

ВІДГУК

офіційного опонента на дисертаційну роботу

«Комунікаційні засоби в дизайні костюма у контексті формування професійного іміджу» Овакімян Лаури Юрїївни, представлену на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 022 «Дизайн» галузі знань 02 Культура і мистецтво.

Актуальність теми дисертації. Професійний імідж у сучасному розумінні є багатоаспектною категорією, яку досліджують науковці й практики у межах соціології, філософії, маркетингу, іміджології тощо, проте, вивчення художньо-естетичних засобів костюма в аспектах міжособистісної та візуальної комунікації безумовно стосується сфери дизайну. У дисертаційній роботі Л. Ю. Овакімян «Комунікаційні засоби в дизайні костюма у контексті формування професійного іміджу» увагу зосереджено на досвіді представників управлінської ланки тих професійних напрямів, де формування позитивного іміджу, у т.ч. і зовнішнього, значною мірою впливає на професійні досягнення та авторитет установи або навіть певної галузі цілої країни, зокрема, політики, державного управління, освітньої, наукової, технічної, правової, мистецької тощо. Необхідність систематизації візуально-комунікаційних засобів костюма у контексті формування професійного іміджу, їх розгляду стосовно реалізації професійних цілей стосовно конкретного професійного напрямку дозволяє вважати тему дослідження актуальною.

Ступінь обґрунтованості наукових результатів дисертації, їх достовірності та новизни. Наукова новизна дослідження полягає у комплексному вивченні та систематизації теоретичної бази та практичного досвіду щодо створення професійного іміджу засобами дизайну костюма. У представленій до захисту праці вперше: проведено комплексне дослідження актуальних підходів у створенні професійного іміджу публічних особистостей

різних професійних сфер; представлено 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 сфер політики, державного управління, освітньої, наукової, технічної, правової діяльності, мистецтва, спорту тощо.

Достовірність та обґрунтованість наукових результатів, положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації, визначаються логічною структурою, обґрунтованою методикою та джерельною базою дослідження, ретельним аналізом історичних і сучасних наукових і візуальних джерел щодо формування професійного іміджу представників управлінської ланки.

Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків (загальний обсяг роботи – 277 с., обсяг текстової частини – 168 с.). Список використаних джерел містить 437 позиції.

Метою дослідження є комплексний аналіз наукових і практичних підходів щодо комунікаційних засобів костюма у розробці іміджу керівника.

Методика дослідження ґрунтується на комплексному підході та охоплює загальнонаукові та мистецтвознавчі методи дослідження. У вивченні змістовно-логічної послідовності розвитку підходів дизайнерів щодо створення костюма з посиленою комунікаційною функцією, а також підходів стилістів щодо формування професійного іміджу авторкою застосовано методи аналізу, синтезу, історико-хронологічний, типологічний, порівняльний, вибірковий, біографічний. При розгляді зразків костюма, аксесуарів і доповнень, під час аналізу форми, силуету, декору, пластики костюма, а також способів поєднання елементів і складових зовнішнього образу в єдину структурну цілісність використано методи семіотичного, образно-стилістичного і формального аналізу.

Джерельна база дослідження представлена трьома основними групами: 1) образи представників управлінської ланки різних сфер діяльності, представлені у публікаціях засобів масової інформації у вигляді фото- та

відеоматеріалів, що демонструють специфічні рішення у створенні візуального іміджу залежно від специфіки професійної сфери; 2) концептуальні підходи стилістів костюма та іміджмейкерів щодо створення професійного іміджу залежно від професійних цілей і потреб; 3) дослідження істориків, теоретиків і практиків дизайну костюма стосовно його стильових, формотворчих, композиційних, декоративно-оздоблювальних, колористичних характеристик та їх вираженні у комунікаційній функції одягу.

Оцінка змісту дисертації, її завершеність та дотримання принципів академічної доброчесності. У вступі обґрунтовано актуальність теми, відповідно до вимог викладено категоріальний апарат дослідження.

У Розділі 1 представлено історіографію, охарактеризовано джерельну базу та обґрунтовано методи дослідження. Аналізуючи стан наукової розробленості теми, Л. Ю. Овакімян звертається до філософського обґрунтування питань самопрезентації (І. Кант, Г. Гегель, Г. Зіммель, Ф. Ніцше, К. Роджерс, А. Фуке, Ж. Бодріяр); аспектів комунікаційних засобів костюма за аналогією із лінгвістикою (Т. Тодорович, А. Павко-Чуден, К. Кошак, Т. Топоришич, А. Дж. Греймас, Е. Лур'є); до розгляду костюму і моди як об'єктів дослідження семіотики (Ч. С. Пірс, У. Еко, Р. Барт, Ж. Бодріяр, Ф. де Сосюр); до праць з іміджмейкінгу (К. Боулдінг, С. Блек, Л. Браун, О. Мазоренко, І. Мосійчук, Г. Почепцов); до питань проектування костюма (М. Колосніченко, К. Пашкевич, О. Єжова, О. Колосніченко, Н. Остапенко, Н. Чупріна, Т. Кара-Васильєва, Р. Михайлова, Г. Стельмашук, О. Герасименко, І. Чуботіна, Т. Кротова). Авторка констатує широке висвітлення окремих аспектів формування професійного іміджу і потребу у виявленні сучасних підходів щодо розробки іміджу керівника/лідера та прийомів застосування комунікаційних засобів костюма.

Розділі 2 присвячено аналізу комунікаційної функції костюма у вираженні соціального статусу та професійної ідентичності особистості в історико-теоретичному аспекті, зокрема, дисертантка аналізує візуальні символи вираження влади і соціального впливу в образах видатних постатей стародавнього світу і середньовіччя, художньо-символічні засоби прояву

статусу в костюмі XVI – XIX століть, ключові позиції семіотики та комунікаційні характеристики ділового костюма XX – початку XXI століття. Також увагу зосереджено на комунікаційних засобах та художньо-естетичних особливостях напряму в дизайні костюма «power dressing» у проектних концепціях таких дизайнерів, як Г. Шанель, І. Сен Лоран, Дж. Армани, К. Лагерфельд, Дж. Гальяно. За результатами проведеного аналізу авторкою з'ясовано, що основними комунікаційними засобами статусності костюма є форма, композиція, матеріал і його якість, вид моделювання, колір, оздоблення, орнамент, аксесуари (їх кількість), взуття, головний убір (с.106).

У Розділі 3 висвітлено підходи науковців та практиків щодо визначення категорії «професійний імідж керівника/лідера» та особливості створення іміджу засобами костюма. Дисертанткою сформульоване визначення досліджуваної дефініції: «Професійний імідж – персоніфікований образ людини, який несе характерні риси і відповідає тій чи іншій сфері професійної діяльності, сприяючи досягненню цілей та здійсненню впливу на оточення» (с.119). У межах професійних сфер, до яких звернулася дисертантка у при розгляді комунікаційних засобів костюма, представлено 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. У полі зору дослідниці образи зарубіжних та українських публічних постатей зазначених професійних напрямів – В. Черчилля, Е. Рузвельт, Ш. де Голля, М. Тетчер, Н. Пелосі, А. Меркель, Н. Стерджен, М. Олбрайт, О. Зеленської, Р. Гінзбург, А. Клуні, Б. Гейтса, М. Вязовської, Л. Костенко, О. Гереги, Г. Гереги, В. Климова, В. Поперешнюка. Авторка акцентує увагу на стильових, формотворчих, композиційних, декоративно-оздоблювальних, колористичних характеристиках костюма та їх вираженні у комунікаційній функції одягу.

Важливим результатом роботи є представлення моделі розробки професійного іміджу на основі використання комунікаційних засобів костюма (п.3.4, додаток – Схема В.2, с.174). Запропонована модель включає десять послідовних етапів – від аналізу професійних потреб людини, які мають задовольнятися за допомогою образно-функціонального вирішення, – до реалізації задуму із встановленням смислових акцентів образу та визначенням унікального елементу іміджу. Ефективність викладеного алгоритму підтверджено практичними розробками авторки образів ділового призначення для чоловіка і жінки, зайнятих в управлінському напрямі (додаток, рис.В.107-В.113). Висновки дисертаційного дослідження відображають результати, констатують виконання поставлених мети і завдань.

Дисертація оформлена відповідно до вимог наказу МОН України від 12 січня 2017 р. № 40 «Про затвердження вимог до оформлення дисертації»; за структурою і змістом робота відповідає шифру спеціальності 022 «Дизайн» (галузь знань 02 – «Культура і мистецтво»).

Мова та стиль викладення результатів. Дисертація написана українською мовою; текст відповідає науковому стилю викладення змісту, містить необхідну аргументацію.

Дотримання принципів академічної доброчесності. Дисертаційна робота є завершеною науковою працею і свідчить про дотримання принципів академічної доброчесності. Використані результати і тексти інших авторів мають належні посилання на відповідні джерела.

Оприлюднення результатів дисертаційної роботи. Основні положення і результати дисертаційної роботи викладено в 9 публікаціях, у т.ч.: 4 праці опубліковано у фахових виданнях України, 1 – патент України на промисловий зразок; 4 – у збірниках матеріалів міжнародних науково-практичних конференцій. Наукові результати, висвітлені у публікаціях здобувачки, відповідають вимогам п. 8-9 «Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії»,

затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 р. № 44.

Недоліки, зауваження, дискусійні питання до дисертаційної роботи.

Цілком позитивно оцінюючи дисертацію, її уважне прочитання ставить необхідність висловити деякі зауваження і рекомендації:

1) Розглядаючи комунікаційну функцію костюма в історичному контексті, варто було би розширити ряд джерел з образами українських державотворців, не обмежуючись лише постаттю Івана Мазепи, зокрема, долучити серії картин народного художника України Данили Нарбута «Гетьмани України» та «Соратники Богдана Хмельницького», звернутися до колекції живопису Національного художнього музею та інших музеїв;

2) формуючи типологію професійного іміджу на основі ефективних зразків іміджу керівника/лідера, слід було би більше уваги присвятити комунікаційним засобам костюма з проявом української ідентичності як на конкретних прикладах публічних особистостей, так і у розгляді відповідних аспектів творчості таких модельєрів і дизайнерів, як Артем Климчук, Наталія Каменська (засновниця бренду Gunia Project), Катерина Сільченко, Лілія Літковська, бренду «Етнодім», зокрема, варто було би звернути увагу на колекцію бренду 2021 р., присвячену Розстріляному Відродженню, Криму, квітам України та київським каштанам, на колекцію 2022 р. за мотивами картин українських художників Казимира Малевича, Олександри Екстер, Іван-Валентина Задорожного, Олександра Саєнка, Івана Приходька, Юлії Гушул, Ганни Собачко-Шостак, Василя Корчинського. Хотілося би побажати авторці у майбутньому розширити аспект національної ідентичності у дослідженні, що матиме наукову і практичну цінність;

3) Зважаючи на важливість розвитку позитивного іміджу українців у контексті міжнародної співпраці й взаємодії під час війни, доцільно було би присвятити окрему складову дослідження питанню зовнішнього вигляду членам української спільноти, що останніми роками представляють країну на різних рівнях.

Висловлені зауваження не впливають на загальну позитивну оцінку дисертаційної роботи і мають рекомендаційний характер.

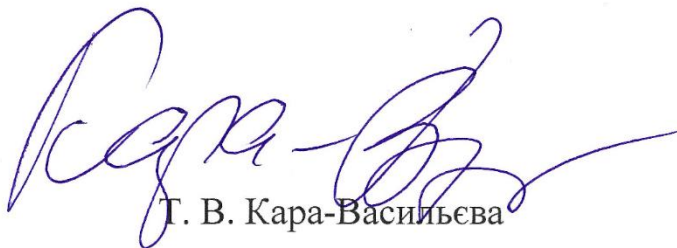
Висновок про дисертаційну роботу. Дисертаційна робота здобувачки ступеня доктор філософії Лаури Юріївни Овакімян «Комунікаційні засоби в дизайні костюма у контексті формування професійного іміджу» виконана на належному науковому рівні, не порушує принципів академічної доброчесності та є завершеним науковим дослідженням, сукупність теоретичних та практичних результатів якого розв'язує наукове завдання, що має істотне значення для сучасної теорії і практики дизайну, галузі знань «Культура і мистецтво».

Дисертаційна робота за актуальністю, практичною цінністю та науковою новизною повністю відповідає вимогам чинного законодавства України, що передбачені в п. 29 Постанови Кабінету Міністрів «Про затвердження Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у закладах вищої освіти (наукових установах)» від 23 березня 2016 р. №261 зі змінами, внесеними згідно з Постановами КМ №283 від 03.04.2019 р. та №502 від 19.05.2023 р., а також п. 6 «Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії», затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 р. № 44.

Здобувачка Овакімян Лаура Юріївна заслуговує на присудження ступеня доктора філософії в галузі знань 02 «Культура і мистецтво» за спеціальністю 022 «Дизайн».

Офіційний опонент:

доктор мистецтвознавства, академік НАМ України,
професор,
завідувач відділу образотворчого та
декоративно-прикладного мистецтва
Інституту мистецтвознавства,
фольклористики та етнології
ім. М.Т. Рильського НАН України


Т. В. Кара-Васильєва

М.П.

« 8 » серпня 2025 року

