

В диссертационный совет  
24.2.368.03, созданный на базе  
ФГБОУ ВО «Российский  
государственный университет им.  
А.Н. Косыгина (Технологии.  
Дизайн. Искусство)», 119071,  
г. Москва, ул. Малая Калужская, д. 1

## ОТЗЫВ

**на автореферат докторской диссертации Денисовой Ольги Игоревны тему  
«ЭВОЛЮЦИЯ КОНЦЕПЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ УНИФОРМЫ»,  
представленной на соискание учёной степени доктора искусствоведения  
по специальности 5.10.3. Виды искусства (техническая эстетика и дизайн)**

**Актуальность исследования.** Корпоративная униформа актуальна как объект дизайн-проектирования, поскольку используется для создания коммуникативных связей в социокультурной среде организации, формирования целостной концепции единого фирменного стиля и реализации конкурентоспособных маркетинговых стратегий компании путем передачи ее месседжа во внешнюю среду невербальным языком костюма. На сегодняшний день требуется модернизация теоретических подходов к редизайну корпоративной униформы и прогнозированию успешности ее принятия участниками дресс-кода вследствие эволюции роли этого костюма.

**Во введении** подробно описаны цели, задачи и методы исследования, определен объект и предмет исследования.

**В первой главе** проведен обзор отечественного и зарубежного дискурса по проблеме внедрения и эксплуатации корпоративной униформы, анализ которого позволил разграничить понятия «корпоративная одежда», «корпоративная униформа», «форменная одежда». Проведено исследование единых принципов генезиса корпоративной униформы с позиций изобретения различных механизмов реализации утилитарных, информационно-эстетических и унифицирующих функций одежды, начиная с древнейших культур. Выявлено, что существует проблема искажения передаваемых смыслов униформы вследствие явных или нюансных амбивалентных изменений в корпоративном образе участников дресс-кода, которые являются признаком их реакции на ущемление прав на самовыражение, гендерную, национальную, религиозную и пр. самоидентификацию.

**Во второй главе** на основе интеграции концептов теории символического взаимодействия и трансформации моды предложен научный подход к исследованию процессов, формирующих стиль и моду в социокультурной среде организации. Сформулирована и подтверждена гипотеза о том, что развитие корпоративной униформы, в первую очередь, определяется отражением исторических макрополитических и социальных изменений в обществе, а особенности модного стиля эпохи являются вторичными трендами в формировании эстетики униформы.

Предложенный научный подход на основе концептов теории моды применен в составлении периодизации генезиса корпоративной униформы во взаимосвязи с этапами исторического развития общества.

**В третьей главе** с учетом актуальных требований к организации жизненного цикла промышленных изделий в РФ и за рубежом, разработана теоретическая модель редизайна корпоративной униформы, адаптирующая под видение организации-заказчика механизмы принятия решений в неформализованной сфере дизайна корпоративной одежды.

**В четвертой главе** предложен алгоритм редизайна корпоративной униформы, в рамках реализации которого при формулировке требований к корпоративной униформе определяющее направление задают HADI-гипотезы и предложенные исходя из них действия, что позволяет максимально учесть специфику требований корпорации-заказчика, включающий также методику оценки значимости функций

**В пятой главе** показано практическое применение методологии редизайна корпоративной униформы.

**В шестой главе** рассмотрены вопросы подтверждения экономической эффективности проектирования корпоративной униформы с применением разработанной методологии. Предложенная методология позволяет формировать ассортимент востребованных моделей-предложений корпоративной одежды: из широкого спектра проектных решений обоснованно отобрать для производства варианты, соответствующие требованиям всех сторон, заинтересованных в реализации политики дресс-кода.

**Научную новизну** исследования составляет разработка методики исследования генезиса корпоративной униформы позволяющая выявить роль дизайна униформы в изменении лингвистического кода внешности участников дресс-кода и установить причинно-следственные взаимосвязи амбивалентных реакций с инновациями в политике дресс-кода; теоретическая модель редизайна корпоративной униформы на основе интеграции методологии межотраслевого стандартного процесса для исследования данных (CRISP-DM) и маркетингового цикла HADI, адаптирующая под видение организации-заказчика механизмы принятия решений в неформализованной сфере дизайна корпоративной одежды;

**Теоретическая и практическая значимость работы** заключается в том, что методология редизайна корпоративной униформы, построенная на основе предложенного научного подхода, дает возможность принять обоснованное решение о необходимости редизайна и повысить качество принимаемых проектных решений исходя из бизнес-задач компании.

В автореферате отражено основное содержание диссертации. Изложены ключевые идеи и выводы. Автору удалось решить поставленные в исследовании задачи, представив логически обоснованную и законченную работу на актуальную тему.

Основные положения диссертации опубликованы в значительном количестве научных работ, в том числе в журналах Scopus и в рецензируемых журналах из перечня ВАК РФ, а также представлены автором на конференциях различного уровня.

**Замечание:** в тексте автореферата не выделена отдельно пятая глава, хотя содержание исследования, содержащееся в ней, описано. Это несколько затрудняло понимание.

На стр.14 автореферата упоминается атлас кейсов успешных отечественных проектов корпоративной униформы, но не приведен даже его фрагмент, однако на основе его анализа делаются выводы, которые во многом определяют направление дальнейшего исследования.

Данное замечание не снижает ценности диссертационного исследования, его научной новизны, оригинальности и практической значимости.

Автореферат производит положительное впечатление и демонстрирует, что диссертация Денисовой Ольги Игоревны «Эволюция концепции корпоративной униформы» представляет собой законченный научный труд на актуальную тему. Автором получены достоверные результаты и обоснованные выводы. Это позволяет заключить, что диссертация «Эволюция концепции корпоративной униформы» является научно-квалификационной работой, в которой на основании выполненных автором исследований разработаны теоретические положения в области методологии дизайна корпоративной униформы, совокупность которых можно квалифицировать как научное достижение, что полностью соответствует критериям «Положения о присуждении ученых степеней», отвечают всем требованиям,

предъявляемым к докторским диссертациям, а её автор Денисова Ольга Игоревна заслуживает присуждения учёной степени доктора искусствоведения по специальности 5.10.3. Виды искусства (техническая эстетика и дизайн).

И.о. заведующего кафедрой дизайна  
и художественного образования  
ФГБОУ ВО «Новосибирский  
государственный педагогический  
университет», доктор технических  
наук, доцент  
Харлова Ольга Николаевна



 Харлова О.Н.

Дата: «2» мая 2023 г.

Подпись Харловой О.Н. заверяю:





Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования «Новосибирский  
государственный педагогический университет»,  
Адрес: 630126, г. Новосибирск, ул. Виллюйская, 28  
Телефон: +7 (383) 244-11-61  
Адрес официального сайта в сети «Интернет»:  
<https://nspu.ru>  
E-mail: [nspu@nspu.ru](mailto:nspu@nspu.ru)  
Телефон Харловой О.Н.: +7 (905) 934-39-08  
E-mail Харловой О.Н.: [harlovaon@list.ru](mailto:harlovaon@list.ru)