

«Умный дом» — это не только фантазии Рэя Брэдбери, реплики футурологов и коммерческие планы многих компаний. Он — еще и естественная сфера взаимодействия электроники с интерьерным дизайном. В России об этом, как оказалось, тоже начинают думать всерьез.



**Татьяна Миронова,
Валерий Чугунов**

известные московские архитекторы

КРУГЛЫЙ СТОЛ

ИНТЕРЬЕРНЫЙ ДИЗАЙН

ЭЛЕКТРОНИКА

ДОМАШНИЙ КИНОТЕАТР



Компания «Пурпурный легион»:
Михаил Кучеренко
начальник отдела hi-fi/home theater
Артур Фрундзян
управляющий отделом рекламы

М.К. У меня создалось впечатление, что архитекторов и дизайнеров приходится порой искусственно втягивать в проекты, связанные с инсталляцией электроники. В США руководители фирм-разработчиков электроники рассказывали мне о естественной заинтересованности архитекторов, их партнеров, в том, чтобы совместный проект был выполнен полностью. Там партнеры в подобной ситуации не пытаются делить друг с другом проценты (и этим иногда ограничиваясь), как это происходит у нас. В



С. 65, 66
Комплекты техники
AV-TV фирмы «Vogels»
в интерьере

Америке так можно дискредитировать в глазах клиента сам проект. Что Вы думаете о том, чтобы работать вместе с электронщиками над какими-то конкретными заказами, используя их в качестве трамплина для получения новых?

В.Ч. В Америке люди платят за сам проект нормальные деньги. В России же «за бумагу» клиенты боятся платить — не привыкли. Однако у нас с Татьяной очень серьезные заказчики. Когда бюджет дома — 3,5 млн. \$, никто не гонится ни за какими процентами.

Что же касается домашнего кинотеатра, то здесь у нас нет полной ясности. Мы не профессионалы в электронике и не считаем себя вправе давать советы, хотя сталкиваемся с домашним кино очень часто. В подобных случаях мы обращаемся к каким-нибудь фирмам, работающим в этой области, и те предлагают клиенту свои варианты. Мы же смотрим на домашний кинотеатр только с точки зрения эстетики интерьера.

М.К. То есть у вас нет одного постоянного партнера в области электроники. Вы бы хотели его иметь?

Т.М. Это было бы замечательно, хотя иногда клиент сам ищет оптимальный

вариант освещения для своего дома, что одна из фирм разработала датчики, которые могут быть «настроены» только на его фигуру. Если ночью он пройдет по дорожке сада, эти датчики отреагируют и его будет сопровождать лучик света. И так далее. Еще меньше он знает об «умном доме», которым вполне мог бы увлечься.

М.К. У нас сейчас издается много журналов, посвященных интерьеру. Как вы думаете, это просто бум, который скоро пройдет?

Т.М. Несомненно, всего лишь бум. Эти журналы похожи на журналы мод...

В.Ч. И полны рекламно-восторженных материалов. Настоящего, критически настроенного журнала, который писал бы о современном стиле в архитектуре и дизайне, сейчас нет.

М.К. У всех журналов сегодня одни и те же проблемы. Им слишком многое диктуют рекламодатели.

Но скажите, насколько занимает ваших заказчиков сама тема электронной начинки дома? Они охотно говорят об этом? Их кругозор в этой области меняется со временем?

В.Ч. Слава богу, сегодня заказчик нам полностью доверяет и охотно с нами говорит обо всем. Однако электроника (мы вернулись к началу) — это как раз то, в чем мы не можем ему помочь и в чем сам он разбирается далеко не всегда. Он, к примеру, не знает, когда ищет

варианты освещения для своего дома, что одна из фирм разработала датчики, которые могут быть «настроены» только на его фигуру. Если ночью он пройдет по дорожке сада, эти датчики отреагируют и его будет сопровождать лучик света. И так далее. Еще меньше он знает об «умном доме», которым вполне мог бы увлечься.

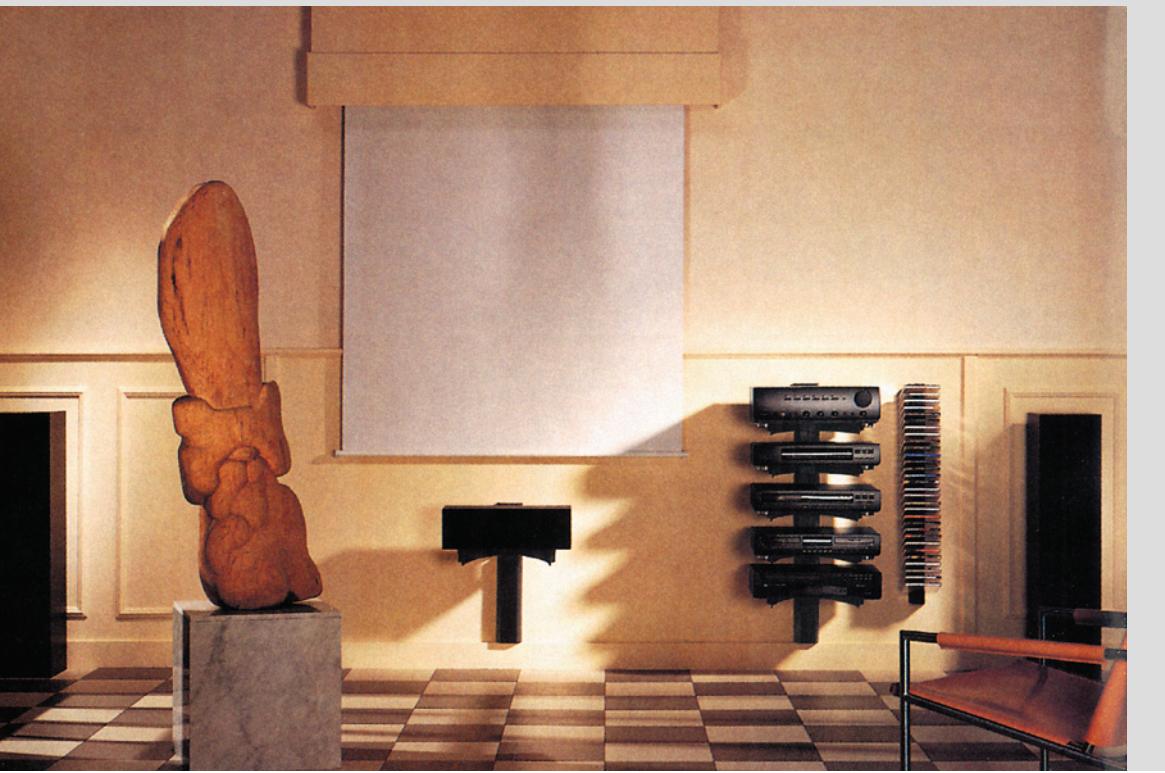
М.К. А как Вы относитесь к «умному дому»? Многих пугает сложность обращения с этой техникой, им кажется, что для этого нужно чуть ли не закончить институт.

В.Ч. Меня самого пугает обычный видеомагнитофон, который надо как-то настраивать. Хочется просто поставить кассету и включить воспроизведение... Остальное всеяляет в меня страх.

М.К. По-вашему, именно страх станет препятствием для распространения «smart house»? Ваши заказчики тоже испугаются?

Т.М. Заказчик заказчику рознь. Многие увлекаются, покупают плазменные экраны. Куда больше, чем страх, диктуют деньги.

М.К. Плазменные дисплеи — один из безусловных технических принципов



будущего. А домашний кинотеатр в идеале должен быть похож на обычный кинотеатр. Иными словами, это отдельный, специально спроектированный зал со звукоизоляцией и характерным дизайном. Мы же сегодня, как правило, говорим о плазменном дисплее, поставленном, например, в гостиной, где невозможно даже затемнение.

Я не однажды сталкивался с тем, как плохо люди реагируют на новшества. И жаль, что никто не объясняет им, где у них дома можно сделать «dedicated», настоящий домашний кинотеатр: поставить экран, разместить компоненты и т.д. На самом деле домашний кинотеатр отличается от обычного только одним — размером. По качеству изображения и звука, по размеру экрана, сопоставимому с расстоянием до него, домашний кинотеатр может быть даже лучше, чем обычный. Что же до денег, то плазменный дисплей стоит ненамного дешевле хорошего проектора или телевизора.

T.M. Если в доме есть место, мы всегда предлагаем поставить домашний кинотеатр.

M.K. Скажите, сколько процентов спроектированных вами особняков оборудовано домашним кинотеатром?

T.M. В последнее время — все.

B.C. И с домашним кино связана масса интересных решений. Например, в одном осо-

баке на Рублевском шоссе мы спроектировали гибрид домашнего кинотеатра и бильярдной. И проект был реализован.

M.K. Однако в подборе компонентов вы, наверное, не участвуете?

B.C. Только если они подбираются с точки зрения дизайна. Клиент может сказать: «Я не хочу high tech, найдите что-нибудь другое...»

M.K. Одни хотят только «Band&Olufsen», а другие — все что угодно, только не «Band&Olufsen». Но скажите, в ваших проектах как-то учитываются акустические свойства помещения? Ваши партнеры, установщики home theater, должны давать какие-то рекомендации в этой области.

T.M. Их никто не дает.

M.K. Странно... делается элементарная, но очень серьезная ошибка. Без учета акустических условий никакие возможности техники не могут быть реализованы. Однажды в Сан-Франциско в каком-то кинотеатре я, несмотря на свой английский, не смог разобрать ни

одного слова в фильме. Выходя, я спросил служащего, почему они ничего не сделают с акустикой зала? Служащий ответил, что вот уже много лет они пытаются получить у мэра разрешение на реконструкцию и не могут, потому что здание кинотеатра объявлено исто-

рическим памятником.

T.M. Обычно нам и клиенту рассказывают только о том, как замечательно все будет звучать.

B.C. Да. И клиенту, естественно, трудно оценивать качество техники класса high end. Прогреты или не прогреты провода... и т.д.

M.K. Знаете, если установить аппаратуру и провода на 100 тыс. \$ в каком-нибудь бетонном подвале, все самые замечательные свойства техники будут похоронены. Стоящий на кухне магнитофон, который куплен на рынке в Митино, будет звучать гораздо лучше. Так происходит дискредитация high end и домашнего кинотеатра.

Впрочем, из нашего разговора я с удивлением узнал, что домашние кинотеатры так распространены.

Однажды так же распространится и «умный дом». И кстати, я согласен с вами в том, что сейчас управление им искусственно пере усложнено. Одному клиенту как-то поставили сверхсложное табло климат-контроля. Затем его окружили установщики и принялись объяснять, как им пользоваться. Он постоял, послушал и говорит: «Мне ничего этого не надо, мне нужна ручка, которую я поверну на 20 градусов — и температура в доме станет 20 градусов».

«Умный дом» не нравится мне еще одним. Фирмы, которые недавно занимались только аудио, сейчас уходят от прежних приоритетов... и увлекаются автоматизацией слива воды. Эти компании отступают от тех творческих задач, с которых они начинали свою работу. Они занимаются контроллерами, которые контролируют полив газонов. Мы, наша компания, хотели бы остаться там, где наши корни. А они — в технике, связанной с музыкой и кино. Искусство влияет на человека, на его эволюцию от обезьяны в сторону чего-то более продвинутого.*

B.C. Для меня плазменный дисплей — только замена телевизора. Я человек увлекающийся, но кинотеатр — это экран и задвинутые занавески...

M.K. Ну что ж, как бы то ни было, мы рады, что диалог состоялся и наступает

ми совершенно изолированы друг от друга и должны искать пути к сближению. Акустика и дизайн сами по себе часто вступают в противоречие. Может быть, мы могли бы вместе работать с клиентами, делать и предлагать им эскизы проектов, в которых техника не мешала бы эстетике и наоборот. Наше партнерство сейчас похоже на веревочный мостик через ущелье, а нам нужен настоящий крепкий мост.

B.C. Было бы естественно, обсудив с клиентом все, что касается дизайна (от цвета штор до отделки стен), привести его за руку к вам и сказать: «Посмотрите и послушайте, как это звучит».

Мне рассказывали о человеке, который приехал купить телевизор за 5000 \$, а уехал с телевизором за 100000... когда ему показали с помощью последнего

фильма «Парк юрского периода», где два слизняка занимаются любовью под широкое оперное пение — это такой секс, просто немыслимо!

M.K. И наконец, еще о плазменных дисплеях. Я согласен, что плазменный дисплей — единственный способ не испортить маленькое помещение большими ящиками. Однако благодаря восторгам журналов по поводу «единственной новой технологии» качественного домашнего кинотеатра человек доверчиво покупает и ставит в гостиной площадью 150-200 м² плазменный дисплей. Потом ему остается только разглядывать этот дисплей в бинокль. Когда мы попытались объяснить эту элементарную вещь в журнальных публикациях, то столкнулись, мягко говоря, с редакционной политикой. В журналах боятся даже намекнуть на то, что «плазма» нужна не всегда и не всем.

B.C. Для меня плазменный дисплей — только замена телевизора. Я человек увлекающийся, но кинотеатр — это экран и задвинутые занавески...

M.K. Ну что ж, как бы то ни было, мы рады, что диалог состоялся и наступает

время сотрудничества.

РЕПЛИКА ВСЛЕД

В начале 90-х гг. ваш покорный слуга оказался среди тех, кто одним из первых в России занялся high end audio, стереосистемами запредельного качества, аудиотехникой ручной работы самых талантливых в мире инженеров. Вспоминаю, каким наслаждением было наблюдать за теми, кто никогда не слышал ничего подобного. Это был поистине романтический период в развитии дела, которым я решил всерьез заниматься.

Прошло несколько лет... Оставаясь аудиофилом, я стал постепенно ощущать отсутствие движения вперед... Стал понимать, что не хватает чего-то нового. Посоветовался с авторитетными коллегами по бизнесу. Один из них, американец, весьма уважаемый человек в мире high end, сказал мне: «Вспомни, как мы, совсем молодые, развлекались дома в 60-е и 70-е годы — мы слушали музыку

24 часа в сутки, это была страсть всего поколения. А что же теперь? Практически во всех развлечениях молодежи присутствует компонент видео». Это было в 1995 году — фактически тогда рождался домашний кинотеатр. Интересно, что в то время даже в США потребность рынка в домашнем кинотеатре была очевидна далеко не всем разработчикам высококачественной аудиотехники. Однако сейчас почти нет серьезных фирм в области high end audio, не стремящихся конкурировать на рынке домашнего кино.

Вслед за домашним кинотеатром появились ценные системы элитной домашней электроники. Теперь наш бизнес — это не только интеграция аудио и видео, но и автоматизированное управление ими.

Наш бизнес вновь изменился, но это по-прежнему high end. Просто теперь так определяются уже не только звуковые системы. И это — настоящее творчество.

Владимир Мартынов,
руководитель фирмы «Энigma»

С мнением г-на Мартынова редакция не согласна. Полемика на тему «smart house» будет продолжена.

*Последняя реплика оставлена без редакционной правки единственно по соображениям колорита.