В Диссертационный совет 24.2.440.01
на базе ФГБОУ ВО
«Российский государственный
художественно-промышленный университет
им. С.Г. Строганова»

ОТЗЫВ ОФИЦИАЛЬНОГО ОППОНЕНТА,
кандидата искусствоведения, доцента кафедры
«Рекламы, связей с общественностью
и дизайна» ФГБОУ ВО Российский экономический
университет имени Г.В. Плеханова
Решетовой Маргариты Владимировны
на диссертацию **Соколовой Любовь Михайловны**
«Цифровой плакат в системе современных визуальных коммуникаций»,
представленную на соискание ученой степени кандидата искусствоведения
по специальности 5.10.3 – Виды искусства
(техническая эстетика и дизайн)

Диссертация Соколовой Любовь Михайловны посвящена актуальной проблеме современного искусствознания и дизайн-практики — определению места и эволюционной трансформации плаката как медиаобъекта в условиях цифровизации визуальной культуры. Тематика работы затрагивает фундаментальный для технической эстетики и дизайна вопрос о том, каким образом традиционные виды графического искусства адаптируются, видоизменяются и обретают новое семиотическое и функциональное содержание в цифровой среде.

Актуальность исследования

Актуальность темы обусловлена необходимостью поиска технологических возможностей плаката в цифровой среде при переходе от статичного печатного листа к динамическому, интерактивному,

мультимедийному объекту. Исследование Соколовой Л.М. вносит существенный вклад в осмысление роли современного цифрового плаката в системе визуальных коммуникаций, функционирующей на стыке графического дизайна, новых медиа, пользовательского опыта и технологий дополненной реальности.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что Соколова Л.М. вводит в научный оборот систематизированное знание о цифровом плакате как объекте новейших медиапространств, обогащая понятийный аппарат технической эстетики и дизайна специфическими приемами и средствами графического языка.

Соколовой Л.М. предложено теоретическое обоснование типологизации и классификации жанра цифрового плаката, включая выделение его гибридных форм, развивающихся в медиа среде. Особого внимания заслуживает рассмотрение интерактивных форматов, использующих трёхмерное пространство и технологии дополненной реальности в качестве новых средств художественной выразительности и коммуникации в интернет-среде. Автором выявлены технологические и художественно-образные факторы, оказавшие влияние на развитие цифрового плаката как художественной графической формы.

Соколова Л.М. убедительно показывает, что цифровая среда не отменяет классических принципов плакатного искусства, но требует разработки критериев оценки эффективности цифрового плаката в системе современных визуальных коммуникаций, что имеет как теоретическое, так и прикладное значение для проектной практики в области графического дизайна.

Практическая значимость

Практическая ценность работы заключается в возможности использования методики проектирования цифрового плаката в образовательном процессе при подготовке дизайнеров в области графического и коммуникативного дизайна, а также в проектной практике при разработке

цифровых плакатов для различных коммуникационных задач. Предложенные автором классификации, критерии оценки и методические рекомендации могут быть непосредственно применены в учебных курсах по дизайну, визуальным коммуникациям и медиатехнологиям. Данные факторы определяют безусловную практическую значимость исследования.

Степень обоснованности научных положений, выводов и результатов исследования, сформулированных в диссертации

Представленные в диссертации Соколова Л.М. научные положения, выводы и результаты исследования обоснованы тщательным погружением в материал, обращением к научной и искусствоведческой базе, касающейся проектной культуры и истории цифрового плаката. Подтверждены непосредственной вовлеченностью автора в процесс обучения будущих дизайнеров технологиям моушн-графики, которые более 15 лет продуктивно внедряются в курсовое проектирование кафедры «Коммуникативный дизайн» РГХПУ им. С.Г. Строганова. Диссертационное исследование демонстрирует высокий уровень научной компетенции автора.

Объем основного текста, состоящего из введения, трех глав, заключения – 236 страниц, список источников (литература на русском и иностранных языках) содержит 132 наименования. Диссертацию дополняют приложение и альбомом иллюстраций, который содержит 102 наименования динамических рекламных и интерактивных плакатов, отдельно представлены раскадровки плакатов, фрагменты айдентики, медиаобъекты и фотографии. Автором опубликовано 10 статей, 5 из них – в научных рецензируемых журналах, рекомендованных ВАК РФ. Как уже отмечалось, результаты работы прошли апробацию в рамках лекционно-практических занятий Соколовой Л.М. со студентами РГХПУ им. С.Г. Строганова по дисциплинам «Проектирование в графическом дизайне», «Технологии мультимедиа».

Методология исследования определяется объектом и предметом: анализом цифрового плаката (в его статичном и динамическом форматах), а также художественно-композиционных средств, определяющих его характер

и возможности визуальной и аудиальной коммуникации в информационном пространстве. Методологическая база работы включает теоретические и эмпирические методы исследования, соответствующие поставленной цели и задачам. Системно-структурный, семиотический, культурно-исторический и сравнительно-типологический подходы позволили автору рассмотреть цифровой плакат в единстве его исторических предпосылок, художественно-выразительных характеристик и коммуникативных функций.

Основные положения, выносимые на защиту подкреплены значительным эмпирическим материалом — более 80 примеров цифровых плакатов из международной практики за период 2018–2025 годов, что обеспечивает репрезентативность и достоверность выводов. Автор последовательно реализует заявленную гипотезу о формировании цифрового плаката как самостоятельного вида визуального искусства, демонстрируя на конкретных проектах трансформацию композиционных, колористических и образных решений в ответ на вызовы цифровой среды.

Аргументация выводов строится на сопоставлении классических теоретических трудов по теории плаката (как отечественных, так и зарубежных) с современными исследованиями в области медиадизайна, новых технологий и визуальной семиотики.

Содержание работы соответствует названию, а научный аппарат отражает специфику предмета и объекта исследования. Концепция диссертации, название глав и их содержание логически и последовательно раскрывают поставленные задачи.

Во введении автор излагает суть исследуемой проблемы, обозначает цель и задачи диссертации, обосновывает научную и практическую значимость работы, формулирует фундаментальные положения, выносимые на защиту.

В главе 1 «Плакат как объект художественной культуры и визуальной коммуникации: историческая эволюция и теоретические подходы», состоящей из трех параграфов, дается ретроспективный анализ

генезиса плаката от печатной афиши до предцифровых экспериментальных форм. Особое внимание уделено смене парадигм: от агитационно-рекламной функции к художественно-образной и коммуникативной. Автор рассматривает основные теории плаката в отечественном и зарубежном искусствознании, выявляя предпосылки для его цифровой трансформации. Итогом главы становится выявление индикаторов технологических и социальных изменений эволюции цифрового плаката, демонстрирующих устойчивую тенденцию к синтезу с новыми медиа. «В современном контексте, учитывая возможности цифрового плаката, можно смело заменить цвет на движение, которое благодаря эволюционным механизмам моментально считывается зрителем» (с. 46 диссертации)

В **главе 2 «Цифровой плакат: специфика, типология и язык выразительности»** – она также состоит из трех параграфов – Соколова Л.М. вводит рабочее определение цифрового плаката, выделяет его сущностные характеристики: интерактивность, динамичность, мультимодальность, адаптивность к экранным форматам и возможность интеграции с дополненной реальностью. Автором предложена развёрнутая классификация по функциональному назначению (информационный, рекламный, социальный, арт-плакат) (с. 62 диссертации), по степени интерактивности (статичный, анимированный, видео-плакат, интерактивный с элементами управления) и по способу распространения (экранный, проекционный, иммерсивный) (с. 105 диссертации).

Значимым является определение средств выразительности цифрового плаката: временная развёртка, звуковое сопровождение, тактильные и жестовые интерфейсы, которые переосмысляют классическую композицию и цветовое решение. Основные выводы главы подчеркивают, что цифровой плакат формирует собственную эстетику и коммуникативную стратегию, при этом сохраняя родовые признаки плакатности — информативность, семантическую сжатость, направленность на быструю идентификацию сообщения. «Анимированное изображение информационно более насыщенно

и способно активнее привлекать зрителя за счет движения, что особенно актуально в контексте современной информационной избыточности окружающего пространства» (с. 103 диссертации).

Глава 3, «Цифровой плакат в системе современных визуальных коммуникаций: функции, эффективность и перспективы», делится на два параграфа, Соколова Л.М. переходит от анализа цифрового плаката в контексте городской среды к исследованию цифровых экосистем (социальные сети, веб-сайты, мобильные приложения) и событийных коммуникаций. Автором разработана система критериев эффективности, включающая визуальную привлекательность, информационную ёмкость, запоминаемость, вовлекающий потенциал и соответствие бренд-идентичности. На основе эмпирического материала (более 80 проанализированных примеров из международной практики за 2018–2025 гг.) выявлены корреляции между формальными параметрами и коммуникационным потенциалом. Детально анализируются современные качества цифровых медиа: персонализация, генеративный дизайн, интеграция с нейросетями и адаптивный дизайн под разные устройства. Автор делает вывод о том, что цифровой плакат становится узловым элементом кросс-медийных кампаний, его эффективность определяется не столько технической сложностью, сколько осмысленностью визуального контекста и учётом визуального восприятия реципиента. «Использование новейших технологий становится одной из ведущих тенденций в проектировании современного цифрового плаката и неотъемлемой частью его новой эстетики. Интерактивность, возможность взаимодействия и «отзыв», переносит цифровой плакат на новый коммуникативный уровень развития. Дополненная и виртуальная реальность вводят плакат в принципиально новое пространство и расширяет границы его бытования» (с. 126 диссертации)

Таким образом, Соколова Л.М. определяет перспективы развития отрасли с разработкой иммерсивных форматов и внедрением искусственного интеллекта, что требует пересмотра традиционных подходов к

проектированию. Делается вывод о том, что «студенческие задания являются своеобразной лабораторией по актуализации многих проектных идей и новых графических, монтажных и динамических инструментов в создании цифрового плаката» (с. 126 диссертации).

В заключении автор подводит итог проделанной работы, приводит некоторые обобщения и результирующие выводы, которые в целом отвечают на поставленные задачи исследования и в достаточной мере подтверждают положения, вынесенные на защиту.

Достоверность и новизна исследования

Исследование, проведенное в рамках данной диссертационной работы, обладает высокой степенью достоверности и новизны. Достоверность результатов определяется широким диапазоном привлекаемого визуального и теоретического материала, обращением автора к актуальным свидетельствам интеграции идей и методов графического дизайна и визуальной коммуникации.

Научная новизна исследования определяется поставленными задачами – выявлением наиболее характерных средств композиционно-образной выразительности цифрового плаката; определением перспективных направлений развития проектной культуры языка графического дизайна, связанные с новыми медиа.

Результаты исследования вносят значительный вклад в осмысление проблемы влияния цифрового плаката на сознание современного человека и формирование современной визуальной культуры.

Вопросы, замечания и рекомендации

1. В диссертационном исследовании Соколова Л.М., к сожалению, преимущественно рассматриваются зарубежные примеры цифрового плаката и международные практики его применения. Представляется целесообразным расширить эмпирический материал за счёт анализа отечественных проектов в области цифрового плаката, что позволило бы выявить национальные особенности и тенденции развития этого жанра в России.

2. Следует отметить, что в дальнейшей работе, можно обратить внимание на проблему интеграции цифрового плаката с системами искусственного интеллекта и генеративными технологиями, которые открывают новые возможности для персонализации и адаптивности визуальных коммуникаций. Эта перспектива лишь обозначена в работе (с. 112–119 диссертации), но заслуживает более детальной проработки в самостоятельном исследовании.

3. Также представляется важным проанализировать вопросы восприятия и эффективности воздействия на различные аудитории, например, с применением методов айтрекинга, что усилит доказательность выводов о коммуникативной эффективности.

Указанные замечания не умаляют ценности исследования и носят рекомендательный характер. С учетом широты диапазона изученного материала, как визуального, так и теоретического, следует отметить, что данная диссертационная работа является самостоятельно выполненным исследованием и обладает высокой научной значимостью.

Диссертационное исследование Соколовой Л.М. демонстрирует глубокое владение материалом, свободное ориентирование в проблематике современного дизайна и технической эстетики. Основные положения и выводы диссертации обладают научной новизной, теоретической и практической значимостью, а также достаточной степенью обоснованности.

Автореферат диссертации и апробация, представленная 10 публикациями (5 из них – в изданиях, включенных ВАК РФ в перечень рецензируемых изданий для публикации результатов кандидатских и докторских диссертаций), раскрывают основные положения выносимые на защиту и отражают содержание работы.

Заключение

Диссертация **Соколовой Л.М. «Цифровой плакат в системе современных визуальных коммуникаций»**, представленная на соискание ученой степени кандидата искусствоведения по специальности 5.10.3 – Виды

искусства (техническая эстетика и дизайн), соответствует требованиям, предъявляемым ВАК Минобрнауки России к диссертациям на соискание ученой степени кандидата искусствоведения, и критериям, установленным п.п. 9-14 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного Постановлением Правительства РФ от 24.09.2013 года N° 842 «О порядке присуждения ученых степеней». Область исследования диссертации соответствует паспорту специальности 5.10.3. Виды искусства (техническая эстетика и дизайн). Соискатель **Соколова Л.М.** заслуживает присуждения искомой ученой степени кандидата искусствоведения по специальности **5.10.3 – Виды искусства (техническая эстетика и дизайн)**.

Решетова Маргарита Владимировна,
кандидат искусствоведения по специальности
17.00.06 - техническая эстетика и дизайн,
доцент кафедры «Рекламы, связей с общественностью
и дизайна» ФГБОУ ВО Российский экономический
университет имени Г.В. Плеханова
16.09.2026.

Контактные данные:
Адрес: 117997, г. Москва, Россия Стремянный пер., 36, 3 корпус
Телефон кафедры: +7 (495) 958-24-68;
e.mail: landart123@mail.ru

Управление персонала
ПОДПИСЬ Решетовой М.В.
удостоверяю
Специалист по работе с персоналом
16.09.2026 г.