В диссертационный совет Д 212.144.05 на базе
ФГБОУ ВО «Российский государственный университет
им.А.Н.Косыгина» (Технологии. Дизайн. Искусство),
117997, г. Москва, ул. Садовническая, д.33, стр. 1

ОТЗЫВ

Официального оппонента Жердева Евгения Васильевича доктора искусствоведения, профессора кафедры Дизайна Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Московская государственная художественно-промышленная академия им. С.Г. Строганова» на диссертацию Дергилёвой Евдокии Николаевны «Дизайн рекламно-информационных листовок и листовочных брошюр» представленную на соискание ученой степени кандидата искусствоведения по специальности 17.00.06 – «Техническая эстетика и дизайн».

Рекламно-информационные листовки и листовочные брошюры прочно утвердились в жизни современного общества, взяв на себя роль мобильного звена большинства рекламных акций. Можно уверенно говорить о том, что листовочно-брошюрная продукция – феномен нашего времени, активная фаза развития которого происходит на наших глазах.

Исследование особенностей дизайна листовок и листовочных брошюр в контексте со стилевыми направлениями в искусстве, традиционными и новейшими технологиями, представляется интересной искусствоведческой задачей, до сих пор не привлекавшей внимания отечественных историков и теоретиков дизайна. Казалось бы, данная тема лежит на поверхности, однако и сегодня мы не располагаем ни одним серьезным искусствоведческим исследованием данного вопроса. Своевременность и актуальность исследования Е.И. Дергилевой определяются и тем, что в два последних десятилетия конкуренция в сфере производства товаров и оказания услуг становится настолько

плотной, что заставляет дизайнеров искать все более сложные и неординарные художественные формы краткого и доходчивого доведения до потребителя достоинств рекламируемой продукции или услуги. Все чаще и чаще лучшие достижения авангардных поисков в высоком искусстве быстро перетекают как в рекламную графику, так и в конструкции листовок и листовочных брошюр.

Неразработанность поля исследований и актуальность научных поисков позволили логично использовать классическую исследовательскую структуру из трех частей, которые и стали главами диссертации.

Во введении излагается суть исследуемой проблемы, цели и задачи диссертации. В первой главе - «Возникновение и развитие форм графики листовочно-брошюрной продукции», посвященной историографии вопроса, автор справедливо констатирует возросшее внимание современного искусствоведения к проблемам тиражной рекламно-информационной графики, как в историческом, так и в художественно-проектном аспектах, и подробно исследует пути становления и развития рекламно-информационной листовочно-брошюрной продукции. Абсолютно оправдано, что исследование отталкивается от ранних форм визиток, показывает прямую родовую связь личной визитки с полиграфически исполненными заявлениями о своих достижениях конкретных фирм. Количество информации и размеры изданий в этом случае не имеют принципиального значения. Показательным в данном плане можно считать, выявленное постепенное увеличение информативности профессиональных визиток в XIX веке, которые в ряде случаев трансформировались в то, что сегодня называют листовкой-флаером с рекламным текстом и иллюстрациями. Творческие достижения визиток перешли в поздравительные «фирменные» открытки, - вкладывающиеся в упаковку с промышленными изделиями или распространяющиеся по почте. Открытки-карточки известных русских кондитерских товаров XIX

– начала XX века исполнены настолько высокохудожественно, что представлены во многих отечественных и европейских музеях.

Имеет под собой серьезное основание утверждение автора о том, что сгибание большеформатных визиток-листовок, позволявшее резко увеличить площадь для информационных сообщений способствовало возникновению сложенной листовочной брошюры. Торгово-промышленные и художественные выставки-ярмарки XX-XXI веков создали для брошюр огромное пространство для воздействия на потребителя и постоянный полигон для совершенствования.

Вторая глава «классификация, принципы композиции и художественный образ листовок и листовочных брошюр» представляет собой теоретическую часть диссертации, в которой проведена подробная классификация листовочно-брошюрной продукции, дано обоснование поисков образного решения графики листовок и листовочных брошюр. Семь основных классификационных систем листовочно-брошюрной продукции, выделенные в диссертации, позволяют охватить все разнообразие таких изделий.

В листовочной брошюре, имеющей несколько сгибов, одной из важных проблем являются её оптимальное складывание, позволяющее как можно эффективнее усваивать предлагаемую пользователю информацию. Систем складывания много и их количество постоянно увеличивается, превращая процесс складывания в работу внутри своеобразного пластического лабиринта. Предлагаемое в диссертации выделение восьми базовых видов конструкций, в которые укладываются основные разновидности складывания листа бумаги, представляется оптимальным.

Значительный объем главы закономерно посвящен художественному образу листовки и листовочной брошюры. Пожалуй, впервые в нашем искусствоведении к данной продукции в диссертации предъявляются требования во многом схожие с требованиями к произведениям art-дизайна.

Для меня, как для ученого, долгие годы посвятившего изучению метафоры, как универсальной категории формообразования и сложения художественной образности в различных сферах дизайна, было приятно увидеть во второй главе диссертации анализ её применения при проектировании листовочно-брошюрной продукции и возможность ее взаимодействия с иными категориями смыслообразования. Положительные качества товара или услуги, такие, как, например, надежность, защищенность, комфортность, эстетическое совершенство, конечно проще, и эффективнее передать метафорой. Связывая художественную образность в графике листовок и листовочных брошюр с метафорической образностью мы открываем путь к использованию в дизайне многозначности образа, даем импульс творческой фантазии. Плодотворной считаю мысль об использовании при проектировании листовочно-брошюрной продукции типологию смыслообразования в графическом дизайне, предложенную И.Н.Стор. Четкая типология позволит задействовать в проектном процессе не только метафору, но и синонимию, метонимию, гиперболизацию и другие типы визуализации смысла. Правильным считаю особые выделения такого типа смыслообразования, как серийность. Серийность присуща искусству графической рекламы, так как повторность сообщения помогает усваиваемости информации. Сегодня серийность – интернациональный язык общения. В целом же, адаптация типологии смыслообразования к работе над образом листовок и листовочных брошюр имеет большой проектный потенциал.

При анализе коммуникационной организации графики листовочных брошюр автором было сформулировано понятие «движущегося композиционного центра». Считаю, что это оправдано, так как системы складывания таких брошюр с множеством полос очень различны и требуют графической организации движения глаз зрителя в соответствии с развитием сюжета.

Как высшая форма создания рекламного образа – имиджа в диссертации удачно описывается рекламная продукция крупнейших

музеев и национальных выставок - это те случаи, когда выдающиеся произведения искусства являются визитной карточкой не только музея, но и страны. Российские PR-агенства успешно обращаются к мировой общественности не только образами Ивана Шишкина, но и Казимира Малевича, Василия Кандинского, Александра Родченко и других.

В третьей главе «Методы и современные тенденции совершенствования дизайна листовочной-брошюрной продукции» дан необходимый для современного дизайна разбор лучшего из существующего сегодня проектного опыта и намечены пути его совершенствования. В главе обобщена практика художественного проектирования, как массовой и ограничено тиражной (имиджевой) листовочно-брошюрной продукции, так и эксклюзивной. При анализе работы над массовой продукцией с использованием современных компьютерных библиотек конструкций, шрифтов, фотографий, композиционных схем автор обращается к наработкам ВНИИТЭ с использованием методологии ретроспективного (прототипно-аналогово) моделирования и конструктивного (креативного) моделирования. Хотя эти исследования во ВНИИТЭ проводились для их использования в дизайн-бюро промышленного дизайна, в упрощенном виде они, конечно, эффективны при создании листовочно-брошюрной продукции. Моделирование, в данном случае проектно-графическое, направлено на определение технологических и эргономических характеристик изделия. Переход к объемному моделированию макетированию не предоставляет особой сложности, так как самая сложная листовочная брошюра – это многократно сложенный лист бумаги. С моей точки зрения очень грамотно изложены возможности конструктивного моделирования, в котором работа идет не от прототипа, а от «проектной темы», в которой объединены различные стороны функционирования будущего изделия.

Эксклюзивные листовки и листовочные брошюры, на первый взгляд, не принадлежат к миру дизайна. Однако, современные проектные методы работы, сочетание ручных и машинных техник создания такого продукта позволяют говорить о взаимовлиянии массовости и

эксклюзивности в проектных идеях. Автор убедительно показывает, что уникальная и, часто, очень дорогостоящая «поздравительность-подарочность», успешно проникает, если не в массовый, то в малотиражный сегмент листовок и листовочных брошюр.

Диссертация Е.Н.Дергилевой является самостоятельной, законченной научно-исследовательской работой. Основное содержание работы опубликовано в статьях и тезисах докладов научных конференций. Она написана хорошим литературным языком, прекрасно оформлена. Приложения можно считать иллюстрированной историей развития дизайна листовочно-брошюрной продукции. Автореферат полностью соответствует основным идеям и выводам диссертации.

В целом, диссертация производит впечатление серьезного исследования и у меня нет сомнений в успешности проделанной работы. Вместе с тем, как в любом серьезном аналитическом исследовании в ней имеются и свои недостатки. Я бы хотел высказать некоторые из них, рассматривая их как материал для совершенствования рукописи при подготовке к её публикации.

Замечания по работе:

1. В приложении хотелось бы увидеть варианты ранних визиток жителей Флоренции и Венеции, в том числе и гравированные. Именно в этих городах уже в XVII веке «вите-билетте» приобрели очертания произведений искусства, которые собирались в специальных альбомах.
2. Очень важное понятие о «движущемся композиционном центре» необходимо было детально разобрать на схемах построения брошюр.
3. Проблему взаимосвязи изображения и шрифта в образах листовок-флаеров необходимо было разобрать детальнее.
4. Полезно было бы проанализировать творчество ведущих модельеров мира в плане использования образности их графики в рекламных флаерах и листовочных брошюрах.

Диссертация Дергилёвой Евдокии Николаевны «Дизайн рекламно-информационных листовок и листовочных брошюр» соответствует требованиям п. 9 «Положения о присуждении ученых степеней» от 24 сентября 2013 г. № 842, а её автор Дергилёва Евдокия Николаевна заслуживает присуждения степени кандидата искусствоведения по специальности 17. 00.06 – «Техническая эстетика и дизайн».

Официальный оппонент,
доктор искусствоведения,
профессор кафедры «Промышленного
дизайна » ФГБОУ ВО
«Московская государственная
художественно-промышленная
академия им.С.Г. Строганова»
Тел.: 8(965) 306-46-60
E-mail: prom@mghpu.ru
http://mghpu.ru

8.02.2017

Жердев А.В.

Подпись Жердева А.В. заверена отделом кадров ФГБОУ ВО МГХПА им.С.Г.Строганова

ФГБОУ ВО "Московская Государственная Художественно-Промышленная Академия имени С.Г. Строганова" (МГХПА им. С.Г. Строганова) находится по адресу: 125080, г. Москва, Волоколамское шоссе, дом 9