

## Рецензия

от

доц.д-р Борис Кирилов Сергинов

за кандидатурата за образователна и научна степен „ДОКТОР“ в департамент „Дизайн“ при Нов Български Университет, г.София на Софрони Георгиев Върбев шифър 8.2 „Изобразително изкуство“

и документите представени за присъждане на научна степен „доктор“ по научна специалност „Изобразително изкуство“ шифър 8.2

1. Актуалност и научна значимост на дисертацията представена за присъждане на образователна и научна степен „ДОКТОР“.

Разработваната тема конкретизира, проблема корпоративна идентичност в интериора и го разглежда и анализира, като сложен комплекс от приложна графика, продукт-дизайн, интериорен дизайн, рекламна стратегия, художествена декорация и архитектура. Докторантът отбелязва и доказва, че съвременната корпоративна идентичност е надскочила простата изява на графична знаковост и символност и е развиващ се процес, в който се включват и много аспекти на фирменото поведение.

Документите и доказателствата представени и изготвени защитават тезата, че Корпоративната идентичност в интериора е неизследван феномен, който от една страна е динамичен процес и търпи постоянно развитие от друга страна е проявление на система от правила за реализиране на фирменото представяне. Всъщност, казва докторанта „проявлението на фирмената идентичност е резултата от спазването на предписанията по нейното реализиране, оформени като документ“.

Систематични изследвания върху корпоративната идентичност не са правени до сега в рамките на Българската академична и университетска общност и са рядкост и изключение дори в чуждестранната академична среда. Никога до този момент, например не е изследвано и анализирано, че основната цел при създаването на корпоративна идентичност е „въпросната среда да остави траен отпечатък в съзнанието на ползващия, да се свързва пряко с определен фирмен или организационен субект и да бъде разпознаваема за продължителен период от време“. Корпоративната идентичност, казва докторантът, вече не се изчерпва само с употребата на едно лого и на неговите цветове. Огромното мнозинство от информацията по изследвания въпрос, засягат монографични теми с различна структура и статус, но обобщаващи изследвания с поглед към цялостната структура на процесите, протичащи във формирането и проблематиката на корпоративната идентичност, са рядкост и изключение и разглежданата дисертация го доказва.

Предложеният за рецензиране дисертационен труд е фокусиран върху опита да се обобщи като модел за изследване една ситуация в която до голяма степен за да се определи природата на корпоративната идентичност в интериора, трябва да се признае съвременната ѝ гъвкавост и многоликост и да се разширят границите на изследването извън чисто визуалната страна, което превръща модела на проблематиката в интердисциплинарен.

В този смисъл работата по дисертацията се базира, както констатирахме по горе, върху един интердисциплинарен поглед към проблематиката, като съчетава според мен "изкуствоведски, културологични, социологически и др. гледни точки" и изследователски методи, като сравнителен анализ и метода (Вьолфлин) успешно прилаган при изследване на пластичните изкуства. Върбев пише „корпоративната идентичност в интериора в нашето съвремие е плод на гъвкаво планиране и цялостно проектиране“.

Като цяло представеният за рецензия текст е научно плътен и в него читателя диша свободно следвайки логиката на изложение, той получава представата за един историографски и структуралистки подход.

Работата на доктората по темата показва, че научноизследователският подход е основателен при работа върху конкретния проблем. Разработваната тема конкретизира явления и прави ясни и задълбочени изводи а именно:

- Корпоративната идентичност в интериора отдавна е надскочила чисто визуалната изразност, свързана с първичните елементи – лого, цвят, слоган.
- В голяма част от случаите корпоративната идентичност не е просто условие, а активен елемент в интериорното оформление.
- Корпоративната идентичност може да е източник на вдъхновение, както за оформянето на определени пространства, така и за цялостния интериорен дизайн.
- Корпоративната идентичност в интериора може да е пряко свързана с текущата рекламна кампания на фирмата и да се определя от нея.
- Корпоративната идентичност в интериора може да е резултат от събития и действия на личности, непряко свързани с фирмената политика.
- Корпоративната идентичност в интериора често зависи от фактори, несвързани пряко с визуалната идентичност – отношение на персонала, качество на експонатите, хигиена (на помещението и персонала).
- Съществуват различни видове корпоративна идентичност в интериора според възможния избор за нейната реализация:
  - консервативен – точен проект за всеки обект;
  - ограничителен – съобразяване с определени параметри на корпоративната идентичност;
  - гъвкав – предоставяне на възможност за избор от гама елементи или параметри на корпоративната идентичност;
  - свободен – корпоративната идентичност в интериора се изявява чрез други елементи, несвързани с документирани предписания.
- Корпоративната идентичност в интериора е в резултат от внимателно планиране.
- Практиката показва всепо-агресивно демонстриране в интериора на корпоративната идентичност.
- Силното използване на визуалната корпоративна идентичност в интериора е свързана основно с целевата група и най-вече с младежката аудитория.

В този смисъл работата на докторанта обогатява с понятия разбирането за изкуствоведски, културологични, социологически и др. гледни точки, както

и обогатява с нови понятия разбирането за изследователски метод и подход към изследването на корпоративната идентичност.

## 2. Приноси на автора:

1. Изследва *генезиса на корпоративната идентичност* – от първите образни знаци със символна сърцевина до съвременната ѝ многообразност и реализация в интериора.

2. *Анализира различните понятия свързани с корпоративната идентичност*, техният вид и структура.

3. Изследва *проявленията на корпоративната идентичност в интериора според фирмения бранш*.

4. Изследва *проявленията на корпоративната идентичност при комплексни обекти*.

5. Дефинира средствата за постигане на корпоративна идентичност в интериора.

Научно-приложната стойност на дисертационния труд относно корпоративната идентичност в интериора се изразява по отношение на:

1. Съставяне на модел за изследване относно теми свързани с корпоративната идентичност при архитектурни обекти.

2. Съставяне на таблици за видовете и средствата за корпоративна идентичност в интериора по фирми, браншове и други класификации.

3. Анализиране на огромното многообразие от проявления на корпоративната идентичност в интериора с цел подпомагане в креативна посока на автори при бъдещи разработки в тази комплицирана област.

Налице са както следват:

Дисертационният труд е в обем от 252 страници (вкл. заглавна страница, увод, три глави, заключение, справка за приносите и приложимост на резултатите, библиография, списък на източниците на Приложение 1, списък с публикациите по темата на дисертационния труд, Приложение 1 с пълния илюстрационен материал) в текста са включени общо 132 фигури (схеми, илюстрации и графики), подкрепящи теоретичното изследване. За по-добро онагледяване са използвани и 2 таблици. Приложение 1 включва 1210 фигури снимков и графичен материал.

## Обобщение

- . Авторефератът правилно отразява съдържанието на дисертационния труд.
- . Изследването както и проучвателната дейност са лично дело на докторанта.
- . По отношение на структурата на доктората правя забележка на докторанта за неясно поставените цели и задачи на разработвания труд, в автореферата докторантът пише **„Цел на дисертационния труд :**  
В процеса на самото изследване целта му се измени. Първоначално беше замислено да се определят и регистрират възможностите при създаване на корпоративна идентичност в интериора в нейната визуална страна. Постепенно, обаче, се стигна до извода, че не може да се дефинират точно границите на визуалната идентичност в интериора. Как може да се определи грандиозното модно шоу на Victoria's Secret... Следователно, за да се определи природата на корпоративната идентичност в интериора, се налага да се признае съвременната ѝ гъвкавост и многоликост..“ от което не стават ясни целите на дисертационния труд.
- . Въпреки горната забележка доктората е добре структуриран логически и представя ясно определени значими заключения на изследването.
- . Хипотезата на докторанта и формулираната цел са защитени убедително.
- . На лице са и горе изброените приноси на дисертацията.

## Заклучение:

Оценявам научните качества и приноси на дисертационния труд, неговата обществена, социална, научна и творческа значимост, личния принос на докторанта и практическата полезност и актуалност на изследвания проблем, предлагам на уважаемите членове на научното жури да дадат съгласието си за присъждането на образователна и научна степен „Доктор“ на Софрони Георгиев Върбев по шифър 8.2 „Изобразително изкуство“

16.01.2013 г.  
Гр. София

Рецензент .....  
(доц. д-р Борис Сергинов)

