

РЕЦЕНЗІЯ

доктора технічних наук, професора, декана факультету дизайну Київського
національного університету технологій та дизайну

Пашкевич Калини Лівіанівни

на дисертаційну роботу Овакімян Лаури Юріївни

**«Комунікаційні засоби в дизайні костюма у контексті формування
професійного іміджу»,**

представлену на здобуття ступеня доктора філософії (PhD)

за спеціальністю 022 Дизайн

Актуальність дослідження зумовлена тим, що зараз спостерігається зростаючий інтерес до національної ідентичності, важливості посилення іміджу українських політиків та керівників різного рівня на міжнародній арені. Розгляд візуально-комунікативних аспектів дизайн-діяльності в останні роки став пріоритетним напрямом наукових розвідок. Презентативні практики дизайну костюма, виконуючи широкий спектр функцій, набули особливого змісту і стали вагомим чинником розвитку та невід’ємною складовою індустрії моди. Накопичений дизайнерами-практиками досвід, а науковцями-теоретиками – пласт знань вимагає систематизації та узагальнення. Сучасні споживачі все частіше надають перевагу одягу із чіткою культурною ідентичністю, емоційним підґрунтям, що робить іміджологію конкурентною перевагою. Використання іміджології у дизайні костюма сприяє популяризації презентації особистості як усередині країни, так і за її межами, підтримуючи стратегічні цілі української культурної дипломатії. Необхідність проведення дослідження обґрунтована аналізом історії та визначенням тенденцій розвитку існуючих комунікаційних засобів дизайну костюма для розробки іміджу, передусім, з метою імплементації світового досвіду в проєктні практики на теренах України.

Необхідно відмітити сучасність **мети дослідження**, яка полягає у комплексному аналізі наукових і практичних підходів щодо комунікаційних засобів костюма у розробці іміджу керівника.

Об'єкт дослідження – костюм в системі візуально-комунікаційних характеристик зовнішнього образу людини.

Предмет дослідження – комунікаційні засоби костюма у формуванні професійного іміджу керівника/лідера.

Хронологічні межі дослідження. У роботі розглядаються особливості прояву статусу людини на прикладах окремих образів в історії художньої культури від стародавнього світу до XIX ст., а також комунікаційні засоби в дизайні костюма XX – XXI століття.

Достовірність основних положень роботи. У дослідженні використано широкий спектр наукових праць з філософії, культурології, іміджології, мистецтвознавства та дизайну, що ґрунтуються на академічно визнаних методах аналізу та дослідження. Дослідження базується на поєднанні методів історико-культурного, візуально-стилістичного та порівняльного аналізу, що дозволяє всебічно розглядати комунікаційні засоби в дизайні костюма як складової іміджу особистості. До уваги взято приклади з світової та вітчизняної практики в дизайні костюма та створенні іміджу відомих особистостей (політиків, лідерів держав, спортсменів, бізнесменів тощо). Основні положення співвідносяться з сучасними тенденціями у фешн індустрії та відповідають реальним запитам ринку, що підтверджує їхню прикладну цінність. У роботі враховано авторський досвід розробки іміджу та стилю для різних споживачів, що підсилює наукову аргументованість викладених тез. За рахунок цього забезпечується не лише наукова достовірність, а й практична значущість дослідження для розвитку цієї сфери дизайну костюма.

Наукова новизна результатів полягає в поглибленні наукових досліджень у галузі сучасного мистецтвознавства з питань дизайну костюма. Здобувачкою на основі проведеного системного аналізу розроблено типологію професійного іміджу на основі ефективних зразків іміджу керівника/лідера, що характеризують їх як професіоналів певної сфери; виявлено комунікаційні засоби костюма відповідно до іміджевих ознак професійного спрямування в різних сферах діяльності людини. Авторкою виконана систематизація

теоретичних і практичних підходів до визначення дефініції «професійний імідж», а також удосконалено інформаційну базу щодо практик розробки професійного іміджу для представників управлінської ланки різних сфер діяльності.

Теоретичне значення роботи полягає в розширенні наукових даних про сучасні підходи створення професійного іміджу засобами дизайну костюма, а також у розширенні теоретичних знань про можливості інтеграції комунікаційних засобів в сучасні дизайнерські рішення костюма з урахуванням певного стилю та вимог споживача.

Практичне значення дослідження. Висвітлені у дисертації наукові положення мають важливе практичне значення та доповнюють вихідну базу даних для подальших досліджень в галузі дизайну одягу. Основні положення та результати дисертації можуть знайти практичне застосування в освітньому процесі при підготовці дизайнерів, в діяльності дизайнерів одягу, дизайнерських брендів, компаній та підприємств. Результати дисертаційної роботи можуть бути використані для написання навчальних посібників, методичних рекомендацій, при укладанні енциклопедій, тлумачних довідників, створенні інтернет-сторінок в галузі моди, іміджу, стилю, дизайну костюма, фешніндустрії тощо.

Дисертація виконана відповідно до напрямів наукових досліджень кафедри мистецтва та дизайну костюма Київського національного університету технологій та дизайну «Н/н 7/21 Дизайн і мистецтво у створенні систем життєзабезпечення людини: ергономічні, естетичні, екологічні, етнокультурні аспекти» (2021-2023pp.), «Н/н 43/24 Естетичні аспекти в проектуванні костюма у контексті полікультурної інтеграції».

Впровадження результатів дисертації.

Апробація результатів дисертаційної роботи автором здійснена шляхом участі в низці конференцій, зокрема: міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми сучасного дизайну», м. Київ, 2022 р., 2024 р.; Technical Scientific Conference of Undergraduate, Master, PhD students, Республіка Молдова, 2024 р.; міжнародній наук.-практ. конференції «Eurointegration in art,

science and education: experience, development perspectives», Литва, 2025 р.

Оцінка наукових публікацій.

За темою дисертації авторкою опубліковано 4 наукових публікації в фахових журналах України категорії Б, отримано 1 патент України на промисловий зразок. Представлені дослідження пройшли апробацію на 4 міжнародних наукових конференціях, опубліковано 4 тези доповідей. Публікації авторки за темою дисертації повно та адекватно розкривають її зміст.

Оцінка змісту, стилю та мови дисертації, її завершеності, оформлення.

Дослідження виконано відповідно до встановлених правил та вимог щодо наукового стилю, мови та оформлення роботи.

Структура і обсяг роботи.

Результати дисертаційного дослідження викладені на 277 сторінках. Основний текст роботи становить 168 сторінок та складається зі вступу, трьох розділів і висновків. Список використаних джерел містить 437 позицій, додатки подано на 119 сторінках.

Структура дисертації і послідовність викладу матеріалу відповідають поставленим цілям і завданням дослідження. Дисертація написана чітко, ілюстративний матеріал має достатній ступінь інформативності.

У вступі здобувачка розкриває загальну характеристику роботи, актуальність, теоретико-методологічні засади та зв'язок дослідження з науковими програмами, планами, темами. На підставі критичного аналізу наукових праць за напрямом роботи визначено мету, завдання, об'єкт, предмет, хронологічні, територіальні межі та методи дослідження; окреслено наукову новизну та практичне значення отриманих результатів; наведено відомості щодо апробації та впровадження результатів роботи; показано особистий внесок здобувачки і наведено структуру й обсяг дисертації.

У першому розділі авторкою проведено аналіз стану дослідження проблеми в Україні та в світі, проаналізовано наукову літературу та візуальні матеріали щодо висвітлення комунікаційних засобів костюма та особливостей

створення професійного іміджу; філософського обґрунтування питань самопрезентації; праці з іміджмейкінгу, з практик ділового іміджу тощо. Матеріалами дослідження стали наукові праці та інша спеціальна література, а також інформаційні ресурси мережі Інтернет, що дало змогу поділити всі джерела на три основні групи: публікації у засобах масової інформації, фото- та відеоматеріали; проєктні практики стилістів костюма та іміджмейкерів щодо створення професійного іміджу; дослідження істориків, теоретиків і практиків дизайну костюма. Визначено основні завдання, загальну методологію та структурну модель дослідження на основі аналізу наукових джерел за темою роботи.

У *другому розділі* дисертації авторці вдалося простежити еволюцію формування іміджу в костюмі з ранніх віків до сьогодення, акцентуючи увагу на поступовому формуванні та розвитку засобів презентації в костюмі. Було виокремлено художньо-символічні засоби прояву статусу людини в костюмі XVI – XIX століть. Проведений аналіз показав, що основними ознаками статусності костюма є: форма, композиція, матеріал, його якість і вид моделювання, колір, оздоблення, орнамент, аксесуари (їх кількість), взуття, головний убір. Визначено ключові позиції семіотики та комунікаційні характеристики ділового костюма XX – початку XXI століття, а також окреслено передумови для його подальшого впровадження в дизайнерську практику. Окремо авторкою розглянуто напрям *power dressing* в дизайні костюма та особливості його застосування, виявлено, що виникнення XX ст. цього напрямку стало маніфестацією використання елементів чоловічого костюма в жіночому гардеробі та зміщенням модних гендерних кордонів.

У *третьому розділі* авторка зосередила увагу на комунікаційних засобах сучасного костюма в практиках формування іміджу в контексті глобальних трендів. Було проаналізовано підходи вчених з різних галузей та сформульовано визначення дефініції «професійний імідж – персоніфікований образ людини», який несе характерні риси і відповідає певній сфері професійної діяльності, сприяючи досягненню цілей та здійсненню впливу на оточення.

Окрему увагу приділено особливостям створення засобами костюма професійного іміджу керівника/лідера в різних сферах. У розділі розроблено типологію професійного іміджу, що включає шість основних позицій: костюм в структурі іміджу політичного лідера, особливості формування зовнішнього образу в сфері державного управління, специфіка костюма представників сфери права, імідж лідера в контексті освітньої, наукової та технічної діяльності, реалізацію комунікаційної функції костюма у сферах мистецтва і спорту, імідж керівника у професійному бізнес-середовищі. Авторкою розроблено модель розробки професійного іміджу на основі використання комунікаційних засобів костюма та виконано реалізацію запропонованого алгоритму на прикладах власних розробок ділового стилю для чоловіків і жінок, зайнятих в управлінському напрямі.

Висновки по розділам та загальні висновки логічно відображають етапи проведення дослідження, виконання завдань дослідження та дають підстави для підтвердження досягнутої наукової новизни дисертаційної роботи.

Дискусійні питання та зауваження щодо змісту дисертації.

Відзначаючи актуальність теми даної дисертаційної роботи, наявність досягнутих нових наукових результатів, загальної позитивної оцінки дисертаційної роботи вважаємо за необхідне висловити окремі зауваження та побажання:

1. У другому розділі авторка приділила детальну увагу еволюції комунікаційних засобів створення іміджу в костюмі, однак на думку рецензента є незначні прогалини щодо аспектів формування іміджу відомих постатей початку ХХ століття.

2. Висновки до другого розділу бажано було б викласти більш конкретними, описати отримані наукові результати розділу, можливо поділити еволюцію засобів презентації в костюмі на етапи.

3. Результати розділу 3 бажано було б подати у вигляді аналітичної таблиці, в який висвітлити як взаємодіють художньо-композиційні засоби костюму, на конкретних прикладах показати як вони перетворюються на

комунікаційні засоби в створенні іміджу.

4. На думку рецензента всебічне висвітлення в дисертаційній роботі діяльності відомих стилістів світу підвищило б практичну цінність дисертації.

Висловлені зауваження і побажання не знижують загального позитивного враження від наукового рівня дисертаційної роботи і в основному мають значення для подальшого розвитку дослідження цієї теми.

Відповідність дисертації вимогам «Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії».

Дисертація Овакімян Лаури Юріївни за темою «Комунікаційні засоби в дизайні костюма у контексті формування професійного іміджу» відповідає вимогам «Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії», зокрема пп. 5, 6, 7, 8, 9. Робота є самостійною науковою працею, виконана з дотриманням академічної доброчесності. Сформульовані в роботі наукові положення і отримані теоретичні та практичні результати є актуальними, відзначаються структурною послідовністю змісту та форми, підтверджують особистий внесок здобувача.

Загальний висновок. Дисертаційна робота Овакімян Лаури Юріївни за темою «Комунікаційні засоби в дизайні костюма у контексті формування професійного іміджу» виконана на достатньо високому рівні, що свідчить про досягнення поставлених наукових задач з застосуванням відповідних наукових методів, отримання нових наукових результатів щодо дизайну костюма загалом і для розробки професійного іміджу зокрема. Дисертація має перспективи подальшого розвитку з точки зору теорії і практики дизайну.

Таким чином, можна стверджувати, що дисертаційна робота Овакімян Лаури Юріївни за темою «Комунікаційні засоби в дизайні костюма у контексті формування професійного іміджу», представлена на здобуття ступеня доктора філософії з мистецтвознавства зі спеціальності 022 Дизайн, за своїм науковим

рівнем та практичною цінністю, змістом та оформленням повністю відповідає вимогам «Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії», затвердженому Постановою Кабінету Міністрів України № 44 від 12 січня 2022 р., а її авторка Овакімян Лаура Юріївна заслуговує присудження ступеня доктора філософії за спеціальністю 022 Дизайн.

Офіційний рецензент:

доктор технічних наук, професор,

декан факультету дизайну

Київського національного університету

технологій та дизайну



Калина ПАШКЕВИЧ

