

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 представленном на рецензирование автореферате заявлен принципиально новый подход к оценке визуально-графического материала модных брендов. Автор выстраивает исследование как систему философского, культурологического, исторического, аксиологического, иммерсионного, синергетического анализа рекламно-графического материала на примере модного бренда «Chanel». В этом направлении определяются отличительные особенности и знаковый статус бренда, его философия, соответствующие ей стилевые идентификаторы и композиционные приёмы подачи графического материала. Это актуально для современной проектной культуры в целом, а для сферы графического дизайна моды практически необходимо. В этой области наработок чрезвычайно мало.

Обоснован анализ фотографического материала, который позволяет считывать стилевые идентификаторы модного бренда. В таком контексте модное фотоизображение рассматривается автором как рекламный объект, к которому он успешно применяет методы формального анализа традиционного искусствоведения и искусствометрии.

Автором разработана новая методика фрактального анализа визуально-графического материала на уровнях: «Костюм-текстиль-орнамент», «Костюм-фон», на основе которой проведен искусствометрический анализ; разработана базовая классификация стилевых идентификаторов модного бренда «Chanel»; принципы фрактального формообразования. Это позволило автору установить важную закономерность восприятия рекламного фотообъекта моды как целостной гармоничной системы отношений природного кодирования зрительных образов, удовлетворяющих принципам фрактальной организации, что объясняет степень высокого эмоционального воздействия на зрителя рекламных образов успешного бренда.

Практическим результатом исследования следует считать разработку методики «Мода-фрактал-концепт», которая адаптирована к системе современного дизайн-образования, а также упражнения для развития и коррективы эмоциональной, когнитивной и предикативной памяти студентов и практикующих специалистов. Это позволяет говорить о возможности создания новых учебных курсов и дисциплин, расширяющих профессиональное видение студентов в современной проектной ситуации.

Как следует из автореферата, диссертация является законченной научно-исследовательской работой, материал изложен в логической последовательности, стиль изложения позволяет проследить ход научной мысли и оценить личный вклад автора в полученные результаты

Основные положения диссертации отражены в перечне публикаций и апробированы на научно-технических конференциях, а также и в учебном проектировании. По теме диссертации опубликованы 17 печатных работ, 6 из которых в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК при Минобрнауки России, 1 – в международной базе цитирования Web of science.

Выполненная Петушковой Т.А. многоплановая работа по содержанию, форме, актуальности, совокупности новых научных результатов и степени их аргументированности полностью отвечает требованиям ВАК, а её автор заслуживает присвоения учёной степени кандидата искусствоведения по специальности 17.00.06 – «Техническая эстетика и дизайн».

Доцент кафедры дизайна ФГБОУ ВО «АмГУ»,
кандидат педагогических наук, доцент,
член Союза дизайнеров России

Благова

Благова Татьяна Юрьевна

Амурский государственный
университет

Адрес: г. Благовещенск, Амурской обл.

Игнатьевское шоссе, 21

E-mail: blagowa13@mail.ru

Тел: 89246713261

