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

ОТЗЫВ

официального оппонента на диссертацию на соискание ученой степени кандидата искусствоведения Кузнецовой Екатерины Александровны на тему: «Методы дизайна в формировании модели системной организации торговой экспозиции» по научной специальности 5.10.3 — Виды искусства (техническая эстетика и дизайн)

Диссертация Екатерины Александровны Кузнецовой на тему «Методы дизайна в формировании модели системной организации торговой экспозиции» в условиях современного потребительского общества и постоянно усложняющихся отношений торговых предприятий является предельно актуальным исследованием. Обосновывая актуальность темы, автор отмечает, что «Современная сфера торговли диктует условия, при которых лишь реализовав все возможные варианты зонирования, разработав необходимый дизайн торгового пространства, определив нужное и верное размещение торговых зон, удобно и грамотно (для покупателя и обслуживающего персонала) выполнив расстановку торгового оборудования, при выполнении всех технических норм и требований, возможно успешное ведение бизнеса» [с.6]. Востребованность данного исследования подтверждают сформулированные автором концептуальные аспекты, в которых проявляется актуальность темы. Это - необходимость формирования целостной картины генезиса формирования торговой экспозиции в истории дизайна, обоснование типологии и системы торговых пространств, поиск

инвариантных возможностей применения новых мультимедийных технологий, выявление тенденций в динамичной цифровой области. Автор справедливо отмечает, что «…пересечение двух дискурсивных пространств – экономики и дизайна дает выход на новое поле исследований, которое мало разработано в современной науке, в основном современный метод опирается на сиюминутные потребности рынка, не выявляя глобальной системы по организации» [с.10].

Научная новизна исследования. Рассматривая научную новизну работы, в первую очередь необходимо подчеркнуть, что теоретические выводы эмпирически обоснованы, благодаря чему выявлен потенциал, средства и пути влияния дизайна торговой экспозиции на формирование соответствующей среды. Надо согласиться с автором, что в работе «…систематизированы и проанализированы лучшие примеры дизайна торговой экспозиции…» [с.14] и «выявлена роль дизайна как связующего фактора в проектировании и производстве торговой экспозиции…» [с.14].

Теоретическая значимость заключается в первую очередь в междисциплинарном подходе необходимость применения которого связана со спецификой исследуемой темы. Комплексный, междисциплинарный анализ, представленный в работе, с учетом различных факторов, вытекающих из специфики исследуемой темы, может быть использован при дальнейшем изучении смежных научных дисциплин.

Практическая значимость работы подтверждается многочисленными примерами проектов, выполненных студентами под руководством автора, возможностью широкого применения результатов исследования в практике дизайнерского проектирования, при реализации образовательных программ профессиональной подготовки или повышения квалификации специалистов соответствующих направлений.

Структура диссертации соответствует решению поставленных задач, диссертация представлена двумя томами, первый включает введение, три главы, заключение, список литературы, включающий 167 наименований, в том

числе иностранных и 45 источников из интернет-ресурсов; второй том — это приложения, содержащие значительный иллюстративный материал.

В первой главе «Исторически сложившиеся проектные принципы экспозиции дизайна торговой среды» описаны организационно-экономические предпосылки возникновения и развития торговой среды, формирование перспективных форм и технологий торговли, а также разные модели организации торгового пространства. Рассмотрен генезис торговой экспозиции.

В этой главе подробно и глубоко исследовано возникновение и развитие торговых точек. Дана их характеристика в зависимости от рассматриваемого исторического периода.

Необходимо отметить некоторые мысли автора, отраженные в этой главе. Например, разделяя современные торговые экспозиции на две категории – «места розничной торговли» и «профориентированные магазины» автор утверждает, что «…данные категории формируются по принципу демонстрации товара потребителю и ориентированности на пользователя» [с.26]. Эта идея обосновывает нахождение торговой экспозиции в области объектов дизайнерского воздействия. Примечательны также выделенные автором проектные принципы экспозиции торговой среды [с.58] и этапы организации торговой экспозиции [с.78].

Во второй главе «Методология дизайна в системной организации среды торговой экспозиции» автор представляет типологию пространственной организации торговой экспозиции, рассматривает особенности физического и виртуального торгового экспозиционного пространства и основные проектные принципы построения торговой экспозиции, а также функции и типологию материалов для точек продаж (POSM).

Заслуживают внимания сформулированные в третьем параграфе принципы организации торговой экспозиции. Автор считает, что функциональность, эстетика, инновационность и поддержка бренда являются исходными позициями при построении торговой экспозиции. Интересен также затронутый автором вопрос стереотипов, влияющих на проектную организацию торговой

экспозиции. Проблема влияния стереотипов в дизайнерском проектировании очень важна, интересна и мало изучена.

Рассматривая функциональный и эстетический аспекты торгового пространства, автор отмечает, что «границы между этими аспектами не всегда четки» [с.110] и добавляет, что «…единый подход становится все более важным и включает в себя интеграцию каждого аспекта тщательно и последовательно». [с.110] С этим трудно не согласиться.

Рассуждая о мультисенсорном подходе в дизайне розничной торговли, когда принимаются во внимание все пять чувств покупателей: зрение, слух, запах, осязание и вкус, автор предлагает характеристику всех пяти «…способов создания мультисенсорного опыта в дизайне розничной торговли…» [с.111].

На 113 странице автор возвращается к принципам построения торговой экспозиции, определяет девять принципов и дает их характеристику.

В параграфе 2.4 автор отмечает, что «…торговое пространство представляет собой организованную систему, суть которой заключается в грамотном представлении товара и организации мест продаж, располагающих к покупке. Основным физическим инструментом организации торговой экспозиции является оборудование» [с.121] и точно подчеркивает, что «…внешний вид места продажи должен соответствовать внутреннему содержанию…» [с.121]. В этом параграфе предельно досконально и подробно описаны объемно-пространственные и интерактивные POS материалы, их функции и типология.

В третьей главе «Комбинированное пространство торговой экспозиции: взаимодействие цифровых и аналоговых технологий» рассматривается роль мультимедиа в дизайне торговой экспозиции и проксемика системного проектирования мультимедиа среды торговой экспозиции. Определяется концепция виртуального пространства торговой экспозиции будущего.

В первом параграфе можно выделить некоторые мысли автора, например выделенные три ключевые принципа мультимедиа, виды цифровых технологий в проектировании торговой экспозиции, графические

инструменты для создания интерактивных элементов в дизайне ритейла и перечисленные дизайнерские методы способствующие привлечению внимания потребителей и улучшению их опыта покупок и др. Автором четко определены три основные области розничной торговли, где активно внедряются цифровые технологии. Достойно внимания также мнение о искусственном интеллекте. Автор пишет «…одной из ключевых тенденций развития торговой экспозиции является интеграция искусственного интеллекта и технологии виртуальной реальности» [с.170].

Очень актуальны рассуждения автора во втором параграфе по поводу понятия «проксемика» и его роли в проектировании мультимедиа среды торговой экспозиции и рассуждения по поводу малоизученного, но очень важного для дизайна понятия «аффорданс». Автор справедливо отмечает важность сценарного проектирования в дизайне торговой экспозиции.

Заслуживают внимания выделенные в третьем параграфе тенденции в прогнозировании будущего развития ритейл-дизайна. Очень интересны предложенная автором структура виртуального торгового пространства и описание перспективности AR-технологии. На примерах использования технологии дополненной реальности (AR) в современной торговой экспозиции, автор убедительно доказывает их роль в современном ритейле.

В заключении аргументированно сформулированы выводы и подведены итоги исследования.

Оригинальная двухтомная структура диссертации и большое иллюстративное приложение являются значительным достоинством работы.

Оценка исследования, безусловно, положительная, однако, следует отметить и дискуссионные моменты:

1. В первом параграфе первой главы автор сформулировал пять проектных принципов экспозиции торговой среды с организационно-экономической точки зрения. В третьем параграфе второй главы сформулированы другие принципы построения торговой экспозиции. Было бы правильно объяснить в чем разница между двумя группами принципов или

какая взаимосвязь между ними. Надо признаться, что взаимосвязь есть. Но об этом надо было написать.

2. В четвертом параграфе второй главы автор подробно рассматривает материалы POS и их функции, как уже отмечено выше. Было бы полезно, если бы автор более подробно описал средообразующую функцию этих материалов. Можно сказать, что POS материалы, если не основные, то одни из основных объектов проектного воздействия в ритейл-дизайне.

3. В качестве рекомендации надо сказать, что диссертанту, обосновывая метод исследования целесообразно было бы акцентировать использование средового подхода. Междисциплинарная суть выбранной темы, на которую автор неоднократно указывает в работе, подтверждает необходимость такого подхода. Смысл средового подхода заключается в синергетическом эффекте взаимосвязи различных дисциплин. Кроме этого, проблемы, затронутые автором - стереотипное мышление в дизайнерском проектировании, мультисенсорный подход, сценарное моделирование и особенно проксемика и аффорданс на которые следовало бы обратить больше внимания, целиком и полностью являются составляющими средового подхода.

Указанные замечания и рекомендации не снижают научной и практической ценности данного исследования. Следует отметить, что в тексте диссертации заметно проявляется серьезный практический опыт автора в области проектирования торговой экспозиции. Это отражается в обоснованности теоретических положений и практических рекомендаций и является одной из значимых сторон данной работы.

Вывод. Диссертация Кузнецовой Екатерины Александровны на тему: «Методы дизайна в формировании модели системной организации торговой экспозиции» соответствует требованиям, предъявляемым ВАК при Минобрнауки России к диссертациям на соискание ученой степени кандидата наук, и критериям, установленным п.п. 9-14 «Положения о присуждении ученых степеней», утверждённого Постановлением Правительства РФ от 24.09.2013 года № 842 «О порядке присуждения ученых степеней». Область

исследования диссертации соответствует паспорту специальности 5.10.3 — Виды искусства (техническая эстетика и дизайн).

Соискатель Кузнецова Екатерина Александровна заслуживает присуждения искомой ученой степени кандидата искусствоведения по специальности 5.10.3 — Виды искусства (техническая эстетика и дизайн).

Официальный оппонент:
Кандидат искусствоведения, профессор,
профессор кафедры «Дизайн среды»
Автономной некоммерческой организации
высшего образования «Институт
Современного Искусства» Мкртчян Степан Владимирович

Контактные данные:
тел.: +7(985)765 56 82, e-mail: 7655682@rambler.ru
Специальность, по которой официальным оппонентом
защищена диссертация: 17.00.06 – «Техническая эстетика и дизайн»
Адрес места работы:
121309, г. Москва, ул. Новозаводская 27а АНО ВО «Институт Современного Искусства»
Тел.: +7(985)765 56 82

Подпись Мкртчян С.В. удостоверяю
Ведущий менеджер
по персоналу Городова
«02» сентября 2025 г.