



УДК 7.012:001.891

ТОН ВАН ДЕР ВІР: ОСОБЛИВОСТІ АВТОРСЬКОГО ДИЗАЙНУ ВІТРИН І МАНЕКЕНІВ

ЛАГОДА Оксана, ЛЮ Пейвей

Харківська державна академія дизайну і мистецтв, Харків, Україна
oxanalahoda@gmail.com, l.peiwei2019@gmail.com

У роботі характеризуються дизайн вітрин і дизайн манекенів, сформовані на осмисленні авторського бачення дизайнером проблематики створення образу вітрин, який сприяє магазину чи окремому бренду в тому, щоб ефектно та ефективно виділитися на тлі багатьох інших. Аналізуючи творчі здобутки новозеландського дизайнера Тон ван дер Віра, автори виявляють типові підходи до дизайну вітрин і манекенів в них. У підсумку, надають практичні рекомендації щодо вказаного процесу. Показано, що авторська методологія дизайну вітрин і манекенів як їх спеціального обладнання може бути розцінена, як альтернативна система універсальних принципів розробки модних стандартів для сучасного суспільства споживання.

Ключові слова: вітриністика, дизайн манекенів, імідж, візуальне сприйняття.

ВСТУП

Вітриністика вважається унікальним маркетинговим інструментом, який засобами дизайну реалізовує вимоги до реклами товарів різних виробників для різних соціальних груп споживачів у жорстких умовах конкуренції в суспільстві споживання. Дизайн вітрин, як складова візуального мерчандайзингу, активно використовує манекени, насамперед, як експозиційне обладнання [1]. Широкий спектр функцій вітрин і функцій манекенів взаємно підпорядковані та обумовлені концептуальним змістом, втіленим в їх дизайні. Манекени сприяють також формуванню привабливого образу магазину, який запам'ятовується завдяки дизайну самих манекенів [2]. Таким чином, вітрини створюються та функціонують рекламуючи і продаючи товари, а манекени транслюють імідж, цінності, естетичні уподобання для певної групи споживачів.

Саме ця сфера дизайн-діяльності протягом останніх десятиліть активно розвивається та професіоналізується. Вітрини перестали бути звичайною демонстрацією товарів, оскільки заповнені оригінальними художніми інсталяціями, які реалізують дизайнерський креатив. Ключовим завданням дизайну вітрин та їх обладнання, зокрема манекенів, є організація взаємодії цих дизайн-об'єктів із середовищем і споглядачами, формування конкретного образно-емоційного впливу на них, встановлення зв'язків між потенційними споживачами, виробниками дизайнерської продукції та її реалізаторами.



ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Роль дизайну самих вітрин і дизайну манекенів, що набули особливої гостроти, вимагає ретельного вивчення. А зробити це можна через вивчення професійних здобутків конкретних дизайнерів, одним із яких слід вважати Тон ван дер Віра (Ton van der Veer) і його команду. Для реалізації такого завдання можна застосовувати контекстуально-історичний та порівняльний аналіз, метод типологізації для виявлення змін у дизайні авторських манекенів. Ретроспективний огляд дизайну вітрин і манекенів повинен базуватися на комплексному теоретично-методологічному обґрунтуванні експозицій як явища та сфери художньо-проектної творчості.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Архітектор і дизайнер Тон ван дер Вір та його дизайнерське бюро вже понад двадцять років створюють креативні інсталяції вітрин магазинів. Про це можна дізнатися з їх офіційного сайту [3]. Офіс знаходиться у Новій Зеландії, але вітрини від дизайнера можна побачити у багатьох містах Європи. Вони вирізняються, насамперед тим, що досить часто порушують звичні «рамки» і правила візуального мерчандайзингу, залишаючись надзвичайно ефектними і привабливими. В команді крім дизайнера працюють висотні монтажники, електрики, стилісти, які колективно реалізують часом надскладні інноваційні інсталяції для найрізноманітніших магазинів. Вітрина як дизайн-продукт постає результатом кропіткої та чітко структурованої колективної праці однодумців.

Дизайнерське бюро Тон ван дер Віра розробляє не лише дизайн окремих вітрин, але дизайн магазинів окремих брендів, універмагів, а також мультибрендових магазинів. За роки діяльності команда створила авторський підхід до дизайну вітрин як реакцію на особливий клієнтський досвід. Представлені на сайті дизайнерського бюро фотозображення реалізованих дизайн-об'єктів засвідчують різноплановість і високий професіоналізм, обумовлені авторським «почерком» Тон ван дер Віра як дизайнера. І, що важливо, особлива роль ним відведена саме дизайну манекенів, які за ескізами дизайнера виготовляються відомими у світі виробниками – WINDOWS MANNEQUINS, GENESIS MANNEQUINS, Window France та іншими.

Відомо, що дизайнер навчався в одній з провідних дизайнерських шкіл у Європі. Однак, після її закінчення вирішив працювати водієм грузовика, що дозволило йому подорожувати. Згодом, потяг до творчості взяв гору і Тон ван дер Вір долучився до роботи в компанії візуального мерчандайзингу, де здобув важливі професійні навички і досвід. Згодом він переїхав до Нової Зеландії, де і відкрив власну справу. У пошуку авторського самовираження він постійно експериментував як з вирішенням самих вітрин, так і з дизайном їх наповнення. Таким чином, манекени стали своєрідною візитівкою дизайнера і саме їх дизайн сприяє ідентифікації його творчості. Багаторічний досвід дозволяє дизайнеру створювати самі різні 2D-концепції та успішно виконувати їх 3D-реалізацію. Його досвід полягає у створенні вітрин, наділених особливим змістом і значеннями. Клієнти вважають, що дизайнер створює інсталяції, яких вони ніколи раніше не бачили і самі ніколи б не придумали. Його ідеї нестандартні, тому він використовує широкий асортимент, як стандартного, так і нестандартного реквізиту для їх втілення.



Від 2018 року Тон ван дер Вір співпрацює з власною дружиною, яка долучилася до його справи. Мішель ван дер Вір має значимий досвід у сфері розвитку і просування бізнесу, в роботі з клієнтами і різними споживачами, що сприяє більш оптимальній організації процесу та реалізації дизайнерських ідей її чоловіка. Гаслом для творчості подружжя є те, що вони готові втілити будь-яку з ідей замовника, на яку він навіть не наважувався у власних фантазіях. Від традиційних рекламних вітрин і товарних вітрин магазинів до повної перебудови через переосмислення самих магазинів, що закладено у максимальному візуальному впливі. З цих причин на сайті дизайн-бюро Тон ван дер Вір пропонуються такі рішення: повне перетворення магазину, віконні дисплеї, тематизація в дизайні об'єктів, що може викликати інтерес і досвід клієнтів і, в результаті, зростання продажів. На цьому гаслі вибудовано специфічну авторську методологію дизайну вітрин і манекенів.

Аналіз доступних на Інтернет-ресурсах зображень вітрин, створених дизайнером і його командою, дозволив встановити такі їх особливості:

- практично всі вітрини Тон ван дер Віра сюжетні, тобто «доносять» до споглядача певний наратив. Це може бути візуальна розповідь про подорож, про екзотичні краї, про неординарну подію в житті людини, про сімейні традиції, наприклад, святкування Різдва. Але можуть бути й звичайні банальні сценки із повсякденного життя потенційних споживачів «запаковані» у виразних асоціативно-емоційних деталях;

- дизайн вітрин досить часто входить у протиріччя з архітектурним простором, в якому вони знаходяться (наприклад, має зворотну перспективу);

- переважна більшість вітрин – закриті і багатопланові. Вони мають, як горизонтальне чи вертикальне, так і діагональне членування. Іноді, такі членування поєднуються;

- дизайнер часто застосовує асиметричне компонування елементів вітрини – тла, декорацій, обладнання, що додає всій композиції динамічності, ритмічності, ефектності, створює враження хаосу;

- у кольоровому вирішенні вітрин переважають багатоколірні, контрастні поєднання. Зазвичай це кольорові «плями» різної величини. Втім, в окремих випадках (наприклад, для брендів класу *lux*) дизайнер створює оригінальні графічні композиції. В обох випадках особливу роль відіграє освітлення;

- дизайнер вправно і доволі часто використовує у вітринних інсталяціях масивні світлини реальних людей у повний зріст або фрагментарно;

- вітрини можуть бути мінімалістичними, а можуть вміщувати безліч самих різних речей (реквізиту), за допомогою якого відбувається трансляція наративу про той стиль життя потенційних споживачів, для якого виставлено товари у конкретній вітрині конкретного магазину;

- для вітрин дизайнера характерним є використання групи манекенів.

Дизайну самих манекенів Тон ван дер Вір надає особливого значення, і над образом манекенів до кожної із вітрин дизайнер працює особисто.

Серед наявних зразків можна побачити вкрай натуралістичні людиноподібні манекени для вітрин butikів відомих брендів. А можна побачити оригінальні стилізовані литі манекени, наприклад, для демократичного бренду ZARA, створені для всесвітньої мережі магазинів. За допомогою змінних перук



ці манекени перетворювалися, набуваючи специфічних рис, в кожній іншій країні, що відповідало тому чи іншому іміджу торгівельної марки, зрозумілому для споживачів. Окрім зачісок, змінюватися міг колір (відтінок) тіла манекенів, оскільки їх стилізовані обличчя не виявляли жодних етнічних рис. Манекени дизайнера досить часто мають яскраві кольори, цілковито футуристичний вигляд, складні нестандартні пози, що підкреслює типову для дизайнера грайливість і метафоричність авторського дизайну.

ВИСНОВКИ

Таким чином, результати проведеного аналізу дозволяють говорити про типові підходи Тон ван дер Віра до дизайну вітрин і манекенів для них. Виявлені особливості можуть бути розцінені як практичні рекомендації щодо процесу розробки і реалізації креативних вітрин як дизайн-об'єктів. Окреслена авторська методологія дизайну вітрин і манекенів може вважатися альтернативною системою універсальних принципів, орієнтованих на розробку нових модних стандартів та їх трансляцію засобами дизайну в сучасному суспільстві споживання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Лагода О., Лю П. Сучасні тенденції в дизайні вітрин: засоби і прийоми наповнення, специфіка експозиційного обладнання. Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених ДДПУ ім. І. Франка. Дрогобич: Вид. дім «Гельветика», 2021. Вип. 35. Том 2. С. 68-73.
2. Лю Пейвей. Информационно-художественный аспект объектов экспозиционного дизайна (витрин). Функції дизайну в сучасному світі: виміри 2020: Збірник матеріалів МНПК. Суми : ФОР Цьома С.П., 2020. С. 76-77.
3. Welcome to Ton van der Veer (офіційний сайт): веб сайт. URL: <https://www.tonvanderveer.com/about/>

LAHODA O., LIU P.

TON VAN DER VEER: FEATURES OF AUTHOR'S SHOP-WINDOW AND MANICINE DESIGN

Abstract: the article characterizes the design of shop windows and design of mannequins, formed on the understanding of the author's vision of the designer to create the image of shop windows, which helps the store or individual brand to stand out effectively and efficiently. Analyzing the creative achievements of New Zealand designer Ton van der Veer, the authors highlight typical approaches to the design of shop windows and mannequins in them. As a result, practical recommendations for this process are offered. It is shown that the author's methodology of designing shop windows and mannequins as their special equipment can be considered as an alternative system of universal principles of development of fashion standards for modern consumer society.

Key words: showcase, mannequin design, image and visual perception.