

## РЕЦЕНЗИЯ

от проф. д-р Кристина Борисова,  
НХА, катедра „Плакат и визуална комуникация“

на дисертационен труд на тема „Плакатният подход в дизайна на опаковката“ за  
присъждане на образователна и научна степен „доктор“

на Яна Петрова Павлова

Научен ръководител: проф. Георги Янков

В самото начало на дисертационния си труд Яна Павлова залага една очевидна, но рядко отбелязвана от нас истина - за истинската роля на опаковката в ежедневието ни, а по-точно за нейното по своему (не)видимо, и заедно с това (не)натрапчиво присъствие, а също така и за все по-същественото място в рекламната сфера, което тя заема благодарение на развитието обществото и на дигиталното общуване между хората.

*„... значението [на опаковъчния дизайн] нараства с появата и разпространението на онлайн пазаруването, при което най-въздействащия канал на комуникация с клиента е продуктовата опаковка.“ (Яна Павлова, стр. 5)*

Това определя, според мен, важността и необходимостта от изследването на докторанта в контекста на съвременното ни битие и взаимодействието му с визуалната комуникация като цяло. Нарастващото влияние на използване на „плакатния подход“ в осмислянето на опаковката не само откъм съдържание, но и откъм форма, доказва ефективността и необходимостта му за създаването на качествени, функционални изделия в областта на опаковката. Преходът на опаковката

от предмет с приложни функции към жанр в изкуството на графичния дизайн, който се случва благодарение на множество социокултурни обстоятелства, дава основание да поставим опаковката в групата на социално значимите явления с ясно очертани перспективи за още по-интересно бъдещо развитие.

Дисертационният труд на Яна Павлова е структуриран и издържан в рамките на приетите за този формат изисквания: увод, три глави с подтеми, заключение, последвано от библиография, използвана литература и приложения.

Авторът започва увода си от най-необходимата стъпка, а именно изясняване на предмета и обекта на изследването, както и на базисни за дисертацията термини и елементи от понятийния апарат. Както ще се види впоследствие, терминологията ще бъде дообогатена от докторанта с няколко нови термина, за които ще стане дума малко по-късно в настоящата рецензия. Ясното и недвусмислено определяне на целите и задачите, които си поставя автора, а също така и методите, с които предполага да реализира набелязаното, е от решаващо значение за прецизното и логично извеждане на отделни конкретни етапи в хода на научния труд и впоследствие чрез аналитични изводи убедително представяне на крайните заключения, потвърждаващи тезите на докторанта. Без да се спирам подробно на изброяването на посочените от нея методи, искам да отбележа и относително рядкото включване на *емпирични изводи* от самата нея, което се дължи и на солидния ѝ практически опит в областта на проектирането на опаковки, а това, от своя страна, освен че предопределя интереса ѝ към темата, и дава възможност да извежда работещи и актуални заключения по разискваната тема.

В следващите страници ще се спра поотделно на всяка от трите основни части на настоящия труд, като анализирам поставените цели, методите за тяхното осъществяване и постигнатия резултат.

## Първа глава

Традиционно посвещавана на исторически обоснован преглед на разискваната в дисертацията проблематика, и в този случай намираме в тази първа глава важни за по-нататъшното изследване опорни пунктове, засягащи еволюцията на опаковката. Трябва със задоволство да отбележа съвсем обосновано селектираната и подбрана от докторанта информация в този сектор, което ѝ позволява да се фокусира върху отделни аспекти, анализирайки фактите и подготвяйки основите за последващото развитие на докторантския труд. Отбелязвайки ясно момента, в който опаковката започва да придобива допълнителни освен утилитарните си характеристики и започва да се обособява като *„самостоятелно развиващ се жанр на дизайна“ (Я.П.)*, Яна Павлова се концентрира върху няколко конкретни примера, чието развитие разглежда подробно. Историята на кибритената опаковка (наречена от нея *„джобен плакат“*) в своята същност и промените в нейното оформление има заложени в себе си много основни и разнообразни посоки, в които се развиват като цяло тенденциите в опаковъчния дизайн. Анализирайки фактологията, докторанта достига до изводи за пряка обвързаност на същността на обекта на изследване с редица социокултурни фактори, влияещи върху основните определени от нея характеристики на опаковката, съотнесена към рекламирания продукт, а именно: *„изразяване на стойност и идентичност, предоставяне на информация, изграждане на емоционална среда, усилване на идентичността на марката“*. Изведената в подточка 1.3 категоризация във видово и жанрово отношение на съвременната опаковка е анализирана обстойно, защитена убедително и подкрепена с достатъчно разнообразни примери. Обърнато е внимание и на често пренебрегваната *„товарна опаковка“*, която, както ще се види впоследствие, освен спецификата си, има своя специфичен принос и ще диктува тенденции в дизайна на опаковката. Логично, в края на първа глава, съобразно с част от поставените в началото на дисертацията цели, конкретно внимание се обръща на развитието на дизайна на опаковката в България, което дава основание на автора да

проследи паралели със световния такъв и да очертае както възникващи проблеми и техните причини, така и предполагаеми начини за тяхното преодоляване. Важен, разбира се, е и обзора на настоящата ситуация и актуалното състояние на жанра, ролята на визуалния език в съвременното общуване между хората, а също така и очертаване на някои съмнителни и дори негативни тенденции, имащи място в дизайна на опаковката (и не само, за съжаление), като имитации, плагиатство, недобросъвестен маркетинг и др. Тук искам да отбележа изключително находчиво и точно подбрения термин „бърз дизайн“ - (принос на автора) - описващ процеса на компресирано като време и компромисно като качество оформление вместо пълноценен дизайн. Това явление аз също бих причислила към изброените негативни тенденции.

Така очертана, темата подлежи на логично последващо разглеждане в следващата глава, посветена взаимните връзки между опаковката и, ако мога по-просто да обобщя, останалия свят.

## **Втора глава**

Важността на настоящия раздел от дисертационния труд се определя от необходимостта да се изследват отношенията на опаковката и нейния дизайн с редица заобикалящи фактори, условия, влияещи на една или друга посока от нейното развитие. Изтъкнатите от автора социокултурни обстоятелства (етични практики, опазване на околната среда и др.) са подробно анализирани от гледна точка налагане на определени тенденции, изисквания и ограничения, и това как създателите на опаковки ги интерпретират съобразно същността и целите на определен продукт.

В същата глава значително място е отделено на един много интересен и важен за докторанта аспект - инспириране на автори, работещи в други области на изобразителното изкуство, от определени опаковъчни продукти и най-вече причините

за тази симбиоза. Убедително направените изводи ни дават ясна представа за ролята на опаковката, прехвърлила отдавна функцията си на „предпазваща продукта“ и превърнала се в своеобразен културен феномен. Докторанта разглежда отражението на обекта на своето изследване в различни изкуства и художествени течения посредством примери с творчеството на редица доказани автори, а също така разглежда и някои прилагани от тях похвати като „редимейд“ или „пастиш“.

В духа на заложения фокус в тази глава, се посочват и изследват някои явления, без които дисертационния труд не би бил пълноценен. Глобализацията, от една страна, и сегрегацията по расов, религиозен или друг признак, от друга, водят до определени казуси, описани и разгледани от автора в дълбочина - както откъм причини, така и откъм следствия и влияние в промяната на основни положения в опаковъчния дизайн. Важен извод се гради върху взаимната връзка на продукт и целева група, и то от гледна точка реални промени и влияния в двете посоки.

Отделно внимание заслужава последната подточка на втора глава, която е посветена на ролята на шрифта в дизайна на опаковката. Тук също така се очертават известни паралели с употребата на шрифта в плаката, като върху сходни принципи се комбинират и използват няколко различни негови аспекта - информативен, визуално-информативен, емоционален и сегментиран. Интересен момент, който мога да отбележа, е разглеждането на определени примери, които посочват използването на утвърдени в опаковката шрифтови комбинации, натоварени и обвързани вече с определени асоциации, и тяхното повторно използване в плаката на базата на тези им характеристики.

Следвайки поставената пред себе си задача за паралелно проследяване на отделните проблеми както в световен, така и в национален контекст, автора надлежно

анализира състоянието на определени във всяка подточка на главата аспекти, съотнесени към реалиите в България.

### **Трета глава**

На 15 февруари тази година гост на Националната художествена академия беше известният полски плакатист Лех Майевски, който в своя лекция, изнесена пред студентите, степенува трите основни „метода“ на комуникация - визуален, музикален (или слухов) и литературен именно в посочения ред, като изтъкна важността на визуалните образи - цвят и форма - и тяхната първосигналност при възприемане от зрителя.

Докторанта започва тази глава с анализ на понятието „плакатен подход“ и неговите компоненти, позовавайки се на основни моменти в развитието на същинското плакатно изкуство. Цитирането на основни постулати и представители на полската плакатна школа, а също така и на български автори като проф. д-р Иван Газдов, които са със забележителен принос в развитието на съвременния български плакат, или пък проф. д-р Николай Младенов, смятам за важно във връзка с построяването на крайния синтезиран резултат в определението на основните елементи на понятието. Веднъж посочена, тази схема дава възможност на докторанта да я приложи към дизайна на опаковката и да регистрира убедително много и то ключови допирни точки. Прави положително впечатление фактът, че докторанта търси и намира аналогии отвъд първичните и очевидни, с което обогатява качеството и значимостта на своя труд. Отделните показатели са разгледани обстойно и потвърдени с прецизно подбрани примери, както от отделни браншове, така и различни като регионален произход, съобразени с местните специфики и нужди. Намесата на елементи от т.н. „чисто изобразително“ изкуство и привличане към сътрудничество на творци от други сфери на изкуството, в отделни жанрови сегменти на опаковката показва разнообразни възможности за синтез с постигане на впечатляващи резултати.

Други интересни постижения от колаборацията между опаковка с различни други форми на реклама са разгледани и анализирани като допълнителни доказателства за възможностите на интерпретация на опаковката отвъд нейните първични функции. Отделно искам да отбележа едно на пръв поглед нелогично, но може би не чак толкова изненадващо „отклонение“ в общата посока на опаковъчния дизайн, а именно отбелязаната от докторанта т. н. „самовъзложена“ опаковка, където нейния автор не зависи нито от клиент, нито от проучване на целева група, нито дори от маркетингови ограничения. Опаковката се случва на база на себеизразяване, на емоция, на търсенията и хрумванията на своя създател, и по този начин категорично се самоопределя като самостоятелна единица в изкуството.

Един от най-безспорните приноси на Яна Павлова, според мен, се съдържа в подточка втора на последната глава, където тя обосновава необходимостта от въвеждането на понятията „плакат опаковка“ и „опаковка плакат“. Тази необходимост е следствие на научната работа, проведена от нея дотук, и стъпвайки на получените резултати, докторантът нагледно и логично обяснява същността и съдържанието на нововъведените термини, а също така подкрепя това с красноречиви и уместно подбрани примери. Дифузията между двете понятия и взаимното им влияние е процес, също така обстойно разгледан от докторанта. Заслужава специално да бъде отбелязана заслугата ѝ в план изясняване на характеристиките на нововъведените понятия, което дава възможност те пълноценно да бъдат застъпени като елементи в изкуствоведската терминология.

Разбираемо, в края на дисертационния си труд Яна Павлова се обръща към перспективите в развитието на жанра, като посочва и освен друго, все по-масовото навлизане на изкуствения интелект в много области на съвременното ни битие. Практическите експерименти, които тя провежда с негово участие, дават материал за собствени заключения за автора - според мен с много важна стойност за цялостното

възприемане на нейната работа. Доказана е заложената в началото теза за, *обобщено казано*, невъзможността на ИИ самостоятелно да развива самобитни идеи, но също така (за разлика от някои други сходни по рода си изследвания), докторанта не изключва и възможността за добри или дори много добри визуални попадения - дължащи се не толкова на способностите на програмата, колкото на човешкия компонент, определящ спецификата на заданието и направляващ процеса на изграждане на визуален образ. Като цяло, вероятността ИИ да бъде поредния инструмент в арсенала на графичните дизайнери е по-голяма, отколкото тази за противостояние и конкуренция между човек и машина. Подобна обобщена прогноза, естествено, е зависима от множество други фактори и възможни обрати в бъдеще, редица все още нерешени въпроси като тези за защита на интелектуалната собственост, етичните въпроси, злоупотребите и др., които са отбелязани изчерпателно в тази глава. Развитието на разискваната тема в план връзка с ИИ и анализирането на тези резултати също така отчитам като принос на докторанта.

В края на дисертацията си Яна Павлова обобщава изводите, до които достига във всяка една глава, като ясно и синтезирано констатира определени направени от нея заключения, защитава заложените от нея тези и потвърждава постигането на определените цели и задачи, поставени в началото на научния труд. Използваната библиография и списък с използвана литература са в подкрепа на сериозността на разработката и нейното несъмнено важно място в областта на теорията на опаковката, с акцент върху (относително слабо досега) анализирани български образци и техните (доколкото това е достъпно като информация) автори.

Като цяло искам да отбележа своята удовлетвореност от представения научен труд.

Бих могла да отправя няколко незначителни препоръки, а именно:



- в автореферата не би било излишно да се направи уточнение за времеви граници в абзаците, които визират качеството и състоянието на графичния дизайн в България (тази информация присъства в основния труд);
- в глава първа на дисертационния труд, а именно от подточка 1.1., би могло да се обособи отделна нова такава, която да разглежда конкретно материалите за производство на опаковки и специфичните особености при тяхното проектиране, дизайн и изработка, свързани с тях. В момента тази информация е разположена така, че да е по-скоро подчинена, а има капацитета и смисъла да е отделена в самостоятелна подточка;
- в приложения илюстративен материал, подбран изключително прецизно спрямо изложението, което обслужва, все пак би могло да се направи незначителна редукция, напр. в диапазона на стр. 227 - 235, а също така, от друга страна, някои важни за разбирането на текста да бъдат снабдени с допълнителна надлежна визуализация;
- в последната глава, в абзаците, в които се разглежда типа опаковка, измислена, поръчана и осъществена от автора си, се използва определението „самовъзложена“. Конкретния термин, според мен, би могъл да се замени с малко по-различен, повече отразяващ уникалността, свободата при сътворяване и естетиката на крайния резултат на продукта.

Стъпвайки на всичко казано дотук, убедено предлагам на научното жури да бъде присъдена на Яна Петрова Павлова образователната и научна степен „доктор“ по направление 8.2. „Изобразителни изкуства“.

01.03.2024

София

проф. д-р Кристина Борисова