

## **ОТЗЫВ**

*на автореферат диссертации Цао Сяомина*

*«Особенности художественно-проектного решения визуальных коммуникаций в высшем учебном заведении», представленную на соискание  
ученой степени кандидата искусствоведения по специальности  
17.00.06 – Техническая эстетика и дизайн*

Диссертация гражданина Китайской Народной Республики Цао Сяомина «Особенности художественно-проектного решения визуальных коммуникаций в высшем учебном заведении» выполнена на кафедре Дизайна среды Института дизайна федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)» (ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина») Министерства науки и высшего образования Российской Федерации (Минобрнауки России), 117997, г. Москва, ул. Садовническая, д.33, стр. 1.

Научный руководитель – Назаров Юрий Владимирович, доктор искусствоведения, профессор кафедры Дизайна среды Института дизайна федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)» Министерства науки и высшего образования Российской Федерации.

**Актуальность темы диссертационного исследования** Цао Сяомина не вызывает сомнений. Дизайн как инновационная, творческая сфера деятельности нуждается в постоянной методологической рефлексии динамично изменяющихся социально-экономического, технологического и социокультурного контекстов и прогнозов их развития, собственной миссии, целей и задач, методов, средств и приемов проектирования, роли дизайнера в междисциплинарном взаимодействии. По мнению автора, в современном дизайне, включающем в себя множество различных направлений проектирования, регулярно возникают направления-лидеры, формирующие новые концептуальные подходы, новые приемы и средства, новые формы взаимоотношений с потребителем. В качестве одного из таких направлений в последние годы, автор рассматривает сферу разработки визуальных коммуникаций для высших учебных заведений. При написании диссертации использовались труды китайских, японских, европейских авторов по истории, теории и методологии дизайна. Автором проведен анализ проектно-художественных разработок, что способствовало пониманию особенностей процесса создания систем визуальных коммуникаций, включающих элементы графического дизайна, фрагменты университетских брендов, страницы веб-сайтов и серии пиктограмм.

Диссертация Цао Сяомина посвящена проблеме построения бренда университета и формированию собственного имиджа высшего учебного заведения, а также охватывает тенденции изучения данного вопроса. Под дизайном систем визуальных коммуникаций, следуя тенденциям усиления

глобализации высшего образования, автор понимает форму визуального выражения функциональных и эстетических достоинств кампуса являющаяся основой построения университетского бренда, рассматриваемого как необходимого компонента крупнейших мировых учебных заведений. Имидж и бренд университета относительно хорошо изучены современной теорией, интересующейся данными явлениями более шестидесяти лет. Выбор путей грамотного формирования собственного имиджа стал для большинства университетов задачей международного масштаба.

По мнению автора, сегодня в информационную эпоху высшие учебные заведения всемерно стараются улучшить свой визуальный образ, стремятся развиваться в перспективных направлениях, занимать ведущее положение на национальном и международном рынке высшего образования, приобретать отличительные позитивные характеристики и демонстрировать интернациональному сообществу культурную коннотацию, раскрывать историю собственного развития и внутреннюю образовательную философию, а также укреплять корпоративный дух.

Требования рыночной экономики и как следствие их влияния – конкуренция между университетами в области высшего образования становится все более наглядной. Создание университетов, обладающих яркими и запоминающимися брендами, превращается в ведущую тенденцию будущего развития вузов.

В качестве объекта исследования Цао Сяомин рассматривает приоритетные образцы художественно-проектных решений брендов ведущих высших учебных заведений. Автор изучил методы построения и художественно-проектного решения композиционных структур, составляющих основу систем визуальных коммуникаций в высших учебных заведениях.

Целью своей работы Цао Сяомин определяет формирование научной базы, способствующей выработке оптимальной методики организации системы визуальных коммуникаций в высших учебных заведениях. В соответствии с поставленной целью в работе автором решаются следующие задачи:

- Исследование генезиса формирования систем визуальных коммуникаций;
- Анализ роли визуальных коммуникаций в создании брендов высших учебных заведений;
- Разработка и апробация методических рекомендаций по художественно-проектному решению визуальных коммуникаций в высшем учебном заведении.

**Научная новизна диссертационного исследования** состоит в общей концептуальной направленности темы, впервые рассматривающей художественно-проектное решение визуальных коммуникаций как необходимое средство построения имиджа университета и как мощный инструмент формирования бренда вуза. По мнению автора, новизна заключается в выборе эстетического метода совершенствования имиджа университета. Данный тезис означает, что университет сознательно и систематически демонстрирует и популяризирует свое имя, свои историю,

культуру и философию, а также другие духовные ценности в обществе для формирования у целевой аудитории целостного и гармонического впечатления. Автором были определены правила применения и разработаны способы внедрения дизайнерского проекта системы визуальных коммуникаций в пространстве современного университета, а также:

- Разработаны важнейшие классификаторы, включающие в себя: принципы, значения, композиционные структуры и визуальные характеристики разных типов университетской айдентики.

- Выработан метод, отображающий уровень гуманитарной заботы, содержащийся в дизайн-проекте и визуализируемый с помощью информационных технологий через мобильный терминал.

- Создан метод дизайн-проектирования, охватывающий этапы – от визуального проекта – до конечного дизайн-продукта.

- Впервые в научно-методическую практику разработки дизайн-проекта визуальных коммуникаций внедрены художественно-проектные решения, представляющие собой высокоэффективные средства, используемые в Институте международного образования РГУ им. А.Н. Косыгина для распространения информации среди студентов-иностранцев.

**Теоретическая значимость** диссертационного исследования Цао Сяомина заключается в том, что:

- Разработанные теоретические основы художественно-проектного решения дизайн-концепций на примере ведущих университетских брендов могут быть применены к анализу визуальных коммуникаций любого вуза, также они способны обобщить и скорректировать опыт разработки имиджа любого современного высшего учебного заведения.

- Полученные в процессе исследования результаты могут быть использованы в качестве примеров формирования комплексов университетской айдентики при разработке проектов систем визуальных коммуникаций.

- Методика анализа перечисленных эстетических и функциональных характеристик айдентики вузов может быть использована в научных исследованиях искусствоведов, дизайнеров визуальных коммуникаций, специалистов графических искусств, проектировщиков пространственной среды и промышленных продуктов, в художественной критике и аналитике, а также может быть применена при написании монографий, учебных пособий и научных статей.

**Практическая значимость** работы Цао Сяомина заключается в том, что данное исследование позволяет использовать эмпирические факты для успешного внедрения и функционирования в современную практику лучших художественно-проектных решений университетских брендов с учётом их верно найденной системы визуальных коммуникаций. А именно:

- Разработанная автором концепция в виде графической системы визуальных коммуникаций создает принципиальную основу для разработки художественно-проектных решений, обеспечивает достоверную реализацию научных методов и практических инструментов, необходимых при разработке

университетского бренда, а также способствует дальнейшему развитию дизайнерских приёмов в области создания систем визуальных коммуникаций.

- Методом аналитических кейсов могут быть разработаны гипотезы и предложения для построения прикладных теорий, исходя из практического опыта проектирования, и чем больше эти концепции и теории соответствуют потребностям области проектирования визуальных коммуникаций, тем выше достоверность интерпретаций. Данный подход содействует обогащению образовательной деятельности в разделе организации практических занятий, а также помогает в создании профессиональной команды дизайнеров для оптимизации брендинга университета.

- Проведенные исследования могут быть использованы как в повседневной практике работы дизайнеров визуальных коммуникаций, так и специалистов, работающих в графике и рекламе и средовом проектировании.

Исследования проводились на кафедре Дизайна среды Института дизайна в Институте дизайна и в Институте международного образования ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина».

Личный вклад автора подтверждается выполнением им большого объема научных исследований, связанных с разработкой теоретических основ проектного процесса, содействующих структуризации и оптимизации визуальных характеристик при формировании айдентики различных типов высших учебных заведений, обоснованию теоретико-методологической базы исследования, апробации научно-практических результатов этой серьезной работы.

Достоверность результатов исследования Цао Сяомина подтверждается основными теоретическими и прикладными результатами диссертационного исследования, опубликованными в значимых российских изданиях, а также их апробацией на международных и всероссийских научно-практических конференциях.

В процессе работы автору удалось провести наглядную апробацию данной методики и подтвердить её достоверность, разработать важнейшие проектные классификаторы, включившие в себя: принципы, значения, композиционные структуры и визуальные характеристики разных типов университетской айдентики. Благодаря данной процедуре автору удалось оптимизировать процесс выбора дизайнером оптимального решения при разработке состава и облика бренда вуза, а также предложил инновационный цифровой метод, отображающий уровень гуманитарной заботы, содержащейся в дизайн-проекте и визуализируемый с помощью информационных технологий через мобильный терминал. В исследовании по инициативе автора впервые в научно-методической практике разработок дизайн-проектов визуальных коммуникаций были внедрены художественно-проектные решения, представляющие собой высокоэффективные средства, активно и плодотворно используемые в Институте международного образования РГУ им. А.Н. Косыгина для распространения информации среди студентов-иностранцев. Теоретическая значимость работы подтверждена созданными автором научными основами художественно-проектного решения дизайн-концепций,

выполненных на базе анализа ведущих университетских брендов. Данная методика может быть применена для изучения и совершенствования системы визуальных коммуникаций любого вуза; также благодаря данному подходу можно обобщить и скорректировать опыт создания имиджа любого современного высшего учебного заведения. В ходе исследования подтверждено, что полученные в процессе работы научные результаты могут быть использованы в качестве примеров, содействующих формированию систем визуальных коммуникаций при разработке комплекса университетской айдентики. Параллельно выработанная автором методика анализа и формирования эстетических и функциональных характеристик имиджа вуза может быть использована в научных исследованиях дизайнеров визуальных коммуникаций, специалистов из области графических искусств, проектировщиков пространственной среды, разработчиков изделий промышленного производства, в художественной критике, искусствоведческой аналитике, также она будет полезна при написании монографий, учебных пособий и научных статей. К практической значимости исследования можно отнести новую художественную концепцию, представленную в виде системы визуальных коммуникаций, ставшей принципиальной основой для разработки художественно-проектных решений, обеспечивающих адекватную реализацию научных методов и практических инструментов, используемых при разработке университетского бренда, а также способствующих дальнейшему развитию дизайнерских приёмов в области создания навигационных и коммуникационных объектов. Данный методический подход способствовал обогащению спектра образовательной деятельности в плане организации авторских практических занятий со студентами, а также помог в создании профессиональной команды дизайнеров для оптимизации брендинга университета.

Замечаний по диссертации Цао Сяомина «Особенности художественно-проектного решения визуальных коммуникаций в высшем учебном заведении» нет. Тематика диссертации и полученные результаты соответствуют паспорту специальности 17.00.06 - «Техническая эстетика и дизайн» (искусствоведение).

**Таким образом,** диссертация Цао Сяомина «Особенности художественно-проектного решения визуальных коммуникаций в высшем учебном заведении» является законченной научной квалификационной работой, в которой на основании выполненных лично автором исследований разработаны теоретические положения для внедрения систем визуальных коммуникаций в социо-культурное пространство высших учебных заведений.


Выводы обобщают результаты исследования и отвечают поставленным целям и задачам. Содержание автореферата соответствует содержанию диссертации. Результаты работы достоверны и опубликованы в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК при Министерстве науки и высшего образования РФ, обладают научной новизной и практической значимостью.

Диссертация соответствует заявленной специальности и требованиям пункта 9 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного Постановлением Правительства РФ от 24.09.2013 г. № 842, предъявляемым к

кандидатским диссертациям, а ее автор – Цао Сяомин заслуживает присуждения ученой степени кандидата искусствоведения по специальности 17.00.06 – Техническая эстетика и дизайн.

«09» августа 2022 г.

**Рецензент:**

зав. кафедрой ДПиИИ,  
канд. пед. наук, доцент  Долматова Анна Анатольевна

**Наименование организации:**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет» (ФГБОУ ВО «ННГАСУ»)

Адрес: 603950, Российская Федерация, Нижегородская область, г. Нижний Новгород, ул. Ильинская, д. 65. Телефон: +7 (831) 434-02-91

Адрес официального сайта в сети «Интернет»: <http://www.nngasu.ru>

e-mail: [srec@nngasu.ru](mailto:srec@nngasu.ru)

Подпись руки  заверяю

Отдел по работе с персоналом 

