



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное
бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«Вятский государственный
университет»
(ВятГУ)**

Московская ул., 36, г. Киров, 610000
тел. (8332) 64-65-71, тел./факс (8332) 64-79-13
e-mail: info@vyatsu.ru; www.vyatsu.ru
ОКПО 02068344/ОГРН 1034316511041
ИНН 4346011035/КПП 434501001

В диссертационный совет 24.2.368.03
на базе федерального государственного
бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«Российский государственный
университет им. А. Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)»
119071, г. Москва, ул. Малая
Калужская, д. 1
<https://kosygin-rgu.ru>, +7(495)951-31-48

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по науке и инновациям
ФГБОУ ВО «Вятский государственный
университет», канд. с.-х. наук, доцент



С. Г. Литвинец
13 октября 2023 г.

ОТЗЫВ

ведущей организации

федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Вятский государственный университет» о диссертации Ольги Игоревны Денисовой «Эволюция концепции корпоративной униформы», представленной на соискание учёной степени доктора искусствоведения по научной специальности

5.10.3. Виды искусства (техническая эстетика и дизайн)

Диссертационное исследование выполнено на кафедре конструирования и технологии швейных изделий ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна».

1. Актуальность диссертационного исследования

Диссертационное исследование Денисовой О.И. посвящено комплексному развитию теории и практики дизайн-проектирования корпоративной униформы как популярного и востребованного средства трансляции эстетики фирменного стиля и невербальных сообщений, отражающих социокультурные ценности компании. В настоящее время многие современные инновационные корпорации приходят к выводу, что через стандартные инструменты коммуникаций не добиться такого внимания и эмоциональной связи с потребителем, которую может дать искусство, когда необходимо транслировать смыслы. Поэтому сегодня феномен корпоративной

униформы представляет собой сложную визуальную и смысловую коллаборацию. При этом несомненно, что совершенствование эстетики корпоративного образа сотрудников положительно влияет на имидж и продвижение компании, поэтому область применения корпоративной униформы неуклонно расширяется.

В работе Денисовой О.И. на основе исследования генезиса корпоративной униформы, а также ретроспективных и современных способов организации композиционного решения этого костюма, предложены научные концепции редизайна корпоративной одежды для обеспечения требований фирменного стиля и формирования образа компании, адекватно воспринимаемого как самими участниками корпоративного дресс-кода, так и клиентами, и партнерами компании. Таким образом, актуальность темы диссертации «Эволюция концепции корпоративной униформы» не вызывает сомнений.

2. Соответствие поставленных целей и полученных результатов

Целью исследования, сформулированной автором, является формирование научной теории эволюции корпоративной униформы и прикладных методик ее редизайна, обеспечивающих баланс между существующими традициями фирменного стиля и социокультурной среды организации, вводящей дресс-код, и правами участников политики дресс-кода на самовыражение и самоидентификацию. Эта цель достигается автором посредством последовательного решения поставленных в работе задач, к которым относятся:

- анализ отечественного и зарубежного опыта практики внедрения корпоративной униформы;
- уточнение терминологии в сфере корпоративной одежды с позиций специфики ее использования;
- создание теоретической базы исследования эволюции корпоративной одежды и установление принципов развития корпоративной моды и влияющих на это развитие факторов;
- выявление проблемных аспектов дизайна корпоративной униформы и практики реализации политики дресс-кода;
- разработка теоретического подхода к редизайну корпоративной одежды, позволяющего выявить и реализовать актуальные требования к внешнему виду сотрудников как части образа компании, а также с учетом их стремления к самовыражению;
- разработка математических моделей оценки проектных решений корпоративной униформы с точки зрения успешности их реализации в сложившейся социокультурной среде организации;
- разработка методики редизайна корпоративной униформы, обеспечивающей баланс ценностей корпоративной культуры и личностной самоидентификации участников дресс-кода;
- создание инструментария выбора эффективных проектных методов и подходов при реализации этапа «Проектирование» жизненного цикла корпоративной униформы;
- проведение практической апробации разработанной методики редизайна корпоративной униформы.

Полученные автором результаты, представленные ниже, демонстрируют их полное соответствие поставленной цели и задачам:

1) Анализ отечественной и зарубежной практики эксплуатации корпоративной униформы выявил высокую значимость этой одежды при

формировании социокультурной среды организаций, решении задач взаимодействия с клиентами, социализации и идентификации сотрудников.

2) На основе анализа практики внедрения корпоративной униформы определены ее основные функции и уточнена формулировка понятий «корпоративная одежда», «корпоративная униформа», «форменная одежда».

3) Выдвинута и подтверждена гипотеза о возможности интеграции двух теорий моды (теории трансформации и теории символического взаимодействия) в синтезе подхода к исследованию эволюции корпоративной одежды. В результате установлены взаимосвязи генезиса униформы с макроэкономическими и социально-политическими преобразованиями в обществе и выявлены причинно-следственные взаимосвязи амбивалентных реакций участников дресс-кода на инновации корпоративного стиля.

4) Установлено, что следствием выявленных социокультурных проблем дизайна корпоративной униформы – нарушения прав участников дресс-кода на самовыражение, гендерную, национальную, религиозную самоидентификацию, – является рост числа двойственных (амбивалентных) изменений, вносимыми участниками дресс-кода. Это явление приводит к искажению коммуникативно-смысловой функции корпоративной униформы, создавая семиотические проблемы при передаче корпоративного сообщения невербальным языком костюма.

5) Исходя из актуальных требований к организации жизненного цикла промышленных изделий, предложена теоретическая модель редизайна корпоративной униформы, адаптирующая под видение организации-заказчика механизмы принятия решений, а также учитывающая уровень возникающей амбивалентной реакции участников дресс-кода.

6) Разработана семантическая карта в формате байесовской сети, позволяющая выявить проектные решения, обеспечивающие баланс между требованиями организации и правами сотрудников на самовыражение и толерантность. Также на основе формальных описаний вариантов корпоративной униформы из сформированного атласа кейсов, разработаны модели, позволяющие: а) соотнести видение заказчиком корпоративной униформы и ее функций с существующими успешными вариантами-аналогами; б) целенаправленно сформировать ассортимент и комплектность корпоративной униформы исходя характеристик бизнеса компании, вводящей дресс-код, и значимости для нее функций униформы; в) оценить ожидаемый уровень амбивалентности при реализации выбранного варианта корпоративной одежды.

7) Предложена методика редизайна корпоративной униформы, отражающая цикличность процесса ее эволюции, помимо общего алгоритма, включающая метод выбора формата дресс-кода, позволяющий на основе формализации требований заказчика определить приоритетность функций корпоративной одежды и обоснованно выбрать необходимую степень жесткости требований, а также подобрать ближайшие проекты-аналоги униформы из атласа кейсов.

8) На основе классификации видов деятельности дизайнера, произведена систематизация проектных методов и проведен анализ эффективности подходов к формообразованию моделей корпоративной униформы, методов и средств композиции, применяемых в ходе художественного проектирования корпоративной униформы. Предложены приемы совершенствования этой деятельности, в частности: а) рекомендации по работе с фирменной цветовой гаммой и другими

средствами айдентики при разработке проекта корпоративной униформы; б) инструментарий в виде матрицы морфологического анализа для обоснованного выбора концептуального подхода к разработке и определения эффективных средств реализации проекта; в) рекомендации по применению современных цифровых технологий в процессах синтеза и реализации творческих идей; г) матрица выбора композиционных средств в зависимости от требований к выраженности гендерной роли участников дресс-кода; д) условия и средства реализации существующих подходов к решению проблемы нестандартных фигур участников дресс-кода.

9) Представлены результаты практической апробации разработанной методики редизайна корпоративной униформы, которые подтвердили практическую значимость и эффективность ее применения в проектах для различных сфер деятельности (образование, медицина, сервис и др.) и с разным числом лиц, вовлечённых в политику дресс-кода. На основе сравнительного анализа деятельности предприятий-изготовителей униформы, показана эффективность дифференцированного подхода к проектированию корпоративной одежды с учетом социально-экономического позиционирования компании-заказчика.

3. Анализ степени обоснованности и достоверности результатов проведенного исследования

Обоснованность и достоверность результатов работы базируется на обобщении содержания значительного объема источников по истории и теории искусства и дизайна костюма; формировании атласа кейсов корпоративной униформы, содержащего достоверные данные о более ста проектах, реализованных на территории РФ; выборе актуальных методов при проведении научных исследований.

Достоверность полученных результатов подтверждена апробацией – основные результаты исследования нашли отражение в порядка 50 научных публикаций (из них 19 статей в журналах, рекомендованных ВАК РФ по соответствующей научной специальности), монографии, учебных пособиях и материалах конференций. Результаты теоретических исследований были представлены профессиональному сообществу на международных и отечественных научно-практических конференциях. В рамках диссертационного исследования выполнен грант РГНФ № 14-16-44002. Многочисленные разработки автора были реализованы в проектах редизайна униформы в различных сферах профессиональной деятельности и в процессах производства моделей корпоративной одежды на предприятиях, что подтверждается представленными в диссертации актами внедрения.

Вышесказанное позволяет сделать заключение об высокой степени обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации.

4. Научная новизна диссертационного исследования

В рамках диссертационного исследования впервые разграничены понятия «корпоративная одежда», «корпоративная униформа», «форменная одежда», исходя из установленной методом анализа иерархий приоритетности функций корпоративной одежды; предложена методика исследования генезиса корпоративной униформы, отличающаяся применением совокупности положений теории символического взаимодействия и теории процесса трансформации моды, что позволяет выявить роль дизайна униформы в изменении нелингвистического кода внешности участников дресс-кода и установить причинно-следственные

взаимосвязи амбивалентных реакций с инновациями в политике дресс-кода. Впервые с позиций интеграции концептов теории моды показано, что коммуникативные аспекты дизайна униформы могут быть искажены вследствие семиотических проблем, возникающих из-за изменений, вносимых участниками дресс-кода по причине их амбивалентного поведения.

Автором разработана новая 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. Для повышения эффективности обновления концепции корпоративной униформы впервые предложено использовать: 1) метод выбора формата дресс-кода на основе приоритетности функций корпоративной одежды и в соответствии с требованиями заказчика; 2) систему правил в формате байесовской сети, позволяющую выявить проектные решения корпоративной униформы, сбалансированные с позиций ценностей корпоративной культуры и личностной самоидентификации участников дресс-кода.

В рамках совершенствования методологии проектной деятельности в дизайне, предложена методика редизайна корпоративной униформы, отличающаяся тем, что позволяет сформировать необходимые заказчику функции изделий путем применения новых и усовершенствованных методов и моделей и предотвратить искажение невербального языка униформы. А также предложен алгоритм редизайна корпоративной униформы, отражающий эволюционный характер совершенствования образа компании.

Впервые на основе данных атласа кейсов, содержащего описание проектов отечественной корпоративной одежды, разработан комплекс цифровых моделей, позволяющих соотнести видение заказчиком корпоративной униформы (ее функций) с существующими успешными вариантами-аналогами и определить необходимость унификации ключевых элементов корпоративного костюма.

Предложена систематизация проектных методов, используемых в редизайне корпоративной униформы, позволяющая осуществить обоснованный выбор эффективных способов реализации дизайн-проекта.

Таким образом, научная новизна исследования соответствует паспорту научной специальности 5.10.3. «Виды искусства (Техническая эстетика и дизайн)» в части пунктов 53-56, 58, 59, 61, 63, 66, 67.

5. Теоретическая и практическая значимость диссертационного исследования

Теоретическую значимость имеют следующие результаты исследования:

- в рамках общей теории и истории дизайна костюма разграничены понятия «корпоративная одежда», «корпоративная униформа», «форменная одежда»;
- предложена методика исследования генезиса корпоративной униформы, отличающаяся применением совокупности положений теории символического взаимодействия и теории процесса трансформации моды;
- показано, что коммуникативные аспекты дизайна униформы могут быть искажены вследствие семиотических проблем, возникающих из-за изменений, вносимых участниками дресс-кода по причине их двойственного желания являться членами общекорпоративной среды и сохранить право на самовыражение,

нарушенное вследствие социокультурных проблем дизайна корпоративной униформы;

- разработана 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;

- для повышения эффективности обновления концепции корпоративной униформы предложен математический аппарат, позволяющий выявить проектные решения корпоративной униформы, сбалансированные с позиций ценностей корпоративной культуры и личностной самоидентификации участников дресс-кода;

- предложена методика редизайна корпоративной униформы, отличающаяся тем, что позволяет сформировать необходимые заказчику функции изделий путем применения новых и усовершенствованных методов и моделей, а также устранить выявленные социокультурные и семиотические проблемы дизайна, нивелируя появление амбивалентных реакций со стороны участников дресс-кода и предотвратить искажение невербального языка униформы;

- предложен алгоритм редизайна корпоративной униформы, отражающий эволюционный характер совершенствования образа компании;

- сформирован комплекс цифровых моделей, позволяющих соотнести видение заказчиком корпоративной униформы (ее функций) с существующими успешными вариантами-аналогами и определить необходимость унификации ключевых элементов корпоративного костюма;

- предложена систематизация проектных методов, используемых в редизайне корпоративной униформы, позволяющая осуществить обоснованный выбор эффективных способов реализации дизайн-проекта.

Практическая значимость определяется широким спектром применения результатов исследования: разработка образцов моделей корпоративной униформы для внедрения в производство; создание концептуальных проектов редизайна корпоративной униформы для компаний и организаций различных сфер деятельности; учебно-методическое обеспечение образовательных программ высших учебных заведений.

6. Общая характеристика диссертации и автореферата

На отзыв представлены диссертация и автореферат. Общий объем работы с приложениями составляет 462 страницы, включая 226 страниц основного текста. Список литературы включает 209 наименований источников на русском и иностранных языках. Работа написана научным языком; структура и логика построения диссертации выглядят достаточно обоснованными в контексте раскрытия поставленных цели и задач исследования; стиль изложения и оформление не вызывают замечаний.

Во введении обосновывается актуальность диссертационного исследования; формулируется цель и основные задачи работы; сформулирована научная новизна и практическая значимость полученных результатов.

Первая глава посвящена анализу отечественного и международного дискурса по проблеме внедрения корпоративной униформы. В конце главы определены задачи диссертационного исследования.

Вторая глава посвящена вопросам теоретического обоснования изменений, происходящих в ходе эволюции корпоративной униформы, в частности, автором

сформулирован научного подхода к исследованию процессов, формирующих стиль и моду в социокультурной среде организации, на основе интеграции концептов теории символического взаимодействия и трансформации моды и проведено исследование процессов исторического развития концепции униформы от древнейших времен до XXI в. Результаты исследования подтвердили гипотезу 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.

В третьей главе представлена теоретическая модель редизайна корпоративной униформы, адаптирующая под видение организации-заказчика механизмы принятия решений в неформализованной сфере дизайна корпоративной одежды. Также в главе приведены разработанные автором математические модели оценки проектных решений корпоративной униформы с позиций сбалансированности отражения в ее дизайне ценностей корпоративной культуры и возможностей личностной самоидентификации участников дресс-кода с использованием математического аппарата нечеткой логики и байесовских сетей.

Четвертая глава посвящена вопросам методологии редизайна корпоративной униформы на основе теоретической модели. К основным результатам, полученным в главе следует отнести алгоритм редизайна корпоративной униформы, позволяющий через применение HADI-цикла максимально учесть специфику требований компании; метод выбора формата корпоративного дресс-кода, через сравнение выявленной значимости функций корпоративной одежды для компании-заказчика со значимостью функций в существующих форматах дресс-кода. Также в главе представлен комплекс цифровых моделей, выявляющих тренды и причинно-следственные связи между различными аспектами применения корпоративной одежды, и рекомендации по выбору и применению различных методов и подходов к дизайн-проектированию корпоративной одежды.

В пятой главе демонстрируются аспекты практического применения методологии редизайна корпоративной униформы в ходе разработки школьного дресс-кода, выполненного в рамках Гранта РГНФ «Ретроспективный анализ социокультурной среды Костромского региона в контексте формирования и духовно-нравственного развития личности подрастающего поколения», проекта редизайна униформы сотрудников аэропорта «Пулково», проектов корпоративной медицинской униформы для сетей стоматологических клиник («Люмидент» и «DENTOMANIA») и национального государственного медицинского образовательного учреждения (Кыргызская государственная медицинская академия им. И.К. Ахунбаева).

В шестой главе рассмотрены подходы к оценке экономической эффективности проектирования корпоративной униформы, а также к выбору компании-производителя.

Автореферат соответствует структуре и содержанию диссертации. Объем автореферата – 39 страниц.

7. Степень завершённости работы и личное участие автора.

Диссертационная работа представляет собой логически завершенное исследование, написанное автором Денисовой О.И. самостоятельно. В работе всесторонне раскрыты аспекты эволюционирования концепции корпоративной униформы и определены перспективы ее развития. Результаты исследований по

теме диссертации, отраженные в монографии автора «Генезис корпоративной униформы» и других личных (без соавторства) публикациях, посвященных анализу эволюционных изменений этого костюма, разработке модели и алгоритма проектирования корпоративной униформы, формулировке требований к проектам униформы и учету эргономики и антропометрии при выборе конструктивных решений, позволяют сделать вывод о значительности личного вклада Денисовой О.И. в работу.

8. Замечания

Несмотря на несомненные достоинства диссертационного исследования, по содержанию работы можно сделать следующие замечания:

1. Поскольку работа заявлена как исследование в области искусствоведения, то в ее представлении хотелось бы видеть общепринятое очерчивание временных рамок - периода изучения объекта исследования.

2. С этой же точки зрения вызывает вопрос целесообразности включения в работу шестой главы диссертации «Вопросы экономической эффективности реализации проектов корпоративной униформы». В рамках искусствоведческого исследования целесообразнее было кратко дополнить приведенными в ней результатами предыдущую главу 5 «Практическое применение методологии редирайна корпоративной униформы».

3. Дискуссионным представляется вопрос практического применения «формальной модели символического взаимодействия с применением нечеткой логики» (п.3.3.1), продемонстрированный автором работы на примере оценки проектных решений школьной формы (п.5.1), поскольку представленная процедура представляется достаточно сложной и требующей формирования у экспертов специфических навыков, скорее всего, отсутствующих при традиционной организации их деятельности.

Также есть замечания по оформлению автореферата диссертации (опечатки при описании содержания глав работы). Указанные замечания не снижают значимости полученных результатов и не влияют на общую положительную оценку диссертационного исследования О.И. Денисовой.

9. Заключение

Диссертация Денисовой Ольги Игоревны тему «Эволюция концепции корпоративной униформы» является законченной научно-квалификационной работой, выполненной лично соискателем, в которой на основании выполненных автором исследований разработан теоретический подход к исследованию эволюции корпоративной униформы исходя из положений современных теорий моды и предложена теоретическая модель редирайна корпоративной униформы на базе современных циклов непрерывного совершенствования, что в совокупности можно квалифицировать как научное достижение, а также в работе изложены новые научно обоснованные приемы реализации алгоритма редирайна корпоративной униформы, адаптированные к современным особенностям организации проектной деятельности, внедрение которых вносит значительный вклад в развитие компаний РФ, в которых применяется корпоративная одежда.

Представленные в работе факты достоверны, выводы обоснованы. Результаты исследования позволяют сформировать целостное понимание развития концепции корпоративной униформы, а также создают основу для будущих научных изысканий.

Диссертация соответствует паспорту специальности 5.10.3. Виды искусства (техническая эстетика и дизайн) и требованиям, предъявляемым к докторским

диссертациям в рамках пп. 9-14 «Положения о присуждении ученых степеней» (Постановление Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 г. № 842), а её автор Денисова Ольга Игоревна заслуживает присуждения ей ученой степени доктора искусствоведения по специальности 5.10.3. Виды искусства (техническая эстетика и дизайн).

Отзыв ведущей организации на диссертационное исследование Денисовой О.И. подготовлен профессором кафедры технологии и дизайна ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», доктором искусствоведения, профессором, членом Международной ассоциации искусствоведов и критиков Кривошеиной Натальей Викторовной.

Отзыв рассмотрен и утвержден единогласно на заседании кафедры технологии и дизайна ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», (протокол № 1, от «5» сентября 2023 года).

Составитель отзыва:

профессор кафедры технологии и дизайна федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Вятский государственный университет», доктор искусствоведения, профессор, член Международной ассоциации искусствоведов и критиков

Н.В. Кривошеина

Председательствующий на заседании:

и.о. заведующего кафедрой технологии и дизайна федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Вятский государственный университет», к.пед.науч., доцент



М.С. Татаринова

Собственноручную подпись Н.В. Кривошеиной, Татариновой заверяю.
Специалист по кадрам
19.10.2023 г.

Сведения о ведущей организации:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Вятский государственный университет» (ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет»)

Почтовый адрес: 610000, РФ, Приволжский федеральный округ, Кировская область, г. Киров, ул. Московская, д. 36

Тел.: +7 (8332) 64-65-71, 8 (8332) 208-947; e-mail: info@vyatsu.ru

Официальный сайт организации в сети Интернет: <https://www.vyatsu.ru/>

С публикациями сотрудников ведущей организации можно ознакомиться на сайте: <https://www.elibrary.ru>

Лица, подписавшие документ, выражают согласие на обработку персональных данных