

**ВІДГУК**  
**офіційного опонента**  
**доктора мистецтвознавства, доцента**  
**Мулкохайнен Вікторії Анатоліївни**  
**на дисертацію Ланчака Ярослава Миколайовича**  
**«Графічний дизайн у брендуванні сучасних українських театрів», подану до**  
**захисту на здобуття ступеня доктора філософії**  
**за спеціальністю 022 «Дизайн» галузі знань**  
**«Культура і мистецтво»**

**1. Актуальність теми дослідження.** Актуальність обраної теми не викликає сумнівів, оскільки сучасні українські театри залишаються важливими осередками культури, водночас активно реагуючи на виклики цифрової епохи. Театр як мистецьке й соціокультурне явище потребує нових форм комунікації з глядачем, а графічний дизайн стає не лише інструментом візуального оформлення, але й засобом формування айдентики, символічної репрезентації та підтримки культурної тяглості. В умовах зростання конкуренції з новими медіа й розширенням інформаційного простору театри змушені вибудовувати власну стратегію брендування, здатну утримати увагу й сформувати лояльність аудиторії.

Саме тому дослідження семантичних і стилістичних особливостей графічного дизайну в брендуванні сучасних українських театрів набуває особливої значущості. Дисертація Я. Ланчака спрямована на осмислення різноаспектних функцій дизайну як чинника комунікації між театром та його публікою, а також на аналіз трансформацій візуальних стратегій у зв'язку з цифровізацією культурного простору. У такий спосіб тема дослідження заповнює істотну прогалину в гуманітарних студіях, поєднуючи мистецтвознавчий, культурологічний та комунікативний підходи.

**2. Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації** забезпечується послідовним описом специфіки застосування графічного дизайну у практиці брендування та іміджевої комунікації сучасних українських театрів з відвідувачами і стейкхолдерами, дослідженням семантики і стилістики традиційних видів проектування у підтримці театральних брендів – таких, як знаки, система айдентики, афіші і сайти, а також таких інноваційних технологій та візуальних інструментів, як графіка в інтер'єрі, моушн-дизайн, технології віртуальної та доповненої реальності. Здобувачем уточнено сутність ключових понять дослідження з урахуванням основних наукових концепцій.

Об'єкт і предмет дослідження, мета і завдання відповідають темі дисертації. Для досягнення мети автором застосовано комплекс загальнонаукових методів

(аналіз, синтез, порівняння, систематизація та верифікації, узагальнення, індукції, дедукції), а також такі методи аналізу емпіричного матеріалу, як візуальний опис, стилістичний аналіз, семіотичний аналіз, контент-аналіз, класифікація, типологізація, порівняльний аналіз, сутність яких детально розкрито у підрозділі 1.3.

Загальні висновки є достовірними і підтверджують отримані в роботі результати. Обґрунтованість наукових положень, результатів та висновків дисертації Я. М. Ланчака забезпечено різноплановим масивом наукових праць (246 позиції, майже половина з яких – праці іноземних авторів). Звернення дисертанта до значної кількості різноманітних за своїм походженням і характером наукових праць дало змогу повною мірою проаналізувати ґрунтовну джерельну базу проєктів графічного дизайну у сфері сучасних українських театрів.

**3. Оцінювання наукової новизни одержаних результатів.** Основні дослідження, виконані автором, за своєю сутністю є актуальними, новітніми та перспективними. Наукова новизна дисертаційної роботи полягає у системному осмисленні ролі графічного дизайну в брендуванні сучасних українських театрів. Зокрема, у дисертації вперше: розкрито специфіку і рівень розвитку брендування сучасних українських театрів; встановлено, що семантичне поле айдентики сучасних українських театрів представлено широким спектром іконічних знаків, знаків-індексів, знаків-символів; визначено релевантність семантичного наповнення знакових форм айдентики; виявлено три стилістичні групи у дизайні знакових форм у брендуванні театрів; структуровано семантико-стилістичні підходи в проєктуванні афіш українських вистав періоду 2020–2025 рр.; з'ясовано, що афіші, як один з провідних елементів позиціонування театрів у публічному комунікативному просторі, розробляються як самостійні проєкти із власною стилістикою, що не корелюється із загальною візуальною системою бренду; концептуалізовано застосування середовищного графічного дизайну в брендуванні театрів з урахуванням специфіки і стилю класичних інтер'єрів та інтер'єрів радянського модернізму.

Дисертантом уточнено та доповнено специфіку проєктування айдентики театральних брендів та відповідні критерії розроблень; тлумачення ролі цифровізації в графічному дизайні та брендуванні сучасних театрів. В дисертаційній роботі набули подальшого розвитку аналітика засобів дизайну українських афіш, зокрема – його типографічного компоненту; вивчення особливостей вебдизайну на прикладі вебсайтів українських театрів; обґрунтування доцільності впровадження інноваційних технологій (моушн-дизайн, AR/VR) у графічний дизайн театральних брендів як перспективи позиціонування та ефективних комунікацій з цільовою аудиторією.

**Практичне значення одержаних результатів.** Отримані результати мають прикладне значення, завдяки орієнтації на розв'язання актуальних проблем

сучасної театральної та дизайнерської практик. Сформульовані положення та узагальнення можуть стати основою для подальших досліджень у театрознавчій та дизайнерській сферах, а також бути використані у навчальному процесі за освітніми програмами, пов'язаними з графічним, сценічним, моушн-дизайном та середовищним дизайном. Матеріали дисертації можуть стати основою фахових спецкурсів, тематичних модулів, окремих лекцій і практичних занять, у тому числі воркшопів. Крім того, вони становлять інтерес як для науковців і викладачів, так і для практиків у галузі дизайну, культурології, мистецтвознавства та для художників, що працюють у театрах.

**Повнота викладення наукових положень, висновків і результатів в опублікованих працях.** Усі наукові положення, висновки та пропозиції, що виносяться на захист, отримано дисертантом особисто, викладено у 9 одноосібних наукових публікаціях, із них 3 статті опубліковано у виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України за спеціальністю «Дизайн», 6 праць апробаційного характеру. Наукові публікації відповідають вимогам п. 8 «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.

**6. Оцінка змісту роботи, її відповідність спеціальності.** Обрана тема дисертації і зміст роботи відповідають спеціальності 022 – Дизайн. Зміст і сутність виконаних досліджень відтворені у назві дисертації та публікаціях. Дисертаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків і додатків, має чітку структуру. Матеріали дослідження викладено послідовно та аргументовано. Логічна структура роботи дозволила дисертанту комплексно та ефективно опрацювати тему дисертаційної роботи, чітко зафіксувати результати поетапного вирішення поставлених завдань, що сприяє позитивному сприйняттю дисертації.

Вступ містить обґрунтування актуальності теми дисертаційної роботи, мету, завдання, сформульовану наукову новизну, практичне значення отриманих результатів, наведено відомості про особистий внесок здобувача, публікації та апробацію результатів досліджень.

У першому розділі дисертантом з'ясовано стан наукового розроблення проблеми, розглянуто базові для дослідження поняття, описано джерельну базу дослідження та методи її емпіричного аналізу. Методологічним підґрунтям роботи стали фундаментальні праці зарубіжних науковців в галузі семантики та інтерпретацій різних видів інформації (Ф. де Сосюр, Р. Барта, У. Еко, Ч. Пірса, Г- Г. Гадамера, А. Моля), а також українських вчених сфери методології дизайну і проектування візуальної інформації (В. Даниленка, В. Косіва, Р. Михайлової, М. Станкевича, О. Роготченка, М. Куленка, В. Мулкохайнен, А. Будника, Т. Божко та ін.). В підрозділі 1.2. проведено аналітику таких ключових понять, як

«дизайн», «графічний дизайн», «візуальна інформацій», «брендинг», «айдентика», «фірмовий знак», «афіша», «сайт», «семіотика», «репрезентація». В результаті стислого огляду потенціалу іноваційних технологій дисертант слушно зауважує, що «застосування моушн-дизайну, AR/VR, імерсивних рішень та штучного інтелекту в перспективі сприяє трансформації і сценічного простору, і графічного супроводу театру» (с. 70).

Другий розділ дисертації зосереджений на виявленні стильових та естетичних тенденцій у візуальному брендуванні українських театрів. Автор слушно констатує, що «стилістика логотипів і логознаків представлена трьома групами» – реалістичною, мінімалістичною та силуетною. Перший тип вирізняється упізнаваністю і тяглістю, але водночас страждає від візуального перевантаження, складності адаптації, відсутності модерності (с.87-88). Другий тип – мінімалістичний – забезпечує чіткість і запам'ятовуваність, сучасність і універсальність, але може бути позбавлений емоційної теплоти (с. 89). Третя група (силуетна) підсилює виразність, але, як слушно відзначає дисертант, позбавляє оригінальності та варіативності. Такий порівняльний аналіз демонструє критичний підхід автора до оцінки дизайнерських стратегій.

Проведено ретельний аналіз семіотики і стилістики афіш, які презентують ідеологію і місію театрів, але виявляють деяку розбіжність із візуальною системою загального брендування.

З позицій естетики, структурування і заповнення контентом розглянуто сучасні тенденції у вебдизайні та конкретно вебсайти українських театрів. Дисертантом виявлено, що «закономірністю у стилістиці більшості сайтів сучасних українських театрів є продовження візуальної стратегії брендування», при цьому спостерігається «домінування мінімалізму і раціональності» (с. 123). Таке поєднання функціональності та стильової чистоти дозволяє, з одного боку, зберегти цілісність бренду в цифровому просторі, з іншого – бути доступним більшій кількості потенційних глядачів театрального продукту.

У результаті аналізу автор доходить висновку, що для більшості театрів актуальною стає потреба у ребрендингу, що вимагає «партнерства театрів та дизайн-студій або закладів освіти». Цей висновок не лише підсумовує другий розділ, а й окреслює конкретні практичні завдання для подальшого розвитку театральної сфери.

Третій розділ дисертації акцентує увагу на новітніх візуальних і технологічних практиках у брендуванні театрів, демонструючи значний потенціал поєднання естетики, динаміки та інновацій. Здобувач обґрунтовано відзначає, що «динамічний візуальний контент, утворений застосуванням новітніх технологій, містить унікальний потенціал для позиціонування театру», адже цифровізація трансформує традиційні формати (плакати, логознаки) в «анімовані, інтерактивні візуальні образи, здатні емоційно впливати на глядача та забезпечувати стійку ідентифікацію бренду».

Особливої уваги заслуговує характеристика моушн-дизайну як «синтетичної форми візуальної культури, яка поєднує графіку, анімацію, звук і час», створюючи багатовимірний емоційний досвід. У поєднанні з технологіями це відкриває можливість розширення естетичного простору театру, надаючи афішам, навігаційним системам, інформаційним стендам нового рівня інформативності та художньої виразності.

Показовим є також звернення до української практики: дисертант наводить приклади використання AR/VR у театральній сфері впродовж 2020-х років, наголошуючи, що, попри поодинокі креативні сценарії, широке впровадження технологічних інновацій гальмується технічною інфраструктурою, браком спеціалістів, фінансовими обмеженнями, а також недостатньою відкритістю до подібних впроваджень з боку цільової аудиторії. Цей аналіз виглядає значущим, адже вказує на системні виклики, що потребують розв'язання для подальшого розвитку театрального брендингу.

У підсумку дисертант слушно констатує, що «інноваційні технологічні практики наближають театр до нового етапу розвитку, де сцена розширюється у цифровий простір, а глядач стає активним учасником подій» (с. 161). Цей висновок підкреслює стратегічну важливість поєднання естетики й технологій у сучасному графічному дизайні та визначає перспективний напрям для майбутніх досліджень.

У висновках підсумовано результати дослідження, висвітлено позиції наукової новизни.

У додатках наведено ілюстрації, які вичерпно демонструють визначені класифікації і систематизації, а також доводять теоретичні узагальнення.

Таким чином, представлена дисертація є завершеною науковою роботою та повністю відповідає всім вимогам, що висуваються до дисертацій на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 022 - Дизайн.

**Зауваження до змісту дисертаційної роботи.** Попри загальне позитивне враження від дослідження, деякі його аспекти потребують уточнення і коментарію:

начну увагу приділено вивченню одного з фундаментальних понять дослідження – семіотиці, але це здійснено з узагальненим філософським підходом, що призвело до певного відхилення від теми візуалізації інформації та графічного дизайну.

огляду на тему, об'єкт і предмет дослідження, варто було б ширше дослідити наукові праці і практичні рекомендації щодо брендування, внести уточнення у визначення цього поняття.

е вистачає аргументації деяких підсумкових позицій, зокрема – про обмежене використання «середовищного графічного дизайну» в інтер'єрах сучасних українських театрів, авторським фотоматеріалом цих інтер'єрів як результату виїзних експедицій. Крім того, саме формулювання «середовищний графічний

дизайн» виглядає дещо некоректним – пропонувала б замінити на «графіка в інтер'єрі».

Утім, вказані зауваження не знижують наукової цінності дисертаційної роботи Я. М. Ланчака, виконаної на високому професійному рівні, не впливають на головні теоретичні та практичні результати роботи, а лише вказують можливі аспекти продовження дослідження запропонованої наукової проблеми.

**8. Відповідність дисертації встановленим вимогам.** Дисертація Ярослава Миколайовича Ланчака відповідає нормативним вимогам до оформлення, затвердженим Наказом Міністерства освіти і науки України від 12.01.2017 № 40 (зі змінами, внесеними згідно з Наказом Міністерства освіти і науки України № 759 від 31.05.2019). Порушень академічної доброчесності у дослідженні не виявлено.

**9. Загальний висновок.** Дисертаційна робота Я. Ланчака «Графічний дизайн у брендуванні сучасних українських театрів» є самостійною, завершеною науковою працею. Сформульовані в тексті дисертації мета і визначені завдання реалізовані автором повною мірою на високому теоретичному рівні. Основні положення і висновки роботи є аргументованими, підтвердженими змістом дисертації та достовірними.

На підставі здійсненого аналізу можна стверджувати, що дослідження Ярослава Миколайовича Ланчака «Графічний дизайн у брендуванні сучасних українських театрів» відповідає чинним вимогам МОН України – «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, а його автор заслуговує на присудження ступеня доктора філософії за спеціальністю 022 – Дизайн галузі знань 02 «Культура і мистецтво».

**Офіційний опонент:**

доктор мистецтвознавства, доцент,  
завідувач кафедри дизайну, реклами та ІТ  
ПВНЗ «Київський університет культури»

 Вікторія МУЛКОХАЙНЕН

