

СТАНОВИЩЕ

от Цветослав Димитров ХРИСТОВ, доцент – редовен преподавател по „Скулптура”, ФИИ при НХА, член на научно жури.

Във връзка с издадена от Ректора на ЮЗУ "Неофит Рилски" заповед № 881/ 19.03.2025 г. съм определен за член на научно жури за публична защита за придобиване на ОНС "Доктор" на редовен докторант Цянг Тонг в докторска програма "Дизайн и пластични изкуства", професионално направление 8.2. *Изобразително изкуство*.

Тема „ИЗСЛЕДВАНЕ НА РАЗВИТИЕТО НА ДИЗАЙН НА ВИЗУАЛНИЯ ОБРАЗ НА КИТАЙСКАТА МАРКА ПРЕЗ ПОСЛЕДНИТЕ 40 ГОДИНИ“

1. Общо описание на представените за становище материали и представяне на процедурата.

Определен съм за член на научното жури за осигуряване на процедура за защита на дисертационния труд със заповед № 881 от 19.03.2025 г. и решение на Факултетния съвет на Факултета по изкуства на ЮЗУ „Неофит Рилски” с /протокол №25/13.03.2025г./ по научна специалност „Дизайн и пластични изкуства”.

Представеният от докторанта Цянг Тонг дисертационен труд на тема „*Изследване на развитието на дизайн на визуалния образ на китайската марка през последните 40 години*” с Научен ръководител доц. Христо Шапкаров е обсъден и предложен за публична защита на заседание на катедра „Изобразително изкуство“ на 25.02.25 г. Тя е одобрена от Факултетния съвет на 13.03.2025 г.

Изследването се състои от увод, три глави, изводи и заключение, научни приноси, публикации, библиография, приложение с илюстративен материал с общ обем 146 страници. От тях 113 страници са основен текст, 33 страници са приложения. Статията включва 50 референтни изображения и графични схеми, както и 2 таблици. Библиографията се състои от 53 източника: 53 на латиница, 3 онлайн източника.

2. Кратки биографични данни за кандидата

Цянг Тонг.

1. Обучение

Професионално училище: септември 1996 г. до септември 1999 г., клас по изкуства в Четвърто професионално-техническо училище, град Дзинджоу, провинция Ляонин

Университет: 1999.9-2003.7 Бакалавър по изящни изкуства, Бохайски университет, провинция Ляонин

Академията за изящни изкуства Lu Xun от септември 2001 г. до юли 2002 г.

Завършил студент: магистърска степен по софтуерно инженерство от Съчуанския университет за електронни науки и технологии, септември 2010 г. - юни 2012 г.

Доктор: Октомври 2022 г. – ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ „НЕОФИТ РИЛСКИ“ – БЛАГОЕВГРАД, ФАКУЛТЕТ ПО ИЗКУСТВАТА, КАТЕДРА „ИЗОБРАЗИТЕЛНО ИЗКУСТВО“, докторантска програма „Дизайн и пластични изкуства“

2. Трудов стаж

От 2014 г. Бохайският университет в провинция Ляонин

3. Творческа работа

От 1999 до 2019 участва в изложби на студенти и преподаватели

През 2018 г. получава почетното звание „Отличен преподавател“

През декември 2018 г. организира и оценява конкурса за изкуство и калиграфия „Най-красив кампус“ и взема награда като отличен водещ преподавател;

4. Университетски преподавател с идеи, ентусиазъм, ниво и развитие.

3. Актуалност на тематиката и целесъобразност на поставените цели и задачи

Дисертационният труд и разработваният проблем в научно и научно-приложно отношение е безспорно и достатъчно убедително аргументиран. Отличителни са високото ниво конкретните задачи, разработени, както следва.

Следват 4-ри под глави:

1. Характеристики на традиционната китайска култура .
2. Влияние на културните фактори върху дизайна на визуалния образ на марката.
3. Влияние на интернационализацията върху дизайна на визуалния образ на китайските марки.

II-ра римска глава - Преглед на развитието на визуалния дизайн на китайските марки през последните 40 години.

1. От 1978 до 1990 г.: дизайн на визуалния образ на марката в ранните етапи на реформата и отварянето.
2. От 1990 до 2000 г: Възходът на визуалния дизайн на китайските марки.
3. От 2000 г. до днес: Международно развитие на дизайна на визуални изображения за китайски марки.
4. Развитие и растеж на дизайна на визуални изображения за китайски марки.

III. Глава: Елементи и проблеми на изграждането на имиджа на китайската марка.

Две под глави 1. Елементи на дизайна и изграждането на визуален образ за китайски марки.

2. Проблеми при изграждането на визуалния образ на марката.
3. Зрелостта на дизайна на имиджа на китайските марки.
4. Промени в дизайна в цифровата и информационната ера.
5. Зрелостта на дизайна на визуалния образ на китайските търговски марки в контекста на потребителското общество.
6. Тенденции в развитието на визуалния дизайн на китайските марки в бъдеще.

Дисертационният труд е илюстриран с 50 референтни снимки, разкриващи изследване на връзката между дизайна, икономическото и социалното развитие, за осигуряване на научна основа за обучение по дизайн и планиране на развитието на индустрията. Насърчаване на изследванията за непрекъснатия напредък в областта на дизайна на Китай на теоретично и практическо ниво.

4. Познаване на проблема

Кандидатът познава състоянието на проблема теоретично и практически в висока степен – количествено и качествено и се отнася с отговорност към темата.

Настоящата дисертация има за цел да изследва основните тенденции и характеристики на дизайна на визуалния образ на китайските търговски марки чрез преглед и анализ на историята на неговото развитие през последните 40 години. Значимите фактори на дизайна на визуалния образ на китайските марки през различните периоди и етапи на развитие са анализирани в дълбочина, за да се разкрият тенденциите в развитието, влияещите фактори и бъдещата посока на движение на дизайна на визуалния образ на китайските марки. Чрез сортиране и сравняване на дизайна на визуалния имидж на китайските марки през годините се изследват тенденциите на промени в стила на дизайна, прилагането на цветовете, графичното представяне и т.н., както и причините и влияещите фактори, които стоят зад тези промени. Използвайки методите на анализа на литературата и проучване на определени случаи, съчетани със съответните теории и практически опит, се провежда цялостно и задълбочено изследване на развитието на дизайна на визуалния образ на китайските марки.

Основна цел на настоящия труд на Цянг Тонг е да разгледа многообразните възможности и значението на съвременната марка, как тя не се ограничава само до идентифициране на някакъв вид стоки, услуги или предприятия, а се разглежда и като вид духовен символ, вид ценностна концепция, гаранция за качество, нематериални активи на предприятието, повишаване на продукта, добавената стойност на предприятието, ефективни средства. Още според гледната точка на докторанта разглеждане на съвременната потребителска култура, добрият продукт според Цянг Тонг, трябва да задоволява не само физиологичните потребности на потребителите, но и психологическите потребности.

5. Методика на изследването

Намирам, че избраната методика на изследване позволява постигане на поставената цел и получаване на адекватен отговор на задачите, решавани в дисертационния труд. Анализирайки изложената по горе информация в обобщение, дизайнът на визуалния образ на китайските марки се влияе от множество културни фактори. Подредбата на изследването на Цянг Тонг, ни помага да разберем по-добре историческия фон и културните характеристики на китайския дизайн на марки и да обогатим съдържанието на съвременната история на китайския дизайн. Разбираме, че през 50-те години на XX век, дизайнът на визуалния образ на китайските марки е повлиян главно от бившия Съветски съюз, с акцент върху социалистическите и реалистичните стилове, като се набляга на краткия, жив и директен израз.

В последователността на изследването на дисертационния труд се запознаваме, че 80-те години на XX век Китай започва да провежда реформи и отваряне на постепенно поява на пазарна икономика. През този период дизайнът на визуалния образ на китайските марки започва да се влияе от международните марки, като се въвеждат повече търговски елементи и творчество. В съкращение на периодиката докторанта изследва факторите

породени с процесите през ХХІ век. Дизайнът на визуалния образ на китайските марки започва да се стреми към по-персонализирани и разнообразни стилове, като набляга на емоционалния отзвук с потребителите и предаването на историите на марката. Много компании търсят сътрудничество с международни дизайнерски компании, като въвеждат международни дизайнерски концепции и технологии /цитат от автора/. Автора прави изводи от този процес, че въпреки успеха на търговският художествен дизайн в съвременен Китай, той се е възползвал в по-голяма степен от благоприятното влияние на западния дизайн, който също така има свой собствен източник на развитие и местни традиционни културни и художествени характеристики. Китайската култура и изкуство никога /според автора/ не са преставали да наследяват и насърчават традиционната култура в процеса на развитие и са постигнали съжителство и интеграция в сблъсъка със западната култура, което е добре отразено и в дизайна на визуалния образ на китайските марки.

По надолу в изследването са формолирани отделни точки на нюансите в процесите на развитие на „Изследване на развитието на дизайн на визуалния образ на китайската марка през последните 40 години”. Тенденция за интернационализация; Тенденция за локализация; Тенденция за диверсификация; Културни фактори; Позициониране на пазара; Целева група потребители. Според докторанта целевата потребителска група на марката може да бъде разделен в зависимост от позиционирането и характеристиките на продукта на различните марки, за да се създадат различни образи на марката. Марките трябва да могат да разработят визуална идентичност, която да съответства на предпочитанията на целевата им група потребители.

Достоверността на материала се основава на непосредственото проучване на настоящият труд и научните приноси, че липсата на цялостно и систематично изследване на дизайна на визуалния образ на търговската марка в Китай от гледна точка на историческото развитие, този труд се фокусира върху систематизирането на това развитие през последните 40 години. Систематичната организация, теоретичната система на китайския графичен дизайн може да въздейства за разбиране на характеристиките на развитие на китайския комерсиален арт дизайн. Да послужат като опит в проектирането на визуалния образ на китайската търговска марка в настоящето и бъдещето. Също така да се разпознаят и разберат характеристиките на развитие на комерсиалния графичен дизайн. на физиологично, психологическо, емоционално и духовно ниво, като важен компонент в живота на човека. Изграждане на ясна теоретична рамка в художествената практика - източник на вдъхновение и опит от минали успехи и неуспехи, така че да помогне дизайнът да бъде по-съобразен с нуждите на времето и културното наследство. Насърчава изследванията за непрекъснатия напредък в областта на дизайна на Китай на теоретично и практическо ниво и също така е интересен като предмет на научно и творческо изследване.

Намирам, че представеният дисертационен труд е носител на приноси и със значимост на разработката за науката и практиката. Направен е задълбочен анализ за използване и „ИЗСЛЕДВАНЕ НА РАЗВИТИЕТО НА ДИЗАЙН НА ВИЗУАЛНИЯ ОБРАЗ НА КИТАЙСКАТА МАРКА ПРЕЗ ПОСЛЕДНИТЕ 40 ГОДИНИ”

Нямам лични впечатления от кандидата, но според предоставените материали намирам, че докторанта Цянг Тонг е един от съвременните много активно мислещи творци на КНДР, много задълбочен и анализиращ артист.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Хабилитационният труд съдържа научни, научно-приложни и приложни резултати, които представляват оригинален принос в науката и отговарят на всички изисквания на Закона за развитие на академичния състав в Република България (ЗРАСРБ) и Правилника за прилагане на ЗРАСРБ. Представените материали и хабилитационни резултати напълно съответстват на специфичните изисквания на Правилника на ЮЗУ „Неофит Рилски” за приложение на ЗРАСРБ.

Дисертационният труд показва, че кандидатът Цянг Тонг *притежава задълбочени теоретични знания и професионални способности* по научна специалност *Изкуствознание и изобразителни изкуства* като *демонстрира качества и умения за самостоятелно провеждане на научно изследване*.

Поради горе изложеното, убедено давам своята *положителна оценка* за дисертационния труд, представено от становището, и *предлагам на Научното жури да присъди образователната и научна степен „доктор“ на Цянг Тонг*.

07.05.2025 г.

Становище:

доц. Цветослав Христов

OPINION

From Tsvetoslav Dimitrov HRISTOV, *associate professor – full-time lecturer in "Sculpture", Faculty of Fine Arts at the National Academy of Arts*, member of the scientific jury.

In connection with order No. 881/19.03.2025 issued by the Rector of the South-West University "Neofit Rilski", I have been appointed as a member of the scientific jury for the public defense for the acquisition of the Educational and Scientific Degree "Doctor" of a full-time doctoral student Qiang Tong in the doctoral program "Design and Plastic Arts", Professional Field 8.2. *Fine Arts*.

Topic "STUDYING THE DEVELOPMENT OF CHINESE BRAND VISUAL IMAGE DESIGN OVER THE LAST 40 YEARS"

1. General description of the materials submitted for opinion and presentation of the procedure.

I have been appointed as a member of the scientific jury for ensuring the procedure for the defense of the dissertation by order no. 881 of 19.03.2025 and decision of the Faculty Council of the Faculty of Arts of the South-West University "Neofit Rilski" with /protocol No. 25/13.03.2025/. in the scientific specialty "Design and Plastic Arts".

The dissertation presented by doctoral student Qiang Tong on the topic "*STUDYING THE DEVELOPMENT OF CHINESE BRAND VISUAL IMAGE DESIGN OVER THE LAST 40 YEARS*" with Scientific Supervisor Assoc. Prof. Hristo Shapkarov was discussed and proposed for public defense at a meeting of the Department of Fine Arts on 25.02.25. It was approved by the Faculty Council on 13.03.2025.

The study consists of an introduction, three chapters, conclusions and conclusion, scientific contributions, publications, bibliography, appendix with illustrative material with a total volume of 146 pages. Of these, 113 pages are the main text, 33 pages are appendices. The article includes 50 reference images and graphic diagrams, as well as 2 tables. The bibliography consists of 53 sources: 53 in Latin alphabet, 3 online sources.

2. Brief biographical data about the candidate

Qiang Tong.

1. Training

Vocational School: September 1996 to September 1999, Art Class at the Fourth Vocational and Technical School, Jinzhou City, Liaoning Province

University: 1999.9-2003.7 Bachelor of Fine Arts, Bohai University, Liaoning Province

Lu Xun Academy of Fine Arts from September 2001 to July 2002.

Graduate student: Master's degree in Software Engineering from Sichuan University of Electronic Science and Technology, September 2010 – June 2012.

Doctor: October 2022 – SOUTH-WEST UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI" – BLAGOEVGRAD, FACULTY OF ARTS, DEPARTMENT OF "FINE ARTS", doctoral program "Design and Plastic Arts"

2. Work experience

Since 2014, Bohai University in Liaoning Province

3. Creative work

From 1999 to 2019 he participated in student and faculty exhibitions.

In 2018, he received the honorary title "Excellent Teacher"

In December 2018, he organized and judged the "Most Beautiful Campus" art and calligraphy competition and received an award as an excellent leading lecturer;

4. A university lecturer with ideas, enthusiasm, level and development.

3. Relevance of the topic and appropriateness of the set goals and objectives

The dissertation work and the developed problem in scientific and scientific-applied terms are undoubtedly and sufficiently convincingly argued. The high level of the specific tasks developed, as follows, are distinctive.

The following are the 4 sub-chapters:

1. Characteristics of traditional Chinese culture .
2. Influence of cultural factors on the design of the brand's visual image .
3. Impact of internationalization on the visual image design of Chinese brands .

Roman Chapter II - A review of the development of Chinese brand visual design over the past 40 years .

1. From 1978 to 1990: design of the brand's visual image in the early stages of reform and opening up.
2. From 1990 to 2000: The rise of Chinese brand visual design.
3. From 2000 to present: International development of visual image design for Chinese brands.
4. Development and growth of visual image design for Chinese brands.

III. Chapter: Elements and problems of building the image of the Chinese brand .

Two sub-chapters 1. Elements of design and building a visual image for Chinese brands .

2. Problems in building the visual image of the brand .
3. The maturity of Chinese brand image design.
4. Changes in design in the digital and information age.
5. The maturity of the visual image design of Chinese brands in the context of consumer society.
6. Trends in the development of visual design of Chinese brands in the future.

The dissertation is illustrated with 50 reference photos revealing the research on the relationship between design, economic and social development, to provide a scientific basis for design education and industry development planning. Promoting research on the continuous progress of China's design field at the theoretical and practical levels.

4. Knowing the problem

The candidate knows the state of the problem theoretically and practically to a high degree - quantitatively and qualitatively and treats the topic with responsibility.

This dissertation aims to explore the main trends and characteristics of Chinese brand visual image design through a review and analysis of its development history over the past 40 years. The significant factors of Chinese brand visual image design in different periods and stages of development are analyzed in depth to reveal the development trends, influencing factors and future direction of Chinese brand visual image design. By sorting and comparing Chinese brand visual image design over the years, the trends of changes in design style, color application, graphic presentation, etc. are investigated, as well as the reasons and influencing factors behind these changes. Using the methods of literature analysis and case study, combined with relevant theories and practical experience, a comprehensive and in-depth study of the development of Chinese brand visual image design is conducted.

The main objective of this work by Qiang Tong is to examine the diverse possibilities and significance of the modern brand, how it is not limited to identifying some kind of goods, services or enterprises, but is also considered as a kind of spiritual symbol, a kind of value concept, a guarantee of quality, intangible assets of the enterprise, product enhancement, added value of the enterprise, effective means. Even from the perspective of the doctoral student examining modern consumer culture, a good product, according to Qiang Tong, must satisfy not only the physiological needs of consumers, but also psychological needs.

5. Research methodology

I find that the chosen research methodology allows achieving the set goal and obtaining an adequate answer to the tasks solved in the dissertation. Analyzing the information presented above in summary, the design of the visual image of Chinese brands is influenced by many cultural factors. The arrangement of Qiang Tong's research helps us to better understand the historical background and cultural characteristics of Chinese brand design and to enrich the content of the modern history of Chinese design. We understand that in the 1950s, the design of the visual image of Chinese brands was mainly influenced by the former Soviet Union, with an emphasis on socialist and realistic styles, emphasizing concise, lively and direct expression. In the sequence of the research of the dissertation work, we learn that in the 1980s, China began to carry out reforms and opening up, gradually emerging a market economy. During this period, the design of the visual image of Chinese brands began to be influenced by international brands, introducing more commercial elements and creativity. In the abbreviation of the periodical, the doctoral student explores the factors generated by the processes in the 21st century. The design of the visual image of Chinese brands began to strive for more personalized and diverse styles, emphasizing the emotional resonance with consumers and the transmission of brand stories. Many companies seek cooperation with international design companies, introducing international design concepts and technologies /quote from the author/. The author draws conclusions from this process that despite the success of commercial artistic design in modern China, it has benefited to a greater extent from the favorable influence of Western design, which also has its own source of development and local traditional cultural and artistic characteristics. Chinese culture and art have never /according to the author/ ceased to inherit and promote traditional culture in the process of development and have achieved coexistence and integration

in the clash with Western culture, which is also well reflected in the design of the visual image of Chinese brands.

Below in the study, individual points of nuances in the development processes of “STUDYING THE DEVELOPMENT OF CHINESE BRAND VISUAL IMAGE DESIGN OVER THE LAST 40 YEARS” are formulated. Internationalization Trend; Localization Trend; Diversification Trend; Cultural Factors; Market Positioning; Target Consumer Group. According to the doctoral student, the target consumer group of the brand can be divided depending on the positioning and product characteristics of different brands in order to create different brand images. Brands must be able to develop a visual identity that matches the preferences of their target consumer group.

The reliability of the material is based on the direct study of the present work and the scientific contributions that the lack of a comprehensive and systematic study of the design of the visual image of the trademark in China from the perspective of historical development, this work focuses on the systematization of this development over the past 40 years. The systematic organization, the theoretical system of Chinese graphic design can influence the understanding of the development characteristics of Chinese commercial art design. To serve as an experience in designing the visual image of the Chinese trademark in the present and future. Also to recognize and understand the development characteristics of commercial graphic design. at the physiological, psychological, emotional and spiritual levels, as an important component in human life. Building a clear theoretical framework in artistic practice - a source of inspiration and experience from past successes and failures, so as to help the design be more in line with the needs of the time and cultural heritage. It promotes research on the continuous progress of China's design field at the theoretical and practical levels, and is also interesting as a subject of scientific and creative research.

I find that the presented dissertation is a carrier of contributions and with the significance of the development for science and practice. A thorough analysis has been made for the use and "STUDYING THE DEVELOPMENT OF CHINESE BRAND VISUAL IMAGE DESIGN OVER THE LAST 40 YEARS".

I have no personal impressions of the candidate, but according to the materials provided, I find that doctoral student Qiang Tong is one of the contemporary, very actively thinking artists of the DPRK, a very profound and analytical artist.

CONCLUSION

The habilitation thesis contains scientific, applied and applied results that represent an original contribution to science and meet all the requirements of the Law on the Development of the Academic Staff in the Republic of Bulgaria (LDASRB) and the Regulations for the Implementation of the LDASRB. The presented materials and habilitation results fully comply with the specific requirements of the Regulations of the South-West University "Neofit Rilski" for the implementation of the LDASRB.

The doctoral thesis shows that candidate Qiang Tong *possesses in-depth theoretical knowledge and professional abilities* in a scientific specialty. *Art history and fine arts* by *demonstrating qualities and skills for independent scientific research*.

Due to the above written, I confidently give my *positive assessment* of the doctoral thesis presented in the opinion and *I propose to the Scientific Jury to award* the Educational and Scientific degree of "**Doctor**" to Qiang Tong.

07/05/2025

Opinion: Assoc. Prof. Tsvetoslav Hristov