

ВІДГУК

офіційного опонента на дисертаційну роботу
Березко Олени Володимирівни
**“Архітектурно-планувальна організація комунікативного простору у
структурі торгово-розважальних центрів”**
представлену до захисту на здобуття наукового
ступеня кандидата архітектури
за спеціальністю 18.00.02 “Архітектура будівель і споруд”

Актуальність теми дисертаційної роботи. Протягом останнього десятиліття такий тип будівлі, як торгово-розважальний центр (далі ТРЦ) набуває все більшої популярності в Україні. Нові ТРЦ будуються майже щороку. Поруч із цим, у вітчизняній теорії та практиці архітектури відсутні спеціальні методичні розробки та рекомендації щодо проектування будівель такого типу. Внаслідок чого проектуванням ТРЦ часто займаються закордонні архітектурні компанії, що не сприяє розвитку цієї галузі у нас.

Тривалий час дослідники ігнорували такий тип будівлі через виключно комерційну спрямованість, викликавши несприйняття його серед архітекторів традиційної школи. Проте з часом, незважаючи на критичне ставлення, ТРЦ став одним із формотворчих чинників планувальної структури міста, що має неабиякий вплив на його життя, здоров'я та життєздатність.

Саме тому робота Березко О. В., присвячена дослідженню комунікативного простору ТРЦ, є актуальною та затребуваною. Особливої уваги заслуговує проведена у роботі паралель між комунікативним простором ТРЦ та громадським простором міста. У світлі цього підходу у роботі сформовано принципи архітектурно-планувальної організації комунікативного простору, що засновано на широкому спектрі потреб відвідувачів.

Дисертаційна робота Березко О. В. є актуальною, оскільки в цій роботі розглядається потенційний розвиток комунікативного простору ТРЦ як громадського простору міста, що дозволить значно підвищити якість досвіду, який отримують відвідувачі. У роботі враховано усі можливі аспекти функціонування такого простору, висновки добре обґрунтовані.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в тому, що на основі проведеного аналізу значень терміна «комунікативний простір» у суміжних дисциплінах, автором розширено значення поняття «комунікативний простір торгово-розважального центру». В результаті проведеного дослідження вітчизняного та закордонного досвіду проектування торгово-розважальних центрів, автором вперше у вітчизняній теорії та практиці архітектури розроблено типологію комунікативних просторів торгово-розважальних центрів та диференційовано їхні елементи. Визначено та обґрунтовано п'ять принципів архітектурно-планувальної організації комунікативного простору

на основі фізичних, психологічних, соціальних та естетичних потреб відвідувачів. А також відповідно до визначених принципів, сформовано рекомендації щодо архітектурно-планувальної організації комунікативного простору на основі метричних, типологічних та естетичних характеристик.

Обґрунтування наукових положень, висновків та рекомендацій базується на застосування комплексу сучасних теоретичних та практичних методів проведенні наукових досліджень. У роботі проведено аналіз та систематизації літературних джерел, порівняльний та статистичний аналіз вітчизняного та закордонного досвіду проектування. За допомогою методів натурного обстеження, системного аналізу поверхових планів досліджуваних об'єктів, а також методів типології та класифікації у дисертаційній роботі сформовано типологію комунікативних просторів ТРЦ та розроблено принципи їхньої архітектурно-планувальної організації.

Практичне застосування результатів дослідження може мати застосування при коригуванні вітчизняної нормативної бази з проектування закладів торгівлі та навіть стати підставою для розроблення Державних будівельних норм і проектування ТРЦ (розроблені автором типологія комунікативного простору ТРЦ та рекомендації див. підрозділи 4.1, 4.3). Розроблені автором принципи архітектурно-планувальної організації із сформованими до них рекомендаціями беззаперечно можуть бути використані при проектування нових та реконструкції наявних закладів багатофункціональних торгово-розважальних об'єктів. Також доцільним буде використання результатів у навчальному процесі у вишах архітектурного спрямування та при проведенні подальших наукових досліджень стосовно архітектурно-планувальної організації багатофункціональних торгово-розважальних об'єктів.

Повнота викладу матеріалів дисертації в опублікованих працях та авторефераті є достатньою про що свідчить кількість опублікованих праць – 12 наукових публікацій з яких: 4 – у наукових фахових виданнях України, 1 – у науковому періодичному виданні іншої держави, 1 колективна монографія, а також у 6 інших публікаціях, матеріалах та тезах доповідей. Висновки за результатами дослідження доповідалось та було обговорено на міжнародних, всеукраїнських науково-практичних конференціях. У публікаціях автора повністю висвітлено результати дослідження.

Дисертаційна робота О. В. Березко складається з одного тому, включає всі необхідні розділи основного тексту дисертації, а саме: вступ, чотири розділи з висновками, загальні висновки, список використаних джерел та додатки. Загальний обсяг роботи становить 225 сторінок, з них: 129 сторінки основного тексту, 20 сторінок списку використаних джерел (207 позицій бібліографії), 38 сторінок ілюстрованих таблиць, 36 сторінок додатків. Дисертація та автореферат написані державною мовою.

У вступі розкрито загальні науково-практичні положення роботи: актуальність теми, зв'язок роботи з науковими програмами, методи дослідження та його наукова новизна, межі дослідження, практична цінність одержаних результатів. Науково коректно сформульовано та визначено мету та завдання дослідження. А також чітко окреслено об'єкт та предмет дослідження.

У першому розділі «Теоретичні передумови дослідження архітектурно-планувальної організації комунікативного простору торгово-розважальних центрів» автор проводить аналіз літературних джерел з архітектури та суміжних дисциплін за темою дослідження. На основі цього дослідження автором сформовано значення двох основних термінів: «мол», що є синонімом ТРЦ та «комунікативний простір торгово-розважального центру». А також встановлено, що у проаналізованих джерелах питання комунікативного простору торгово-розважальних центрів залишається не розкритим.

У розділі проведено аналіз історичного формування комунікативного простору ТРЦ. В результаті цього аналізу встановлено, що сучасний ТРЦ є поєднанням архітектурно-планувальних засад проектування таких будівель, як універмаги, торговельні пасажі та галереї.

У другому розділі «Методичні основи дослідження архітектурно-планувальної організації комунікативних просторів» автором проведено аналіз існуючих методик дослідження об'єктів за тематикою роботи. Серед використаних у цих роботах методик автор виділив найпоширеніші методологічні методи – комплексний та системний.

Для досліджень у цій роботі автор обрав системний методологічний підхід на основі якого у розділі проведено структурний аналіз комунікативного простору, виділено його основні структурні елементи та проведено аналіз функціонування комунікативного простору як підсистеми ТРЦ.

Також у розділі сформовано емпіричну базу дослідження, окреслено географічні межі дослідження та описано покрокову методику детального аналізу кожного з обраних 30 об'єктів.

У третьому розділі «Чинники та засоби формування комунікативного простору торгово-розважальних центрів» визначено архітектурні та позаархітектурні чинники, що впливають на формування архітектурно-планувальної організації комунікативного простору ТРЦ. Серед архітектурних чинників автор аналізує наступні: містобудівельне розташування, конфігурація та рельєф ділянки забудови, розмір ТРЦ, умови будівництва, естетичний вигляд та конструктивні особливості. Серед позаархітектурних – економічний, маркетинговий, природно-кліматичний, екологічний, соціально-психологічний.

Також у розділі проведено аналіз архітектурних засобів формування простору на основі яких автор формує рекомендації щодо архітектурно-планувальної організації комунікативного простору (див. підрозділ 4.3.).

У четвертому розділі «Рекомендації щодо архітектурно-планувальної організації комунікативного простору» на сонові проведеного структурного аналізу поверхових планів (див. додаток Б) автор розробив типологію комунікативних просторів ТРЦ за наступними критеріями: розмір, переважаючий елемент, архітектурно-планувальна схема.

Також автором виділено стандартний та розширений набори функціонального наповнення комунікативного простору ТРЦ.

У розділі сформовано п'ять рівнів потреб відвідувачів у комунікативному просторі ТРЦ, на основі чого сформовано п'ять принципів архітектурно-планувальної організації цього простору: 1. принцип ергономічності; 2. принцип органічності; 3. принцип соціальної відкритості; 4. принцип гармонійності; 5. принцип «гнучкості» та поліфункціональності.

До кожного із сформульованих п'яти принципів, на основі проаналізованих засобів формування простору (див. підрозділ 3.3), розроблено типологічні, метричні, естетичні рекомендації; рекомендації щодо тектонічної та ритмічної організації простору; рекомендації щодо кольорового та світлового вирішення; рекомендації щодо предметного та функціонального наповнення; рекомендації щодо розташування засобів навігації у комунікативному просторі ТРЦ.

Загальні висновки дисертації налічують 7 положень і розкривають основні наукові результати дослідження. Ілюстрації значно доповнюють теоретичний матеріал. Зміст та структура автореферату відповідають змісту дисертаційної роботи.

Поряд із позитивними якостями проведеного дослідження в цілому, слід зазначити **окремі зауваження та побажання**:

1. Повноті відображення шляхів становлення різноманітних типів торгових і розважальних закладів бракує посилання на вітчизняний досвід історичних пасажів та на багатий шар суспільно-торгових комплексів міст України 60-80-х років.
2. В представленій роботі відсутня інформація про висновки дисертаційного дослідження Єжова С. В. «Архітектурне формування інформаційно-розподільчих (ІРП) суспільно-торгових комплексів», 1988 р. та його книгу «Архітектура суспільно-торгових комплексів», 1988 р. Результати досліджень науковця – схеми функціонального зонування, композиційні прийоми ІРП – могли б стати базою для подальших досліджень сучасних ТРЦ.
3. В дисертації зустрічаються окремі неточності редакційного та технічного характеру. Так, наприклад, у науковій новизні доцільно було б насамперед перерахувати вперше отримані наукові результати, а потім – значення поширення понятійно-термінологічного апарату теорії архітектури.

Проте ці зауваження та побажання не зменшують наукової та практичної цінності результатів дослідження.

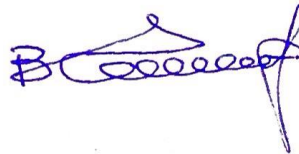
Висновок

Підсумовуючи вищесказане можна зробити висновок, що дисертаційне дослідження О. В. Березко "Архітектурно-планувальна організація комунікативного простору у структурі торгово-розважальних центрів" є завершеною науковою працею, у якій вирішено конкретне наукове завдання щодо розробки наукових принципів архітектурно-планувальної організації комунікативного простору у структурі торгово-розважальних центрів.

Оформлення дисертаційної роботи та автореферату в цілому відповідає діючим нормативним документам. Робота О. В. Березко відповідає вимогам п. 9, 11, 12 «Порядку присудження наукових ступенів» ДАК Міністерства освіти і науки України, які висуваються до кандидатських дисертацій, а її автор Березко О.В. заслуговує на присудження наукового ступеня кандидата архітектури за спеціальністю 18.00.02 – Архітектура будівель і споруд.

Офіційний опонент:

Кандидат архітектури, доцент,
доцент кафедри містобудування
Одеської державної академії
будівництва та архітектури



Ексарьов В. А.

"24" квітня 2017 р.

Підпис Ексарьова В. А. підтверджую:

"24" 04 2017 р.

Надпись
визнач



Бобовина Л. П.