

ВИСНОВОК

про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів
дисертації
«Комунікаційні засоби в дизайні костюма та їх вираження у складових
професійного іміджу»
здобувачки вищої освіти ступеня доктора філософії
Овакімян Лаури Юріївни
за спеціальністю 022 Дизайн
(галузь знань 02 Культура і мистецтво).

Кафедра мистецтв та дизайну костюма
Київського національного університету технологій та дизайну

Актуальність теми та її зв'язок із планами науково-дослідних робіт.

Сучасне ділове середовище характеризується високою конкуренцією, динамічними змінами та глобальними тенденціями, що формують нові вимоги до особистого іміджу кожного професіонала. У цьому контексті поняття «професійний імідж» набуває особливої актуальності. В умовах сучасного ділового світу зовнішній вигляд керівника/лідера стає не лише відображенням його особистості, але й одним з індикаторів професійності, авторитету та здатності управляти.

Костюм є виразником не лише зовнішніх ознак та індивідуальних характеристик людини, а й засобом впливу на групи людей, отже, – може бути наділений рядом символів у вигляді форм, стильових рис, кольорів, оздоблення і деталей, що дозволяє розглядати його як об'єкт комунікації та розробки професійного іміджу. Комунікаційну функцію костюма, його знаково-символічні аспекти активно використовують в соціумі, вони мали велике значення в житті окремих людей та окремих культурних спільнот. У пошуках унікальних рис при створенні професійного іміджу для жінок і чоловіків важливого значення набувають комунікаційна функція костюма та трактування зовнішності людини як об'єкту професійного і культурного діалогу. Візуальний образ людини в костюмі містить взаємопов'язану смислову інформацію, що транслює сутність її уявлень про себе, світ, явища і речі та дає змогу обмінюватися значущими повідомленнями. Професіонали різних сфер – політики, бізнесу, культурної, виробничої, творчої – мають потребу не просто у якісному та зручному одязі, але і в одязі, який допомагає досягати цілі, розвивати і закріплювати успіх в професійних і міжособистісних комунікаціях.

Зв'язок теми дослідження з планами науково-дослідних робіт.

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» (2021-2023рр.), та у межах ініціативної теми «Н/н 43/24 Естетичні аспекти в проектуванні костюма у контексті полікультурної інтеграції».

Особистий внесок здобувача в отриманні наукових результатів.

1. Проаналізувавши підходи вчених з галузей психології, соціології, менеджменту, мистецтвознавства до створення іміджу, сформульовано 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.

Визначено структуру професійного іміджу керівника/лідера: *зовнішній вигляд* включає портретні характеристики, фізичні дані (зріст, тип обличчя, волосся, фігури), одяг (костюм, взуття, аксесуари, доповнення), зачіску, манеру поведінки, жести, міміку; *іміджева символіка* об'єднує особисту атрибутику, деталі, ознаки що транслюються), знакові символи (числа, герб, логотип, марка, предмети оточення тощо); *індивідуально-особистісні характеристика* включає професійні якості, особистісні якості, стиль взаємовідносин з людьми, родина, стосунки з близькими, хобі, захоплення); *соціально-рольові характеристики* розкривають амплуа, соціальну роль, місію – соціально важливі цілі, користь для суспільства, легенду, історію життя людини, репутація, цінності, пріоритети.

2. Враховуючи теоретико-методологічні основи формування професійного іміджу, представленого: в аспектах комунікаційних засобів костюма за аналогією із лінгвістикою (Т. Тодорович, А. Павко-Чуден, К. Кошак, Т. Топоришич, А. Дж. Греймас, Е. Лур'є), у розгляді костюму і моди як об'єктів дослідження семіотики (Р. Барт, Ж. Бодріяр, Ф. де Сосюр), у працях з іміджмейкінгу та з практик ділового іміджу (Г. Почепцов, В. Бебик, О. Мазоренко, І. Мосійчук, О. Горбанюк, В. Размус, К. Кава, О. Михайлич), у висвітленні питання проектування костюма, його актуальних напрямів з посиленою комунікаційною функцією (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, Л. Дихнич, А. Харчекно, Х. Шевчук та ін.), у дисертації обґрунтовано підхід до формування професійного іміджу в складовій зовнішнього вигляду, що базується на професійних потребах, врахуванні вікових характеристик, які істотно впливають на вибір стилю, колір, силует, довжину та інші параметри.

3. Проаналізовано комунікаційні засоби та художньо-естетичні особливості напряму в дизайні костюма «power dressing»; з'ясовано особливості його розвитку від 1920-х рр. до ХХ століття. Проаналізовано концепції напряму «power dressing» таких дизайнерів, як Г. Шанель, І. Сен Лоран, Дж. Армани, К. Лагерфельд, Дж. Гальяно.

Розглянуто комунікаційні засоби костюма з елементами прояву української ідентичності, що слугують візуальними комунікаторами між компанією, інституцією, суспільством, особистістю однієї країни та представниками іншої. З'ясовано, що функція вираження національної

ідентичності, а також вагомості та самобутності культури здійснюється за допомогою таких засобів: 1) доповнення автентичними елементами українського традиційного вбрання (декор, пояс, прикраса), або елементами, що поєднують традиційні та сучасні засоби виразності; 2) використання традиційних елементів одягу (вишиванка) в автентичному вигляді або із додаванням сучасного бачення; 3) застосування у формоутворенні/конструкції сучасного костюма елементів, деталей, вставок, які відображають традиційний орнамент, символіку, кольорові сполучення тощо; 4) застосування знаків і символів – за допомогою нанесення на одяг та аксесуари рисунку, графічних елементів або комбінацій графічних елементів, оздоблення вишивкою, аплікацією та інших творчих прийомів; 5) використання кольорів національного прапора в кольорах одягу або у вигляді доповнень, аксесуарів.

4. Запропоновано алгоритм розробки професійного іміджу, що включає 10 етапів:

- 1) аналіз професійних потреб людини, які мають задовольнятися за допомогою образно-функціонального вирішення (професійна сфера і кар'єра, родинне коло, навчання та розвиток);
- 2) з'ясування призначення образу (неформальний образ, діловий, повсякденний, ошатний, вечірній, для відвідування заходів різного спрямування);
- 3) виявлення стильових уподобань споживача, визначення стильового рішення відповідно до призначення образу і потреб;
- 4) аналіз зовнішніх параметрів (тип обличчя, волосся, фігури);
- 5) визначення комунікаційних засобів у створенні конкретного іміджу;
- 6) встановлення смислових акцентів образу; визначення форм, силуетів, фактур, кольорових поєднань, декоративного оздоблення, визначення унікального елементу іміджу;
- 7) встановлення відповідності індивідуальних параметрів визначеним комунікаційним цілям;
- 8) ескізне пошукове проєктування іміджу; візуалізація образно-стильової структури;
- 9) реалізація задуму: підбір і компоновання, виготовлення елементів одягу;
- 10) підбір взуття, доповнень; виконання зачіски, макіяжу.

Виконано реалізацію запропонованого алгоритму у призначенні ділового стилю для чоловіка і жінки, зайнятих в управлінському напрямі.

Обґрунтованість і достовірність наукових положень, висновків, рекомендацій, які захищаються, визначається:

– джерельною базою, що охоплює широкий корпус наукової літератури, праць вузької проєктної спеціалізації, візуальні джерела, та нараховує три основних групи: образи представників управлінської ланки різних сфер діяльності (політика, державне управління, виробництво, наукова, технічна, правова діяльність, освіта, мистецтво, спорт тощо), представлені у публікаціях засобів масової інформації у вигляді фото- та відеоматеріалів, що демонструють специфічні рішення у створенні візуального іміджу залежно від специфіки професійної сери; концептуальні підходи стилістів костюма та

іміджмейкерів щодо створення професійного іміджу залежно від професійних цілей і потреб; дослідження істориків, теоретиків і практиків дизайну костюма стосовно його стильових, формотворчих, композиційних, декоративно-оздоблювальних, колористичних характеристик та їх вираженні у комунікаційній функції одягу.

– методологією дослідження на засадах комплексного підходу у сукупності загальнонаукових методів (історичного, хронологічного, аналітичного, вибіркового, типологічного, порівняльного) та мистецтвознавчих (образно-стилістичного і формального аналізу, семантичного); дедуктивний метод викладу матеріалу зав змогу виокремити у загальній структурі іміджу сутність поняття «професійний імідж», а також серед загальних характеристик костюма зосередити увагу на його комунікаційній функції.

– проведеним аналізом та викладеним матеріалом щодо комунікаційної функції костюма та її значення у створенні професійного іміджу керівника/лідера, виявленій у зразках образів політиків, представників сфер державного управління, виробництва, наукова, технічна, правова діяльність, освіта, мистецтво, спорт тощо;

– результатами впровадження основних теоретичних і практичних положень дослідження у компанії SIC Group (бізнес-консалтинг та послуги) зі створення іміджу публічних особистостей у рамках ПР-кампаній.

Основні результати дослідження, ступінь їх науково новизни та значущості. Отримані в процесі дослідження наукові результати в сукупності дозволили розв'язати важливе науково-прикладне завдання щодо вивчення та систематизації комунікаційних засобів костюма з врахуванням специфіки професійних цілей і потреб у створенні іміджу керівника/лідера.

Основні положення, що визначають наукову новизну дисертаційної роботи полягають у наступному:

- досліджено теоретичні і практичні підходи до визначення дефініції «професійний імідж»;

- систематизовано візуальний матеріал, що презентує ефективні зразки іміджу керівника/лідера в історичній ретроспективі та характеризує їх як професіоналів певної сфери;

- виявлено комунікаційні засоби в дизайні костюмі та обґрунтувань їх ефективність щодо досягнення професійних цілей та впливу на оточення;

- розроблено та реалізовано алгоритм створення професійного іміджу.

Практичне значення роботи. Матеріали дослідження є основою для подальших розвідок щодо прояву комунікаційної функції костюма в образах представників управлінської ланки суспільства. Результати роботи можуть бути використані в лекційних курсах з дисциплін «Історія мистецтв і дизайну», «Проектування костюма», «Стиль та імідж», а також у розробці візуальних складових образу публічної особистості, у практичній діяльності дизайнерів одягу, стилістів. Робота може бути використана для написання навчальних посібників, методичних рекомендацій, при укладанні енциклопедій, тлумачних довідників, створенні інтернет-сторінок тощо.

Повнота викладення матеріалів дисертації в публікаціях та особистий внесок у них автора.

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 публікації 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 (Постанова Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 р. № 44).

Наукові праці, у яких відображені основні наукові результати дисертації:

Праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації

1. Овакімян Л. Ю., Кротова Т. Ф. Художньо-символічні засоби вираження влади і впливу в образах видатних постатей Стародавнього світу. *Art and design*. 2023. № 1(21). С. 126–134. DOI:10.30857/2617-0272.2023.1.12. URL: <https://artdesign.knutd.edu.ua/wp-content/uploads/sites/33/2023/05/12-AD-1-2023.pdf>
2. Овакімян Л. Візуальні прояви наративів влади в образі Людовика XIV. *Актуальні питання гуманітарних наук*. Вип. 64, том 2, 2023. С.50-56. DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/64-2-8>. URL: https://www.aphn-journal.in.ua/archive/64_2023/part_2/8.pdf
3. Овакімян Л. Професійний імідж керівника: особливості створення засобами дизайну костюма. *Український мистецтвознавчий дискурс*, 2025(1), 147–157. URL: <https://doi.org/10.32782/uad.2025.1.15>
4. Овакімян Л.Ю., Кротова Т.Ф. Ключові позиції семіотики у формуванні професійного іміджу засобами костюма. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. Науковий збірник*. Рівне : РДГУ, 2025. Вип.50. С.436-443. URL: <https://zbirnyky.rshu.edu.ua/index.php/ucpmk/article/view/999?articlesBySimilarityPage=6>
5. Овакімян Л.Ю., Кортяк І.В. Патент України на промисловий зразок: кросівки. № 34753. Опубліковано 26.06.2017, бюл. № 12/2017.

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

6. Ovakimian L. Happenings factor influencing the increase of Ukrainian national costume motives role in Trendssetting for clothes design. *Збірник матеріалів IV міжнародн. наук.-практ. конф. «Актуальні проблеми сучасного дизайну»*, м. Київ, 27 квітня 2022 року: у 2 томах. Київ: КНУТД, 2022. Том 1. С. 64-66.
URL: <https://drive.google.com/file/d/1DyiDRBMHd1VeKs6UKbaCVeCPFDkdpnuD/view>
7. Ovakimian L. Power dressing. Self-presentation by means of costume styling. *Technical Scientific Conference of Undergraduate, Master, PhD students*,

- Technical University of Moldova*. Chisinau, Republic of Moldova, March 27-29, 2024, Vol. IV. p. 2181-2182. URL: <http://repository.utm.md/handle/5014/28370>
8. Овакімян Л. Стилiстичні акценти модного образу англійської королеви Єлизавети I. *Збірник матеріалів VI Міжнародн. наук.-практ. конф. «Актуальні проблеми сучасного дизайну»*, м. Київ, 25 квітня 2024 р.: у 3 томах. Київ: КНУТД, 2024. Том 1. С.145-148. URL: <https://drive.google.com/file/d/1buRanNP3M3bMj8QR6uljISUqAvCPNFRl/view>
 9. Овакімян Л., Кротова Т. Засоби прояву національної ідентичності в публічному іміджі Олени Зеленської. *2nd International scientific-practical conference «Eurointegration in art, science and education: experience, development perspectives»*. 7 March, 2025. Lithuania: Klaipėda University, 2025. С.116-120. URL: https://shmf.ku.lt/uploads/documents/files/2025%20m_%20leidinys_publicavimui.pdf

У наукових публікаціях, підготовлених зі співавторами, особистий внесок полягає: у статті «Художньо-символічні засоби вираження влади і впливу в образах видатних постатей Стародавнього світу» (*Art and design*, 2023. № 1(21)), особисто авторці належить виконання аналізу літератури, проведення аналізу творів образотворчого мистецтва щодо виявлення художньо-символічних засобів костюма, узагальнення результатів дослідження; у статті «Ключові позиції семіотики у формуванні професійного іміджу засобами костюма реалізація практичної складової дослідження» (*Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. Науковий збірник. Рівне : РДГУ, 2025. Вип.50*), авторкою проведено пошук, аналіз, систематизація матеріалів, досліджено особливості створення індивідуального стилю.

Апробація результатів дослідження.

Теоретичні, методичні та практичні положення дисертаційної роботи пройшли апробацію на 4 міжнародних науково-практичних конференціях.

Оцінка мови та стилю дисертації.

Дисертацію написано науковим стилем мови, робота є структурованою, логічно і послідовно розкритою. Зміст, оформлення рукопису виконано згідно Наказу МОН України від 12.01.2017 р. №40 «Про затвердження Вимог до оформлення дисертації» та відповідають вимогам «Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії» (Постанова КМУ від 12 січня 2022 р. № 44).

Загальний висновок:

Вважати, що дисертаційна робота Овакімян Лаури Юріївни «Комунікаційні засоби в дизайні костюма та їх вираження у складових професійного іміджу», яка подана на здобуття ступеня доктора філософії, за актуальністю, ступенем новизни, науковим рівнем та практичною цінністю, змістом та оформленням повністю відповідає вимогам п. 5-9 Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової

спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії (Постанова Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 р. № 44), вимогам наказу МОН України № 40 від 12.01.2017р. «Про затвердження вимог до оформлення дисертації», та відповідає напрямку освітньо-наукової програми Київського національного університету технологій та дизайну за спеціальністю 022 Дизайн.

Рекомендувати дисертаційну роботу Овакімян Лаури Юріївни на тему «Комунікаційні засоби в дизайні костюма та їх вираження у складових професійного іміджу», подану на здобуття ступеня доктора філософії, до захисту у разовій спеціалізованій вченій раді за спеціальністю 022 Дизайн.

Головуючий на засіданні:
доктор мистецтвознавства,
професор, завідувач кафедри мистецтва
та дизайну костюма КНУТД

 Наталія ЧУПРИНА

Підпис *Чуприна Наталія*
засвідчую
Зав. КАНЦ *Введен*

