



Ръководство на кмета за обществения живот

Гел Институт

2017

Преводът на български език е разработен от сдружение „БГ Бъди активен“, осъществен като част от проект „Партньорство за красива и чиста България“, част от дългосрочната програма „_Място България“, и финансиран от „Фондация Кока-Кола“, с единствена цел безвъзмездното му разпространение сред българската публика и достигане на информацията до по-голям брой хора.

„_Място България“ е дългосрочна програма на сдружението за промяна на средата, в която живеем. Чрез нея, сдружение „БГ Бъди активен“ помага на хора и организации от малки и големи населени места да изградят чисти, красиви и достъпни публични пространства, които да подобрят социалния живот на местните жители.

Научете повече за това как помагаме на местните общности да бъдат активни, да създават партньорства и да променят средата и качеството на живот в своите райони: <https://thespot.bgbeactive.org/>

Сдружение „БГ Бъди активен“ е партньор на различни международни организации, работещи за насърчаване на физическата активност, устойчивия начин на живот, активизиране на местните общности и промяна на средата (placemaking). Благодарение на активните контакти на сдружението, то има достъп до иновативни ресурси, споделен опит и платформи за обмен на идеи.

Още от ресурсите на „БГ Бъди активен“ може да откриеш: <https://thespot.bgbeactive.org/>



Какво съдържа това ръководство?

Това ръководство показва как кметовете могат да насърчат оживения обществен живот.

Разделено е в пет стъпки: Измерване, Приканване, Направа, Развиване, Формализиране.

То включва казуси от Ню Йорк, Питсбърг, Денвър, Лексингтън, Сан Франциско, Сенкт Пол и Копенхаген.

Пет неща, които трябва да знаете, ако не прочетете това ръководство

- 1 Обществения живот е това, което се случва на обществени места, на улицата и между сградите.
- 2 Общественият живот процъфтява, когато всички хора могат да се наслаждават на това да бъдат на обществени места заедно.
- 3 Общественият живот, изпълнен с енергия, насърчава здравето, прави градовете ни по-безопасни, може да доведе до по-голяма гражданска ангажираност, да създаде икономически възможности и мобилност, изгражда социален капитал и свързва хората с техните местни общности.
- 4 Градовете, които имат бликащ от енергия обществен живот, са по-конкурентни, привличат и задържат таланти.
- 5 Общественият живот трябва да се стреми към а) да се обръща внимание на това как хората се отнасят към обществените места и какво правят там; б) проектиране на улици и обществени места, които насърчават социалната активност; и в) чрез промяна на политиките, процесите и практиките на един град, за да бъде по-ориентиран към хората.

За нас

Мисията на Института Гел е да трансформира начина, по който се оформят градовете, като направи обществения живот умишлен двигател за дизайн, политика и управление. Ние вярваме, че за да направим градовете по-съпоставими и справедливи, обществените места трябва да бъдат по-достъпни и приветливи за повече хора. Нашата интердисциплинарна работа съчетава проучвания, застъпничество и изграждане на мрежи.

Първоначално стартирана през 2015 г. от Гел, частна практика за градски дизайн, базирана в Копенхаген с офиси в Сан Франциско и Ню Йорк, Институтът Гел създаде независими операции като 501(c)(3) в Ню Йорк.

Въведение

За кого е това ръководство?

Това ръководство е за кметове и техния персонал. То доказва защо е важно да се обръща внимание и да се измерва какво правят хората на обществени места. То също така предлага тактики и казуси от реалния живот, за да помогне на кметските администрации да си свършат задълженията.

Предизвикателствата, намиращи се най-отгоре в списъците със задачи на повечето кметове – от намаляване на престъпността до изграждане на икономиката и до насърчаване на най-важните места – са пряко свързани с това до колко нашите градове насърчават обществения живот. На фундаментално ниво ние вярваме, че премахването на бариерите пред участието и улесняването на повечето хора да прекарват времето си на обществени места е от ключово значение за създаването на процъфтяващи, демократични градове. Това е наследство, към което всеки кмет трябва да се стреми.

Какво е обществен живот?

Общественият живот е това, което хората създават, когато се свързват помежду си на обществени места – улици, площади, паркове и градски пространства между сградите. Общественият живот е свързан с ежедневните дейности, в които хората обикновено участват, когато прекарват време един с друг извън домовете си, работните места и колите.

Общественият живот се състои от мимолетни моменти: споделяне на пейка с непознат, наслаждавайки се на вечеря в парка, поздравяване на съседни на автобусна спирка или гледане на живо представление на ъгъла на улицата. Общественият живот може да бъде деца, играещи на детска площадка, непознати, даващи указания за посока или протестиращи, които се събират на площад. За да процъфти обществения живот, градът трябва да се чувства безопасен за разходки по всяко време на деня – което, когато повечето хора изберат да го направят, прави нашите улици и обществени места по-безопасни. По ирония на съдбата, когато местата са проектирани да бъдат отбранителни и неудобни за определени групи, те могат да станат нежелани за всички. Общественият живот трябва да бъде достъпен за хора от всякакъв произход, което да създаде един по-справедлив, безпристрастен и оживен град. Всеки има право на обществен живот.

Какво знаем за обществения живот:

“[Градските ръководители на Копенхаген] се притесняват за изграждането на правилния вид общност, която да доведе до по-щастливи, свързани хора с голямо усещане за гражданско благополучие. Те вярват, че ако направите това, ниво на престъпността ще се погрижи само за себе си“
– Тереза Томлинсън, кмет на Кълъмбъс, Джорджия.

Общественият живот процъфтява, когато нашите градски ръководители създават улици, паркове, площади и обществени места, които поставят желанията и преживяванията на хората на първо място. Помислете за любимия си град, освен вашия собствен.

Какво прави този град велик и защо го харесвате? Често това би било, защото това е град, в който хората обичат да са навън. Знаем това инстинктивно.

Здравият обществен живот може да подхрани чувството за общност, като се научим да ценим нашите общи черти и кварталите, които наричаме дом. Той помага за привличането на таланти в града, повишава икономическата конкурентоспособност и дава възможност за активен начин на живот, като улеснява ходенето и колоезденето. Споделянето на обществени места също може да насърчи толерантността, тъй като хората, които се различават един от друг, съжителстват и с взаимодействат. Той насърчава гражданската ангажираност и ни приканва да участваме в живота на нашата общност.

Проучванията показват, че един силен обществен живот изгражда също и социалния капитал, от който обществото се нуждае, за да помогне на хората да излязат от бедността, както и за насърчаване на по-доброто здраве. Световната здравна организация определя здравето като състояние на пълно физическо, психическо и социално благополучие, а не просто липсата на болест или немощ. Планирането на град за улесняване на трите здравословни състояния по същество е начин за планиране на обществения живот.

Как да използвате това ръководство

Знаем, че когато кметовете влязат в длъжност, те наследяват проекти на различни етапи. Съответно, Ръководството на кмета за обществения живот е разделено в пет раздела: Измерване, Покана, Направа, Развитие и Формализиране.

Във всеки раздел предлагаме тактики и един или два съответни казуса.

Прочитането на този материал ще ви помогне да включите ориентирани към хората техники за проектиране и планиране във всеки момент от графика на вашите проекти.

Освен това, за да ви помогнем да направите своя казус пред колеги и заинтересовани страни, ние включихме презентация в PowerPoint на съответните казуси, достъпна за безплатно онлайн изтегляне.

Започвайки през лятото на 2017 г., ние също ще хостваме нашите инструменти за проучвания онлайн, което ще улесни всеки да извършва оценки на обществени места, ориентирани към хората.

Ако искате да се свържете с нас, моля, пишете на адрес: admin@gehl institute.org!

1 Raj Chetty и Проектът за равенство на възможностите установиха, че качеството на нашите квартали е най-важният фактор за икономическата мобилност. Тяхното проучване показва, че възходящата мобилност (преминаваща от долната пета към горната пета от дохода) е по-вероятна, когато децата растат в квартали със смесени доходи, добри училища, висок процент на семейства с двама родители, по-кратко време за пътуване на работното място и увеличен достъп към гражданския живот. Градовете, които имат повече квартали, в които богати, средна класа и бедни семейства живеят един до друг, са градовете, които правят по-вероятно детето, израстващо в бедно семейство да усети икономическа възходяща мобилност.)

Ролята на обществения живот тук е, че фокуът му върху изграждането на оживени улици и места като чудесен еквайзер, осигурява равнопоставена възможност за контакт и излагане сред хора с различен произход.

2 Проучване през 2016 г. в Ланчет (престижно британско медицинско списание) показва, че градската среда има пряк ефект върху физическата активност и здравето на хората. (Проучването сравнява четиринадесет града по света и контролира различията в климата и социално-икономическото положение.) Накратко, планирането на обществения живот директно води до среда, подкрепяща дейността, което от своя страна насърчава по-добро физическо здраве.



Meppel

Ако желаете да разберете как да подобрите обществените места във вашия град, не започвайте от нулата. Започнете с измерване.

Когато измервате колко хора и къде хората избират да прекарват времето си на обществени места, както и какво правят въз основа на настоящите си възможности, получавате по-добра представа кои промени в проектирането или политиката биха могли по-добре да допринесат за обществения живот на града или квартала. Измервателните единици, центрирани към хората, ви позволяват да направите казус за промяна въз основа на доказателства, да създадете шум за проекти и да убедите скептиците да се включат. Такива данни също могат да разкрият невидими или пренебрегвани досега модели пред градските агенции.

Разбира се, измерването на хората разказва само част от историята. То трябва да се комбинира в проучвания, различни форми на ангажираност и събиране на количествени данни за физическото устройство на обществените места. Важно е също да бъдете етични по отношение на събирането на данни – например, да запазите анонимността на самоличността и да направите данните достъпни за обществеността.

Тактики

Измерете какво правят хората – точно там, където го правят

Привличането на нови хора в процеса на градско планиране може да бъде трудно. Каналите, по които гражданите съобщават за своите нужди на градските ръководители,

традиционно са ограничени и често обслужват тесен дял от населението. За да се разширят и разнообразят гласовете, участващи в изграждането на градове, ръководителите трябва да намерят нови начини за получаване на обратна връзка и включване на жителите в процеса на развитие.

Един от вариантите за градските ръководители е да отидат при хората, вместо да очакват хората да дойдат при тях. Като се срещат с хората там, където са, като част от ежедневието им в града, градските ръководители могат да разберат по-добре как изградената среда, политиките и разпоредбите влияят пряко върху поведението на хората и усещане за място.

Определете успеха чрез ориентирани към хората показатели

Съществува стара бизнес поговорка, че „вие измервате това, което ви интересува“. Повечето градове разполагат с подробни данни за автомобилите, като например броя на колите на пътя, времето за пътуване, районите, предразположени към задръствания, или броя и видовете пътнотранспортни произшествия. Градовете обаче традиционно не събират това, което наричаме показатели, центрирани към хората, или показатели въз основа на това как хората използват и се движат през обществените места. Това е довело до едностранно разбиране за това как трябва да се планират градовете, което често води до неудобни за пешеходците усилия за обновяване на градовете. За да придобиете цялостно разбиране за вашия град – включително действията, поведението и нуждите на жителите – трябва да съберете данни, насочени към хората. Питането „кога, къде и кой“ е първата стъпка в разбирането как да се даде приоритет на инвестициите в публичната сфера и как те засягат хората.

КАЗУС

Ню Йорк

Там няма площад — Пешеходството на Таймс Скуеър



Ню Йорк е една от най-гъсто населените градски среди в САЩ и като повечето американски градове има подробни показатели за автомобилния трафик и сложни планове за намаляване на задръстванията. И все пак преди 2008 г. нямаше известна информация за пешеходци, колоездачи и за това как хората прекарват времето си в града. Работейки с местни групи за застъпничество, градът ангажира стотици доброволци да посетят основните улици и места в четири от петте градски района. Стотици хиляди хора бяха „преброени“, докато вършеха ежедневието си.

Използвайки тази методология, градските власти успяха да разберат как улиците и другите обществени места се представят за хората. Еедно ключово откритие беше, че 90 процента от пространството на Таймс Скуеър е било посветено на автомобили, чъпреки че 90 процента от движението през Таймс Скуеър всъщност е било пеша. Нещо не беше наред с математиката. Един от любимите девизи на кмета Масйкъл Блумбърг беше: „В Бог се доверяваме. Всички други носят данни“. Оборудван с тези данни, кметът вече имаше емпиричните доказателства, за да насочи инвестициите и политическия капитал към смели идеи, като създаване на нови обществени места по Бродуей между 14-та и 57-ма улица, включително на Таймс Скуеър.

От Таймс Скуеър до Флъшинг, Куинс, в последствие в целия град бяха разработени нови резултати от проектирането, които драстично подобриха обществения живот чрез опростяване на кръстовищата, скъсяване на пешеходните пътеки, организиране и определяне на платна за движение на трафика, и разделяне на конфликтните движения на мобилността (напр. коли, които правят обратен завой и не се поддават на пешеходците). Множество показатели, насочени към хората, осигуриха рамката за вземане на смели решения, които подобриха обществените места и обслужваха многобройните интереси на гражданите.

Пешеходството по Таймс Скуеър – или, казано по друг начин, превръщането му в истински обществен площад – увеличи броя на хората, които оставаха на обществените места в района с 84% и подобри движението на автомобилите по авенютата в Среден Манхатън. Освен това, бизнесът забеляза подобрен пешеходен трафик, увеличени продажби и намалени нива на свободни работни места. В едно проучване, 42% повече хора са казали, че пазаруват в квартала, а 74% са казали, че Таймс Скуеър се е подобрил драстично.

Що се отнася до безопасността, нараняванията на пешеходци са спаднали отчасти с 35% поради факта, че 80% по-малко хора излизат по пътищата.

Разбирането на ориентирите към хората показатели на Таймс Скуеър създаде прецедент за градовете как да измерват, постигат и след това да оценяват промените, които се правят в изградената среда, за да отговарят по-добре на обществения живот.





ажаһоу
локал

Гражданите често са питани да преценят как трябва да се оформят проектите, но тази ангажираност обикновено се осъществява едва след като проектите вече са определени. Гражданите са питани например дали предпочитат „вариант 1, 2 или 3“, но нямат мнение относно това какви видове проекти искат да видят изпълнени. Форматът и времето на това ангажиране обикновено се грижи за тясна част от населението и насърчава среда, в която NIMBYism („не е в задния ми двор“) може да процъфтява. Чрез приканването на повече хора да участват конструктивно в процеса на планиране, ангажираността става не само по-приобщаваща, но и по-ефективна.

Тактики

Предоставете обмислена покана на хората да участват в процеса

Хората могат да усетят къде са желани. Заобиколени сме от големи и малки сигнали, които ни казват дали сме добре дошли. За да се насърчи обществения живот, всеки човек трябва да почувства, че е добре дошъл да участва в създаването и проектирането на обществени места и да участва в обществения живот. Широко разпространената осведоменост сред избирателите за това как се вземат решения, къде се провеждат срещите и как да присъстват, е от решаващо значение за получаване на обратна връзка.

Поканете за участие като намалите бариерите

Намаляването на бариерите пред участието е от основно значение за това хората да почувстват, че наистина са поканени да вземат участие в процеса по планиране. Един парк е приветлив, само ако е лесен за достъп и удобен за прекарване на времето в него. По същия начин, хората няма да говорят, ако чувстват, че няма да бъдат чути. Вместо да очакват гражданите да дойдат при тях, градските ръководители трябва да отидат при гражданите, за да получат по-разнообразни данни. Преместването на публични срещи директно на местата на проектите, редовно свикване на отворени форуми, осигуряване на преводачи на американски жестомимичен език и гъвкавост и отвореност за разглеждане на уникални, специфични за еwartала програми, а не на приоритети на стандартизирани градски агенции, могат да помогнат за осигуряване на конструктивна информация от различни групи.

КАЗУС

Питсбърг

**Обаждаме се на всички избиратели!
Програмите „Нощ навън / Нощ вътре
на кмета“**



През 2014 г. кметът на Питсбърг Бил Педутто покани жителите на града да се срещнат с него и неговия персонал чрез неговите програми „Нощ навън / Нощ вътре на кмета“. Вместо да очаква хората да правят специални пътувания, за да присъстват на изслушвания или срещи, провеждани от града, той отиде на места, където обществеността прекарва времето си и направи усилие да уведоми хората къде могат да го намерят.

По време на Нощта навън на кмета, кметът Педутто и неговия персонал обикаляха из различни кеартали на града и приканваха жителите да изразят идеи и притеснения относно тревните площи на квартала. Освен това персоналът на кмета предава срещите онлайн и по радиото, изпращайки ясно съобщение, че кметът има интерес да чуе всички избиратели.

По същия начин, по време на Нощта вътре на кмета, кметството отваря врати за жителите да посетят кабинетите и да споделят мислите си. Ползите от такива предназначени покани са огромни.

По време на първата Нощ вътре на кмета, кметът и други директори на градски отдели чува притеснения относно

проблеми с качеството на живот, които според жителите трябва да бъдат в основата на приоритетите на кмета. Преди това нюансите на тези въпроси биха се загубили на срещите на кметството, отчасти защото те не бяха непременно важни за тези жители, които се чувстваха добре дошли да присъстват. Но в този форум, жителите посочиха притеснения относно затворените квартални училища, липсата на работни места и образователни програми, отломките по местните улици и други въпроси, с които кметът би могъл да се справи директно.

Събитията „Нощта вътре / Нощта навън на кмета“ бяха успешни, тъй като подхраниха двупосочна комуникация и допълнително демократизираха процеса на създаване на града. В крайна сметка програмата даде шанс на кмета Педуто да се справи с липсата на прозрачност, създадена от предишната администрация. За да спечели повече доверие на обществеността, кметът успя да представи своя подход „предприемане на действие“ пред управлението по по-завладяващ и ефективен начин.



3

Harporaba



Въпреки че разбирането на стойността на обществения живот е от решаващо значение, действителното прилагане на промени в проектирането и политиката, които подобряват обществените места за всички, е по-лесно да се каже, отколкото да се направи. В раздела „Покана“ описахме начини за проактивно включване на гласовете на различни заинтересовани страни в процеса на създаване на град. Тук ние описваме подходи, ориентирани към действия за постигане на реални резултати на място: започвайки с временни интервенции, които надграждат вече съществуващото, но винаги работейки за дългосрочна, системна промяна.

Тактики

Експериментирайте с евтини, нискорискови тестови проекти

Използвайте обикновени, временни тестови проекти, за да проучите възможностите за проектиране и да насърчите обществената подкрепа за по-дългосрочни повторения. Такива „прототипи“ или „пилотни проекти“ могат да приемат много форми - повтарящо се събитие, което за момент отваря лентите за автомобили за пешеходци, бързи подобрения като боядисване на велоалея или разширяване на пешеходна пътека или добавяне на места за сядане и програмиране в неизползвано по друг начин обществено място, например. Важно е да се работи в тясно сътрудничество с общностните групи по тези усилия, като се гарантира, че те ще бъдат стюарди и шампиони на местата. Но разбира се, не всеки обича промяната; собствениците на малък бизнес например могат да се борят с проекти, които обслужват пешеходците за сметка на местата за паркиране.

Създаването на тест на живо на нова идея – вместо да се инсталира нещо по-скъпо и постоянно – намалява залозите и може да спечели хората, да доведе до овластяване на общността и в крайна сметка, споделено чувство за собственост.

Надграждане на това, което вече съществува на място

Лесно е да пренебрегнете местните активи, които съществуват във вашия собствен двор. Забележителностите, достъпът до открито пространство, известни институции или читалища може да нямат непосредствена връзка с голямата визия или насоките на проекта, но те могат да бъдат ключови градивни елементи. По същия начин хората и дейностите, които вече извършват на обществени места - независимо дали са разрешени или не - могат да бъдат надградени. Седене на первази, пресичане на тревни площи, обръщане на столове с лице към улицата, правене на барбекю, дори скейтборд - всичко това сигнализира за личните желания за конкретно използване на обществено място. Вместо да започнете от нулата, идентифицирайте съществуващите активи и надградете върху това, което хората вече правят. Приветствайте хора и техните идеи.



КАЗУС

Денвър

Насърчаване на пешеходния трафик –
Пилотният проект на Мола на 16та Улица

Заобиколен от ресторанти и магазини, молът беше затворен за автомобилен трафик, с изключение на безплатен автобусен трансфер, който свързва гара Денвър Юниън с градския център. В продължение на много години молът се смяташе за изключително иновативна и туристическа дестинация. Но въпреки че е ефективен транзитен коридор, липсата на пешеходен трафик затруднява търговците на дребно да останат в бизнеса, а опасенията за безопасността тормозят улицата. В крайна сметка молът на 16та улица предложи няколко причини да се прекарва време там, с изключение на обедните часове в делничния ден, когато тротоарите бяха претъпкани с професионалисти в центъра. Междувременно непрекъснатата поддръжка и ремонт струва на града милиони долари годишно, с малко активност на улицата, която да оправдае разходите. Наличното федерално финансиране предостави възможност за необходими подобрения, но преговарянето за конкуриращите се интереси на транзитните операции, историческите природозащитници и собствениците на имоти се оказа предизвикателство.

За да покаже, че улицата е достойна за трансформация и допълнителни инвестиции,

Downtown Denver Partnership създаде временна пилотна програма за мола на 16та улица, за да събере множество страни и да придвижи разговора напред. Някои ръководители на агенции имаха съмнения, че молът на 16та улица някога може да бъде оживено място. И така, започвайки само с две недели през 2014 г., четири недели през 2015 г. и накрая с пет уикенда през 2016 г., автобуса на мола беше временно преместен на други улици. Downtown Denver Partnership си сътрудничи с регионалната транзитна агенция, за да преразпредели пространството на 16-та улица, за да бъде по-удобно за пешеходци със седящи места и широка гама от местни произведения на изкуството, храна и културни програми.

Downtown Denver Partnership и Службата за градско планиране измерваха употребата, потребителите и други фактори преди, по време и след пилотните програми и откриха положителни ползи. Преди пилотните програми хората бяха склонни да отиват до мола, за да хванат безплатния автобус и рядко се задържаха там. През уикендите на специалното събитие обаче общите нива на активност се увеличават с над 62%, като средно по 27 души повече на блок във всеки един момент. В съботните вечери средният брой хора се е увеличил от 57 на 93 на блок.



Обикновено само 37% от посетителите на мола се задържат в ресторанти и кафенета на открито. Но по време на пилотния проект броят на хората, седнали на открито, се е увеличил с 194%. Освен това промените доведоха до увеличаване на половото и възрастовото разнообразие: преди пилотния проект гамата от пешеходци беше приблизително две трети мъже, а много малко деца или възрастни хора се виждаха на улицата. По време на пилотния проект демографските характеристики по пол станаха по-равномерно разпределени и имаше 65% повече деца под 12 години и 40% повече възрастни хора.

По-специално, след като ръководителите и служителите на транзитните агенции изпитаха ползите от повече пешеходци в центъра на града, те станаха по-малко стриктни относно основната си цел да защитят транзитния коридор от гара Денвър Юниън до градския център (връзка, която преди това бяха обмисляли за критична и до голяма степен не подлежаща на договаряне). Те видяха, че пренасочването на автобусната линия не доведе до неуспешни връзки и станаха по-отворени за подобрения, удобни за пешеходците в търговския център на 16та улица.

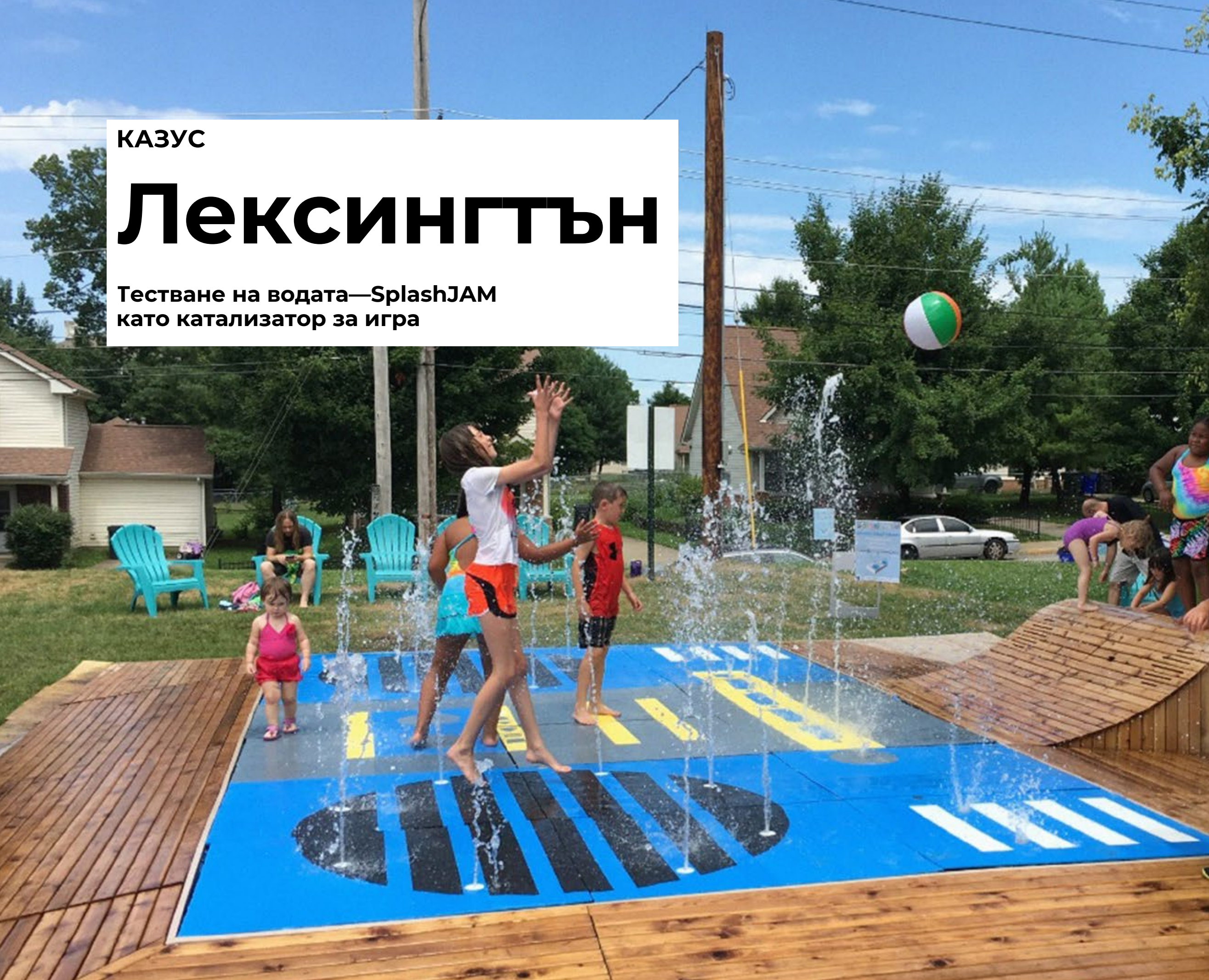
Конкуренцията между различни публични агенции за ограничени ресурси е неизбежна във всеки град, но този пилотен проект създаде споделено разбиране за евентуалните подобрения, които биха могли да бъдат от полза за множество интереси едновременно.



КАЗУС

Лексингтън

Тестване на водата—SplashJAM
като катализатор за игра



Населението на Лексингтън нараства бързо, но неговите избрани длъжностни лица и заинтересовани страни се борят да създадат обща визия и план на действие за градските инвестиции. Кметът Джим Грей разбра, че за да се постигне положителна промяна, инициативите трябва да бъдат разработени за постигане на множество цели, включително справедливост, обществено здраве и безопасност.

Анализ на общественото място, извършен от Гел (частната градска дизайнерска практика) през пролетта на 2015 г., разкри такава възможност. Децата играеха във фонтан в парк Тороубред, въпреки правилата, забраняващи тази дейност. Паркът е разположен на пресечната точка на основните маршрути към центъра на града и разделя на две части квартала с много различни социално - икономически състави. Повечето потребители бяха деца от близка общност с предимно ниски доходи, които нямаха други места за игра, особено през знойните летни месеци. Градът намери това поведение, макар и разбираемо, едновременно антисанитарно и опасно.

Вместо да издава фишове за нарушения, кметът Грей възприе тази дейност като катализатор за смислени действия.

Детската игра във фонтана подтикна града да инвестира в автентичен местен обществен живот и да създаде повече зони за игра за млади хора в Лексингтън. Местната асоциация за развитие на центъра (DDA) инициира процес за ангажиране на широк кръг заинтересовани страни, питайки ги какъв тип съоръжения за игра във вода биха били най-заинтересовани да видят. С подкрепата на национални и обществени фондации, местни проектант и градските длъжностни лица, DDA създаде SplashJAM, временен воден парк близо до парк Тороубред, където се провеждаше първоначалната игра. Водният парк включваше рампи за достъпност, маси за пикник и чадъри на плажа, както и съблекални и тоалетни на място.

За да се разбере как SplashJAM постигна успех и как може да бъде подобрен, водният парк беше оценен с помощта на изследователски инструменти на Института Гел. Оценките показват, че SplashJAM увеличава разнообразието на пространството въз основа на образование и доходи и привлича хора от различни раси и етноси от целия град. По този начин действието беше не само мотивирано от местната култура и потребности, но и предостави споделен опит за различни заинтересовани страни.



Оценките също така установиха, че 80% от посетителите на SplashJAM никога не са посещавали или рядко са посещавали парка преди пилотния проект, като 71% от посетителите сега се връщат седмично. Всъщност преди SplashJAM средно само осем души са били в парка по всяко време през целия ден; по време на пилотния проект този брой нараства до над 23 души на час. И накрая, тази намеса доведе до значително увеличаване на ходенето, като 85% повече хора се разхождат и прекарват време в района.

Тази формула - първо да се проучи какъв обществен живот вече съществува, след това да се предприемат действия за подчертаване на тази дейност и накрая да се оцени въздействието - е подход, който сега градът и DDA прилагат към множество големи и малки проекти в Лексингтън.



ENTREPRENEUR

Към проектите за подобряване на обществените места трябва да се подхожда гъвкаво. Те могат да бъдат разделени на няколко етапа, като всеки етап включва процес на оценка, като по този начин позволява на проектите да се подобряват в хода на тяхното изпълнение, като отговарят на неизвестни досега условия. Тази стратегия не само прави проектите по-чувствителни към динамиката на място, но също така позволява по-големи експерименти за проектантите, програмисти на събития и персонал на агенцията. Освен това позволява на жителите да изразят своите отзиви на множество етапи от проекта.

Тактики

Разпределете достатъчно финансиране за оценяване на проекти при всяка итерация

Макар че е лесно да се възприеме етосът на цитата на Джейн Джейкъбс „градът никога не е завършен“, е трудно да се направи това реалност с финансиране и ресурси. Разбиването на сроковете за изпълнение на проекта на няколко итерации може да разкрие какво е възможно, да създаде запомнящ се споделен опит за жителите и да информира за бъдещите концепции. Освен това приканването на гражданите да тестват инициативи директно (преди да се направи голяма инвестиция) може да намали риска и да помогне да се гарантира, че инвестициите се използват най-ефективно, за да се постигне максимално положително въздействие. Начините, по които гражданите използват проект - начини, които често са непредвидени и непреднамерени от инициаторите на проекта - са от решаващо значение за определянето на неговия успех.

Мониторингът, оценката и преосмислянето на проектите трябва да бъдат непрекъснат процес, тъй като начинът, по който хората използват града, непрекъснато се развива. Нашите проекти за изграждане на градове трябва да обхващат и планират идеята, че градът никога не е завършен.

Направете по-лесно приносът на гражданите да бъде положителен, смислен и конструктивен

Традиционните процеси на развитие поставят трудни изисквания пред гражданите, като се очаква те да разбират сложни чертежи и концепции и да дадат смислен принос с непълна информация. Вместо това задавайте на гражданите въпроси като: „Кое е любимото ви място в града и защо?“ И: „Кои от идентифицираните градски качества искате да видите повече във вашия квартал?“ Гражданите могат да предоставят обратна връзка по теми, по които са експерти. Отговорите на тези въпроси естествено са по-ориентирани към действия и създават възможности за гражданите да определят критериите за успех на проектите.



КАЗУС

Сан Франциско

Убеждаване чрез прототипиране – по-добра
Market Street и фестивал за прототипиране

Market Street е един от най-задръстените, но все пак директни маршрути през центъра на Сан Франциско. Той обслужва множество автобусни, транзитни и тролейбусни линии, като същевременно функционира като граждански гръбнак на града, свързвайки Мисията с Ембаркадеро. През 2010 г. градът стартира инициативата си „По-добра Market Street“. Но след три години градските агенции и кметът Ед Лий изразходваха много политически капитал с малко признаци на физически подобрения. Бяха разработени няколко сценария, но предпочитаният вариант на града беше и най-скъпият и остана нефинансиран. Същевременно продължителният процес на преглед на околната среда допълнително забави мащабните улични пейзажи и подобренията в транспорта.

Кметството по граждански иновации и отделът по планиране проучиха по-леките форми на интервенции, които биха могли да покажат напредък и да завладеят въображението на обществеността, като в крайна сметка информират за дългосрочни инвестиции.

Групата разработи концепция, наречена „Живи иновационни зони“: тя идентифицира десет „зони“ по протежението на двумилионния участък на Market Street, откри различни групи

граждани и културни институции с интерес да допринесат положително за жизнеността на улицата и оптимизира процеса по даване на разрешителни, чрез който организациите могат да инициират своите програми. Зоните по улицата предоставиха „платна“ за по-широк кръг от заинтересовани страни, за да преосмислят как улицата може да служи както като обществено място, така и като транзитен гръбнак на града. Тази инициатива създаде възможност да се тестват различни идеи от концепциите за дизайн на по-добра Market Street, докато градът търси допълнително финансиране и се впуска в процеса на преглед на околната среда.

Малко по малко концепцията се развива. Първата зона, открита през 2012 г. и курирана от Научния музей Експлораториум, оттогава е увеличена до пет зони и е подкрепена от появата на Фестивала за прототипиране на Market Street. Този тридневен фестивал първоначално стартира през 2013 г. като активистко събитие от Фондация за изкуства „Сива зона“ и беше приет неофициално като партньорство между отдела за планиране и Центъра за изкуства „Йерба Буена“ през 2014 г.

Последната му итерация включваше 50 проекта - от експериментални пейки до интерактивни фонтани до обществени бани до зони за игра - от членове на общността.



Използвайки финансиране от фондации, одобреното от града събитие предостави платформа за ангажиране на гражданите, която използва творчеството, предприемачеството и енергията на жителите по начин, по който традиционните проектантски процеси не могат. За да информира за бъдещите събития и проектантски техники, градът оцени прототипите на фестивала с инструментите на Института Гел, за да види кои инсталации работят най-добре за насърчаване на социалното взаимодействие.

Рамката на фестивала прикани гражданите да създават дизайнерски продукти за улицата, като същевременно рационализират разрешителния и логистичния процес за отделни инсталации (координиран от града). По този начин беше разработена по-продуктивна, съвместна и приобщаваща платформа за диалог между проектантската/художествената общност и групите за обществен здраве и безопасност. Освен това тези дейности привлякоха вниманието към улицата, подтиквайки Министерството на благоустройството да ускори усилията за ремонтване и поставяне на маркировки на улиците.

Приобщаващите платформи на Живите иновационни зони и Фестивалът на прототипите насърчиха жителите да кажат „Да!“ да се промени, вместо да се оттегли в NIMBYism.

Въпреки че предпочитаният вариант за Market Street все още е в очакване, градът е научил много от тези многократни итерации на ангажираност, активиране и подобрения в инфраструктурата. Този казус демонстрира как правителствата могат да променят курса, за да дадат възможност на гражданите, представители на по-широкото население, да допринесат колективно за по-светъл градски живот. Market Street олицетворява „трайно временна“ форма на изграждане на града, която отразява бързо развиващата се градска култура на Сан Франциско през последните пет години.



КАЗУС

Сейнт Пол

**Зелено осветяване на Зелената линия –
Светлинната релса на авеню
Юнивърсити**



Кварталите покрай авеню Юнивърсити в Сейнт Пол, които са предимно имигрантски и общности с ниски доходи, се борят с десетилетия на деинвестиране и пренебрегване.

Когато градските, щатските и федералните правителства се събраха, за да подкрепят изграждането на метростанция Зелена Линия между Сейнт Пол и Минеаполис, първоначалните планове не включваха спирки в тези квартали. Въпреки че много жители на този район са предпазливи спрямо подобренията, ръководени от правителството, и изразиха разбираема загриженост, че подобни инициативи ще доведат до повишаване на стойността на имотите и наемите на дребно, което от своя страна би могло да улесни тяхното разселване, те не искаха да останат извън това транспортно развитие.

Местните хора повдигнаха глас, а кметът Крис Колман се вслуша. Той се бори да добави три спирки в кварталите, но също така призна, че жителите трябва да почувстват, че подобренията на инфраструктурата са наистина за тях. Каква беше неговата стратегия?

Кметът Колман смекчи рисковете от икономически загуби за малкия бизнес по протежение на строителната зона на авеню Юнивърсити, като предложи опростяеми заеми, равни на размера на загубения бизнес по време на строителството.

Тази демонстрация на подкрепа потуши слуховете, че бизнесът ще загубят 50 процента от печалбата по време на строителството, и говореше директно с население, което се чувстваше в риск. Проучване на университета в Минесота оттогава посочва, че Зелената линия е подобрила достъпа на квартала до приблизително 2000 работни места.

Проектът Зелена линия се превърна в много повече от развитие на лека железопътна линия, което предизвика подобрения в жилищата на достъпни цени, по-голям достъп за общностите с ниски доходи до други райони на града и по-дълбока подкрепа за местния бизнес. По този начин той получи подкрепата на общностите, които иначе биха могли да бъдат скептични към големите инфраструктурни проекти. Кметът Колман оттогава определи този момент като основен в изграждането на доверие и намаляване на NIMBYism в засегнатите квартали.



5

формат-
зирате

Въпреки че подобряването на един парк или улица си заслужава, по-широката цел на кметовете трябва да бъде институционализиране на подходи, насочени към хората, в правителството и гражданското общество. Градовете могат да бъдат по-жизнени, справедливи и подходящи за живеене, когато измерването и интервюирането на хората, които са най-засегнати от проектите, е вграден компонент на процеса по планиране. Такъв подход е не само възможен, но и се оказва изключително успешен в градски мащаб.

Тактики

Внедрете култура от подходи, насочени към хората

Използвайте ориентирани към хората показатели и тактики, за да култивирате по-високо качество на живот за всички жители. Когато хората станат видими при събирането на данни на всяка градска агенция, изградената среда става по-удобна за живеене и приспособяване към човешкия мащаб.

Намерете метод за институционализиране на промяната

В епохата на тактически урбанизъм градовете рискуват да променят гражданите, като прекратяват проектите на етапа на изпитанието. Подобренията в публичното пространство трябва да се инвестират по-съществено и да се направят постоянни. Ранните успехи по време на етапа „Направи“ на краткосрочните проекти трябва да бъдат използвани в средносрочни и дългосрочни политики и разработки, за да се премине в крайна сметка от еволюция към формализация.

КАЗУС

Копенхаген

Нека хората да са от значение –
Проектът „Метрополис за хората“



Това, което започна като изследване на датския урбанист Ян Гел за това как хората се движат и прекарват времето си в Копенхаген, се превърна в метод за информиране на градската политика. В продължение на повече от 20 години град Копенхаген прилага базирани на факти подходи към стратегическото планиране и инвестиции въз основа на неговите методологии.

Започвайки с Профил за велосипеди през 1996 г., градските ръководители наблюдават поведението и провеждат обширни проучвания, за да информират директно инвестициите във велосипедни кампании и инфраструктура. Резултатите, публикувани на всеки две години, не само демонстрират статута на града като световен лидер във велосипедната мобилност; те също илюстрират прозрачността на общините и изграждат доверие между гражданите и вземащите решения. Тази форма на документация, базирана на доказателства, улавя количествени данни, като например броя на децата или възрастните хора, каращи колело, в допълнение към качествени данни, като възприемането на безопасността и мотивацията за колоездене сред гражданите.

Профилът за велосипеди се превърна в официален компонент на рамката за инвестиции в градската инфраструктура



за мобилност и започна да се разпространява в други аспекти на стратегическото планиране.

През 2010 г. градът стартира петгодишна кампания, за да направи Копенхаген най-удобния за живеене град в света. Проектът, озаглавен „Метрополис за хората“, включваше обикновени, но осезаеми и амбициозни показатели за качеството на живот в градовете. Градът отново се ангажира с количествени и качествени цели, за да постави хората на първо място в дневния си ред. През 2015 г. Копенхаген постигна целта си хората да прекарват 20% повече време на обществени места (спрямо 2010 г.), което беше обединяваща амбиция в градските агенции, варираща от паркове, транспорт, планиране и икономическо развитие. Друга цел беше 80% от жителите да се чувстват удовлетворени от качеството на обществената сфера. Подобни качествени измервания биха стимулирали инвестиции в обществения живот и биха донесли максимално широк кръг от жители.

Градът формализира ежегодното събиране на тези данни в „профил за обществен живот“, което е вдъхновено от профила за велосипеди по отношение на формат и подход. Всяка година между 2010 и 2015 г. градът публикува широк спектър от данни, ориентирани към хората.

За да събере данните, необходими за прозрачно и

ефективно наблюдение на напредъка на града към целите за 2015 г., градът създаде офис за ежегодно „преброяване“ на обществения живот.

Екип от градски служители измерва хората, които се движат и прекарват време на обществени места, както и наблюдава демографските данни в тези места и дейностите на различните групи. Събирането на качествени данни започна като начин за информиране на кампанията Метрополис за хората, но бързо се разпространи и в много други градски проекти. Днес показателите за обществения живот са ключов показател за ефективност-заедно с типичните цели на проекта като „навреме и в рамките на бюджета“-при определянето на успеха на проекта. По този начин цяла култура на поставяне на хората на първо място се разпространява в отделите, като оценката на обществения живот вече е институционализирана в целия град.



Заклучение

Стратегиите и казусите, предлагани в това ръководство, имат за цел да вдъхновят кметовете да предприемат действия. Надяваме се, че предписаната формула - Измерване, Покана, Направа, Развитие, Формализиране - може да улесни изпълнението на проекти на обществени места и да помогне за инициране на културни промени в градските управи, които дават приоритет на човешките, социални измерения на изградената среда.

Днес много градове започват да осъзнават значението на обществения живот и прилагат политики и интервенции за проектиране, за да насърчат по-удобните за пешеходците търговски райони и по-специално централните паркове. Това е вълнуващо развитие, но искаме да завършим, като подчертаваме и значението на справедливостта по отношение на обществените места. От решаващо значение е да се инвестира в райони, далеч от туристическите дестинации, в местата от ежедневието за жители, които не са от елита, по начини, които винаги са информирани от местните приоритети. Междувременно обществените места, които са по-централно разположени, трябва да принадлежат на всички и техният дизайн и програмиране трябва да отразяват това.

Кметовете трябва да балансират много конфликтни интереси за своите избиратели и да управляват ежедневните операции, докато планират бъдещето. И все пак цялата работа, която вършат, допринася по същество за гарантиране, че обществените места служат като платформа за процъфтяване на хората и има малко по - големи наследства, които кметът може да остави след себе си, отколкото да инвестира в обществения живот на града.

Ръководство на кмета за обществен живот
Институт Гел
2017

Редактори: Шин-пей Цай, Райли Голд

Гел екип: Джеф Рисъм, Кейт ДеСантис, София
Шуф, Матю Листър, Джеф Дик, Ясмин Фодил,
Джулия Д. Дей, Камила Андерсън

Дизайн: ДКОК

Редактор копие: Кейт Уилямсън

Интервютата бяха проведени през юли/август
2015 г. Благодарим на следните служители за
щедрот участие в нашето проучване: кметът
Бил Педуто (Питсбърг), кметът Крис Колман
(Сейнт Пол), кметът Джим Грей (Лексингтън),
кметът А.К. Вартън (Мемфис) , кметът Тереза
Томлинсън (Кълъмбъс, Джорджия), кметът Сам
Ликардо (Сан Хосе) и началник политика
Майкъл Негрон (Чикаго). Прозренията,
предоставени чрез тези интервюта, се оказаха
безценни, като доведоха до петте стратегии,
очертани в това ръководство.

Специални благодарности на Бенджамин де ла
Пеня.

Това ръководство стана възможно
благодарение на щедрата подкрепа на
Фондация Найд.



Gehl
Institute

MAYORSGUIDE.GEHLINSTITUTE.ORG