

ВІДГУК

офіційного опонента на дисертаційну роботу

Васильєва Олександра Сергійовича

«Дизайн вебсайтів електронної комерції: еволюція, естетичні аспекти»,

представлену на здобуття ступеня доктора філософії

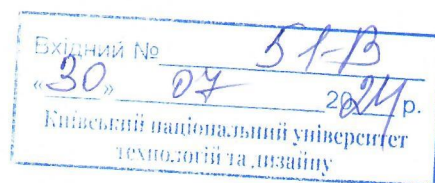
за спеціальністю 022 Дизайн галузі знань 02 Культура і мистецтво

Актуальність теми дисертації. Електронна комерція у наш час набула особливого значення в Україні, що зумовлено кардинальними змінами у життєдіяльності людей, спричиненими довготривалою пандемією Covid-19 та введенням воєнного стану. У результаті вищезазначених вимушених обставин у галузі вебдизайну відбулися потужні трансформації, котрі призвели до появи нових стратегічних завдань як у комунікативному супроводі бренду, так і в самому аспекті проектування. Бізнес продажів і пересічний покупець рівноцінно потрапили у залежність від фаховості вебдизайнера через переведення торговельних операцій на електронну платформу інтернет-мережі.

Так, динамічний розвиток електронної комерції, який ми спостерігаємо зараз, вимагає від практиків та науковців швидкої реакції та активних дій, щоб, з одного боку, забезпечити подальшу успішну дизайн-діяльність в окресленій галузі, а з іншого — гідно відповідати на запити соціуму. Саме це нагальне комплексне завдання реалізується у дисертації О. Васильєва, який у своєму дослідженні здійснив пошук обґрунтованих фахових відповідей на актуальну сучасну проблематику розробки вебсайтів маркетплейсів. У той же час, вебдизайн, як один з наймолодших дизайнерських напрямків, недостатньо вивчений у всій багатоманітності свого проектувального простору. Зважаючи на все вищезазначене, актуальність даної наукової роботи не викликає сумнівів.

Оцінка обґрунтованості наукових результатів дисертації, їх достовірності та новизни. Наукова новизна результатів дисертації є переконливою і полягає у систематизації еволюційних трансформацій з метою гармонізації проектних рішень естетичної презентації та візуальної ідентифікації сучасних вебсайтів електронної комерції.

Відповідно, у межах дослідження здобувачем вперше проведено комплексний системний аналіз еволюції дизайну вебсайтів електронної комерції в світовому контексті, визначено й охарактеризовано основні етапи розвитку; систематизовано художньо-композиційні особливості дизайну складових маркетплейсів; виявлено взаємовплив естетики та ергономіки сайту як засобу комерційної успішності сучасних підприємств; запропоновано типологію структури вебсайтів електронної комерції, відповідно до ієрархії та на основі



критеріїв візуальної презентації, засобів художньої виразності та особливостей дизайну обов'язкових інформаційних блоків; розроблено типологію логотипів підприємств електронної комерції; виявлено основні тренди у графічному представленні знаків візуальної комунікації інтерактивного середовища інтерфейсу користувача комерційних вебсайтів; а також розроблено алгоритм та проєктну модель створення вебсайту електронної комерції для подальшої реалізації на платформах CMS.

Крім того, дисертантом обґрунтовано підтверджено роль візуальних комунікацій в дизайні вебсайтів, доповнено інформацію про елементи і носії СВІ підприємства електронної комерції та складові стилістичної єдності дизайну відповідних вебсайтів, а також уточнено структурні, шрифтові та колірні рішення інтерфейсів та логотипів вебсайтів інтернет-магазинів різних товарних категорій. У той же час, у дисертації обґрунтовано взаємовплив компонентів сторінок вебсайтів та естетичних рішень логотипів і фавіконів як важливої проєктної характеристики комунікативної візуалізації образу підприємств, а також функцію маркетингових досліджень при проєктуванні сучасних дизайн-систем.

Дисертація була виконана, відповідно до напрямів наукових досліджень кафедр дизайну, мистецтва та дизайну костюма Київського національного університету технологій та дизайну «Н/н 7/20 Культурологія, естетика, конструктивно-функціональна проблематика дизайну в контексті етнокультури, екології та систем життєзабезпечення людини» (2020-2022 рр.); відповідно до науково-дослідної теми кафедри мультимедійного дизайну «Н/н 40-2/23 Мультимедіа у веб-дизайні: еволюція, основні характеристики, перспективи розвитку».

Оцінка змісту дисертації, її завершеність та дотримання принципів академічної доброчесності. Представлена дисертація є завершеною науковою працею і демонструє дотримання принципів академічної доброчесності. Розглянувши звіт подібності за результатами перевірки дисертаційної роботи на текстові співпадіння, можна зробити висновок, що дисертація Васильєва О. С. є його самостійним дослідженням і не містить елементів фальсифікації, компіляції, фабрикації, плагіату та запозичень. Використані ідеї, результати і тексти інших авторів мають належні посилання на відповідне джерело, а цитати оформлені згідно з методичними вимогами.

Мова та стиль викладення результатів. Дисертація написана українською мовою і має анотацію в англійському перекладі. Результати дослідження викладені автором послідовно і лаконічно, з використанням оптимальної кількості фахової лексики, що забезпечує доступність тексту для широкого кола фахівців. Стиль тексту дисертації відповідає науковим стандартам.

Дисертаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, проміжних і загальних висновків, списку використаних джерел і трьох додатків. Загальний

обсяг дисертації – 389 сторінок, з яких основний текст займає 185 сторінок. У ході дослідження здобувачем опрацьовано 349 найменувань літературних джерел.

У вступі висвітлені всі обов'язкові для цієї структурної частини елементи: зокрема, актуальність обраної теми та ступінь її вивчення, об'єкт, предмет, мета, завдання, структура, методи, публічна апробація дослідження, а також його наукова новизна та практичне значення.

У першому розділі представлені історіографія, методи та джерела дослідження.

Другий розділ дисертації, що складається з чотирьох підрозділів з підпунктами, присвячений особливостям дизайну та еволюції художнього образу вебсайту електронної комерції. Зокрема, у фокусі дослідження — інновації у створенні контенту маркетплейсів, відповідні структурні типологія та ієрархія, специфіка дизайн-вирішення інтерфейсів комерційних вебпроектів.

Третій розділ дисертаційної роботи містить три підрозділи з підпунктами, де розглядаються естетика композиційних моделей вебсайтів електронної комерції та тенденції розвитку відповідної дизайн-діяльності в аспектах просторово-композиційної організації інтерфейсів, побудови логотипа та інших елементів айдентики бренду, розробки візуально-комунікативних інструментів і сучасних проектно-графічних трендів.

Загальні висновки складаються з семи позицій, що зумовлено сформульованими на початку дослідження завданнями і є логічним підсумком виконаної наукової роботи.

Варто також зауважити значний обсяг візуального та інфографічного матеріалу, представленого у додатках до дисертації, що ефектно презентує результати дослідження.

Оприлюднення результатів дисертаційної роботи. Наукові результати дисертації висвітлені у 16 наукових публікаціях здобувача, серед яких 5 статей опубліковані у наукових журналах, включених до переліку фахових видань України категорії «Б»; 1 стаття — у закордонному науковому виданні; 10 публікацій оприлюднено в якості доповідей на міжнародних та всеукраїнських наукових конференціях і симпозіумах, з яких 3 — за кордоном.

Всі вищенаведені публікації достатньою мірою розкривають основні наукові результати дисертації, відповідно до вимог пп. 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. Попри загальне позитивне враження від дисертації Васильєва О.С., варто висловити наступні зауваження та коментарі:

1. На с. 182 дисертації подано таблицю під назвою «Рекомендації щодо оптимізації процесу дизайн-проектування знаків внутрішньої інфографіки вебсайтів електронної комерції», в якій на всіх етапах йде мова про «знаки внутрішньої іконографії». Чи означає це, що здобувач ототожнює поняття інфографіки з іконографією і що саме мається на увазі під цим словосполученням у даному контексті?

2. На с. 199 дисертації подається модель розробки вебсайту електронної комерції, де чотирма етапами представлений весь проєктний процес. При цьому на жодному з них не акцентована специфіка дизайну саме такого типу вебресурсів, оскільки викладені кроки є досить універсальними. Очевидно, тут був би доречним певний авторський коментар, що конкретизував би відмінності вебпроектування маркетплейсів у порівнянні з іншими вебпродуктами — скажімо, з розробкою корпоративного сайту чи персональної сторінки – портфоліо.

3. У загальних висновках зазначено, що обов'язковими складовими сторінок вебсайту електронної комерції є «логотип, хедер і футер» (с. 207). У такому разі виникає питання щодо необхідності навігації такого вебсайту та його меню.

4. Додатки до дисертації виглядають візуально змістовними та інформаційно насиченими, однак хотілося б бачити наведені графічні приклади (особливо логотипи) більш масштабними та відокремленими між собою, тому що наразі деякі їхні групи сприймаються суцільною ілюстрацією.

5. У зв'язку з малодослідженістю аналізованого напрямку проєктної діяльності було б доцільним доповненням матеріалів дисертації розміщення термінологічного глосарію.

Висловлені коментарі та зауваження жодним чином не зменшують загальної наукової цінності та практичної значущості результатів дослідження і не впливають на позитивну оцінку дисертації.

Висновок про дисертаційну роботу. Вважаю, що дисертаційна робота здобувача ступеня доктора філософії Васильєва Олександра Сергійовича на тему **«Дизайн вебсайтів електронної комерції: еволюція, естетичні аспекти»** виконана на високому 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 спеціальності 022 Дизайн галузі знань 02 Культура і мистецтво. За актуальністю, практичною цінністю та науковою новизною представлена дисертація 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.

На підставі вищезазначеного здобувач Васильєв Олександр Сергійович заслуговує на присудження ступеня доктора філософії в галузі знань 02 Культура і мистецтво за спеціальністю 022 Дизайн.

Офіційний опонент:

Доцент кафедри дизайну, реклами та ІТ
ПВНЗ «Київський університет культури»,
кандидат мистецтвознавства, доцент



Вікторія МУЛКОХАЙНЕН



«29» листопада 2024 року

