

В диссертационный совет Д. 212.144.05
на базе ФГБОУ ВО «Московский государственный
университет дизайна и технологии», 117997, г.
Москва, ул. Садовническая, д. 33, стр.1

ОТЗЫВ

официального оппонента, профессора, доктора архитектуры, заведующего кафедрой
«Дизайн архитектурной среды» Московского архитектурного института
(государственной академии) **Ефимова Андрея Владимировича**
на диссертационную работу Семенова Марка Романовича
на тему «Разработка метода дизайн-проектирования бренда городских территорий с учетом
национально-культурных факторов», представленную на соискание учёной степени
кандидата технических наук по специальности 17.00.06 – «Техническая эстетика и дизайн»

Актуальность представленной работы обусловлена исследованием вопросов дизайн-проектирования брендов городских территорий с учетом национально-культурных факторов. Важной современной мировой тенденцией является приоритетное решение задач, связанных с проблемами глобализации, затрагивающими национальные особенности территорий. Безусловная значимость заявленной соискателем темы подтверждается пристальным вниманием общественности и власти к вопросам пропаганды национально-культурных ценностей, развитию комфортных для проживания городских пространств. Привлечение резидентов территорий в процесс разработки проекта бренда позволяет сформировать положительное отношение общественности к продукту дизайна, получить поддержку населения, способствует закреплению за резидентами статуса выгодоприобретателей, нивелирует скептицизм, способствует выявлению, сохранению и развитию уникального своеобразия территории, ее национально-культурных ценностей, поддержанию благоприятного образа на международной арене. Таким образом, тема представленного Семеновым М.Р. диссертационного исследования является актуальной и необходимой для развития технической эстетики и дизайна научным направлением, как для экономики отрасли, так и для учебного процесса в профильных образовательных учреждениях.

Методология и методы исследований базируются на комплексном подходе в разработке метода дизайн-проектирования бренда городских территорий, основанном на методах теоретического анализа и эмпирических исследований. Методологическая основа диссертации основана на изучении понятия бренда территории, ключевых положений теорий о механизмах его разработки и системный подход в процессе формирования бренда. Разработка комплексной системы принципов подхода в формировании целостного восприятия архитектурной среды города и внедрении конечного продукта дизайна – бренда территории, соответствующего национально-культурной идентичности объекта брендинга, основана на анализе специальной литературы, обобщающей информацию смежных областей науки в вопросах построения бренда территорий; сравнительно-сопоставительном анализе факторов, влияющих на формирование процессов развития брендов; на статистических методах сбора и обработки информации для исследования и

выявления национально-культурной идентичности территории; теоретических и практических достижениях графического дизайна в разработке авторского метода дизайн-проектирования бренда городских территорий.

Научные результаты, выносимые автором на защиту

1. Разработан метод дизайн-проектирования бренда городских территорий с учетом национально-культурных факторов на основе:

- методики проведения анкетирования по выявлению национально-культурной идентичности резидентов территории «Каким ТВОЙ город видишь ТЫ?», с целью получения достоверных результатов проведенных статистических исследований и для включения их в исходные данные для подготовки технического задания и базовой документации на разработку дизайн-проекта бренда территории;

- методики проведения исследований «Бренд территории: власть – коммуникации – ресурсы», с целью формирования исходных данных для подготовки базовой документации на разработку и дальнейшее внедрение в объекты городской среды материалов дизайн-проекта бренда территории.

2. Установлены принципы разработки документации и проведения открытого творческого конкурса дизайн-проектирования бренда городских территорий с учетом национально-культурных факторов;

3. Сформулированы рекомендации по внедрению бренда территории в объекты городской среды.

Научная новизна результатов исследования

В диссертации впервые предложен комплексный подход в разработке метода дизайн-проектирования бренда городских территории с учетом национально-культурных факторов, с целью создания бренда, нивелирующего отличия между действительной идентичностью территории и позиционированием во внешнем мире. В результате исследования впервые:

- проведен междисциплинарный анализ понятия бренд территории с точки зрения его места в социо-культурном пространстве города во взаимодействии с резидентами территории и внешним миром, а также факторов, влияющих на процесс его формирования и развития в городской среде;

- разработана методика проведения анкетирования по выявлению национально-культурной идентичности территории «Каким ТВОЙ город видишь ТЫ?», с целью получения достоверных результатов статистических исследований, для включения в исходные данные для подготовки документации на разработку дизайн-проекта бренда территории;

- разработана методика проведения исследований «Бренд территории: власть – коммуникации – ресурсы», для подготовки исходных данных документации на разработку проекта дизайна и внедрению в объекты городской среды бренда территории;

- проведено исследование и сравнение результатов статистического анализа данных: «Город – взгляд внутри» – «Город – взгляд внутри страны» – «Город – взгляд со стороны». (На примере Санкт-Петербурга)

- установлены принципы разработки документации для проведения открытого творческого конкурса дизайн-проектирования бренда городских территорий с учетом национально-культурных факторов;

- проведена апробация и внедрены результаты работы на примере открытого творческого конкурса на разработку дизайн-проекта «Туристический бренд Санкт-Петербурга»;

- сформулированы рекомендации по внедрению бренда территории в городскую среду.

Теоретическая и практическая значимость работы

Материалы диссертационного исследования, методики и результаты их апробации, могут быть использованы как основа разработки дизайн-проекта бренда территории и документации для проведения творческих конкурсов в качестве примера взаимодействия с резидентами территории при разработке территориальных брендов. Это окажет положительное влияние на развитие дизайн-проектирования, сохранение национально-культурных традиций, формирование патриотического и экономического потенциала. Полученные результаты исследования имеют возможности широкого применения. Метод дизайн-проектирования бренда городских территорий с учетом национально-культурных факторов позволяет, с одной стороны, сохранять, поддерживать и развивать уникальную идентичность территории, с другой, повышает лояльность населения, вовлекая его в процесс разработки и продвижения бренда, тем самым повышая эффективность экономического развития территории. Метод может быть использован при создании обобщающих теоретических трудов по развитию брендинга территорий, в практической деятельности дизайнеров среды (наружная реклама, объекты городской среды, городская инфографика), а также в учебном процессе (лекции, семинары, практические занятия студентов специальности «Дизайн»), при повышении квалификации преподавателей и в разработке спецкурсов по направлениям дизайн, маркетинг, социология, урбанистика.

Методика проведения анкетирования по выявлению национально-культурной идентичности территории «Каким ТВОЙ город видишь ТЫ?» и методика проведения исследований «Бренд территории: власть – коммуникации – ресурсы», рекомендации по внедрению бренда территории в объекты городской среды могут быть использованы при подготовке и проведении мероприятий, конкурсов, семинаров в области дизайна среды как основа последующих исследований, а также при разработке научных курсов по дисциплинам дизайн, социология, маркетинг, урбанистика. Методы и механизмы проведения творческого конкурса «Туристический бренд Санкт-Петербурга» могут быть использованы при создании обобщающих теоретических трудов по развитию дизайн-проектирования брендов территорий в России, в практической деятельности дизайнеров городской среды, в проектах наружной рекламы и информационных конструкций, в социальной рекламе.

Апробация и внедрение результатов исследования

Научные результаты исследования докладывались автором на 3 всероссийских, 5 международных конференциях и форумах.

Практическая ценность работы подтверждена актом внедрения результатов исследования в реальное проектирование и создание объектов городской среды, например, в проектные работы АО «ИнкомПроект» по благоустройству городских территорий.

Диссертация Семенова М.Р. была одобрена в ходе обсуждений в Университете прикладных наук г. Кайзерслаутерна, Германия (University of Applied sciences Kaiserslautern); на заседании кафедры «Дизайн среды» института дизайна ФГБОУ ВО Московский государственный университет технологии и дизайна.

По теме диссертационной работы Семеновым М.Р. опубликовано 13 печатных работ, в том числе 7 – в научных изданиях, рекомендованных Перечнем ВАК.

Автореферат и опубликованные работы достаточно полно отражают основное содержание диссертационной работы.

Общая характеристика работы

Диссертационная работа изложена на 184 страницах и состоит из введения, 3 глав, выводов, списка литературы из 140 источников, приложения на 5 страницах; содержит 22 схемы, 6 таблиц, 47 диаграмм, 58 иллюстраций.

В первой главе на основе анализа литературных источников, автором рассматриваются теоретические вопросы дизайн-проектирования, построения и формирования бренда территории, влияние бренда на социально-экономическое развитие территории, и групп факторов на процесс развития бренда. Сформулированы принципы его эффективности: запоминаемости, информативности, привлекательность, универсальность, адаптивность, толерантность, технологичность.

Во второй главе раскрывается технология разработки метода дизайн-проектирования бренда городских территорий с учетом национально-культурных факторов. Основой авторского метода является взаимодействие с резидентами территории в процессе подготовки и разработки продукта дизайна на основе политики максимальной общественной открытости и доступности полученных результатов. Соискателем выработаны механизмы взаимодействия с респондентами и городскими властями в рамках проведения исследования по разработанной методике «Бренд территории: власть – коммуникации – ресурсы». С целью создания собирательного образа Санкт-Петербурга для разработки бренда территории, в диссертационном исследовании проведен статистический анализ и сравнение результатов полученных данных трех групп респондентов общей выборки 2138 человек, представителей различных сфер деятельности, из которых 1966 жителей Санкт-Петербурга, 120 жителей других городов России и иностранных гостей из 27 стран мира: «Город – взгляд внутри», «Город – взгляд внутри страны», «Город – взгляд со стороны». Данные ответов респондентов – резидентов территории «Город – взгляд внутри» были разделены по трем возрастным группам: 1095 человек от 16 до 35 лет; 783 человек от 35 до 60 лет; 88 человек от 61 до 72 лет. В главе представлены таблицы и диаграммы результатов статистического анализа данных и сформулированы выводы.

В третьей главе представлены результаты экспериментальной проверки разработанного метода дизайн-проектирования бренда городских территорий с учетом

национально-культурных факторов. На базе проведенного комплекса исследований «Каким ТВОЙ город видишь ТЫ?» и «Бренд территории: коммуникации и ресурсы», результатов анализа городской инфраструктуры и основных направлений развития городской среды, автором был разработан механизм проведения и проведен открытый творческий конкурс «Туристический бренд Санкт-Петербурга».

В общих выводах автором сформулированы основные результаты диссертационного исследования.

Замечания по работе

По содержанию и оформлению диссертационной работы имеются следующие замечания:

- в оформлении работы иногда встречаются несогласованности окончаний и ряд редакционных неточностей. Имеются повторяющиеся по смыслу абзацы.

- во второй главе слишком подробно описано проведение анкетирования по разработанной методике. Автор развернуто описывает проведение глубинного интервью в СПб ГКУ «Дом Ветеранов». Возможно, данный материал следовало представить более сжато.

- в третьей главе представлены лишь работы трех финалистов конкурса, приведенные примеры иллюстраций других работ участников конкурса по разработке туристического бренда слишком мелкие по размеру, что затрудняет их визуальное восприятие и оценку. При описании работ финалистов конкурса было бы желательно, чтобы автор подробнее описал критерии оценки и этапы выбора работ из общего числа, их характерные отличия в контексте национально-культурных факторов, их взаимосвязь с проведенным исследованием «Каким ТВОЙ город видишь ТЫ?».

Однако высказанные замечания не снижают общего положительного впечатления, и не умаляют научную новизну и практическую значимость работы. Особо хочется отметить наглядность и хороший уровень подачи схем, таблиц и диаграмм анализируемого материала, который не только доходчиво подан, но и сделан на высоком профессиональном уровне.

Заключение

Содержание диссертации Семенова М.Р. соответствует заявленной теме, поставленным цели и задачам. Проведенное исследование достоверно, научные выводы по главам и по работе в целом – обоснованы. Работа написана автором самостоятельно, содержит совокупность собственных новых научных результатов и положений, выдвигаемых автором для публичной защиты, которые имеют научную и практическую значимость.

Диссертация Семенова М.Р. является законченной научно-квалификационной работой, в которой на основании выполненных теоретических и экспериментальных исследований решены поставленные задачи с целью разработки метода дизайн-проектирования бренда городских территорий с учетом национально-культурных факторов. Результаты работы

свидетельствуют о личном вкладе автора в науку. Автореферат, а также публикации автора, отражают основное содержание диссертации.

На основании изложенного, считаю, что диссертационное исследование «Разработка метода дизайн-проектирования бренда городских территорий с учетом национально-культурных факторов» по объему, научному содержанию и практическим результатам соответствует требованиям ВАК при Министерстве образования и науки РФ, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата наук, изложенным «Положении о присуждении ученых степеней», в диссертации изложены новые научно обоснованные решения и разработки, имеющие существенное значение для развития общества, а соискатель Марк Романович Семенов заслуживает присуждения ученой степени кандидата технических наук по специальности 17.00.06 – «Техническая эстетика и дизайн».

Официальный оппонент,
профессор, доктор архитектуры,
заведующий кафедрой «Дизайн архитектурной среды»
Московского архитектурного института (государственной академии)

А.В. Ефимов

Подпись заверяю

Московский архитектурный институт (государственная академия)
107031, Москва, улица Рождественка, дом 11/4, корпус 1, стр. 4
телефон/факс: +7 495 625 5082
e-mail: office@markhi.ru
URL: <https://www.marhi.ru>

Подпись

заверяю

Начальник общего отдела

