М.Б. Удальцова

АВТО И ХРОНОМЕТР. К ВОПРОСУ О ВЛИЯНИИ АВТОМОБИЛЬНОГО ДИЗАЙНА НА СТИЛЬ МУЖСКИХ НАРУЧНЫХ ЧАСОВ КОНЦА XX — НАЧАЛА XXI В.

В статье рассматривается история взаимного влияния и развития дизайна в сфере производства автомобилей и наручных часов конца XX — начала XXI в. Автомобиль сократил время в пути, а, по сути, сжал, компактизировал расстояния, сделал жизнь более насыщенной, плотной и активной. Часы дали этому новому, сжатому времени, требуемую точность отсчета. В целом, парадигма, в которой большие скорости и точно измеренное время определяют стиль и ритм жизни, органичным образом привела к стилевому взаимодействию дизайна часов и авто. Анализ этого явления позволяет выделить варианты внедрения автомобильной стилистики и брендинга в дизайн наручных часов.

The article looks at the history of mutual design influence and development of production of cars and wrist watch at the end of the twentieth and the beginning of twenty first century. Cars have shortened travel distance and thereby making it possible to squeeze more events in a day then ever before. Wrist watch have given the necessary accuracy for managing a new much eventful day. On the whole a paradigm in witch high speed and time accuracy has determined rhythm and style of life. In some way these two have interacted with each other stylistically influencing one another. Analysis of such connection may highlight various ways to integrate the automobile style and branding info wrist watch design.

Ключевые слова: часы, кварцевый кризис, наручные часы, автомобильный дизайн.

Keywords: watch, quartz crisis, history, wristwatch, car design.





Рисунок 1. Rolex Daytona
Рисунок 2. Bugatti Type 370
Рисунок 3. Porsche design, серия Хронограф 911

Автомобиль и наручные часы появились на свет практически одновременно. Мир вокруг человека индустриального перестал жить в масштабах пешей прогулки и ритме восходов-закатов. В индустриально развитых странах средний человек стал в течение дня перемещаться на десятки километров и считать время в минутах. Оба рассматриваемых предмета можно считать символами индустриальной эпохи и одними из главных ее инструментов, действовавших совместно. Автомобиль сократил время в пути, сжав расстояния, сделал жизнь более насыщенной, плотной и активной. Часы дали этому новому, плотному времени требуемую точность отсчета. В целом, парадигма, в которой большие скорости и точно измеренное время определяют стиль и ритм жизни, органичным образом привела к стилевому взаимодействию дизайна часов и авто.

Производители наручных часов и хронометров, такие, как Heuer, рано осознали рекламный потенциал автогонок и поэтому уже в межвоенный период некоторые марки активно спонсировали автогонки и увязывали с этими событиями дизайн своей продукции. В послевоенный период практика выпуска часов под автомобильным брендом расширилась и оформилась в стабильный сегмент часовой индустрии. С одной стороны, характерным и устоявшимся фактором является позиционирование часов в период после кварцевого кризиса, то есть, начиная с 1980-х гг., как сложной и дорогой аксессуар для старшей возрастной группы

потребителей. С другой стороны, сам рынок и выбор производителей формировала потребность производителей дорогих, люксовых автомобилей в дорогом и солидно выглядящем сувенире. На настоящий момент можно выделить три варианта внедрения автомобильной стилистики и брендинга в дизайн наручных часов.

Самый ранний по времени возникновения подход — это получение вдохновения не от конкретного автомобиля и его марки, а от автомобиля как спортивного снаряда, от гонки, ее характера, ее легенды. Такой подход был характерен уже в межвоенный период и вполне сохранен в настоящее время целым рядом часовых брендов. Из наиболее известных можно назвать — Ролекс, линейка часов Дайтона, Таг-Хейер — Формула-1 и Монако; Шопар — Милле Милья (рис. 1). Характерным примером являются часы Таг-Хейер Монако, использующие традиционную для этой гонки Формулы-1 цветовую гамму, аккуратно отсылающие элементами ар-деко в дизайне к «Золотому Веку» автогонок, 1920–30-м гг.

Самым массовым вариантом такого взаимодействия является все же прямое использование часовщиком стиля и бренда автопроизводителя. В большинстве случаев это фактически двойное брендирование, часы имеют характерные черты стиля обоих «родительских» брендов. Можно отметить среди прочих — Пармиджани Бугатти Тип 370 Миф X (рис. 2) и Ральф Лорен для Бугатти; Юбло МП-05 ЛаФеррари и Техфрейм для Феррари; Брейтлинг для Бентли Суперспортс; Роже Дюбюи Эскалибур Авентадор S для Ламборгини, Булгари Окто Мазерати для Мазерати. В некоторых случаях крупные автопроизводители либо периодически меняют партнерскую часовую компанию (так поступает, например, Феррари: Лонжин — Жерар-Перригё — Панерай), либо полностью берут задачи дизайна на себя, либо — афиллированное дизайн-бюро, получая от часовщиков только калибры. БМВ и Мерседес выпускают под своими брендами наручные часы, совершенно соответствующие традиционной стилистике их автомобилей — как колористически (бело-черно-голубая гамма БМВ и серебристый у Мерседес), так и по подбору шрифтов, основных декоративных элементов. БМВ, в отличие от Мерседес, даже не размещает логотип часовой компании на циферблате. Хорошим примером работы с аффилированными дизайн-

-бюро можно считать линейки часов от Порше Дизайн для Порше. Серия Хронограф 911 — современная, с аккуратным цитированием линий одноименного автомобиля в форме корпуса, рисунка колесного диска для задней крышки, использующая как традиционный шрифт Порше, так и фактуры, цвета кожи из интерьерной отделки Порше 911, — может считаться одним из самых удачных примеров переосмысления автомобильного стиля для дизайна наручных часов (рис. 3).

Встречаются как прямое использование переосмысленных и масштабированных элементов родительского стиля автомобильной марки, так и использование стилистики без прямого цитирования. Хорошим примером прямой цитаты можно считать часы, выпускавшиеся компанией Корум ограниченной серией для Роллс--Ройс в 1976–1996 гг., точно повторявшие рисунок и форму решетки радиатора автомобиля Роллс-Ройс. При всей узнаваемости, результат в данном случае нельзя назвать удачей. Как более удачные примеры цитирования, можно отметить обыгрывание мотивов и пластики двигателя и подвески Феррари в моделях Ла Феррари и Техфрейм от Юбло (в последнем случае дизайн-проектированием корпуса занимался главный дизайнер Феррари Флавио Манцони). Среди часов для одной автомобильной марки можно встретить разный уровень переосмысления стилистических особенностей «родительского» бренда. Так, прямое использование формы капота ранних Бугатти как основного формообразующего элемента в часах Пармиджани Бугатти Тип 370 — решение несколько неуклюжее, немасштабное (рис. 4). При этом правильный подбор текстур и фактур в часах Ральф Лорен для Бугатти делает их гораздо более адекватными стилю этой компании. Точно также несколько примитивное копирование формообразования исходной марки в часах Тонино Ламборгини Спайдер для фирмы, основанной его отцом проигрывает более тонкому решению от Роже Дюбюи, где решение строится на цветовой гамме салона и общем стиле Aventador S, не копируя конкретные пластические ходы автомобиля.

Надо отметить, что речь в вышеперечисленных случаях идет, скорее, не о взаимодействии индивидуальных дизайнеров, но о более сложном процессе взаимовлияния корпоративных стилевых традиций. Но есть еще один тип такого переноса стиля, который как раз связан с

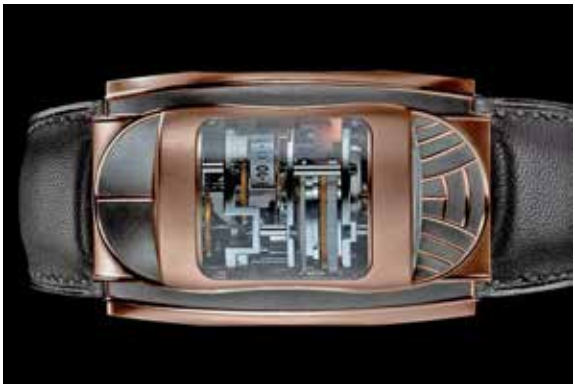




Рисунок 4. Parmigiani Bugatti Type 370
Рисунок 5. Giorgetto Giugiaro x Seiko

личностью дизайнера. Это ситуация, пусть не часто, но встречающаяся, когда автомобильный дизайнер берется проектировать наручные часы. В этом случае крайне важным становится масштаб фигуры такого дизайнера-визитера.

Заметным, а по масштабу личности и дарования дизайнера — уникальным, примером такой «интервенции» является проектирование Джорджетто Джуджаро серии часов Speed Master для Seiko. Строго функциональный и эргономический подход, характерный для автомобильных работ Джуджаро, здесь прослеживается также четко. Асимметричная форма, в итоге определяющая облик этих часов, вызвана необходимостью быстрого и безошибочного «слепого» доступа к органам управления часов. Выбор материалов тоже укладывается в рамки автодизайна этого периода. То есть, часы Джуджаро для Seiko, не будучи привязанными к какой-то конкретной марке автомобиля, могут рассматриваться как применение к часам автодизайна «вообще» как архетипа (рис. 5).

Примеры обратного влияния крайне редки, но один крайне интересный случай необходимо рассмотреть. Швейцарская компания Свотч не просто известна вниманием к инновационному дизайну, а стала одним из лидеров рынка благодаря нестандартному и очень успешному ответу на «кварцевый кризис». Вкратце этот подход можно охарактеризовать как сочетание концепции «вторых часов» и фокуса

на художественной составляющей дизайна, делающей часы Свотч не часами, легкомысленным и предметом, отличным от традиционно серьезного и дорогого швейцарского хронометра. Совместный с Daimler AG проект микроавтомобиля Smart полностью соответствует этой же парадигме Swatch. Изначально придуманный основателем и идеологом Свотч Николасом Хайеком в 1992 году как «вторая машина», с дизайном не-автомобиля, скорее дружелюбной игрушки, Smart сохранил этот генотип, несмотря на выход Swatch из проекта перед запуском производства в 1997 году.

Можно также отметить участие часовой компании Брейтлинг в дизайне Бентли Континентал ДжиТи 2002 г., где силами Брейтлинг спроектирована приборная панель. Одновременно Брейтлинг выпустила часы, которые получал покупатель машины.

Таким образом, взаимодействие стилей автомобильного и часового дизайна демонстрирует довольно простой набор закономерностей.

Во-первых, очевидно, что большая часть такого рода взаимодействий происходит не между двумя индивидуальными дизайнерами или даже группами дизайнеров, но между фирмами. Этот процесс находится под очень сильным воздействием инерции бренда, традиций и принятых внутри фирмы практик, стилевые решения выбираются более однозначные и узнаваемые.

Во-вторых, можно однозначно говорить о том, что при прочих равных определяющих в балансе родительских стилей является инновационность подхода той или иной компании. Менее консервативный подход к дизайну в каждом случае такого взаимодействия доминирует, определяет стиль и формообразование. Яркий пример такой закономерности — описанное выше взаимодействие Мерседес и Свотч по проекту «Смарт», где инновационная харизма унаследована именно от Свотч и доминирует даже после выхода часовой компании из проекта.

В-третьих, экономическая и технологическая мощь позволяют автомобильным компаниям тратить больше ресурсов на дизайн и в конечном счете — на дизайн «непрофильный», в том числе используя аффилированные компании (Порше дизайн, Ламборгини). Именно из-за такого дисбаланса технических и экономических возможностей послевоенное взаимодействие дизайна часов с дизайном автомобилей выглядит однонаправленным.

Наконец, в-четвертых, определяющей формой рассматриваемого стилевого взаимодействия был не прямой перенос формальных решений, а скорее применение к мужским наручным часам «автомобильных» методов выработки общей концепции, формообразования, иногда типов и сочетаний материалов, то есть в наиболее удачных случаях новый стиль возникает не как копирование, но как творческая переработка исходного, порождающего стиля.

Библиография:

1. Брейтлинг: URL: https://www.breitlingforbentley.com/fr/collection/bentley-b06/presentation/?idModel=1399
2. Tar-Хейер: URL: https://www.tagheuer.com/ru/%D1%87%D0%B0%D1%81%D1%8B/%D1%87%D0%B0%D1%81%D0%BE%D0%B2-monaco
3. Юбло: URL: https://www.hublot.com/en/partnerships/ferrari
4. Ролекс: URL: https://www.rolex.com/watches/cosmograph-daytona.html
5. Ральф Лорен: URL: https://www.ralphlauren.com/brands-watches-explore?webcat=brands%7Cwatches%7CExplore
6. Сейко: URL: https://www.seikowatches.com/global-en/special/heritage/
7. BMW: URL: https://shop.bmw.com/bmw-com/en_US/lifestyle/accessories/watches/page1.html
8. Mercedes: URL: https://www.mercedes-benz-classic-store.com/en/accessories/watches-jewellery/?p=1
9.Porsche: URL: https://www.porsche-design.com/en/timepieces/inspiration/chronograph-911-gt2-rs/
10. Официальная история Смарт от Даймлер: URL: http://media.daimler.com/marsMediaSite/en/instance/ko.xhtml?oid=9919398&ls=L2VuL2luc3RhbmNlL2tvLnhodG1sP29pZD05MjY3NDQ1JnJlbElkPTYwODI5JmZyb21PaWQ9OTI2NzQ0NSZib3JkZXJzPXRydWUmcmVzdWx0SW5mb1R5cGVJZD00MDYyNiZ2aWV3VHlwZT1saXN0JnNvcnREZWZpbml0aW9uPVBVQkxJU0hFRF9BVC0yJnRodW1iU2NhbGVJbmRleD0wJnJvd0NvdW50c0luZGV4PTU!&rs=3