

مکان‌سازی:

چه می‌شود

اگر

جوامع‌مان را

حول مکان‌ها

بسازیم؟

مترجم‌ها:

سروش افشاری

شایان آزاد

نگین علیدوست

نیایش سلحشور

ملیکا طاهری

سپهر آزادی

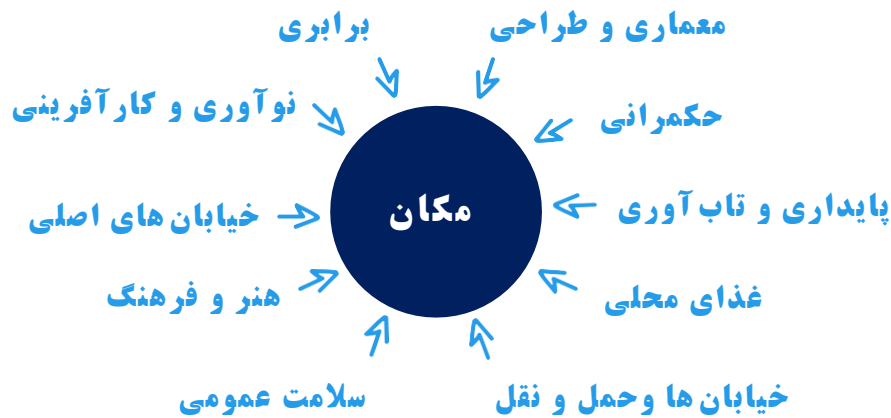
مدرس: محمد نظرپور

Project
for Public
Spaces

مکان‌سازی چیست؟

مکان‌سازی به‌عنوان ایده‌ای فراگیر و رویکردی عملی برای بهبود کیفیت محله، شهر یا منطقه، مردم را برمی‌انگیزد تا فضاهای عمومی را به‌عنوان قلب هر جامعه، به‌طور جمعی بازنگری و بازآفرینی کنند. مکان‌سازی به یک فرآیند مشارکتی در راستای تقویت ارتباط بین افراد و مکان‌ها، اشاره دارد؛ رویکردی که از طریق آن می‌توانیم قلمرو عمومی خود را شکل دهیم تا ارزش‌های مشترکمان را به حداکثر برسانیم. این رویکرد بیش از آنکه صرفاً به دنبال ترویج طراحی شهری بهتر باشد، به دنبال تسهیل الگوهای خلاقانه در استفاده از فضاهاست و همین‌طور توجه ویژه‌ای به هویت‌های فیزیکی، فرهنگی و اجتماعی تعریف‌کننده یک مکان دارد و از تکامل مستمر آن حمایت می‌کند.

فضای عمومی به‌عنوان رابط بین خانه‌ها، مشاغل و مؤسسات ما با جهان گسترده‌تر است. فضای عمومی نحوه رفتن ما به محل کار، نحوه انجام کارهایمان و نحوه بازگشت به خانه را مشخص می‌کند. از طرفی فضای عمومی جایی است که تقریباً نیمی از جنایات خشونت‌آمیز در آن اتفاق می‌افتد. در همین فضای عمومی است که امنیت برای برخی تضمین می‌شود، اما برای برخی دیگر نه. فضای عمومی محلی برای خرید و فروش یا ملاقات، بازی و برخورد با دیگران است. فضایی برای بیان خشممان و یا والاترین آرزوهایمان و همچنین بستری برای مهیا کردن امکانات و زیرساخت‌ها؛ و وقتی به آن اجازه دهیم، فضای عمومی می‌تواند رسانه‌ای برای بروز خلاقیت و بیان ایده‌ها باشد.



فضای عمومی پدیده‌ای چند بعدی

فضای عمومی ذاتاً چندبعدی است؛ فضاهای عمومی موفق و کارآمد توسط افراد مختلف برای اهداف مختلف و در زمان‌های مختلف روز و سال استفاده می‌شود. از آنجایی که فضاهای عمومی بستر پیوند فعالیت‌ها و کاربران بسیار زیادی هستند (یا در انجام این کار شکست می‌خورند) به‌عنوان جایی که موضوعات در ساحت محلی و جهانی باهم تلاقی پیدا می‌کنند نیز تلقی می‌شوند.

خلاصه اینکه، فضای عمومی جایی است که بسیاری از تراژدی‌ها و پیروزی‌های مشترک در آن رخ می‌دهد و به همین دلیل است که توجه به آن مهم است. ۱۰ حوزه موضوعی که ما معتقدیم مکان‌سازی می‌تواند بیشترین تأثیر را بر تحول فضاهای عمومی داشته باشد عبارت‌اند از: برابری و همه‌شمولی، خیابان‌ها به‌عنوان مکان، معماری مکان، مراکز نوآوری، شهرهای بازاری، حکمرانی مکان، پایداری و تاب‌آوری، جوامع روستایی، مکان‌سازی خلاق و سلامت.

شهرها این قابلیت را دارند که چیزی برای همه فراهم کنند، فقط به این شرط و تنها زمانی که توسط همه مردم ایجاد شده باشند.

جین جیکوبز

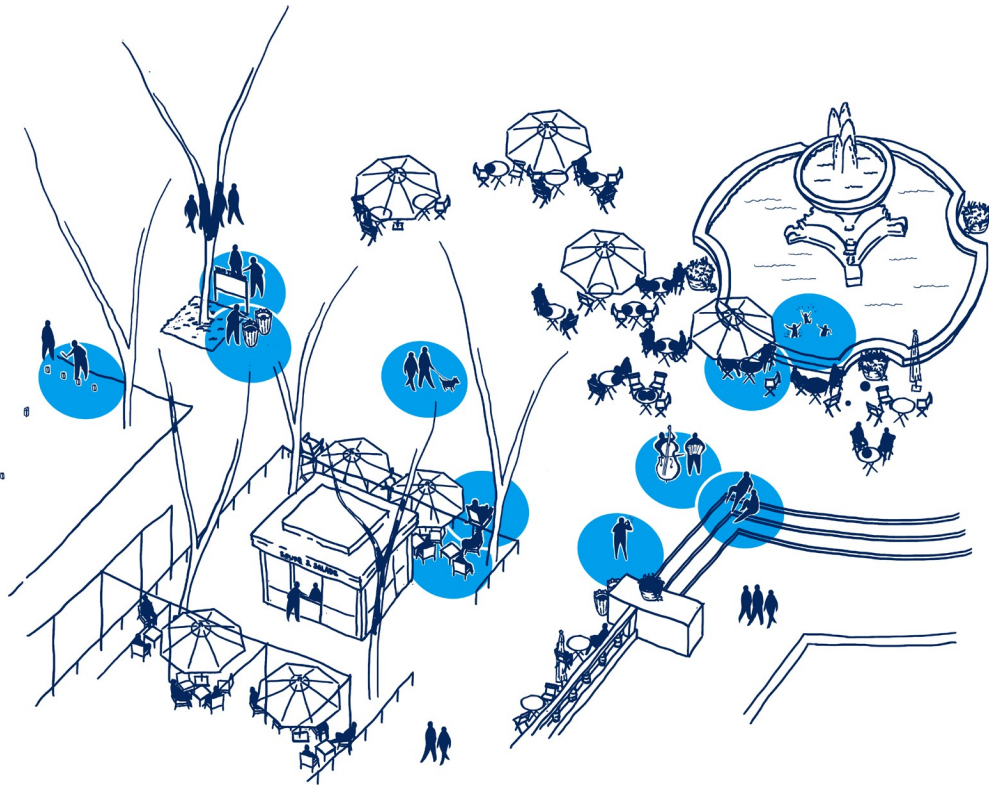


قدرت ۱۰+

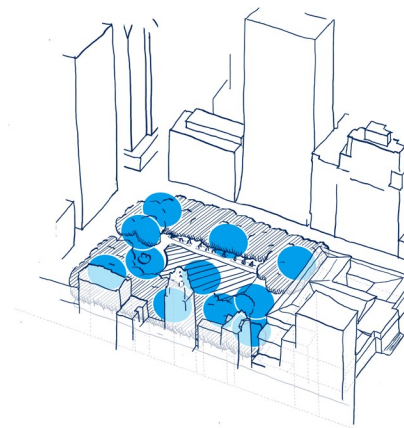
چگونه شهرها بواسطه مکان سازی متحول می شوند؟

شهرها برای موفقیت به وجود مقاصد نیاز دارند؛ مقاصدی که هویت و تصویری مطلوب به جوامع آن‌ها بدهد و به جذب ساکنان، مشاغل و سرمایه‌گذاری‌های جدید کمک کند. اما شهرها همچنین به مقاصد قوی اجتماعی نیز نیاز دارند که مردم را جذب کنند.

مقصد ممکن است میدان مرکز شهر، خیابان اصلی، اسکله، پارک یا موزه شهر باشد. شهرها با هراندازه‌ای که هستند باید حداقل ۱۰ مقصد داشته باشند که مردم می‌خواهند در آنجا حضور پیدا کنند. چیزی که هر مقصدی را موفق می‌کند این است که مکان‌های متعددی را درون خود دارد. به‌عنوان مثال، یک میدان حداقل به ۱۰ مکان نیاز دارد: یک کافه، یک فضای بازی کودکان، مکانی برای مطالعه یا نوشیدن یک فنجان قهوه، مکانی برای نشستن، جایی برای ملاقات دوستان و غیره. در هر یک از مکان‌ها حداقل ۱۰ فعالیت باید انجام شود. در مجموع، این فعالیت‌ها، مکان‌ها و مقاصد چیزی هستند که یک شهر عالی را می‌سازند. ما این ایده عالی را «قدرت ۱۰+» می‌نامیم.



مکان
با حداقل ۱۰ فعالیت



مقصد
با بیش از ۱۰ مکان



شهرها و مناطق
با بیش از ۱۰ مقصد



چه چیزی یک مکان والا را می‌سازد؟

به طرز شگفت‌آوری ساده است...

بیشتر مکان‌های والا و موفق، چه میدانی بزرگ در مرکز شهر باشد، چه پارک محله‌ای ساده، چهار ویژگی کلیدی دارند:

- دسترس پذیرند و به‌خوبی به سایر مکان‌های مهم شهر در منطقه متصل‌اند.
- مکان‌هایی راحت‌اند و تصویر خوبی از خودشان نزد شهروندان ساخته‌اند.
- مکان‌هایی‌اند که مردم را در فعالیت‌هایشان به‌خوبی جذب می‌کنند.
- محیط‌های معاشرت‌پذیری هستند که مردم در آنجا دورهم جمع می‌شوند و همدیگر را بارها و بارها ملاقات می‌کنند.



در مقیاس تعامل انسانی است که شهرها شکست می‌خورند و یا موفق می‌شوند.

دسترس پذیری و پیوستگی

شما می‌توانید میزان دسترس‌پذیری یک مکان را از طریق ارتباط آن با محیط اطرافش، چه بصری و چه فیزیکی، بسنجید. دسترسی به یک فضای عمومی موفق ساده و حرکت در آن آسان است و چیدمان آن طوری است که هم از دور و هم از نزدیک قابل مشاهده است. لبه‌های یک فضا نیز مهم هستند: برای مثال، ردیف مغازه‌ها در امتداد یک خیابان باریک، جالب‌تر و عموماً ایمن‌تر از یک دیوار خالی یا زمین خالی برای پیاده‌روی است. فضاهای قابل دسترس به راحتی به شکل پیاده در دسترس‌اند، گردش مالی بالایی برای پارکینگ دارند و برای حمل‌ونقل عمومی ایدئال هستند.

پرسش‌های مربوط به دسترس‌پذیری و پیوستگی:

- آیا می‌توانید فضا را از دور ببینید؟ آیا داخل آن قابل مشاهده است؟
- آیا ارتباط خوبی بین مکان و ساختمان‌های مجاور وجود دارد؟ یا اینکه توسط دیوارهای خالی، پارکینگ‌های سطحی، ساختمان‌های بدون پنجره یا هر عنصر دیگری که افراد را از ورود به فضا منصرف می‌کند احاطه شده است؟
- آیا ساکنان ساختمان‌های مجاور از فضا استفاده می‌کنند؟
- آیا مردم می‌توانند به راحتی آنجا راه بروند؟ یا آن‌ها از ترافیک سنگین یا مخاطرات خیابان می‌ترسند؟
- آیا پیاده‌روها به مناطق مجاور منتهی و از آن خارج می‌شوند؟
- آیا این فضا برای افراد دارای معلولیت و سایر نیازهای خاص به خوبی عمل می‌کند؟
- آیا مسیرهای سرتاسر فضا مردم را به جایی که واقعاً می‌خواهند می‌برد؟
- آیا مردم می‌توانند از انواع گزینه‌های حمل‌ونقل مانند اتوبوس، قطار، ماشین و دوچرخه برای رسیدن به آن مکان استفاده کنند؟

راحتی و سیما

فضایی که راحت باشد و جذاب به نظر برسد احتمالاً موفق خواهد بود. احساس راحتی شامل تصوراتی در حوزه ایمنی، پاکیزگی و در دسترس بودن مکان برای نشستن است. کمبود صندلی، سقوط غافلگیرکننده‌ی بسیاری از مکان‌های خوب است. مردم به سمت مکان‌هایی کشیده می‌شوند که به آن‌ها امکان انتخاب مکان برای نشستن می‌دهد، بنابراین می‌توانند در زمان‌های مختلف روز یا سال زیر نور خورشید یا بیرون آن باشند.

پرسش‌های مربوط به راحتی و سیما:

- آیا مکان تأثیر اولیه خوبی بر جای می‌گذارد؟
- آیا تعداد زنان به اندازه تعداد مردان است؟
- آیا جای کافی برای نشستن وجود دارد؟ آیا صندلی‌ها در موقعیت مناسبی قرار دارند؟ آیا مردم مکان‌هایی انتخابی برای نشستن دارند، چه در آفتاب یا در سایه؟
- آیا فضاها تمیز و عاری از زباله هستند؟ چه کسی مسئول نگهداری است؟
- آیا مردم در منطقه احساس امنیت می‌کنند؟ آیا کارکنان امنیتی حضور دارند؟ اگر چنین است، این افراد چه کار می‌کنند؟ چه زمانی در حال انجام وظیفه هستند؟
- آیا مردم عکس می‌گیرند؟ آیا سوژه‌های عکاسی زیادی در دسترس است؟
- آیا وسایل نقلیه بر استفاده عابران پیاده از فضا تسلط دارند یا از دسترسی آسان آن‌ها به فضا جلوگیری می‌کنند؟



فعالیت‌ها و کاربری‌ها



فعالیت‌ها بلوک‌های اساسی سازنده مکان‌های والا و موفق هستند؛ آن‌ها دلایلی هستند که مردم در وهله اول به خاطرشان از مکان بازدید می‌کنند و دلایلی که دوباره آن‌ها را به فضا می‌کشانند. آن‌ها همچنین چیزی هستند که یک مکان را خاص یا منحصر به فرد می‌کنند. وقتی در مکانی کاری برای انجام دادن وجود نداشته باشد، خالی و بدون استفاده خواهد ماند - نشانه‌ای مطمئن که از اینکه چیزی باید در مکان تغییر کند، یک طیف فعالیت که با دقت برای فضا مشخص شده باشند، به جذب طیف متنوعی از مردم در ساعت‌های مختلف روز کمک خواهد کرد. یک زمین‌بازی کودکان و نوجوانان را در طول روز جذب می‌کند، درحالی‌که زمین‌های بسکتبال می‌توانند جوانان را بعد از مدرسه به سمت خود می‌کشاند و کنسرت‌ها هم خیلی‌ها را در طول غروب جذب می‌کنند.

پرسش‌های مربوط به فعالیت‌ها و کاربری‌ها:

- آیا مردم از فضا استفاده می‌کنند یا فضا خالی است؟
- آیا توسط افراد در سنین مختلف استفاده می‌شود؟
- آیا افراد در قالب گروه هستند؟
- چند نوع فعالیت در حال انجام است؟ افرادی که راه می‌روند، غذا می‌خورند، بیس‌بال بازی می‌کنند، شطرنج، استراحت می‌کنند و مطالعه می‌کنند؟
- از کدام قسمت‌های فضا استفاده می‌شود و کدام قسمت‌ها بلااستفاده‌اند؟
- آیا انتخاب‌هایی برای انجام دادن فعالیت‌ها وجود دارد؟
- آیا حضور مدیریتی وجود دارد یا می‌توانید شناسایی کنید چه که مسئول این فضا است؟

معاشرت‌پذیری

مهم‌ترین و همین‌طور دشوارترین کیفیت برای یک مکان دستیابی به معاشرت‌پذیری است. هنگامی که یک مکان تبدیل به بستر مناسبی برای مردم شود تا دوستان خود را ببینند، همسایگان خود را ملاقات کنند و در تعامل با غریبه‌ها احساس راحتی کنند، نشان‌دهنده این است که در مسیر درستی برای داشتن یک مکان والا قرار گرفته‌اید.

پرسش‌های مربوط به معاشرت‌پذیری:

- آیا اینجا مکانی است که می‌خواهید برای ملاقات با دوستان خود انتخاب کنید؟ آیا دیگران در اینجا با دوستان خود ملاقات می‌کنند یا با آن‌ها برخورد می‌کنند؟
- آیا افراد در قالب گروه هستند؟ آیا آن‌ها با یکدیگر صحبت می‌کنند؟
- به نظر می‌رسد که مردم یکدیگر را از روی چهره می‌شناسند یا به نام؟
- آیا مردم دوستان و اقوام خود را برای دیدن مکان می‌آورند یا با افتخار به یکی از ویژگی‌های آن اشاره می‌کنند؟
- آیا مردم لبخند می‌زنند؟ آیا افراد با یکدیگر ارتباط چشمی برقرار می‌کنند؟
- آیا مردم به‌طور منظم و با انتخاب از مکان استفاده می‌کنند؟
- آیا ترکیبی از سنین و گروه‌های قومی که عموماً جامعه را منعکس می‌کند، حضور دارند؟
- آیا مردم با دیدن زباله تمایل دارند آن را جمع کنند؟



به نظر می‌رسد آنچه بیشتر مردم را جذب می‌کند، حضور دیگران است.
ویلیام وایت

مزایای مکان‌های والا

ایجاد و حمایت از یک اقتصاد محلی عادلانه

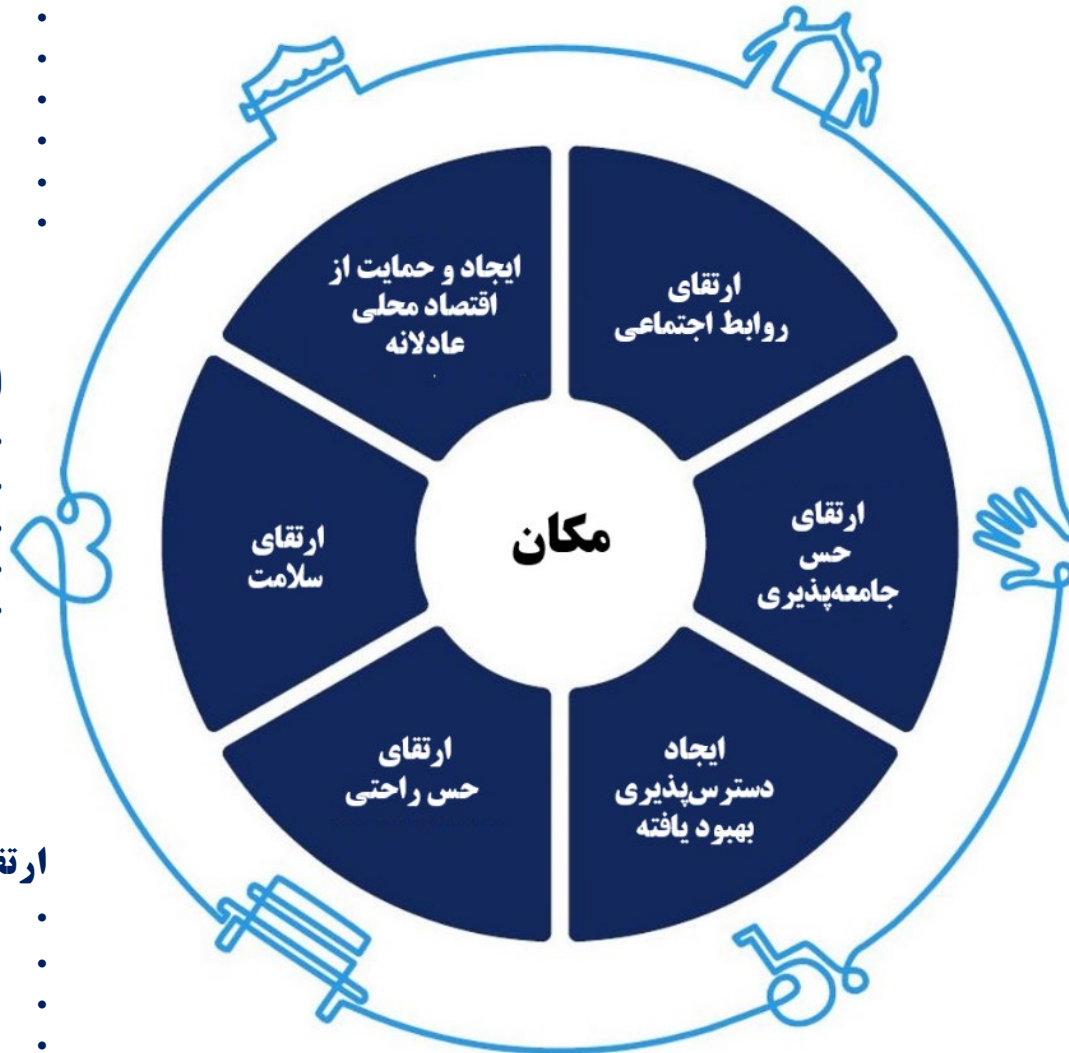
- کارآفرینی کوچک مقیاس
- توسعه اقتصادی
- ارزش بالاتر املاک و مستغلات
- مالکیت محلی، ارزش محلی
- ایجاد مشاغل مناسب
- بازگشت مالیات بیشتر
- نیاز کمتر به خدمات شهرداری

ارتقای سلامت

- افزایش فعالیت‌های فیزیکی
- دسترسی به غذای سالم
- افزایش امنیت
- فراگیری اجتماعی بیشتر
- سلامت محیطی ارتقا یافته

ارتقای حس راحتی

- رضایتمندی بصری
- محرک
- حس تعلق
- امنیت بیشتر
- کیفیت محیطی بالاتر
- حس آزادی



ارتقای روابط اجتماعی

- بهبود معاشرت پذیری
- تعاملات و بیانات فرهنگی بیشتر
- افزایش تنوع جمعیتی
- حضور زنان، کودکان و سالمندان بیشتر
- تکثرگرایی فرهنگی/نژادی بیشتر
- تشویق خلاقیت جمعی و محلی

تعریف و تقویت حس جامعه پذیری

- سازمان اجتماعی و محلی قوی تر
- حس غرور و ترغیب کار داوطلبانه
- نهادینه کردن یکپارچگی و ارزش‌های جمعی
- نیاز کمتر به کنترل شهرداری
- خود-مدیریت کردن

ایجاد دسترسی پذیری بهبود یافته

- پیاده‌مداری بیشتر
- ایمن برای پیاده‌ها و دوچرخه‌سواران
- سازگار با حمل و نقل عمومی
- کاهش نیاز به خودرو و فضای پارکینگ
- استفاده کارآمدتر از پول و زمان
- ارتباط بهتر بین کاربری‌ها

۱۱ اصل برای ایجاد مکان‌های جمعی والا

تحقق فضاهای عمومی کارآمد بسیار دشوار است زیرا پیچیدگی آنها به ندرت درک می‌شود. همانطور که ویلیام وایت گفته‌است: «طراحی فضایی که مردم را جذب نکند سخت است. آنچه قابل توجه است این است که چطور اغلب این کار به شکل طبیعی در شهر انجام شده است.»

نهاد PPS، ۱۱ اصل برای دگرگونی فضاهای عمومی و خلق مکان‌های جمعی سرزنده تبیین کرده است، چه پارک، میدانچه، میدان‌های عمومی، خیابان‌ها، پیاده‌روها باشد یا بی‌شمار فضاهای داخلی و بیرونی دیگر که به شکل عمومی استفاده می‌شوند.

ایده‌های بنیادین

- ۱ جامعه متخصص است.
- ۲ مکان خلاق می‌کنید نه یک طرح.
- ۳ به دنبال شرکا باشید.
- ۴ آن‌ها همیشه می‌گویند که قابل انجام نیست.

تکنیک‌های برنامه‌ریزی و توسعه

۵ چشم‌انداز داشته باشید.

۶ می‌توانید چیزهای زیادی را تنها از طریق مشاهده به دست آورید.

تبدیل ایده‌ها به اقدامات

- ۷ فرم از عملکرد پشتیبانی می‌کند.
- ۸ پدیده مثلث را در نظر بگیرید.
- ۹ آزمایش کنید: طرح‌های سبک‌تر، سریع‌تر و ارزان‌تر

اجرا

- ۱۰ پول اولویت نیست.
- ۱۱ کار شما هرگز خاتمه نمی‌یابد.

مکانی برای خلق یک جامعه و جامعه‌ای برای خلق یک مکان لازم است.



۱ جامعه متخصص است

نقطه شروع مهم در توسعه یک ایده برای هر فضای عمومی، شناسایی استعدادها و دارایی‌های موجود در جامعه است. در هر جامعه‌ای افرادی هستند که می‌توانند دیدگاهی تاریخی و بینشی ارزشمند در مورد نحوه عملکرد منطقه و درک مسائل مهم و آنچه برای مردم معنادار است ارائه دهند. استفاده از این اطلاعات در ابتدای فرآیند، به ایجاد حس مالکیت جامعه در پروژه کمک می‌کند و می‌تواند هم برای حامی پروژه و هم برای جامعه مفید باشد.

۲ یک مکان خلق کنید، نه یک طرح

برای تبدیل فضای ناکارآمد به یک «مکان» حیاتی، باید عناصر فیزیکی که برای مردم دعوت‌کننده و راحت باشد، مانند نشیمن و محوطه‌سازی جدید ایجاد شوند و همچنین از طریق تغییرات «مدیریتی» در الگوی گردش عابران پیاده روابط مؤثر بین خرده‌فروشی اطراف و فعالیت‌هایی که در فضاهای عمومی در حال انجام است، توسعه یابند. هدف، ایجاد مکانی است که هم حس جامعه‌پذیری قوی و هم تصویری راحت داشته باشد و همچنین یک محیط و فعالیت‌ها و کاربرهایی که در مجموع چیزی بیش از مجموع بخش‌های اغلب ساده‌اش باشد. گفتن این موضوع آسان است، اما انجام آن دشوار است.

۳ به دنبال شرکا باشید

شرکا برای موفقیت آینده و تصویر یک پروژه ارتقای فضای عمومی بسیار مهم هستند. چه در ابتدا از شرکا بخواهید که برای پروژه برنامه‌ریزی کنند و چه بخواهید با ده‌ها شریکی که ممکن است در آینده مشارکت کنند، طوفان فکری و سناریو ایجاد کنید، نقش آن‌ها در پشتیبانی و اجرای پروژه بسیار ارزشمند هستند. آن‌ها می‌توانند مؤسسات محلی، موزه‌ها، مدارس و غیره باشند.

۴ آنها همیشه می‌گویند قابل انجام نیست

ایجاد فضاهای عمومی خوب ناگزیر با موانعی مواجه است، زیرا هیچ‌کس چه در بخش عمومی و چه در بخش خصوصی وظیفه یا مسئولیت «ایجاد مکان» را ندارد. به‌عنوان مثال، متخصصانی مانند مهندسان ترافیک، اپراتورهای حمل‌ونقل، برنامه ریزان شهری و معماران همگی تعاریف محدودی از شغل خود دارند - تسهیل ترافیک یا به حرکت درآوردن قطارها یا ایجاد طرح‌های بلندمدت برای ساخت شهرها یا طراحی ساختمان‌ها. کار آن‌ها که در بیشتر شهرها مشهود است، ایجاد «مکان» نیست. شروع با مداخلات مشارکتی مردمی در مقیاس کوچک می‌تواند اهمیت «مکان‌ها» را نشان دهد و به غلبه بر موانع کمک کند.

۶ چشم‌انداز داشته باشید

چشم‌انداز باید از درون جامعه بیرون بیاید. آنچه برای چشم‌انداز هر فضای عمومی ضروری است، ایده‌ای درباره چگونگی فعالیت‌هایی است که ممکن است در فضا رخ دهد؛ دیدگاهی مبنی بر اینکه فضا باید راحت باشد و تصویر خوبی داشته باشد و اینکه می‌بایست مکان مهمی باشد آن‌چنان‌که مردم می‌خواهند. امری که باید حس غرور را در افرادی که در اطراف آن زندگی و کار می‌کنند القا کند.



۶ می‌توانید چیزهای زیادی را فقط از طریق مشاهده به

دست آورید

همه ما می‌توانیم از موفقیت‌ها و شکست‌های دیگران چیزهای زیادی بیاموزیم. با نگاهی به نحوه استفاده (عدم استفاده) افراد از فضاهای عمومی و یافتن اینکه که چیزهایی را دوست دارند و چه چیزهایی را دوست ندارند، می‌توان ارزیابی کرد که چه چیزی باعث می‌شود این فضاها موفق باشند و یا شکست بخورند. از طریق این مشاهدات، مشخص خواهد شد که چه نوع فعالیت‌هایی رخ نمی‌دهند و چه مواردی ممکن است گنجانده شوند؛ و هنگامی که فضاها ساخته می‌شوند، ادامه مشاهده آن‌ها حتی بیشتر در مورد چگونگی تکامل و مدیریت آن‌ها در طول زمان ما را یاری خواهند کرد.

۷ فرم از عملکرد پشتیبانی می‌کند

ورودی آنچه جامعه و شرکای بالقوه وارد پروژه می‌کنند، درک نحوه عملکرد فضاهای دیگر، آزمایش و غلبه بر موانع و مخالفان، ایده‌ای را برای توسعه فضا فراهم می‌کند. اگرچه طراحی فضا مهم است، اما این عناصر دیگر هستند که به شما می‌گویند که برای دستیابی به چشم‌انداز آینده برای فضا به چه فرمی نیاز دارید.

۸ پدیده مثلث را در نظر بگیرید

«مثلث سازی فرآیندی است که در آن برخی از محرک‌های بیرونی پیوندی بین افراد ایجاد می‌کند و غریبه‌ها را وادار می‌کند تا با غریبه‌های دیگر طوری صحبت کنند که گویی یکدیگر را می‌شناسند». در یک فضای عمومی، انتخاب و چیدمان عناصر مختلف در ارتباط با یکدیگر می‌تواند فرآیند مثلث سازی را ایجاد کند یا مانع آن شود. به‌عنوان مثال، اگر یک نیمکت، یک سطل زباله و یک تلفن، بدون ارتباطی به یکدیگر قرار داده شود، ممکن است هرکدام استفاده بسیار محدودی داشته باشند، اما وقتی در کنار هم قرار گیرند و همراه با امکانات دیگری مانند چرخ‌دستی قهوه چیده شوند، طبیعتاً حضور افراد را به همراه خواهند داشت. در سطح وسیع‌تر، اگر اتاق مطالعه کودکان در یک کتابخانه جدید به‌گونه‌ای قرار گیرد که در کنار زمین‌بازی کودکان در پارک باشد و یک کیوسک غذا به آن اضافه شود، فعالیت بیشتری نسبت به زمانی رخ می‌دهد که این امکانات به‌طور جداگانه قرار داشته باشند.

۹ آزمایش کنید: طرح‌های سبک‌تر، سریع‌تر، ارزان‌تر

پیچیدگی فضاهای عمومی به حدی است که نمی‌توان انتظار داشت در ابتدا همه‌چیز را درست انجام دهید. بهترین فضاها با مداخلات کوتاه‌مدت آزمایش می‌شوند و در طول سالیان متمادی این آزمایش و اصلاح ادامه دارد! عناصری مانند نشیمن، کافه‌های روباز، هنرهای عمومی، خط‌های عابر پیاده و جان‌پناه‌های عابر پیاده، باغ‌های اشتراکی و نقاشی‌های دیواری نمونه‌هایی از مداخلاتی هستند که می‌توانند در مدت‌زمان کوتاهی انجام شوند.

۱۰ پول اولویت نیست

این گزاره می‌تواند به طرق مختلف اعمال شود. به‌عنوان مثال، هنگامی که زیرساخت‌های اولیه فضاهای عمومی را قرار دادید، عناصر کارکردی که بعداً اضافه می‌شوند (به‌عنوان مثال، فروشندگان، کافه‌ها، گلدان‌ها و صندلی‌ها) گران‌قیمت نخواهند بود. علاوه بر این، اگر جامعه و سایر شرکا در برنامه‌نویسی و سایر فعالیت‌ها مشارکت داشته باشند، این امر می‌تواند هزینه‌ها را نیز کاهش دهد. مهم‌تر از آن این است که با پیروی از این مراحل، مردم آن‌قدر برای پروژه اشتیاق پیدا می‌کنند که هزینه پروژه در مقایسه با مزایای گسترده آن قابل‌توجه نیست.

۱۱ کار شما هرگز خاتمه نمی‌یابد

طبیعتاً فضاهای عمومی خوب که پاسخگوی نیازها، نظرات و تغییرات مداوم جامعه‌اند، نیازمند توجه مستمر هستند. امکانات رفاهی فرسوده می‌شود، نیاز به تغییر دارد و چیزهای دیگری در یک محیط شهری اتفاق می‌افتد. پذیرفتن نیاز به تغییر و داشتن انعطاف‌پذیری مدیریتی برای اعمال این تغییر چیزی است که فضاهای عمومی والا و شهرهای موفق را می‌سازد.



فرآیند مکان سازی

مکان سازی هم یک فرآیند است و هم یک فلسفه. رویکردی که حول محور مشاهده، گوش دادن و پرسیدن سوا لاتی از افرادی است که در یک فضای مشخص زندگی، کار و بازی می کنند تا نیازها و آمالشان را برای آن فضا و برای جامعه شان به عنوان یک کل درک کنند. به واسطه این دانش، می توانیم دوره هم جمع شویم تا یک چشم انداز مشترک برای مکان هایمان بسازیم. این چشم انداز می تواند به سرعت به یک استراتژی عملیاتی تبدیل شود که با ایجاد تغییرات «سبک تر، سریع تر، ارزان تر» در مقیاس کوچک شروع می شود و مزایای فوری هم برای خود فضاها و هم برای افرادی که از آنها استفاده می کنند به ارمغان می آورد.

فرآیند مکان_محور و اجتماع_مبنا

نقش های دینفعان

- ✓ توصیه / پیشنهاد
- ✓ آوردن منابع اضافی
- ✓ اجرا و نگهداری

نقش های متخصصان

- ✓ اطلاع رسانی
- ✓ تسهیلگری
- ✓ طراحی و اجرا

تعریف مکان و شناسایی دینفعان



فضا را ارزیابی و مسائل را شناسایی کنید



چشم انداز مکان



آزمایش ها و مدیریت کوتاه مدت



ارزیابی مستمر و تغییرات بلندمدت

سبک تر، سریع تر، ارزان تر (LQC)

چارچوبی تدریجی، کم هزینه و با تأثیر بالا برای بهبود فضاهای عمومی در کوتاه مدت که بر انرژی خلاقانه اجتماع برای ایجاد کاربری های جدید و ارزش افزوده برای مکان های در حال گذار سرمایه گذاری می کند.

این آزمایش های شهری سبک، سریع و ارزان از نظر مقیاس و تأثیر متفاوت اند. از امکانات و آثار هنری کوچک محله ای گرفته تا سازه ها و رویدادهای موقت بزرگ در مرکز شهر.

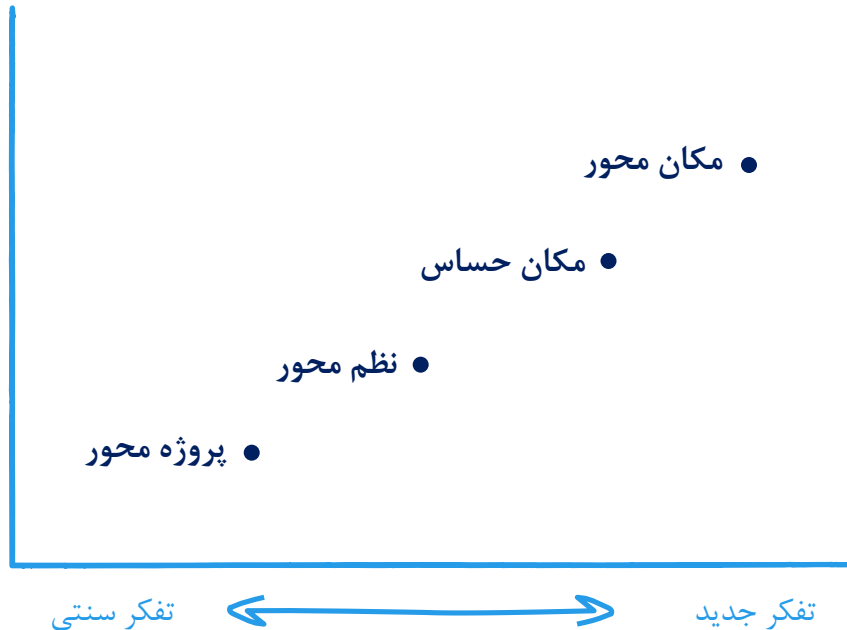


به سوی آینده‌ای مکان محور

از طریق تجارب مکان‌سازی خودمان، دریافته‌ایم که پروژه‌های فضای عمومی و ساختارهای حکمرانی که آنها را ایجاد می‌کنند، در یکی از چهار نوع توسعه و در یک طیف قرار می‌گیرند.

تکامل توسعه

مزایای برای جامعه



۱ فضاهای پروژه محور اغلب بواسطه آمریتی بروکراتیک و از بالا به پایین پدید می‌آیند که به معیارهای تحویل به موقع و کمترین هزینه را بیش از هر چیز دیگری ارزش می‌دهند. فرآیندهای پروژه محور عموماً به مکان‌هایی منتهی می‌شوند که از یک پروتکل کلی بدون توجه به نیازها یا خواسته‌های عمومی پیروی می‌کنند.

۲ پروژه‌های نظم محور ممکن است دارای ارزش بالاتر و فتوژنیک‌تر باشد، اما اتکای آن‌ها به دیدگاه خاص متخصصان طراحی و سایر دیدگاه‌های تخصصی اغلب فضاهایی را ایجاد می‌کند که عملکرد فوق‌العاده‌ای به‌عنوان مکان‌های تجمع عمومی ندارند.

۳ رویکرد مکان حساس به پروژه‌ها که ما شاهد ظهور آن در میان برخی از متخصصان طراحی هستیم، تلاشی هماهنگ برای جمع‌آوری نظرات جامعه انجام می‌دهد؛ اما این فرآیند هنوز توسط طراحان و معماران هدایت می‌شود.

۴ یک رویکرد واقعاً مکان محور که نه صرفاً متکی بر نظرات جامعه، بلکه متمرکز بر خروجی‌های مکان مبتنی بر مشارکت جامعه است. یک فرآیند مکان محور، مجاورت را به هدف، و برنامه‌ریزی و مدیریت فضاهای عمومی مشترک را به یک فعالیت گروهی تبدیل می‌کند که سرمایه اجتماعی و ارزش‌های مشترک را ایجاد می‌کند. شرکت‌کنندگان محلی در این فرآیند احساس می‌کنند در فضای عمومی حاصل سرمایه‌گذاری کرده‌اند و به‌احتمال زیاد به‌عنوان مباشر و ناظر آن فعالیت می‌کنند.

وقتی روی مکان تمرکز می‌کنید، همه چیز را متفاوت انجام می‌دهید.



هرکسی این حق را دارد تا در مکانی والا زندگی کند؛ مهمتر از آن، هرکسی حق دارد در فرآیند و الاسازی مکان زندگی اش مشارکت داشته باشد.

فرد کنت

نهاد PPS که در سال ۱۹۷۵ تاسیس شده است، تا به امروز مکان‌های عمومی موفق را در سرتاسر جهان ایجاد کرده است. ما مشارکت مردمی را در مرکز توجه تمام اقداماتمان قرار می‌دهیم؛ از مشارکت با شرکت‌ها و نهادها در فرآیند مکان‌سازی‌مان گرفته تا کارگاه‌ها، دوره‌های آموزشی و کنفرانس‌ها و غیره. تیم میان‌رشته‌ای ما به ۳.۵۰۰ جامعه محلی در ۵۲ کشور کمک کرده است تا مکان‌های همه‌شمولی بسازند و از این طریق جامعه را بهبود ببخشند. ما می‌توانیم در کنار هم یک جهانی بسازیم که در آن فضاهای عمومی‌اش از جامعه‌اش قدرت گرفته باشد و مردم‌مبنا باشد. برای آشنایی بیشتر به سایت PPS.org مراجعه کنید.

Project
for Public
Spaces