

العنوان:	صناعة المكان في الفضاء الحضري
المصدر:	مجلة مركز دراسات الكوفة
الناشر:	جامعة الكوفة - مركز دراسات الكوفة
المؤلف الرئيسي:	السلام، نادية عبدالمجيد
مؤلفين آخرين:	صبري، تمارا طاروق(م. مشارك)
المجلد/العدد:	ع53
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2019
الصفحات:	331 - 360
رقم MD:	982048
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
اللغة:	Arabic
قواعد المعلومات:	AraBase, HumanIndex, EcoLink, IslamicInfo, EduSearch
مواضيع:	التنمية الحضرية، التخطيط العمراني، تخطيط المدن
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/982048

صناعة المكان في الفضاء الحضري

أ.م.د. نادية عبد المجيد السلام

الباحثة تمارا طارق صبري

مركز التخطيط الحضري والإقليمي للدراسات العليا/ جامعة بغداد

المقدمة:

يمكن النظر الى صناعة المكان Placemaking باعتبارها محورا اساسيا في عملية التخطيط الحضري وذلك كون خلق الاماكن او إعادة إنتاجها تمثل هدفا رئيسيا لهذه العملية، وصناعة المكان هي الممارسة الأهم في إنتاج الأماكن ، لذا كان من الضروري الاحاطة والفهم الشامل لهذه الممارسة المرتبطة بمهنة التخطيط والتي مثلت تحولا مهما فيها، وهو ما سيتم تناوله في هذا البحث من خلال التعريف بمفهوم صناعة المكان والبحث في الدوافع التي كانت وراء ظهوره والتطور التدريجي للمفهوم وذلك ضمن المبحث الاول، ثم تحديد أهدافه وأبعاده وصولا الى أنواعه ضمن المبحث الثاني، بما يعطي صورة عامة واضحة عن المفهوم.

- مشكلة البحث: القصور المعرفي الكبير في صناعة المكان وانواعه.
- هدف البحث: بناء إطار معرفي عام عن مفهوم صناعة المكان.
- فرضية البحث: إن اختيار نوع صناعة المكان الملائم يعتمد على السياق الذي توجد فيه.
- منهجية البحث: استخدم المنهج التحليلي في البحث في مفهوم صناعة المكان ودراسته من حيث خلفيته النظرية وتطبيقاته وكيفية تحديد نوع صناعة المكان الملائم للسياق الذي يوجد فيه.

المبحث الأول: خلفية نظرية عن ظهور وتطور مفهوم صناعة المكان:

يتناول هذا المبحث الجوانب النظرية لمفهوم صناعة المكان من حيث التعارف المطروحة حول المفهوم ومبررات ظهوره والتطور التاريخي له:
١-١ تعريف مفهوم صناعة المكان:

يمكن القول بعدم وجود تعريف عالمي مجمع عليه لمصطلح صناعة المكان، فهناك توجهات تركز على اوجه متباينة من المفهوم بسبب تنوع المجالات التي يتناولها من جوانب تخطيطية- تصميمية، او اقتصادية، او اجتماعية، او بيئية. وهنا نبذة عن أبرز التعاريف والتوجهات التي تناولت الموضوع:

• مفهوم صناعة المكان وفق منظمة (PPS) Project For Public Spaces: "هو فكرة ومنهج عملي لإعادة تصميم وتخطيط الاماكن العامة باعتبارها قلب المجتمع، بما يعزز الارتباط بين أفراد المجتمع وبين الأماكن التي يتشاركون فيها. فهي عملية تعاونية يتم من خلالها إعادة تشكيل البيئة المحيطة لتحقيق أقصى قدر من القيم المشتركة. وهو يولي اهتماما خاصا للهويات الثقافية والاجتماعية التي تميز المكان"^(١).

• وهناك من يرى بأن صناعة المكان هي: "عملية تهدف الى اضافة المعنى للفضاء العام من خلال مشاريع تنشيط المجتمع المحلي الراسخة بالقيم والتاريخ والثقافة المحلية " ^(٢).

• مفهوم صناعة المكان وفق معهد سياسات الارض في جامعة ولاية ميشيغان: "عملية خلق اماكن نوعية يرغب الناس بالعيش والعمل والترفيه والتعلم فيها، فهي وسيلة لغاية تتمثل بخلق مكان نوعي"^(٣). وفي تقرير صادر من المعهد عرفت صناعة المكان بأنها: "عملية تطوير تهدف الى زيادة قيمة العقارات عبر استخدام جوانب محددة (مثل دمج الاستعمالات، وقابلية حركة المشاة، والفضاءات الخضراء، وكفاءة استخدام الطاقة) لتحسين جودة الحياة وتحقيق اثر اقتصادي اكبر، مع تلافي الاثار السلبية البيئية والاجتماعية"^(٤).

• مفهوم صناعة المكان وفق برنامج الموئل للأمم المتحدة UN-HABITAT : "مهارة يتم نقلها بصورة رسمية او غير رسمية، وهي تبرز وتحفز القيادات المحلية. وهي منهج من أسفل الى اعلى يسعى لتمكين واشراك افراد المجتمع بدلا من التركيز على الخبراء والمحترفين" ^(٥).

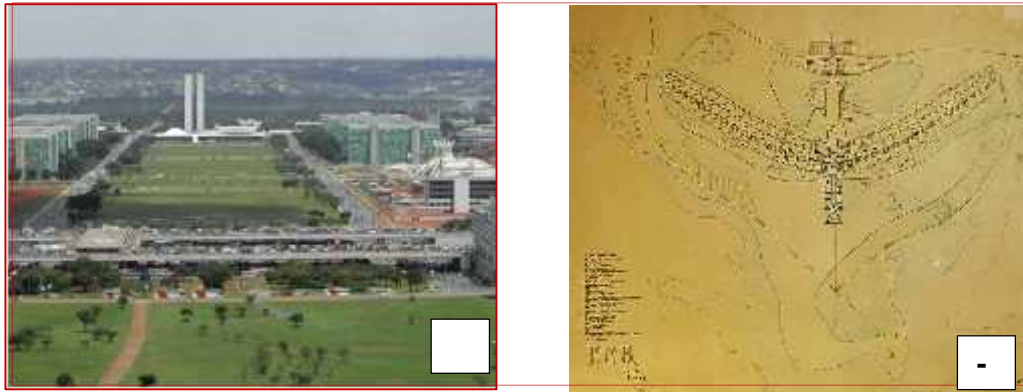
ومن خلال التعاريف السابقة يمكن الوصول الى فكرة عن مدى تنوع التوجهات التي تتناول مفهوم صناعة المكان، وسيتم في هذا البحث تناول الموضوع من جوانبه المختلفة والوصول الى وضع تعريف لصناعة المكان خاص بالبحث.

٢-١ مبررات ظهور مفهوم صناعة المكان:

يمكن القول بأن مفهوم صناعة المكان بدأ كرد فعل على افكار حركة التخطيط الحديث Modern Planning وتأثيرها على واقع المدن^(٦)، لذلك فان فهم دوافع ظهور مفهوم صناعة المكان يرتبط بفهم ما نتج عن حركة التخطيط الحديث التي بدأت منذ عشرينات القرن الماضي من تغير كبير في هيكلية المدن وطبيعة الاماكن والتغيير الذي اصاب حياة ساكنيها.

ان تطبيق افكار التخطيط الحضري الحديث ادى الى ظهور نموذجين من المدن^(٧) :

- النموذج الاول: يتمثل بما يدعى بمتلازمة برازيليا (إشارة الى مدينة برازيليا في البرازيل)، حيث يبدأ المخططون بوضع افكارهم لتخطيط المدن من خلال الارتفاع بطائرة هليكوبتر للحصول على منظر شامل للموقع ثم وضع مخطط للمدينة من منظور الطائر Bird's Eye View فتبدو المدينة رائعة من الجو لكنها سيئة جدا على الارض (شكل ١)، فليس هناك اي اعتبار للمقياس الانساني او لحياة الناس اليومية وكيفية استخدامهم للمدينة^(٨).



ب- منظور للمدينة ويظهر فيه اهمال المقياس

أ- مخطط مدينة برازيليا بشكل طائرة. الانساني

شكل (1): مدينة برازيليا التي وضع مخططها لتبدو بشكل طائرة عند النظر إليها من أعلى (Macedo & Ficher, 2013, http://www.getty.edu/conservation/publications_resources/newsletters/28_1/brazilia.html , Accessed: Nov. 27,2017)

النموذج الثاني: هو تخطيط المدينة المرتكز على المركبة والقائم على الاعتقاد بأنه إذا ما تم حل مشاكل حركة المركبات فإن المشاكل الرئيسية للمدينة قد تم حلها، فتم شق الكثير من الطرق السريعة ولم يعد بالإمكان الاستغناء عن المركبات في الحياة اليومية لسكان المدن⁽⁹⁾. أما بالنسبة للفضاءات العامة فإن الحداثة قد اعتبرت الفضاءات العامة التقليدية للمدينة (كالشوارع والساحات العامة التي امتاز بها مشهد المدينة التقليدية) أماكن غير صحية لقضاء الوقت وكان البديل هو توفير حدائق وفضاءات معزولة خاصة بالمشاريع السكنية⁽¹⁰⁾. نتيجة لكل ما سبق فقد صدرت في ستينات وسبعينات القرن العشرين كتابات لمفكرين ومخططين وجغرافيين ومعماريين بالصد من التوجه الحديث في التخطيط رافضين ما جاءت به هذه الحركة، وقد مهدت هذه الكتابات لظهور مفهوم صناعة المكان⁽¹¹⁾

٣-١ التطور التاريخي لمفهوم صناعة المكان:

بالرغم من ان تطور مفهوم صناعة المكان قد حدث بصورة تدريجية، إلا أنه يمكن مع ذلك تمييز ثلاثة مراحل اساسية من التطور في تاريخ هذا المفهوم أوصلته الى المرحلة الحالية من النضج:

١-٣-١ المرحلة الاولى (التمهيدية) من صناعة المكان:

وهي مرحلة تمهيدية بدأت منذ ستينات القرن العشرين كرد فعل على التخطيط الحديث للمدن، وصدرت في هذه المرحلة الكثير من الكتابات التي مهدت لظهور افكار صبت في مفهوم صناعة المكان دون استعمال المصطلح بشكل صريح، ومن أبرز هذه الكتابات⁽¹²⁾:

• كتاب (The Image Of The City)، ١٩٦٠ لكيفن لينج: وتناول فيه كيفية فهم وإدراك الانسان للمدينة من خلال تكوين صورة ذهنية لها، ورأى بأن هذه الصورة تتألف من خمسة عناصر (ممرات،

حافات، قطاعات، عقد، شواخص)، وان كل عنصر منها يعزز الصورة النهائية للمدينة^(١٣). وقد ابرز هذا الطرح اهمية التصميم الحضري المرتكز على الانسان.

• كتاب (The Death And Life Of Great American Cities) ، ١٩٦١ لجين جايكوبز: اسست جايكوبز في هذا الكتاب لحقبة جديدة من تطور التخطيط الحضري ،حيث لفتت الانتباه الى اهمية وجود حياة شارع نشطة وربطتها بالشعور بالأمان، وأمنت بان الاماكن الحضرية الناجحة تعتمد على حياة الشارع وعلى الطريقة التي تحدث بها الفعاليات وعلى سمة التنوع في هذه الشوارع والاماكن^(١٤).وبذلك فأنها قد لاحظت اهمية الحياة الحضرية في تخطيط المدن.

• كتاب (The Right To The City) ، ١٩٦٨ للفيلسوف هنري لوفبير: طرح فكرة (الحق في المدينة) التي تركز على ان المدينة هي عمل فني جماعي لكل سكانها ،وان بإمكانهم المساهمة في هذا العمل عن طريق التشكيل الجماعي لمستقبل المنطقة الحضرية^(١٥). وهو توجه يعاكس التعامل من اعلى الى أسفل مع فضاء المدينة.

• كتاب (Place And Placelessness) ، ١٩٧٦ لإدوارد رلف: هو من اوائل الكتب التي ناقشت مفهوم المكان مقابل الفضاء، ومن اوائل الكتب التي ورد فيها مصطلح صناعة المكان Place-Making (من مقطعين وليس ككلمة واحدة)، وقد انتقد حركة الحداثة التي انتجت اماكن تفتقد للإحساس الحقيقي بالمكان، كما اكد على وجود حاجة انسانية للاماكن المتميزة^(١٦). وبذلك فإنه أبرز اهمية وجود اماكن ذات طابع مميز تعكس روح المجتمع وهويته (التأكيد على الطابع المحلي).

• كتاب (The Timeless Way Of Building) ، ١٩٧٩ لكرستوفر الكسندر: تحدث الكتاب عن الصفات المتأصلة في العمارة المحلية التقليدية ولاحظ بأن معظم الاماكن الرائعة هي من تصميم الناس وليس المختصون، ورأى ضرورة ان يشترك افراد المجتمع وليس المعمارين والمخططون فقط في تصميم الاماكن المختلفة^(١٧). ان فكرة الكتاب حول التصميم المرتكز على المجتمع هي اساس فلسفة صناعة المكان.

• كتاب (The Social Life Of Small Urban Spaces) ، ١٩٨٠ لوليم وايت: أدى هذا الكتاب

الى تحول كبير في تخطيط وتصميم الساحات والاماكن العامة كونه استطاع تحليل اسباب فشل الكثير من الاماكن العامة في اجتذاب الناس واعطى مؤشرات واسباب نجاح اماكن عامة اخرى مستندا الى تحليل سلوك مرتاديهها^(١٨). وهكذا فانه استطاع الربط بين التصميم الحضري وبين احتياجات ورغبات الناس.

ان المرحلة الاولى التمهيدية لمفهوم صناعة المكان والتي استمرت منذ الستينات وحتى التسعينات من القرن العشرين كانت مرحلة مهمة رغم انها لم تشهد ظهور المفهوم فهي قد اهتمت بأفكار وتوجهات مهمة وذلك من خلال الكتابات التي تم استعراضها.

١-٣-٢ المرحلة الثانية لصناعة المكان:

بدأت هذه المرحلة منذ تسعينات القرن العشرين حيث اصبح مفهوم (صناعة المكان) يركز على خلق مناطق سكنية حيوية وفضاءات عامة متفردة ذات حس قوي بالمكان والاهتمام بالطبيعة العمرانية لهذه الفضاءات^(١٩). ان بروز اهمية صناعة المكان في هذه الفترة جاء نتيجة التغير التدريجي في الموقف تجاه الفضاء العام فبعد ان كان من المتوقع سابقا ان يكون ذو مظهر عمراني بسيط ، تغير الوضع في العقود الاخيرة واصبحت الطبيعة العمرانية لهذه الاماكن تلعب دورا كبيرا ومؤثرا في استخدامها^(٢٠). وبذلك فان هذه المرحلة قد شهدت بروز مفهوم صناعة المكان والذي انصب على تخطيط وتصميم الفضاءات العامة الجاذبة للناس.

١-٣-٣ المرحلة الثالثة:

بدأت هذه المرحلة بعد الازمة الاقتصادية العالمية عام ٢٠٠٨ بما مثل تحولا جذريا في الدور الذي يلعبه مفهوم صناعة المكان والذي بدأ يأخذ ابعادا اقتصادية، وبدأت خطط التنمية الاقليمية والمخططات الاساسية للمدن تستخدم صناعة المكان كعامل في التحول الاقتصادي^(٢١). اضافة الى اهداف اخرى تتعلق بتعزيز ارتباط الناس بالمكان والاحساس بالانتماء والهوية الجمعية، وهو توجه في صناعة المكان تعزز بعد دراسة اجريت عام ٢٠١٠ في الولايات المتحدة باسم (Soul Of The Community) شملت ٢٦ مدينة أمريكية، وقد اظهرت كيفية تأثير طبيعة المكان في ارتباط السكان بأماكن معيشتهم وتأثير ذلك

الارتباط في نمو الاقتصاد المحلي وحيويته، فكانت هذه الدراسة هي ما ينتظره مؤيدو صناعة المكان للبرهنة على ان الصلة بين الناس والمكان الذي يعيشون فيه له جوانب اقتصادية قابلة للقياس^(٢٢). ومن المهم هنا ان نفهم بان المرحلة الثالثة من صناعة المكان قد اضافت هدفا جديدا هو الهدف الاقتصادي اضافة الى اهداف المرحلة الثانية والتي تركز على خلق اماكن عامة نوعية.

المبحث الثاني: تطبيقات صناعة المكان:

يتناول هذا المبحث الجانب التطبيقي من مفهوم صناعة المكان من حيث الاهداف التي يسعى لتحقيقها والمستويات الموقعية ومستويات التأثير لمشاريع صناعة المكان وما يترتب على هذه الاهداف والمستويات المتباينة من اختلاف في انواع صناعة المكان.

١-٢ أهداف ومستويات صناعة المكان:

أصبحت صناعة المكان اليوم ممارسة مهمة يسعى المخططون الحضريون من خلالها لتحقيق اهداف متنوعة، كما تعمل مشاريع وانشطة صناعة المكان في مستويات متباينة من حيث الموقع والتأثير:

١-١-٢ اهداف صناعة المكان:

رغم ان الكتابات حول مفهوم صناعة المكان تركز على انه وسيلة للوصول الى غاية تتمثل بخلق اماكن نوعية الا ان الممارسات العملية لصناعة المكان قد توسعت في اهدافها لتشمل:

- الاهداف العمرانية: تطوير وتحسين الشكل الحضري من خلال اعادة الحياة للمراكز الحضرية وتقويتها، وخلق مجاورات سكنية حيوية وتوظيف الفن العام لإغناء المشهد الحضري^(٢٣).
- الاهداف الاقتصادية: تسهم صناعة المكان في تحقيق التنمية الاقتصادية، فالتحسينات التي تتم على الفضاءات العامة من خلال صناعة المكان يمكنها جذب الاستثمارات والسواح الى المنطقة فتعش الاقتصاد المحلي^(٢٤). اضافة الى انها تجتذب الاشخاص ذوي المهارات العالية الذين يلعبون دورا محوريا في الاقتصاد الجديد مما يحسن من القدرة التنافسية الاقتصادية للمدينة^(٢٥).
- الاهداف الاجتماعية والتنمية المجتمعية: تجتذب الفضاءات العامة النوعية الناتجة عن صناعة المكان اطياف متنوعة من الناس من اعمار وخلفيات مختلفة وتشجعهم على التفاعل الاجتماعي، كما تعزز

صناعة المكان العدالة الاجتماعية من خلال المزج بين انماط سكنية مختلفة لمستويات دخل متفاوتة ضمن المنطقة الواحدة، وتوفر اماكن للترفيه في الاماكن العامة بدون كلف عالية. اضافة الى انها وسيلة لتمكين المجتمع المدني من خلال اعطاء الاولوية لوجهات نظر المجتمعات المحلية في خطط صناعة المكان^(٢٦).

• الاهداف الثقافية والحضارية: تهتم صناعة المكان بالحفاظ على المباني التاريخية والارث الحضري ومحاولة دمجها ضمن اطر معاصرة، كما ان ممارسات صناعة المكان المرتكزة على الفن والثقافة تعمل على تشكيل الفضاء الحضري حول الفنون والنشاطات الثقافية المرتبطة بثقافة المنطقة فتعزز بذلك هوية محلية للمكان قائمة على الفن والثقافة^(٢٧).

• اهداف بيئية وصحية: تخلق صناعة المكان فضاءات مستدامة، وتدعم نمط حياة نشط وصحي فهي تشجع التنقل بواسطة المشي والدراجات الهوائية والنقل العام بدلا من المركبات بما يحد من مشاكل التلوث اضافة الى انها تركز على الاستثمار الكفوء للموارد المتاحة^(٢٨).

٢-١-٢ مستويات صناعة المكان:

إن التغييرات التي تحدثها صناعة المكان في الفضاء الحضري يمكن ان تحدث في مستويات موقعية مختلفة (في قطعة ارض معينة او البلوك او الشارع او المحلة السكنية او الفضاءات المفتوحة او في الممرات الرئيسية او العقد الرئيسية)^(٢٩).

اما مستوى تأثير هذه التغييرات فانه قد يتجاوز احيانا المستوى الموقعي لها، ويعتمد مستوى تأثير مشاريع وانشطة صناعة المكان على ثلاثة عوامل هي^(٣٠):

• الموقع: اي الموقع الذي تستهدفه صناعة المكان، فالمشاريع التي تستهدف مواقع مهمة مثل مركز حضري رئيسي او ممر رئيسي او عقدة رئيسية يكون لها مستوى تأثير اعلى من تلك التي تكون في محلة سكنية مثلا.

- مقياس المشروع: اي حجم المشروع واهميته فكلما ازداد حجمه واهميته ازداد مستوى تأثيره.
- التركيز: اي عدد مشاريع صناعة المكان الموجودة ضمن منطقة جغرافية واحدة، فزيادة عدد

المشاريع ضمن منطقة واحدة يجعل مستوى تأثيرها يتجاوز مستواها الموقعي. مثال: ان تركز عدة مشاريع تنموية موجهة للنقل العام TOD في ممر رئيسي من المقرر ان يتم انشاء خط نقل سريع بالحافلات Bus Rapid Transit فيه سيكون له مستوى تأثير اقليمي (يتجاوز المستوى الموقعي للمشروع) ويستوجب ادراجه ضمن خطة التنمية الاقليمية .

وبذلك فيمكن لأغراض هذا البحث تحديد ثلاثة مستويات تأثير لمشاريع وانشطة صناعة المكان:

- المستوى المحلي: اذا لم يتجاوز مستوى التأثير المستوى الموقعي للمشروع او النشاط.
 - المستوى الحضري: اذا امتد مستوى تأثير المشروع او النشاط الى المدينة ككل.
 - المستوى الاقليمي: اذا امتد مستوى تأثير المشروع الى مستوى ابعد من المدينة (تأثير اقليمي)
- ان ما يظهر من تباين في الاهداف والغايات التي تسعى مشاريع صناعة المكان لتحقيقها، وكذلك اختلاف المستويات الموقعية التي يتم انشاء هذه المشاريع فيها اضافة الى اختلاف مستويات تأثيرها يحتم بروز اختلافات في طبيعة ونوع المشاريع التي تستهدف هذه الغايات والمستويات المتباينة، فهناك عدة انواع من صناعة المكان لكل منها جوانب مميزة تنفرد بها واهداف يسعى لتحقيقها ومستويات يحصل او يؤثر فيها، وسيتم البحث فيها بشيء من التفصيل في الفقرة اللاحقة.

٢-٢ انواع صناعة المكان:

يمكن تشخيص اربعة انواع من صناعة المكان وكل منها يستخدم لتحقيق اهداف محددة ويكون ضمن مستويات موقعيه وبمستويات تأثير مختلفة، ومن المهم فهم الجوانب المختلفة لكل نوع كي يمكن اختيار النوع المناسب من صناعة المكان وهي^(٣١) :

- صناعة المكان القياسية Standard Placemaking .
- صناعة المكان الاستراتيجية Strategic Placemaking .
- صناعة المكان الابداعية Creative Placemaking .
- صناعة المكان التكتيكية Tactical Placemaking .

وسيتناول كل نوع من هذه الانواع الاربعة من صناعة المكان من خلال اعطاء فكرة عامة موجزة عنها ثم تناول الاهداف التي يسعى لتحقيقها والمستوى الموقعي الذي يتم انشاء مشاريع وانشطة كل نوع، ومستوى تأثيره، واخيرا طبيعة المشاريع والانشطة التي يختص بها.

٢-٢-١ صناعة المكان القياسية Standard Placemaking :

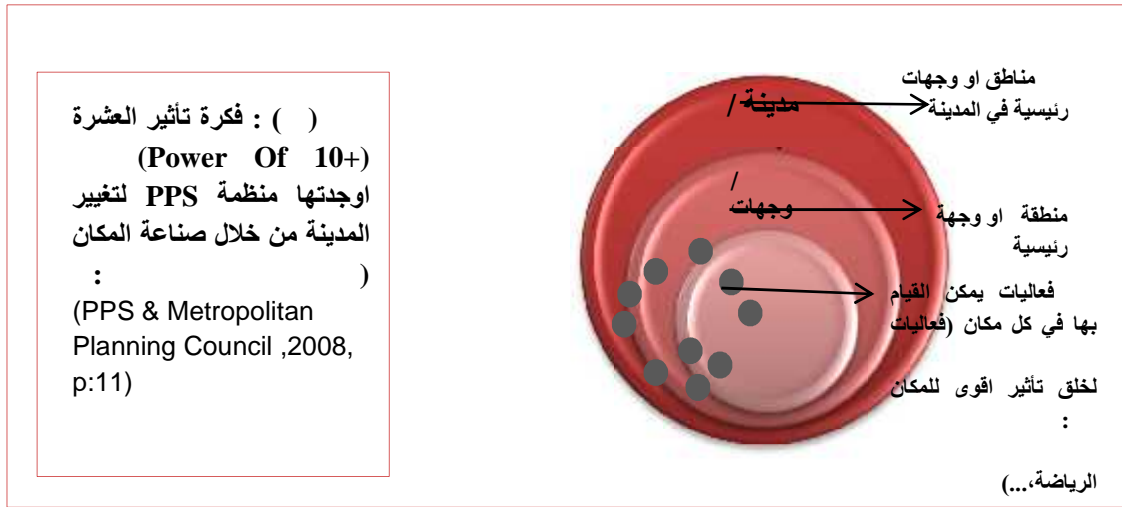
وهي "عملية خلق اماكن نوعية يرغب الناس بالعيش والعمل والترفيه والتعلم فيها". وتعمل صناعة المكان القياسية على تحسين نوعية المكان عبر فترة زمنية طويلة وبطريقة تدريجية عبر مشاريع و/ او نشاطات متعددة منفصلة بحيث يصبح الفضاء ذو حس عالي بالمكان ويعمل على جذب الناس والاستثمارات. ويرتبط هذا النوع من صناعة المكان بأسلوب العمل والمشاريع التي تتبناها منظمة (Project For public places PPS) (٣٢).

٢-٢-١-١ اهداف صناعة المكان القياسية:

ان هدف صناعة المكان القياسية يتمثل بزيادة عدد الاماكن النوعية وتعزيز الاحساس بالمكان وخلق فضاءات عامة تجذب السكان والزوار وتمتاز بالحيوية والنشاط وبأنها نابضة بالحياة(٣٣).

٢-٢-١-٢ مستويات صناعة المكان القياسية:

يتراوح المستوى الموقعي لصناعة المكان القياسية من قطعة الارض المفردة (مثل مشاريع الاملاء الحضري) الى مستوى البلوك او الشارع او العقدة الرئيسية او الممر الرئيسي او مركز المدينة او الفضاءات العامة المفتوحة، وغالبا ما لا يتجاوز مستوى تأثيرها المستوى المحلي، غير انه بالإمكان رفع مستوى التأثير من خلال زيادة تركيز هذه المشاريع بعملية تطلق عليها منظمة (PPS): (تأثير العشرة +10 Power Of) (شكل ٢)، حيث ترى هذه المنظمة بان المدينة الناجحة يجب ان تضم ما لا يقل عن عشرة وجهات جاذبة للسكان والاعمال والاستثمارات. وكل واحدة من هذه الوجهات تضم ما لا يقل عن عشرة اماكن عامة نوعية وكل من هذه الاماكن تتيح لزوارها ممارسة عشرة أنشطة مختلفة (تنزه، جلوس، طعام،...)، وكل هذا يتم من خلال مشاريع متعددة تستمر عبر فترة طويلة من الزمن(٣٤).



٢-٢-١-٣ مشاريع وأنشطة صناعة المكان القياسية:

تشمل صناعة المكان القياسية المشاريع والانشطة التالية^(٣٥) :

- مشاريع الحماية والحفاظ وصيانة واعادة تأهيل المناطق والابنية التاريخية المهمة.
 - مشاريع مراكز المدن: مثل التحسينات على واجهات المباني وخلق الشوارع المتكاملة .
 - مشاريع الاحياء السكنية: مثل سياسات الاملاء السكني للأراضي الشاغرة، واعادة تأهيل المناطق السكنية والمشاريع التي تعزز الاستعمال المختلط، وتحسين منتزهات الاحياء السكنية.
 - الانشطة التي تقام في الفضاءات العامة مثل الشوارع والارصفة والساحات والمباني العامة كالمهرجانات والعروض في الهواء الطلق وزراعة الجزرات الوسطية والفضاءات العامة.
- وبالتالي تمثل صناعة المكان القياسية وسيلة لخلق الاماكن الحضرية النوعية عبر فترة زمنية طويلة وبطريقة تدريجية من خلال مشاريع وانشطة متعددة يمكن انشاؤها في مواقع متعددة في المدينة، ولا يتجاوز مستوى تأثيرها المستوى المحلي عند وجودها في المناطق السكنية، أما في حالة وجودها في مواقع

مهمة (مركز حضري، ممرات او عقد حضرية رئيسية) فيصل مستوى تأثيرها في هذه الحالة الى المستوى الحضري.

٢-٢-٢ صناعة المكان الاستراتيجية Strategic Placemaking :

بدأت صناعة المكان الاستراتيجية بعد الازمة الاقتصادية العالمية عام ٢٠٠٨ ، واستخدم المصطلح لأول مرة من قبل معهد دراسات الارض في جامعة ولاية ميشيغان وهو: "عملية انشاء اماكن نوعية تمتاز بكونها جاذبة بشكل خاص للعماله الموهوبه بما يجعلهم يرغبون بالبقاء والعيش فيها"^(٣٦). ان صناعة المكان الاستراتيجية تحمل ابعاد تخطيطية مهمة وتكون عادة جزءا من خطة التنمية الاقتصادية الاقليمية، ومن المهم الاشارة الى الاماكن التي تستهدفها في المخطط الاساس او المخططات الثانوية للمناطق، وبالمقارنة مع مشاريع صناعة المكان القياسية فان مشاريع صناعة المكان الاستراتيجية تستغرق وقتا اطول (١٥-٥ عاما) وينتج عنها مكاسب اسرع، كونها اكبر حجما وأعلى تكلفة^(٣٧) .

٢-٢-٢-٢ اهداف صناعة المكان الاستراتيجية:

تهدف صناعة المكان الاستراتيجية الى تحقيق اهداف تنموية اقتصادية من خلال خلق اماكن نوعية وتركيزها في مواقع مستهدفة لجذب العماله الموهوبه ورواد الاعمال بشكل خاص^(٣٨). وترجع قدرة صناعة المكان على تحقيق اهداف اقتصادية الى طبيعة الاقتصاد العالمي الجديد (اقتصاد خدمات ومعرفة) إذ أصبحت الطاقات البشرية العاليه التعليم والتي تدعى بالطبقة المبدعة (Creative Class) هي التي تقود النمو الاقتصادي، فتتركز الشركات وتنشأ فرص العمل بالقرب من مناطق تركز هذه الطبقة. وافراد هذه الطبقة يمكنهم العمل في اي مكان يرغبون فيه، بسبب الطلب على المهارات التي يتمتعون بها. والمكان الذي سينتكون فيه سيشهد تطورا اقتصاديا^(٣٩). وتعد ولاية ميشيغان الامريكية رائدة في استخدام صناعة المكان الاستراتيجي كأداة للنهوض باقتصادها بعد تعرضه لهزات كبيرة بسبب هجرة العقول الشابه وخريجي الجامعات منها مما ادى الى تدهور الأعمال والى فقدان كبير في الوظائف^(٤٠) .

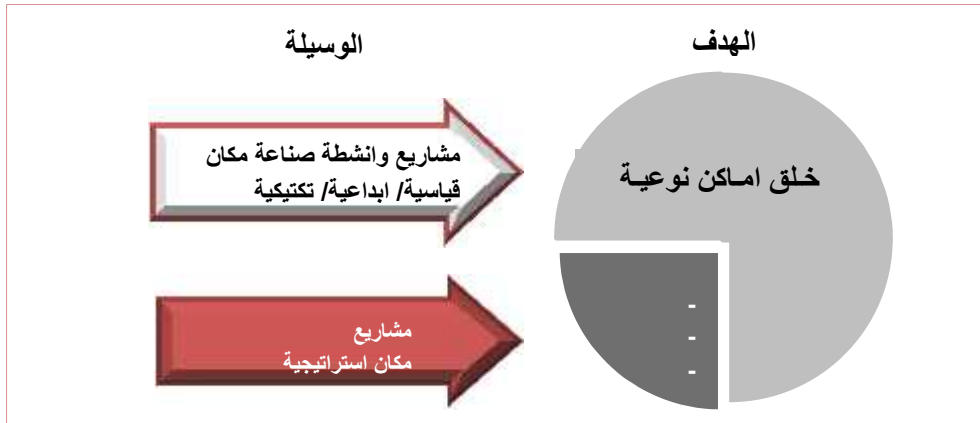
٢-٢-٢-٢ مستويات صناعة المكان الاستراتيجية:

تمتاز صناعة المكان الاستراتيجية بان لها مستوى تأثير يمتد الى عموم المدينة (مستوى تأثير حضري)

كما قد تستخدم مشاريع صناعة المكان الاستراتيجية لتحقيق مستوى تأثير اقليمي بما يحفز النمو الاقتصادي الاقليمي ويحسن من القدرة التنافسية الاقتصادية للمدينة والاقليم، ويتطلب تحقيق ذلك ان يتم اختيار مواقع هذه المشاريع بطريقة لا تخلق منافسة حول الوظائف بين المناطق المتجاورة في نفس الاقليم لان ذلك يؤدي الى حركة العاملين المهويين ضمن الاقليم بدلا من اجتذابهم من خارج الاقليم الى داخله، فلكي يصبح اقليم ما منافسا يجب تحويل مناطق قليلة محددة فيه الى مناطق جاذبة للمواهب^(٤١).

اما المستوى الموقعي لمشاريع وانشطة صناعة المكان الاستراتيجية فيكون عادة في مواقع مستهدفة محددة كي تحدث التأثير المطلوب منها، وتتركز هذه المشاريع عادة في:

- في الاماكن ذات الكثافات السكانية العالية وخدمات النقل العام الكفوءة:
- في مركز المدن والمراكز الرئيسية الاخرى وفي الممرات الرئيسية التي تحوي مسارات النقل العام والعقد الرئيسية الموجودة على طول الممرات الرئيسية^(٤٢) (شكل ٣).



شكل (٣): الفرق بين المواقع المستهدفة بصناعة المكان الاستراتيجية (المستوى الجغرافي) والانواع الاخرى من صناعة المكان (Wyckoff et al. , 2015, p:453)

- قرب المؤسسات الارتكازية Anchor Institutions:
- هي مؤسسات غير ربحية (كالجامعات، والمستشفيات غير الربحية، ومراكز الابحاث، والكيانات

الحكومية، او اي مؤسسة ذات تأثير كبير في تنمية مجتمعها المحلي) تمتاز بالثبات الجغرافي وعدم تغيير مكانها. وقد ازدادت الاهمية الاقتصادية لهذه المؤسسات في الاقتصاد الحديث وتجاوزت شركات التصنيع التقليدية في قدرتها على توفير فرص العمل، لذا وجب ان تكون المناطق المجاورة لها نقاط تركيز لمشاريع صناعة المكان الاستراتيجية حيث يكون لها فوائد اقتصادية تفوق الفوائد المتحققة من صناعة المكان في اماكن اخرى^(٤٣).

٢-٢-٣ مشاريع وانشطة صناعة المكان الاستراتيجية:

غالبا ما تكون مشاريع صناعة المكان الاستراتيجية متعددة الوظائف (مثل الاسكان، والترفيه، والنقل العام، وتوفير خيارات لنمط الحياة يجذب الطبقة المبدعة)، وهي^(٤٤):

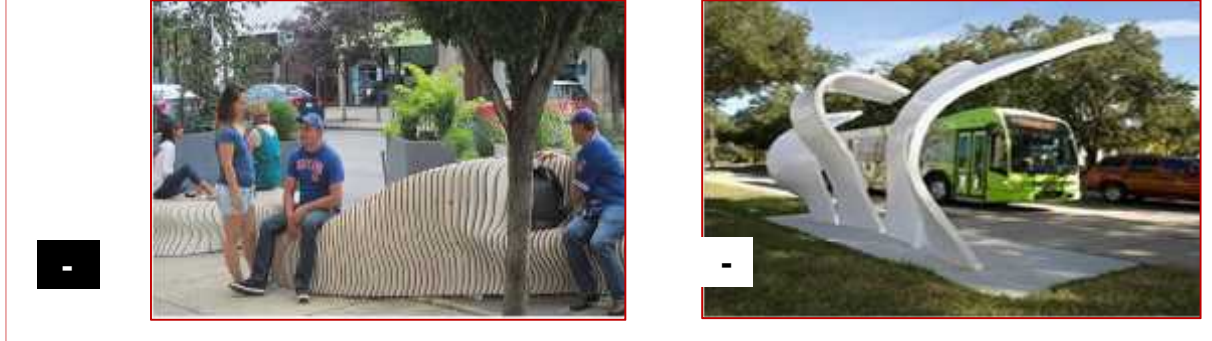
- مشاريع التنمية ذات الاستعمال المختلط في مركز المدينة او المراكز والعقد الرئيسية .
- انشاء واعادة تأهيل الممرات الخضراء والمنتزهات والمرافق الترفيهية .
- مشاريع التنمية الموجهة للنقل العام (TOD) وتعد من اهم مشاريع صناعة المكان الاستراتيجية.
- اما انشطة صناعة المكان الاستراتيجي فهي تشمل انشطة وفعاليات دورية فنية وثقافية وترفيهية تجذب افراد الطبقة المبدعة مثل معارض الاعمال .

وبالتالي فان صناعة المكان الاستراتيجية تمثل وسيلة لتحقيق التنمية الاقتصادية من خلال خلق اماكن حضرية نوعية جاذبة للطبقة المبدعة عبر مشاريع متنوعة ذات حجم وتكلفة كبيرة، غير انها تحقق مكاسب سريعة، وتتركز عادة في مواقع مستهدفة (مركز حضري، ممرات او عقد رئيسية) ولها مستوى تأثير يصل الى المدينة ككل (مستوى تأثير حضري) وأحيانا مستوى تأثير اقليمي.

٢-٢-٣ صناعة المكان الابداعية:

استخدم هذا المصطلح لأول مرة عام ٢٠١٠ وقد عرّف بانّه: "مساهمة الافراد والمؤسسات بالتشكيل الاستراتيجي للسمات الاجتماعية والعمرانية للمحلة او البلدة او المدينة او الاقليم حول الفنون والفعاليات الثقافية"، وهذا يجعل الفنانين والمؤسسات الفنية جزءا من استراتيجيات صناعة المكان، وتشجع صناعة المكان الابداعية على توزيع الفعاليات الفنية والثقافية بشكل واسع ودمجها ضمن الاحياء والفضاءات

العامّة الى جانب الفعاليات التجارية والسكنية^(٤٥) (شكل ٤). ولا تدعو صناعة المكان الابداعية الى اسلوب موحد لمعالجة الاماكن بل تبرز خصوصية كل مجتمع بما يعزز تمايزه وتقده^(٤٦).



شكل (٤) مشاريع صناعة المكان الابداعية وتداخلها مع حياة الشارع لأحياء الفضاءات الحضرية - محطة حافلات في اورلاندو/ الولايات المتحدة (Lawlor, 2012, <https://archpaper.com/2012/01/gimme-shelter-orlando-area-bus-stops-get-theme-park-treatment/> , Accessed: Nov. 27,2017). - منحوتة باسم الموجة (The Wave) في شيكاغو يمكن استخدامها كمكان للجلوس (Project For Public Spaces, 2016, <https://www.pps.org/reference/actions-streets-places-government-makes-happen/> , Accessed: Nov. 27, 2017) ٢-٢-٣-١ اهداف صناعة المكان الابداعية:

تهدف صناعة المكان الابداعية الى اضاء الطابع الفني والثقافي الى البيئة العمرانية بما يعطيها طابعا منفردا فيخلق حس عالي بالمكان^(٤٧)، كما انها توظف الاستراتيجيات القائمة على الفنون لتحقيق اهداف اخرى مثل تعزيز الاقتصاد المحلي كون الصناعات الابداعية ستولد فرص عمل ومنتجات جديدة، اضافة الى ان الترفيه سيكون في المناطق الابداعية المحلية بدلا من السفر وبالتالي تداول اموال السكان ضمن الاقتصاد المحلي، كما ان الفنون والانشطة الثقافية ستجذب الطبقة المبدعة^(٤٨).

٢-٢-٣-٢ مستويات صناعة المكان الابداعية:

تستخدم صناعة المكان الابداعية على المستوى الموقعي في المناطق العامة سواء على مستوى الشارع، او الفضاءات المفتوحة، او المنتزهات،... الخ .

اما مستوى تأثيرها فيمكن ان يتجاوز المستوى المحلي اذا ما كانت مشاريع وانشطة صناعة المكان الابداعية في مناطق ذات تأثير اعلى (مثل مراكز المدن، والعقد الرئيسية، والممرات الرئيسية) أو عندما يزداد حجم واهمية المشروع او النشاط، فيمكن في هذه الحالات ان يصل مستوى تأثيرها احيانا الى الاقليم (مثل المهرجانات الفنية الكبيرة التي تستقطب زوارا من مناطق مجاورة) ، او بزيادة تركيز هذه المشاريع والانشطة ويتم ذلك من خلال تسخير الفنون في مناطق كثيرة في المدينة بما يخلق مستوى تأثير يشمل المدينة ككل في عملية تنمية مجتمعية شاملة تركز على الفن^(٤٩) .

٢-٢-٣-٣ مشاريع وانشطة صناعة المكان الابداعية^(٥٠):

- وتشمل مشاريع التنمية التي تتمحور وتتركز حول الفنون والثقافة مثل الفن الجماهيري Public Art ، والعروض الفنية ، ومحطات النقل العام ذات الطابع الفني (شكل ٤ / أ) .
- أنشطة صناعة المكان الابداعي مثل: الفعاليات الثقافية والترفيهية التي تضيف الحيوية الى الاماكن النوعية مثل: عرض افلام سينمائية في المنتزهات، وفعاليات الرسم على ارضية الاماكن العامة، عروض موسيقية في الاماكن العامة .

وبالتالي فان صناعة المكان الابداعية تمثل وسيلة لخلق اماكن حضرية نوعية من خلال اضاء الطابع الفني والثقافي عبر مشاريع وانشطة مختلفة تعزز التفرد الحضري، ويعتمد مستوى تأثير هذه المشاريع على المستوى الموقعي لها فقد يكون تأثيرها بمستوى محلي او حضري او اقليمي.

٢-٢-٤ صناعة المكان التكتيكية Tactical Placemaking:

هي عملية خلق اماكن نوعية عبر خطوات تدريجية صغيرة ومدروسة في الفضاءات العامة (مثل حق الطريق Right Of The Way، الساحات العامة، ...) للوصول الى تغيير عمراي او وظيفي للمكان يبدأ بالتزامات قصيرة الامد وسريعة ومنخفضة التكلفة وذات اهداف واقعية. وهي تشمل على خليط من

المشاريع الصغيرة والانشطة القصيرة الامد^(٥١). ويندرج تحت مسمى صناعة المكان التكتيكي منهجين مستقلين (حسب المؤسسات او المنظمات العاملة به) لكنهما ذوي سمات مشتركة توجب درجهما تحت مسمى صناعة المكان التكتيكي، هما :

• أسلوب أخف، أسرع، أرخص (LQC) Lighter ,Quicker, Cheaper :

هو الاسلوب الذي وضعته منظمة (Project For Public Spaces- PPS) وهو: " عملية خلق اماكن نوعية عبر خطوات تدريجية باللجوء الى مشاريع منخفضة التكلفة وبالاستفادة من المواهب المحلية (السكان، رجال الاعمال، المطورين، وموظفي المدينة)"، وهذا الاسلوب ينظر الى الاماكن باعتبارها عملا مستمر التطور والتكيف بدلا من كونها منتجا نهائيا^(٥٢).

• التحضر التكتيكي Tactical Urbanism .

هو مصطلح يشير الى تداخلات مؤقتة منخفضة التكلفة استخدم لأول مرة في عام ٢٠١١-٢٠١٠ من قبل مجموعة من المخططين الحضريين الشباب عرفوه على انه: "طريقة لإحداث تحسينات تدريجية صغيرة مؤقتة قبل تخصيص الاستثمارات الكبيرة، وهو اسلوب يتيح للفاعلين المحليين اختبار افكار جديدة قبل القيام بأي التزامات مالية او سياسية كبيرة"^(٥٣).

٢-٢-٤-١ اهداف صناعة المكان التكتيكية:

تتيح المشاريع المؤقتة الصغيرة المنفذة وفق اسلوب صناعة المكان التكتيكية للمخططين امكانية مراقبة التغييرات على ارض الواقع واجراء التعديلات عليها وهذا مفيد خصوصا في حالة المشاريع الريادية التي تتطوي على بعض الغموض، لذا يعتبر هذا الاسلوب التخطيطي التزام واقعي قصير المدى منخفض التكاليف وذو مردودات عالية^(٥٤) .

٢-٢-٤-٢ مستويات صناعة المكان التكتيكية:

تستخدم مشاريع وانشطة صناعة المكان التكتيكية على المستوى الموقعي لها في الشارع، المجاورة السكنية، الفضاءات العامة المفتوحة . ولما كانت هذه المشاريع والانشطة صغيرة وقد تكون تجريبية فإن مستوى تأثيرها نادرا ما يتجاوز المستوى المحلي^(٥٥) .

٢-٢-٤-٣ مشاريع وانشطة صناعة المكان التكتيكية :

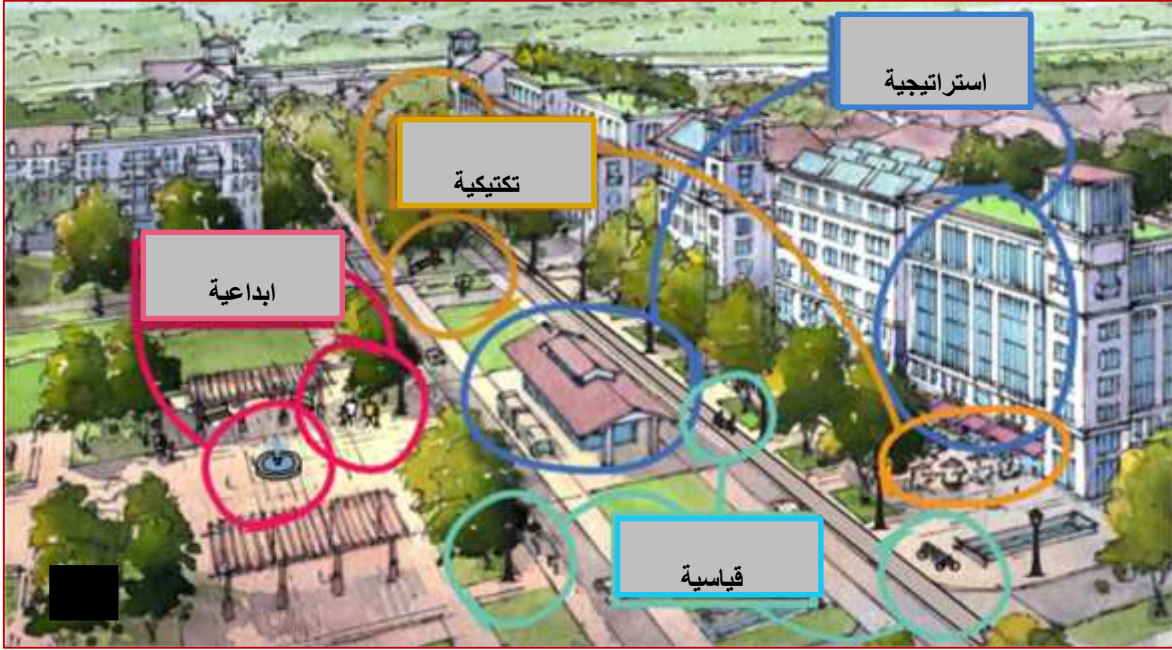
وتضم خليطا من المشاريع الصغيرة والانشطة القصيرة الامد على مدى فترة طويلة من الزمن، والامثلة تشمل^(٥٦) :

- مشاريع ترشيق الطرق (ترشيق طريق ذو ٤ مسارات للسيارات الى ٣ مسارات للسيارات مع مسارين للدراجات على الجانبين)، وغيرها من مشاريع الشوارع المتكاملة .
- المشاريع التجريبية مثل شكل جديد من الاسكان في الحي السكني (مثل مساكن تعتمد الطاقة الشمسية، او مساكن لذوي الدخل المنخفض) او تغيير مؤقت في استخدام الاماكن العامة.
- اما انشطة صناعة المكان التكتيكية فتشمل: وضع اماكن للجلوس في الاماكن العامة، والتحويلات التي تتم في المنتزهات، او ايجاد فضاءات للفعاليات المؤقتة، او اجراء حوارات مع السكان حول التغييرات المتوخى اجراءها في الاماكن العامة.

وبالتالي تمثل صناعة المكان التكتيكية وسيلة لخلق اماكن حضرية نوعية عبر مشاريع وانشطة منخفضة التكلفة وسريعة، وتمثل احيانا طريقة لاختبار الافكار الجديدة قبل القيام بالتزامات مالية كبيرة، وهناك منهجان مستقلان (حسب المؤسسات او المنظمات التي تتبناه) يندرجان تحت مسمى صناعة المكان التكتيكية هما (اسلوب اخف، اسرع، اخص) و (التحضر التكتيكي).

ويمكن عند اعداد خطط صناعة المكان ان يتم الدمج بين نوعين او اكثر من هذه الانواع، فقد تستخدم صناعة المكان الابداعي او القياسي ضمن مخططات صناعة المكان الاستراتيجي وقد تواكبهم او تسبقهم صناعة مكان تكتيكي: حيث يظهر المثال (الشكل ٥) رؤية لتطوير جزء من الممر الحضري الرئيسي في مدينة Lansing في ولاية ميشيغان الامريكية Grand River Avenue :

() :
 من صناعة المكان بالتوازي في ممر رئيسي
 في ولاية ميشيغان/ الولايات لتحويله
 :
 - المنطقة قبل التطوير
 - المنطقة بعد التطوير
 (Tri-County Regional Planning
 Commission, 2014, p:73)



في هذا المثال (شكل ٥) تم وضع رؤية تطويرية ارتكزت على مقترح لإنشاء خط نقل سريع بالحافلات (Bus Rapid Transit- BRT) واحداث تغييرات باستخدام الانواع الاربعة من صناعة المكان حيث تم استخدام صناعة المكان القياسية لخلق فضاءات عامة ترفيهية على طول البنى التحتية الخضراء، وخلق شارع متكامل من خلال انشاء ممر للدراجات وتأثير الشارع. واستخدام صناعة المكان التكتيكية في

الساحة العامة الجديدة التي تتيح خلق فرص لتجمع الناس والتفاعل الاجتماعي من خلال اقامة عروض الشارع والعروض الموسيقية. واستخدام صناعة المكان الابداعية عبر تواجد فنانين يقومون بالرسم او العروض الفنية في المنتزه وتصميم ابداعي لنافورة المياه ولمحطة النقل العام، بما يجعل المكان مميزا ويبقى في الذاكرة. واستخدام صناعة المكان الاستراتيجية بتحويل المباني الصندوقية الشكل ذات التحبب الخشن الى مباني ذات تحبب دقيق Fine Grained واستعمالات مختلطة وبارتفاعات متوسطة اي كثافة اعلى في الممر الذي تمر به خطوط النقل العام (TOD)، وتوفير خيارات اسكان متنوعة تناسب الدخول المتباينة وتستهدف الطبقة المبدعة^(٥٧).

وبذلك يمكن القول بانه قد امكن الوصول الى هدف البحث والمتمثل ببناء اطار معرفي عام عن مفهوم صناعة المكان والخروج بتعريف شامل للمفهوم باعتباره: "عملية تشاركية من اسفل الى اعلى لخلق وتحسين وادارة اماكن حضرية نوعية تركز على الانسان، ذات حس عالي بالمكان، تجتذب الناس، وتعزز: التفاعل الاجتماعي والاقتصاد المحلي والارتباط العاطفي للأفراد بالمكان، وتحترم: الخصائص المتفردة لكل موقع وثقافة المجتمع وهويته المتميزة وارثه العمراني، وتنطلق من احتياجاته وتستفاد من موارده. ويمكن لصناعة المكان ان تأخذ صيغاً متعددة لكل منها اهداف محددة وتتضمن مشاريع و/او أنشطة متنوعة تركز على تحسين طبيعة المكان Quality Of Place بما يجعله جاذبا للناس للسكن او العمل او التعلم او الترفيه او الزيارة.

اضافة الى بناء إطار نظري يمكننا من معرفة نوع صناعة المكان الملائم للسياق الذي يوجد فيه وهو ما تم البحث فيه اعلاه ويمكن تلخيصه من خلال الجدول التالي (جدول ١)

نوع صناعة المكان	الاطار الزمني	الهدف	المستوى الموقعي	مستوى التأثير	نقاط الضعف	ارتباطه بالخطط الاقليمية او المحلية
	قصير -	خلق اماكن فضاءات	محلي -	نحتاج الى	غير ضروري	

صناعة مكان قياسية	متوسط او طويل الامد (حسب حجم واهمية المشروع)	نوعية جاذبة للسكان والزوار	عامة في مواقع متفرقة	حضري	عدد كبير من المشاريع والانشطة للوصول الى تغيير كبير	الا في حالة المشاريع الاكبر حجما والاكثر اهمية
صناعة مكان استراتيجية	متوسط - طويل الامد	تحقيق تنمية اقتصادية من خلال خلق اماكن نوعية تجذب الطبقة المبدعة	في مواقع مستهدفة (مراكز المدن، الممرات الرئيسية، العقد الرئيسية)	حضري - اقليمي	غير مناسب للمحلات السكنية خصوصا اذا لم تكن قريبة من المراكز والممرات والعقد الرئيسية	يرتبط بخطة التمتية الاقليمية والمخططات الاساسية للمدن او المخططات الثانوية للمناطق
صناعة مكان ابداعية	قصير - متوسط الامد	خلق اماكن نوعية من خلال اضاء الطابع الفني والتقافي على البيئة العمرانية	فضاءات عامة في مواقع متفرقة	محلي - حضري واحيانا اقليمي	نحتاج الى عدد كبير من المشاريع والانشطة للوصول الى تغيير كبير	لا توجد حاجة
صناعة مكان	قصير - متوسط الامد	خلق اماكن نوعية من خلال مشاريع	فضاءات عامة في مواقع متفرقة	محلي - حضري	نحتاج الى عدد كبير من المشاريع	لا توجد حاجة

تكتيكية	منخفضة التكلفة سريعة وقد تكون مؤقتة تتيح امكانية التجريب	والانشطة للوصول الى تغيير كبير
---------	--	--------------------------------------

جدول (١): يبين الفروقات بين انواع صناعة المكان لمعرفة كيفية اختيار نوع صناعة المكان الملائمة (اعداد الباحثان)

٣- الاستنتاجات: توصل البحث الى ما يلي:

- إن مفهوم صناعة المكان يمثل تحولا كبيرا في عملية التخطيط الحضري، فبعد ان كان التخطيط الحضري الحديث Modern Urban Planning يركز على المباني والطرق الرابطة بينها والبنى التحتية والعزل بين الاستعمالات المختلفة للأرض Zoning، فإن صناعة المكان دفعت المخططين الى التركيز على خلق فضاءات ملائمة للناس وحياتهم وملبية لاحتياجاتهم. فمنهج صناعة المكان يحدد المسارات التي تميل حياة السكان وحركتهم لسلوكها ومن ثم يخلق الفضاءات التي تعزز هذه الحركة واخيرا يخلق الابنية التي من شأنها دعم هذه الفضاءات.
- على العكس من التوجهات السابقة في التخطيط والتي تركز على دور الخبراء، فإن مفهوم صناعة المكان يعزز دور السكان واصحاب المصلحة في وضع ملامح المكان.
- بدأ مفهوم صناعة المكان كرد فعل على فقدان الاحساس بالمكان في الفضاءات الحضرية والنتائج عن انتشار مبادئ التخطيط الحديث الذي أفقد المدن تميزها وجعلها مكرسة للمركبة على حساب الانسان. وقد مر المفهوم بثلاث مراحل رئيسية: المرحلة الاولى في الستينات من القرن العشرين وكانت مرحلة تمهيدية من خلال الكتابات التي اسست للمفهوم. وبدأت المرحلة الثانية في التسعينات من القرن العشرين وشهدت ولادة المفهوم وركزت على خلق فضاءات عامة نوعية. اما المرحلة الثالثة فقد بدأت بعد الازمة الاقتصادية في عام ٢٠٠٨ وركزت على استخدام صناعة المكان لجذب الطبقة المبدعة لتحقيق اهداف

تنموية اقتصادية.

• هناك اهداف عدة لصناعة المكان (اهداف عمرانية واقتصادية واهداف اجتماعية ومجتمعية، واهداف بيئية وصحية)، وتحقق صناعة المكان هذه الاهداف عبر خلق اماكن حضرية نوعية في مستويات موقعية مختلفة تبدأ من قطعة الارض المفردة، ويظهر تأثيرها في ثلاثة مستويات للتأثير هي: المستوى المحلي، المستوى الحضري، المستوى الاقليمي.

• ان التباين في اهداف مشاريع صناعة المكان، واختلاف المستويات الموقعية التي يتم انشاء المشاريع فيها اضافة الى اختلاف مستويات تأثيرها يحتم بروز اختلافات في طبيعة ونوع هذه المشاريع، وهو ما افرز عدة انواع من صناعة المكان لكل منها جوانب مميزة واهداف تسعى لتحقيقها ومستويات تحصل او تؤثر فيها هي: (صناعة المكان القياسية، صناعة المكان الاستراتيجية، صناعة المكان الابداعية، صناعة المكان التكتيكية).

٤- التوصيات:

من خلال الإطار النظري الذي تم بناءه عبر البحث حول مفهوم صناعة المكان واهدافه ومستوياته وانواعه واستعراض جوانبه المختلفة أمكن الخروج بجملته من التوصيات هي:

- التوسع في دراسة مفهوم صناعة المكان في العراق واعتماده كجزء مهم من العملية التخطيطية.
- اجراء دراسات اكايدمية تركز على بناء مؤشرات لصناعة المكان قابلة للتطبيق العملي، فما مطروح عالميا من مؤشرات يرتبط بالجهات التي تتبنى هذا المفهوم من منظمات ومؤسسات استشارية، ورغم وجود جوانب مشتركة بين ما تطرحه هذه الاطراف الا انه هنالك مساحات اختلاف بينهم، وهنا يبرز اهمية وضع مؤشرات لصناعة المكان تتطرق من الواقع العراقي.
- الاستفادة من صناعة المكان الاستراتيجية في مجال جذب واستبقاء طبقة الشباب من ذوي الكفاءات العلمية، خصوصا بسبب ما يشهده العراق من هجرة الشباب من خريجي الجامعات واصحاب الشهادات العليا، والاستفادة من تجربة ولاية ميشيغان الامريكية بهذا الخصوص والتي لجأت الى صناعة المكان الاستراتيجية في جذب واستبقاء هذه الطبقة المهمة لتحقيق التنمية.

- الاستفادة من صناعة المكان التكتيكية في مشاريع تجريبية مؤقتة لاختبار الافكار الجديدة، وهو جانب مهم في بلدان مثل العراق تفتقر للمعلومات الاحصائية الدقيقة المهمة في المشاريع التخطيطية الكبيرة، فتكون مشاريع صناعة المكان التكتيكية بمثابة خطوة تجريبية قليلة التكلفة تمكن المخططين من مراقبة ودراسة نتائجها قبل القيام بخطوات دائمة وتخصيص اموال ضخمة.
- الاستفادة من صناعة المكان القياسية والابداعية في خلق اماكن حضرية نوعية تسهم في تحسين جودة الحياة للمواطن العراقي عبر خطوات صغيرة وتدرجية لكنها ذات مردودات كبيرة.
- اشراك المواطنين من السكان واصحاب المصلحة بشكل اوسع في العمل التخطيطي، بحيث يكون لهم دور فعال وحقيقي في القرارات التخطيطية.

الهوامش:

- ١- PPS & Metropolitan Planning Council ,2008, A guide To Neighborhood Placemaking In Chicago, The Richardson H. Driehaus Foundation, p:50.
- ٢- Zelinka ,Harden ,2006, Placemaking On Budget, AP Planning Advisory Service, p:8.
- ٣- Land Policy Institute, 2015, Placemaking Assessment Tool , Michigan State University, p:2.
- ٤- Adelaja, Adesoji & Borowy, Tyler , 2012, Building Prosperous places In Michigan – Summary Report , The Land Policy Institution, p:1.
- ٥- PPS & UN-HABITAT ,2012 ,Placemaking And The Future Of Cities, United Nations Federal Credit Union, p:4.
- ٦- Silberberg ,Susan ,2013, Places In The Making: How Placmaking Builds Places And Communities, Massachusetts Institution of Technology, p:2.
- ٧- Gehl, Jan, 2010, Cities For People, Island Press, p:55.
- ٨- Gehl, Jan,2010, Previous Source, p:39.
- ٩- Jacobs ,Jane,1961,The Death And Life Of Great American Cities, USA: Random House, p:17.

- ١٠- Gehl, Jan, 2007, Public Spaces For A Changing Public Life ,in Thompson, Catharine W. & Travlou, Penny (Editors), Open Space: People Space, Taylor & Francis, p:4.
- ١١- Steuteville ,R. & Langdon, Ph. 2009. New Urbanism: Best Practice Guide .4th ed. New Urban News Publication, p:12.
- ١٢- Silberberg ,Susan , Previous Source, p-p: 5-6.
- ١٣- Lynch, Kevin,1960, The Image Of The City, Cambridge : MIT Press, p-p:46-47.
- ١٤- Jacobs ,Jane, Previous Source, p-p:162-163.
- ١٥- Boer, R. & Varies, J., 2009, The Right To The City As A Tool For Urban Social Movements: The Case Of Barceloneta, The 4th International Conference Of The International Forum On Urbanism (IFOU), p:1322.
- ١٦- Relph, Edward, 1976, Place And Placelessness, Pion Limited, p,p: 47, 143.
- ١٧- Alexander, Christofer,1979, The Timeless Way Of Building, Oxford University Press, p,p :7, 14.
- ١٨- Whyte, William H., 1980, The Social Life Of Small Urban Spaces, USA: Edwards Brothers. Inc. Am Arbor, Michigan, p:39.
- ١٩- PPS & Metropolitan Planning Council, Previous Source, p:5.
- ٢٠- Gehl, Jan,2010, Previous Source, p:49.
- ٢١- Wyckoff ,Mark, 2010, Placemaking, Sense Of Place & Place-Based Initiatives: Key Parts Of Regional And Local Economic Development Strategies .Planning And Zoning News ,p:12.
- ٢٢- Legge ,Kylie, 2015, The Evolution Of Placemaking : What's Next ? ,EDGE Condition Journal, Volume 05,January 2015, p:14.
- ٢٣- Garbow, Steven ,2016, Principles And Practice Of Community Placemaking, University Of Wisconsin Extension, p:21.
- ٢٤- PPS & Metropolitan Planning Council, Previous Source, p:18.
- ٢٥- Mustred, Sako & Brown, Julie, 2010 ,Making Creative- Knowledge Cities :A Guide For Policy Makers, Amsterdam Institute For Social Science Research, p:29.

- ٢٦- PPS & Metropolitan Planning Council, Previous Source, p:19.
- ٢٧- Wyckoff, Mark & Neumann ,Brad & Schindler, K, 2015, Placemaking As An Economic Development Tool, A Placemaking Guidebook, Land Policy Institute And The Planning & Zoning Center At Michigan State University, p:240.
- ٢٨- APS Group Scotland, 2013, Creating Places: A Policy Statement On Architecture And Place In Scotland ,The Scottish Government, p,p: 8,12.
- ٢٩- Wyckoff, Mark et al., 2015, Previous Source, p:401.
- ٣٠- Wyckoff, Mark et al., 2015, Previous Source, p:387.
- ٣١- Wyckoff, Mark ,2014 ,Definition Of Placemaking: Four Different Types, Planning And Zoning News Journal ,p: 4.
- ٣٢- Wyckoff, Mark et al., 2015, Previous Source, p:389.
- ٣٣- Wyckoff, Mark et al., 2015, Previous Source, p:54.
- ٣٤- PPS & Metropolitan Planning Council, Previous Source, p:11.
- ٣٥- Land Policy Institute, Previous Source, p:8.
- ٣٦- Land Policy Institute, Previous Source, p:8.
- ٣٧- Wyckoff, Mark ,2013 ,Communities With The Biggest Opportunities For Success With Strategic Placemaking, MSU Land Policy Institute, p:2
- ٣٨- Land Policy Institute, Previous Source, p:8.
- ٣٩- Florida, Richard. 2012.The Rise Of The Creative Class, 2nd edition, New York, Basic Books, p:38.
- ٤٠- Wyckoff, Mark et al., 2015, Previous Source, p:30.
- ٤١- Wyckoff, Mark et al., 2010, Previous Source, p: 9.
- ٤٢- Wyckoff, Mark et al., 2014, Previous Source, p:6.
- ٤٣- Land Policy Institute, Previous Source, p:5.
- ٤٤- Madill, Holly & Keesler, Jeff & Cox, Jason, 2014, Building Livable Communities :Corridor Design Portfolio. Michigan State University, p:9.

- ٤٥- Markusen, Ann & Gadwa ,Anna. 2010 .Creative Placemaking .National Endowment For The Arts .Washington DC, p: 5.
- ٤٦- Ross, Caroline. 2016.Exploring The Ways Arts And Culture Intersect With Public Safety. Urban Institute /Art Place America, p:11.
- ٤٧- Wyckoff, Mark et al., 2010, Previous Source, p: 6.
- ٤٨- Bennett, Jamie, 2014, Creative Placemaking In Community Planning And Development: An Introduction To Art Place America ,Community Development Investment Review, 10 (2), p,p : 75-79.
- ٤٩- Wyckoff, Mark et al., 2015, Previous Source, p:478.
- ٥٠- Land Policy Institute, Previous Source, p:6.
- ٥١- Madill, Holly et al., Previous Source, p:15.
- ٥٢- Wyckoff, Mark et al., 2015, Previous Source, p:411.
- ٥٣- Lyndon ,M.& Garcia, T. & Preston, R. & Woudstra, R. , 2012, Tactical Urbanism :Short-Term Action, Long- Term Change. Vol. 2, New York, Street Plans Collaborative, p:1.
- ٥٤- Pfeifer, Laura. 2013.Tactical Urbanism & The Role Of Planners. School Of Urban Planning. McGill University, p:108.
- ٥٥- Wyckoff, Mark et al., 2015, Previous Source, p:478.
- ٥٦- Wyckoff, Mark, 2014, Previous Source, p:7.
- ٥٧- Wyckoff, Mark et al., 2015, Previous Source, p:33.

المراجع:

- ١- Adelaja, Adesoji & Borowy, Tyler , 2012, Building Prosperous places In Michigan – Summary Report , The Land Policy Institution.
- ٢- Alexander, Christofer,1979, The Timeless Way Of Building, Oxford University Press, p:23.

- ٣- APS Group Scotland, 2013, Creating Places: A Policy Statement On Architecture And Place In Scotland ,The Scottish Government.
- ٤- Bennett, Jamie, 2014, Creative Placemaking In Community Planning And Development: An Introduction To Art Place America ,Community Development Investment Review, 10 (2), p: 74-81.
- ٥- Boer, R. & Varies, J., 2009, The Right To The City As A Tool For Urban Social Movements: The Case Of Barceloneta, The 4th International Conference Of The International Forum On Urbanism (IFOU), p:1321-1330.
- ٦- Florida, Richard. 2012.The Rise Of The Creative Class, 2nd edition, New York, Basic Books.
- ٧- Garbow, Steven ,2016, Principles And Practice Of Community Placemaking, University Of Wisconsin Extension.
- ٨- Gehl, Jan, 2010, Cities For People, Island Press.
- ٩- Gehl, Jan, 2007, Public Spaces For A Changing Public Life ,in Thompson, Catharine W. & Travlou, Penny (Editors), Open Space: People Space, Taylor & Francis.
- ١٠- Jacobs ,Jane,1961,The Death And Life Of Great American Cities, USA: Random House.
- ١١- Land Policy Institute, 2015, Placemaking Assessment Tool , Michigan State University.
- ١٢- Legge ,Kylie, 2015, The Evolution Of Placemaking : What's Next ? ,EDGE Condition Journal, Volume 05,January 2015, p:12-15
- ١٣- Lynch, Kevin,1960, The Image Of The City, Cambridge : MIT Press.
- ١٤- Lyndon ,M.& Garcia, T. & Preston, R. & Woudstra, R. , 2012, Tactical Urbanism :Short-Term Action, Long- Term Change. Vol. 2, New York, Street Plans Collaborative.
- ١٥- Madill, Holly & Keesler, Jeff & Cox, Jason, 2014, Building Livable Communities :Corridor Design Portfolio. Michigan State University.
- ١٦- Markusen, Ann & Gadwa ,Anna. 2010 .Creative Placemaking .National Endowment For The Arts .Washington DC.

- ١٧- Mustred, Sako & Brown, Julie, 2010 ,Making Creative- Knowledge Cities :A Guide For Policy Makers, Amsterdam Institute For Social Science Research.
- ١٨- Pfeifer, Laura. 2013.Tactical Urbanism & The Role Of Planners. School Of Urban Planning. McGill University.
- ١٩- PPS & Metropolitan Planning Council ,2008, A guide To Neighborhood Placemaking In Chicago, The Richardson H. Driehaus Foundation.
- ٢٠- PPS & UN-HABITAT ,2012 ,Placemaking And The Future Of Cities, United Nations Federal Credit Union.
- ٢١- Relph, Edward, 1976, Place And Placelessness, Pion Limited.
- ٢٢- Ross, Caroline. 2016.Exploring The Ways Arts And Culture Intersect With Public Safety. Urban Institute /Art Place America.
- ٢٣- Silberberg ,Susan ,2013, Places In The Making: How Placemaking Builds Places And Communities, Massachusetts Institution of Technology.
- ٢٤- Steuteville ,R. & Langdon, Ph. 2009. New Urbanism: Best Practice Guide .4th ed. New Urban News Publication.
- ٢٥- Whyte, William H., 1980, The Social Life Of Small Urban Spaces, USA: Edwards Brothers. Inc. Am Arbor, Michigan.
- ٢٦- Wyckoff, Mark ,2013 ,Communities With The Biggest Opportunities For Success With Strategic Placemaking, MSU Land Policy Institute.
- ٢٧- Wyckoff, Mark ,2014 ,Definition Of Placemaking: Four Different Types, Planning And Zoning News Journal ,January 2014.
- ٢٨- Wyckoff, Mark & Neumann ,Brad & Schindler, K, 2015, Placemaking As An Economic Development Tool, A Placemaking Guidebook, Land Policy Institute And The Planning & Zoning Center At Michigan State University.
- ٢٩- Wyckoff ,Mark, 2010, Placemaking, Sense Of Place & Place-Based Initiatives: Key Parts Of Regional And Local Economic Development Strategies .Planning And Zoning News .November: p6-15.

٣٠- Zelinka ,Harden ,2006, Placemaking On Budget, AP Planning Advisory Service.

مصادر الانترنت:

١- Lawlor, Michael, The Architects Newspaper, 2012, Gimme Shelter: Orlando–Area Bus Stops Get Theme Park Treatment, <https://archpaper.com/2012/01/gimme-shelter-orlando-area-bus-stops-get-theme-park-treatment/> , Accessed: Nov. 27,2017.

٢- Project For Public Spaces, 2016, Actions For Streets: How Government Makes It Happen, <https://www.pps.org/reference/actions-streets-places-government-makes-happen/#policies> , Accessed: Nov. 27, 2017.

٣- Macedo, Danilo & Ficher, Sylvia, The Gelly Conservation Institution, 2013, Brasilia : Preservation of a Modernist City, http://www.getty.edu/conservation/publications_resources/newsletters/28_1/brasilia.html , Accessed: Nov. 27, 2017.