



Приета: 01.03.2015 г.

Преработена: 03.04.2015 г.

Одобрена: 04.05.2015 г.

МЕДИЙНИТЕ ПАРКОВЕ КАТО СИСТЕМИ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ

И. Недялков¹

Ключови думи: медии, медийни паркове, многофункционални екоиндустриални комплекси, устойчиво развитие

РЕЗЮМЕ

Медиите създават продукт, който не е материален по смисъла на традиционното индустриално производството, независимо че използват първична „суровина“ за създаване на комуникативна субстанция, която се обработва, промотира и доставя. Това налага създаването на мултифункционални екоиндустриални комплекси на медийната индустрия, наречени медийни паркове.

Изследването има за цел да анализира генезиса на медийната индустрия през погледа на медийно-парковите комплекси и политиките, които ги насърчават, като разгледа същностната характеристика и трансформациите в мисленето, свързано с архитектурно-градоустройствените аспекти.

1. Въведение

Геополитическите и геостратегическите промени в света през последните три десетилетия, насочени към глобализация, научно-технически прогрес, устойчиво развитие и подем на високите технологии доведоха до коренна трансформация на класиката в медиите, целенасочено към нуждите на модерния свят за своевременен достъп до информация.

Медията и медийното пространство по своята същност са жив организъм, чиято пулсация и динамика на поведение е в тясна взаимовръзка с неговия архитектурно-гра-

¹ Иво Недялков, гл. ас. арх., кат. „Промислени и аграрни сгради“, УАСГ, бул. „Хр. Смирненски“ № 1, 1046 София, e-mail: ivonedyalkov2@gmail.com

доустройствен статус и потребност на обществото за информираност, а това от своя страна води до отмиране на някои класически структури и поява на нови комплексни структури, наподобяващи съвременните градове в един по-малък мащаб, които стабилизират техния статут и местоположение. Това налага изследването на появата и динамиката на развитие на медийните многофункционални екоиндустриални комплекси, наречени *медийни паркове*.

2. Медийен парк – същностна характеристика

Медийните паркове са мултифункционални екоиндустриални комплекси, съставни елементи на които са отделните звена на една, две или повече медийни компании (корпорации), ИТ, офиси, научни, научноизследователски, производствени, квалификационни и образователни звена, хранене, търговия, услуги, обитаване и рекреация. По своята същност мултифункционалните екоиндустриални комплекси са вид интегрирани структури, които се стремят да направят производството си по-екосъобразно, което от своя страна да доведе до повишаване на икономическите показатели и редуциране на вредните емисии. Това са особен вид кооперирани комплекси, при които отделните предприятия обединяват усилията си с цел по-ефективно управление, използване на ресурсите и оптимизиране на разходите за добива, обработката и разпространението на медийния продукт. Така тези медийни мултифункционални екоиндустриални паркове се превръщат в реален пример на система за устойчиво развитие, като за това допринася и фактът, че подобни медийни паркове се изграждат предимно в частни или общински имоти с висок процент на озеленяване, което е и принос към стремежа за опазване на околната среда.

Архитектурата като философия е една от сферите, в които се срещат бизнесът, медиите, обществените нужди, традициите и културните схващания, съчетано с опазването на околната среда. Устойчивата архитектура прилага реципрочно принципите на устойчивото развитие, при реализацията на медийните паркове с оглед опазването и възпроизводството на съществуващите естествени екосистеми.

Местоположението на медийните паркове може да бъде в централни, жилищни и промишлени територии, както и в периферните зони на градовете, с възможност за удобно обслужване с различните видове транспорт – автомобилен, релсов, пешеходен, но задължително в среда, предоставяща голям рекреационен потенциал, с висок процент на зелени площи. Това налага и голямата площ, върху която се разполагат подобни медийни паркове – обикновено в порядъка между 5,5 и 10 хектара, но могат да достигат и до 100 хектара – определена въз основа на разгледаните примери от европейската и световната практика.

Реализацията на медийни паркове крие особен градоустройствен потенциал, който допринася за висококачественото развитие, прилежащата градска среда и региона като цяло.

Те притежават редица предимства:

- Създават се в характерни територии, насочени към социалното и екологичното развитие, като сами по себе си тези паркове са устойчиво развиващи се структури.
- Те са атрактивна локация за привличане на ново финансиране и икономическо развитие посредством специалния им статут и добре обезпечената им инфраструктура и архитектурен образ. Така те се превръщат не само в медийни

паркове, но и в бизнес инкубатори с притегателна сила за много малки и големи фирми в различни сфери от икономиката.

- Предлагат използването на общи ресурси в сферата на общо офис обслужване за управление, сигурност, комунално обслужване, вътрешен транспорт, хранене, развлечение, спорт и други. Това неминуемо спомага за разумното използване на ресурсите и оптимизирането на разходите на отделните единици в парка.

По този начин се предлагат значителни улеснения за всички фирми в комплекса и се постигат по-целесъобразни разходи за общата инфраструктура.

Медийните паркове, като част от мултифункционалните екоиндустриални комплекси, са своеобразни събирателни центрове и комплексни структури, които се стремят да удовлетворят социалните нужди на обществото за бърз достъп до информация и обхващат всички аспекти на потребности, като бизнесмобилност, битова среда и рекреационни нужди на съвременния динамичен свят.

3. Разпространение на медийните паркове

Напредъкът на ИКТ позволява на филмовите телевизионни продукции все по-широко разпространение в сравнение с миналото. Днес проекти за медийната индустрия, включващи финансиране, предпродукция, производство, постпродукция и маркетинг (събиране, обработка, промотиране и разпространяване), могат да се реализират в различни части на света. Докато в миналото е било необичайно един проект да се приложи на няколко места, днес това се превръща в тенденция.

В същото време нарастването на разпространението в производството на аудио-визуалните продукции е концентрирано на няколко определени места. Някои от тях са исторически значими киноцентрове, а други са новоизградени. Общото е в това, че тези центрове разполагат със съответните студийни елементи и/или с група от свързани производства и обслужващи звена. В известен период от време се предполага, че големите градове и мегаполиси могат да удовлетворят производствените нужди на медийните компании, като им предоставят големите пространства на реконструирани складове, фабрики, докове или автобусни депа например. Така медийните паркове получават ако не всички производствени услуги на едно място, то поне близък достъп до тях в рамките на града или региона. Днес се наблюдава необходимост от разработване на интегрирани производствени пространства, позволяващи съвместното им използване от фирми, предоставящи различен вид услуги, за да се запази и развие мобилността в международното производство.

Към днешна дата се обръща все по-голямо внимание на природата, характера и разнообразието на медийните паркове и екологичните производства, включващи вътрешни и международни дейности, които съставляват производствената дейност на определени места. Това налага и изграждането на подобни многофункционални екоиндустриални комплекси да е в унисон с принципите на устойчивото развитие и играе недвусмислена роля при разпространението им.

4. Насърчаващи политики за създаване на медиен парк

Разработването на политики на национално и регионално ниво би трябвало да включва активно насърчаване и развитие на мащабни производствени мощности за це-

лите на медийната индустрия. Подкрепата следва да се изразява в инициативи относно медийното обучение, производството, материалната обезпеченост и маркетинговата стратегия. В световен аспект, поради мащаба на разходите и твърде специфичния характер на това развитие (на този вид промишленост), често е привличано държавното управление на страната за подпомагане при преминаване през необходимите бюрократични процеси – планиране, околна среда, оценка на културното наследство, но също така и за подпомагане на тези проекти чрез предоставяне на парични заеми или държавна земя при благоприятни условия. Участието на правителството в тези проекти е от решаващо значение за успеха им. Тези тенденции са привлекателни за правителствата, тъй като по този начин се генерира заетост в медийната индустрия и свързаните с нея услуги, щадящи околната среда, за разлика от преработващата промишленост, а също така са и експортно средство.

Политиката за създаване на медийните паркове по света не е нещо ново и не измества фокуса от стратегиите за развитие на радиото, телевизията, киното, пресата и др. Тази нова политика не би трябвало да се разглежда като различна, защото:

- държавната подкрепа към медийните паркове не е отскоро;
- има дълга история на инфраструктурната обезпеченост в политиката на медийните паркове за свързване на отделните елементи на комплекса;
- публичните и частните партньорства са неразривна част от политиките за развитие, следователно това е крачка към нови партньорства;
- повишава се стойността на фирмите, участващи в медийните паркове, както и конкурентността между тях;
- преосмисля се връзката между местното и международното производство чрез интегрирането им.

Многостепенното регулиране на политиката, което се наблюдава в съвременната подкрепа за медийните паркове, отразява както грижата за наличие на съоръжения, капацитет и технологично обновление, така и производството само по себе си. Обръщането към медийните паркове, не представлява изцяло нов правителствен интерес в изграждането на инфраструктура, нито обрат в политиката на медийната индустрия към частните и публичните партньорства. Новото е, че МП са се превърнали в конкретна цел на държавната политиката и това води до специално внимание относно тяхното естество и характер, както и до синхронизирането между медийните паркове и разнообразните цели и приоритети на правителствената политика.

5. Заключение

През последните години технологичният процес, научно-техническият прогрес, навлизането на нововъведения, високите технологии и глобализацията като двигател на съвременното общество постепенно пренареждат устоите на медийното производство и превръщат медиите в неделима част от ежедневието на съвременния човек, като оказват влияние върху неговото формиране и промяна на социално-политическия му облик.

Развитието на медиите налага необходимост от тяхното обединяване и реструктуриране, а вследствие и трансформация на материалната им база в комплексни звена, наподобяващи съвременните градове в един по-малък мащаб, обединяващ производство, обществено обслужване, обучение, обитаване, рекреация и т.н. Фактическото им обединение в екоиндустриални комплекси е предпоставка за създаване на мултифунк-

ционални медийни паркове, внедрени в урбанистичния контекст и насърчавани от политики на регионално и национално ниво.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Karlsson, Ch. and Rouchy, Ph.* Media clusters and metropolitan knowledge economy. CITR Electronic Working Paper Series, Paper No. 2014/1, March 2014.

MEDIA PARKS AS SYSTEMS FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT

I. Nedyalkov¹

Keywords: *media, media parks, multifunctional eco-industrial complexes, sustainable development*

ABSTRACT

Media create a product which is not material according to the traditional industrial manufacture, although they use primary "raw material" to establish communicative substance, which is processed, promoted and delivered. This requires the establishment of multifunctional eco-industrial complexes of media industry called Media parks.

The purpose of the media research is to analyze the genesis of media industry from the point of view of media-park complexes and the policies which encourage them, by observing the essential features and conception transformations connected with architectural and urban planning aspects.

¹ Ivo Nedyalkov, Chief Assist. Dr. Arch., Dept. "Industrial and Agricultural Buildings", UACEG, 1 H. Smirnenki Blvd., Sofia 1046, e-mail: ivonedyalkov2@gmail.com

