

## РЕЦЕНЗИЯ

на дисертационния труд  
на СОФРОНИ ГЕОРГИЕВ ВЪРБЕВ  
на тема „КОРПОРАТИВНА ИДЕНТИЧНОСТ В ИНТЕРИОРА”  
от проф. ГЕОРГИ ГИКОВ

Дисертационния труд на Софрони Върбев на тема „Корпоративна идентичност в интериора”, се състои от текстова част – 252 стр. и приложение с илюстративна част – 85 стр. , съдържаща 1210 цветни фигури. Визуалният материал поддържа и онагледява теоретичното изследване. Текстовата част се състои от увод, три глави, заключение, библиография – 12 стр., интернет източници – 11 стр. и списък с публикации по темата – 5 бр.

При разглеждане на дисертационния труд, се очертава логична последователност при изграждане на структурата.

В уводната част е формулирана докторантската теза и насоката на изследователската и анализаторска дейност, целите и задачите, както и средствата за тяхното постигане. Има се предвид комплекс от различни аспекти в интериора, касаещи неговата идентичност.

Съвсем логично първа глава е формулирана „Исторически преглед”. В нея обосновано се изследват същностните характеристики, сходствата и отликите на възловите, за темата, термини – пиктограма, идеограма, лого и др., техния генезис, развитието през различните исторически периоди и до наши дни. Анализирани са тяхната фонетична и смислова връзка, с езика, писмеността и културата на дадено общество.

Втора глава „ Фирмена /корпоративна / идентичност.

Обосновано и задълбочено е въведено съвременното тълкуване на понятията: лого, запазен знак, фирмен знак, търговска марка, слоган, бранд, емблеми на личности, професии, производства, продукти и др. Това е добър подход за внасяне на яснота и прегледност на изложението.

Обстойно е изследвана взаимовръзката между корпоративна идентичност, корпоративен имидж и корпоративна репутация, както и взаимното им влияние и прякото им въздействие върху просперитетът на дадена фирма. Изтъкнато е , че корпоративната визуално- идентична структура има много компоненти и са посочени средствата за тяхното овладяване. Изчерпателно са определени всички елементи носещи графично оформление според фирмената идентичност: цвят, лого, шрифт, слоган, хартиени носители, фирмено облекло, транспортни средства, интериор, екстериор, продукция, документация и др.

Авторът изтъква, че елементите обект на дизайна, са средства на послания и съдържанието толкова ценно, колкото и естетиката, която се трансформира в информация и обратното.

Трета глава „Корпоративна идентичност в интериора”

Всъщност това е материалът покриващ темата на дисертационния труд. Той е най-обемен и обхванен /183 стр./.

За стройност и структуриране на изложението, при систематизацията и анализа на изследваните образци, Софрони Върбев ги класифицира по различни критерии организирани на две нива на обхватност.

Представени са значителен брой обекти, с многобройни илюстриращи фигури, описани и анализирани изключително подробно. Текстовата част е подкрепена със значителен брой чернобели фотоси /132 / и съпътствана с препратки към приложението с цветни визуални материали, структурирани според класификацията на обектите за която се спомена по-горе. Това придава прегледност и по-голяма яснота при разглеждането на дисертационния труд. Като забележка може да се отбележи изключително дребния формат на представените фигури на образците, което особено при по-големите обекти води до нечетливост. Текстовият материал изследващ всеки образец или фирма завършва с кратки обобщаващи изводи от гледна точка на дизайна. Това е достойнство на докторантурата и говори за възможностите на докторанта и за неговите професионални качества.

Авторът изследва и анализира визуалната страна на графичното и пространствено решение, но и философията, фирмената политика, стратегията и тактиката за постигане на цялостно и силно въздействие на корпоративната идентичност. За по-комплексно изясняване на този проблем са приведени данни от създаването и историческото развитие до наши дни, на изследваните обекти.

Искам да поздравя докторанта за избраната тема за дисертационен труд, тъй като този проблем не е достатъчно изследван от нашата критическа и научна литература. Трудът е впечатляващ със своята обемност и изчерпателност, логична последователност при изграждането на структурата и с добър стил.

Изключително ценни са материалите от изследването по точка 3. от глава трета „Средства за постигане на корпоративна идентичност в интериора”, заключенията и изводите, от които са представени обобщено и изчерпателно в табличен вид. Подходът говори за професионализъм.

Приноси на дисертацията.

Изследвани и анализирани са проявленията на корпоративната идентичност от различни аспекти в цялостното им разнообразие.

Изследвани и анализирани са в исторически аспект предпоставките за зараждане и развитие на корпоративната идентичност.

Анализиран и изяснен е понятийния и терминологичен речник необходим за яснота при изследване на поставения проблем.

Изследвани, дефинирани и структурирани са средствата за постигане на корпоративна идентичност в интериора.

Темата на представения труд е актуална и значима и няма цялостни изследвания в тази насока.

Обемността, изчерпателността и задълбочеността на разработения дисертационен труд, при евентуалното му тиражиране, биха го превърнали в ценно учебно помагало при обучението на студенти, подготвяни, като специалисти в областта на интериора.

Като се позовавам на направения анализ и достойнствата на дисертационния труд на докторанта Софрони Георгиев Върбев, препоръчвам на Специализирания Научен Съвет да му бъде присъдена образователната и научна степен „Доктор”

Проф. Георги Гиков