

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».

Как справедливо показывает соискатель, дизайн - графика является сегодня мощным средством массовой коммуникации, она понимается как коммуникативный семиотический феномен, как универсальная информационно-синергетическая система, с помощью которой осуществляются коммуникативно - познавательные процессы обмена, хранения, освоения и трансляции культурных ценностей общества. Важное значение придаётся разработке брендинговых технологий и в этом плане изучение вопросов визуально-графического представления модных брендов представляется крайне актуальным в силу особой специфики этой сферы дизайна. Дело в том, что в постмодернистской социокультурной ситуации постоянно меняющейся способы идентификации личности, её индивидуализации, специфической театрализации образов, их повышенной информативности и связи с личностью кутюрье системно сочетаются искусство, бизнес, дизайн, реклама, культура и рынок, что предъявляет особые требования к качеству разработки рекламных графических коммуникаций.

Научная новизна исследования заключена в самой концептуальной установке, рассматривающей ВГК МБ как развивающуюся в пространстве и времени семиотическую систему философского, культурологического, исторического, аксиологического, иммерсионного и синергетического анализа с привлечением новейшей современной методологии.

Новыми являются разработанные проектные классификации стилевых идентификаторов и маркетинговых уровней знаковости старейшего модного бренда «Chanel», выявление принципов его позиционирования и приёмов смыслообразования в рекламных текстах, что даёт методологическую базу для дальнейшего развития дизайнерской теории и практики. Приоритетным направлением исследования является разработка методики фрактального анализа фотографического материала моды, понимаемого как парадигмальный статус-концепт, заменивший классическое понятие гештальта. Это дало возможность автору разработать новые оригинальные классификации фрактальных структур и выявить базовые архетипы рекламного языка бренда, что позволило значительно расширить рамки метафорического формообразования и ввести в аналитическую практику количественный метод оценки фрактальной гармонии визуального текста.

На этой базе автором разработана и апробирована методики «Модал-фракта-концепт», которая включает в себя два направления проектной деятельности: аналитическое исследование фрактальной гармонии рекламного текста и фрактальное формотворчество (фракта-арт). Первое даёт инструментальную базу для оценки и корректировки авторских проектов начинающих дизайнеров, а второе расширяет поле креативной деятельности.

Имеются замечания:

1. Из автореферата неясно как проводилась идентификация известных фрактальных моделей и графического текста?
2. Что входит в определение фрактальной цвето-пластики?

Сделанные замечания не снижают ценности проведенного исследования и не влияют на его положительную оценку.

В целом диссертация представляет собой законченную научно-исследовательскую работу, материалы представлены в логической последовательности, отражающей стилистику изложения научных фактов и личный вклад соискателя в полученные результаты исследования.

Основные положения диссертации отражены 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.

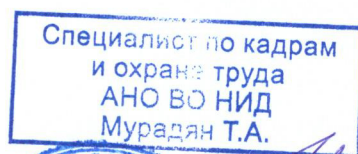
Выполненное диссертационное исследование соответствует задачам, сформулированным в государственном перечне приоритетных направлений развития науки и техники. Диссертант заслуживает присвоения учёной степени кандидата искусствоведения по специальности 17.00.06 – «Техническая эстетика и дизайн».

Ректор АНО ВО «НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ ДИЗАЙНА»,
кандидат педагогических наук

Кувшинова Галина Анатольевна

30.11.2020

Подписав Кувшиновой Г.А. заверяю



АНО ВО «НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ ДИЗАЙНА»

Адрес: 115054, г. Москва, ул. Дубининская, д. 17, стр. 2

Телефон: 8(495)755-53-16; 8(495)755-53-17

E-mail: nounid@mail.ru, galina-kuvshinova@yandex.ru