

Na miejscu – działanie materiały prasowe

Etapy działania Na miejscu

1. STWORZENIE OBRAZÓW MIEJSC

Powstały opracowania opisujące Mariensztat i wolski skwer: wnioski z obserwacji, rys historyczny, obraz urbanistyczny oraz mapa społeczna (charakterystyka podmiotów aktywnych na tych obszarach oraz profil mieszkańców).

2. PRACA Z MIESZKAŃCAMI – ANIMACJA LOKALNA

Latający Animatorzy i Socjolodzy Towarzystwa Inicjatyw Twórczych „ε”, prowadzą działania przygotowujące mieszkańców do udziału w projektowaniu oparte o animację lokalną. Pomogą one oswoić przestrzeń i przygotować się do negocjowania jej kształtu. Praca ze społecznością jest istotnym wkładem w cały proces, który ma spokojny rytm, a mieszkańcy nie są zaskakiwani planem zmian w swoim sąsiedztwie. Taka mini-diagnoza społeczna pozwoli również skuteczniej działać projektantom, którzy zyskają pogłębiony obraz grup, z którymi pracują.

3. WARSZTATY I REALIZACJE TYMCZASOWE

Punktem kulminacyjnym projektu są warsztaty dla mieszkańców Woli i Mariensztatu prowadzone przez ekspertów PROJECT FOR PUBLIC SPACES. Celem spotkań jest wypracowanie pomysłów na nowe aranżacje obu miejsc.

Koncepcje wypracowane na warsztatach zostaną od razu wprowadzone w życie w formie realizacji tymczasowych, które wykona Skanska. Będą to czasowe, mobilne rozwiązania mające dwa zadania; przetestowanie w praktyce trafności pomysłów z warsztatów oraz danie mieszkańcom poczucia ciągłości i siły sprawczej (odkładanie realizacji w czasie zniechęca do dalszego zaangażowania).

Zgodnie z terminologią PPS takie działania nazywa się LQC (lighter, quicker, cheaper) – bo są niedrogie i mało ryzykowne. Mogą to być np. tymczasowe kawiarenki, miejsca zabaw dla dzieci etc. Powstaną 4 interwencje (po 2 w każdym miejscu), które będą trwały przez 3 miesiące. Realizacje tymczasowe będą sprawdzeniem przyjętych założeń, a ich ewaluacja będzie podstawą do tworzenia długotrwałych strategii dla miejsc.

4. DŁUGOFALOWE STRATEGIE I KONFERENCJE

Raport z ewaluacji zostanie wykorzystany przez organizację Project for Public Spaces do opracowania długofalowych strategii dla obu miejsc. Strategie będą zawierały wytyczne dla samorządu i mieszkańców dot. dalszego funkcjonowania i rozwoju miejsc pod kątem społecznym i urbanistycznym. Strategie zostaną upublicznione, stanowiąc m.in. podstawę do wykładów dla studentów Architektury Politechniki Warszawskiej i Architektury Krajobrazu SGGW dla urzędników oraz otwartego spotkania dla mieszkańców. Finałem projektu będzie konferencja z udziałem samorządu i mediów.

projekt finansowany przez:



partnerzy:



SKANSKA



Miejsca

MARIENSZTAT – ten fragment historycznej Warszawy, pozostaje martwy zarówno społecznie, jak turystycznie. Chcemy rozwiązać zagadkę tego miejsca, które mimo licznych starań, nigdy nie stało się atrakcyjną przestrzenią spotkań. Wspólnie z mieszkańcami opracujemy rozwiązania przywracające życie na mariensztackim rynku i w jego okolicy.

SKWER KROCHMALNA 3

Skwer przy ul. Krochmalnej to właściwie nieobecny w świadomości warszawiaków, znacznej wielkości skwer w centrum miasta. Z jednej strony to zaplecze dynamicznie rozwijającego się parku biurowców przy rondzie ONZ, z drugiej najbliższe sąsiedztwo ulic Chłodnej i Żelaznej, ale przede wszystkim to jedna z niewielu zielonych przestrzeni o charakterze rekreacyjnym, z jakiej korzystać mogą mieszkańcy Osiedla Za Żelazną Bramą i okolicznych kamienic. Przestrzenie pomiędzy blokami modernistycznego Osiedla Za Żelazną Bramą, nawet jeśli nie zostały zabudowane, zastawiane są przez samochody. Jednak mieszkańcy stosunkowo rzadko korzystają z przestronnego placu przy Krochmalnej. Na bliskiej Woli, w okolicy ul. Żelaznej, wyjątkowo potrzebne są dobrze zagospodarowane **przestrzenie publiczne, w szczególności zielone tereny rekreacyjne**. Dzięki wspólnej pracy z mieszkańcami przywrócimy im tą przestrzeń, reorganizując ją tak, aby chcieli w niej przebywać.

Project for Public Spaces (PPS)

PPS to wiodący światowi eksperci w angażowaniu mieszkańców w kształtowanie przestrzeni publicznych. Ich sztandarowa metoda „**PLACEMAKING**” polega na wspieraniu społeczności w poprawianiu źle funkcjonujących przestrzeni. Organizacja ma na swoim koncie zarówno osiedlowe projekty w skali mikro jak spektakularne realizacje w prestiżowych lokalizacjach, takie jak:

- **PLAZA ROCKEFELLER CENTER** – podczas którego udowodnili, że można sprawnie łączyć interesy biznesu i użytkowników przestrzeni publicznej
- **New York City STREETS RENAISSANCE** – przeprowadzenie działań na rzecz polepszania samych ulic i jakości życia wokół nich
- **Urządzenie nowego kampusu uniwersytetu HARVARDA** - Allston Campus – założenie obejmuje zmiany w ciągu najbliższych 50-ciu lat o obszar 250 akrów.

Skanska

projekt finansowany przez:



partnerzy:



SKANSKA



To światowy lider w zakresie budownictwa i projektów deweloperskich ze szwedzkimi korzeniami. Buduje w Polsce od 12 lat, przez ten czas zrealizowała wiele dużych projektów, które zmieniły krajobrazy polskich miast, zbudowała wiele szkół, szpitali i dróg. Tworząc, wykorzystuje głęboko zakorzenioną ideę projektów przyjaznych środowisku i ich użytkownikom. W Warszawie buduje najbardziej nowoczesny i energooszczędny biurowiec Atrium 1. Jako pierwszy deweloper w Polsce Skanska pokazała, że można budować ładnie i ekologicznie. Teraz wszyscy są „zieloni”, ale to Skanska zaczęła mówić o tym, że opłaca się budować zielone budynki – opłaca się deweloperowi, opłaca się najemcom i opłaca się społeczeństwu. Skanska w projekcie odpowiadać będzie za realizację tymczasowe – współpracę przy ich zaprojektowaniu oraz za realizację.

Metoda - placemaking

Metoda planowania, projektowania i zarządzania przestrzeniami publicznymi opracowana przez **Project for Public Spaces (PPS)**. Opiera się określeniu potrzeb użytkowników miejsca poprzez przyglądania się im, słuchanie, rozmowy. Dewiza – „możesz dostrzec dużo przez patrzenie”.

Celem jest wypracowanie wspólnej wizji miejsca, która może przerodzić w kompleksową strategię, ale zacząć można już od drobnych działań, np. od „posadzenia petunii”.

Placemaking to nie tylko poprawianie przestrzeni, to proces tworzenia żywych przestrzeni publicznych, czyli takich gdzie działają silne wspólnoty lokalne.

Placemaking bazuje na lokalnych zasobach i wiedzy, które odpowiednio ukierunkowane, mogą wpływać na zrównoważony rozwój miejsc.

11 zasad placemaking

1. Społeczność jest ekspertem

Ludzie wiedzą najlepiej jak funkcjonuje przestrzeń, z której korzystają na co dzień. Trzeba ich angażować na samym początku, na etapie tworzenia wizji nowego miejsca. Ludzie powinni być zachęceni do angażowania się w przekształcanie przestrzeni od samego początku, aby stali się opiekunami i właścicielami miejsc w czasie ich przeobrażeń.

2. Tworzysz miejsce, a nie projekt

Dobre miejsce jest bardziej zależne od efektywnego zarządzania, niż od projektowania i samego dizajnu. Łączyć należy wiele dyscyplin np. ekspertów od transportu i od projektowania zieleni. Urzędnicy i profesjonaliści są w roli wspierającej wobec społeczności.

3. Sam nic nie osiągniesz – partnerstwo!

4. Zawsze mówią „tego się nie da zrobić”

(Kiedy urzędnicy mówią „tego nie da się zrobić”, zwykle mają na myśli „nigdy nie robiliśmy tego w ten sposób” Yogi Berra)

5. Zdziwiająco wiele można dowiedzieć się o miejscu dzięki **uważnej obserwacji**

– często przez obserwację, robienie map społecznych i dokumentowanie aktywności użytkowników miejsca dowiadujemy się, że funkcjonuje ono zupełnie inaczej w stosunku do naszych wcześniejszych wyobrażeń

6. **Trzeba stworzyć wizję** – wizja powinna powstać wokół funkcji i być stworzona przez użytkowników miejsca. Wizja musi zawierać też rozwiązania krótkoterminowe, społeczność chce widzieć rezultaty od razu.
7. **Najważniejsza jest funkcja** (forma wspiera funkcje) – dizajn jest ważnym elementem kreacji przestrzeni publicznych, ale najlepsze przestrzenie rodzą się ze zrozumienia jak będą one użytkowane
8. **Triangulacja** - podnoszenie atrakcyjności i aktywności wokół obiektów poprzez sytuowanie ich w grupach, np. ławka, kosz na śmieci i telefon umieszczone przy przystanku działają synergicznie i ogniskują aktywność
9. **Zaczynaj od pelargonii** – zaczynamy od krótkoterminowych, drobnych działań. Ich zadaniem jest przetestowanie pomysłów i pokazanie, że postulaty mieszkańców są realizowane
10. **Pieniądze to nie problem** – zbyt duża ilość pieniędzy zmniejsza innowacyjność i kreatywność potrzebne do stworzenia dobrego miejsca, a brak pieniędzy stanowi wymówkę dla braku działania.
 - niedrogie udoskonalenia na małą skalę mogą być bardziej efektywne w przyciąganiu ludzi do miejsca, niż wielkie, kosztowne inwestycje
 - wypracowanie efektywnego sposobu zarządzania miejscem jest dla jego sukcesu ważniejsze, niż duże inwestycje
 - jeśli społeczność jest partnerem w działaniu ludzie w naturalny sposób wyjdą naprzeciw i przyciągną innych – czyli nie uda ci się w pojedynkę.
 - pieniądze podążają za działaniami opartymi na społecznej wizji.
11. **Działanie nigdy nie jest skończone** – tworzenie dobrych miejsc nigdy nie jest oparte na wybitnych projektach architektonicznych. Przede wszystkim opiera się na wizji społecznej i dobrym planie zarządzania. W 80% sukces dobrej przestrzeni publicznej może być przypisany instytucji zarządzającej. Bez względu na to jak dobry jest projekt nigdy nie stworzy żywego miejsca, jeśli nie będzie wsparty dobrym zarządzaniem.

www.namiejscu.org

projekt finansowany przez:



partnerzy:



SKANSKA

