

Глава 2

Первые промышленные дизайнеры

В каждой отрасли промышленности необходимость в дизайне как отдельной стадии производства назревала в тот момент, когда за всю производственную цепочку (от идеи товара до его продажи) переставал отвечать один-единственный человек. Во многих отраслях этот организационный сдвиг произошел в XVIII веке. Но мало где возникновение профессии дизайнера и важность его роли можно наблюдать так наглядно, как на примере мануфактуры Веджвуда.

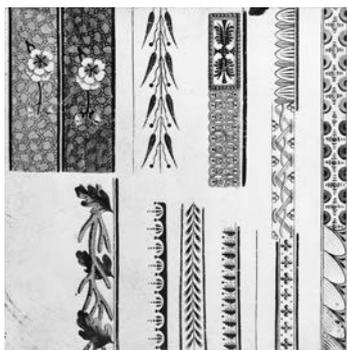
Стремление к единообразию

Изначально Веджвуд намеревался построить успешный бизнес, собрать «обильный урожай», усердно возделывая то поле, которое открылось перед ним. Успех этого предприятия зависел от возможности расширить производство керамики, повысить уровень продаж и увеличить долю прибыли на единицу продукции. Все его последующие действия по продаже, рекламе, усовершенствованию продукции в конечном итоге базировались на этих трех слагаемых успеха.

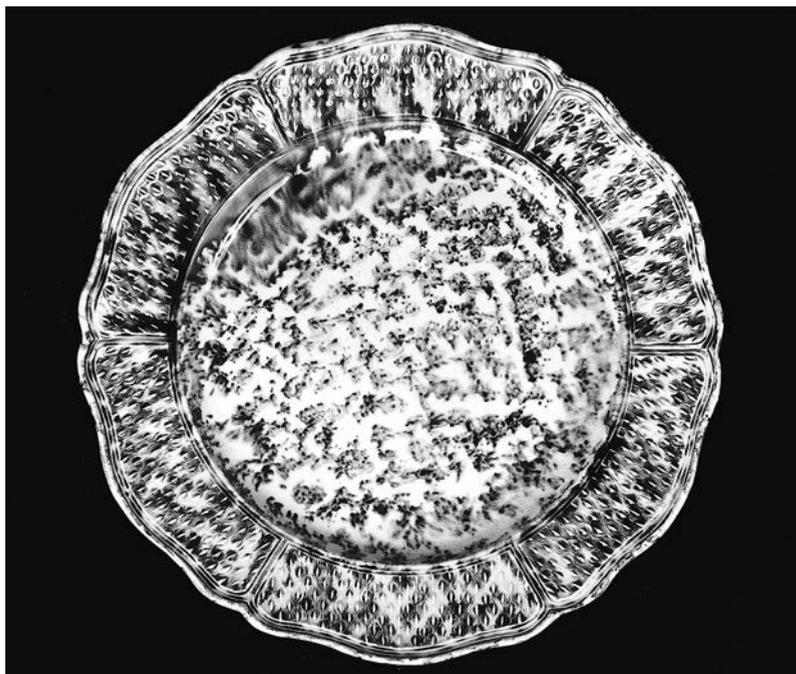


Демонстрационный зал Веджвуда и Байерли в Лондоне, 1809. Чтобы не замораживать капитал в товаре, Веджвуд выставляет в демонстрационном зале только образцы для предварительного заказа. Источник: *Ackerman R. Repository of Arts. 1809. Vol. 1, № 2*

Когда Веджвуд основал свое производство в 1759 году, гончары и керамисты обычно сбывали партии готовой продукции на рынок или купцам. И хотя на первых порах Веджвуд действовал точно так же, он опробовал сравнительно новый способ — продажу по предварительным заказам. Он открыл демонстрационные залы в Лондоне и других городах



Плитка с образцами рукописных и переводных орнаментов «королевской» керамики Веджвуда, ок. 1800. Такие образцы разносили коммивояжеры. Покупатели выбирали посуду по каталогу, а орнамент — по образцам



Тарелка, покрытая «черепаховой» глазурью. Уилдон, ок. 1760. Посуда с «черепаховой» и зеленой глазурью не подходила для торговли по каталогам из-за нестабильности результатов при обжиге

Англии, где выставлялись только образцы керамики, но не было складов¹.

Заказы передавались на фабрику, и товар доставлялся заказчику напрямую. Позже он усовершенствовал эту систему и стал рассылать демонстраторов с образцами продукции по стране и за рубеж, а также начал выпускать иллюстрированные каталоги, по которым покупатели могли выбирать товар.

С помощью этих методов продаж Веджвуд избегал риска замораживания капитала в товаре сомнительной ликвидности, а также опасности, что посуда определенного дизайна останется невостребованной. Однако для продажи по образцам



Фрагмент росписи компотьера кремового фаянса. Веджвуд, середина 1760-х. Одной из задач Веджвуда было предотвратить появление трещин в глазури — характерного брака его ранней посуды

и каталогам требовалось выдерживать стабильное качество продукции. Покупатель, который приобрел сервиз по увиденному им образцу, должен был получить в точности то, что он видел. Поддержание качества и единообразия продукции было в то время большой проблемой для керамической отрасли. То, как Веджвуд решил эту проблему, повлияло и на его остальные новаторские решения.

В 1760-х годах основной продукцией фабрики Веджвуда был фаянс с зеленой глазурью, и такие изделия очень плохо поддавались унификации.

Глазурование производилось по рельефному орнаменту, и результат зависел и от мастерства глазуровщика, и от условий

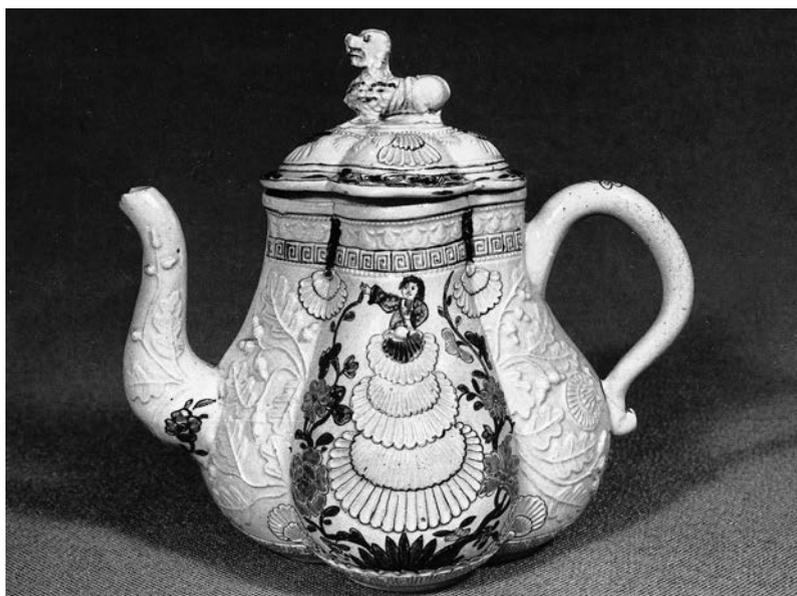
в печи, причем ни один из факторов не мог обеспечить единообразия. Посуда была изящной и красивой, но отсутствие стабильности результата делало ее непригодной для той схемы сбыта, которую внедрял Веджвуд.

Цель экспериментов Веджвуда состояла в том, чтобы найти более надежную замену фаянсу с зеленой глазурью. Фаянс с кремовой глазурью производился стаффордширскими керамистами с 1740-х годов и должен был быть хорошо известен Веджвуду². Основа из белого фаянса, дававшая стабильные результаты при разной температуре обжига, отлично подходила для дела. Проблема заключалась в глазури. Цвет ее менялся при разной температуре печи, она стекала, трескалась и получалась разной толщины.

Веджвуду требовалось изготовить глазурь, столь же надежную, как и основа, и в 1765 году он наконец смог добиться



Тестовые образцы глазури фабрики Веджвуда, конец 1760-х. Материал для веджвудского кремового фаянса, белая глина, был вполне надежен, однако выбор оптимальной глазури потребовал множества экспериментов



Чайник, покрытый соляной глазурью, роспись эмалью. Стаффордшир, ок. 1755. Роспись эмалью была широко распространена в декоре керамики, однако была достаточно трудоемкой и не могла обеспечить единообразие продукции при нанесении сложных орнаментов

удовлетворительных результатов, хотя и эта глазурь в ряде случаев текла и цвет ее был не всегда стабилен. Прошло еще несколько лет, прежде чем этот вариант был доведен до совершенства и стабильная глазурь была получена.

Проблема зеленого фаянса была еще и в том, что часть украшений наносилась цветной глазурью, которая давала цветовой разброс при обжиге. Чтобы избежать аналогичных сложностей с кремовым фаянсом, Веджвуд глазуровал изделия целиком в нерасписанном виде, затем расписывал их эмалью, а потом повторно обжигал при более низкой температуре.

Роспись эмалью была надежным способом и приносила стабильные результаты. Метод был не нов, он использовался при

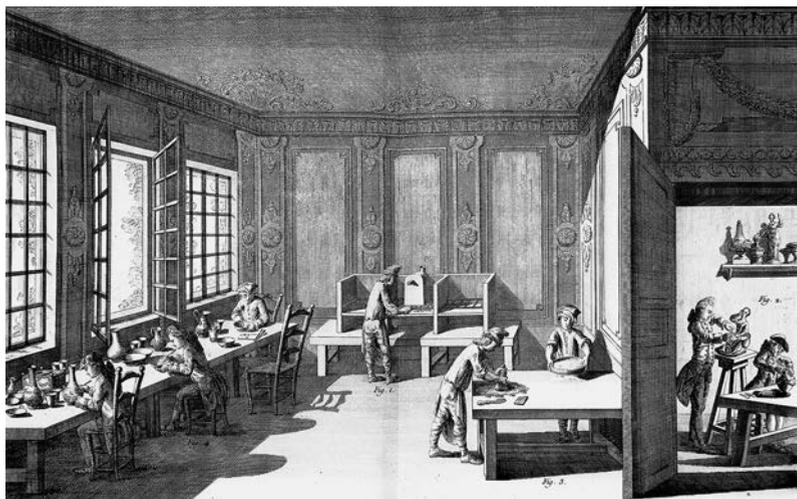
изготовлении фарфора, а в Стаффордшире его применяли для тонкокаменных изделий с соляной глазурью, однако из-за трудоемкости и дороговизны этого способа никто не работал так с довольно дешевой фаянсовой посудой. Большинство ранних эмалевых росписей фабрики Веджвуда были привлекательны, хотя и аляповаты. К тому же эти рисунки зачастую оказывались довольно сложными для точного копирования, что не удовлетворяло критериям массового производства.

Чтобы избежать вариаций рисунка и сократить расходы на роспись, Веджвуд экспериментировал с переводным нанесением эмалевого рисунка на изделие. Попыты увенчались успехом, и со временем на фабрике бóльшая часть эмалировки наносилась именно этим способом.

Ручной оставалась лишь роспись краевых поверхностей сосудов и нанесение повторяющегося орнамента, который рабочие могли воспроизвести аккуратно. Единственным элементом непредсказуемости в системе Веджвуда оставались люди.

«Сделать из человека машину»

Поставленная Веджвудом задача — добиться единообразного и постоянного по качеству продукта — не могла быть решена, пока не была исключена всякая возможность «самодеятельности» со стороны работников. В какой-то мере керамисты решили эту проблему еще задолго до Веджвуда. Несмотря на то что керамика когда-то была ремесленным занятием и один человек выполнял все стадии работы над посудой, в Стаффордшире такая организация труда канула в Лету еще до XVIII века. Уже в 1730 году, а то и раньше, гончары специализировались каждый на отдельной операции: один работал на круге, другой месил глину, третий готовил глазурь. Типичная керамическая



Роспись эмалью и лепка образцов на французской фарфоровой фабрике, 1771. Разделение труда и узкая специализация рабочих были типичны для королевских фарфоровых заводов Европы. Веджвуд перенес этот опыт, так же как и технологию росписи эмалью, на производство более дешевых товаров. Источник: Le Compte de Milly, L'Art de Porcelaine // Encyclopédie Méthodique des Arts et Métiers. Paris : Academie des Sciences, 1771. Pl. 8

мастерская середины XVIII века представляла собой несколько цехов, в каждом из которых работники занимались своим делом. В 1750-х годах на фабрике Уилдона работа была разделена на семь стадий и каждый работник выполнял одну операцию³. Таким образом, если за изделие на разных этапах его изготовления отвечало несколько человек, риск индивидуальной ошибки снижался.

Но даже в такой ситуации работники могли испортить конечный результат. Например, человек, ответственный за изготовление накладного орнамента, мог нанести его на разные кувшины по-разному, еще бóльшие отличия между кувшинами мог допустить глазуровщик. Веджвуд постоянно жаловался на неспособность работников производить полностью



Engraving designs on Copper Plates, for producing the much admired "blue printed pots": &c.



"Pressing" or "Squeezing", which is making jugs, tureens &c. of the clay, ready for being fired.

Разделение труда на керамической фабрике, 1827. Иллюстрации, на которых изображена работа по подготовке форм, гравировке орнамента для переводной печати, лепка образцов и прессование форм, взяты из книги, где описывается восемнадцать различных стадий гончарного производства. К началу XIX века разделение труда в керамической промышленности было распространено уже довольно широко. Источник: A Representation of Manufacture of Earthenware, London : Ambrose Cuddon, 1827

одинаковую посуду, особенно когда это касалось декоративной керамики.

Однажды он написал Бентли:

«Все замесы и краски после всех наших стараний поджидает столько случайностей — от нерадивости рабочих и до их идей...»⁴

Несколькими годами ранее Веджвуд уже высказывал Бентли свою озабоченность по поводу единообразия продукции, когда писал ему, что «собирается превратить людей в машины, неспособные на ошибку»⁵. Для производства кремового фаянса, равно как и декоративной керамики, постоянство качества было незаменимым фактором успеха. Веджвуд повышал надежность работы персонала либо переучивая работников, либо подразделяя технологический цикл на еще более мелкие этапы, чтобы таким образом лучше контролировать процесс. Повышение квалификации работников продвигалось медленно и часто вызывало недовольство. Преимущество же дробления технологической цепочки заключалось в том, что для ряда операций можно было использовать и менее квалифицированную рабочую силу. Отличным примером стало внедрение технологии росписи эмалью по глазурованной посуде. Если при изготовлении посуды с зеленой глазурью обе функции, декорирования и глазурования, совмещались в одном процессе, то в случае с кремовым фаянсом глазурование и роспись эмалью разносились в различные технологические циклы и выполнялись разными мастерами. Работников снабжали четким набором инструкций и строго контролировали⁶.

Роль лепщиков

Пока гончарное дело оставалось в руках ремесленников, как это было в Стаффордшире до конца XVII века, форма сосуда целиком зависела от того мастера, который его делал. С разделением труда на несколько стадий назрела необходимость в еще одной производственной функции — подготовке инструкций для рабочих различных специальностей о том, как правильно изготовить изделие. Собственно, речь зашла о появлении дизайнера.

Работа по дизайну, или, как тогда говорили, «лепке модели», выделилась в самостоятельную стадию производства, хотя эту функцию выполняли рабочие самой мастерской, например старшие мастера. К 1750 году эта функция не только признавалась отдельным этапом производства, а существовали уже специалисты-лепщики. В их обязанности входила подготовка прототипов изделий, на которые могли ориентироваться другие мастера.

К примеру, Уильям Грейтбэтч, впоследствии основавший собственное дело и поставлявший посуду для декорирования Веджвуду, в 1750-х годах работал лепщиком у Уилдона⁷.

Успешность «превращения людей в машины» зависела от точности инструкций лепщика: если они были недостаточно четкими и полными, то оставляли мастеру, непосредственно изготавливавшему сосуд, значительное поле для собственного «творчества». Веджвуду были просто необходимы хорошие лепщики, поскольку он сделал все, чтобы ограничить влияние рядовых мастеров на конечную форму сосудов.

Особенное значение это имело при изготовлении кремового фаянса, поскольку для этого продукта постоянство качества ставилось во главу угла. Ценность подготовки лепщиком конкретной модели возрастала в зависимости от объема партии керамики, изготовленной по образцу, ведь в каком-то смысле лепщик избавлял мастеров от части работы.

В денежном выражении стоимость работы лепщика можно было вычислить, умножив стоимость этой части на количество выпущенных изделий. Работа лепщиков была так важна, что они стали самыми высокооплачиваемыми специалистами в керамической отрасли. По свидетельству Артура Янга, в 1769 году лепщик получал сто фунтов стерлингов в год, что почти в два раза превышало оклад простого квалифицированного рабочего, который составлял семь — двенадцать

шиллингов в неделю; Джон Флакман, сотрудничавший с Веджвудом, получал за изготовление образцов по гинее в день⁸.

Несмотря на высокие заработки лепщиков, их оклад и реальная отдача от работы не всегда соответствовали друг другу. Зато, если специалист себя окупал, предприниматель оставался в выигрыше. Ведь лепщики получали твердый оклад,



Мастерская отца художника на Гаф-сквер в Лондоне. Акварель. Томас Бакстер, 1810. На картине изображены художники, занятые росписью керамики

а не процент от продаж, в то время как доход предпринимателя увеличивался в зависимости от количества проданных изделий. Услуги хороших дизайнеров-лепщиков открывали для предпринимателей дополнительные возможности дохода.

Веджвуд остро нуждался в дизайнерах не только в силу необходимости разделения труда. Они особенно понадобились ему, когда он задумал изменить стиль своей продукции. Поскольку движение неоклассицизма зародилось вовсе не в Стаффордшире, а в Лондоне и европейских столицах, местные мастера не понимали, что именно от них теперь требовалось, и с неохотой отказывались от привычных представлений о «правильной» посуде. Веджвуд испытывал постоянные сложности с лепщиками, которые способны были бы работать в античном стиле.

В своем письме 1767 года он красноречиво описывает свои беды:

«Я получил модель „Террин“, на несовершенства которой вы мне справедливо указали в последнем письме, и вынужден признать, что вы несколько не преувеличили. Боюсь, мистер Чаббард больше не сможет быть нам полезен, что досадно, поскольку со своей стороны он склонен проявлять всяческое усердие. Модель „Террин“ совершенно непригодна с точки зрения правдоподобности краев и граней, которые не соответствуют друг другу, равно как и орнамент. То же самое касается верхней части блюда и крышки. Резной орнамент не закончен. Мне кажется, что такие работы необходимо поручать настоящему Мастеру, и это еще больше убеждает меня в том, что привлекать мистера Чаббарда больше не стоит»⁹.

В конечном итоге Веджвуд решил проблему радикально — он привлек к работе художников, не имевших к керамике

никакого отношения. Понимая принципы неоклассицизма, они смогли придать современным изделиям античный облик. Сначала он пригласил на работу художников-лепщиков, но работать с ними оказалось сложно. Их творческие амбиции и независимость не вписывались в рутинную модель производства, дисциплину и систему стандартизации, которую Веджвуд пытался создать. Вот что он пишет по этому поводу:

«О! Нам бы дюжину хороших и скромных лепщиков в „Этрурию“ на пару месяцев! Сколько бы мы создали, сколько бы придумали, сколько бы улучшили! Но, увы, дальше мы вынуждены, пусть медленно и постепенно, действовать собственными силами, потому что я больше не потерплю здесь художников. Я хотел их привлечь, но теперь чувствую, что они растлевающе действуют на коллектив. Я был вынужден расстаться с Рэдфордом — он работал, когда ему заблагорассудится, и это подавало дурной пример гораздо более квалифицированным мастерам, чем он сам»¹⁰.

Неудачный опыт с собственными художниками на фабрике убедил Веджвуда поступать иначе — давать заказы художникам на стороне и покупать у них готовые разработки.

Именно таким образом строились его отношения с Джоном Флаксманом, который работал в Лондоне и присылал работы в «Этрурию». Таким образом, дизайн стал не только элементом разделения труда, он и географически отделился от производства керамики.

Веджвуд ясно осознавал коммерческую выгоду сотрудничества с художниками. По мере того как средний и высший классы общества постепенно формировали свою идентичность, у них появлялась необходимость выделиться и обзавестись собственным стилем и модными атрибутами. Провин-

циальные ремесленники никак не могли способствовать решению этой задачи, и Веджвуд был вынужден искать людей, связанных с высшим обществом и ориентирующихся в моде. В своем письме Бентли он выражает уверенность, что покупателям больше понравились бы работы академических художников, а не просто «гипсовиков», каким был отец Флаксмана:

«В последнем письме я писал тебе про бюсты, я думаю, что бюсты из академии не такие тривиальные и в целом много лучше, чем те, что продаются в гипсовой лавке. К тому же гораздо лучше звучит „эти бюсты скопированы с экспонатов галереи“, чем „мы купили их у Флаксмана“»¹¹.

И хотя тематика неоклассицизма дала Веджвуду особый стимул к привлечению дизайнеров, потребность в этой профессии возникала во всех отраслях промышленности, где появлялось разделение труда. Без направляющей руки дизайнера или проектировщика изделия производство превращалось бы в игру с непредсказуемым результатом, где каждый участник процесса вносил бы свой вклад в общий хаос.

Дизайн и производство: борьба за единообразие

Когда дизайн нового изделия выбран и утвержден, любой промышленник стремится к максимальной точности его воспроизводства. Многое здесь зависит от дизайнера — он должен создать такой образец, который рабочие, с их определенным набором навыков или орудий труда, могли бы воспроизводить точно и последовательно. В любой отрасли промышленности первое требование к дизайну — это возможность его серийного производства

с постоянным качеством, так как любое изделие со случайными отклонениями приравнивается к браку. Таким образом, любой дизайн должен подразумевать набор технических характеристик, основанных на имеющихся условиях производства (будь оно ручным или механизированным), с помощью которых риск ошибки сводится к нулю.

В большинстве работ, посвященных Веджвуду и его кремовой керамике, сделан упор на его склонность к неоклассицизму. Конечно, Веджвуд стремился выпускать керамику в неоклассическом стиле, но в его случае это стремление было тесно связано с методикой производства и процессами организации труда на фабрике. Многие историки предполагают, что геометрически правильные и ровные формы сосудов кремового фаянса были результатом их механической обработки.

К примеру, Эрвин Шефер в своей работе «Происхождение современного дизайна» пишет, что форма посуды из кремового фаянса «была настолько выверена и правильна, что ее можно было делать при помощи машин»¹².

Однако Шефер и другие историки, по всей видимости, были слишком сильно убеждены в том, что механизация в то время внедрялась повсеместно и именно она явилась причиной изменений в дизайне. В случае с Веджвудом это предположение не находит никаких подтверждений. Техника формовки изделий на гончарном круге и обточки была точь-в-точь такой же, как и при изготовлении зеленого фаянса, более того, не менялась как минимум тридцать лет до Веджвуда¹³. И хотя он внедрил механический привод для гончарного круга (из чего историки сделали далекоидущие выводы), круг оставался вполне традиционным орудием труда, а новый привод лишь повысил скорость его работы¹⁴. Своей славой выдающегося промышленника Веджвуд обязан не машинам, а прогрессивным способам организации труда. Именно в этом свете следует

рассматривать связь между дизайном керамики и методами производства.

Конкретным стимулом, подвигшим Веджвуда на разработку нового дизайна керамики, стала необходимость найти способ для расширения ассортимента без увеличения производственных затрат и при условии стабильного выпуска продукции.

Покупателям нужен был выбор, и они постоянно жаждали новинок. Базовый продукт Веджвуда — фаянс с зеленой глазурью — отличался обилием формованного орнамента и разнообразными эффектами глазури. Однако из-за непредсказуемого поведения глазури при обжиге этот товар не подходил для продажи по каталогам предварительного заказа. Кроме того, изготовление формованного орнамента было затратным как по причине дороговизны самих формовочных элементов, так и из-за времени, которое требовалось мастерам, чтобы перестроиться с одного орнамента на другой.

Озабоченный снижением затрат на производство, Веджвуд пишет Бентли:

«Я недавно имел несколько серьезных разговоров с нашими людьми из декоративной мастерской касательно того, во сколько обходится изготовление наших изделий, и о том, что затраты необходимо снижать, особенно это касалось цветочных горшков и чайников. Их главным аргументом против снижения ставок было то, что они выпускают мало товара и в результате „настраивают скрипку дольше, чем музицируют“. Я пообещал, что они будут делать дюжины горшков, и чайников, и ваз, как только мы решимся на такое рискованное предприятие.

Я завел журнал для собственных расчетов и занову туда затраты на труд работников (буду делать так и впредь), и я думаю, что неизбежным следствием снижения затрат



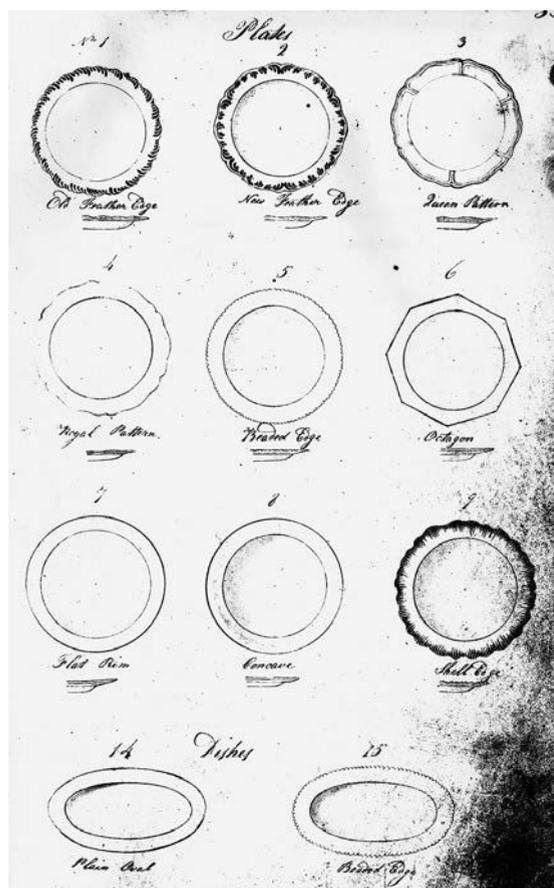
Форма для чайника с орнаментом в виде цветной капусты, ок. 1760. Изготовление форм было довольно дорогостоящим, поэтому ассортимент изделий керамической фабрики ограничивался набором имеющихся форм

на производство станет увеличение количества продукции. Посмотри на наши расчеты, ты увидишь, какую часть от общей стоимости производства составляет лепка сосудов и формовка орнамента, плюс еще три следующие колонки — все это постоянные издержки, эти деньги текут, как песок в часах, вне зависимости от того, сколько товара мы производим. Следовательно, нам важно производить максимальное количество товара в единицу времени»¹⁵.

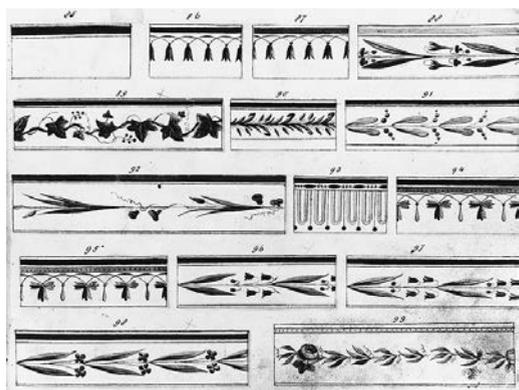
Письмо посвящено декоративной керамике, объемы которой были ничтожны в сравнении с керамикой «бытовой», значительная экономия в ее производстве достигалась за счет

сокращения видов выпускаемой посуды. Чтобы произвести такое сокращение безболезненно и не разочаровать покупателя заметным уменьшением ассортимента, Веджвуд решил разнообразить эмалевые росписи, нанесение которых на уже обожженный сосуд представляло собой сравнительно простую операцию.

Когда покупатель делал заказ на посуду, ему предлагались различные варианты декора на выбор. Например, каталог



Страница из каталога тарелок. Веджвуд, ок. 1770. Многие керамические изделия были выдержаны в стиле рококо, что ограничивало использование орнамента



Страница из каталога орнаментов. Веджвуд, ок. 1780. Покупателю предлагалось множество орнаментов, однако выбор моделей посуды, на которую их можно было нанести, был невелик

1774 года содержал тридцать один вариант эмалевой росписи помимо стандартного покрытия глазурью или позолотой.

Таким образом Веджвуд не замораживал капитал в товаре с неизвестными перспективами реализации, ведь окончательное изготовление изделия, а именно нанесение декора, происходило только после получения заказа. Как только Веджвуд решил свести все декоративные работы к эмалевой росписи под заказ, стоимость декорирования (дешевого, если речь шла о переводных изображениях, или более дорогого в случае ручной работы) практически перестала зависеть от количества вариантов дизайна. Единственная проблема заключалась в том, чтобы сделать любой вариант росписи подходящим для любого типа еще не расписанной посуды. Например, керамика с богатым рельефом оставляла не много простора для декорирования, а блюдо с волнистой кромкой подходило для цветочного орнамента, но никак не годилось для геометрического.

Чтобы «королевский» фаянс стал действительно универсальным и пригодным для нанесения любого декора, необходима была посуда простых и чистых форм с большими ровными поверхностями. Этим требованиям неоклассические формы удовлетворяли значительно лучше, чем стиль рококо,



Компотьер веджвудского кремового фаянса, ок. 1770. Форма большинства ранних изделий «королевской» керамики Веджвуда была далека от неоклассической, они подходили лишь для нанесения весьма ограниченного набора орнаментов

которому Веджвуд и его коллеги по цеху ранее отдавали предпочтение.

Разработка форм, которые одновременно отвечали бы нуждам производства и запросам рынка, была дизайнерской задачей. Было недостаточно просто делать такую посуду, которая бы соответствовала вкусам XVIII века, или такие сосуды, которые мастера в Стаффордшире могли бы безошибочно и постоянно воспроизводить: главным достижением дизайнеров Веджвуда было то, что они сумели найти формы, которые удовлетворяли потребности и рынка, и производства. В этом смысле они решали ту же самую задачу, над которой трудились все дизайнеры последующих эпох.

Часто говорят, что промышленный дизайнер — новая, типичная для XX века профессия. Джеффри Мейкли в своей книге «Двадцатый век лтд», посвященной американскому дизайну в период между двух мировых войн, пишет, что возникновение феномена промышленного дизайна стало результатом Великой депрессии:

«Промышленный дизайн родился благодаря счастливому стечению двух обстоятельств: перенасыщенности рынка,

который требовал от производителей выделять свой продукт из массы других, и возникновению нового „техногенного“ стиля, с легкостью подхваченного дизайнерами и воспринимавшегося чувствительной публикой как ультрасовременный»¹⁶.

Никто не сомневается, что в 1920-е годы в Америке сформировалась группа промышленных дизайнеров, однако несправедливо утверждать, что они были первыми (что бы ни говорили они сами). Обязанности, которые выполняли такие люди, как Рэймонд Лоуи и Генри Дрейфус, существовали в определенных отраслях промышленности веками, и новаторство их



Тарелка, супница, миска и блюдо с крышкой. Веджвуд, ок. 1780. Края посуды украшены полоской орнамента, а ручки крышек — венчиком. На посуду такой формы можно было нанести практически любой орнамент

заключалось лишь в усовершенствовании технологий и создании предпосылок для изобретения новых товаров — от автомобилей до радиоприемников и авторучек. При всем глубочайшем уважении, суть их работы сводилась к скрещиванию идей с производственными методами, что в историческом смысле подобно роли скромных лепщиков с веджвудских фабрик.