

# Б а н я т а

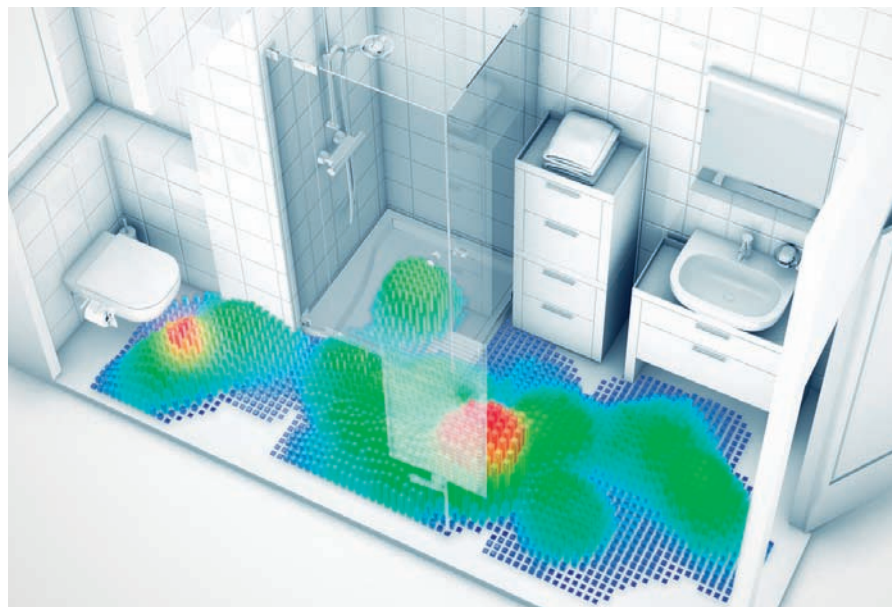
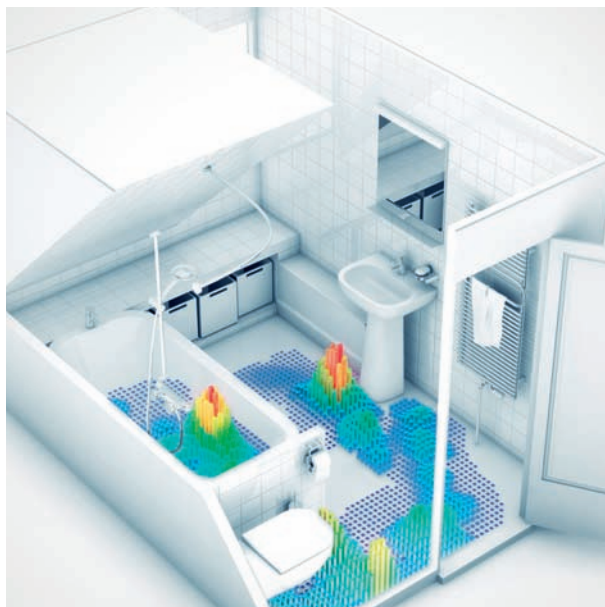


## ПОВЕРИТЕЛНО И ЛИЧНО

от Лидия Манолова

*Какво означава банята за съвременния човек? Как може да се направи „по марка“? Кое определя дизайна на пространството? И откъде да започнем – от избора на папките или от навичките си? Първото по рода си проучване на Ideal Standard дава неочакван, задълбочен и много навременен поглед към въпросите. И което е още по-хубаво – намира верните отговори.*

Когато един познат архитект показал на клиента си проекта за банята в новата му къща, мъжът го погледнал с недоумение. „Гвърде е ексцентрично – казал той. – Искам обикновена баня. Голяма и луксозна, но в края на краищата всяка баня има точно определени неща, душ, вана, тоалетна, умивалник, огледало. Затова 80% от баните си приличат.“ Архитектът опитал да го убеди, че целта на дизайна – както на банята, така и на къщата – е да създаде пространство с характер, което се отличава, има атмосфера, и освен че е комфортно за живеене, изразява определени естетически кодове. Не постигнал особен успех, но в същото време си дал сметка, че може би не познава достатъчно добре клиента си и неговия начин на обитаване на дома. Какво би искал да има той в банята? Кое ще му даде усещане за лукс? Светлината, сценографията, материалите, обемите или облицовките, обзавеждането, технологиите? Необходимостта от такива отговори и решения е мотивираща за компания като Ideal Standard не само защото е световен лидер, но и заради убеждението, че ергономията в съвременната баня означава създаване на дизайн, който е човеколюбив – тързва от клиента и търси баланса между форма и функция. Проучването на социологическите, антропологични и демографски фактори, които определят поведението и изборите на хората в съвременната



ПРОУЧВАНЕТО НА IDEAL STANDARD ЗА ПОВЕДЕНИЕТО НА ХОРАТА В БАНЯТА Е ИЗОБРАЗЕНО КАТО 3D ГРАФИКИ. ГОРЕЩИТЕ ТОЧКИ СА МЕСТАТА, КОИТО НАЙ-ЧЕСТО СЕ ИЗПОЛЗВАТ

баня, е сериозен труд, който Ideal Standard извършва с помощта на социален антрополог и двама дизайнера – доктор Джон Кюран, Робин Левиев и Ахим Пол. Компанията влиза (с анкети, мейли, снимки и пр.) не просто в домовете, а в най-личното пространство, банята, на различни групи хора, за да се проследят и опишат всекидневните жестове, ритуали, мечти и желания на собствениците. Разделени в пет групи – самостоятелно живеещи, двойки, семейства с малки деца, възрастни и хора над 55 години, те са интервюирани с цел да се отговори на въпроса как използват банята си и какво биха искали да променят в нея. Избрани са осем реални бани (със снимки, изпратени от собствениците), представляващи колкото може по-подробно демографските групи. Специално за проучването Ideal Standard създава програма, която проследява движенията на човешкото тяло в банята. Тази „карта на поведението“ е 3D изображение, което се основава на сензори във всяка от проучваните бани. Софтуерът обработва информацията от различните страни, в които се провежда проучването – Англия, Германия, Италия и Франция, отчитайки времето, прекарано в банята, местата, където хората се задържат най-дълго, и т.н. Анализът на различните групи хора е интересен и забавен – самите те разказват за ежедневните си ритуали, представите си за идеалната баня, за комфорт и функционалност. Някои признават, че баните им са скучни и неудобни, че им липсва рег и място за съхранение на аксесоарите, че пространството е малко и не прегражда към релакс, презареждане, наслада. Желанието за промяна е в основата на новите идеи за пространството, които Ideal Standard разработва. Да се използва красиво една баня означава да изпитваш удоволствие от нея всеки ден. Да е място, което те преобразява, успокоява, забавлява, зарежда. Това ми напомня гумите на арх. Таня Глебова, която преди години проектира баните у дома – „Не прави компромиси тук, това е първото, което ще виждаш сутрин, и то трябва да ти доставя удоволствие“.

[www.idealstandard.com](http://www.idealstandard.com)

#### 10 ФАКТА

- СРЕДНОТО ВРЕМЕ, КОЕТО ЧОВЕК ПРЕКАРВА В БАНЯТА СУТРИН, Е 25 МИН И 59 СЕКУНДИ.
- АНГЛИЧАНИТЕ СА НАЙ-БЪРЗИ СЪС СУТРЕШНИЯ ТОАЛЕТ – 19 МИН И 42 СЕК.
- ЖЕНИТЕ ИМАТ НУЖДА ОТ 7% ПОВЕЧЕ ВРЕМЕ (1 МИН И 13 СЕК) ЗА СУТРЕШЕН ТОАЛЕТ ОТ МЪЖЕТЕ.
- САМО 36% ОТ ХОРАТА, КОИТО ИМАТ ВАНА, Я ПРЕДПОЧИТАТ ПРЕД ДУША КАТО ЧАСТ ОТ ВСЕКИДНЕВНИТЕ РИТУАЛИ.
- СОБСТВЕНИЦИТЕ ПОД 30 ГОДИНИ ПРЕКАРВАТ СРЕДНО 1 МИН И 39 СЕК ПОВЕЧЕ В ТОАЛЕТНАТА В СРАВНЕНИЕ С ТЕЗИ НАД 55 – ПРИЧИНАТА Е, ЧЕ ПРОВЕРЯВАТ FACEBOOK.
- АНГЛИЙСКИТЕ ДОМАКИНСТВА НАЙ-РЯДКО ИЗПОЛЗВАТ ВАНА – НЯКОЛКО ПЪТИ В МЕСЕЦА ИЛИ ПО-МАЛКО.
- ФРАНЦУЗИТЕ СА НАЙ-ГОЛЕМИ ПОЧИТАТЕЛИ НА ВАНАТА – 50% ОТ ТЕЗИ, КОИТО ИМАТ ВАНА, Я ИЗПОЛЗВАТ ВСЕКИ ДЕН.
- 35% ОТ ФРЕНСКИТЕ ДОМОВЕ НЯМАТ ТОАЛЕТНА В ОСНОВНАТА БАНЯ, ДОКАТО 95% ОТ ИТАЛИАНЦИТЕ ИМАТ БИДЕ – И ГО ПОЛЗВАТ ВСЕКИ ДЕН.
- МЛАДИТЕ ХОРА МЕЖДУ 18 И 30 ГОДИНИ ПРЕДПОЧИТАТ ДА СПОДЕЛЯТ ПРОСТРАНСТВОТО НА БАНЯТА. СЛЕД ТОВА ТАЗИ ГОТОВНОСТ ПОСТЕПЕННО НАМАЛЯВА – 50-ГОДИШНИТЕ ВЕЧЕ ДЪРЖАТ НА ЛИЧНОТО СИ ПРОСТРАНСТВО.
- ГЕРМАНЦИТЕ СА НАЙ-НЕЩАСТНИ С БАНИТЕ, КОИТО ИМАТ, ДОКАТО АНГЛИЧАНИТЕ СЕ ОКАЗВАТ НАЙ-ЩАСТЛИВИ.