

УДК 7.05:(747+698)

DOI:10.30857/2617-0272.2023.1.11

ЛЮ П.

Харківська державна академія дизайну і мистецтв, Харків, Україна

**ДИЗАЙН ВІТРИН ЛЕЙЛИ МЕНШАРІ ДЛЯ HERMÈS**

**Мета:** проаналізувати передумови та історію формування авторського стилю Лейли Меншарі – провідної художниці-декоратора Hermès в дизайні вітрин бренду, дослідити тематику, методи та засоби створення вітринних інсталяцій, які вирізняють бренд з поміж багатьох інших.

**Методологія** дослідження зумовлена комплексним вивченням вітриністики визначеного бренду та охоплює: методи аналізу, синтезу, образно-стилістичного і структурно-системного аналізу ексклюзивних авторських зразків, історичний та компаративний методи.

**Результати.** Визначено ступінь вивченості теми у науковій та фаховій літературі провідних вітчизняних і закордонних авторів; проаналізовано джерела, які окреслюють історичний розвиток вітринних експозицій французького модного дому Hermès протягом другої половини ХХ – початку ХХІ століть. Зазначено основні підходи щодо оформлення вітрин бренду, які склалися історично, окреслено ключову тематику експозицій, типові та новаторські підходи в їх дизайні, відмінності та особливості. Досліджені характерні риси індивідуальної творчості Л. Меншарі та її значення для мистецтва вітрин у світі.

**Наукова новизна** дослідження полягає в комплексному розгляді «мистецтва вітрин», твори якого в наш час привертають все більше уваги та мають велике значення в розвитку сучасної візуальної культури, охоплюють змістовний та матеріальний аспекти дизайну вітрин як артефактів та творів мистецтва.

**Практична значущість** Матеріали статті можуть бути використані у навчальному процесі як унікальні зразки репрезентації дизайну костюма при підготовці фахівців з дизайну одягу, а також у підготовці вітриністів як спеціалізованих фахівців декоративно-прикладного мистецтва та експозиційного дизайну, при написанні наукових робіт.

**Ключові слова:** вітриністика; мистецтво вітрин; мода; одяг; інсталяції; авторський стиль; дизайн середовища; дизайн інтер'єру.

**Вступ.** Почувши вислів «мистецтво вітрин» мало хто замислюється над тим, що, по суті, це оксюморон. Якщо керуватися функціями, яких вітрини набули ще в час виникнення – демонструвати, рекламувати і продавати виставлені товари, то очевидно, що вони не мають нічого спільного з мистецтвом. Серед функцій мистецтва ключовими є когнітивна, естетична, емоційно-психологічного впливу та гедоністична, яка зберігає актуальність навіть у контексті тенденцій епохи постмодерну. Втім, сучасній вітриністиці вдалося синтезувати оригінальний продукт – вітринні інсталяції, функції яких комплексно вирішують все вище згадане. Відкритим питанням залишається час, коли такий синтез відбувся та став «нормою». Можна також дискутувати з приводу об'єктивності причин такого синтезу та того, наскільки позитивним є отриманий результат.

Чи можна вважати, що оформлення вітрин стало мистецтвом тоді, коли з вітрин зникли цінніки, а поряд з товарами магазину з'явилися предмети, що не мали жодного відношення до них? Чи більш вірним буде припущення, що банальне оформлення вітрин стало мистецтвом від тоді, коли ним зайнялися безпосередньо митці, наприклад, Сальвадор Далі або Енді Уорхол? Втім, історія свідчить, що оформлені ними вітрини були швидше винятком з правил, аніж правилом. Можна припуститися думки, що вітрини постали витворами мистецтва тоді, коли їх експозиції стали не просто тематичними (товарними), але сюжетними. Але ж ні, французький комерсант Арістід Бусіко ще у 1872 р., відкриваючи перший у світі універмаг під назвою «Au Bon Marché» («За доступними цінами»), епатував публіку сюжетно-тематичними вітринами виключно з метою

підвищення продажу товарів. То коли ж оформлення вітрин стало «мистецтвом», за якими критеріями визначається? Відповідь, на нашу думку, необхідно шукати не тільки в історії оформлення вітрин...

**Аналіз попередніх досліджень.** Якщо розглядати вітрину як твір мистецтва, значить розглядати її як об'єкт культури. Але ж якої – сучасної, масової, комерційної, повсякденної, міської? Кожна з характеристик доречна та надає вітринам особливого «звучання». Сучасна наука про вітриністику, як вид декораційного мистецтва або експозиційного дизайну [10–12], відносить її до складу мерчандайзингу – особливої форми ведення комерційної та економічної діяльності, а точніше – до його візуальної складової [5, 6, 8, 9]. На переконання більшості дослідників, найбільш продуктивним є розгляд вітриністики як елементу сучасної візуальної культури [1–4]. І, оскільки, як зауважує Алексіс Л. Бойлен, «візуальна культура не буває нейтральною» та завжди має певну цінність, вона є, насамперед, наративом про враження, емоції, вплив і відчуття [1, с. 17]. Візуальні образи, візуальні об'єкти та все те, що їх доповнює, створюють «візуальне середовище, де всі деталі, які ми бачимо... стають виразними, асимільованими, нормалізованими й очевидними, а також локалізованими й доступними» [1, с. 11].

Дослідниця зауважує, що існують оптимістичний і песимістичний погляди на візуальну культуру. Перший розглядає її як «спосіб творення індивідуальних ідентичностей і колективної приналежності», що дозволяє позитивно впливати на формування та функціонування, як окремих візуальних середовищ, так і візуального середовища, в цілому, в його зв'язку з важливими суспільними та соціокультурними процесами, здійснювати контроль над ними та через них формувати свідомість сучасників і підтримувати рівень культури в суспільстві. Натомість, песимістичний погляд зосереджує увагу на «зловісному і руйнівному потенціалі»

візуальної культури, який формується та поширюється стихійно, є неконтрольованим процесом, в основі якого сумнівні цінності, агресія, жорстокість, що транслюються у різний спосіб і актуалізують деструктивні процеси в суспільстві. Песимісти вважають, що «візуальна культура – це пишний сад руйнації та розпачу» [1, с. 13]. Сама ж Алексіс Л. Бойлен, за результатами проведеного нею аналізу формування наукової думки у цій царині, робить висновок, що «візуальна культура – це «мова інституційного ребредингу й урізноманітнення аудиторії», обумовлена цілою серією «змін у знаннях, впливі і владі, які супроводжували масштабні інтелектуальні, політичні й соціальні зсуви в другій половині ХХ століття» [1, с. 38–46]. І виголошує: «...те, що візуальна культура робить, важливіше за межі того, чим ця культура є...» [1, с. 47]. Таким чином, можна приблизно окреслити хронологічні рамки явища, яке досліджуємо, – друга половина ХХ ст., а також зосередити увагу саме на «дієвості» вітрин як елементу візуальної культури. Це дозволить виявити особливості вітрин як мистецьких творів та критерії, за якими їх можна саме так класифікувати.

Як відомо, історія розвитку декорування вітрин розпочалася в Парижі у ХІХ столітті. З часом вона поєднала в собі різні види мистецтва, моду (продукти індустрії моди), дизайн і маркетинг [4]. Головне завдання вітрин полягає не тільки в тому, щоб привернути увагу потенційних споживачів, але й в тому, щоб стимулювати їх бажання що-небудь придбати. І у своєму розвитку відповідно цих завдань та функцій вітриністика ніколи не зупинялась, продукуючи все нові й нові методи та прийоми, окремі з яких сьогодні вважаються класикою. Так, наприклад, вітрини Hermès вже протягом 90 років визнаються високим стандартом, на котрий орієнтуються вітриністи всього світу. З цих 90 років 55 років пов'язані з творчістю Лейли Меншарі (Leïla Menchari) [19; 21]. Саме її авторський підхід до дизайну вітрин та його

результати, без перебільшення, можна визнати «мистецтвом вітрин».

**Постановка завдання:** виявити, що вплинуло на формування авторського стилю Л. Меншарі в дизайні вітрин; встановити ключові художньо-образні, стильові та інші підходи в її творчості; сформулювати на їх основі критерії, за якими вітрину можна визнати мистецьким твором.

**Результати дослідження та їх обговорення.** Вітрини Hermès демонструють унікальний аспект діяльності бренду, який було засновано як майстерню з виготовлення екіпірування для екіпажів та верхової їзди. З часом спеціалізація змінилася, позаяк бренд став випускати одяг, парфуми, аксесуари. Перетворення спеціалізованої майстерні на унікальний за своєю концепцією та продукцією французький Дім моди Hermès супроводжувалося відкриттям брендівих магазинів, вітрини яких транслювали пріоритети бренду, орієнтовані на цінність повноцінного життя, подорожей і відкриттів [13; 15].

У 2017 році у паризькому Grand Palais відбулася виставка під назвою «Hermès a tyre-d'aile – Les mondes de Leïla Menchari», як втілення вказаних цінностей в унікальній творчості [20]. Її організатором стала сценограф Наталі Крін'єр, яка збирає в єдиній експозиції вісім вітринних інсталяцій, присвячених подорожам в країни Сходу, звідки дизайнерка завжди привозила масу цікавих автентичних речей. Значну частину декорацій за ескізами Л. Меншарі створили різні умільці: скульптори, живописці, мозаїсти, каменотеси й інші. За роки своєї роботи над вітринами Hermès Л. Меншарі постійно поєднувала зразки народної творчості, унікальні дизайн-продукти бренду та концептуальні наративи сучасності, що робило її вітринні інсталяції сюрреалістичними. Завдяки саме цьому й сформувався особливий стиль вітриністики, розвиток якого фахівці спостерігали від 1978 року. Посаду головного художнього керівника з оформлення вітрин та відповідального за тематику і колористику

відомих аксесуарів Hermès Л. Меншарі посідала до 2013 р., а в 2014 р. вона передала естафету своєму наступнику Антуану Платто.

В історії вітриністики ХХ – початку ХХІ століття вітрини Л. Меншарі були і залишаються унікальними зразками, що ґрунтуються на концепті «відсутньої присутності «героя» експозиції» як особливого авторського підходу. Справа в тім, що дизайнерка ніколи не використовувала у вітринах манекени як експозиційне обладнання та елемент об'ємно-просторової композиції. Вона не вважала за потрібне виставляти «замінника» людини, щоб створити її образ. Для цього застосовувались зовсім інші прийоми, складні композиційно-планові та колористичні рішення, специфічне освітлення та маса різноманітних деталей, створюючи для глядачів враження, що «герой» колоритних інсталяцій щойно був тут або ось-ось з'явиться [16]. Як сформувався такий лейтмотив творчості Л. Меншарі?

Підґрунтям творчості будь-якого художника, насамперед, є його родинне коріння, вплив оточення та тих, у кого він навчався, особистостей, які вплинули на формування його світогляду та світовідчуття. У Л. Меншарі все це було настільки ж унікальним, як і її вітрини. Лейла народилася в Тунісі у 1927 році в сім'ї багатих землевласників, де батько-юрист і мати-секретар суду – одна з перших жінок, яка відмовилася носити чадру на початку ХХ століття, були прихильниками прогресу та особистісних свобод. З десяти років дівчинка була частою гостею подружжя інтелектуалів Вайолет і Джин Хенсон, захоплених археологією та історією, які покинули Європу після Першої світової війни, щоб мріяти під середземноморським сонцем. Їх затишний дім в розкішному садку з павичами відвідували відомі митці та світові зірки, зокрема, Жан Кокто та Серж Лифар. Дослухаючись до інтелектуальних розмов естетів, дівчина назавжди засвоїла, що найважливіші цінності – це краса і свобода, які визначили увесь її майбутній життєвий

шлях. Коли Вайолет і Джин померли на початку 1970-х років, їх будинок успадкувала Л. Меншарі, яку вони вважали своєю прийомною донькою. Відтоді вона постійна навідувалась туди, відпочивала в саду та надихалася зустрічами з тими, хто поділяє її цінності, зокрема, з дизайнером Аззедіном Алайя та князем Монако Альбертом.

Безтурботне життя в достатку серед екзотичної природи надихало і формувало цікавість дівчини до незвичайних красивих речей, пристрасть до найдрібніших деталей і витончених східних мотивів. Художню освіту вона спочатку отримала в Інституті витончених мистецтв у рідній країні, а вже потім продовжила навчання в Національній вищій школі витончених мистецтв у Парижі, де була ученицею Шапелена-Міді [17; 18]. Саме в той час Лейла познайомилася зі своїм співвітчизником – дизайнером одягу Аззедіном Алайя, який зумів зачарувати її світом моди. Завдяки йому Л. Меншарі віднаходить для себе в індустрії моди безліч чарівних моментів і унікальних особистостей.

Відразу по закінченню навчання Лейла отримує запрошення на роботу до вже відомого паризького дизайнера Гі Ляроша. Втім, не як художниця, а як модель – елегантна, витончена, граційна красуня яскравої зовнішності з розвиненим художнім смаком та інтелектом. Працюючи моделлю вона продовжує займатися живописом, цікавиться сценографією та опановує декоративне мистецтво. І саме це приводить її в 1961 р. у пошуку творчої праці в Hermès, де вона знайомиться з вже досить відомою декораторкою вітрин Енні Бумель. Як наставниця, легенда декору і промислового дизайну Енні Бумель створювала вітрини, які транслювали атмосферу месопотамського храму, циркової естетики і настроїв полотен С. Далі (рис. 1). Вона не рекламувала і не «продавала» у своїх вітринах продукти Hermès, але створювала атмосферні сюжетно-тематичні композиції, на які парижани приходили подивитися. Як

згадувала Л. Меншарі, на співбесіді Е. Бумель попросила її намалювати власні мрії, та вражена малюнком відразу взяла на роботу. Мрійниця, фантазерка і вічний шукач пригод художниця органічно вписалася в команду бренду та розпочала роботу на посаді ілюстратора. В 1978 р. Жан-Луї Ерме – президент Торгового дому Hermès особисто призначив Л. Меншарі головним стилістом і декоратором вітрин провідного магазину Hermès на Фобур-Сент-Оноре 24. Вона не просто замінила свою наставницю, але й очолила Комітет кольорів на шовку, який безпосередньо займався колірною палітрою знаменитих хусток Hermès. [7]. Незважаючи на те, що французький будинок класу люкс, заснований ще у 1837 р., давно використовував глибокі закриті вітрини як «картини», дизайн Л. Меншарі вивів їх на новий рівень, водночас впроваджуючи візуальну маркетингову стратегію Hermès (рис. 2).

Власний стиль Л. Меншарі випрацьовувала поступово, поєднуючи улюблені східні мотиви, екзотичні кольорово-фактурні поєднання, фантазії та любов до деталей і матеріалів у надзвичайно складних, багатопланових композиціях, в оригінальних перспективних скороченнях, які додавали їм глибини. Її інсталяції ніби сни, гра уяви, ілюстрації до східних казок, спогадів з дитинства, ліричні оповіді про подорожі та пригоди. Обираючи що року ключову тематику вітрин разом з керівництвом Hermès, вона ніби створювала захопливу історію, в якій обов'язково простежувалися цінності модного дому та його ДНК [17]. Наприклад, наприкінці 2008 р. Л. Меншарі відкривала свій 124 дизайн вітрин Hermès на тему «Індійські фантазії» (рис. 3) [16]. У 2006 р. це було «повітря Парижу», у 2007 р. – «приєднайся до танцю». А ще були «Річка», «Африка», «Галактика» й багато ін. грандіозних, ніби театральних декорацій, вітрин, в яких, здавалося, ось-ось розпочнеться дійство [21].



**Рис. 1.** Вітрини флагманського бутіка Hermès, оформлені Е. Бумель. 1961 та 1967 роки.  
Фото з сайту [22]



**Рис. 2.** Вітрини флагманського бутіка Hermès, оформлені Л. Меншарі.  
Фото з сайту [15; 20]



**Рис. 3.** Вітрини флагманського бутіка Hermès, оформлені Л. Меншарі.  
Фото з сайту [20]



Рис. 4. Фото вітрин Л. Меншарі різних років з сайту [20]

Візуальні концепції декоратора вітрин у Парижі завжди очікували з нетерпінням як подію, і в індустрії моди, і у мистецьких колах [14].

Вони захоплювали та дивували, привносили екзотику та яскраві враження в буденне життя парижан ніби з незвіданого, унікального та фантастичного всесвіту чотири рази на рік. Усього Л. Меншарі розробила і втілила в життя 137 вітринних інсталяцій. Останні вже у віці 86 років у 2013 році. Художниця відзначала, що у своїх роботах вона завжди була «справжньою» і «відвертою», використовувала виключно ті предмети, які були зрозумілими звичайним людям, з одного боку, та мали власну історію, з іншого. Виставлені у складних вітринних композиціях такі предмети допомагали перехожим «знайти себе», розкрити власні почуття. Такий авторський

підхід до власної творчості проаналізувала авторка книги «Leïla Menchari, la Reine Mage» («Чарівниця Лейла Меншарі») видавництва Actes Sud Мішель Газьє [7; 17]. Зокрема, вона відзначає, що дизайнерка вважала себе людиною світу, багато подорожувала у пошуках натхнення та нових ідей, але її ставлення до рідного Тунісу та східних культур завжди відчутне в її роботах. Особливо воно відчувається у використаних матеріалах: шовках, шкірі, східних солодощах, у візерунках.

Важливо, що виставлені у вітринах дизайнерські речі Л. Меншарі ніколи не виставляли на продаж, оскільки їх від початку вважали унікальними творами мистецтва. Речі, які майстри Hermès виготовляли для експозицій у вітринах, ніколи не були продані (рис. 3). Сама ж Л. Меншарі усвідомлювала, що з Hermès

Workshops для неї можливо все – задоволення та запаморочення, реальність, що досягає рівня мрії, та магія, що збувається: «Під час розробки сцени має бути якась таємниця. Адже Містерії – це трамплін мрій. Таємниця – це запрошення заповнити прогалини своєю уявою», – казала вона [15].

Л. Меншарі вітала колаборації з різними митцями, наприклад: Крістіану Ренонсія належала скульптура коня – жовтий Пегас, що піднімається дибки; Бенуа Люїк – скульптура плакучої верби та обличчя Арчімбальдо з раковин. Кожну вітрину вона проектувала як маленьку театральну сцену, де кожна річ відігравала свою роль. Концептуальні підходи дизайнерки розкрив Мішель Турньє у своїй книзі «Les Vitrites d'Hermès» («Вітрини Hermès»), яка вийшла в 1999 році. Він вказує, що декоратор Hermès вважала себе «ірраціональним елементом» компанії, який ненавидить банальність, ніколи не стримує своєї уяви, але вміє триматися на землі як рідкісний талант [13].

У книзі згадується, що Л. Меншарі колекціонувала бедуїнські шарфи і завжди шукала певний кольоровий відтінок, що її надихає. Її мистецтво, як пише автор, полягає в особливому естетичному баченні та відчутті кольору і фактур. Надихаючись подорожами на Близький і Далекий Схід, вона створила для Hermès єгипетські археологічні пам'ятки з піском і статуями, що розсипаються. Втім, вона також створила знакові сцени Парижу з пам'ятниками, виготовленими з органзи. І це далеко не всі з її фантазій (рис. 4).

Як творча особистість, Л. Меншарі стала також героєм документального фільму французького режисера Жозе Даяна. Він показав її як експерта у створенні мізансцен, де надважливим є демонстрація того, що Hermès – це окремий світ. І цей світ мрійливих фантазій та вигаданих історій, зафіксованих у витончених картинах

зимових білих лісів та у міражах, наповнених Медузами з класичної давнини, не просто має особливу естетику, але є мистецтвом, що здатне приносити задоволення та формувати культурні зразки.

**Висновки.** Підсумовуючи, можна сказати, що творчість Л. Меншарі у вітриністиці, яка охопила пів століття, вирізняє яскравий авторський стиль. Його ключовими характеристиками є: створення складних багатопланових тематично-сюжетних композицій, які реалізуються, насамперед, без використання манекенів як експозиційного обладнання; є закритими вітринами з чітко сконструйованими перспективними скороченнями, що надають їм глибини, простору та масштабів; поєднання в цих композиціях автентичних зразків народної творчості з ексклюзивними дизайн-продуктами бренду Hermès, що утворювало складний синтез різнофактурних, багато декорованих елементів, візерунків, деталей, поєднаних на концептуально-образному рівні; складність та колоритність вітринних інсталяцій в цілому, де утворювалася складна поліфонія кольорів і кольорових відтінків, яка посилювалася спеціально продуманим освітленням. Вітрини Л. Меншарі однаково цікаві та «картинні» з різних точок огляду. А акценти на окремих складових їх композиції вибудовані так, що глядач постійно відкриває для себе усе нові й нові подробиці представленої дизайнеркою історії. Власне, окреслені характеристики та наративність вітрин Л. Меншарі дозволяють визначати їх як мистецькі твори – тобто унікальні, високохудожні зразки, естетика яких втілює унікальний авторський стиль обдарованого митця.

Оскільки вітринні інсталяції Л. Меншарі детально описані та візуально зафіксовані у відео та фото матеріалах, є можливість їх подальшого детального аналізу та вивчення з метою опанування дизайну вітрин як мистецтва.

**Література:**

1. Бойлен А. Л. Візуальна культура. Пер. з англ. Г. Лелів. Київ: ArtHuss, 2021. 208 с.
2. Лагода О. Візуальний мерчандайзинг (вітриністика) як форма художньої репрезентації костюма. *Теорія та практика дизайну: зб. наук. пр.* 2013. Вип. 4. С. 96–104.
3. Лагода О. Вітриністика як сучасна форма художньої репрезентації в індустрії моди. *Вісник ХДАДМ.* 2013. Вип. № 3. С. 89–93.
4. Лю П., Лагода О. Сучасні тенденції в дизайні вітрин: засоби і прийоми наповнення, специфіка експозиційного обладнання. *Актуальні питання гуманітарних наук.* 2021. Вип. 35. Том 2. С. 68–73.
5. Diamond J., Diamond E. *Contemporary Visual Merchandising and Environmental Design.* Prentice Hall, 2004. 362 p.
6. Diamond E. *Contemporary Visual Merchandising.* Prentice Hall PTR, 1999. 248 p.
7. Gazier M. Leïla Menchari: The Queen of Enchantment. *Actes Sud.* 2017. 432 p. ISBN: 2330084153, 9782330084158.
8. Liu P., Lahoda O. Shop windows display mannequins in the context of modern design development and visual communication. *TRAMES.* 2022. 26(76/71). 3. 273–292. DOI: <https://doi.org/10.3176/tr.2022.3.02>.
9. Visual merchandising 4 VM+Sd Magazine. STMedia Group. 2005. 175 p.
10. Warren K. *Design paradigms: a sourcebook for creative visualization.* New York: Wiley, 2000. 294 p.
11. Ware C. *Information. Visualization: Perception for Design.* New-York, Oxford: Morgan Raufmann Publishers by Elsevier Inc, 2004. 513 p.
12. Ware C. *Visual, Thinking for Design.* New-York: Oxford, Morgan Raufmann Publishers by Elsevier Inc, 2008. 198 p.
13. Exhibition: French Leather Goods House Hermès's Tribute to Window Designer Leïla Menchari. URL: <https://thisisglamorous.com/2017/11/exhibition-french-leather-goods-house-hermes-tribute-to-window-designer-leila-menchari.html/#section0> (Last accessed: 02.12.2022).
14. Hermès green spring windows displays, Paris. URL: <http://retaildesignblog.net/2012/03/13/hermes-green-spring-windows-displays-paris/> (Last accessed: 02.12.2022).
15. Isaac-Goize I. A New Exhibition from Hermès Salutes the Artist Behind Those Iconic Windows. URL: <https://www.vogue.com/article/hermes-leila-menchari-grand-palais-windows-exhibition/amp?epik=dj0yJnU9cm1URnZ0RGx4WlBVMXlxRzltOEZCMWpxWS1ocUdlZXEmcD0wJm49bFJHWE10ZjFjVkJZFcXdJNmphZFpIUSZ0PUFBQUFBR1BITINn> (Last accessed: 11.10.2022).
16. La vitrine indienne d'Hermès. URL: <https://briec75.typepad.fr/soundtracktomylife/2008/12/la-vitrine-indi.html> (Last accessed: 02.12.2022).
17. Leïla Marie-Béatrice Baudet. Menchari, la décoratrice des vitrines Hermès. Rédigé le. URL: <https://briec75.typepad.fr/soundtracktomylife/2008/12/leila-menchari.html> (Last accessed: 10.11.2022).
18. Madeleine Luckel. Leïla Menchari, Longtime Creative Force at Hermès, Dies of Coronavirus: веб-сайт. URL: <https://www.architecturaldigest.com/story/leila-menchari-longtime-creative-force-at-hermes-dies-of-coronavirus?epik=dj0yJnU9NGoxODJ3MmhmSktjUGVMRWxJRVIvFV2Rnejlqc1FpTUcncD0wJm49eEV6bnZSMnJtc2FjQmlyMFBiN2V0USZ0PUFBQUFBR1BIUEh3> (Last accessed: 10.11.2022).
19. Sayfa A. Exhibitions & Events. Leïla Menchari: Masalsı Vitrinler: веб-сайт. URL: <https://www.rixosmagazine.com/tr/exhibitions-events/leila-menchari--masalsi-vitrinler-9156-3908> (Last accessed: 02.12.2022).
20. TRENDLEND. Leïla Menchari – behind Hermes Windows. URL: [https://trendland.com/leila-menchari-behind-hermes-windows/?utm\\_source=Trendland+List&utm\\_campaign=4591fde9e5-RSS\\_EMAIL\\_CAMPAIGN&utm\\_medium=email](https://trendland.com/leila-menchari-behind-hermes-windows/?utm_source=Trendland+List&utm_campaign=4591fde9e5-RSS_EMAIL_CAMPAIGN&utm_medium=email) (Last accessed: 02.12.2022).
21. Storefronts are a way to tell a story. URL: <https://interior.sredaobuchenia.ru/showcase> (Last accessed: 10.11.2022).
22. STYLEINSIDER. URL: <https://styleinsider.com.ua/2015/01/udivitelnyj-mir-fantazii-hudozhnika-oformitelya-vitrin-lejly-menshari/> (Last accessed: 02.12.2022).

**References:**

1. Boilen, A. L. (2021). *Vizualna kultura [Visual culture]*. Translation from English H. Leliv. Kyiv: ArtHuss [in Ukrainian].
2. Lahoda, O. (2013). *Vizualnyi merchandaizynh (vitrynistyka) yak forma khudozhnoi reprezentatsii kostiuma [Visual merchandising (window dressing) as a form of artistic representation of a costume]. Teoriia ta praktyka dyzainu: Zb. nauk. pr. V. 4. Pp. 96-104.* URL: <https://jrn1.nau.edu.ua/index.php/Design/issue/view/310>. [in Ukrainian].



3. Lahoda, O. (2013). Vitrynistyka yak suchasna forma khudozhnoi reprezentatsii v industrii mody [Window display as a modern form of artistic representation in the fashion industry]. *Visnyk KhDADM*. № 3. P. 89–93. URL: <http://visnik.org.ua/view-uk/?y=2013&n=3> [in Ukrainian].
4. Liu, P., Lahoda, O. (2021). Suchasni tendentsii v dizaini vitryn: zasoby i pryomy napovnennia, spetsyfika ekspozitsiinoho obladnannia [Modern trends in the design of showcases: means and methods of filling, specifics of display equipment]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk*. V. 35. T. 2. P. 68–73. URL: <http://www.aphn-journal.in.ua/35-2-2021> [in Ukrainian].
5. Diamond, J., Diamond, E. (2004). *Contemporary Visual Merchandising and Environmental Design*. Prentice Hall. 362 p. [in English].
6. Diamond, E. (1999). *Contemporary Visual Merchandising*. Prentice Hall PTR. 248 p. [in English].
7. Gazier, M. (2017). Leïla Menchari: The Queen of Enchantment. *Actes Sud*. 432 p. [in English].
8. Liu, P., Lahoda, O. (2022). Shop windows display mannequins in the context of modern design development and visual communication. *TRAMES*. 26(76/71). 3. 273–292. DOI: <https://doi.org/10.3176/tr.2022.3.02> [in English].
9. Visual merchandising 4 VM+Sd Magazine. STMedia Group, 2005. 175 p. [in English].
10. Warren, K. (2000). *Design paradigms: a sourcebook for creative visualization*. New York: Wiley. 294 p. [in English].
11. Ware, C. (2004). *Information. Visualization: Perception for Design*. New-York, Oxford: Morgan Kaufmann Publishers by Elsevier Inc. P. 513 [in English].
12. Ware, C. (2008). *Visual, Thinking for Design*. New-York: Oxford, Morgan Kaufmann Publishers by Elsevier Inc. P. 198 [in English].
13. Exhibition: French Leather Goods House Hermès's Tribute to Window Designer Leïla Menchari. URL: <https://thisisglamorous.com/2017/11/exhibition-french-leather-goods-house-hermes-tribute-to-window-designer-leila-menchari.html/#section0> (Last accessed: 02.12.2022) [in English].
14. Hermès green spring windows displays, Paris. URL: <http://retaildesignblog.net/2012/03/13/hermes-green-spring-windows-displays-paris/> (Last accessed: 02.12.2022) [in English].
15. Isaac-Goize, I. A New Exhibition from Hermès Salutes the Artist Behind Those Iconic Windows. URL: <https://www.vogue.com/article/hermes-leila-menchari-grand-palais-windows-exhibition?epik=dj0yJnU9cm1URnZ0RGx4WIBVMXlxRzltOEZCZWpxWS1ocUdlZXEmcD0wJm49bFJHWE10ZjFjVkJzFjXzJNmphZFpIUSZ0PUFBQUFBR1BITINn> (Last accessed: 11.10.2022) [in English].
16. La vitrine indienne d'Hermès. URL: <https://brieuc75.typepad.fr/soundtracktomylife/2008/12/la-vitrine-indi.html> (Last accessed: 02.12.2022) [in English].
17. Leïla Marie-Béatrice Baudet. Menchari, la décoratrice des vitrines Hermès. Rédigé le. URL: <https://brieuc75.typepad.fr/soundtracktomylife/2008/12/leila-menchari.html> (Last accessed: 10.11.2022) [in English].
18. Madeleine Luckel. Leïla Menchari, Longtime Creative Force at Hermès, Dies of Coronavirus: веб-сайт. URL: <https://www.architecturaldigest.com/story/leila-menchari-longtime-creative-force-at-hermes-dies-of-coronavirus?epik=dj0yJnU9NGoxODJ3MmhMSktjUGVMRWxJRVIIV2Rnejlqc1FpTUcmcD0wJm49eEV6bnZSMnJtc2FjQmlyMFBiN2V0USZ0PUFBQUFBR1BIUEh3> (Last accessed: 10.11.2022) [in English].
19. Sayfa, A. Exhibitions & Events. Leïla Menchari: Masalsı Vitrinler: веб-сайт. URL: <https://www.rixosmagazine.com/tr/exhibitions-events/leila-menchari--masalsı-vitrinler-9156-3908> (Last accessed: 02.12.2022) [in English].
20. TRENDLEND. Leïla Menchari – behind Hermes Windows. URL: [https://trendland.com/leila-menchari-behind-hermes-windows/?utm\\_source=Trendland+List&utm\\_campaign=4591fde9e5-RSS\\_EMAIL\\_CAMPAIGN&utm\\_medium=email](https://trendland.com/leila-menchari-behind-hermes-windows/?utm_source=Trendland+List&utm_campaign=4591fde9e5-RSS_EMAIL_CAMPAIGN&utm_medium=email) (Last accessed: 02.12.2022) [in English].
21. Storefronts are a way to tell a story. URL: <https://interior.sredaobuchenia.ru/showcase> (Last accessed: 10.11.2022) [in English].
22. STYLEINSIDER. URL: <https://styleinsider.com.ua/2015/01/udivitelnyj-mir-fantazii-hudozhnika-oformitelya-vitrin-lejly-menshari/> (Last accessed: 02.12.2022) [in English].

**WINDOW DESIGN BY LEILA MENSHARY FOR HERMÈS**

LIU P.

*Kharkiv State Academy of Design and Arts, Kharkiv, Ukraine*

**The purpose** of the research is to analyze the background and history of the formation of the author's style of Leyla Menshari, the leading Hermès decorator artist in the design of the brand's showcases, to explore the themes, methods and means of creating showcase installations that distinguish the brand from many others.

**Methodology** is determined by a comprehensive study of the window display of a certain brand and includes: methods of analysis, synthesis, image-stylistic and structural-system analysis of exclusive author's samples, historical and comparative methods.

**Results.** The degree of study of the topic in the scientific and professional literature of leading domestic and foreign authors is determined; analyzed the sources that outline the historical development of window displays of the French fashion house Hermès during the second half of the 20th and the beginning of the 21st centuries. The main approaches to the design of the brand's showcases that have developed historically are indicated, the key themes of the expositions, typical and innovative approaches in their design, differences and peculiarities are outlined. The characteristic features of L. Menshari's individual creativity and its significance for the art of window displays in the world are studied.

**The scientific novelty** of the study consists in a comprehensive consideration of the "art of shop windows", the works of which nowadays attract more and more attention and are of great importance in the development of modern visual culture, covering the meaningful and material aspects of the design of shop windows as artifacts and works of art.

**The practical significance.** The materials of the article can be used in the educational process as unique examples of costume design representations in the training of fashion design specialists, as well as in the training of window dressers as specialized specialists in decorative and applied art and exhibition design, when writing scientific papers.

**Keywords:** *window dressing; window art; installations; author's style.*

ІНФОРМАЦІЯ  
ПРО АВТОРА

**Лю Пейвей**, аспірант кафедри дизайну тканин та одягу, факультет дизайну середовища, Харківська державна академія дизайну і мистецтв ORCID 0000-0002-4098-7060, **e-mail:** l.peiwei2019@gmail.com

[https://doi.org/  
10.30857/2617-  
0272.2023.1.11](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.1.11)

**Цитування за ДСТУ:** Лю П. Дизайн вітрин Лейли Меншарі для HERMÈS. *Art and design*. 2023. № 1(21). С. 116–125.

**Citation APA:** Лю, П. (2023) Дизайн вітрин Лейли Меншарі для HERMÈS. *Art and design*. 2023. 1(21). 116–125.