

В диссертационный совет Д212.144.05  
ФГБОУ ВО «Российский государственный  
университет им. А.Н. Косыгина (Технологии.  
Дизайн. Искусство)»  
117997, г. Москва, ул. Садовническая, д.33, стр.1

## ОТЗЫВ

на автореферат кандидатской диссертации Петушковой Татьяны Анатольевны «Дизайн визуально-графических коммуникаций модных брендов», представленную на соискание учёной степени кандидата искусствоведения

по специальности 17.00.06 – «Техническая эстетика и дизайн».

В кандидатской диссертации Петушковой Татьяны Анатольевны решаются актуальные вопросы дизайна, связанные с поиском выразительных средств рекламной графики в таком жанре как модные бренды с их особой спецификой развития и функционирования в условиях постмодернистской социокультурной ситуации, постоянно меняющей способы идентификации личности.

И вполне справедливо автор рассматривает объект как концептуально-образную семиотическую систему с её иллокутивной, аксиологической и коннотативной функциями, что требует разработки соответствующих методов и подходов к созданию ярких графических образов, идентифицирующих конкретный бренд и его адресную направленность в функциональном поле современного рекламного дизайна.

Важным основанием разработки темы является сочетание традиционных методов и подходов (деятельностного, аксиологического, информационного, семиотического, структурного) и нового направления эволюционной эпистемологии, науки синергетики и теории фракталов. Благодаря этому графический текст бренда всесторонне рассмотрен как продукт когнитивной, культурной, социальной и биологической эволюции открытых систем в процессе исторической самоорганизации. На примере старейшего европейского бренда «Chanel» прослежен процесс поэтапного изменения его структурного наполнения, базовых стилистических установок, определивших творческую философию бренда, систему стилевых и графических идентификаторов рекламных текстов.

Значительным результатом для теории и практики является разработка проектных классификаций по выбору принципов позиционирования и выявления типологических приёмов смыслообразования рекламных текстов бренда, а также отбор наиболее характерных приёмов композиционного формообразования, которые послужили методологической базой для введения инструментального аппарата фрактальной теории. На её основе автором получены новые качественные и количественные классификации, позволившие расширить и углубить профессиональные знания на уровне графического дизайна, дизайна костюма, текстиля и орнамента. В частности, в рамках искусствоведческого анализа впервые проведена оценка фрактальной размерности графического текста

и установлена линейная и угловая связь всех элементов модного фотокадра на основе аддитивных свойств золотого сечения. Это позволило автору утверждать следующее: степень высокого эмоционального воздействия на зрителя рекламного текста определяется наличием гармоничных отношений природного кодирования зрительных образов, которые удовлетворяют всем принципам фрактальной организации любого объекта.

Основные положения диссертации опубликованы в 17 печатных работах, 6 из которых изданы в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК при Минобрнауки России, 1 – в международной базе цитирования Web of science.

Имеются следующие замечания:

Из автореферата неясно, в чём заключается метод структурированного шага и где он применяется?

2. Как рассчитана шкала золотого сечения?

3. Как проводилось измерение графических рекламных объектов?

Однако это не снижает ценности проведенного исследования, а лишь указывает на самостоятельность и смелый подход автора к новой проблеме, вводя в частную науку фундаментальные подходы и понятия. По содержанию автореферата можно сделать вывод, что диссертационное исследование является законченной научно-квалификационной работой и в целом соответствует требованиям ВАК, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а диссертант заслуживает присвоения учёной степени кандидата искусствоведения по специальности 17.00.06 – «Техническая эстетика и дизайн».

Директор высшей школы дизайна  
федерального государственного бюджетного  
образовательного учреждения высшего образования  
«Российский государственный университет  
туризма и сервиса» (РГУТИС)),  
кандидат философских наук, профессор

Бастрыкина Татьяна Станиславовна

03. 12.2020 г.

ФГБОУ ВО «Российский государственный университет  
туризма и сервиса» (РГУТИС)

Адрес: 141221, Московская область, Пушкинский р-он,  
дп Черкизово, ул. Главная, 99

Телефон: +7 495 940-83-00; +7 495 940-83-60,

E-mail: rguts.ru

E-mail: balusha21@mail.ru

Телефон: 8 916 385 83 87

*Татьяна Станиславовна Бастрыкиной Т.С. заверяю.*  
*специалист ОК Жосед Соколова Т.А.*