

№ 66-72-39/1  
big 07.04.21.

Спеціалізованій Вченій раді  
К 35.052.25 у Національному  
«Університеті «Львівська політехніка»

## ВІДГУК

офіційного опонента

**ТКАНКО ЗЕНОВІ ОЛЕКСІВНИ**

на дисертацію **КВАСНИЦІ РОКСОЛЯНИ БОГДАНІВНИ**

**«ДИЗАЙН ПРОСТОРІВ ДЛЯ ПРЕЗЕНТАЦІЇ МОДНИХ КОЛЕКЦІЙ»,**

представлену на здобуття наукового ступеня

кандидата мистецтвознавства за спеціальністю 17.00.07 – дизайн.

### Актуальність теми дисертації

Актуальність проблеми дослідження є безсумнівною. Робота присвячена дослідженню тенденцій у сучасному арт-дизайні, які простежуються в європейській культурі в контексті сучасних глобалізаційних процесів, та аналізу функцій, методів, аналогових моделей проектування сценічного простору для показів колекцій сучасної моди. Говорячи про глобалізаційні процеси в сфері культури, варто зазначити, що найбільшій уніфікації та апроксимації видовищних явищ в архітектурному просторі піддається саме сценічний простір, який стає лінійно означеним, втрачає свою стереоскопічність та наповнюється типовими засобами освітлення, музичної, пластичної та колірної режисури.

Декларована мета на європейську інтеграцію корелює з потребою визначення національної ідентичності творчості, а пресинг гомогенізації, редукція національних цінностей спонукає до розшуку коректних альтернатив масовізації культури та нівеляції смаків. Якщо в Європі вже сформований своєрідний маркетинг-мікс естетичних вподобань, які поєднують етнокультурний, музейний тип реконструкцій виставкового простору за дигітальних технологій в архітектурі, то в культурі

пострадянського простору можна прослідкувати як адаптивні тенденції, так і цілий спектр альтерглобалізаційних стратегій щодо формування сценічного простору презентації видовищ. Так, етнокультурна музеєфікація середовища арт-видовищ має мобільний простір, для якого характерним є полісценізм, для традиційних просторових рекреацій - орієнтація на лінійність презентації інформації, використання спецефектів, шоу-технологій, кольорової специфікації видовища.

На підставі аналізу опрацьованої великої кількості літературних джерел і архівних матеріалів різних за часовими та територіальними рамками, дизайнерської практики у сфері дизайну і fashion-індустрії Р.Квасницею було простежено шляхи розвитку цієї тематики.

Обґрунтовуючи актуальність дослідження, автор визначає дизайн-проект як єдність рефлексії, мистецьких уподобань, конструктивно-будівну діяльність сценічного простору з характерним для нього естетичним та функціональним зонуванням, менеджмент (надається специфікація арт-менеджменту формування видовищного середовища) та маркетинг (визначається бізнес кластер просування продукту–видовищних пропозицій моди на арт-ринок). Такий підхід спонукає до створення певної проектної методології, яку можна назвати полісистемною (елементи видовищного простору: сцена для дефіле, зала, рекреації тощо) стають предметом проектування різних дизайн-систем – архітектурного проектування, соціального експрес-аналізу, іміджевих презентацій, художніх проектів тощо. Своє дослідження Р.Квасниця побудувала як арт-проект, орієнтований на презентацію дизайну як системного явища. Для її роботи притаманний архітектурно-центристський підхід, що і не дивно, так як дослідження виконане в архітектурному арт-центрі.

Науковий апарат роботи має всі необхідні складники: об'єкт, предмет, мету дисертаційного дослідження, завдання, методи; визначені наукова новизна та практичне значення; інформацію про апробації і впровадження

отриманих результатів. Тема представленої роботи та її зміст в цілому відповідають вимогам і паспорту спеціальності 17.00.07-дизайн.

### **Наукова новизна одержаних результатів**

Оцінюючи найважливіші здобутки дисертаційного дослідження, варто вказати на наступні результати, що мають вагому наукову новизну.

Вперше комплексно проаналізовані простори для презентації модних колекцій з аспекту їх предметного наповнення.

Визначено комплекс чинників, що впливають на організацію та дизайн-проекування презентаційних просторів.

Сформовано системну модель простору для презентацій та проведено її аналіз.

Розроблено поняття «класи дизайну презентаційних просторів» та сформовано принципи їх проектування.

### **Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків**

#### **і рекомендацій, сформульованих у дисертації**

Детальне ознайомлення з текстом дисертації Р.Квасниці дає підстави стверджувати, що підхід дисертанта до дослідження є досить об'єктивним. Всі основні наукові положення та висновки, які автор запропонувала в дисертації, теоретичні та практичні результати, які внесено на захист, належним чином обґрунтовані. Вони базуються на основі загальнофілософських методів дослідження, а також наукових підходів (аксіоматичний, історичний, системний та культурологічний). В роботі використані загальнонаукові методи емпіричного та теоретичного дослідження та конкретно наукові методи (стилістичний, композиційний, мистецтвознавчий опис, графоаналітичний метод).

### **Оцінка змісту та завершеності дисертації**

Дисертаційна робота Квасниці Роксоляни Богданівни на тему «Дизайн просторів для презентації модних колекцій» складається з анотації, списку опублікованих праць за темою дисертації (11 найменувань), анотації англійською мовою, вступу і чотирьох розділів з висновками, загальних

висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг дисертації становить 317 сторінок, з них 186 – основного тексту, 44 – з ілюстраціями та таблицями до розділів (Додаток А), 46 – ілюстративного матеріалу (Додаток Б і Додаток В), список публікацій та документів щодо впровадження результатів наукового дослідження (Додаток Г), список використаних джерел – 317 найменувань на 27-ми сторінках.

У **Вступі** до дисертації викладені основні характеристики дослідження – актуальність теми, її зв'язок з науковими програмами та планами, мета і завдання, об'єкт та предмет дослідження, новизна та практичне значення одержаних результатів та їх апробації,

**Перший розділ «Теоретико-методичні передумови проведення дослідження»** присвячений визначенню стану дослідження питань дизайну просторів для презентації модних колекцій, а також певним експлікаціям методичних основ проведення дослідження з обраної теми. Перелік проблем, розгорнутий аналіз на підставі іноземних досліджень свідчать, що автор провів досить ретельне осмислення соціальних, соціо-економічних, художніх контекстів, мова йде про сегментацію споживачів на основі теорії поколінь, соціо-економічні фактори формування та розвитку геронтомаркетингу, про визначення методологічно-наукового інструментарію тощо (ст.22-23).

Загальнотеоретичні дослідження у сфері мистецтва визначаються як цілий блок: теорія дизайну та мистецтва, історія дизайну, історія реклами. Такий широкий контекст за своєю заявкою для кандидатської дисертації є достатньо вичерпаним, і може бути запорукою для майбутньої багато проектної роботи.

Дослідження стосовно розвитку моди репрезентує рубрики: теорія та філософія моди, історія костюму, історія ілюстрації моди, фотографії. історія будинків моди і історія дефіле (ст.24). Надлишковий спектр охоплення проблеми, де кожна може стати сферою окремого дослідження. Проте, в такому контексті презентації формування простору модних показів

може виглядати доречно. Сам перелік монографій, імен, шкіл, інституцій говорить про дослівність, допитливість, навіть перфекціонізм науковця.

Одна з кращих розвідок – еволюція дизайну просторів для презентації модних колекцій від давніх часів до ХУІІІ ст., представляє різні способи поширення інформації про моду (ст.42). Широкий простір історіографії міг би послужити знову ж для окремого дослідження. Модні журнали, розвиток модної ілюстрації, виникнення будинків моди, модні шоу і дефіле, навіть, не забуті універсальні магазини як спосіб поширення моди, це реалії, які формували просторові рефлексії моди. Сам принцип диверсифікації способів поширення моди у першій половині ХХ ст., другій половині ХХ – на початку ХХІ ст. сприяв визначенню чотирьох етапів розвитку предметно-просторового середовища: вербально-візуального, перші модні покази, спеціально організовані простори, нові формати модних показів (ст.60).

На основі опрацьованого матеріалу сформована системна модель об'єкту дослідження – презентативних просторів для модних колекцій. Відповідно визначено елементи підсистеми: функціонально-просторова організація презентативних просторів, їх предметне наповнення, аудіовізуальні ефекти, супровідна діяльність в організації модних показів як основні вектори дослідницького аналізу. Нормативні і законодавчі документи – цілий масив інформації, яка серйозно підсилює проблему.

**У другому розділі «Чинники, що впливають на дизайн просторів для презентацій», у назві розділу варто дописати «модних колекцій».**

Що визначає дизайн презентативних просторів – типи модних брендів, місця презентацій, формати показів, які в свою чергу, поділяються на формальний (традиційний) і неформальний (концептуальний).

У типології модних брендів пропонується багато підходів, як наприклад, ексклюзивність, складність виконання, ціна виробу, особливості презентації та продажу колекції, останні, в свою чергу, класифікуються за статевою ознакою, призначенням, сезонністю, віковими категоріями, асортиментом тощо.

Зважаючи на специфіку роботи, дослідження презентаційних просторів, автор обрала саме таку класифікацію за типами: бренди високої цінової політики, бренди середньої цінової політики і бренди низької цінової політики, кожний з яких вимагає дизайну презентативних просторів різних класів (ст.71), даючи їм характеристику. Зазвичай, ми послуговуємося термінами: «от-кютюр», «прет-а-порте де люкс» і «прет-а-порте».

В дисертаційному дослідженні всебічно розкрито і проаналізовано становлення виставкової діяльності щодо презентації такого специфічного видовища, як покази мод. Модні презентації відбуваються на різного формату заходах, як тижнях моди, міжсезонних показах колекцій, власних показах (друзів, клієнтів, баєрів), презентаціях галузевих масмаркет-виставках, показах на особистому стенді під час виставки, дизайнерських конкурсах та інших розважальних заходах (ст.111). Формат модного шоу (формальний або традиційний і неформальний або концептуальний) безпосередньо впливає на дизайн досліджуваного об'єкту.

У роботі проаналізовані концептуальні підходи для дизайну презентаційних просторів, а саме: мистецькі (образотворче мистецтво, архітектура, кінематограф, музика, театр), соціально-політичні (етичний, гендерний, протестний, субкультурний, етнічний, політичний, меморіальний) та екологічні (дбайливе використання природних та людських ресурсів, повторне використання готових речей і trash-дизайн, переробка відходів і речей для виготовлення нових). Окремо розглянуті вузько тематичні концептуальні підходи. Звичайно, можна наголосити на домінанті екологічної реальності, а це не лише дбайливе ставлення, повторне використання і переробка (рециклінг). За Е.Мореном (праця «Метод») – це ще виживання культури (природи) через врегульоване ставлення людини (зміна моральної парадигми) і ювеналізацію, фактично циклічне самооновлення природи і культури. За вище названою систематизацією проводиться ґрунтовний виклад матеріалу, що логічно підводить до твердження про багатообразність дизайну досліджуваних арт-об'єктів.

І традиційно, на завершення кожного розділу визначено нормативно-правову базу щодо проектування презентаційних просторів, що є логічно і доцільно.

**У третьому розділі «Систематизація та складові дизайну просторів для презентацій модних колекцій»** цілісно розглянуто елементи дизайну презентаційного простору відповідно до системної моделі. Встановлено залежність між типами модних брендів і формату показів та якістю дизайну презентаційного простору, який у дослідженні окреслено поняттям «клас презентаційного простору». Визначено чотири класи дизайну досліджуваних арт-об'єктів: клас «люкс» (для категорії от-кутюр), класи «преміум» (для прет-а-порте де люкс і прет-а-порте), клас «медіум» для категорії дифузних брендів, класу «економ» та ін. Зазначено, чим вищий клас дизайну презентаційного простору, тим ексклюзивнішим і дорожчим є його вирішення.

Проаналізовано окремі елементи презентаційного простору: подіуми, сцена та портал виходу моделей, глядацькі місця, система декорацій тощо. Також автором розглянуто аудіовізуальні ефекти у дизайні презентаційних просторів, зазначено на вартостях кольору, світла та звуку (й окремо, й комплексно) в організації модного показу.

Розглянуто ергономічні та нормативні вимоги до проектування. Опираючись на наукові дослідження маркетингового характеру та власний аналіз аналогів, автором визначено такі основні функції презентації модної колекції: маркетингову, економічну, соціальну, комунікаційну та естетичну.

Заявка Р.Квасниці серйозна, розділ охоплює величезний інформаційний пласт і, знову, ж орієнтований на багатосистемне дослідження.

**У четвертому розділі «Принципи та методика проектування просторів для презентацій модних колекцій»** представлено підсумки дослідження, а саме принципи та методика проектування просторів для презентації модних колекцій. Автором сформульовано дві групи принципів – загальні та спеціальні, використання яких забезпечить високу якість дизайну презентаційного простору, який буде відповідати високим естетичним вимогам,

а також буде комфортним та безпечним для всіх учасників процесу демонстрації модних колекцій (ст. 171-181). Встановлено етапність процесу організації показу колекцій мод (постановочний, технічний, завершальний), запропоновано методику проектування презентаційних просторів, яку можна використовувати для дизайну досліджуваних об'єктів будь-якого класу. Сформульовані основні вектори розвитку дизайну презентаційних просторів.

У **Загальних висновках** лаконічно сформульовані основні результати, пов'язані з запропонованою методикою проектування згідно сформульованих принципів дизайну просторів для презентації модних колекцій.

### **Значення одержаних результатів для науки й практики та рекомендації щодо їх можливого використання**

На наш погляд, результати дисертаційного дослідження характеризуються теоретичною та практичною значущістю. Вони можуть бути використані у навчальному процесі під час курсового і дипломного проектування, у розробці навчально-методичної літератури.

**Наукове і практичне значення отриманих результатів** полягають у тому, що результати дослідження можуть бути використані для подальших досліджень освітніми і науково-дослідними установами, у міських програмах при проведенні тижнів моди, у проектуванні презентаційних просторів для модних колекцій тощо.

### **Повнота викладення наукових положень, висновків і рекомендацій дисертації в опублікованих працях**

Основний зміст роботи опублікований в 11 друкованих працях. До їх числа входять: 3 – у вітчизняних фахових наукових виданнях, включених до переліку ВАК України; 2 – публікації у закордонних фахових виданнях, 2 – публікації в інших виданнях, 4 – тези доповідей та матеріали конференцій.

Кількість доповідей на наукових конференціях свідчить про достатньо повну апробацію роботи. Список публікацій за темою дослідження вказує на повне викладення положень роботи у встановлених ДАКом наукових виданнях.



## **Відповідність змісту автореферату основним положенням дисертації.**

Ознайомлення з текстом автореферату дисертації дає підстави стверджувати, що за структурою та змістом він, в основному, відповідає вимогам, що ставляться МОН України. У тексті автореферату відображені основні положення, зміст, результати і висновки здійсненого Р.Квасницею дисертаційного дослідження. Автореферат відповідає змісту дисертації і розкриває її основні положення. Наголосимо, що зміст автореферату та основні положення дисертації є ідентичними.

## **Дискусійні положення та зауваження**

Загалом, позитивно оцінюючи здобутки дисертантки у дисертації, вважаю за необхідне зазначити певні недоліки, які потребують дискусійного обговорення

1. Питання до вживання терміну «простір» чи «простори». На мою думку, доречно, послуговуватися терміном «простір» як загальною абстрактною категорією, як один простір – сценічний, на відміну від «просторів», як поліморфних, призначених для різних прикладних цілей і аудиторій.

2. Динаміка еволюції дизайн-технологій тяжіє до дігитальних альянсів, що не завжди йде на користь визначення антропної (людиновимірної) складової видовищного синтезу сучасної арт-комунікації. Важливо хоча б накреслити ознаки арт-сцени модного простору на перспективу.

3. І, зрештою, останнє побажання – дисертантка, яка обізнана з проблематикою моди, могла б більш детально прописати перспективи розвитку арт-просторів вітчизняної моди, яка завжди тяжіла до камерності, ландшафтності, мальовничості.

## **Загальні висновки й оцінка дисертації**

Незважаючи на зауваження, які не знижують загальної цінності роботи, дисертація повністю відповідає науковій спеціальності 17.00.07 – дизайн.

Дисертаційне дослідження – є архітектурно-центристським, орієнтованим на обґрунтування теми і свідчить про одну з головних рис роботи –

фундаментальність і системність, а за своїм задумом робота може у майбутньому розвинути у докторську. Автор тяжіє до системного менеджменту організації проектної діяльності в рамках формування просторових артефактів. Ілюстративний матеріал - об'ємний, дизайнерсько оформлений, розкриває зміст дисертації, заслуговує особливого схвалення.

Дисертація Р.Квасниці є завершеною науковою працею, яка пов'язана з вирішенням актуальної науково-прикладної задачі - визначити основні принципи та вдосконалити методіку дизайну просторів для презентації модних колекцій. Її автор Квасниця Р.Б. представляє собою сформованого наукового працівника, який здатний грамотно і на сучасному рівні вирішувати науково-прикладні задачі.

Автореферат відповідає змісту дисертації і розкриває її основні положення.

Враховуючи висловлене, вважаю, що дисертаційна робота на тему: «Дизайн просторів для презентації модних колекцій» відповідає вимогам п. 11,14 «Порядку присудження наукових ступенів і присвоєння вчених звань» ДАК Міністерства освіти і науки України, які висуваються до кандидатських дисертацій, а її автор Квасниця Роксоляна Богданівна заслуговує присудження ступеня кандидата мистецтвознавства за спеціальністю 17.00.07 - дизайн,

### Офіційний опонент:

Кандидат мистецтвознавства,

професор кафедри Дизайну костюма, Вчений секретар

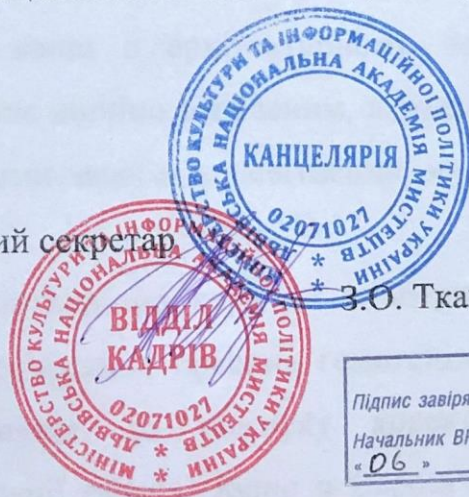
Львівської національної академії мистецтв

Відгук професора З.Тканко

ЗАСВІДЧУЮ:

Поректор з наукової роботи Львівської національної академії мистецтв  
кандидат мистецтвознавства, професор

ЛНАМ
Підпис завіряю <u>Тканко З.О.</u>
Начальник ВК <u>М.Б.</u>
«06» <u>04</u> 20 <u>22</u> р.



Р.М.Яців