

## **БИЗНЕС ПАРКЪТ – ГРАД В ГРАДА**

**ЖАНА ПОПОВА**

### ***Zhana Popova. BUSINESS PARK – CITY IN THE CITY***

Since 2001 in the big Bulgarian cities a new phenomenon has appeared – the Business park. For now only the Business parks in Varna and Sofia are working. But it can be said that the change in the city is evident. The main thesis is that the emergence of business zones in the city landscape and the functioning of the business parks and business centers is connected with the development of the interrelations between the employees inside these places, which totally differ from the attitudes in the familiar offices in the city until now. The proximity of the business zones to the residential districts can lead to a collision between the people who work during the day in the residential district, and the people who live there, and want to rest when they go home. But the neighboring between them can lead to similarities in their attitude towards the activities of the municipality administration and the management of the municipality or the city. They may turn out to be with close interests, instead of being opposed groups. This text presents the main results from a research of the attitudes between the people who live near the new business parks and those who work there.

#### **1. Опит за въведение в края на града**

В края на столичния град новият “Бизнес парк–София” се врязва изведнъж в градското пространство между мащабния жилищен комплекс „Младост” и Околовръстното шосе. Няма видима връзка между модерната структура и старите панелни квартали в това място. Само няколко указателни табели свързват старата и новата част.

А основният въпрос, който ме интересува, е какви са всекидневните отношения в края на града – отношенията между жителите на стар, но променящ се комплекс (като “Младост”-ите) и работещите в нова структура (като относително скоро<sup>1</sup> създаденият “Бизнес парк”).

Този текст представя основните резултати от изследването<sup>2</sup> на отношенията между живеещите около и работещите в новото градско явление *Бизнес парк*.

#### **Основните въпроси, които движеха изследването, са:**

- Как възниква българският модел на Бизнес парк?
- Чие пространство е територията на Бизнес парка? Дали е част от “ексклузивно” пространство, в което доминира новият “мениджърско-технократско-политически

---

<sup>1</sup> Имотът е закупен през 1999 г., а първите сгради са построени през 2001-2002 г.

<sup>2</sup> Изследването е осъществено в Лаборатория „Изследователски център по социални науки” към Катедра „Социология”.

елит” [Кастелс, 2006: 405-406]? Или е нов тип пространство, в което има място не само за “избрани хора”, а и за такива, които избират къде да работят, дали да съчетаят свободното време с работното време и пр.?

- Обособява ли се Бизнес паркът като особен вид град, в който основна ценност е “възможността за спестяване на време” като опозиция на познатия досега голям български град, в който “губиш ценно време” в избора от маршрути?

- Възможно ли е работното място и контактите, които се изграждат там, да доведат до социална активност на хора, които са обединени от работата на една обща територия?

Една от избраните посоки в търсене на отговор е чрез анализ на концепциите за промени в Общия устройствен план на Столичната община. Идеите на градската управа за развитие на града са свързани с развитието на смесени-многофункционални зони. Но новите предприемачи, които ще инвестират в построяването на бизнес паркове и бизнес центрове, вече ще са длъжни да изградят инфраструктура, която да свързва новите сгради с другите части на града. В доклад за изменения на ОУП правят впечатление идеите на градската управа за развитието на града по отношение на три основни линии – отдих, работа и обитаване. Анализът на предходните предложения за общ устройствен план показва, че в определени моменти от развитието на града се говори за паралелно развитие на трите линии.

Според Плана за развитието на София до 2013 г.<sup>3</sup> идеята е столицата да се развива като “град-регион с важно значение в полицентричната пространствена структура на Европейския съюз, с балансирано и устойчиво развитие, с неповторима идентичност и хармонична жизнена среда, град-регион с привлекателни условия за бизнес, живеене и отдих, с нова по характер икономика, с ефективно управление и изпълнителна власт, които осигуряват нарастване на жизнения стандарт на населението”.

Един от проблемите, посочен и в документите, е „обезлюдяване извън работното време в денонощието” на многофункционалните зони за бизнес услуги. [Доклад за изменение на ОУП на СО<sup>4</sup>].

Втората тенденция е свързана с отчитаните от Столичната община **промени в разрастването на бизнеса**. Столична община основава решенията си на анализ, според който “Тези качествени промени изискват и нови добре екипирани пространства (логистични, бизнес центрове, тържища, изложбени площи и др.). Оценката на инвеститорите е, че в София липсват достатъчно количество офис площи от най-висока категория.”

Освен анализ на документите около измененията в градоустройствения план, в рамките на три месеца бяха проучени отношенията в офисите и сградите в „Бизнес парк – София”<sup>2</sup> и отношенията между пребиваващите в рамките на работния ден в Бизнес парка и живущите в съседните жилищни сгради в “Младост4”<sup>3</sup>:

Подготвени бяха три модела на интервюта за обитавашите тази част от града и се проведе общо 41 интервюта.

Определени въпроси са за, най-общо назовани като *работещи* в Бизнес парка: служители в офиси, работници в складове, охранители на пропускателни пунктове и в сгради на парка, работещи в магазини и фирми за услуги в Бизнес парка, персонал в заведения, както и служители от администрацията на самата фирма, която отдава под

<sup>3</sup> План за развитието на София 2007- 2013 г <http://www.sofia.bg/pressecentre/images/OPR%20-%20Rezume.pdf>

<sup>4</sup> Доклад за изменение на ОУП на СО <http://www.sofproect.com/Default.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1>

наем помещенията (интервюирани 15 души). Тъй като в изложението се цитират част от техните изказвания, предлагам в таблици характеристики по основни показатели на всеки.

*Работещи в Бизнес парк София, интервюирани за целите на изследването*

Таблица 1

	Пол	Възраст	Семейно положение	Образование	Месторабота/ професия	Заплащане - лв.	Ръководна позиция?	От кога работи в Бизнес парка?	Регистрация по местоживее-не	Начин на придвижване в града
Работещ № 1	Ж	31	Несемеен	Висше	Офис администратор	Между 1500-2000	Не	От 2-3 години	Софийска, роден в Пловдив	С кола
Работещ № 2	Ж	29	Несемеен	Висше	IT специалист	Между 2000-2500	Не	От 1 година	Софийска, роден във Враца	С автобус
Работещ № 3	Ж	28	Несемеен	Средно	Работи в заведение	Между 1000 - 1500	Не	От 1 година	Софийска, роден в Бургас	С метро, автобус
Работещ № 4	М	37	Семеен	Висше	Системен администратор	Над 3000	Ръководител отдел	Повече от 5 години	Софийска, роден в София	С кола
Работещ № 5	Ж	36	Семеен	Висше	В банка	Между 2000 – 2500	Ръководител отдел	От 2-3 години	Софийска, роден в Самоков	С кола - такси
Работещ № 6	М	34	Несемеен	Висше	Инженер геодезист	Над 3000	Не	Почти 5 години	София, роден в София, «Младост» 2	С кола – 25 мин.
Работещ № 7	Ж	32	Семеен	Висше	Офис администратор	Между 1500-2000	Не	От 2-3 години	Софийска, роден в София	С автобус
Работещ № 8	Ж	34	Несемеен	Висше	Търговски отдел автомобилна компания	Между 2000 – 2500	Не	От 2-3 години	Софийска роден в Бургас	С метро, автобус, маршрутка
Работещ № 9	Ж	34	Семеен	Висше	Рекламна агенция	Между 1500-2000	Не	От 2-3 години	Софийска, роден в София	С кола
Работещ № 10	М	29	Несемеен	Средно	Диспечер в куриерска фирма	Между 1000 – 1500	Не	От 1 година	Монтана	С кола
Работещ № 11	М	31	Семеен	Средно	Общ работник	Между 1000-1500 лв.	Не	От 1 година	Не е регистриран в София	С кола
Работещ № 12	М	28	Несемеен	Висше	IT специалист	Между 1500 -2000	Не	От 5 години	Софийска, не е роден в София	С кола
Работещ № 13	Ж	30	Семеен	Висше	Счетоводител в телекомуник. компания	Между 2000 - 2500	Не	От 2-3 години	Софийска, не е роден в София	С кола
Работещ № 14	М	29	Несемеен	Висше	IT специалист	Между 1500-2000	Не	От 5 години	Софийска, роден в Благоевград	С кола
Работещ № 15	М	28	Несемеен	Средно	IT специалист	Между 1500-2000	Не	От 5 години	Софийска, от Пловдив	С кола

За интервю бяха потърсени и *наематели на офиси или помещения* (7 интервюирани). Въпросите се различават от тези към работещите, най-малкото защото не всички наематели пребивават в Бизнес парка. Някои само плащат за наем, но работят в друга част на София.

*Наематели на офиси или помещения в бизнес парка*

Таблица 2

	Пол	Възраст	Семейно положение	Образование	От кога работи в Бизнес парка?	Регистрация по местоживене	Собствен бизнес/чужд. фирма	Начин на придвижване в града
Наемател № 1	М	32	Семеен	Висше	Повече от 2 години	Софийска	Представява чуждестр. фирма	С личен автомобил
Наемател № 2	М	38	Несемеен	Висше	Повече от 2 години	Софийска	Представява чуждестр. фирма	С личен автомобил
Наемател № 3	М	45	Семеен	Висше	Повече от 2 години	Софийска, роден в Пловдив	Представява чуждестр. фирма	С личен автомобил
Наемател № 4	М	38	Несемеен	Висше	Повече от 2 години	Софийска	Представява чуждестр. фирма	С личен автомобил
Наемател № 5	М	37	Несемеен	Висше	Повече от 2 години	Софийска	Собствен бизнес	С личен автомобил
Наемател № 6	М	42	Семеен	Висше	По-малко от 2 години	Софийска, роден във Варна	Представява чуждестр. фирма	С личен автомобил
Наемател № 7	Ж	40	Семеен	Висше	По-малко от 2 години	Софийска	Собствен бизнес	С личен автомобил

И третият тип интервю е с *живеещите в "Младост-4"* (19 души).

*Живеещи в «Младост-4», които са интервюирани*

Таблица 3

	Пол	Възраст	Семейно положение	Образование	Заплащане	Собственик на жилище	Професия/Месторабота	Начин на придвижване в града	Откога живее в „Младост“?
Жител № 1	Ж	Над 60	Семеен	Висше	Пенсия	Собственик на жилище. Уточнява, че е роден в село	Юрист	С автобус, метро	Над 5 години
Жител № 2	Ж	46	Семеен	Средно	Не посочва	Собственик на „апартамент точно срещу изхода на Бизнес парка“	В частна фирма	С автобус	От 20 години
Жител № 3	Ж	26	Семеен	Висше	Не посочва	Собственик на жилище	Маркетинг	С кола	От 2 години
Жител № 4	Ж	28	Несемеен	Средно	Не посочва	Собственик на жилище	Преподава английски език в частно училище	С кола	От 4 години
Жител № 5	Ж	22	Семеен	Средно	Не посочва	Наемател	Продавач	С маршрутка, автобус	От 1 година
Жител	Ж	Над	Семеен	Средно	Пенсия	Собственик на	Телефонист	С автобус,	Над 5

№ 6		60				жилище и гараж		метро	години
Жител № 7	М	39	Семеен	Висше	Между 2000 и 2500 лв.	Роден в Мадрид; собственик на жилище и офис в „Младост”. Наемател на помещение в „Лагера”	Стоматолог	С кола	От 8 години
Жител № 8	М	Над 60	Семеен	Средно	Пенсия	Собственик на жилище	Работил е в БДЖ	С автобус	От 2 години
Жител № 9	М	38	Семеен	Висше	Между 2000 - 2500 лв	Наемател	Икономист	С кола	От 7 години
Жител № 10	М	27	Семеен	Средно	Не посочва	Собственик на жилище	Търговец	С кола	Над 5 години
Жител № 11	М	24	Семеен	Средно	Не посочва	Собственик на жилище	Работи в Интернет клуб	С метро, такси, автобус	Над 5 години
Жител № 12	М	Над 60	Семеен	Средно	Пенсия	Собственик на жилище	Шофьор	С кола	От 4 години
Жител № 13	М	Над 60	Семеен	Висше	Пенсия	Собственик на жилище и мазе	Лекар	С автобус, метро	Над 5 години
Жител № 14	М	42	Семеен	Висше	Не посочва	Наемател	Лекар	С кола	3 години
Жител № 15	М	23	Семеен	Средно		Наемател	Сервитьор	С маршрутка	От няколко месеца
Жител № 16	М	58	Семеен	Средно	Пенсия	Собственик на жилище	Бивш военен	С автобус	От 7 години (преди това живял в други части на „Младост”)
Жител № 17	Ж	Над 60	Семеен	Средно	Пенсия	Собственик на жилище	Счетоводител	С метро, автобус	Над 5 години
Жител № 18	Ж	25	Семеен	Висше	Не посочва	Наемател	Работи в банка	С кола	Около 3 години
Жител № 19	М	25	Несемеен	Средно	Издържат го родителите.	Собственик на апартамент	Не работи в момента	С кола	От 2 години

Основната теза е, че появата на бизнес зони в градското пространство и функционирането на бизнес паркове и бизнес центрове е свързано с развитието на отношения между служителите вътре в тези места, които се различават от отношенията в познатите офиси в града. Близостта на бизнес зоните до жилищни квартали може да доведе до сблъсък между работещите в рамките на деня в квартала, и живеещите, които се прибират в него за почивка. Но съседството между тях може да доведе и до сходство в нагласите им към дейността на общинската администрация и управлението на общината или на града и те да се окажат с близки интереси, вместо противопоставящи се групи.

Но всъщност

## 2. Кой кого вижда в края на града?

Анализът на интервютата показва, че работещите в Бизнес парк-София не „виждат“ живеещите в блоковете до техните офиси. „Прозорците ни са затъмнени“ (работещ № 9), „Трудно е да разбера какво иска някой от тях. Засичаме се в автобусите, но съм със слушалки.“ (работещ № 7), „Едва ли имат по-различни проблеми. Не знам всъщност. (работещ № 2), „Не обръщам внимание на хората в квартала. Слизам от колата и в офиса, качвам се в колата и по задачи. Всеки си върши задачите.“ (работещ № 13.); „Мисля, че не го приемат добре (има предвид Бизнес парка). Чувал съм за случай на саморазправа за паркомясто“ (работещ № 4).

### Огледалният свят

В книгата си „Общността. Търсене на безопасност в несигурния свят“ З.Бауман развива тезата за разделението на света на над-териториален елит, затворил се в „доброволни гета“ (които не заменят съществуването на „истинските гета“) и хора „отвън“, които се отличават по своята хетерогенност за разлика от „хомогенизирането“, което протича в местата с повишена сигурност - „доброволните гета“ [Бауман, 2003:132-148]. М. Кастелс също отделя място на „пространствения израз“ на действащата в информационното общество „логика на доминиране“ [Кастелс, 2004:405]. И представя тезата за унифициране на символната среда на елита по целия свят, „измествайки по този начин историческата специфика на всяко отделно място.“ М. Олброу говори за „места на пребиваване“, когато става дума за днешния властови елит, който „може да съхрани миналото си чрез натрупване на артефакти и да гарантира бъдещето си чрез инвестиране“ [Олброу, 2001:249]. Той отбелязва, че справянето с новите реалности и съвременната криза е проблем, както за наричаните от него „всекидневни хора“, така и за „интелектуалците“.

Доброволната изолация на определена част от хората не се случва на строго избрана територия. М. Кастелс обяснява, че целта е „да бъде създадено усещане за близост до вътрешния свят, същевременно пораждайки отдалеченост от външния“ [Кастелс, 2004:406]. В място като Бизнес парка обаче има отделени места за настаняване на този над-териториален елит в софийското пространство: хотел („Холидей ин“), ресторант („Пица Хът“), мултиплекс като в други подобни места по света. В изграждането на Бизнес парка е следвана идеята пребиваващите там да усещат близостта на вътрешния свят и отдалечаване от външния.

- **Работещите в Бизнес парка не виждат живеещите отвъд оградата.** Те знаят за тях, разказват слухове за това как пукат гуми на онези, които паркират из квартала; чували са, че на тези в „Младост“ им харесва киното, че ги дразни пренаселването на квартала с идващи всеки ден служители и т.н. И все пак единствените хора *отвън*, които всички *отвътре* са забелязали са... майките (по-рядко семейства), които разхождат децата си между бизнес сградите. Тоест тези, които са преминали през техните бариери и ограда.

Оградата на Бизнес парка е изградена само от мрежа, която не пречи на видимостта. Отвътре би трябвало да могат да видят какво се случва навън. Но някои от интервюираните казват директно, че не се интересуват как живеят отвъд. Няма идея какви проблеми имат хората в квартала и не искат и да знаят. Защо?

Отговорите на този въпрос могат да се търсят в няколко посоки. Но специално внимание трябва да се обърне на композицията на бизнес сградите в парка и съоръженията за отдых като израз на обществените промени. Бизнес паркът в столицата е изграден като Огледален свят. Сградите са разположени във формата на затворена крива. Лицевите им страни се отразяват една в друга. В част от сградите към жилищния

квартал са обърнати не офисите, а складовете и общите помещения. Схемата може да се види по-добре на страницата на “Бизнес парк – София” <http://www.businesspark-sofia.com/?go=buildings>

Описвайки впечатленията си от сградите и архитектурата в Бизнес парка, интервюираните отбелязват едно и също – сградите доста си приличат, прави им впечатление използването на едни и същи материали – стъкло, метал, изцяло липсват естествени материали. Но запитаните не коментират как са разположени сградите една спрямо друга в ограденото пространство.

А между оглеждащите се една в друга сгради има нарочно оставени “пролуки” към външния свят.

- **Създава се илюзията за отвореност на пространството към квартала и планината, която се вижда.** В няколко пролуки работещите в помещенията и особено разхождащите се по алеите могат да зърнат близостта на жилищните блокове, а особено добре се вижда Витоша, когато се озовеш край езерото – едно от местата за отдых на работещите. Контактът с жилищния комплекс уж съществува (подреждането в кръг на сградите би затворило видимостта навън напълно), но този контакт е възможен в ограничен брой точки.
- **В останалата част сградите се отразяват в стъклените си прозорци и всяка сграда вътре в тази композиция гледа към друга, наподобяваща на нея сграда.** Същата функция има и езерото – в него се отразяват отново същите - вече веднъж отразени - сгради. На територията на Бизнес парка засега се конкурират две основни марки кафенета - “Кофи хаус” и “Онда”. Заведенията на двете фирми са разположени отново огледално.

Един от интервюираните разказва за първите си впечатления при идването си в Бизнес парка преди 4 години: “Първия ден като дойдох в Бизнес парка, явно много се впечатлявах, но се изумих от количеството нови коли и костюмирани хора. Сега нищо не ме учудва – всичко може да се види тук. Или на мен много малко неща вече ми правят впечатление.” (работещ № 6)

Само един от интервюираните изказва изцяло положително мнение за Бизнес парка. Той е системен администратор и заявява: “Влюбен съм в Бизнес парка. Това е уникално място в БeГe<sup>5</sup>. Горд съм, че работя в него. Като дете исках да стана космонавт, ама не стана. Поне се радвам, че съм от първите, които работят в най-готиното работно място в БГ. (...) Това място ми е дало много. За мен Бизнес паркът е като Фейсбук. Хората намират във Фейсбука стари познати, съученици, а аз – тука, по алейките. Даже първото ми гадже ме откри тук.” (работещ № 12)

Оказва се, че за част от работещите Бизнес паркът е умален модел на техен свят, в който търсят контакт с разпознатите като *свои* хора. Една от сградите прави особено силно впечатление заради размера на рекламния надпис върху част от нея. Върху наетата от “Глобул” сграда виси надпис “Нашият свят си ти”.

И сякаш се налага въпросът кой е “*ти*” и чий е “*нашият*” свят в тази част от града? Самите работещи в Бизнес парка, които интервюирах, не възприемат себе си като група. “*Ние*”-говоренето се появява като “*ние*” в примери за колеги, бивши съученици, но никога като “*ние*” – работещите тук. Но от друга страна, се откроява говоренето за “*те*” или “*тях*” – живеещите в “Младост-4”. Работещите разпознават сред живеещите само майките с деца. Всички останали са напълно неразпознаваеми.

- **Така обитателите на това пространство с огледално разположени сгради виждат репродуцирано едно и също архитектурно решение, не виждат нищо**

---

<sup>5</sup> Така интервюираният назовава България.

**различно, не търсят погледа на другите.** И разпознават само хората, които принадлежат към онова, което може би припознават като “нашия свят”.

Различието може да се забележи само ако вниманието към него е специално *насочвано*. Разбира се, в такова място няма графити. И едва ли някога Бизнес паркът ще осъмне с графити и надписи, каквито се виждат в целия останал град. Дори охраната да допусне това, най-вероятно управата ще организира спешно почистване на сградите (възможно е и временно да се използва за корпоративен имидж и привличане на медийно внимание). Но когато нещо от *външната* градска среда липсва, то се *внося* с етикета ‘забележителност’, и погледът на пребиваващите вътре е *насочван* към павилион, изрисуван с бои. Ако сравним обектите, които се изобразяват на пощенските картички от един град, обикновено сред тях са исторически паметници и природни забележителности. Любопитно е, че точно павилион за вестници, изрисуван *като* с графити е обявен за “забележителност” – сякаш е исторически обект от друго време. Но едва ли графитите липсват на работещите в Бизнес парка. Почти всички отчитат сред достойнствата на това работно пространство чистотата и реда. Интересно е и как живеещите в “Младост-4” гледат на Бизнес парка.

### Градът-вампи

Бизнес паркът обаче придобива очертанията и на имитация на град, но в негативен смисъл, за разлика от “идеален град”, за който говорят работещите в бизнес сградите. Според една от интервюираните собственички на жилище в “Младост-4”, Бизнес паркът “изпива енергията на квартала” (жителка № 6). Сякаш в края на града е обърната схемата на видимост между живеещи и работещи. Според д-во Серто “желанието да видиш града е предхождало средствата за неговото задоволяване” [Д-во Серто, 2002:176]. Той описва изкачването на върха на най-високия небостъргач като откъсване от “*властта на града*”. Небостъргачът е свързан с “*удоволствието от виждането на цялото*”. В “Младост-4” Бизнес паркът е заобиколен от едни от най-многоетажните жилищни сгради в столицата. Но когато изкачването е всеки ден в жилищен псевдонебостъргач, ако мога така да го назова, е трудно да бъде възприемано като “*удоволствието от виждането на цялото*”. По-скоро Бизнес паркът се очертава като хоризонтален небостъргач, който донякъде създава илюзията за откъсване от “*властта на града*”, за изкачване над градската тълпа. Но възможно ли е да останеш незабелязан и сам в такъв хоризонтален небостъргач?

Ето някои от изказванията за Бизнес парка:

„...И построиха сега тая бензиностанция. Казах на съседите даже – край, свърши се. Ще изгорим някоя нощ. А то още по-страшно ни чакало – целият бизнес ни е до главата. (...) Не вярвам аз да има толкова пък бизнес в България, та да се налага да го търпим това хър-пър по цял ден. (...) Не разбирам защо не се отделят някъде по-надалеч, където няма хора. (...) тези какво са ми платили. Нищо. Едно голямо нищо. Ако съм в общината, ще реша веднъж завинаги нещата – ще ми плащат такса „неудобство” всеки ден. Като на морето едно време – не знам дали си спомняш – имаше такса „курорт”.” (жителка на “Младост-4”, № 2).

„То не е Бизнес парк това, то е зоопарк. Като се прибирам вечер от работа и ги гледам щъкат, лутат се като някакви хамстери са, които се търкалят в ония колелета - нали ги знаете в аквариумите на хамстерите - и те не знаят за какво го правят. Тези хора, според мен, живеят само за материалното. Няма никакви духовни ценности. Няма друга причина да си дошъл на края на града и да не си даваш сметка, че пречиш на другите.” (жителка на “Младост-4”, № 6).

Има и други мнения. Например един от жителите на квартала твърди, че хората от “Младост-4” нямат основание да протестираат: “Вярно е, че е много шумно сега... Но е



Бизнес парк, не са им построили „Кремиковци” до вратата. Като дишаха дима на „Кремиковци”, някой от „Младост” да се оплака? Не, нали?” (жител на “Младост-4”, № 7) .

Или пък позиция като тази: „Тия хора, дето всяка сутрин идват на тумби, нямат никаква, ама грам вина нямат. Те си заработват надниците. И някой им е казал, че са добре дошли в квартала. Аз не разбирам от бизнес. Аз съм бил военен. (...) Но трябва да ни разберат.” (жител на “Младост-4”, № 16) . Отново се забелязва настойчиво говорене за “те”, “тях”, “тия” и “ние”.

### *Идеалното място ли е Бизнес паркът?*

Интервюираните работещи описват Бизнес парка по еднотипен начин.

Почти всеки от тях сравнява работното място с други места от града. Може да се обобщи, че за тях тази нова структура е **идеалното място в града, защото градът не е идеален**. И изреждайки какво харесват в Бизнес парка, всъщност посочват какво не харесват в града, в който живеят.

Ето какво посочват, сравнявайки града и Бизнес парка:

- “Времето ти стига за всичко.”
- “Има паркинги.” (посочва се само от тези, които заплащат паркомъсто или на които фирмата им е предоставила безплатен паркинг)
- “Няма пенсионери.”
- “Няма цигани.”
- Но няма въздух и евтина храна: Работещите казват: „Липсва ми въздух и пространство в офиса, а в Бизнес парка ми липсва място с нормални цени за хубава храна.”; “Тука се въртим между маркови стоки, а седим гладни”; “Ако ще е истински Бизнес парк, трябва да е като в Германия – кампус, в който си има и стол за хранене с по-евтини цени за хората от офисите. Иначе какво му е различното?”; “Като се преместихме в новата сграда, се оказа, че имаме кухничка в офиса. Носим си плодове, мюсли, мляко, понякога и храна от вкъщи. Но и това омръзва. Налага се да избираш – или да си хапнеш обилно в кухнята на офиса, или да харчиш за скъп сандвич, но да имаш време за разходка на чист въздух.”
  - Пушачи и непушачи са разделени. “Длъжни сме да излизаме навън или в местата за пушачи. Не е хубаво, ама пречи на техниката.” Сред алеите на Бизнес парка има специално отделено място за пушачи - със стъклени стени и пепелник.
  - “Тук е най-зелената част на София. Оазис в сивите панелки”; “Витоша се вижда.”
  - “Не се грижиш за нищо, те се грижат за теб”.
  - “Всичко ти е на една ръка разстояние. Само в центъра на града е като в Бизнес парка”.

### **3. Границите**

Тези описания на Бизнес парка очертават и границите му в града. Видимостта е свързана с границите между Бизнес парка и останалата част от града (външния свят), които пребиваващите в него очертават. Различието между вън и вътре е описано през възрастовата граница. Според интервюираните хубавото на Бизнес парка е, че “...няма пенсионери, които да ти мрънкат”; “...тук сме си само млади и е готино”; “...няма баби, няма бебета. Всички сме на един акъл”. Всъщност освен бебета в Бизнес парка има и възрастни. Но част от работещите в него не ги забелязват или по-скоро не им обръщат внимание. Хора на възраст над 60 години обаче са заети като чистачи и общи работници. Във фирмите за чистота и поддръжка има и роми. Интервюираните

работещи в офисите на Бизнес парка, които са там от по-дълго време, разказват, че в началото са се срещали (“засичали”) неведнъж с чистачките, които “бяха циганки”, но после не са ги виждали. Ромите са част от живота в Бизнес парка и в късните часове на денонощието. При няколкото неуспешни опита да проведе интервю с охранителите, след като офисите затворят, разговарях с роми, които разказаха, че ходят в Бизнес парка за да събират хартиените отпадъци в кофите за боклук зад оградата.

Всъщност „ритъмът на живот” в Бизнес парка е такъв, че невидимостта на някои от работещите в това пространство е гарантирана за служителите в офисите. Служителите *излизат* в обедна почивка между 12 и 13.30. В същото време поддържащият персонал *влиза* в обедна почивка в служебните си помещения. Когато “младите” се върнат обратно в офисите си, чистачите и общите работници продължават работата си навън без да бъдат забелязвани. Някои от служителите на фирми виждат само онези, които са пред вратата на офисите им – чистачките на общите части и офисите в сградите им (в разказаното от някои от служителите все пак се споменават чистачките, които са жени и са “на възраст”, “доста по-възрастни от нас”, “има ни за свои деца”). По този начин не в пространството на Бизнес парка, а в часовото време на работното място (в обедната почивка) се създава временно “гето”, в което “възрастните”, “ромите” или някой друг е изтласкван от ползването на служителите.

### **Бизнес паркът не е град в града**

Но градът може да се управлява като бизнес (парк).

Част от работещите в столичния Бизнес парк говорят за него като *свидетели* на раждането на *реален* град в града. Те употребяват “град”, разбирайки “град като София”, “град като всеки друг”, “истински град”. Според интервюираните Бизнес паркът прилича на “истински град”, защото в него “има всичко необходимо”. Разказват как са *видели с очите си* строежа, заселването, разширяването на това място. Сравняват с опита, който имат досега като жители на града си и описват изграждането на сградите, улиците, здравни кабинети, магазин, кафене, ресторант, детска занималня, паркинг, площад и т.н.

Иначе е безспорно, че структура като Бизнес паркът не отговаря на нито едно от определенията за **град** в научната литература. Но има две характеристики за града, посочени от Макс Вебер, които се опитах да потърся в Бизнес парка, описван като “град” от интервюираните: относително независима администрация по отношение на други власти и избор на администрацията, осъществяван от жителите на града. Като се има предвид, че става дума за Бизнес парк в столичен град, е важно пояснението на Реймон Ледрю, че ако се следва Вебер, то големите модерни столици “не са повече “градове” [Ледрю, 2004:6], защото са изгубили автономията си, превръщайки се в центрове на национално управление.

Ето какво показват интервютата: Бизнес паркът се описва като “идеалният град”, като град, в който интервюирани и от двете страни на бариерата му (има предвид и сред работещите в него, и сред живеещите в квартала срещу него) заявяват, че биха живели “с удоволствие”, в който “всичко ти е на една ръка разстояние” или в който се чувстват сигурни.

В края на града (независимо дали си вътре или извън Бизнес парка) почти 2/3 от всички интервюирани изказват убеждението си, че **градът (София) ще се оправи, ако започне да се управлява като фирма**. Работещите в Бизнес парка разказват колко лесно е, когато “знаеш на кого да се оплачеш” и когато “ти не се грижиш за нищо, те се грижат за теб”. Наематели оценяват работата на фирмата, собственик на терена така: “погрижили са се за всичко”, “проблеми, разбира се, има, но се решават бързо”. И работещите и наемателите на помещения смятат, че ще е по-добре, ако в общината

започнат да се отнасят към гражданите като към клиенти. Подобни мнения най-вероятно могат да се чуят навсякъде от данъкоплатци. “В БПС<sup>6</sup>, ако платя за минерална вода, ще ми носят минерална вода. Има неща, които не може да не платиш – няма как да не си платиш тока, да речем. Навсякъде трябва да е същото. Платил съм такса смет, трябва да ми е чисто пред входа си.” (наемател № 6)

Особеното тук е, че живеещи в “Младост-4” също смятат, че градът трябва да се управлява “като собствен бизнес”, “да има добър мениджмънт”, или че “общинарите трябва да се учат от частника” (като се посочва пример с почистването на снега през зимата, когато в жилищния комплекс “няма нито един почистен тротоар”, в Бизнес парка снегът “се чисти през пет минути”). Специфичното е, че изказванията принадлежат и на собственици на апартаменти, които са крайно недоволни от построяването на бизнес сградите. В квартала искат условия за живот като в Бизнес парка, въпреки че някои са против да живеят до Бизнес парк.

В тези изказвания се съдържат две представи – едната е, че щом е частна, фирмата непременно ще управлява успешно града (може би защото в интервютата се правят аналогии с модела на управление и поддържане на пространството в “Бизнес парк-София”, а този модел им изглежда успешен). От друга страна, много малка част от интервюираните (само 9 от всички) отчитат, че и сега част от дейностите – като почистване, озеленяване, поддържане и изграждане на инфраструктурата и т.н. в столицата – се възлагат на частни подизпълнители. И все пак се създава представа за относително автономни решения в управлението на Бизнес парка от властите. Тя се поддържа от действия, които водят до солидни придобивки за служителите на Бизнес парка, въпреки проблемите извън оградата на тази територия. Собствениците на “Бизнес парк-София” също са засегнати от някои решения на Столичната община - например за отлагане на строежа на метрото в тази посока на града. Но пък разрешават проблеми с транспорта чрез услугите на други частни фирми. Например, договорена е нова линия на маршрутни таксите. Съобщението гласи, че “Транспортната услуга се предоставя за служители на Бизнес Парк-София и е напълно безплатна. Необходимо е само представяне на карта за достъп на комплекса.” Тази нова придобивка кара една от интервюираните служителки в офис да сравни това ново градско място с едно друго “бизнес” пространство - “Кремиковци”: “Понякога все едно се изсипваме всички наведнъж - като от автобус на комбинат “Кремиковци”. (работеща № 1)

Но какво се случва, когато пребиваващият в подобна работна среда жител на София излезе от “идеалния град” (както се описва Бизнес парка) и се върне в “истинския град” – с непочистени тротоари, трафик, закъсняващ транспорт и несигурност?

### Движението в комплекса

Интервюираните обясняват, че не очакват общината да реши проблемите им. Неодобряващите Бизнес парка собственици на апартаменти приемат като нормална **саморазправата** с хората от Бизнес парка. Примерът, който се повтаря многократно, е как някои от жителите на квартала пукат гумите на коли, паркирани от служители в Бизнес парка на “тяхното” паркомясто. Някои от живеещите в “Младост-4” търсят свои начини, за да пазят от “пришълците” както територията си, така и досегашния си начин на живот – пишат се бележки, поставят се табели, с които се дават указания какво е редно да се спазва в квартала. Убедени са, че няма кой да им помогне в отношенията с новозаселилите се служители. И този възглед е водещ, когато оправдават дори насилието във “войната” за паркомясто пред блоковете. Проблемът с липсващите паркинги се “решава” като в уестърн в този край на града. Някои от кварталните

---

<sup>6</sup> БПС – Бизнес парк – София. Някои от интервюираните за по-кратко казват само БеПеСе.

жители обаче не избират саморазправа, а **саморазплата**. Създаденият дефицит води до търсене на решение за взаимна изгода (случаят пак е свързан с паркомясто: един от интервюираните разказва, че се е договорил със служител от Бизнес парка – да го изчаква сутрин на “своето” паркомясто пред блока, а вечер – да му се пази мястото, като се върне от работа. Ако се прибере по-рано, звъни по телефона и служителят си търси друго място. “Договорката” е за 50 лева на месец.)

- **Всъщност какво “бранят” недоволните от Бизнес парка?**

Тъгуват по “полето” и “тишината” (разказват спомени за полето, с което свършвал градът), но пък по-скоро настанилите се нямат спомен за “полето”, а споделят, че “през последните години все нещо се строи”, липсва им “спокойствието”. Но основният сблъсък е около средствата за придвижване в града. Повтарят се оплакванията от трафика на коли, липсващите тротоари и места за паркиране в квартала.

- **И работещите в края на града, и живеещите там имат почти един и същ проблем – затруднено е движението им в града.**

Няма сблъсък на стари и нови мегаструктури (мега- за мащаба на София) като грандиозния панелен комплекс “Младост” и проекта “Бизнес парк”. А е застрашено “ходенето на работа”, възможността да избираш маршрутите си. Хората са обречени на затваряне в превозните средства и дълго чакане из града. Дали обаче трупайки опит в битката за придвижване из града работещи и живеещи в два големи комплекса – стар и нов – няма да се обединят и това да доведе до промени в града? Или ако използвам шегата на един от интервюираните, “може да се наложи столичани да се борят за правото си да стигнат до работа”.

И не само към и от Бизнес парка има движение. Вътре в неговото пространство също се очертават траектории в отношенията между обитателите му: “Много е хубаво тук, но като ни пуснат в обедна почивка, ми заприличва на луксозен курорт за психично болни. Правим едни “карета” напред-назад, защото алеите все пак не са много. И всички се прибираме долу-горе заедно, все едно ни свикват с някаква сирена.” (работеща № 8). Дали маршрутите около и в това градско пространство отразяват случващото се на външната граница на един столичен град?

- **Бизнес паркът е любимо място на майките с деца, които пресичат границата между квартала и бизнес територията.**

За тях това е единственото място в района, където е помислено за най-малките и техните родители. Майките не могат да си представят къде са разхождали децата си родителите “преди да дойде Бизнес паркът в “Младост”. За една от майките с дете оградената територия на парка я кара да се чувства “като в цивилизована държава”. Има и изказване, че трябва да се *съборят* всички нови блокове, които са заличили зеленината в квартала и да се построят бизнес паркове с алеи и цветя. А съответно има и мнение – (на един от мъжете, собственик на жилище в квартала), който иска да се *събори* Бизнес паркът и да стане квартален парк. *Събарянето*, унищожението е предлагано като решение само в тези два случая.

В Бизнес парка обаче има едно място, в което се пресичат пътищата и на по-възрастната чистачка (понякога), и на най-младите стажанти, и на тези, които вече имат опит. Това е офисът.

### **Свръх-Паноптикумът - вече тип "open space"**

В момента наемателите в Бизнес парка предпочитат офис тип “клас “А” или наричан още офис тип “open space”. Това са мащабни помещения, в които бюрата са подредени едно до друго, така че да се пести място, да се отоплява по-добре, а и по-икономично. В общите помещения понякога има стъклени прегради, които отделят

работните места, но не навсякъде. В отделни помещения са само служителите на ръководна позиция.

„Старият” офис е бил в жилищна сграда. Виждали са съседите си, с които са били врата до врата. Сега офисите не са в жилищни сгради, но са до цял жилищен комплекс. И не виждат тези, на които офисът (може би) пречи. Но вече и самите служители се оказват по-близо един до друг - бюро до бюро в огромна зала.

От анализа на интервютата със служители в този тип офиси става ясно, че има **ограничения, с които е свързано новият тип работно място, а работещите не ги одобряват, но приемат.**

По отношение на употребата на Интернет на работното място и в българските фирми вече се прави опит да се отделят “забавлението” и “работата”. Не във всички фирми е така, но в “Бизнес парк-София” фирмите ограничават достъпа до някои места в Интернет. Музика се слуша вече само на слушалки, за да не се пречи на другите в залата.

Гледането на видеоклипове и продължителното сърфиране в Интернет за забавление или информация за лично ползване е почти невъзможно. Екранът на монитора е видим за всички около теб. Ако преди са били само няколко души в стая от апартамент, преправен на офис, сега служителите са с гръб към поне един от другите служители на фирмата. “Следенето” е възможно и улеснено (дори когато е нежелано и от двете страни).

#### **“Фейсбукването – строго забранено за хора. Само за директори.”**

Още едно ограничение върви като “екстра” за новите наематели с влизането в отворения тип офиси – ограничаването на достъпа на работното място до скайп, фейсбук и подобни програми за лична комуникация и социални мрежи. Забраната да се ползват е валидна и в някои фирми, които все още обитават офисите в жилищни сгради. Но не новото пространство налага това ограничение, а финансовите интереси на компанията. Разбира се, и сега има чуждестранни компании на българския пазар, в чиито клонове ограничението не е въведено. Просто няма да ги намерим в Бизнес парковете.

Един от шефовете на отдел в чуждестранна IT фирма разказва защо се е наложило да ограничат служителите си: “Потърсих къде всъщност има течове в работното време. Нашите хора започват рано, а когато се налага – седят до късно. Плащахме извънреден труд изключително често, защото сроковете ни притискат и няма как да не се работи в събота и в неделя. Тогавя поисках разпечатки със статистика от кой компютър колко време се виси тук-там. Сумирах времето, в което някой си говори по скайп или във Фейсбук. Имаше служители, които прекарват по час и половина там, вместо да работят.” (работещ № 4). Според ръководителя на отдел недоволствали само тези, за които това е първото работно място и никога не са се сблъскали с “офис реалността”.

Така се усъвършенства познатият свръх-Паноптикум. В отворените офиси са подобрени средствата, с които се наблюдава. И дори съседът по бюро никога да не прояви интерес към работното пространство на другия, винаги ще съществува възможността това да се случи и *наблюдаваните* знаят, че може би са наблюдавани.

Марк Постър, Мануел Кастелс и Зигмунт Бауман се спират на кибернетичната версия на Паноптикума, описан от Мишел Фуко. Марк Постър вписва телата в мрежи, бази от данни, информационни магистрали, в “складове за информация”. Той говори за “свръх-Паноптикум”, в който “надзираваните” сами предоставят информация за себе си, те позволяват и стимулират, задвижват надзираването. Бауман разграничава функциите на Паноптикума на Фуко и Свръх-Паноптикума на Постър: “Главната цел на Паноптикума е била да въвежда дисциплина и да налага еднаква рамка на поведение

върху подопечните; преди всичко и най-вече Паноптикумът е бил оръжие срещу различието, избора и многообразието.” [Бауман, 1999:72]. Докато, продължава той, информацията, складирана в базите-данни има за цел да “потвърди надеждността на хората, включени в данните – надеждността им като клиенти и правещи избор”. Включването на човека в базата данни е равностойно на получаване на доверие и по този начин – “достъп до най-добрата игра в града” [Бауман, 1999:73].

Едва ли може да се говори за доверие, но наблюдаваните не протестират срещу ограничението заради особен вид споразумение. Склонни са да направят компромис, въпреки че не малко от IT фирмите продължават да търсят квалифицирани специалисти и винаги специалистите могат да сменят работата си. Всъщност има една основна причина, която интервюираните посочват за съгласието си с неодобряваното от тях “орязване” на достъпа им в Интернет - въпреки че има много свободни места за програмисти, “малко са фирмите, в които можеш да работиш това, което ти е най-интересно”.

Защо се отказват от свободата си да ползват Интернет за свои цели на работното място? Интервюираните “подчинени” сочат три основни причини да се откажат доброволно от връзката си предимно с приятели в работно време: 1) Перспективата “където и да се преместя, рано или късно ще ми дръпнат шалтера. Скоро всички ще са поамериканчени.”; 2) Един от интервюираните посочва промяната в офиса – от апартамента към бизнес сградата: “Все пак е работно място. Няма как да си като вкъщи. Фейсбука – у дома, тука – фейбукването - строго забранено за хора. То е само за директори.” 3) Разбраната принуда: “и аз ако съм шеф, и аз ще преустановя чатенето”.

И в софтуерните фирми, но най-вече в банките – програмите за чатене и скайп, както и всички социални мрежи са забранени и по още една причина – опасността от изтичане на фирмена информация.

### **“Отворете поне прозорците!” на Паноптикума**

Особено място в офисния живот заема комуникацията между шеф и подчинен, когато се правят предложения за промяна в офисното пространство и изказването на несъгласие с определени правила. Вътрешният дизайн в новите офиси се изпълнява изцяло по поръчка на наемателя. Два проблема обаче неизменно се повтарят в интервютата със служителите – няма въздух и светлина. Когато в едно просторно помещение са събрани повече от 20 души, споровете за отварянето на прозореца и за включването на изкуствената светлина през деня се оказват почти неизбежни. Обикновено седящите до прозореца (колкото и затъмнени да са стъклата му) не желаят да се смесва изкуствена и естествена светлина, и съответно – прозорецът да е отворен постоянно през зимата. Тези, които са в другия край на помещението пък недоволстват от климатика. Как се разрешават подобни – битови - конфликти, предизвикани от проектирането на работното място? Как работещите в едно на пръв поглед “идеално място” протестират? В “Бизнес парк-София” вече има “вътрешна миграция” на фирми от една сграда в друга. Една от фирмите, нанесла се в първите години от съществуването на Бизнес парка, след известно време се премества в друга сграда, заради оплакванията на служителите си. В първия офис служителите гледали към вътрешните коридори на сградата и до тях не достигала никаква слънчева светлина. В интервюто обаче служителката пояснява, че не всеобщото им недоволство е довело до смяната на сградата, а “идването на “Биг Бос” от чужбина: “Сигурно и на него му стана задушно, не се зальгвам, че го направи заради нас.” (работещ № 8)

В отворения тип офиси освен прозорците вече са затворени много канали на комуникация, които досега част от работещите са използвали. Но всъщност кой (им) е казал, че на работното място можеш да се забавляваш, да използваш служебния

Интернет за развлечение или за лични дела? Най-вероятно легендите се разказват от работилите в стария тип офиси в града. В бизнес зоните вече има истории, а може би и история.

#### **4. В заключение: Има ли бъдеще време за Бизнес парка?**

Едно от основните предимства, което посочват работещите в първия Бизнес парк, е “възможността за спестяване на време” – всичко е на една ръка разстояние. Както показва изследването обаче **всичко без въздух, евтина храна, Фейсбук...** Интересно е да се проследи какви тактики и стратегии ще изобретят работещите в края на града за справяне с подобни липси.

Един от въпросите, който получи категоричен отговор в това изследване, е промяната в начина, по който работещите в Бизнес парка гледат на тази първоначално видяна от тях ценност – спестеното време като опозиция на познатия досега голям град, в който “губиш ценно време” в избора от маршрути. Всъщност затвореността на работния комплекс започва да се разбира от част от тях като затвореност на кръга от познати, на затворен цикъл от събития във всекидневието. Част от интервюираните биха искали да се загубят в избор на нови маршрути, въпреки ценността на времето им.

Със сигурност изграждането на втори Бизнес парк с подобни мащаби в столицата ще се забави предимно заради икономическата криза през 2010 г., но и заради липсата на подобни разработени площи за бизнес зона. Всеки следващ проект за Бизнес парк ще трябва да включва и инвестиции в инфраструктурата и развитие на съседни части, тъй като свободните места за строеж са далеч от вече съществуващи пътища и връзки с останалата част на града.

Един от първоначалните въпроси, който не намери отговор, а породил само хипотези е: Възможно ли е работното място и контактите, които се изграждат там, да доведат до социална активност на хора, които са обединени от работата на една обща територия? За да се даде отговор на подобен въпрос е необходимо време, защото смяната на работно място на служителите в банките, търговските обекти и в сферата на информационните технологии е често наблюдавано явление. Въпреки това в много отношения работещите в офисите на Бизнес парка говорят, мислейки се в едно особено “ние”, което все още не може да се назове група, но започва да има конкретни очертания. По-задълбочено изследване на отношенията между служителите в офисите в този затворен работен комплекс могат да покажат кои връзки са устойчиви и къде управляващите най-горе в йерархията в организационната структура на фирмите ще трябва да се подчинят на нови условия, идващи “отдолу”. Има още един въпрос, който предстои да бъде проучван – колкото и да е неочаквано Бизнес паркът може да се превърне в арена на поколенчески сблъсък. В момента все още няма рязка граница между поколенията, които се наемат на работа. Но предстои да видим как “млади” и “опитни” ще се срещнат в края на града. И какво ще се случи, когато се пенсионира или се премести от там “първото поколение”, което пази спомена за зараждането на Бизнес парка като градска структура?

#### ЛИТЕРАТУРА

- Бауман, З. 2003. *Общността. Гърсене на безопасност в несигурния свят*. С., ИК Лик.
- Бродел, Ф. 2000. *Структурите на всекидневието: възможното и невъзможното*. Том I. С., ИК Прозорец.
- Гаврилова, Р. 2002. *Градът – символи, образи, идентичности*. С., ИК Лик.
- Гаврилова, Р. Атомизация и колективност: разпространение на храненето извън дома през първата година на ХХ в. В: *Български фолклор*, кн. 4.
- Грекова, М. 2003. *Градът-столица: поглед към София и Париж*. В: *Социологически проблеми*, кн. 3-4.

- Дичев, И.** 2005. *Пространства на желанието, желания за пространство. Етюди по градска антропология.* С., Изток-Запад.
- Дьо Серто, М.** 2002. *Изобретяване на всекидневието.* С., ИК „Лик“.
- Кастелс, М.** 2006. *Информационната епоха.* Т. II. С., ИК „Лик“.
- Ледрю, Р.** 2004. *Урбаносоциология.* С., HURA.
- Олброу, М.** 2001. *Глобалната епоха.* С., Обсидиан.
- Парк, Р.** 2002. Градът: Предложения за изследване на човешкото поведение в градска среда. В: *Градът: социална реалност и представа.* Съст. Майя Грекова.
- Пожарлиев, Р.** 2005. Кръчми и ресторанти. В: *Критика и хуманизъм*, кн. 20, бр. 1.
- Попова, С.** 2004. *Радио, публики, стилове.* С., ИК „Лик“..
- Vaudriallard, J. Forget Foucault.** 2007. *Semiotext(e).*
- Bauman, Z.** 2008. *The Art of Life.* Polity Press. Cambridge
- Bermejo, F.** 2007. *The Internet audience: constitution and measurement.* Peter Lang Publishing, Inc., New York.
- May, C.** 2002. *The Information society: a skeptical view.* Polity Press, Cambridge.
- Pile, St.** 2005. *Real City. Modernity, Space and Phantasmagorias of City Life.* SAGE Publications. London.