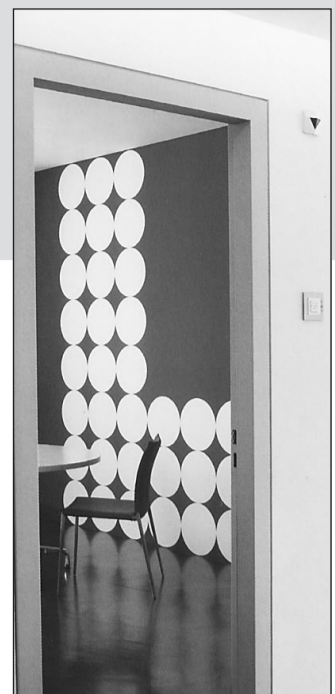


АРТИСТИЧНА ИНТЕРПРЕТАЦИЯ НА ПРОСТРАНСТВОТО НА ФИНАНСОВИТЕ ИНСТИТУЦИИ В ШВЕЙЦАРИЯ

С МАГИСТЪР ИВОНА ШИШКОВА
РАЗГОВАРЯ ИЛЕАНА СТОЯНОВА



От векове развитието на банковото дело и застраховането съпровожда световния цивилизационен процес. Офисите на банките и застрахователните компании в големите европейски градове още през XIX столетие започват да се открояват със своя вид, стил и подредба и за повечето от тях се превръщат в емблематични. Артистично обогатена, тази урбанистична традиция се следва и днес. Наша дизайнерка, специализирана в Швейцария, е проучила множество образци на съвременната архитектура и артистичните инсталации в интериора на големите швейцарски финансови институции: банки и застрахователни компании. Примерът на водещите фирми от финансовата Мека на света, навярно ще бъде любопитен и за читателите на вестник „Застраховател прес“.

- Как стигнахте до специализацията и до такава нейна насоченост?

- Спечелих конкурс за специализацията. Невероятен шанс за млад човек с моята професия е да попадне в страна, където се изпълнява държавна програма „Kunst am Bau“ за промоция на изкуството в публичната сфера. А към темата ме насочи проф. Жанпиеро Босони от Политехниката в Милано, който чете лекции също така и в SUPSI към Университета на Италианска Швейцария, където протече моята специализация.

- Не се ли побояхте да навлезете в много специфична област, която трудно ще практикувате в България?

- Има такъв момент. Обективната логика обаче е друга. Ние сме в Европа, също и в света. В условията на протичащата глобализация рано или късно българските финансови институции ще бъдат все повече обвързани с чужди и международни компании от бранша. А най-големите наши вече са. Това ги задължава да бъдат на ниво. По-късното им включване в играта ще им даде предимства само ако познават техния опит. Има и друго - говорим за заключителния етап на специализацията ми. По време на нея работих като асистентка, проектирах интериор в SUPSI, чаровници за швейцарската фирма EBEL, тапети за ексклузивен ресторант в Цюрих, практикувах TV дизайн в RTSI, усвоявах нов софтуер и какво ли още не. Не крия, че последният етап ми достави огромно удоволствие. Имаш възможност да разширя своите познания за съвременното изкуство и световно изразената тенденция то да навлиза в публичния живот и заобикалящата ни ур-

банистична среда, като се интегрира с архитектурата.

- Да се върнем към темата. Какво трябва да направите?

- В изкуството нещата имат дълбоки корени. От тях черпят дори тези, които не ги прищават. Най-напред трябва да проследя историята на проблема. Започнах с примерите от Ренесанса, в прочути градове и места, които за мое щастие можех да докосна. После стигнах XIX век - време на разцвет на индустрията, на бурно градоустройство и формиране същинската традиция на банките и застрахователните компании. И накрая - XX век с невероятните течения в изкуството, с драматичните социални сътресения и достижения във всички области, вкл.



създаването на забележителни образци в моята професия, на елитарни до невъзможност и масови до профанация стилове и вкусове, на които малко или повече оставаме подвластни и днес. Чак до глобализацията, която силно влияе на интересувашите ме институции.

- А защо избрахте швейцарските финансови институции?

- Преимуществото, което имат, е техният завиден финансов потенциал. Сред многото

им инвестиции откриваме и съвременното изкуство. Но вече не им стига само да притежават картина, скулптура или инсталация на прочут артист. Те са възприели решително световната тенденция в публичните сгради да се създават произведения на изкуството с качества, специфични за самото място, на произведения на изкуството, обозначаващи като стил на проектиране „site specific“. Разликата между реализациите от този тип в другите публични сфери и тези на финансовите организации е, че последните могат да си позволят да привлечат за целта артисти от европейска и световна величина, както и най-

до неузнаваемост. Възникнаха техни малки подразделения, приличащи на бутици за пари, открити и приятелски настроени към публиката. Атмосферата в тях е по-малко официална, доближаваща се до тази в други институции от този род. Същевременно бурно навлизащите информационни технологии промениха радикално функционирането им. А тяхната архитектура се отваря към света. Канцелариите, пълни с чиновници, разположени в центъра на града, се трансформират в центри, бюрата се преместват по-близо до клиентите. Има телефонно и интернетово банкиране и застраховане. Банкоматите и автоматичните оператори ги

застрахователните дружества се превръщат в елегантни места за среща с клиентите, в тяхна атрактивна визитка, създаваща престиж, правеща ги разпознаваеми на фона на урбанистичното еднообразие.

Подобно на някогашните богати династии във Флоренция и съвременните финалисти искат присъствието им да бъде забелязано и оценено, да демонстрират богатство, солидност и същевременно отвореност към иновационни идеи и технологични открития. Новите възможности за тяхно представяне с помощта на архитектите и артистите стават задължителна за този бранш мода. Те се основават на творческа интерпретация на вътрешността на финансовия свят, в която свое място и роля намира и съвременното изкуство.

Така ставаме свидетели на най-продуктивно сътрудничество между изкуството и архитектурата. Още Le Corbusier е отбелязал, че архитектът трябва да бъде един от големите познавачи на изкуството. Резултатът - ярка артистична интерпретация на пространството на конкретната архитектура. Изкуството престава да бъде третирано като декорация, елемент, вкарван след завършването на сградата. Като добавка post factum, която няма общо с останалата обстановка. Изкуството във вътрешното пространство вече се създава „по мярка“, за точно определени места. Затова сътрудничеството между архитектите и артистите започва от най-ранните фази на проектирането. Артистите могат да изложат своите идеи и бележки и да вникнат в представите на архитектите. Както и обратното. И заедно да спечелят солидни клиенти.

Резюмирано най-кратко и ясно, но и опростено, нещата изглеждат така. Трите измерения на пространството на големите съвременни финансови институции могат да се определят като съставени от три целеви слагаеми. Първата следва потребността на фирмата да се представи по най-впечатляващ начин. Втората е свързана с битката за клиента - той трябва да я хареса „от пръв поглед“. Третата произтича от вътрешната потребност от трайно спечелване на собствените сътрудници, защото стимулира техните най-важни за фирмата качества: самочувствие, креативност, лоялност. Реализацията на прост-

ранството пък се довежда на екип от изтъкнати архитекти и артисти, за които такава задача е невероятно привлекателна. Налице е безконфликтно съчетаване на интереси, предопределящо успеха.

- Дали всичко е така безконфликтно, както го рисувате?

- Едновременно съществуване на два свята - на финансовия и този на изкуството, независимо от дългата традиция, е своего рода предизвикателство и сблъсък, макар и съзнателно търсен. Първият - практичният и лишен от емоции свят на парите, вторият - осезаемо, но не агресивно добавеният към него свят на изкуството, различава емоциите и на подсъзнателното. Ролята на добавения свят е да направи своето артистично послание, да внесе одухотвореност, да облагороди и дори да компенсира лишения от чувстван свят на парите, да внесе красотата - повече в смисъла на интелектуална провокация, отколкото в класическото разбиране. До какво води сблъсъкът на тези две разнородни начала? Изискаността на обстановката започва да влияе и на дейността: на обективността, на маркетинга, на рекламата. Така банките и застрахователните дружества, без специално да са го предвидили, се оказват в представителната част на съвременната култура.

И още нещо. Големите възможности на банките и застрахователните дружества им позволяват да придобият уникални произведения на изкуството на световноизвестни творци. Създадените от тях произведения обаче не винаги са възприемани лесно от широката публика. Големите имена, високата артистична стойност, а понякога елитарната и авангардна насоченост на творбите им в редица случаи блокират чувствителността на обикновените клиенти. Но същевременно подпомагат развитието на техния вкус и изиграва полезна възпитателна роля.

Ивона Шишкова е родена в София през 1980 г. Завършила е Националното училище по култура и италиански лицей в Горна баня през 1998 г. и гимназиалния курс на училището към Посолството на Полша в София.

През 1998 г. е приета в Художествената академия (ASP) в Познан (Полша), която завършва през 2003 г. като магистър по изкуство.

През 2001 и 2002 г. печели два конкурса за мебели, които впоследствие са реализирани от мебелни предприятия в Полша и показани на изложбите „МЕБЕЛ-2002“ и „МЕБЕЛ-2003“ на Международния панаир в Познан.

През 2003 г. нейният дипломен проект е включен в 12-то издание на салона ITALIAN DESIGN ON TOUR (I.DoT 2001-2003) През 2003-2005 г. работи като инфографик на ежедневник, като компютърен график в рекламна агенция, изпълнява също и самостоятелни дизайнерски проекти по обзавеждане и презентация на фирми и продукти.

През 2004 г. печели конкурс за стипендия по федерална програма на Швейцария и през 2005-2007 г. специализира „Вътрешна архитектура и дизайн“ в SUPSI в Лугано (Италианска Швейцария). Владее полски, италиански, английски и руски език. Преобладава е статии от полски и английски на български език. Има над 20 разработки, проекти и публикации. Кореспондент е на списанията DMT и DM.

правят достъпни 24 часа в денонощието. Възникват условия, позволяващи интегрирането на тези два вида дейности. И най-съвременните технологии обаче са неефективни без мотивация на персонала. Стимулирането на неговата креативност изисква подходяща среда, творческа атмосфера. Служителят трябва да се чувства горд, че работи в дадената институция и да се идентифицира с нейния облик. Оригиналният дизайн и наличието на произведения на изкуството говорят за вкус и високи амбиции. Първото впечатление, което прави видът на сградата отвън и отвътре, може да повлияе решително на очакванията към фирмата, разположена в нея. Тези изисквания налагат нови подходи в архитектурата на финансовия свят. Представителствата на банките и

изявени местни таланти.

- За какво служи изкуството на финансовите институции?

- Това е големият и същностен въпрос. В представите на много хора банковото дело и застраховането продължават да са някакъв мистичен свят, отдалечен и неразбираем. Междувременно връзката между клиента и банката или застрахователното дружество, които определят дейността си като услуга, се промени