

СТАНОВИЩЕ

За дисертацията на кандидата Десислава Иванова Лазова
На тема: РЕКЛАМНО-ЕКСПОЗИЦИОННИ ЩАНДОВЕ. – исторически преглед,
пространствено-конструктивни и художествени проблеми.
За получаване на научно-образователната степен „ДОКТОР”
В НАЦИОНАЛНАТА ХУДОЖЕСТВЕНА АКАДЕМИЯ
Факултет за приложни изкуства
Катедра: Рекламен дизайн
Становище: проф.Румен Минчев Райчев

Дисертацията на Десислава Лазова представлява стройно изложение подчинено на три основни раздела, което личи още от заглавието на темата. И това е съвсем естествен подход, засягащ важните проблеми в рекламния дизайн и изграждането на на рекламно-експозиционните щандове.

В увода кандидата поставя накратко целите и задачите които развива в страниците на своя труд. Определя практическата разработка, която проследява развитието на търговските изложения и панаири в България. Извежда принципите и критериите на художествените проекти на щандове.

Основната цел е цялостен анализ на художествените и пространствено-конструктивните проблеми на рекламния експозиционен дизайн при проектиране на щандове за търговски изложения. За тази цел се поставят на широк план в увода задачите които Лазова ще преследва в своя труд.

Първата част от труда е свързана с развитието на рекламата и формите на реклама, техните предимства и недостатъци. Разгледани са целите на рекламата като функция подбуждаща към действие, информационна, мотивираща, образователна и възпитателна. Въпросите са развити относително професионално.

Комуникационните канали като средства за разпространение са представени със всички разновидности на медийната кампания кратко и съдържателно. По нататък докторанта разглежда видовете информационна комуникация.

В следващата част от материала автора не на място дава оценка за качествата на рекламно експозиционния дизайн на две чужди фирми, които ни се представят като „еталон за прекрасното” и това не може да не предизвика недоумение.

Във въведението е разгледано в няколко страници и създаването на специалността Художествено пространствено оформление и нейното разширяване във времето от учебна дисциплина в катедра през осемдесетте години. Разглежда ролята на проф. Георги Петров за превръщането на специалността в основен фактор в израстването на много професионалисти, дизайнери по пространствен дизайн, които се включват като проектант в създаването на естетически вид на изложбения щанд в нашите и международни търговски изложения в страната и чужбина.

В частта отнасяща се до развитие на търговските отношения в България са разгледани предимно най-важните изложбени дейности. Тази част е развита обстойно и увлекателно. Отбелязани са най-ранните сведения за наличието на търговски отношения по българските земи. Развит е въпроса за значението на

търговските отношения и културно икономическото развитие по българските земи в условията на Османската империя. Отбелязани са селища имащи названия на търговски центрове през 16 - 17 век, от създаването на Узунджовския панаир и неговото значение до всички други градове развивали различни занаяти и създали търговски центрове по българските земи. Разглежда историята на Пловдив като важен център на културни и търговски отношения като постепенно преминава към създаването на първото българско търговско изложение през 1892 г. Лазова описва и някои от важните световни изложения в края на 19 и началото на 20 век в които има участие на търговски павилиони от България. Накратко засяга и общата картина на развитието на средствата за израз през 20-те и 30-те години на европейския функционализъм, изчистената декоративност и създадените нови критерии за оценка в художествено пространственото оформление. Нашата художествена практика в оформлението запазва някои чисто национални черти.

В разгледания период на 30-те -80-те години се дава по-широка картина на изложбената дейност на пловдивския мострен панаир и участието на наши и чуждестранни фирми. Разгледано е създаването на панаири и в други градове на България. Отбелязани са тенденциите в оформлението на щандовете през 30-те години и имената на известни български художници оформители работещи с пластическа съдържаност и простота, както и с декоративни елементи от националните традиции.

След втората световна война пловдивския панаир е възобновен, а през 1969г., е вече ежегоден. Тази част от изследването е по обширна, съдържа много фотоси и разглежда различните тенденции в художественото оформление на щандовете на международния пловдивски панаир. Съществена част от изложението на материала е разделянето на архитектурата от интериорния дизайн, разширяването на площта на изложението и броя на чуждите страни участнички в него, както и на числото на изложителите през 60-те – 80-те години на 20-ти век. Това се отнася и за всички международни търговски форуми. И тук са обелязани имената на най-известните български художници оформители през този период. Както отбелязва Лазова , техният брой нараства пропорционално през 90-те години. Тези наши колеги имат своя голям принос, пряко или косвено, за развитието на специалността Художествено пространствено оформление носеща днес името Рекламен дизайн.

В третата част на кандидатската дисертация се разглеждат пространствено-конструктивните и художествено естетически проблеми при създаване на рекламни експозиционните щандове. Развита е тезата за значението на композицията, като художествен метод в практиката на проектиране.

Разгледана е тезата за златното сечение като художествен метод. Описани са видовете композиционен строеж, композиционен център и динамичност на средата. Етапите на проектиране са разгледани обстойно.

Отделено е обширно място на универсалните модулни системи, като се акцентира върху няколко световни марки системи, които са най-разпространени. Тяхната задача, както е отбелязано, е да улесняват проектирането и да придават стегната визия на пространството. Тази част от материала е доста обширна и наситена с много примери. Лазова представя фотоси, детайли и чертежи поясняващи модулните конструкции и възможните конструктивни варианти. Дава изключително много примери на рекламни-експозиционни щандове и прави анализ

на художествено-естетическите и конструктивни особености на средата и пространствата. Чрез разгледаните примери Лазова препоръчва общите насоки в работата на рекламния дизайнер.

Друга важна част от дисертацията е представянето на значението на осветлението и мултимедийните средства необходими за създаване на общата визия на щанда.

В заключение Лазова изтъква, че е постигнала желаните от нея резултати. Нашето мнение е положително за качествата и изчерпателността на кандидатската дисертация като цяло и представянето на авторския материал като стройна система от знания за целите на обучението по рекламен дизайн.

Затова предлагаме пред многоуважаемата изпитна комисия кандидатската дисертация на Десислава Иванова Лазова на тема: „Рекламно-експозиционни щандове” да бъде гласувана за получаване на образователната и научна степен „Доктор”.

Становище:.....

Проф. Румен Минчев Райчев