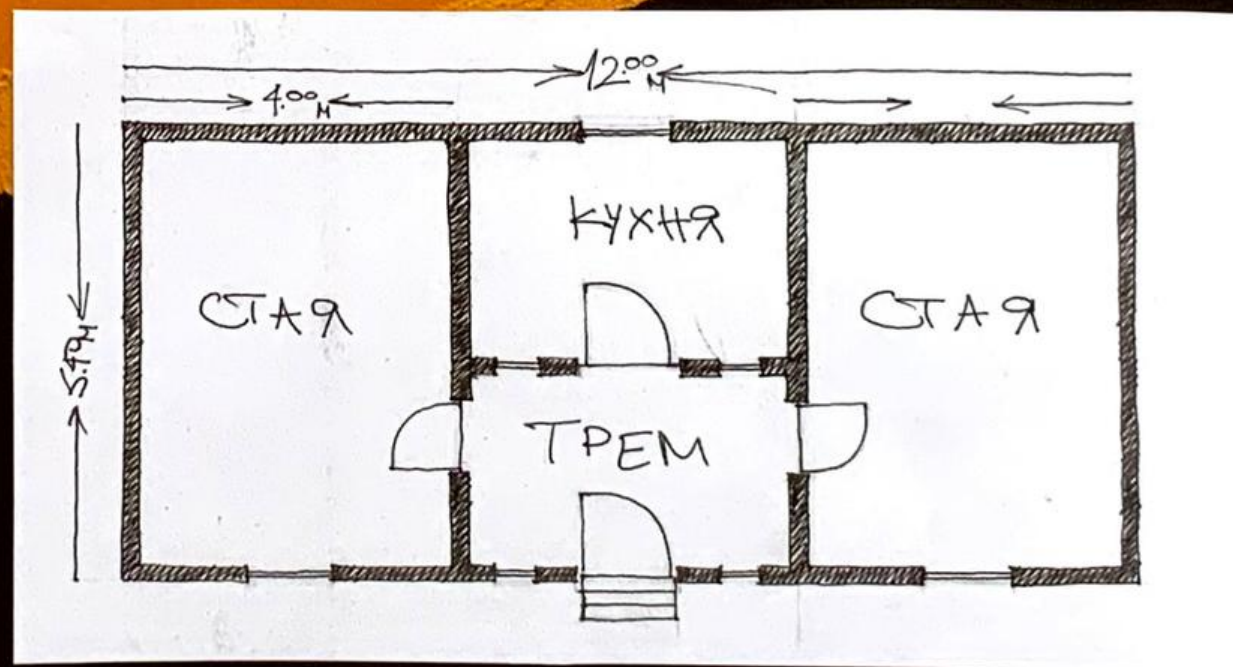
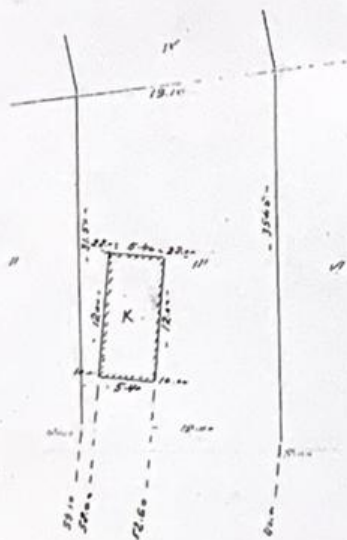


Бежанците се заселват в градове и села в погранични райони. Настаняването на една част от тях става в обществени сгради, училища и пр., а на друга – в частни жилища. По-късно българското правителство сключва външен заем чрез Обществото на народите (ОН) – “Български държавен заем за настаняване – 1926 г.”. Всеки бежанец, който иска да му се построи къща от бежанския заем, подписва декларация за нейния строеж. Построяват се определен брой жилища, които се раздават



Дворните пространства са от 800 до 1200 кв. м. Заградени са с бодлива тел, жив плет, дъсчена ограда или плет от тръни. Разделени са на две части: къщен и стопански двор. В къщния се намират пещ за хляб, хамбар, дървета, зеленчуци и цветя. В някои дворове има и изкопани кладенци. В стопанския двор има навес за храна на добитъка, кошара, гумно (хамбар), кочина и курник. Днес запазени автентични шаронски къщи има само по Южното Черноморие, из селата на Странджа планина, Петрич и Петричко. Останали тук-там, те са разрушени или с коренно променен вид. Някои от наследниците продават имотите, които са получени от техните родители като обезщетение от българската държава, оставяйки новите собственици да нанесат следващия слой култура върху земята. Бежанският въпрос възниква по различни причини, застрашаващи живота или свободата – въоръжени конфликти, граждански войни... Той е съществен елемент от нашата история, който продължава да се развива и да влияе на културата и традициите на нациите. Днес е толкова актуален, колкото е бил и в миналото. И е важно, че бежанците се ползват с особена закрила – защото винаги, когато някой ти подаде ръка, става по-леко.

№ 21 парцел № III по плана на гр. Петрич и въ присъствието на общ. агентъ _____ домостроителя _____ и майстора _____ определях строителна линия и ниво за бежанска къща на Станислав Дюнев Дюришкови от гр. Петрич, съгласно надлежно утвърдения проект за регулацията на улиците, площадите и деоризета сж точно изложени въ долната скица численни данни и репери.



Тоя протоколъ се състави и подписа въ два екземпляра днесъ нр _____
 № 11/1928 год.

Общ. Инженеръ _____

Днес и децата знаят,
че белият гълъб
символизира
МИР. Много хора не
се запитват защо гълъбите сред всички
птици, които се носят над главите ни
са така значим символ.
Защо точно бели? Като начало ще
започнем с това, че
БЕЛИЯТ ЦВЯТ предизвиква у
повечето хора усещане за
лекота, спокойствие и светлина. Това е цветът
на искреността и въображението.

Символ на истината и невинността.
Интересен факт е, че в почти всички
религии и митологии
символиката на белия цвят се припокрива,
тъй като се свързва с чистотата, вярата,
доброто и справедливостта. Бели са чистата
душа, ангелите, снега. Връзката на белия цвят
със слънчевата светлина и деня го

превръщат в символ на всичко положително.
Затова този оттенък символизира
успеха, победата на доброто над злото.
Образът на гълъб често е стилизиран
и ползван в приложното
изкуство - в пропагандни плакати,
в символи и логота, но също така
често присъства в произведения на
изящното антично и модерно изкуство.

За гълъба

Today, even children know that the
white dove symbolizes PEACE. Many
people do not ask themselves
why doves among all the birds that soar over
our heads are such a significant symbol.
Why white? To begin with, the
WHITE COLOR evokes in most
people a feeling of lightness,
calmness and light. It is the color of sincerity
and imagination. A symbol of truth and
innocence. It is an interesting fact that in almost
all religions and mythologies the symbolism
of the color white overlaps as it is associated with
purity, faith, goodness and justice. White is the
pure soul, angels, snow. The association of the color
white with sunlight and day make it a symbol of all
things positive. Therefore, this symbolizes success' the
victory of good over evil. The image of a dove is often
stylized and used in applied art - in propaganda posters,
in symbols and logos, but it is also often present in works
of fine antique and modern art.

And why exactly a dove?

БИБЛИЯТА И

БЕЛИАТ ГЪЛЪБ

THE BIBLE

AND THE

WHITE DOVE

In the Christian faith, the figure of the dove represents God in spirit. The combination of a dove with an olive branch in its beak comes specifically from the story of the universal flood. The Lord submerged the whole earth under water, punishing his sinful children, leaving only Noah and his family and the

animals rescued on his ship, called Noah's Ark, alive. When the rain stopped, the water receded very slowly and no land was seen for months. To see if any

appeared, Noah released a dove from the ark at weekly intervals. The first time, the dove returned immediately because it found no place to land. The

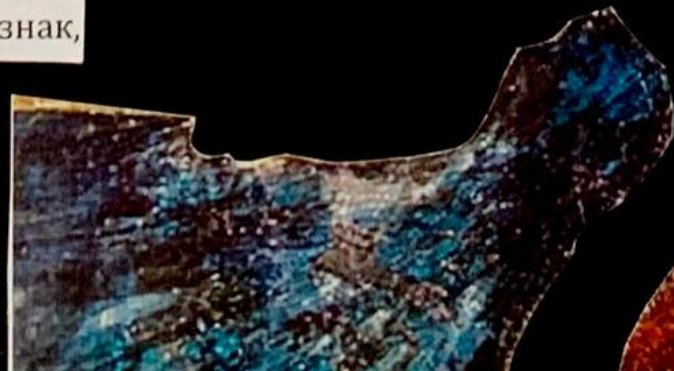
second time it returned with an olive branch in its beak, which was a sign that dry places with vegetation had already appeared. The third time the pigeon flew away, it did not come back because the ground was completely dry. The biblical event of the dove bringing the olive branch into its beak is interpreted as a sign that God has reconciled with the people.

В християнската вяра чрез фигурата на гълъба се представя Бог дух. Съчетанието на гълъб с маслиново клонче в човката идва конкретно от историята за всемирния потоп. Господ потопил под вода цялата земя, наказвайки своите грешни чеда, оставяйки живи единствено Ной със

появила такава, в седмични интервали от време Ной пускал от ковчега гълъб. Първият път гълъбът се върнал веднага, защото не намерил място, където да кацне. Вторият път се върнал с маслиново клонче в човката, което било знак, че вече са се появили сухи места с

семейството му и живинките, спасени на кораба му, наречен Ноев Ковчег. Когато дъждът престанал, водата се отдръпвала много бавно и месеци време не се виждала никаква суша. За да провери дали се е

растителност. При третото отлитане на гълъбът, той повече не се върнал, защото земята била напълно изсъхнала. Библейското събитие с гълъба, донесъл маслиненото клонче в човката си, се тълкува като знак, че Бог се е помирил с хората.

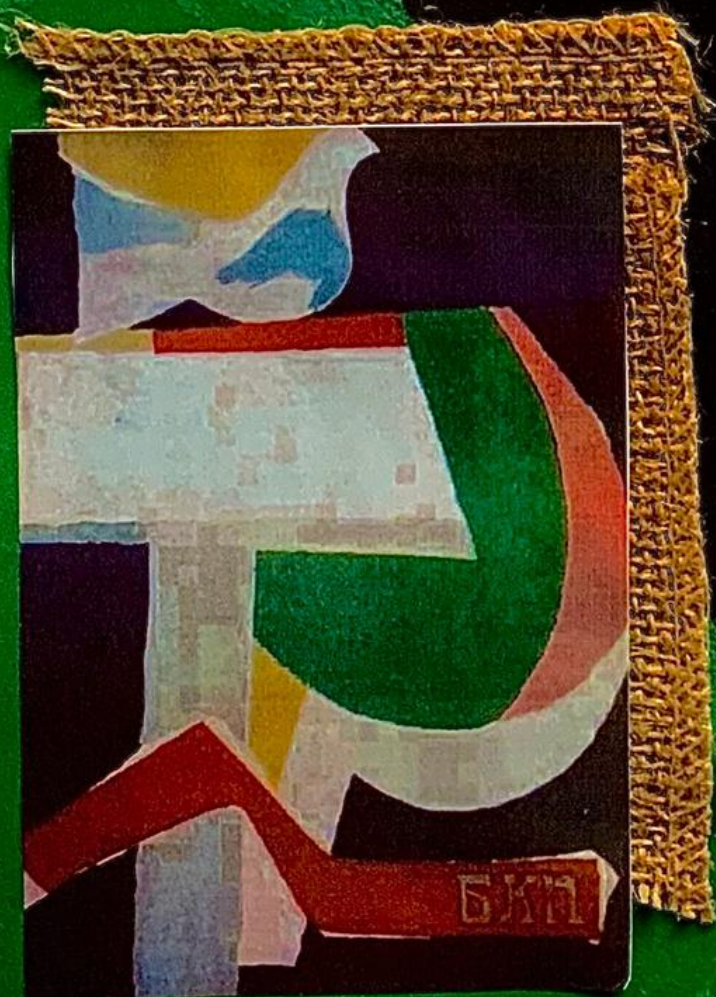
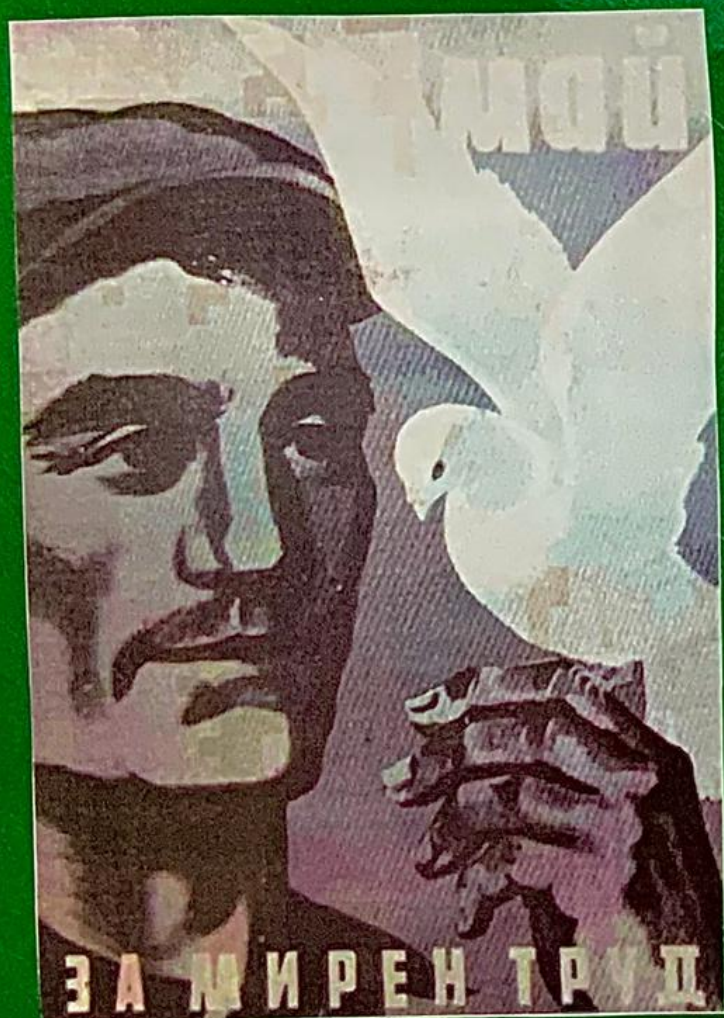
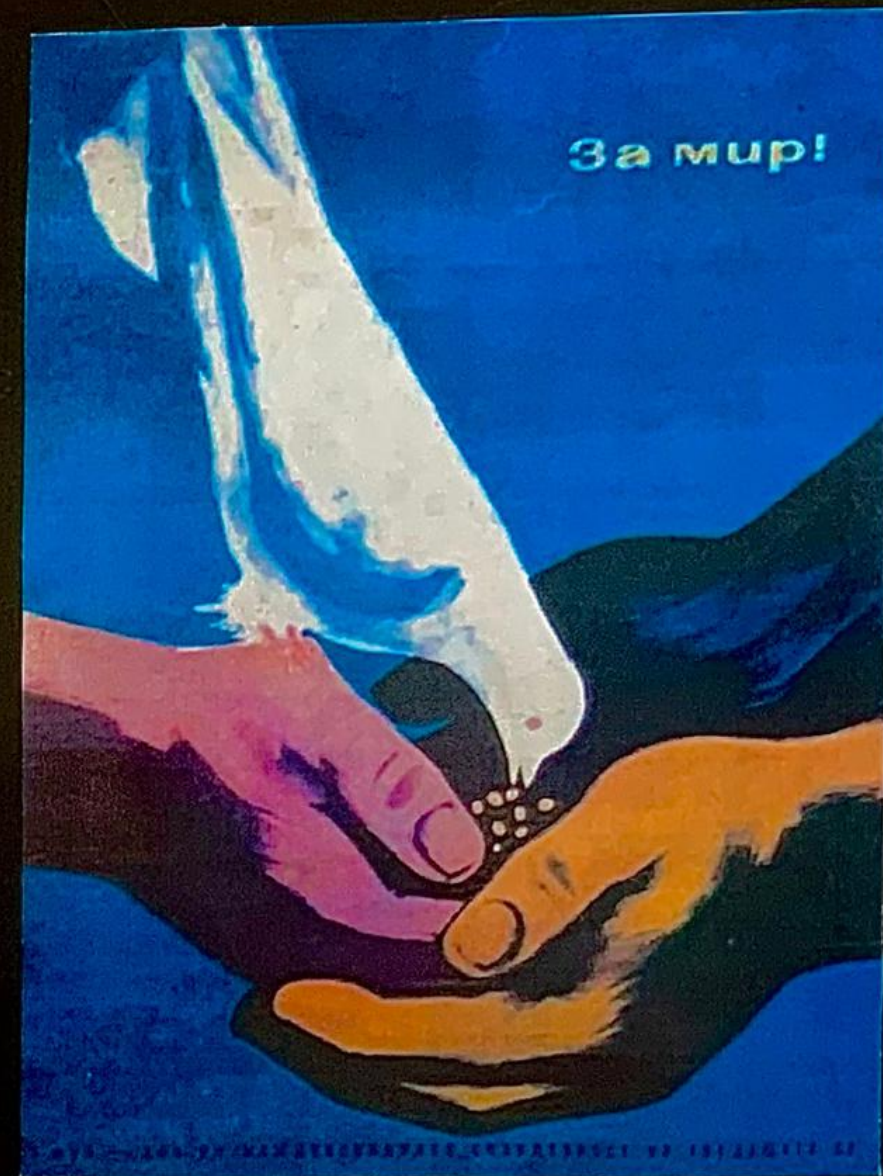


THE DOVE OF PEACE AS A SYMBOL IN BULGARIA

864 Bulgaria converts to Christianity and establishes its place as a sovereign state in the European world. Ever since then, the symbol of the white dove has been known to our people as a divine image. After the Second World War (which affected Bulgaria a lot), the world political symbol "Dove of Peace" rose. During the socialist rule, when Bulgaria was a People's Republic, the image of the dove was widely used on propaganda posters, medals, signs, etc. There was a National Committee for the Defence of Peace, whose emblem was a dove with an olive branch.

ГЪЛЪБЪТ НА МИРА, КАТО СИМВОЛ В БЪЛГАРИЯ

864 г. България приема християнството и утвърждава своето място като суверенна държава в европейския свят. Още от тогава за народа ни символът на белия гълъб е познат, като Божествен образ. След Втората Световна Война, (която засяга много и България), изгрява световният политически символ „Гълъб на Мира“. По времето на социалистическото управление, когато България е била Народна Република, образът на гълъба се е ползвал широко върху пропагандни плакати, медали, знаци и други. Съществувал е Национален Комитет за Защита на Мира, чиито знак е бил именно гълъб с маслиново клонче.



БЕЛИЯТ ГЪЛЪБ, КАТО СИМВОЛ НА МИРА СЛЕД ВТОРАТА СВЕТОВНА ВОЙНА

Непосредствено след приключване на Втората Световна Война МАСЛИНЕНОТО КЛОНЧЕ и БЕЛИЯТ ГЪЛЪБ стават символи на световното движение за мир. „ГЪЛЪБ НА МИРА“ става израз и образ, който получава световна популярност. Официално се свързва с Първия Световен Конгрес на защитниците на мира, провел се през април 1949 г. в Париж.

THE WHITE DOVE AS A SYMBOL OF PEACE AFTER THE SECOND WORLD WAR

Immediately after the end of World War II, the OIL BRANCH and the WHITE DOVE became symbols of the world peace movement. "PEACE BALL" became an expression and image that gained worldwide popularity. It is officially associated with the First World Peace Congress held in Paris in April 1949.



Площадка "Гълъбите" е едно от емблематичните места в Южен парк в град София. Намира се в гр. София парк "Южен парк" - III част, в края на централната алея "Роналд Рейгън" при влизане от към бул. "Витоша". На голямата поляна е разположена скулптура гълъби в полет, откъдето идва и името на мястото. Скулптурата е издигната през 1987 г.

The Pigeons Square is one of the iconic places in the South Park in Sofia. It is located in the town of. It is located at the end of the central Ronald Reagan Alley at the entrance to Vitosha Blvd.



On the large meadow is a sculpture of pigeons in flight, hence the name of the place. The sculpture was erected in 1987.

Гълъб на мира, изработен от 350 автомата „Калашников“.



Паметник на Мира

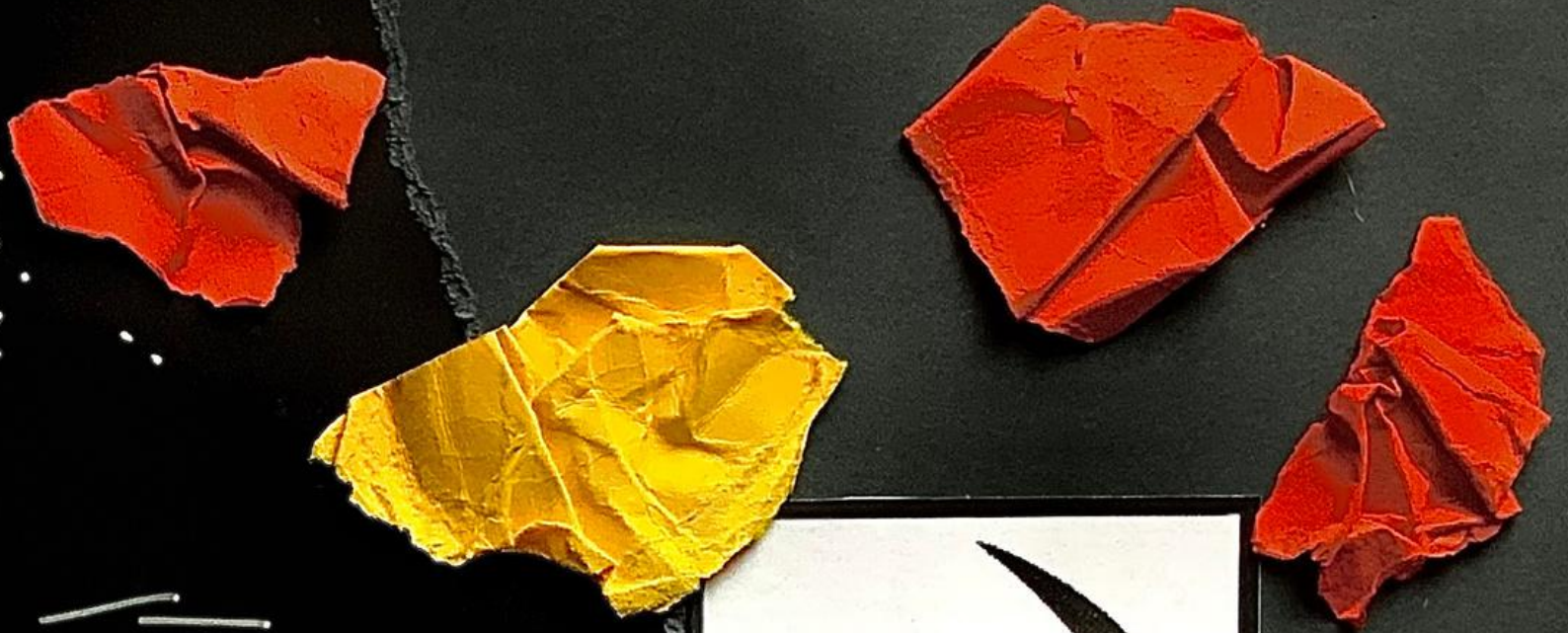
Издигнат е навечерието на деня на ООН 24 Октомври 2003 г. в проект на Програмата на ООН за развитие и Министерството на отбраната.
Полкрен за българското правителство при учредяване на идентифицирани излишки от оръжия и амунizioni
Уничожаването на оръжията бе извършено от "TEREM SMC"

Monument of Peace

Inaugurated on the eve of the United Nations Day 24 October 2003 under a project of UNDP and Ministry of Defense
Assistance to the Bulgarian Government for the Destruction of Identified Surpluses of Weapons and Ammunition
The destruction of weapons was done by TEREM SMC

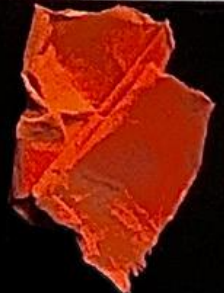
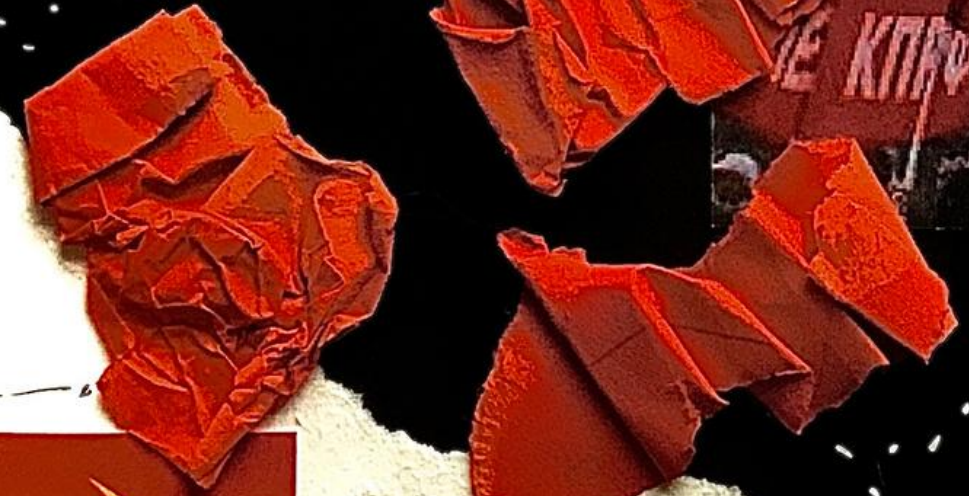
Сърп и чук

Сърпът и чукът са символи на комунизма и комунистическите политически партии. Сърпът е наложен върху чука. Двете поотделно символизират селячеството и градския (в друг смисъл работещ в индустрията, заводите, промишлен) пролетариат, а изобразени заедно подчертават единството на земеделците и работниците.



Sickle and Hammer

The hammer and sickle are symbols of communism and communist political parties. The sickle is superimposed on the hammer. The two individually symbolize the peasantry and the urban (in another sense working in industry, factories, industrial) proletariat, and depicted together they emphasize the unity of farmers and workers.

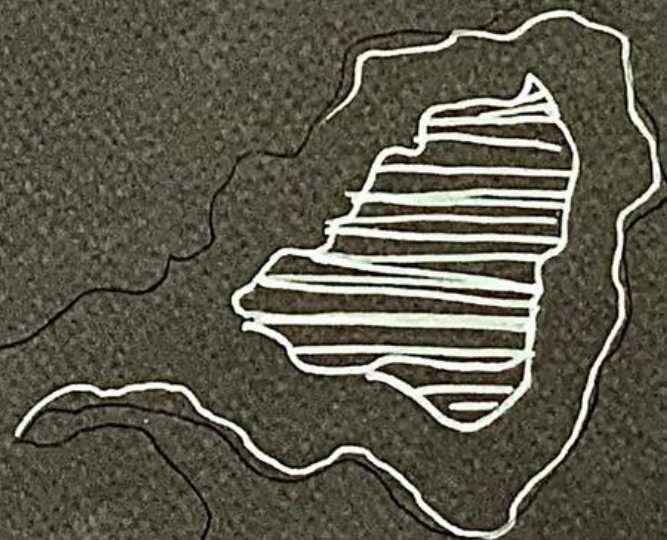
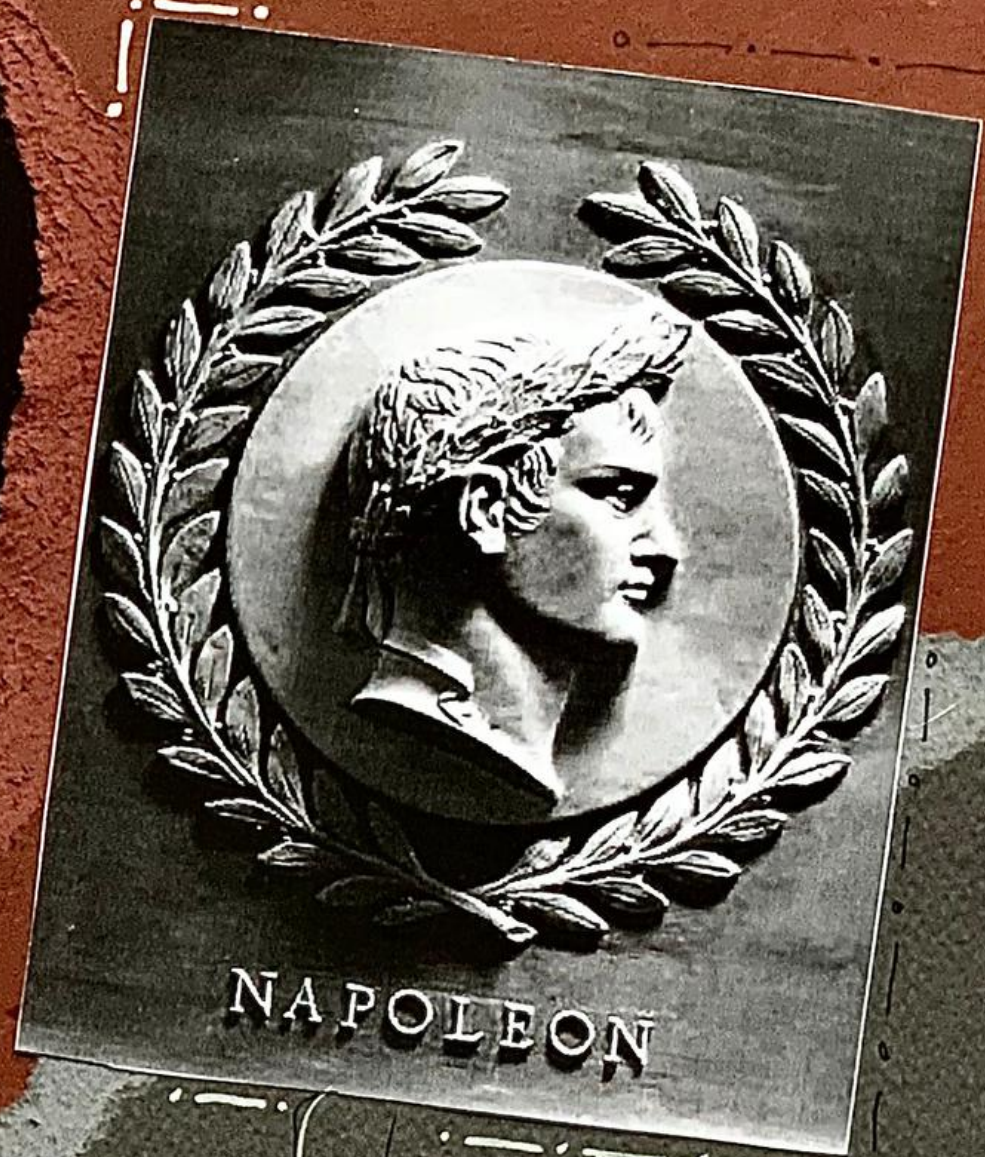
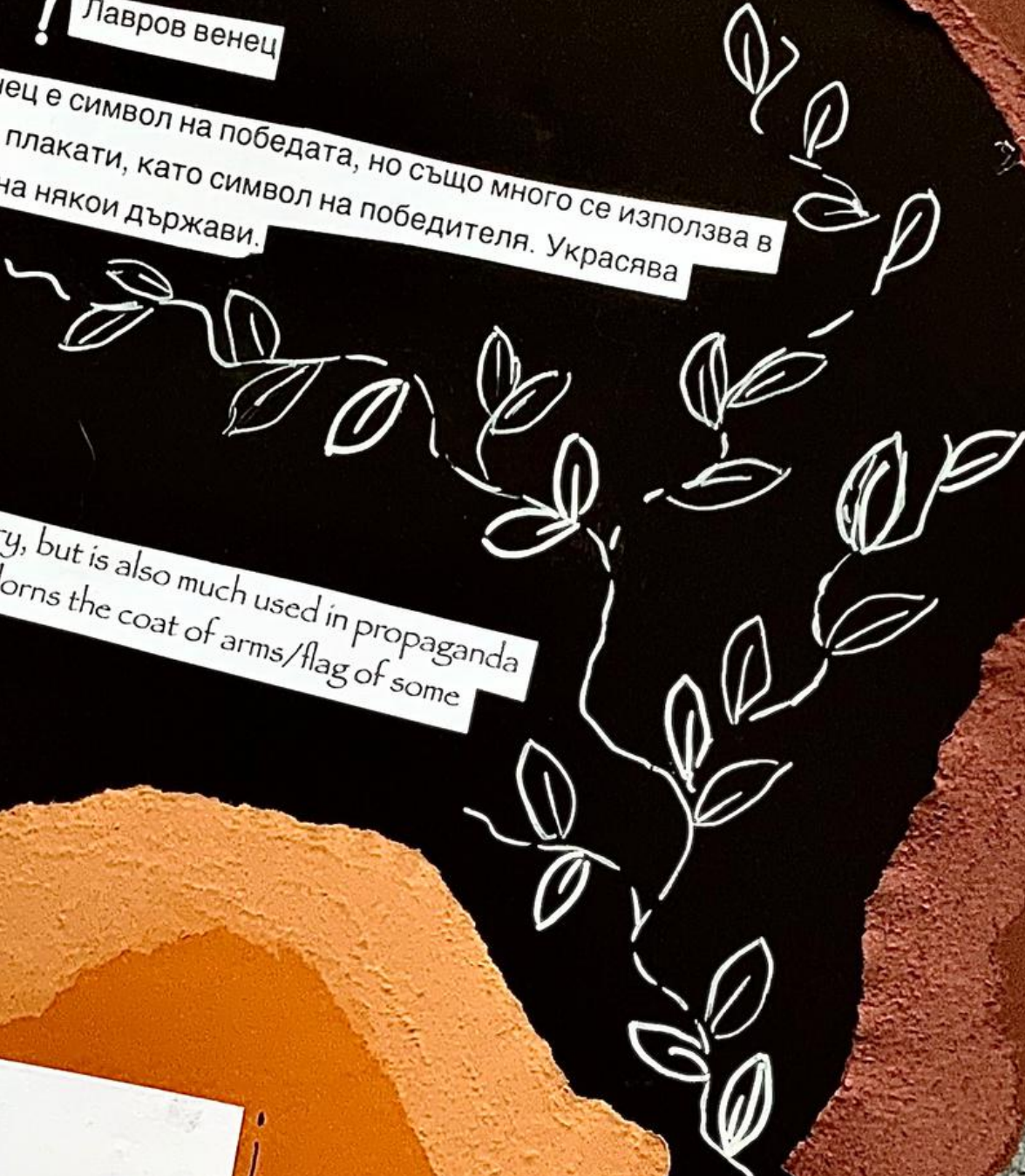


Лавров венец

Лавровият венец е символ на победата, но също много се използва в пропагандните плакати, като символ на победителя. Украсява герба/знамето на някои държави.

The laurel wreath

The laurel wreath is a symbol of victory, but is also much used in propaganda posters as a symbol of the victor. It adorns the coat of arms/flag of some countries.





A clenched fist

СВИТ юмрук



Свит юмрук също много се използвал в пропагандните плакати с идеята да накара народа да се разбунтува за нещо/да се обедини. И до ден днешен този символ е силно използван. Пример за това са протестите против расизма, които се провеждат през юни в Америка под името "Black Lives Matter"

The clenched fist was also used a lot in propaganda posters with the idea of getting people to revolt for something/unite. To this day this symbol is heavily used. An example of this is the anti-racism protests taking place in June in America under the name "Black Lives Matter"



THE RED



петолъчка е първоначалната емблема на Червената армия от 1920-

Звездата (петолъчката) е стар военен символ. А червената

те години. Този символ се намира върхуа2 флагове и гербове на

СССР и на други комунистически държави. Червената звезда или

петолъчката е символ на комунистическото движение.

Символизира и международната солидарност между работници и

комунисти.

STAR

The star (the five-pointed star) is an old military symbol. The red pentacle is

the original emblem of the Red Army of the 1920s. This symbol is found on a2

flags and coats of arms of the USSR and other communist countries. The red

star or pentacle is a symbol of the communist movement. It also symbolizes

international solidarity between workers and communists.





Цветовете се считат за един от най-важните фактори при проектирането на интериора.

Представете си, че настроението Ви е лошо и Ваш приятел идва с купа от любимия Ви сладолед, настроението Ви изведнъж се променя. Настроението ви изведнъж се променя и всичко в света ви се променя.

Цветовете имат донякъде подобна сила, когато става въпрос за интериорен дизайн. Използвайки различни комбинации от цветове в дома си, можете да внесете различни нюанси на емоции: било то успокояващи, приятни, агресивни, комфортни, интимни, а понякога дори драматични.

Реакциите ни към различните цветове всъщност са заложени в гените ни и хилядите години генетично програмиране ни помагат да реагираме и оценяваме различните цветове в заобикалящата ни среда.
Значение на цветовете в интериорния дизайн

Съществуват основно два вида цветове, базирани на тоновете: Топли и студени. Топлите цветове, като червеното, могат незабавно да заредят пространството с енергия и да Ви дадат прилив на адреналин; докато студените цветове, като синьото, внушават успокояваща, тиха и релаксираща атмосфера в пространството.

В зависимост от предназначението на помещението, собственикът на дома и интериорният дизайнер трябва да изберат най-добрия цвят.



Color is considered as one of the most important factors of interior designing. Imagine that your mood is off, and suddenly your friend comes up with a bowl of your favorite ice-cream: Your mood is suddenly transformed and everything about your world changes.

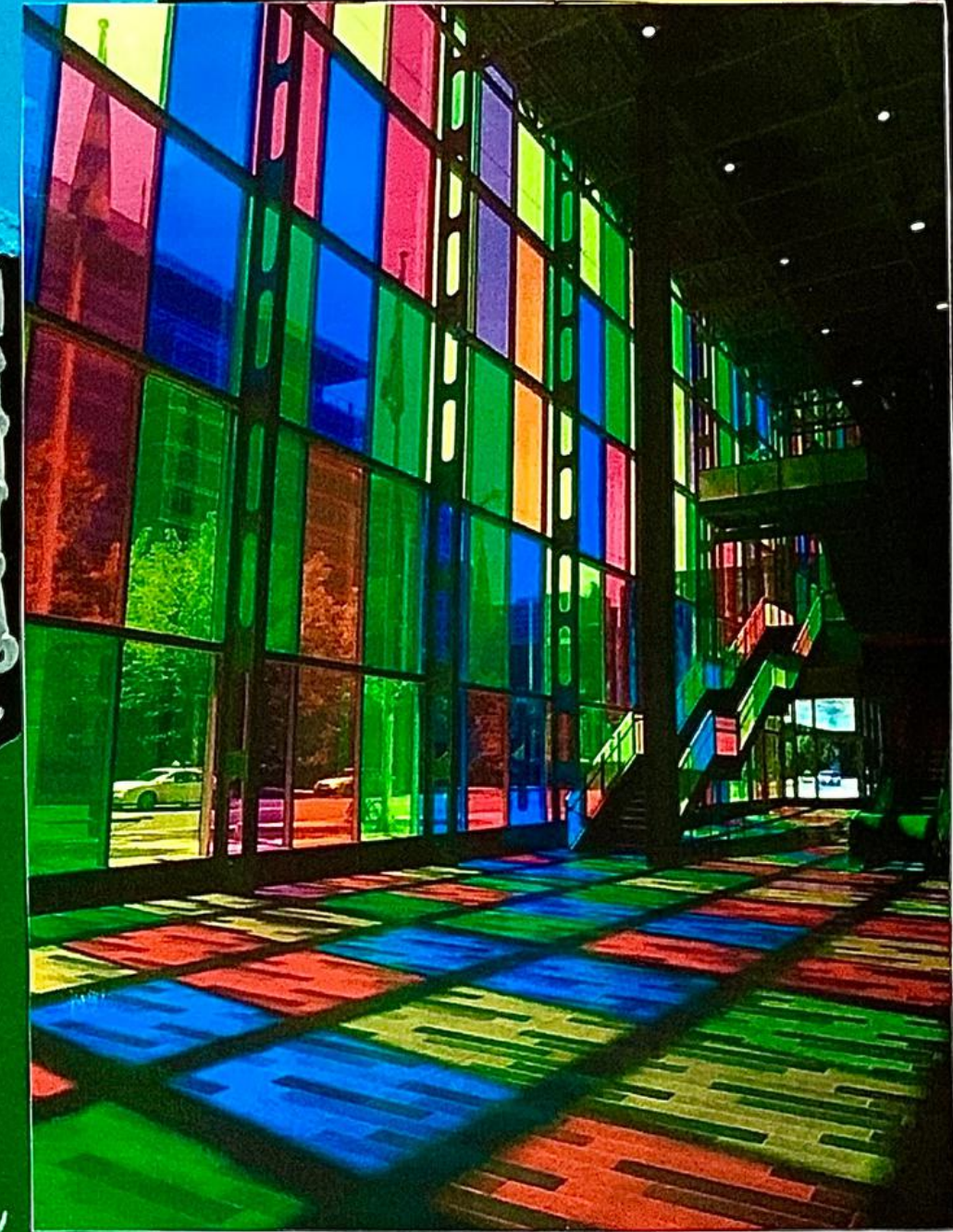
Our reactions to various colors are actually inbuilt in our genes, and thousands of years of genetic programming aid us to respond and appreciate various colors within our environment. An expert Interior Designer will reveal that colors can completely alter your experience of the moment.

Colors have somewhat similar powers when it comes to Interior Designing. Using various combinations of colors in your home, you can introduce various shades of emotions: be it calming, pleasant, aggressive, comfortable, intimate, or sometimes even dramatic

In fact, before you select the most optimal color for the walls of your home, ask yourself: What you want to feel when you enter that room?
Significance of Colors in Interior Designing

There are mainly two types of colors, based on the tones: Warm and Cool. Warm colors like red can instantly energize a space, and give you an adrenaline rush; whereas cool colors like blue instill a calming, quiet, relaxing atmosphere within the space.

Depending on the purpose the room serves, the homeowner and the Interior Designer should choose the best color.





be
la

WHITE



В Л А С К



Черно - Психологическите ефекти на черното са свързани със злото, траура и смъртта. Това обаче е и цветът на мъдростта. Черното в теорията на интериорния дизайн винаги се използва в малки

количества с контрастни, допълващи се цветове. Когато се използва правилно, може да добави дълбочина и вечна елегантност на стаята. Избягвайте да използвате черно в големи количества, тъй като може да

изглежда потискащо. След това кратко въведение на значението и използваемостта на основните цветове, бих искала да говоря повече за модата и тенденциите в интериорния дизайн. Така че това е следващата тема, която ще ви представя!

Black - The psychological effects of black

are associated with evil, mourning

and death. However, it is also the color of wisdom

Black in interior design theory is always used in small amounts

with contrasting, complementary colors. When used correctly

it can add depth and timeless elegance to a room.

Avoid using black in large quantities as it

can look overpowering. After this

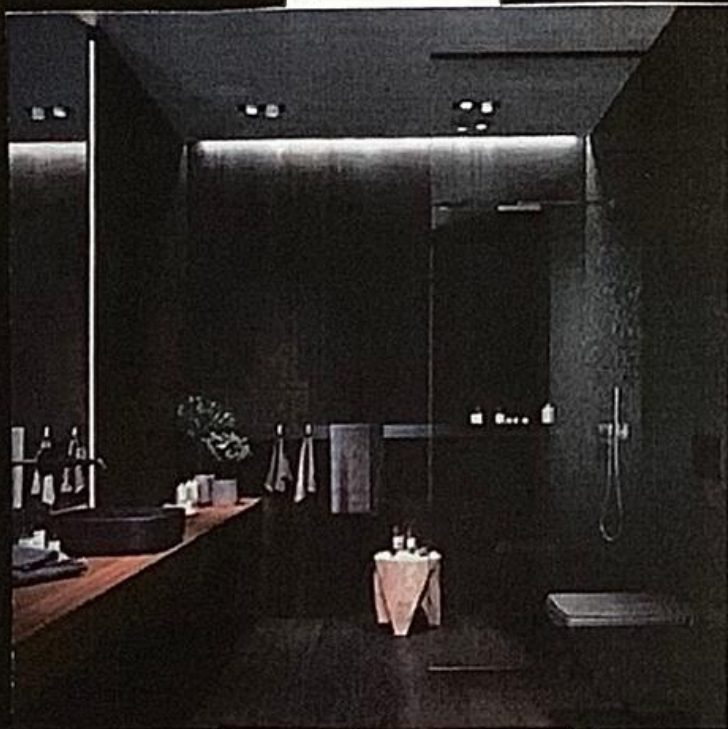
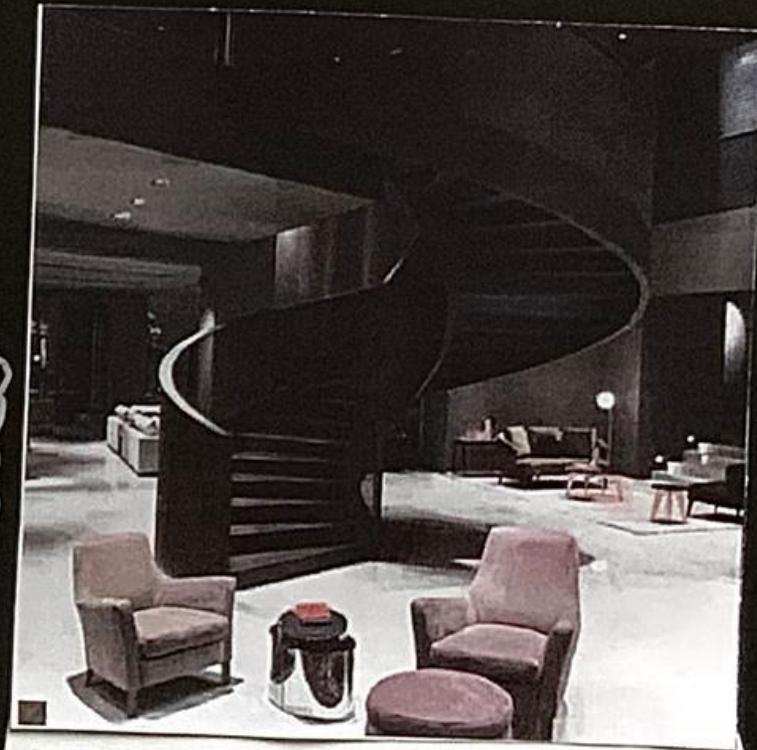
brief introduction of the importance and

usability of primary colors, I would

like to talk more about fashion and trends

in interior design. So that's the next

topic I'll introduce!





Синьо - Синият цвят е един от най-силните нюанси на цветовия психологически спектър. Дълбоките, смели нюанси, като морското и кралско синьо, дават усещане за спокойствие у дома, което ги прави чудесни за спални, бани и жилищни пространства. Синьото е важен цвят

в теорията на интериорния дизайн и влияе дълбоко върху човешкия ум. Има причина синият да е идеалният цвят за спални. Той вдъхва усещане за ведрина и мир и може да бъде много успокояващ. В баните може да се

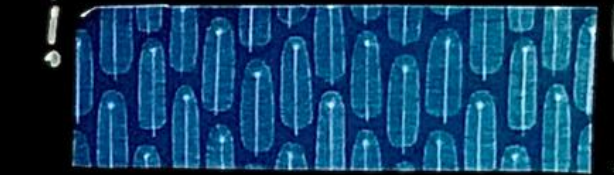
използва за създаване на спа център или зона за релакс. Този елегантен и консервативен цвят е най-добре да се комбинира с бяло или с други по-светли нюанси. Но не прекалявайте със синьото, защото може да бъде

и депресиращо.

Blue - Blue is one of the strongest shades on the color psychological spectrum. Deep, bold hues, such as navy and royal blue, give a sense of calm in the home, making them great for bedrooms, bathrooms and living spaces. Blue is an

important color in interior design theory and has a profound effect on the human mind. There's a reason blue is the perfect color for bedrooms. It inspires a sense of serenity and peace and can be very calming. In bathrooms

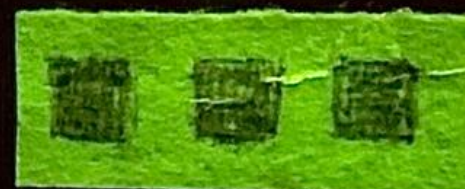
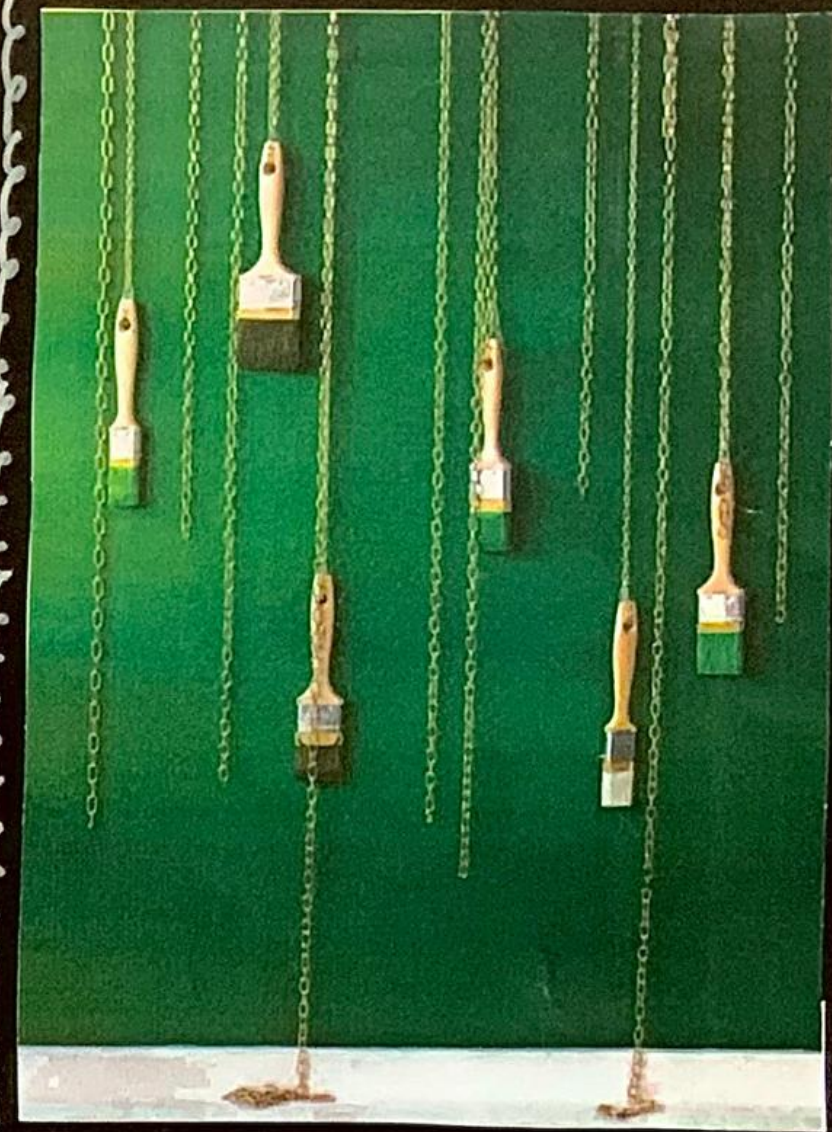
it can be used to create a spa or relaxation area. This elegant and conservative colour is best combined with white or other lighter shades. But don't go overboard with blue because it can also be depressing.



GREEN - Combining the invigorating quality of blue and the optimism of yellow, green is suitable for almost any room in the house. It stimulates thoughts of balance, growth and restoration in colour psychology. It immediately brings the natural world to mind, and encourages unwinding but has enough warmth to promote comfort and togetherness.



ЗЕЛЕНО - Съчетавайки ободряващото качество на синьото и оптимизма на жълтото, зеленото е подходящо за почти всяка стая в дома. В психологията на цветовете то стимулира мисли за баланс, растеж и възстановяване. То веднага навява мисли за света на природата и насърчава отпускането, но притежава достатъчно топлина, за да насърчава комфорта и сплотеността.

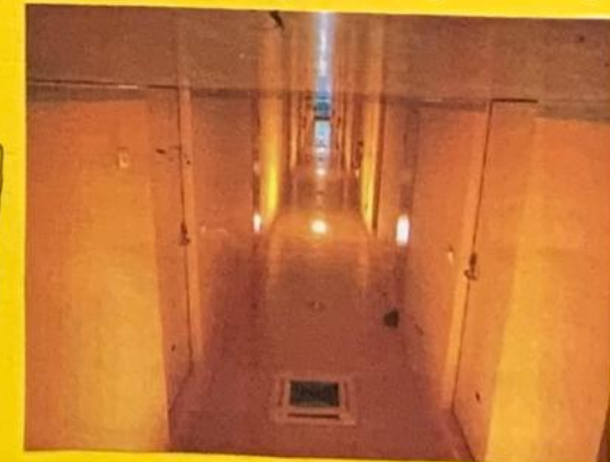


YELLOW



Yellow - According to the psychology of colors in interior design, yellow is the color of warmth, wisdom, prosperity, sympathy and fearlessness. A room colored in yellow can look cheerful, friendly and airy. It's nice to use it as an accent, but don't overdo it as it can be too stimulating. If you like this colour, use it in the right shade and proportion that resonates with you and gives expression to your personality.

Жълто - Според психологията на цветовете в интериорния дизайн, жълтото е цветът на топлината, мъдростта, просперитетта, съчувствието и страхливостта. Стая, оцветена в жълто, може да изглежда весела, приятелска и ефирна. Хубаво е да го използвате като акцент, но не прекалявайте с него, тъй като може да бъде прекалено стимулиращ. Ако харесвате този цвят, използвайте го в правилен нюанс и пропорция, която резонира с вас и дава израз на вашата личност.





Червено - Червеното е един от най-драматичните нюанси в цветния спектър и един от най-атраktivните цветове, когато става въпрос за събуждане на емоции. Често се съчетава с чувства като страст, вълнение

и енергия. Амбицията, действието и силата на волята са допълнителни качества, които притежава и затова червеното може да бъде добър избор за домашни офиси и творчески пространства. Цветът е не само

могъщ в най-основната си форма в психологията на интериорния дизайн, но също така има много красиви нюанси, включително бордо, пурпурно, доматино червено и др. Независимо дали искате да канализирате пищна, традиционна естетика ил

R E D



R E D



Red - Red is one of the most dramatic shades in the color spectrum and one of the most attractive colors when it comes to evoking emotions. It is often paired with feelings such as passion, excitement and energy. Ambition, action,

and willpower are additional qualities it possesses, which is why red can be a good choice for home offices and creative spaces. The color is not only powerful in its most basic form in interior design psychology, but it also has many beautiful shades including burgundy, magenta, tomato red, and more. Whether you want to channel a lavish, traditional aesthetic or

ВИТРИНИ ПРЕЗ ВЕКОВЕТЕ

Професията на интериорния дизайнер е на малко

повече от 100 години. През тези

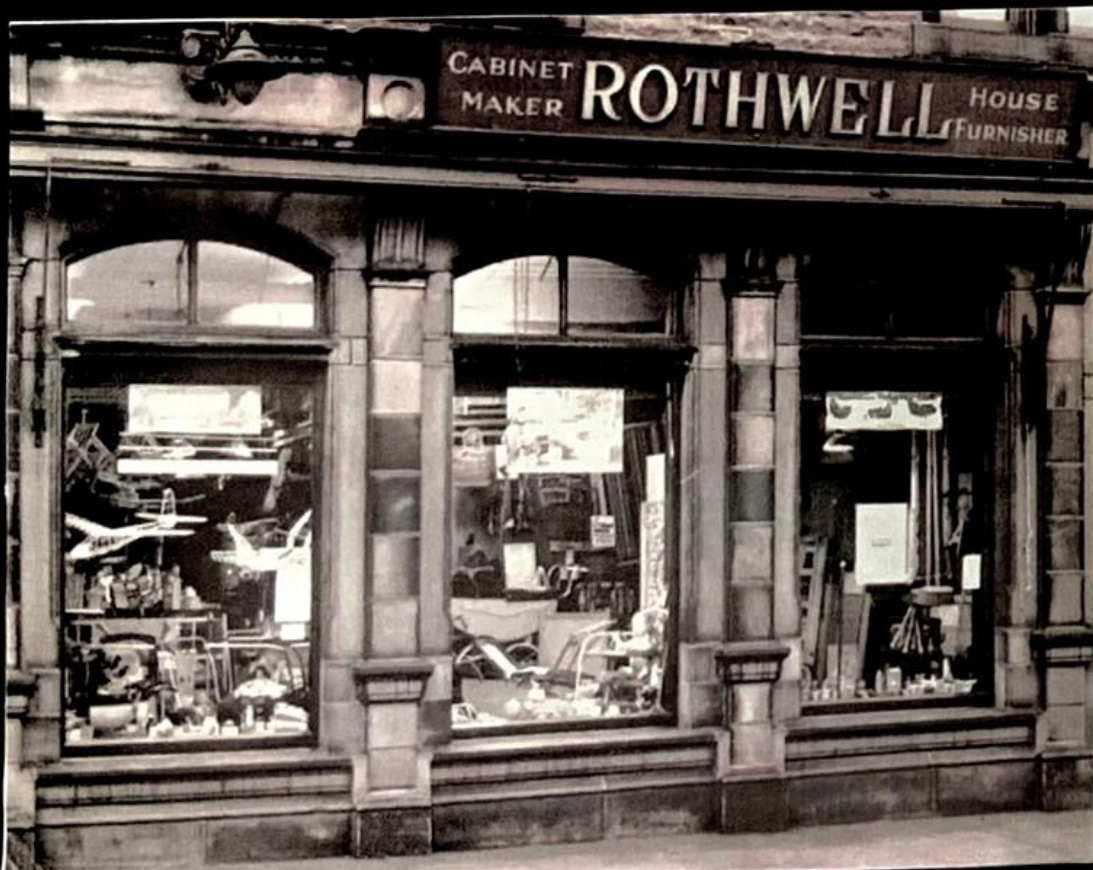
години това, което е започнало като изкуство

за декориране, включващо форма и

функция, се е развило с бързи крачки и се е

превърнало в днешния свят на тясно

специализирани области на интериорния дизайн, които изискват години обучение и опит



В началото на 1900 г. терминът "интериорен декоратор" е използван за първи път в Америка. Повечето декоратори по това време не са имали академични дипломи, но

най-добрите от тях са имали комбинация от добър вкус, здрави сетива и естествен талант да тълкуват и решават въпроси като мащаб и пропорции. Елси дьо Волф

става първият интериорен декоратор, на когото е възложена "поръчка" за дизайн. През 1913 г. Елси де Волф публикува първата книга за интериорен дизайн.

Терминът "интериорен дизайнер" е въведен през 30-те години на XX век от списание, наречено "Интериорен дизайн и декорация".

CENTURIES OF SHOWCASING

The profession of interior design is just over 100 years old. In these past years, what began as the art of decorating, embracing form and function, has evolved by leaps and

decorators at the time had no academic credentials, but the best of them had a combination of good taste, common senses, and natural talent to interpret and address the issues, such as scale and proportion. Elsie de Wolfe became the first Interior

bounds into today's world of highly specialized areas of interior design that require years of study and experience.

In the early 1900's, the term "Interior Decorator" was first used in America. Most

Decorator to be given a design "commission." In 1913, Elsie de Wolfe published the first interior design book.

The term "Interior Designer" was coined in the 1930's, by a magazine called "Interior Design and Decoration."



Едва през 1982 г. в САЩ е прието първото законодателство в подкрепа на бързо развиващата се професия на интериорния дизайнер. Това законодателство е прието в Алабама.

NEW SHOWCASES

Най-голямата професионална организация в областта по това време, AID, е основана през 1931 г., когато на среща на група, събрана на мебелно изложение, е

решено да се създаде национална професионална организация. През 70-те години на миналия век са създадени както Фондацията за

образователни изследвания в областта на интериорния дизайн, така и Националният съвет за квалификация в областта на интериорния дизайн, които

установяват, поддържат и управляват стандартите за образование и изпит на специалистите по интериорен дизайн.



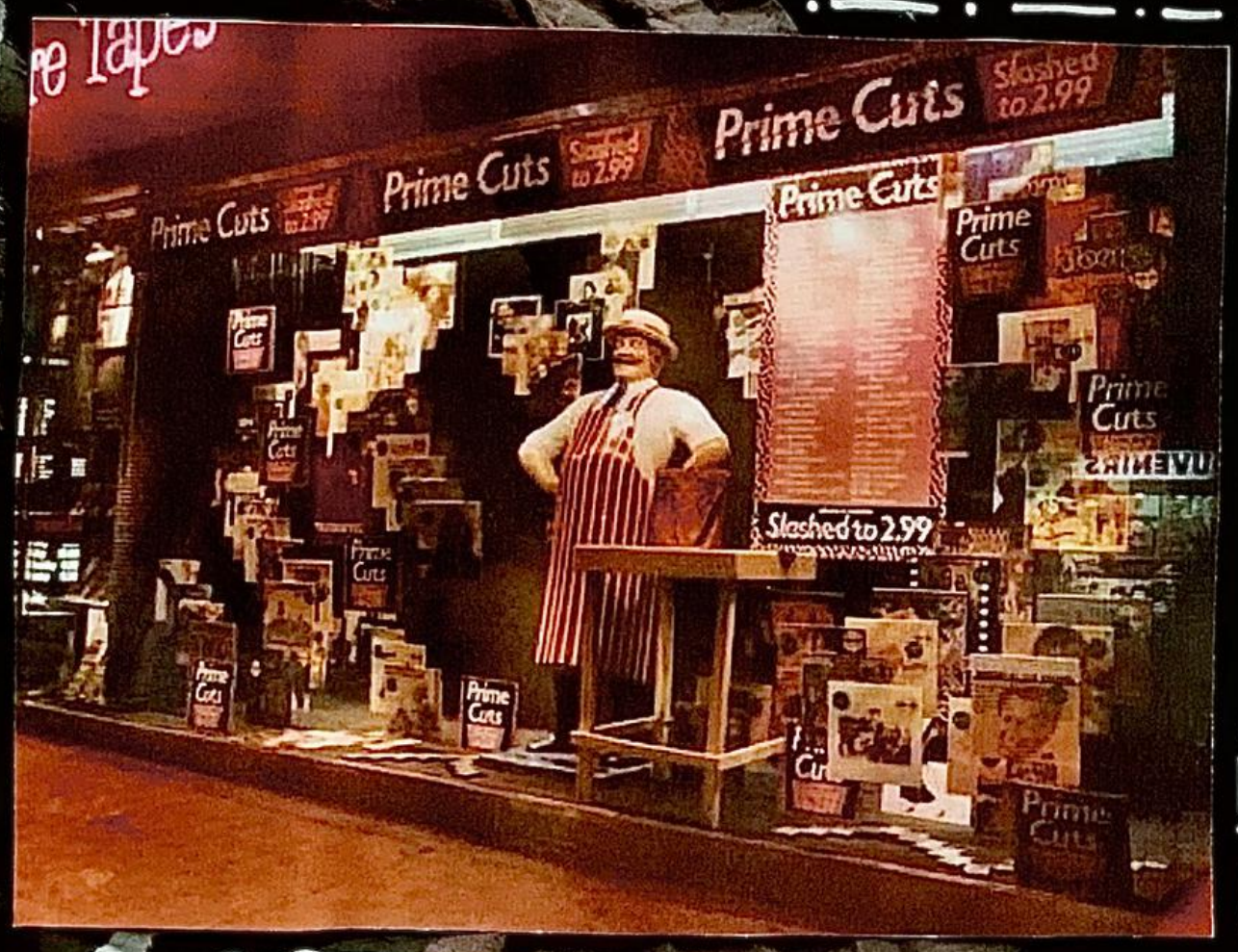
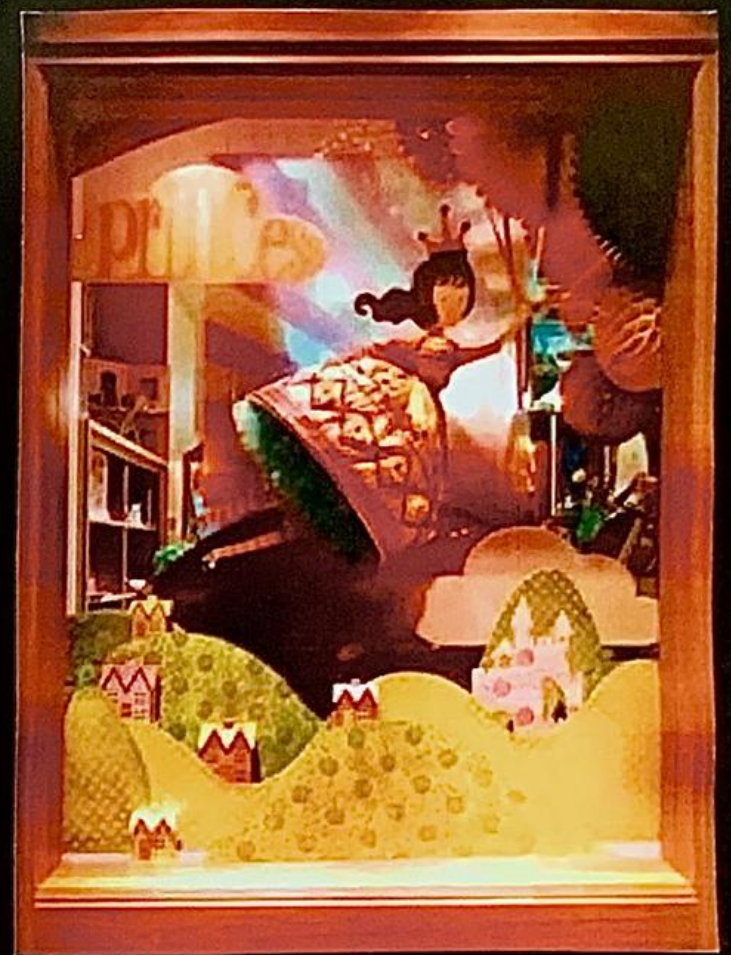
The largest professional organization in the field at the time, AID, was founded in 1931 when a group meeting convened at a furniture show determined to create a national professional organization

In the 1970's both The Foundation for Interior Design

Educational Research and National Council for Interior Design Qualification were formed to establish, maintain and govern standards for the education and examination of interior design professionals.

It was not until 1982 that the first United States legislation supporting the fast evolving profession of interior design was passed.

That legislation was passed in Alabama.



Kitten Kay Sera



През 1980 г., на рождения си ден, Kitten Kay Sera облича розов костюм от главата

до петите. Наричана "Розовата дама на Холивуд", 59-годишната Сера, която е

родом от Тексас, се прочува в индустрията. Тя и нейното куче Мис Кийс

обръщат главите, където и да отидат, в разцвет на розовото. Те се появяват в

телевизионни предавания и филми, а Сера дори е записвала музика. Всъщност

тя е певица и актриса.



Kitten Kay Sera



put on an outfit that was pink from head

In 1980, on her birthday, Kitten Kay Sera

to toe. Dubbed "Kitten Kay Sera,"

has made a name for herself in the industry.

heads wherever they go in a

59-year-old Sera, who is originally

flourish of pink. They've appeared

She is actually is a singer and an

on TV shows and in

actress.



from Texas,

She and her dog Miss Kisses turn



Supra

Сандра Ромас е 81-годишна жена от Ringwood, New Jersey. За нея лилавото е цвят, който вибрира с подходящата енергия за живота ѝ. Любовта ѝ към всичко лилаво започва, когато преди много

Sandra Romas

десетилетия купувайки си чифт лилави панталони в магазин за втора употреба. Хората ѝ казали, че панталоните са твърде крещящи и твърде противоречиви, което, разбира се, я накарало

да иска да носи колкото се може повече лилаво. Оттогава насам тя е боядисала в лилаво къщата си, градинските си статуи, уредите си и дори боядисва солената си коса в същия цвят.



През 1970 г. Ромас открива импровизиран подслон за малтретирани жени в лилавия си дом - първият по рода си в

Северна Америка. Оттогава тя работи в много подслони и сега, дори в края на 70-те си години, все още ръководи подслона за

жертви на домашно насилие Strengthen Our Sisters в окръг Пасаик, Ню Джърси.





Sandra Romas is a 81 year old woman from Ringwood, New Jersey. For her purple is a color that vibrates with the right energy for her life. She started her love for anything purple when she purchased a pair of

purple pants at a secondhand store many decades ago. People told her the pants were too loud and too controversial, which of course made her want to wear as much purple as possible. Since then she has

painted her house purple, her garden statues, her appliances, and even dyes her salt and pepper hair to match as well.

In 1970 Ramos opened an impromptu battered women's shelter in her purple home, the first of its kind in North America. Since then she has



worked in many shelters and now even in her late '70s she still runs the Strengthen Our Sisters shelter for victims of domestic violence in

Passaic County, New Jersey.



ELIZABETH SWEETHEART

74-годишната Елизабет Сладкодума е

известна в своя район на Бруклин

като Зелената дама на Карол Гардънс

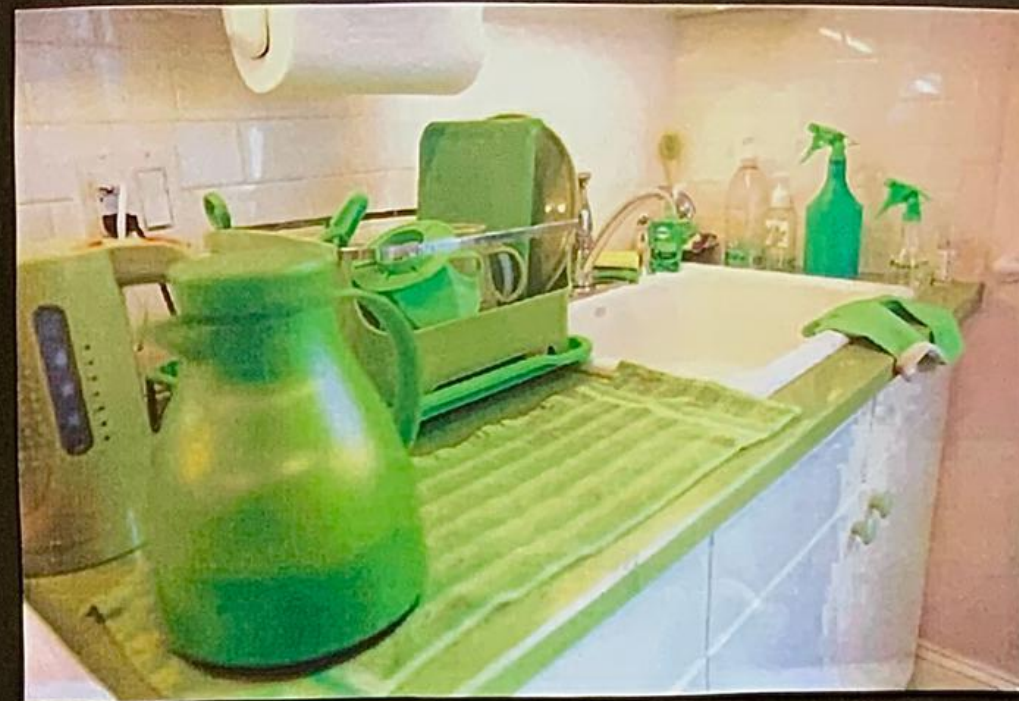
заради вечно зеления си подход към

живота. През последните близо 20 години

тя се облича от главата до петите

в ярко зелено, а косата ѝ е боядисана

в същия цвят.



"Просто съм станала

зелена - не мога да нося друг цвят"

каза тя в понеделник в градската си

къща на Нелсън Стрийт,

където входната врата, задната врата и

стълбището бяха боядисани в зелено,

за да съответстват на голяма част от

интериора. В кухнята има зелен

килим, зелен кош за боклук, зелени

прибори, чинии, дъски за рязане и тенджери

Чашата за кафе, кутийката с

витаминни таблетки на г-жа Сладкодумна,

както и гъбите в мивката били

зелени.



Elizabeth Sweetheart, 74, is known in her area of

Brooklyn as the Green Lady of

Carroll Gardens for her evergreen approach

to life. For the past 20 years or so,

she has dressed head to toe in a

bright lime green, with hair dyed to match. "I've

just become green — I can't wear

any other color," she said on Monday at her

townhouse on Nelson Street, where

the front door, back door and staircase were

painted green to match much of the interior.

The kitchen had a green rug, a green

trash can, green utensils, dishes, cutting

boards and saucepans. Ms. Sweetheart's

vitamin pill case and the sponges in the sink were all

green.



Yellow

Ела Лондон е обсебена от жълтото и живее в Лос Анджелис, Калифорния. През последните 10 години тази 38-годишна жена е направила всичко около себе си жълто.

Ела винаги е обичала жълтия цвят, но той става важна част от живота ѝ едва преди 11 години. Тя и годеникът ѝ организирали предстоящата си сватба и се опитвали да

намерят цветова тема за събитието. Лондон знаела, че не иска класическото бяло, червеното ѝ карало да мисли за Коледа, а всички останали цветове, които обмисляла,

били прекалено използвани. Но когато годеникът ѝ предложил жълто, нещо в мозъка ѝ щракнало. То ѝ напомни за баща ѝ, който беше починал, когато тя беше само на два

месеца, за любовта му към жълтия цвят и за това как той сякаш отразяваше идеално щастливата му натура. Избрала го като начин да почете покойния си баща, но сватбата била само началото на любовта ѝ към жълтия цвят.



Ella London is obsessed with yellow, she lives in

Los Angeles, California. This 38 year old

woman has made everything around her yellow

for the past 10 years. Ella has always loved the

color yellow, but it only became an important part

of her life 11 years ago. She and her fiancée

were organizing their upcoming wedding and trying

to find a color theme for the event.

London knew that she didn't want the classic white,

red made her think of Christmas and all

the other colors she considered were way

too overused. But when her fiancée suggested

yellow, something in her brain clicked.

It reminded her of her father, who had passed away

when she was only two months old, of his

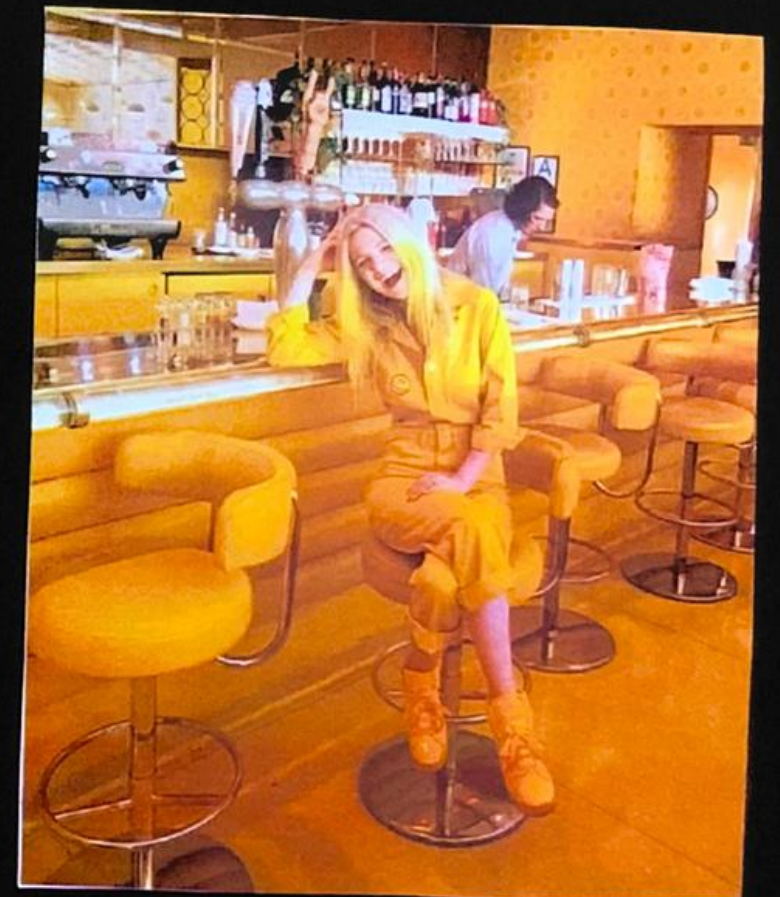
love for the color yellow and how it seemed to

perfectly reflect his happy nature. She

picked it as a way to honor her late father, but the

wedding was only the beginning of her

love affair with the color yellow.

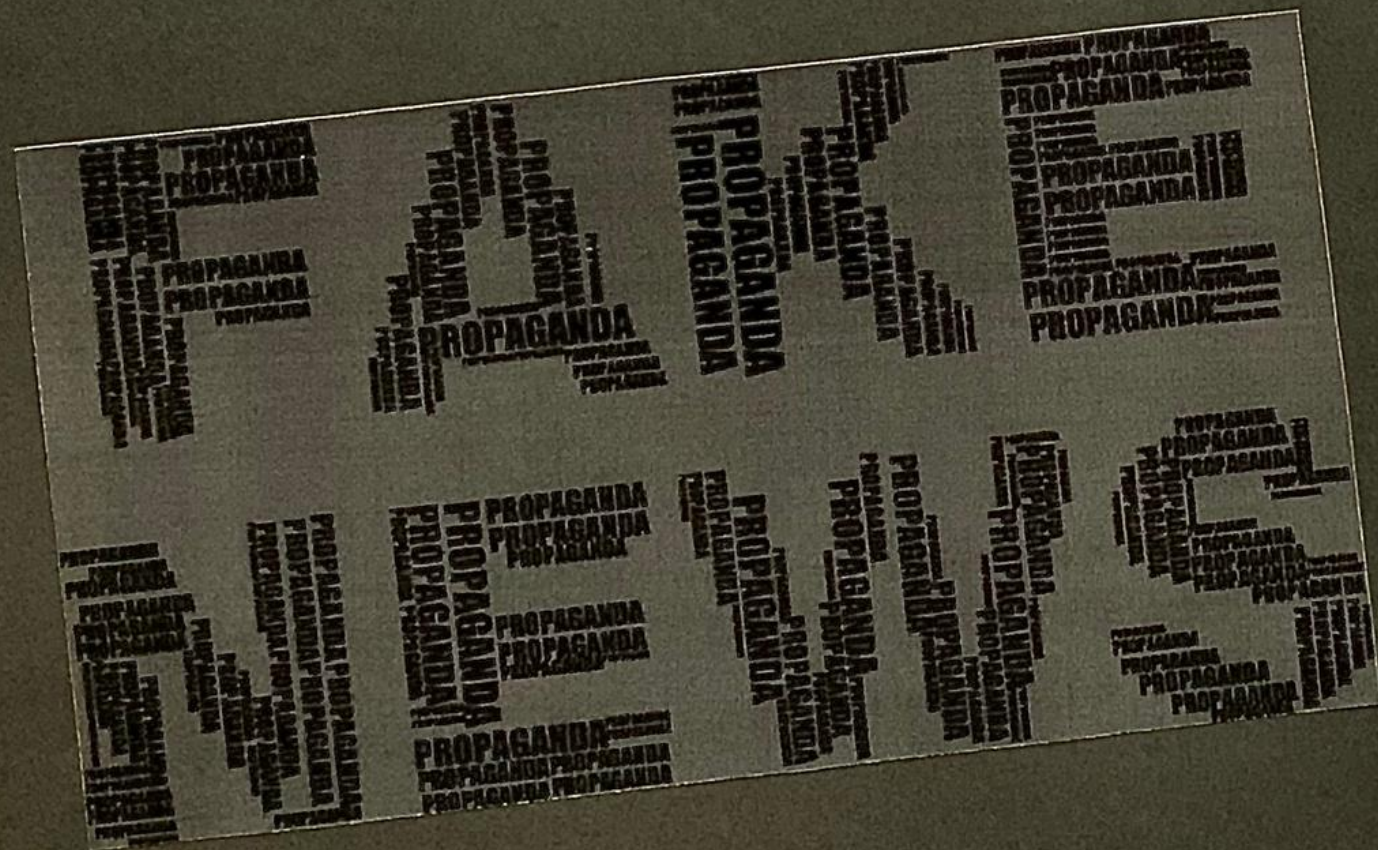


Yellow

ПРОПАГАНДА

PROPAGANDA

Пропагандата е вид послание, целящо да въздейства на мнението или поведението на хората във връзка с някаква кауза или позиция, която облагодетелства дадена група или личност



Едно от основните средства на политическата и идеологическа манипулация.

Тя не бива да се бърка с рекламата макар двете да имат много общо. Рекламата също може да си служи с манипулация, тя е разпространявана във всякаква форма и с всякакви средства привлекателна информация относно физическо или юридическо лице, стока, идея или начинание, която е предназначена за определен кръг потребители и цели да предизвика, формира или поддържа интереса им към въпросните лица, стоки, идеи и начинания, така че те да могат да се реализират. Тя използва същите средства – телевизия, радио, печат, интернет, кино, билбордове, листовки, значки и много други. Рекламата, която призовава към конкретни политически действия, се превръща в агитация

ЗА РАЗЛИКА ОТ РЕКЛАМАТА,
ПРОПАГАНДАТА НЕ Е ОГРАНИЧЕНА ОТ
ВРЕМЕННИ РАМКИ И НЕ Е ЛЕСНО
РАЗЛИЧИМА. РЕКЛАМАТА ВЪЗДЕЙСТВА
ПРЕДИ ВСИЧКО НА ЕМОЦИИТЕ, ДОКАТО
ПРОПАГАНДАТА ВЪЗДЕЙСТВА КАКТО НА
ЕМОЦИИТЕ, ТАКА И НА ИНТЕЛЕКТА И
РАЗУМА.



ВИДОВЕ ПРОПАГАНДА

ВОЕННА ПРОПАГАНДА

РЕЛИГИОЗНА ПРОПАГАНДА

АНТИРЕЛИГИОЗНА ПРОПАГАНДА

Propaganda is a type of message designed to influence people's opinions or behaviour in relation to a cause or position that benefits a group or individual. Often, instead of impartial and proven facts, propaganda may present deliberately manipulated information to mislead the public. When the message to be conveyed to the public is in danger of not appealing to the public, it must be offered in such a way that it will have an impact and be accepted. Although the word has a neutral character in the beginning, it acquires a negative meaning over time.

Propaganda is one of the main tools of political and ideological manipulation. It should not be confused with advertising, although the two have much in common. Advertising can also be manipulative; it is the dissemination, in any form and by any means, of attractive information about an individual or entity, a good, an idea or a venture, which is intended for a certain range of consumers and is intended to arouse, shape or maintain their interest in the persons, goods, ideas and ventures in question so that they can be realised. It uses the same means - television, radio, print, Internet, cinema, billboards, leaflets, badges and many others. Advertising that calls for specific political action becomes agitation.

Unlike advertising, propaganda is not limited by time frames and is not easily discernible. Advertising appeals primarily to the emotions, whereas propaganda appeals to the emotions as well as to the intellect and reason.

- Types of propaganda
- war propaganda
 - religious propaganda
 - anti-religious propaganda

Главната задача на
КОМУНИСТИЧЕСКАТА
ПРОПАГАНДА
е да създаде образа на

„НОВИЯ ЧОВЕК“

РАЗЛИЧНИТЕ
ПРОПАГАНДНИ
ИНСТРУМЕНТИ
ОТ
ЦЕЛИЯ ПЕРИОД
НА УПРАВЛЕНИЕ
НА БКП

ПЛАКАТИ
ФИЛМИ
КНИГИ
ЛОЗУНГИ
ПЕСНИ И ДР.



PROPAGANDA

Propaganda is a type of message designed to influence people's opinions or behaviour in relation to a cause or position that benefits a group or individual. Often, instead of impartial and proven facts, propaganda may present deliberately manipulated information to mislead the public. When the message to be conveyed to the public is in danger of not appealing to the public, it must be offered in such a way that it will have an impact and be accepted. Although the word has a neutral character in the beginning, it acquires a negative meaning over time.

Propaganda is one of the main tools of political and ideological manipulation. It should not be confused with advertising, although the two have much in common. Advertising can also be manipulative; it is the dissemination, in any form and by any means, of attractive information about an individual or entity, a good, an idea or a venture, which is intended for a certain range of consumers and is intended to arouse, shape or maintain their interest in the persons, goods, ideas and ventures in question so that they can be realised. It uses the same means - television, radio, print, Internet, cinema, billboards, leaflets, badges and many others. Advertising that calls for specific political action becomes agitation.

Unlike advertising, propaganda is not limited by time frames and is not easily discernible. Advertising appeals primarily to the emotions, whereas propaganda appeals to the emotions as well as to the intellect and reason.

Types of propaganda

- war propaganda

- religious propaganda





Красные партизаны несут вам смерть, ВАШИМ ДОМАМ И



ПОВТАРЯЩ СЕ МОТИВ

РАБОТНИЦИТЕ ЗАЕДНО ПОБЕЖДАВАТ ЗЛИТЕ ИМПЕРИАЛИСТИ, ЧАСТ ОТ ПРОПАГАНДНИТЕ ОРЪЖИЯ ПО ВРЕМЕ НА СТУДЕНАТА ВОЙНА.

СЪЩЕСТВУВАНЕТО НА ОБЩ ВРАГ Е ИЗКЛЮЧИТЕЛНО ВАЖНО ЗА СЪЗДАВАНЕТО

НА НОВА, ОБЩА ИДЕНТИЧНОСТ

ЦЕЛТА НА ПЛАКАТИТЕ ПРЕЗ ТОЗИ ПЕРИОД Е ПРОПАГАНДНА, А ПЛАКАТНОТО ИЗКУСТВО Е ЕДНО ОТ ОСНОВНИТЕ СРЕДСТВА ЗА НАГЛЕДНА ПОЛИТИЧЕСКА АГИТАЦИЯ. ТЕ ПРИЗОВАВАТ КЪМ БДИТЕЛНОСТ НА РАБОТНОТО МЯСТО, КЪМ УПОРИТА РАБОТА И УКРЕПВАНЕ НА СИЛИТЕ, АГИТИРАТ ЗА ЧЕТЕНЕ И АБОНАМЕНТ ЗА БЪЛГАРСКИ ВЕСТНИЦИ И СПИСАНИЯ, ПРИЗОВАВАТ ЗА ПОВИШАВАНЕ НА СПОРТНОТО МАЙСТОРСТВО, ЗА УПОРИТА РАБОТА ЗА ВИСОКИ СПОРТНИ ПОСТИЖЕНИЯ

...като оръжие на тру...
...вдигъ. Отъ тая ясн...
...си годишнина.
Съгласно заве...
...предплатятъ отъ пт...
...45 брой една бѣвпл...
...форматъ, сборище о...
...Надѣваме се,
...нати нѣма да ни о...

Еленка С.
Стоянъ П.
ВВН
София, 25 юли

СЕДМИЧЕНТЪ
Общественно...
...лизмътъ у насъ...
...но зло, което тр...
...ли да се искорен...
...та премъдростъ,
...време насамъ бо...
...каля колонитѣ в...
...кльпаза, като по...
...Вѣкъ" — незак...
...покойната "Сво...
...кирливата гугла...
...бералствующи...
...тель".

— Пита се,
...е такова зло?
— Защото...
...работниците и...
...отговарятъ на...
...рени, че съ...
...дълбока истина...
...Нищо по-гл...
...Нашитѣ пр...
...знаватъ, или н...

За обявлени...
...ст. на реалъ, г...
...та страна, з...
...погонни за а...
...На гърбата—п...

Порачки, невр...
...ността, остават...

Паря, порачки...
...щатъ до Администр...
...дописки и др. съде...
...цията на "Работни...
...никъ" въ гр. Мав...

Ракописи нава...
...повръщат

ЕДИНЪ БРОЙ —

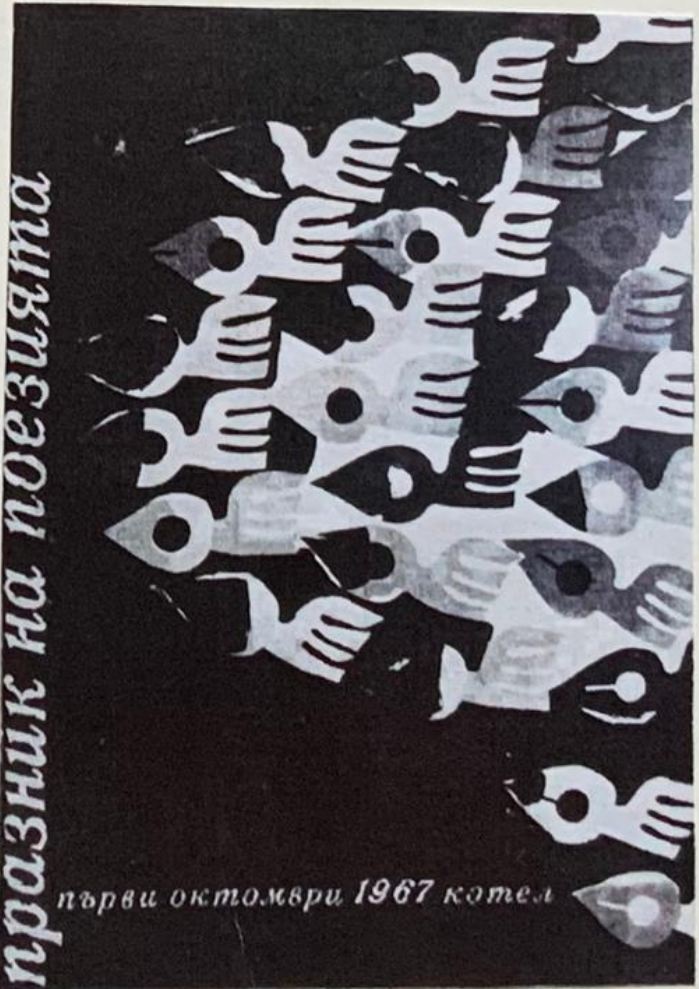
но! Въиста да тръгнатъ заедно ст...
...то» и да виеватъ ура изъ пльвенс...
...ци, социалистътъ въ гр. Пльвенъ...
...позволили да отидатъ на контра...
...противъ либералитѣ. Това е цѣло...
...телство — противъ «народнитѣ ит...
...на Каранавановъ, Табаконъ и Щирко...
...итѣ социалисти тръбна да оп...
...гитѣ. Пльвенскитѣ либерал...
...а, но щомъ възлѣзатъ въ ро...
...за когазъ и полацията, и «Ч...
...атъ предъ тѣхъ, тѣ сж безпо...
...трѣбваше пльвенскитѣ социал...
...да знаатъ и да не излагатъ социал...
...на оплювание. Доста е, че...
...артисали гърнета», които и...
...увагъ за либерали и въ кон...
...да памю, безъ даже да чака...
...«Лчето».

Има си хасъ!
...енъ се е почувствувалъ ре...
...«Хр. Ботѣвъ» отъ нашитѣ...
...зани за вѣстника му въ е...
...атъ наши броеве, но като...
...обширнотенъ чонѣкъ, той заб...
...и слѣдъ няколко бабешки...
...на другаря д-ръ Ракоиски...
...Ба. Дѣшевъ, удря я на...
...ана не препорѣчва д-ръ Ра...
...пнать», за какъвто иска...
...кому не е известно, че...
...то по ината си животно...
...та, щомъ като изяде вѣ...
...гарда си? Тѣй и Разовъ.

никъ, безъ да е социал-...
...и, води борба амалогична...
...ститѣ, слѣдователно за...
...патия."

титѣ водитъ борба а...
...Има си хасъ! Това...
...ния, е едно дебѣло...
...по-малко прави честь...
...социализмъ! Пфу...
...другия случай...
...само нищо общо...
...за отъ насъ и она...
...кшествуна такава...
...стността и Ри...
...о, че Разовъ от...
...Нашата борба...
...ба, а не долан...
...о не знаете то...
...те, толкова по...

он.
...слѣдующата...
...давест...



THE PURPOSE OF POSTERS DURING THIS PERIOD WAS PROPAGANDA, AND POSTER ART WAS ONE OF THE MAIN MEANS OF VISUAL POLITICAL AGITATION. THEY CALLED FOR VIGILANCE AT WORK, OR HARD WORK AND STRENGTHENING OF STRENGTH, AGITATED FOR READING AND SUBSCRIBING TO BULGARIAN NEWSPAPERS AND MAGAZINES, CALLED FOR INCREASING SPORTSMANSHIP, FOR HARD WORK FOR SPORTING EXCELLENCE.



**КОГАТО ДЪРЖАВАТА Е НА
КОЛЕНЕ, НАРОДЪТ ТРЯБВА ДА
СЕ ИЗПРАВИ!**



**СЪЮЗ НА КОМУНИСТИТЕ В БЪЛГАРИЯ
ПРИСЪЕДИНИ СЕ КЪМ СЪПРОТИВАТА**



*Подъ покровителството на
Г-на Министра на Войната*

ВОЕННА ХУДОЖЕСТВЕНА ИЗЛОЖБА

ФРОНТЪТЪ И ТИЛЪТ

УРЕЖДАТЪ ВОЕН
ДИРЕКЦИЈАТА ЗА
СРЪ

ВЪ САЛОНА НА ДС

14. I. — 20.

*продамата на картините
от фронтна и тилна*



**Soviet sick - the healthiest
sick in the world!**

Ита
вия
би
худ
Юг
гра
се с
в П
во.

рет
76—
то с
Боя
БОУ
кул
рису
| ят

БАКШИША
Е ПРИЧИНА ЗА НАРУШАВАНЕ РЕДА
И ВЛОШАВАНЕ КАЧЕСТВОТО
НА ТЕЛЯШКИТЕ УСЛУГИ
ГРАЖДАНИ, НЕ ДАВАЙТЕ БАКШИШ!

ВЪВ ВСЯКА КЪЩА - ГОВЕДО!

Лозунгът е израз в лаконична форма, изразяващ ръководна идея, послание, призив, искане

Всяко кебапче - куршум в сърцето на световния империализъм!

Политическия лозунг се възприема краткосрочно или дългосрочно с определената ситуация. Той, за разлика от рекламния слоган, е политически призив в енергична, кратка и ясна за възприемане от адресата форма.

След Октомврийската революция „политическата реклама“ претърпява промяна. Лозунгите пропагандират партията. Целта им е да превъзпитават бъдещите поколения в светлото комунистическо бъдеще.

Съществуват всякакви лозунги, от които

- **ЗА ТРУДА И ПРОИЗВОДСТВОТО**
- **ЗА ЗДРАВЕТО И ЛИЧНАТА ХИГИЕНА**
- **ЗА ДРУЖБАТА И ПАРТИЯТА**

ЛОЗУНГ - кратък призив

Every kebab is a bullet in the heart of world imperialism!

Slogan - a short appeal

A slogan is an expression in laconic form expressing a guiding idea, message, call, demand

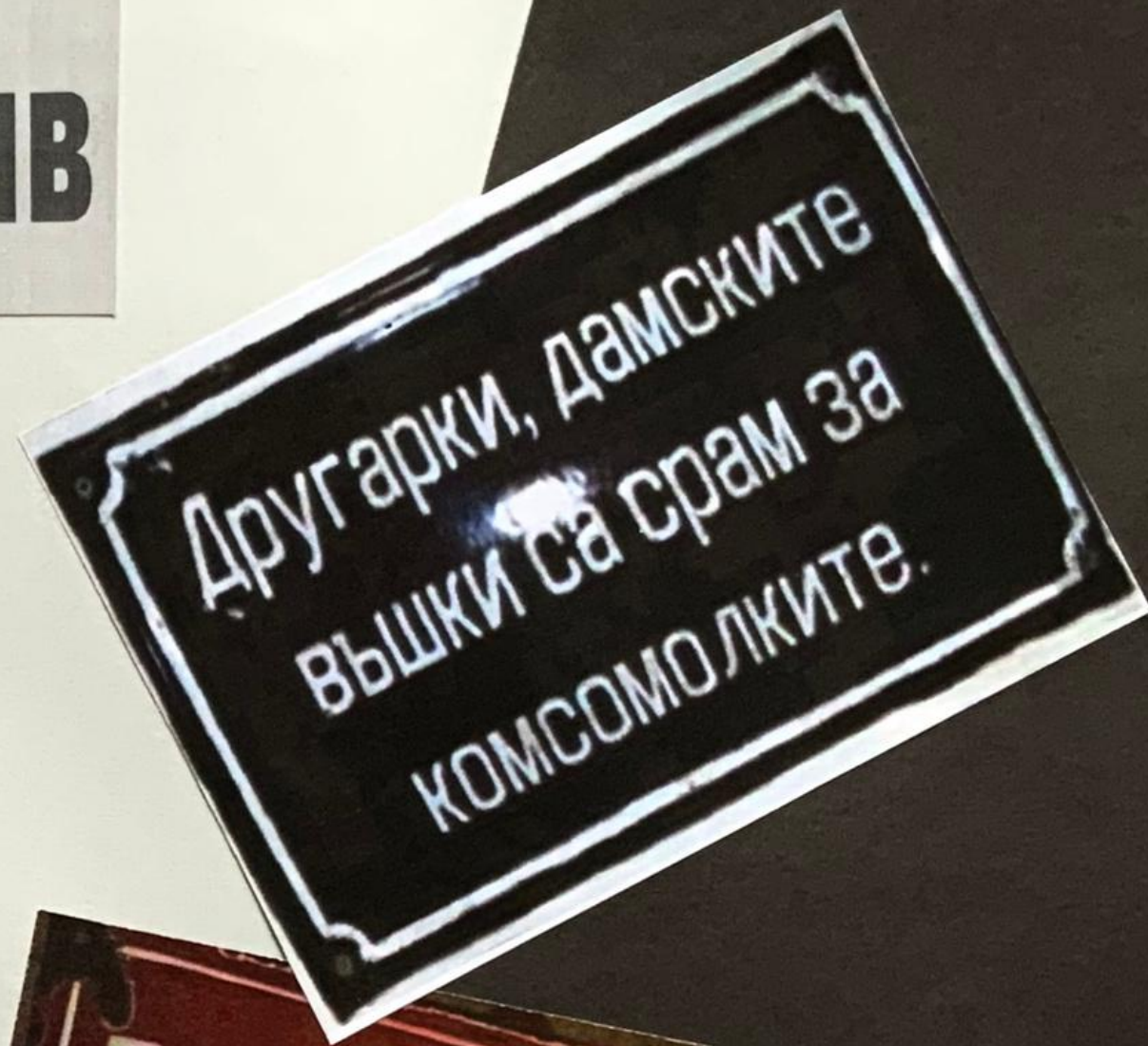
A slogan is one of the basic tools of political propaganda. It arises when a political situation is reduced to an easily memorable phrase or sentence. Its function is to formulate concisely and clearly the main political objectives, it seeks to unite people emotionally to achieve its goal. Finding great coverage in the mass media, it sends messages to the public designed to stimulate action and/or a change in attitudes, regardless of their personal interests.

A political slogan is perceived in the short or long term with the given situation. Unlike an advertising slogan, it is a political appeal in a vigorous, concise and clear form for the addressee to grasp.

The emergence of slogans is associated with the turbulent times surrounding the French Revolution and the 'collapse' of absolutism. The most famous slogan of the French Revolution is: "Liberty, Equality, Fraternity"

After the October Revolution, "political advertising" underwent a change. Slogans propagandized the party. Their aim is to re-educate future generations in the bright communist future. There are all kinds of slogans, of which:

- For labour and production
- For health and personal hygiene
- For friendship and the Party



ЛОЗУНГИ

1. ДА НЕ ОСТАВИМ НЕОДРУСАНА НИТО ЕДНА СЛИВА В НАШЕТО СЕЛО!

4. ВСИЧКИ ДЕСЕТОКЛАСНИЦИ,
КОИТО ЖЕЛАЯТ ДА ХОДЯТ НА БРИГАДА,
ДА СЕ ПРЕГЛЕДАТ ПРИ ЛЕКАРЯ.

2. ВСЕКИ КООПЕРАТОР – СВИНЯ,
ВСЕКИ КОМУНИСТ – ДВЕ!

3. ПРИ КАПИТАЛИЗМА ЧОВЕК
ЕКСПЛОАТИРА ЧОВЕКА,
А ПРИ СОЦИАЛИЗМА Е ТОЧНО ОБРАТНОТО

5. СЕЛЯНИНО, ИЗМИ ЛИ СИ ЯЙЦАТА?

ЕДИН ДОПУСНАТ БРАК
Е БЕДА ЗА ЦЕЛИЯ
КОЛЕКТИВ!

ДОПУСНАТИЯТ БРАК
Е БЕДА
ЗА ЦЕЛИЯ КОЛЕКТИВ!

ДА НЕ ОСТАВИМ НЕОДРУСАНА
СЛИВА В НАШЕТО СЕЛО!

ВЪВ ВСЯКА КЪЩА
ГОВЕДО!

КV НАПОЯВАНЕ

МАШИНАТА ОБИЧА ЛАСКА,
ГРИЖЛИВО ГЛЕДАНЕ
И СМАЗКА

ПОРАДИ РЕМОНТ
БРЪСНЕМ ОТЗАД.

БРЪСНОРИЦА МЛАДОСТ

МАНИФЕСТАЦИИ



ДА ЖИВЕЕ ПЪРВИ МАЙ

слава на 9 септември 1944

ВЪРВИ НАРОДЕ, ВЪЗРОДЕНИ!

MANIFESTATIONS



<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwim6rKjIMz6AhU3QvEDHenlCr0QFnoECA0QAw&url=https%3A%2F%2Fwww.dailymail.co.uk%2Femail%2Farticle-7086905%2Fwoman-obsessed-pink-finds-colorful-best-friend-whos-obsessed-yellow.html&usg=AOvVaw1AN0L4tjHnj1BaMvXFKz3>

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwim6rKjIMz6AhU3QvEDHenlCr0QwqsBegQIDBAB&url=https%3A%2F%2Fwww.youtube.com%2Fwatch%3Fv%3D1-vnCHc0qrw&usg=AOvVaw2SaokLOSsz6We2OKr0i232>

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwim6rKjIMz6AhU3QvEDHenlCr0QwqsBegQIDxAB&url=https%3A%2F%2Fwww.youtube.com%2Fwatch%3Fv%3DIKhibnmWqK4&usg=AOvVaw1nKsg0HukTmxfi3mUzr9Ea>

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwivVhPzQIMz6AhUxQvEDHUkeB5YQwqsBegQICBAB&url=https%3A%2F%2Fwww.youtube.com%2Fwatch%3Fv%3DfW4hMkwpelk&usg=AOvVaw0ihttps://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwivVhPzQIMz6AhUxQvEDHUkeB5YQwqsBegQIDRAB&url=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2FAnything-that-makes-you-say-WOW-670348379787992%2Fvideos%2Fthe-purple-lady-obsessed-woman-addicted-to-color-purple%2F760633287656559%2F&usg=AOvVaw2S1Av8M7X5GO7T6skAHnNXV22Ls0zkcI7Z6IZEx7D>

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwivVhPzQIMz6AhUxQvEDHUkeB5YQFnoECMQAA&url=https%3A%2F%2Fwww.quora.com%2FWhat-is-up-with-the-phenomenon-of-middle-aged-women-loving-the-color-purple&usg=AOvVaw0C2ymWy2h10s2Qrxcg_OEh

https://www.googleadservices.com/pagead/aclk?sa=L&ai=DChcSEwi3ur_gIMz6AhXrCwYAHTLKB3EYABABGgj3cw&ae=2&ohost=www.google.com&cid

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiV_7XglMz6AhW9XvEDHVy2CrYQFnoECGYQA&url=https%3A%2F%2Fwww.facilitiesnet.com%2Fflooring%2Ftip%2FThe-Importance-of-Color-in-Interior-Design--17811&usg=AOvVaw3QNlBq9kxsN5jp50DiQlM

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiV_7XglMz6AhW9XvEDHVy2CrYQFnoECBoQAQ&url=https%3A%2F%2Ffoyr.com%2Flearn%2Fcolor-theory-in-interior-design%2F&usg=AOvVaw0z8TPNlIb1f49Q79o6FM7y

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwib-Pj9IMz6AhUrYPEDHd9ZBdsQFnoECDUQAQ&url=https%3A%2F%2Fsymbolsage.com%2Fsymbols-of-freedom%2F&usg=AOvVaw1cScavJK6KaOM3FmoLXydw>

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwib-Pj9IMz6AhUrYPEDHd9ZBdsQFnoECDQQAQ&url=https%3A%2F%2Fformfluent.com%2Fblog%2Fthe-bald-eagle-a-symbol-of-freedom&usg=AOvVaw13f-5ylR2pHj2lpVQ0Gc_L

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwib-Pj9IMz6AhUrYPEDHd9ZBdsQFnoECDIQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.agweb.com%2Fnews%2Fpolitics%2Fhistory-symbol-freedom-liberty-bell&usg=AOvVaw0ifle360T8na1kvk15RoOQ>

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwi-oOW1cz6AhUfQvEDHYgPDAUQFnoECA0QAw&url=https%3A%2F%2Fimpulsepop.co.uk%2Fthe->

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiV_7XglMz6AhW9XvEDHVy2CrYQFnoECGYQA&url=https%3A%2F%2Fwww.facilitiesnet.com%2Fflooring%2Ftip%2FThe-Importance-of-Color-in-Interior-Design--17811&usg=AOvVaw3QNlBq9kxsN5jp50DiQlM

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiV_7XglMz6AhW9XvEDHVy2CrYQFnoECBoQAQ&url=https%3A%2F%2Ffoyr.com%2Flearn%2Fcolor-theory-in-interior-design%2F&usg=AOvVaw0z8TPNlIb1f49Q79o6FM7y

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwib-Pj9IMz6AhUrYPEDHd9ZBdsQFnoECDUQAQ&url=https%3A%2F%2Fsymbolsage.com%2Fsymbols-of-freedom%2F&usg=AOvVaw1cScavJK6KaOM3FmoLXydw>

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwib-Pj9IMz6AhUrYPEDHd9ZBdsQFnoECDQQAQ&url=https%3A%2F%2Fformfluent.com%2Fblog%2Fthe-bald-eagle-a-symbol-of-freedom&usg=AOvVaw13f-5ylR2pHj2lpVQ0Gc_L

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwib-Pj9IMz6AhUrYPEDHd9ZBdsQFnoECDIQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.agweb.com%2Fnews%2Fpolitics%2Fhistory-symbol-freedom-liberty-bell&usg=AOvVaw0ifle360T8na1kvk15RoOQ>

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwi-oOW1cz6AhUfQvEDHYgPDAUQFnoECA0QAw&url=https%3A%2F%2Fimpulsepop.co.uk%2Fthe->

WWW.MITTELLTODAY.COM

