

## **ВІДГУК ОФІЦІЙНОГО ОПОНЕНТА**

**Рибалко Світлани Борисівни, докторки мистецтвознавства, проф.,  
зав. каф. мистецтвознавства Харківської державної академії культури**

на дисертацію **ЛЮ Пейвей**

**"ДИЗАЙН МАНЕКЕНІВ В ЕКСПОЗИЦІЙНОМУ СЕРЕДОВИЩІ  
ВІТРИН: ЕВОЛЮЦІЯ ФОРМОУТВОРЕННЯ В ІНДУСТРІЇ МОДИ",**

представлену на здобуття наукового ступеня доктора філософії (PhD)

Спеціальність 022 -- Дизайн. Галузь знань 02 – Культура і мистецтво

### **Ступінь актуальності теми дослідження**

Дисертаційна робота Лю Пейвей присвячена актуальній для теорії та практики дизайну проблемі – еволюції та підходам до розробки дизайну манекену у контексті предметно-просторового рішення вітрини. Наявні наукові публікації, зазвичай не висвітлюють проблему у всьому розмаїтті факторів, що впливають на зміни в естетичному та функціональному осмисленні манекену. Досліджуваний дисертантом зв'язок манекену з простором вітрини наближає упритул до розуміння закономірностей в розробці провідних засобів репрезентації модних образів. Опрацювання матеріалів щодо китайської дизайнерської практики збагачує й гілку сходовознавчих розвідок у галузі мистецтвознавства. Відтак запропонована дисертація, як міждисциплінарне дослідження, має безперечну новизну та актуальність.

### **Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації**

Ступінь обґрунтованості наукових положень, якість проведеного дослідження підтверджуються наступним:

- *джерельна база* містить значний обсяг наукової літератури та фахової періодики, опублікованої українською (118 позицій) та англійською (109) мовами. Автором враховані теоретичні роботи та розробки методичного характеру, матеріали сайтів відомих дизайнерів. Зібраний візуальний матеріал є високоякісним та репрезентативним.

- *методика та стратегія дослідження*. Дисертантом застосовувалися релевантні специфіці матеріалу та поставленим меті й завданням методи дослідження. Серед них опонентом визначені такі: історико-хронологічний, порівняльний методи; образно-стилістичний, формальний та контент-аналіз. Структура роботи повністю відображає стратегію та послідовність наукового пошуку, висновки впливають з викладеного матеріалу.

- *об'єкт, предмет та обрана проблематика дослідження* відповідають паспорту спеціальності 022 – дизайн.

### **Достовірність і новизна отриманих результатів**

Наукова новизна результатів, отриманих у процесі проведеного дослідження, полягає в тому, що: *уведено до наукового обігу нові факти стосовно*

китайського сегменту модних індустрій та засобів репрезентації модних образів; висвітлено художні та змістовні трансформації в осмисленні манекену та середовища вітрини, визначено провідні типи вітрин та підходи до їх оформлення, висвітлено сучасну дизайнерську практику.

### **Повнота викладу основних положень дисертації в опублікованих працях**

Дисертантом опубліковано **3 статті** у фахових збірках України та одну в індексованому періодичному виданні (Web of Science), з них 3 у співавторстві з науковим керівником. У цих статтях розкриваються провідні концептуальні положення роботи. Попередні результати дослідження висвітлені у тезах доповідей до наукових конференцій, загальною кількістю – 9, з яких 5 у співавторстві. Аналізуючи зміст наведених у роботі публікацій, можемо констатувати, що вони повною мірою репрезентують отримані у процесі роботи результати, що відповідає вимогам п. 8-9 «Порядку присудження ступеня доктора філософії...», затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 р. №44.

### **Практичне значення результатів дослідження**

Основні положення дисертації можуть бути використані при підготовці навчальних курсів для студентів дизайнерських та теоретичних спеціальностей; застосовуватися у концептуальній розробці вітрин сучасної торгової мережі, музейних та тимчасових експозицій.

### **Оцінка змісту дисертації, її завершеності та відповідності встановленим вимогам**

У *Вступі* подаються обґрунтування вибору теми, мети, завдань; визначаються предмет, об'єкт дослідження, наукова новизна отриманих результатів, їх теоретичне та практичне значення; наводяться данні щодо апробацій та публікацій, характеризується структура роботи.

**Перший розділ** містить розлого поданий огляд наукових праць, який охоплює не лише предмет та об'єкт, а й дотичні до проблематики дослідження розвідки. Автором, на основі контент-аналізу визначено основні підходи до вивчення теми; сформульовані основні здобутки обраних авторів. Докладно поданий й опис використаних методів дослідження. Автор не обмежується їх переліком, а переконливо показує, на якому етапі роботи та які саме завдання дослідження виконувалися тим чи іншим методом.

Позитивно оцінюючи зміст та техніку викладення основних положень розділу, відмітимо, що подальше сприйняття змісту суттєво би полегшилося, якби у зазначеному розділі були би висвітлені й праці, в яких обґрунтовуються деякі ще незагальноживані у науковому середовищі терміни, як-от «вітриністика». Такі уточнення є загальноприйнятними в науковій роботі, коли йдеться про нові терміни, у даному випадку цього вимагає ще й сформульоване автором твердження щодо наукової новизни роботи : «1.

*Обґрунтовано та впорядковано систему базових понять у галузі дизайн-проектування манекенів як експозиційного обладнання вітрин» (с.19).*

Що стосується характеристики джерельної бази дослідження, яка в цілому також є розгорнутою, структурованою, з необхідними посиланнями на відповідні видання, відмітимо деякі методичні похибки. Автором виділено чотири групи джерел, з яких три визначено як наукові і одну -- як візуальну. Якщо, дійсно, під науковими джерелами автор мав на увазі наукові дослідження (що є некоректним) – тоді про що був перший підрозділ? Відтак цілком слушні, і хотілося би підкреслити – слушні і виважені -- міркування автора щодо праць попередників, які, вочевидь, мали важливе значення для формування концепції роботи, осмислення певних історичних етапів розвитку засобів репрезентації модних образів, штучно опинилися у категорії «джерел» у той час, як частку з них доцільно було би розмістити в першому підрозділі, частку -- в блоці методики дослідження. Власне до джерел прийнято відносити архівні матеріали, або опубліковані мемуари, листування, документи (у даному випадку – й журнали мод, каталоги виставок тощо), але ніяк не дослідницькі праці, які вже є *результатом аналізу та інтерпретації джерел*.

У групі джерел, визначеної, як «візуальні матеріали» – автор слушно вказує на данні сайтів виробників, друковані каталоги, відеоматеріали тощо. Однак у цій частині роботи бажано конкретизувати їх, надати відомості про місця їх збереження, або «джерела походження джерел» аби довести, що сформована джерельна база є надійною та достатньою для наукових висновків і узагальнень. Якщо в роботі здійснено ретроспективний аналіз розвитку вітрин як художньо-інформаційних структур, який охоплює не лише сучасність, а й як мінімум усе ХХ століття, то також очікується визначення, на яких саме матеріалах така ретроспекція здійснювалася (музейні колекції, архівні матеріали, світлини, можливо – кінодокументалістика тощо). Наприклад, Музей манекенів у німецькому Манненгеймі, або Музею манекенів у Кіото, постійні експозиції та інші матеріали, що відображують дизайн манекенів на різних етапах у музеї Сен-Лорана в Парижі тощо. Досвід всесвітніх виставок, теж мав би стати у нагоді.

У **другому розділі** дисертант розглядає вітриністику як специфічну галузь дизайнерської творчості у контексті репрезентації та просування бренду. Перший підрозділ, присвячений ретроспективному огляду вітрини як художньо-інформаційної структури, починається з дещо розпливчастого твердження: *«Лише у ХХ ст. оформлення вітрин стали розглядати як окрему сферу творчості» (с.47)*. Подальші слушні твердження дисертанта про те, що вітриністика є складовою візуального мерчандайзінгу та інструментом реклами, не проливають світла, все ж таки, від коли починається цей відлік – від початку, середини, кінця століття, на яких власне підставах ґрунтується це твердження, або до думки яких науковців дисертант доєднався. Залишається незрозумілим, що саме на думку автора, може служити точкою відліку вітриністики як спеціальної галузі? Світлини, що фіксують практику вітриністики? Прихід до цієї галузі людей з наявною мистецькою освітою?

Свідоцтва про визнання цієї галузі як професії, поява інструктивних матеріалів чи навчальних курсів з оформлення вітрин? Ця невизначеність дається взнаки у подальшому викладенні, де на с. 51 автор (після огляду засад маркетингу та теоретичних положень праць Бодріяра) повертається до ретроспективного аналізу, де вже з'являються нові дати – 1852 рік: відкриття першого універмагу і, відповідно, формування ґрунту для розвитку вітриністики (а як бути з вітринами у крамницях 18-першої половини 19 ст.?) та 1909 рік: час, коли «*Гаррі Гордон Селфрідж, як власник першого й найпопулярнішого універмагу в Лондоні, вперше став професійно оформляти вітрини свого магазину*» (с. 52). Крім очевидних розбіжностей, зауважимо, що за даними перепису населення 1901 року, наведеними Мартою Харріс, 121 особа визначила свою професію як «оформлювач вітрин» (Harris, M. “The Need for Design.” *In Selling Through the Window, edited by Harry Trethowan. London: The Studio Limited, 1935*). Якщо брати до уваги мистецьку освіту та відповідний підхід, то й тут маємо більш ранні приклади, як-от Оскар Лундквіст у Швеції, який розпочав роботу у 1903 році і, звісно, теж не був першим (згідно розвідці Klara Arnberg & Orsi Husz (2018) *From the great department store with love: window display and the transfer of commercial knowledge in early twentieth-century Sweden, History of Retailing and Consumption, 4:2, 126-155*).

Можливо, тут і не варто шукати так звану «першість» з огляду на загальний культурний фон, де Всесвітні виставки сформували концепцію світу-як-виставки, що за тих умов означало вітрину досягнень цивілізації, але якщо автор припускається таких визначень, вони мають бути обґрунтованими.

Отже, ретроспективний аналіз, здійснений автором, не може претендувати на повноту реконструкції основних етапів розвитку вітрини та еволюції в підходах до її оформлення. Проте, авторові вдалося у межах підрозділу чітко окреслити розмаїття факторів, що впливають на формування таких підходів -- маркетингові стратегії, концепція бренду, особливості соціокультурного розвитку суспільства, екологічні рухи, панівні художні явища і течії тощо. Відмітимо, що сформована на сторінках підрозділу теоретична основа, дійсно, пояснює позиції автора в осмисленні матеріалів дослідження і простежується у подальших розділах та підрозділах.

На далі автором розглядаються функції та типології вітрин. Він виділяє провідні критерії для подальшої типологізації – за способом організації експозиційного простору та за змістом. У підрозділі наведені розмаїті типи вітрин із зазначенням їх функцій. У характеристиці художніх функцій вітрини опонент цілком солідаризується з твердженням дисертанта щодо підходу до проектування, сформованого в межах системи «річ – експозиція – споживач», як надто звуженого і також вважає більш доцільною парадигму «суб'єкт (дизайнер) – об'єкт (вітрина) – суб'єкт (споживач)» (с.58). Автором наведені переконливі міркування щодо складових проектування вітрини, врахування яких дозволить сформувати цілісну композицію та донести покладені у концепцію бренду і відповідно – товару – змісти. Дисертант також подає класифікації вітрин, відзначає найбільш поширені типи і доходить висновку,

що власне обладнання та манекен як важлива складова дизайнерського рішення вітрини, залишаються найменш дослідженими у теорії дизайну.

На думку опонента заслуговує на особливу увагу підрозділ 2.3, присвячений системі формоутворюючих елементів експозиційного середовища вітрини. Автором у розмаїтті матеріалів щодо дизайнерської практики виділено найбільш репрезентативні взірці. Зокрема, він детально описує досвід Hermès і, зокрема, творчі підходи Лейлі Меншарі (с.63-67); висвітлює особливості авторського стилю Тон ван дер Вір (67-70) та порівнює творчі підходи цих двох видатних дизайнерів.

У *Третьюму розділі* розглядаються підходи до дизайну манекена у контексті експозиції вітрини. Дисертант послідовно висвітлює еволюцію форм манекенів у соціокультурному та історичному вимірах, їх функціонально-типологічні, образно-стилістичні, кольорово-пластичні, техніко-технологічні особливості. Вважаємо доцільним звернення аспіранта до різних за функцією варіантів створення подоби людського тіла у реконструкції передісторії манекену. Дійсно, є цілком коректним розглядати у такому контексті ритуальну скульптуру давнього Єгипту, яка мислилася як вмістилище Ка та імітувала тіло і портретні риси померлого. У зазначеному сенсі до уваги можна брати археологічні матеріали не лише другої половини Нового, а й Давнього царства. Що стосується славнозвісного дерев'яного торсу фараона Тутанхамона, його функція як предмету для примірювання одягу ніким не доведена. Говард Картер, під чийм керівництвом відбувалися розкопки, висловив лише припущення, яке за наступні 100 років не знайшло підтвердження аналогічними матеріалами з інших розкопок, тож робити глобальні висновки про існування демонстраційних манекенів на прикладі одного взірця – є перебільшенням. Разом з тим, підкреслимо, що звернення дисертанта до давньоєгипетської поховальної скульптури у контексті еволюції відтворення форм людського тіла є виправданим.

Подальше висвітлення дисертантом еволюції європейського манікену є переконливим; автором визначено основні чинники, що зумовлювали зміни у підходах до розробки дизайну манекену; слушно відмічено, що спочатку манекен відбивав реальні образи та параметри фігури, а згодом, навпаки, споживачі модної продукції стали намагатися бути схожими на манекени. Детально показано й художнє бачення манекену як символічної форми, висвітлено особливості образних рішень та використання різних за фактурою матеріалів.

*Четвертий розділ* дисертації присвячено основним тенденціям розвитку дизайну демонстраційних манекенів у світовій індустрії. Уявляється важливим і позитивним, що у фокусі першого підрозділу -- виробництво манекенів у Китаї, що певною мірою компенсує спорадичну присутність азійського вектору в інших розділах. Автором цілком слушно зазначено, що тривалий час китайські виробники виготовляли манекени за європейським стандартом (с. 106). Дійсно, й сьогодні переважна більшість манекенів, які можна побачити у магазинах модного одягу у крупних містах країни (з досвіду опонента – від Харбіна на півночі і до Гуанчжоу на півдні країни, разом із

такими крупними торговими центрами, як Дальян, Пекін, Нінбо, Ухань, Шанхай) демонструють переважно саме європейський тип тілесності. Опонент солідаризується з думкою дисертанта щодо культурних відмінностей у сприйнятті тіла (додамо: й тілесної поведінки також).

Спостереження, викладені у підрозділі базуються на матеріалах компанії «A2 Mannequin». Автором висвітлені основні підходи до розробки манекенів, підкреслені актуальні здобутки; відзначено, що дизайнери компанії розробляють як манекени з азійським типом тілесності, так і європейським, який, на думку автора сприймається як ознака одягу високого класу. Детальна характеристика діяльності компанії, з одного боку, розширює наші уявлення про світові тренди у виготовленні манекенів і водночас, звужує, оскільки з тексту випливає, що до початку ХХІ століття у Китаї манекени не використовувалися. Водночас, не складно припустити, що якнайменше у Шанхаї 1920-30х років, який називали «азійським Парижем», що підкреслювало його статус мультикультурного середовища та міста-законодавця моди, практика використання манекенів мала би бути. В умовах економічного підйому завдяки західним концесіям, процвітала торгівля і, відповідно у Шанхаї склалися об'єктивні причини для розвитку вітриністики. Власне манекени могли якщо не виготовлятися у Китаї, то імпортуватися не тільки із західної Європи чи США, а й з Японії (де вже виробляли власні манекени).

Загальна картина китайського досвіду у розробці людської фігури, подібної до манекену, виглядала би значно повніше, якби долучити й археологічні матеріали, наприклад, ритуальні фігури т.зв. «теракотової армії Ціньшихуанді» для поховального комплексу. Виконані у натуральному масштабі скульптури зі стандартно трактованими тілами вирізняються кількома типами обличчя (нерідко з виразно показними етнічними рисами) та характерними зачісками, чим значно випереджають появу сучасних манекенів, чий образи ідентифікуються як такі, що належать до інших етнічних груп. Інша справа, що в першому випадку це було проявом ідеї імперії, а в другому – мультикультуралізму.

Завершують роботу логічні висновки, що випливають з основних положень роботи і відповідають поставленим меті та завданням.

### **Зауваження щодо змісту дисертації**

1. **Зміст.** В огляді розвитку манекену як уособлення уявлень про тіло китайська частина позбавлена історичного минулого (крім згадки про шаолінські тренувальні манекени у попередньому розділі) і, відповідно – унеможлиблюється оцінка впливу на засоби американської репрезентації модної продукції. На шпальтах журналу *Vogue* (*Vogue*, 5 грудня 1901 року) можна спостерігати приклад екзотизації форм демонстрації модного товару за рахунок залучення китайських артефактів (розшиті туфельки-лотоси). З іншого боку, це можна трактувати й як використання образу китайського тіла через його заміник: туфелька нагадувала про китайський звичай бинтувати ноги і, відповідно, в уяві змальовувала красуню зі ступнями-лотосами, або,

користуючись теорією Ж. Бодріяра, на яку посилається дисертант, китайська туфелька виступає знаком іншого, екзотичного тіла.

Залишилися поза межами дослідження виставки колекції знаних кутюр'є. Звісно, що це право автора – локалізувати свою розвідку певним сегментом матеріалів, однак якщо анонсується комплексне дослідження, то бодай побіжно виставкові практики заслуговують на згадку, тим більш, що багато з того, що визначається дисертантом як новітні тенденції, було присутнім у манекенах на виставках Сен-Лорана у 1980-х.

2. **Текст.** На сторінках дисертації автор подекуди припускається розмовних «штампів», які не мають наукового змісту, зокрема: «ДНК бренду» (с.111), «візуально-аналітичний аналіз» (с.88).

У цілому витриманий науковий стиль викладення інколи порушується зворотами, прийнятними у журналістиці і недоречними у науковій роботі, як от: «Мало хто замислюється над тим, що ж таке по суті «мистецтво вітрин» (С. 62) – звідки це твердження? Є статистика? Або: «Автор поцікавився, чи є в Китаї бренди, які не дублюють європейські» -- у дисертації очікується не прояв цікавості, а дослідження, аналіз із використанням релевантних методів, оцінка та осмислення результатів. «Вона (Меніарі) була елегантною, витонченою, граційною красунею яскравої зовнішності» (с.65) – не зрозуміло, яке значення мають наведені данні до методів роботи дизайнерки.

Некоректні (або незрозумілі) узагальнення: «На думку більшості дослідників, найбільш продуктивним є розгляд вітриністики як елементу сучасної візуальної культури [49-51]». Посилання на три позиції в списку літератури не дуже нагадує більшість, але справа в тім, що усі три належать одному автору. «У вітриністиці ХХ – початку ХХІ ст. вітрини Л. Меніарі визнано унікальними зразками» (с.64). Залишилося невідомо - ким визнано? Присутні й похибки транслітерації. Слід звертати увагу на те, що транслітерація має здійснюватися з мови оригіналу (а не перекладів на інші мови) на українську (якщо не існує загальноприйнятого в академічній спільноті написання). Так, наприклад, французький філософ на с.47 значиться як Бодрійярд, а на с.50 Бодрійяр, у той час, як в українській усталеній практиці - Бодріяр.

3. **Оформлення альбому дисертації.** Звернемо увагу дисертанта, що немає жодного сенсу дублювати підписи до ілюстрацій в окремому переліку. Сенс цих двох частин додатку полягає в тому, це *два різних типи опису*: підписи під ілюстраціями дають коротке повідомлення, відсилаючи до певного концепту роботи, а Перелік ілюстрацій дає повний опис предмету у телеграфному стилі та витриманій послідовності.

### Рекомендації

Представлена дисертаційна робота, без сумніву, заслуговує на підтримку як така, що порушує актуальні проблеми теорії та практики дизайну. Щиро бажаючи її автору плідної праці в науці, дозволимо собі надати деякі



рекомендації щодо подальшої розробки обраної проблематики та, сподіваємося, публікації у вигляді монографії, для чого (крім коректури), уявляється доцільним чіткіше структурувати матеріал. Можливо, дисертанту стане в нагоді пропозиція зробити це в наступних послідовностях: вітрина як картина світу, манекен як тіло людини, манекен у вітрині як людина у світі. Відносно цієї тріади структурувати текст щодо вітрини, як комерційної та дизайнерської практики у послідовності: *матеріали, компетенції, сенси*. Тоді й запропонована дисертантом троїста модель проектування «*суб'єкт (дизайнер) – об'єкт (вітрина) – суб'єкт (споживач)*» матиме більш ґрунтоване підґрунтя.

Відносно «історичних» частин тексту, які не є предметом дослідження і слугують лише преамбулою до розвідки, потрібно прискіпливіше поставитися до джерел інформації.

### **Висновок про відповідність дисертації вимогам Порядку присудження наукових ступенів**

Попри висловлені зауваження, які, з огляду на поставлені мету, завдання жодним чином не спростовують результати проведеного дослідження, відмітимо актуальність представленої дисертації та її відповідність вимогам до кваліфікаційної роботи. Отже, є всі підстави стверджувати, що дисертаційна робота ЛЮ Пейвей не порушує принципів академічної доброчесності та є завершеним науковим дослідженням, сукупність теоретичних та практичних результатів якого розв'язує наукове завдання, що мають суттєве значення для галузі знань 02 «Культура і мистецтво» за спеціальності 022 – «дизайн». Робота відповідає вимогам Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у вищих навчальних закладах (наукових установах), затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 26 березня 2016 року № 261 (зі змінами і доповненням від 19.05.2023 №502) і Постанові Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку присудження ступеня доктора філософії ...» від 12.01.2022 року №44 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ №341 від 21.03.2022).

Вважаю, що дисертація ЛЮ Пейвей «Дизайн манекенів в експозиційному середовищі вітрин : еволюція формоутворення в індустрії моди», відповідає чинним вимогам присудження наукового ступеня доктора філософії в галузі знань 02 «Культура і мистецтво» за спеціальністю 022 – «дизайн».

#### **Офіційний опонент:**

доктор мистецтвознавства, професор,  
завідувач кафедри мистецтвознавства  
Харківської державної академії культури

Рибалко С. Б.

М.П.

«27» Березня 2024 р.

