

67-72-106/1
15. 11. 2019

ВІДГУК

офіційного опонента, доктора мистецтвознавства, доцента,
професора кафедри дизайну Яковець Інни Олександрівни
на дисертацію Борисенко Ольги Миколаївни
**«Становлення і розвиток комунікативного дизайну в Галичині
другої половини XIX – першої третини XX століть»,**
подану на здобуття наукового ступеня кандидата мистецтвознавства
за спеціальністю 17.00.07 – дизайн

Комунікативний дизайн сьогодні об'єднує в систему такі компоненти як візуальний дизайн, рекламу, ілюстрування, шрифтову культуру, друковані процеси, інформаційні об'єкти в міському середовищі, анімацію, перформанс, брендинг, копірайтинг, телевізійний і WEB-дизайн, Інтернет тощо. Функціональність дизайну цьому не перешкода, тепер і вона визначається насамперед комунікативною функцією. Комунікація – це активне звернення до споживача, інформативність, виразність мови, актуальність. Комунікативний дизайн це не стільки «знання форми», а «форма знання».

Становлення візуальної культури відбулося задовго до сьогодні. Про це свідчить аналіз мови первісних народів, в якій домінували чуттєві зображення. Візуальність сьогодні розуміють не стільки як фрагмент сукупного тексту культури, скільки як специфічний спосіб виробництва значень. Створення візуальних образів можна вважати необхідною формою презентації знання. Візуальні образи належать не до текстової очевидності, а є текстом, який може і має бути прочитаний. Тому аналіз становлення і розвитку комунікативного дизайну в Галичині другої половини XIX — першої третини XX століть, зумовлений необхідністю вивчення досліджуваної проблеми у контексті соціокультурних трансформацій у регіоні та загальноєвропейських процесів розвитку комунікативного дизайну, є своєчасним і затребуваним, має теоретичне і практичне значення.

Останнім часом проблема комунікативного дизайну у світовому контексті викликає значний інтерес. Це стало важливим і для проєктної культури

України. Тому аналіз об'єктів графічно-дизайнерського мистецтва та творчості митців Галичини крізь призму комунікативного дизайну дав змогу зробити висновок про **актуальність** обраної проблеми.

У представленій роботі, що **уперше в Україні** комплексно розглядає й аналізує становлення та розвиток комунікативного дизайну в Галичині зазначеного періоду як цілісного явища і багатоаспектного процесу в умовах соціокультурних трансформацій, з'ясовано чинники впливу на формування комунікативного дизайну цього періоду; систематизовано базові поняття комунікативного дизайну і введено у науковий обіг терміни «комунікативний простір», «комунікативний дизайн»; розроблено авторську періодизацію становлення і розвитку комунікативного дизайну; визначено типологію об'єктів / предметів дизайн-графіки в Галичині другої половини ХІХ — першої третини ХХ ст.; виявлено та введено в науковий обіг низку об'єктів / предметів комунікативного дизайну в Галичині досліджуваного періоду; з'ясовано місце комунікативного дизайну Галичини в умовах соціокультурних трансформацій другої половини ХІХ — першої третини ХХ ст. у системі європейських процесів розвитку художньо-проектної культури.

Методи дослідження сформовані на базі методологічних основ сучасної науки і ґрунтуються на використанні міждисциплінарного та системного підходів до розв'язання поставлених завдань. У роботі застосовано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження.

Завдання дослідження логічно та послідовно розв'язано у чотирьох розділах, розкриваючи специфіку становлення і розвитку комунікативного дизайну Галичини в умовах соціокультурних трансформацій другої половини ХІХ — першої третини ХХ ст.

Важливою особливістю дослідження є акцентування уваги на тому, що джерелом комунікативного простору Галичини є багатовікові духовні й матеріальні традиції народного мистецтва, а об'єкти дизайн-графіки є невід'ємною частиною мультикультурного національного надбання. Визнача-

льною є роль національної складової та внесок творців дизайну Галичини у становлення і розвиток художньо-проектної культури.

Авторкою доведено, що характерним для розвитку комунікативного дизайну в Галичині є дуалістичність — входження до загальноєвропейського і польського художнього процесів та формування національно-культурного мистецького простору (п.2.4. стор.72). Адже до сьогодні не здійснено комплексного дослідження щодо особливостей становлення і розвитку комунікативного дизайну Галичини, а отже, ця проблема потребувала цілісного ґрунтового аналізу й багатоаспектного підходу в розкритті теми.

Ольгою Миколаївною також доведено, що візуальна комунікація створюваних об'єктів відбувалася засобами типографіки, фотографіки, інфографіки, які є засадничими у комунікативному дизайні, та показано, що візуально-комунікативна функція в об'єктах дизайн-графіки встановлює чіткі зв'язки змісту та форми.

Вагомим досягненням дисертаційної роботи вважаємо те, що теоретичні й практичні набутки художньо-проектної спадщини в Галичині другої половини ХІХ — першої третини ХХ століть є важливим підґрунтям для нагромадження подальшого наукового досвіду та розв'язання прикладних завдань сучасного комунікативного дизайну з метою формування візуально-комунікативного середовища, що становить певний науковий інтерес. Історичні аналогії дають змогу осмислити комунікативний дизайн досліджуваного періоду як значуще явище національної культури в системі європейських процесів розвитку художньо-проектної культури.

Важливим здобутком проведеного Борисенко О. М. дослідження потрібно вважати змістовні таблиці, запропоновані автором (Періодизація становлення і розвитку комунікативного дизайну в Галичині (рис.2.1, стор.52); Параметри комунікативного дизайну Галичини другої половини ХІХ — першої третини ХХ століть (табл.3.1, стор.92); Види об'єктів дизайн-графіки за технологічними характеристиками (табл.3.2, стор.101); Комунікативні контексти трансферу інформаційно-візуального повідомлення (табл.3.3, с.118).

Переконливість отриманих результатів підтверджує опрацювання значного за кількістю графічного матеріалу (плакатів, афіш, рекламних постерів та оголошень, обкладинок та ілюстрацій для різних видань, газет, фотоколяжів, листівок, рекламних блоків, логотипів і візуальних комунікацій тощо) та якість запропонованого альбому ілюстрацій (Додаток А, стор.223-304).

Стосовно необхідних у будь-якій рецензії критичних **зауважень**, то ми хотіли би звернути увагу на деякі моменти:

1. Хронологічні межі дослідження охоплюють владарювання двох держав, Австро-Угорщини та Другої Речі Посполитої, із різними історичними, геополітичними, соціокультурними, соціально-економічними умовами. Доцільним було б розглянути ці хронологічні періоди як окремі складові.

2. У розділі 1 **«Історіографія, джерельна база і методика дослідження» п.1.1. «Огляд літератури та джерельної бази дослідження»** за обсягом займає лише сім сторінок. Враховуючи назву дисертаційного дослідження («Становлення і розвиток...»), вважаємо, що необхідно було його збільшити. Наприклад, на с.30-32, де здійснено аналіз робіт сучасних вітчизняних дослідників графічного дизайну варто було б звернути увагу на науковий доробок вітчизняних дослідників, зокрема О. Берегової (монографія «Культура та комунікація: дискурси культуротворення в Україні ХХІ ст.», 2009), С. Прищенко (монографія «Художньо-образна система рекламної графіки», 2018) та ін.

3. Назву розділу 3 **«Комунікативний дизайн у Галичині другої половини ХІХ – першої третини ХХ століть»** занадто широка. Доцільним було б її конкретизувати. Наприклад, «Особливості та закономірності комунікативного дизайну...», «Особливості функціонування комунікативного дизайну...», «Специфіка комунікативного дизайну...».

4. У п.3.2. **«Типологія об'єктів дизайн-графіки в комунікативному просторі»** визначено, що до об'єктів дизайн-графіки у візуально-інформаційному комунікативному середовищі Галичини належать: рекламна графіка, плакат, книжково-журнальна графіка, прикладна графіка, промисло-

ва графіка, фотографіка, кінографіка, корпоративна ідентифікація, візуальні комунікації, знаково-інформаційні об'ємно-просторові структури, а у п.3.4 «Художньо-проектна діяльність: комунікативні засоби, об'єкти дизайн-графіки» наголошено, що засобами комунікації стали торговий знак і торгово-промисловий плакат, рекламна графіка. Але названі засоби комунікації та об'єкти дизайн-графіки у візуально-інформаційному комунікативному середовищі є загальними, властивими не тільки для дизайну Галичини. Виявлення специфічних засобів / об'єктів, характерних лише для Галичини, значно збагатило б пропоноване дослідження.

5. У вступі сформульовано вісім завдань, а у висновках маємо шістнадцять ґрунтовних позицій, що є неузгодженим.

Втім висловлені міркування мають дискусійний характер і не впливають на високу оцінку пропонованого наукового дослідження.

ВИСНОВОК. Дисертація Борисенко Ольги Миколаївни «Становлення і розвиток комунікативного дизайну в Галичині другої половини ХІХ – першої третини ХХ століть», є завершеною, самостійно виконаною роботою, кваліфікаційною науковою працею, має високий науково-теоретичний рівень та новизну. Дисертація містить науково обґрунтовані результати, є суттєвим внеском у розвиток мистецтвознавства й відповідає пп. 9-10 «Порядку присудження наукових ступенів», затвердженого Кабінетом Міністрів України від 24 липня 2013 р. № 567 (зі змінами), а її авторка заслуговує присудження наукового ступеня кандидата мистецтвознавства за спеціальністю 17.00.07 – дизайн.

Офіційний опонент, доктор
мистецтвознавства, доцент,
професор кафедри дизайну
Черкаського державного
технологічного університету



І. О. Яковець