

НОВ БЪЛГАРСКИ УНИВЕРСИТЕТ  
Магистърски факултет  
Департамент: Дизайн и архитектура  
Докторска програма: Дизайн  
шифър 05.08.04 Изкуствознание и изобразителни изкуства /интериорен  
дизайн/.

### СТАНОВИЩЕ

от доц. Станко Войков на докторския труд на Софрони Георгиев Върбев на  
тема: „Корпоративната идентичност в интериора”

Темата за корпоративната идентичност в дизайна е една от най-дискутираните в съвременното урбанизирано общество. За нея започна да се говори през 50-те и 60-те години на миналия век когато световно известни фирми като Оливети, Кока кола, IBM, AEG и други започнаха да изграждат собствен фирмен стил / корпоративна идентичност/ като се започне от архитектурата и интериора, премине се през тяхната продукция и се завърши с графичният им дизайн. В исторически аспект можем да говорим, че в много от по-ранните периоди интериорът се формира като средство за естетически и функционален комфорт. Както авторът на настоящият труд отбелязва /съществуват много трудове в областта на фирмената идентичност/, но липсват такива, които да изследват многопластовите аспекти в интериорния дизайн. Затова считам, че настоящият труд носи дисертабилен характер и е актуален със своята тематика.

Трудът съдържа 252 страници разделени в увод, три глави, заключение, справки за приносите, приложения на резултатите, библиография и списък с приложения. Включени са и 132 фотоса и 2 таблици.

В уводната част Софрони Върбев обосновава и изяснява значимостта на темата. Дефинирани са начините за събиране на информационните материали.

Първа част е посветена на историческия преглед и обхваща темата за фирмените знаци /логото/ и връзката му с пиктограмите и идеограмите и ранните писмени знаци. Разгледани са начините за формиране на лого /родови знаци/ и развитието му в периода на индустриалната революция.

Втора част разглежда фирмената /корпоративна/ идентичност. В тази глава авторът разглежда основните видове, елементи и обекти на корпоративната идентичност. Направена е класификация според предназначението, характера на дейността, функциите и средствата за постигане на тази идентичност. Разгледани са подробно елементите за създаване на фирмен стил. Цялата глава по същество е многостранно изследване на всички елементи и проблеми, свързани с понятието корпоративна идентичност.

Трета глава разглежда корпоративната идентичност в интериора. Тази глава за мен е най-значимата в докторския труд тъй като разглежда приложението на дизайнерския подход в интериорните и смесени екстериорни и интериорни пространства на обществената среда. Тези обекти са свързани с комплексното проектиране, което е в основата на корпоративната идентичност. В тази глава са изяснени значителен обем от проблеми, свързани с различните типове обществена среда. Събран е значителен по обем и многообразие материал, систематизиран в стройна система, даваща представа за сферите на приложение на корпоративната идентичност. Този раздел би бил изключително полезен за онагледяване на лекции в системите на университетите, изучаващи индустриалния дизайн. Прави впечатление, че авторът се стреми да разгледа различните елементи на тази идентичност, свързани с факторите, които я определят - стил, националност, традиции, обеми, пространства, функции и други. В по-голямата си част приложените примери са от водещи фирми и показват съвременните тенденции в областта на проектирането. Впечатление прави разглеждането на т.н. концептуални решения за корпоративна идентичност в интериора. Анализът на обектите в сферата на търговията, услугите, офис обзавеждането, производствените интериори, здравните заведения, обучение, култура и спорт показва пълната гама на разглежданата корпоративна идентичност.

Приложението към доктората се състои от значителен брой онагледяващи фотоси и примери, подкрепящи основната теза на автора и изводите до които той достига. Тези изводи са свързани с многообразието от фактори, влияещи върху корпоративната идентичност и нейното развитие в миналото, сега и в бъдеще.

Приносителите на труда са:

- Изследване и същност на корпоративната идентичност
- Изследване на корпоративната идентичност в интериора
- Фирмена идентичност в комбинирания обекти
- Изследване на понятията и свързаните с тях корпоративни идентичности
- Средства за постигане на корпоративната идентичност
- Създаване на стройна методика за класифициране и разглеждане на корпоративната идентичност
- Създаване на модел за изследване на корпоративната идентичност при архитектурни обекти и обекти с многофункционално приложение

Авторефератът обхваща основните глави и теми засегнати в основния дисертационен труд.

В заключение мога да заявя, че това е един труд надхвърлящ значително поставените първоначални задачи и цели. Огромната информация, събрана и структурирана с иновационни похвати, е

предпоставка за значимостта на труда. Софрони Върбев е автор с творчески опит, което допринася трудът да има научно-творчески и дисертабилен характер. Той може да намери приложения за обучение на студенти и докторанти в областта на промишления дизайн. От така изложеното по-горе предлагам на многоуважаемото жури да приеме докторския труд на Софрони Върбев и присъди НОС доктор.

Дата: 11.01.2013 г.

доц. Станко Войков