

## СТАНОВИЩЕ

за дисертация на тема:  
“Технологично развитие и категории в графичния дизайн от началото на  
20 век до днес”  
на Теодор Лихов

от доц. д.изк. Незабравка Иванова

Дисертацията на тема: “Технологично развитие и категории в графичния дизайн от началото на 20 век до днес” представлява навременна научна теоретична разработка с значително практическо значение.

Авторът подчертава в уводната част, че е привлечен от динамичния характер на изследваната материя, от огромното значение на технологичното развитие върху рекламната практика.

Обектът на изследването са “промените в теоретичните аспекти на проектиране и в рекламната практика”, а предметът - “анализа на основните елементи на визуалната лексика в графичния образен език, композиционните принципи, които непосредствено рефлектират върху дизайн - процеса в рекламата”.

Времевите рамки на изследването са определени от обвързаността на дизайн – процеса от технологичното развитие, но също така - и от връзката между образния графичен език и художествените процеси от началото на 20 век до днес. При анализа се има предвид предимно българската рекламна практика през разглеждания период и нейното съпоставяне със световните процеси.

Целта и произтичащите от нея задачи се определят от спецификата на обекта и предмета на изследване. Акцентува се върху обективните промени в професията на рекламния дизайнер. Изследването се разгръща в няколко направления, които определят отделните задачи: технологичните обусловености, художествено-стиловата обвързаност и социално историческата интегрираност. Тези направления определят и характера на структурата на изследването.

Особен интерес представляват методите на изследване. Наред с библиографичния подход се използва сравнително-аналитичния метод и емпиричното изследване. Огромно значение има богатият опит на автора в областта на графичния дизайн и рекламната практика за осмисляне на процесите и за виждането на същностните промени в дизайнерската практика в настоящия момент и тенденциите на бъдещото им развитие.

**В първа глава** виждаме задълбочена историко-технологична ретроспекция “на Европа след Гутенберг” От навлизането на хартията като материал и значението на гравюрата, изложението минава през литографския печатен метод, през фотографските подходи и офсета за тиражиране на изображенията, та до днес с навлизането на цифровата технология. Тази глава обхваща и Приложението, което се състои от 550 изображения, които илюстрират изложението в текста. Сами по себе си тези изображения, старателно подкрепени с текст, представляват нагледно изложение на историческото развитие на графичния дизайн от Гутенберг до днешните дигитални технологии и имат подчертано приносен характер.

**Във втора глава** “Основни композиционни категории и инструменти в образната лексика на съвременния графичен дизайн” се разглеждат във

възходяща градация по сложност елементите на визуалната лексика. Започва се от точка, линия, равнина, продължава се с двумерните – текстура, патерн и се стига до мащаб и гледна точка в перспективната система. Акцентува се върху по-сложните тримерни категории като форма, обем, пространство. Авторът запознава читателя с основни понятия: симетрия и асиметрия, пропорционалност и хармония, златно сечение, оптични илюзии и анаморфоза и пр. Особено се набляга на категории в дизайн – процеса като например: контраст и нюанс, количество и мярка, визуална метафора.

Разглежда се цвета като композиционна и психологическа категория в дизайн-процеса.

Значително място е отредено на шрифта и типографията като основни категории в визуалния език на графичния дизайнер. Теоретичните постановки са подкрепени обилно с илюстрации от световната и родната графична практика.

Набляга се върху промените в организационната стратегия при дизайн на издания: от отделния графичен проект до екранната интерпретация на печатната страница. Особено внимание представляват промените в образователния модел при обучението на графичния дизайнер.

Набляга се върху еволюцията на образователната система от универсализма в началото на 20 век, през специализацията към цялостния подход в графичния дизайн – процес.

**Трета глава** е посветена на социокултурните промени в контекста и отражението им върху съдържанието на графичното съобщение. Тя е естествено следствие от разглежданите проблеми в първа и втора глава. Третира се въпроса за идеите в образното съобщение и неговите социални измерения. Въведени са категориите: стереотип и провокация, функционалност и естетика, хумор, еротика и етика, визуален разказ и пр. Въведено е емпирично проучване с водещи в професията автори, които отговарят на стандартизирани въпроси. Прави се сравнителен анализ на резултатите от проучването, извеждат се изводи и се очертават перспективи в развитието на професията на графичния дизайнер.

**Четвърта глава** е с подчертано приносен характер. Тя е озаглавена “за цялостен подход в рекламния дизайн и фази в дизайн-процеса. Дизайнерското мислене като уникален художествено-творчески процес”. Въз основа “на личен и споделен опит и теоретично изследване, са изведени отделните фази на дизайн процеса започвайки от дефинирането на проблема, през проучването, генерирането на идеи и създаването на прототип или избор на работещо решение, селектирането на оптимална версия и изпълнението. Отделено е внимание на “обратната връзка” или мнението на потребителя – бизнес партньора и крайния потребител – възприемащия рекламния образ.

Изведени са принципите на цялостния подход в рекламния дизайн. Подчертано е, че тези принципи имат и конкретни исторически измерения в теорията и практиката на такива школи като Баухаус, Вхутемас и др., но в днешните виртуални измерения тези принципи придобиват нови непознати до съвременето ни значения. Набляга се и върху социалната значимост на цялостния дизайнерски подход като една от тезите е, че дизайн процесът добива значението на средство за социална промяна.

**В заключение** се обобщават изводите до които е достигнало изследването. Подчертава се социалната значимост на графичния дизайн

Научните приноси са обобщени в осем пункта. Между тях са извеждането и доказването на интердисциплинарния аспект на професията рекламен дизайнер и неговото място сред технологичния авангард на обществото през съответния исторически период. Изследвана е връзката между технологиите и спецификата на образния език, както и устойчивостта на художествените категории въпреки технологичните иновации. Дизайнът винаги е конкретен и този извод е подкрепен от художествената практика на водещи български и чуждестранни художници.

За първи път в нашата специализирана литература за рекламен дизайн са описани и аргументирани фазите в дизайн-процеса и доказана ключовата творческа роля на рекламния дизайнер в екипа от рекламисти.

Предложена е система от професионални препоръки, критерии и изисквания на базата на проучвания на европейски и български дизайнери както и въз основа на личен опит в рекламния дизайн.

Използвана е главно на 15 страници чуждоезична литература.

Дисертационният труд е разработен особено задълбочено с новаторски подход към изследваната материя. Представява интерес, както за студенти от различни специалности на дизайна, така и за практикуващи рекламни дизайнери. Изследването заслужава да бъде издадено.

Въз основа на дисертационния труд и личния, индивидуален дизайнерски опит предлагам на Научното жури на Теодор Лихов да бъде присъдена образователната и научна степен “ДОКТОР”.

Рецензент:

Доц. д.изк. Незабравка Иванова