

رویکرد شهروندی فضایی؛ چهارچوبی برای مشارکت شهروندان در فرآیندهای برنامه-ریزی شهری

اسماعیل شیعه^۱، احسان اصلانی^{۲*}، مریم اصلانی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۰۶/۱۸

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۶/۰۸/۳۰

صفحات: ۴۷-۶۵

چکیده

شهروندی فضایی، رویکردی برای آموزش شهروندان به منظور بهره‌گیری از فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی مدرن است. بر این اساس یک شهروند فضایی باید قادر به تفسیر «اطلاعات فضایی» و واکنش منتقدانه به آن‌ها باشد، به کمک نقشه‌ها و سایر «نمایه‌های فضایی» ارتباط برقرار کند و نظرات مشخص مکانی را با استفاده از «جغرافیای رسانه‌ای» بیان نماید. با توجه به گستردگی فضای ارتباطات و اطلاعات، نیاز مبرمی به درک ویژگی‌های این مفهوم نوظهور و راهکارهای خاص فرآیند برنامه‌ریزی شهری مشارکتی، مبتنی بر رویکرد شهروندی فضایی وجود دارد. روش تحقیق در این مطالعه توصیفی بوده و از شیوه‌های اسنادی و مرور متن در بستر مطالعات کتابخانه‌ای استفاده شده است. به این صورت که با مراجعه به منابع معتبر، اطلاعات موردنظر گردآوری گردید. شهروندی فضایی از لحاظ مفهومی از تصاحب فردی و جمعی فضای اجتماعی، سرچشمه می‌گیرد و از افراد برای دستیابی به صلاحیت‌های لازم حمایت می‌کند تا از این طریق، مشارکت فعال‌تری در جامعه داشته باشند. شهروندی فضایی با ترکیب مفاهیم مطلق، ادراکی و مفاهیم وابسته به فضا، یک دامنه فضایی را به آموزش شهروندی می‌افزاید. در این رویکرد، دارا بودن مهارت و توانایی ضرورت دارد. صلاحیت‌های لازم برای شهروندی فضایی، عبارت‌اند از: ساختارشنکی اطلاعات فضایی قابل‌دسترس از منابع مختلف؛ ارتقاء بینش شخصی افراد، نسبت به فضای اجتماعی در کنار توانمندسازی آن‌ها جهت تفسیر و برقراری ارتباط با کمک اطلاعات جغرافیایی. با توجه به مورد پژوهشی، رویکرد پیشنهادی می‌تواند با آموزش شهروندان، نقش مؤثری را در تحقق اهداف برنامه‌ریزی راهبردی ایفا کند به‌گونه‌ای که ماهیت برنامه‌ریزی شهری مشارکتی را دگرگون سازد. شهروندی فضایی، چهارچوبی نوین را برای مشارکت عموم مردم در فرایندهای برنامه‌ریزی شهری ترویج می‌کند که بر تعامل بی‌واسطه و دائم بین برنامه‌ریزان و شهروندان استوار است.

واژگان کلیدی: شهروندی فضایی، مشارکت شهروندان، برنامه‌ریزی شهری، فناوری ارتباطات و اطلاعات، جغرافیای رسانه‌ای

es_shieh@iust.ac.ir

^۱ - استاد شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه علم و صنعت ایران، تهران، ایران

^۲ - دانشجوی دکتری شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران (نویسنده مسئول) ehsan_aslani88@yahoo.com

^۳ - کارشناس ارشد معماری سیستم‌های کامپیوتری، دانشکده مهندسی کامپیوتر، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات کرمان، کرمان، ایران. maryam_aslani82@yahoo.com

مقدمه

در دوران معاصر، شهرها و محدوده های شهری بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته اند. موضوعاتی همچون شهرنشینی سریع، شهرهای هوشمند، نیاز به شهرهای سبز، توسعه پایدار و نیز واسازی^۴ و بازسازی شهری همانند تحلیل رفتن شهرها چالش های گوناگونی را پیش روی برنامه ریزی شهری پدید آورده است. بسیاری از چالش های موجود را می توان با تکیه بر مشارکت شهروندان در فرآیندهای برنامه ریزی شهری به فرصت تبدیل نمود. از این منظر، شهروندان، نیازها و توقعات خود را که به واسطه ارتباط مداوم و زندگی در یک فضای شهری به دست آورده اند مطرح می کنند و برنامه ریزان نیز با ارزیابی خواسته های آنان، راه حل هایی باهدف رفع مشکلات و یا حفظ و بهبود شرایط موجود ارائه می دهند؛ اما همین الگوی مشارکت عمومی می تواند به اشکال مختلفی صورت پذیرد.

پیشرفت سریع فناوری ارتباط و اطلاعات^۵ در عصر کنونی منشأ تحولاتی بی مانند در حوزه برنامه ریزی فضایی و به خصوص برنامه ریزی شهری گردیده و افق های جدیدی را پیش روی این حوزه گشوده است. با توجه به اینکه امروزه جغرافیای رسانه ای^۶ در بستر فناوری های ارتباطی و اطلاعاتی پیشرفته غالباً در دسترس عموم قرار دارد؛ برنامه ریزان قادرند همه جا و همه وقت از آراء شهروندان آگاه شوند. از این منظر بسیاری از موانع موجود بر سر راه مشارکت شهروندان از میان برداشته می شود؛ اما معضلاتی نیز مثل عدم آشنایی عامه مردم با فناوری های ارتباطی و اطلاعاتی مدرن، ابزارهای جغرافیای رسانه ای و نحوه کاربرد آن ها وجود دارد که باید آن ها را نیز در نظر داشت.

با توجه به آنچه گفته شد، عوامل محوری که علاوه بر ارتباط روزافزون با فرآیندهای برنامه ریزی شهری، فرصت های متعددی را نیز به وجود آورده اند عبارت اند از:

۱- مشارکت عمومی (دخالت عموم مردم)؛

⁴ Deconstruction

⁵ Information and Communications Technology (ICT)

⁶ Geo-media

۲- یکپارچگی فناوری های ارتباطی و اطلاعاتی مدرن، به عنوان مثال ابزارهای وب ۲.۰؛

۳- به کارگیری جغرافیای رسانه ای.

اما در این زمینه، سؤالات بسیاری مطرح است که بایستی به آن ها پاسخ داد:

- چگونه شهروندان در جامعه به صورت فضایی توانمند می شوند؟

- چه مهارت هایی برای کاربرد بایسته جغرافیای رسانه ای به خصوص در برنامه ریزی شهری مشارکتی مورد نیاز هستند؟

- چگونه می توان عموم مردم و به ویژه بزرگسالان را به کاربران ماهر جغرافیای رسانه ای تبدیل نمود؟

برای پاسخ به سؤالات تحقیق و نیل به اهداف پژوهش، ابتدا مفاهیم پایه برنامه ریزی شهری، فناوری ارتباطات و اطلاعات و جغرافیای رسانه ای تعریف شده و سپس ارتباط آن ها با مشارکت عمومی تبیین می گردد. در ادامه مبانی نظری رویکرد شهروند فضایی و ابعاد گوناگون آن به عنوان چهارچوبی راهگشا در فرآیندهای برنامه ریزی شهری مشارکتی مورد بحث قرار می گیرد. در نهایت برای درک بهتر راهکارهای مناسب، ساختار، محتوای دروس و ابزارهای یک کارگاه آموزشی؛ نمونه ای عملی از تجارب کشور اتریش در این زمینه به صورت مبسوط تشریح می شود.

تعاریف و مفاهیم پایه

۱- برنامه ریزی شهری: یک رشته خاص در حوزه برنامه ریزی فضایی است که مرتبط با سکونتگاه ها و وابسته به چیدمان فضایی و تعیین شرایط به منظور استقرار ساختارها در فضای شهری می باشد. همگان اذعان دارند که فرآیندهای موفق برنامه ریزی شهری، منجر به رشد اقتصادی، هماهنگی اجتماعی و زیست محیطی، پیشرفت های سیاسی و نیز پیشرفت های علمی می شوند، در حالی که فقدان، ضعف یا برنامه ریزی شهری نامطلوب

طی سالیان متمادی، سبک و سیاق فرآیندهای برنامه‌ریزی فضایی تکامل یافته است. راندولف اظهار می‌دارد که:

«مشارکت عمومی در ۱۹۷۰ رشد پیدا کرد، در ۱۹۸۰ بر برقراری ارتباطات تأکید گردید و از ۱۹۹۰ رویکردهای مشارکتی‌تر شامل هم‌فکری سهامداران و ذینفعان با یکدیگر دیده شد» (Randolph, 2004: 16).

امروز مشارکت عمومی به شکل گسترده‌ای به‌عنوان الگو وارۀ^{۱۰} ای در حمایت از برنامه‌ریزی فضایی و همچنین برنامه‌ریزی شهری پایدار پذیرفته شده است. با توجه به شرایط خاص موجود در شهرها، برنامه‌ریزی شهری، بیش از دیگر شاخه‌های برنامه‌ریزی، بر همکاری میان گروه‌های مختلف شامل مسئولان، برنامه ریزان و عموم مردم تکیه دارد (Jiang et al., 2003). توجه به خواسته‌های چندوجهی و گاهاً متضاد از جانب جمعیت رو به رشد و متنوع شهرها موجب آگاهی یافتن از درگیری‌های موجود و اتخاذ تصمیماتی آگاهانه و راسخ می‌شود (Hennig & Volger, 2013: 358).

همچنین در عمل، ثابت شده است که شمول شهروندان در تمام امور و مراحل مرتبط با فرآیندهای برنامه‌ریزی شهری به‌گونه‌ای که طی آن فرایند، شهروندان مجاز به همکاری، اظهار نظر، بهبود و سنجش اطلاعات باشند منافع ویژه‌ای را در پی دارد (Jankowski, 2009; Renn et al., 1993).

پلکان مشارکت می‌تواند بر روی سطوح مختلف زیر استقرار یابد:

۱- آگاهی؛

۲- مشاوره؛

باعث محرومیت اجتماعی، فقر، پراکنده رویی شهرها و مشکلات زیست‌محیطی می‌گردد (UN-HABITAT, 2008).

۲- فناوری ارتباطات و اطلاعات: اصطلاح تعمیم‌یافته فناوری اطلاعات^{۱۱} است و به‌طور گسترده به فن‌آوری‌های به‌کاررفته در انتقال، دست‌کاری و ذخیره داده‌ها با وسایل الکترونیک (به‌عنوان مثال، آموزش از راه دور) اشاره دارد که انجام طیف گسترده‌ای از عملکردهای ارتباطی و اطلاعاتی را بر عهده‌دارند و پست الکترونیک، پیام‌های متنی (مثل پیامک)، گفتگوی تصویری (مانند اسکایپ)، رسانه‌های اجتماعی برخط (مثل، فیس‌بوک) و نیز رایانه‌های مختلف (همچون، لپ‌تاپ و تلفن‌های هوشمند) را دربر می‌گیرد (Perron et al., 2010: 67).

۳- جغرافیای رسانه‌ای: تعریف عام از جغرافیای رسانه‌ای، بیانگر هرگونه اطلاعات دیجیتال یا رسانه‌ای است که یک مرجع فضایی فراهم می‌آورد. علاوه بر این شامل خدمات و ارتباطات مبتنی بر مکان مانند بازنمایی‌های فضایی و پوشش طیف گسترده‌ای از خروجی‌ها از توضیحات کلامی گرفته تا مصور در بستر رسانه‌های اجتماعی^{۱۲} است (Gryl et al., 2010: 3).

برنامه‌ریزی شهری و مشارکت عمومی

متخصصان برای پیشبرد برنامه‌ریزی شهری، به استفاده از چهارچوب‌هایی خاص مانند فرایند برنامه‌ریزی راهبردی روی آورده اند. این‌گونه فرآیندها شامل مراحل متعدد، مطابق با روش‌های کلی حل مسئله هستند: با بیان مسئله آغاز می‌گردند؛ اشکال گوناگونی از تحلیل را در برمی‌گیرند و درنهایت به پیش‌بینی و طراحی راه‌حل ختم می‌شوند. آن‌ها همچنین برای حل مشکل، گزینه‌ها را در نظر گرفته و ارزیابی می‌کنند (Hall, 2002).

^{۱۱} Information Technology (IT)
^{۱۲} Social Media

^{۱۰} Paradigm



۳- شمول؛

توسعه فناوری ارتباطات و اطلاعات

۴- همکاری؛

با توجه به پیشرفت سریع فناوری ارتباطات و اطلاعات در سال‌های اخیر، تغییرات شگرفی در مسیر ورود عموم مردم به پروژه‌های برنامه‌ریزی ایجاد شده است (Ramasubramanian, 2010). همان‌طور که در (جدول ۱) ارائه شده است، رسانه‌های دیجیتال فرصت‌های گوناگونی را به وجود می‌آورند (Da Trindade et al., 2010; Milovanovic, 2003).

۵- توانمندسازی (IAP2, 2007).

جدول ۱: طیف‌ها و فنون مشارکت عمومی (Hennig & Volger, 2011: 80)

راه ارتباطی دوطرفه			راه ارتباطی یک‌طرفه		
توانمندسازی	همکاری	شمول	مشاوره	آگاهی	
جایگاه تصمیم‌گیری نهایی در دستان مردم است.	همکاری با مردم بر همه جنبه‌های تصمیم‌گیری شامل توسعه گزینه‌ها و شناسایی راه‌حل ارجح است.	کار کردن مستقیم با مردم در حین فرایند تضمین می‌نماید که آرزوها و نگرانی‌های عمومی همواره درک و در نظر گرفته شده‌اند.	بازخورد عمومی در تحلیل‌ها، گزینه‌ها و تصمیم‌گیری‌ها فراهم می‌شود.	با ارائه عمومی اطلاعات عینی و متعادل به آن‌ها در درک مشکلات، گزینه‌ها، فرصت‌ها و راه‌حل‌ها یاری می‌رساند.	اهداف
- داوری شهروندان؛ - رأی‌گیری؛ - واگذاری تصمیم‌گیری.	- رایزنی محلی؛ - هیئت‌ها؛ - ایجاد اجماع؛ - تصمیم‌گیری مشارکتی.	- کارگاه‌های آموزشی؛ - مشورت؛ - رأی‌گیری.	- نظرخواهی عمومی؛ - پیمایش؛ - جلسات عمومی.	- گزاره برگ؛ - در معرض دید عموم قرار دادن.	فنون
- سامانه‌های پشتیبان تصمیم‌گیری بر خط.	- خدمات، برگه‌ها و مدارک بر خط به‌صورت الکترونیکی.	- مجامع مذاکره برخط.	- نظرسنجی بر خط.	- تارنماها (اصلی).	مصادیق فناوری ارتباطات و اطلاعات

معین (به‌دوراز زمان‌بندی بد) و در مکان ثابت (باوجود دوری مسافت، حمل‌ونقل عمومی ضعیف و...) بدون آنکه

با ترکیب فناوری ارتباطات و اطلاعات مدرن در برنامه‌ریزی، عده کثیری از مردم می‌توانند در زمان‌های



قابل تعمیمی را برای کشف محتوای نقشه‌های مصور، مثل اتکا بر توانایی کشف لایه‌های مختلف با هدایت (زوم، چرخاندن) و تغییر ظاهر بصری نقشه ارائه می‌دهند. (Jiang et al., 2003; Jiang & Li, 2005; MacEachren et al., 2004; MacEachren & Kraak, 1997)

جغرافیای ارتباطی، استفاده و ترکیب انواع مختلف عناصر چندرسانه‌ای (متن، عکس، تصویر، پویانمایی، فایل‌های صوتی و تصویری و غیره) به‌علاوه جغرافیای رسانه‌ای است (Hennig & Volger, 2013: 359)؛ که در آن تعداد زیادی کاربر می‌توانند در تولید و مصرف ویژگی‌های متناسب (به‌اصطلاح نقشه‌برداری مشارکتی) و به‌کارگیری ویژگی‌های تعاملی ارائه‌شده توسط ابزارهای مبتنی بر رایانه باهم همکاری داشته باشند (Brodersen & Nielsen, 2006; Jobst, 2009).

ابزارهای اعمال قدرت جغرافیای رسانه‌ای یا همان جغرافیای مصور و جغرافیای ارتباطی در حوزه برنامه‌ریزی مشارکتی متعدد هستند. برای نمونه برنامه‌های کاربردی مورد استفاده عبارت‌اند از؛ ابزارهای نقشه‌برداری ساده وب (مجاز برای نقشه‌برداری مشارکتی، مانند Google Maps, Bing Maps, Scribble Maps, ArcGIS online, Open Street Map) و سامانه‌های اطلاعات جغرافیایی مشارکت عمومی^{۱۱} که برای بهره‌مندی از کاربر تولیدکننده محتوا (به‌عنوان مثال، اطلاعات جغرافیایی داوطلبانه)، بسترهای رسانه‌ای اجتماعی خاص (مجاز برای بحث مابین بازیگران مختلف با استفاده از متن، جغرافیای رسانه و چندرسانه‌ای با روش ترکیبی) و ژئوپرتال‌ها^{۱۲} (رابط کاربری برای زیرساخت‌های داده فضایی^{۱۳}، INSPIRE و داده باز

شخصاً در جلسات گفتگو حضور یابند، تبادل نظر نمایند و نظرخواهی شوند. بر این اساس، سرعت ارتباط بین افراد ذینفع می‌تواند افزایش یابد و کیفیت ارتباطات هم ممکن است احتمال مشارکت افراد آرام، کم‌حرف و خجالتی را بهبود بخشد. نتایج بهینه در برنامه‌ریزی بر اثرات مثبت بهره‌گیری از ابزار مناسب تأکید دارد (Jiang et al., 2003; Milovanovic, 2003). از این‌رو، افزایش تقاضای برنامه‌ریزان جهت استفاده از ابزارهای ارتباطی جدید برای مشارکت عمومی از طریق اینترنت جایز شمرده می‌شود (Devisch, 2008; Evans-Cowley, 2010).

ابزارهای جغرافیای رسانه‌ای

با توجه به اهداف مرجع فضایی، استفاده از جغرافیای رسانه‌ای همیشه نقش محوری را در برنامه‌ریزی فضایی ایفا می‌کند که به شکل قابل توجهی، تصمیم‌گیری را بهبود می‌بخشد (Von Haaren, 2004). در زمینه مشارکت عمومی، استفاده از جغرافیای رسانه‌ای بایستی به‌عنوان رسانه‌ای با اهمیت جهت مصورسازی و برقراری ارتباط مورد تأکید قرار گیرد (Sieber, 2006).

جغرافیای مصور به مجموعه‌ای از ابزارها و فنون اشاره دارد که از تجزیه و تحلیل داده‌های فضایی با استفاده از مصورسازی تعاملی حمایت می‌کنند. این بدین معنی است که جغرافیای رسانه‌ای در راستای این روش‌ها و زمانی که با درک انسان آمیخته شود به فرایندهای داده‌کاوی و تصمیم‌گیری کمک می‌نماید. از این‌رو، مادامی که نقشه‌های ایستای سنتی (مانند، نقشه‌های آنالوگ یا کاغذی) قابلیت کاوش محدودی دارند و نمایش‌های گرافیکی به شکل اجتناب‌ناپذیری به داده وابسته می‌باشند، نقشه‌های دیجیتال تعاملی، مناسب‌تر هستند. نظر به بهره‌گیری از ویژگی‌های مناسب، نقشه‌های دیجیتال تعاملی، روش‌های

¹¹ Public Participation Geographic Information System (PPGIS)

¹² Geoportal

¹³ Spatial Data Infrastructure (SDI)



رابطه با توسعه وب ۲،۰، در حال حاضر، نسل جوان با تنوع امکانات اطلاعاتی برای مشارکت سیاسی یا فضایی و ابراز عقاید خود مواجه است (Bennett et al., 2009). فرض مشارکت در شکل‌گیری فرایندهای فضایی و تصاحب فضا متأثر از نظریه لوفور^{۱۸} (۱۹۹۳) درباره (باز) تولید فضای عمومی است که به‌وسیله افراد و نیز مؤسسات ذینفع ساخته شده، معنا یافته و در نتیجه به‌عنوان جلوه‌ای از روابط قدرت و نظارت استفاده می‌شود. این (باز) ساخت‌های فضایی پس از (باز) تولید و ارتباط از طریق جغرافیای رسانه‌ای (دیجیتال) هستند که همیشه حامل اطلاعات جغرافیایی‌اند (Fischer, 2014). شهروندی فضایی به یک نقطه عطف مفهومی در نظریه‌های جغرافیای اجتماعی عمل‌گرا^{۱۹} و جغرافیای فرهنگی جدید^{۲۰} تبدیل شده است. این رویکردها مدعی‌اند که بشر به‌طور مداوم فضاها را تصاحب می‌کند^{۲۱}، چنانکه انسان‌ها معانی را به

حاکمیتی^{۱۴}) توسعه یافته‌اند (Hennig & Volger, 2013: 359).

مفهوم شهروندی فضایی

مفهوم شهروندی فضایی^{۱۵}، تعاملات فعال را در فرایندهای تصمیم‌گیری فضایی به‌واسطه بهره‌برداری و تولید واکنشی جغرافیای رسانه‌ای ترویج می‌کند (Gryl & Jekel, 2012). این مفهوم به‌منظور ارائه چهارچوبی برای تعامل شهروندان در فرآیندهای بهره‌برداری واکنشی از جغرافیای رسانه‌ای و مشارکت آزاد در فرآیندهای تصمیم‌گیری مشارکتی مختلف است (Pokraka, 2016: 263).

واکنش در جغرافیای رسانه‌ای به معنی واکنش نسبت به محدودیت‌های ناشی از معانی سابق از طریق ساختار شکنی آن‌ها است، به‌عنوان مثال، پرسشی که جنبه‌های ارتباطی پنهان یک مشکل فضایی خاص یا تصمیم‌گیری را در نظر می‌گیرد و یا بالعکس. شهروندی فضایی از نظریه‌های نقشه‌برداری انتقادی^{۱۶} بهره می‌برد که در رأس همه آن‌ها ساختار شکنی نقشه^{۱۷} هارلی است (Harley, 1989). در ضمن، واکنش (به‌اصطلاح، خود واکنش) به معنی آگاهی از خویشتن، ساخت فرضیه ذهنی در حین استفاده از جغرافیای رسانه‌ای است (MacEachren, 1992).

از این‌رو، شهروندی فضایی بر پایه رویکردهای نظری مختلف است. یکی از اصول اساسی، فرض آن است که اشکال مشارکت (سیاسی) در سال‌های اخیر به‌شدت تغییر کرده‌اند. در نتیجه جوانان به‌جای فرایند رسمی به مشارکت سیاسی و فضایی با فرایندهای غیررسمی درگیرند. در

¹⁸ Henri Lefebvre

¹⁹ Action-oriented Social Geography

²⁰ New Cultural Geography

²¹ در این نظریه‌ها، فضاها، برساخته اجتماعی (Socially constructed) محسوب می‌شوند. تا حد زیادی، پیوند معنا ناخودآگاه صورت می‌پذیرد. در ادامه مباحث و مقوله‌های رایج از نظر اجتماعی مورد پذیرش قرار می‌گیرند. معانی داده‌شده به اشیاء فیزیکی، اعمالی را تعیین می‌کنند که امکان‌پذیر تلقی می‌شوند. برای نمونه، میدانی آسفالت شده در مرکز یک شهر ممکن است معانی متعددی داشته باشد: می‌تواند به‌عنوان پارکینگ خودرو و نیز مکانی برای توپ‌بازی تفسیر شود، هر دو این معانی برای چیرگی رقابت می‌کنند. به‌محض این که یکی از این معانی در نتیجه روابط قوی اجتماعی، برتری یابد ممکن است معانی دیگر زوال یابند، ناپدید شوند و سرانجام دیگر مورد استفاده نگیرد. برتری یک معنای خاص بر دیگری می‌تواند توسط بازنمایی معانی انسان‌ساخت همچون نشانه‌های روی ساختمان‌ها،

¹⁴ Open Government Data

¹⁵ Spatial Citizenship

¹⁶ Critical Cartography Theories

¹⁷ Deconstructing the Map



تعویض می‌نماید که می‌تواند یا نمی‌تواند با محلی خاص بر روی سطح زمین پیوند یابد. آنگاراد کلاس استفنز و ویکی اسکوایر^{۲۵} (۲۰۱۲) استدلال نموده‌اند که فرآیندهای گفت‌وگو اجتماعی در جوامع ایستا به علت فناوری‌های اطلاعاتی جدید تغییر کرده‌اند.

شهروندی فضایی، توجه ویژه‌ای به اجتماعات وب^{۲۶} و شبکه‌های جغرافیایی اجتماعی^{۲۷} دارد. یک شهروند فضایی، یک «شهروند عمل‌گرا»^{۲۸} است که در تقابل با مفهوم قدیمی «شهروند فرمان‌بردار»^{۲۹} (مطابق جدول ۲) قادر است از وب ۲،۰ و برنامه‌های کاربردی مبتنی بر ابر^{۳۰} برای مقایسه منابع اطلاعاتی مختلف و متناقض پنهانی استفاده کند و ایده‌های جایگزین خود را از طریق ابزارهای وب خبرسازان^{۳۱} به اشتراک گذارد (Gryl & Jekel, 2012).

ماهیت کالبدی که از نظر جغرافیایی استقرار یافته پیوند می‌دهند (Jekel et al., 2015) تا آن را برای فعالیت‌های خود آماده کنند (Werlen, 1993).

شهروندی فضایی از بسیاری جهات می‌تواند از شهروندی سنتی متمایز شود. شهروندی فضایی وضعیت‌های نهادی و محلی چندگانه را ارجح می‌نهد. این یک گسست پیوند از شهروندی ملی سنتی است به نحوی که با ملت یا دولت محلی به‌عنوان نهاد‌های فضایی از پیش تعریف‌شده ارتباط ندارد. شهروندی فضایی بر مبنای حقوق بشر و مذاکره دموکراتیک برای اطمینان از مبنای مصالحه و سازش قرار گرفته است. این موضوع مبتنی بر مفهوم شهروندی کنش‌گرا^{۳۲} در مقابل شهروندی فعال^{۳۳} است که بر اساس فرمول میچل و الوود^{۳۴} (۲۰۱۲): «فردی است که قواعد اجتماعی بلامنازعی که مشارکت را محدود می‌سازند به چالش بکشد».

شهروندی فضایی به برداشتی صریح و انعطاف‌پذیر از نهادهای اجتماعی اشاره دارد. این مفهوم، تعلق به یک محل خاص را با مفهوم تعلق با جوامع متعدد و سیال

اصلاحات ساختاری در محیط کالبدی یا نمادها و تفاسیری از اهمیت اجتماعی-فرهنگی اماکن و اشیاء در بازنمایی‌های فضایی مصور به‌وسیله جغرافیای رسانه‌ای پیوند یابد. بنابراین تصاحب کامل فضا شامل پیوند آگاهانه معنا و نیز آگاهی از معانی‌ای که توسط دیگران به اماکن پیوند یافته‌اند و دربرگیرنده حساسیت نسبت به بسیاری از معانی پنهان و منتقل‌شده در یک گفت‌وگو رایج است. بنابراین کلیدهای تصاحب کامل فضا ساختار شکنی معانی تولیدشده اجتماعی، توانایی برقراری ارتباط با خویش، معانی متناقض پنهان و تبادل نظر با دیگران است.

²⁵ Angharad Closs Stephens & Vicki Squire

²⁶ [Web Communities](#)

²⁷ [Geo-social Networks](#)

²⁸ [Actualized Citizen \(AC\)](#)

²⁹ [Dutiful Citizen \(DC\)](#)

³⁰ [Cloud-based Applications](#)

³¹ [Collaborative Web Tools](#)

²² [Activist Citizenship](#)

²³ [Active Citizenship](#)

²⁴ Katharyne Mitchell & Sarah Elwood

جدول ۲: برخی از ویژگی‌های انواع هویت شهروندی (بنت و دیگران، ۲۰۰۹: ۸).

شهروند عمل‌گرا	شهروند فرمان‌بردار
- احساس وظیفه ضعیف برای مشارکت در حکومت.	- احساس وظیفه قوی برای مشارکت در حکومت.
- تمرکز بر سبک زندگی سیاسی: مصرف‌گرایی سیاسی، داوطلب شدن، فعالیت‌های اجتماعی.	- رأی دادن هسته یک فعالیت مردم‌سالارانه.
- بی‌اعتمادی به رسانه‌ها و سیاستمداران؛ - رغبت کمتر برای دنبال نمودن اخبار سیاسی.	- اعتماد زیاد به رسانه‌ها و رهبران در مورد مسائل و حکومت؛ - دنبال نمودن اخبار.
- پیوند سست شبکه‌ها برای فعالیت اجتماعی؛ - ارتباط از طریق رسانه‌های دیجیتال.	- پیوند با سازمان‌های اجتماعی، گروه‌های ذینفع، احزاب؛ - ارتباط از طریق رسانه‌های جمعی.

مسئولیت‌های مدنی هستند (Hennig & Volger, 2013: 359).

با توجه به تحولاتی که در بالا ذکر شد حوزه برنامه‌ریزی فضایی با چالش‌های عدیده‌ای روبه‌رو است که عبارت‌اند از:

۱- تشریح روش‌ها و فنون حمایت از مشارکت؛

۲- ارائه برنامه‌های نرم‌افزاری کاربردی مناسب؛

۳- پاسخگویی مناسب به مطالبات شهروندان مستعد تا قادر به مشارکت در فرآیندهای برنامه‌ریزی با کاربرد فناوری ارتباطات و اطلاعات و جغرافیای رسانه‌ای باشند.

اگرچه در سال‌های اخیر، به موارد نخست توجه شده، اما هنوز هم آن‌چنان‌که شایسته است به مورد آخر پرداخته نمی‌شود.

در حال حاضر در مقوله تقویت مهارت‌های جغرافیای رسانه‌ای بزرگ‌سالان، شکاف عمیقی وجود دارد. با این‌وجود، بزرگ‌سالان عموماً خواهان همکاری و مشارکت در فرآیندهای برنامه‌ریزی فضایی و نیز سایر وظایف و

رویکرد شهروندی فضایی و آموزش شهروندی

در زمینه نظری، رویکرد شهروندی فضایی از همان ابتدای طرح مبحث، موردپذیرش عام قرار گرفت. در ادامه نویسندگان متعددی، مبانی نظری رویکرد موردنظر را ارتقا داده، اصلاح نموده و به جستجوی زمینه‌های بیشتری از کاربرد آن پرداختند (Jekel et al., 2012; Kanwischer and Gryl, 2012).

کانویشر^{۳۲} و دیگران (۲۰۱۲) برای نیل به الگویی مناسب از شهروندی فضایی و برنامه آموزشی آن، مفهوم اولیه را با گزیده‌ای از صلاحیت‌های مدون مرتبط با رشته‌های مختلف بسط دادند. با این تفاسیر، شهروندی فضایی به

³² Kanwischer

فوگلر و دیگران (۲۰۱۲) مفهوم آموزش فعال فضایی را جهت گسترش تمرکز شهروندی فضایی در حوزه فضا به- منظور یادگیری مجدد موضوعات مختلف، فراتر از جغرافیا پیشنهاد نمودند. این رویکرد نه تنها فراتر از رویکرد یادگیری برای تفکر فضایی است که در آن اصول شهروندی فضایی همچون ساخت اجتماعی فضاها در نظر گرفته می شود بلکه به طور واضح پیشنهاد می دهد که جغرافیای رسانه ای می تواند سامانه ای پشتیبان جهت یادگیری همگانی باشد و این ایده را سرلوحه کار خود قرار داده است.

رویکرد شهروندی فضایی به صورت مفهومی برگرفته از منظر زندگی روزمره است. هدف آن پرورش مهارت های جغرافیای رسانه ای است تا همه افراد بتوانند با موفقیت بخشی از جامعه توانای فضایی در حال ظهور امروزی باشند. این امر متکی بر نظریه های اجتماعی و جغرافیایی (Paasi, 1986; Lefebvre, 1993; Werlen, 1995; Massey 1998)

و همچنین اهداف آموزش شهروندی معاصر است (Bennett et al., 2009).

آموزش شهروندی بعد اصلی آموزش است که از طریق آن افراد در جامعه خود به شهروندانی آگاه و فعال تبدیل می شوند. آموزش شهروندی محل بحث و موضوعی مجادله برانگیز می باشد. این در حالی است که هنوز مفاهیمی وجود دارند که بر وضعیت نهادی یا بر شکل مکانی/منطقه ای/قومی تعیین هویت فضایی تأکید دارند (Donert, 2008)، باین حال می توان به دنبال روش های آزادانه تری برای آموزش شهروندی بود. یک شهروند؛ دانش، مهارت، شایستگی و توانایی هایی دارد که او را قادر می سازد برای شرکت در فرآیندهای مردم سالارانه و تصمیم گیری در موقعیت ها و شرایطی که روزانه با آنها

بحث کارایی در آموزش مقطع متوسطه و در سطحی بین المللی پیوند یافت.

کارلس^{۳۳} و گریل (۲۰۱۳) بر اصلاح بعد نظری دیگری از شهروندی فضایی و مقایسه آن با رویکرد تفکر انتقادی^{۳۴} توجه نمودند. هر دو تفکر انتقادی و پیشروی شهروندی فضایی و علم اطلاعات جغرافیای انتقادی^{۳۵}، اصطلاح «انتقادی» را به اشتراک می گذارند و هر دو رویکرد به مفاهیم آموزش شهروندی نزدیک هستند. در مقایسه با شهروندی فضایی، در حال حاضر، تفکر انتقادی یک رویکرد متنفذ است که در سراسر جهان مورد قبول عام واقع شده و فراتر از مبحث جغرافیا است. با وجود برخی از ناهمخوانی ها بین این دو رویکرد، شهروندی فضایی می تواند مزایایی از مفاهیم تفکر فضایی همچون عقلانیت، اخلاق و خلاقیت را دارا باشد.

میچل و الوود (۲۰۱۳) جنبه مهم دیگری را به منظور ارتقاء رویکرد شهروندی فضایی، شناسایی نمودند. اقدام سیاسی در شهروندی فضایی در ابتدا با اصطلاح «مشارکت» توصیف شد که به هر نحو مدعی نوعی برابری میان ذینفعان مختلف در جامعه است که وجود ندارد.

کانویشر و کوپینت^{۳۶} (۲۰۱۲) تمرکز بر کاربردگرایی بیش تر و تأکید بر پتانسیل شهروندی فضایی برای ایفای نقشی مهم در فرایند پیوسته اعمال دولت الکترونیک در کشورهای در حال توسعه آفریقا را گسترش دادند که می تواند به ارتباط فناوری ارتباطات و اطلاعات در راستای تصمیم گیری فضایی و هم زمان حمایت از درایت شهروندان یاری رساند.

³³ Carlos

³⁴ Critical Thinking

³⁵ Critical GIScience

³⁶ Quennet

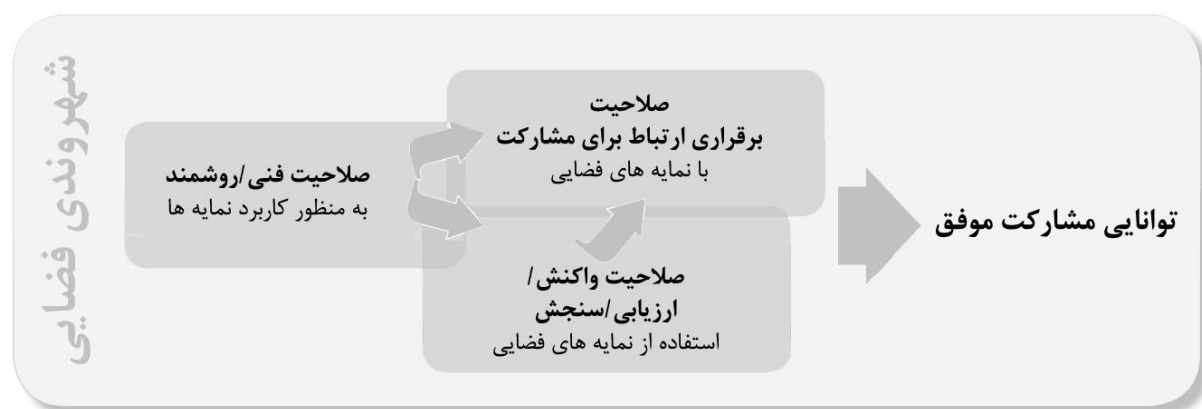


شهروندی فضایی بر سه جنبه اساسی تأکید دارد (شکل ۱):

- ۱- مهارت‌های پایه برای کاربرد جغرافیای رسانه‌ای؛
- ۲- کسب صلاحیت‌ها به منظور واکنش انتقادی به توان بازنمایی فضایی مانند نقشه‌ها (دیجیتال)؛
- ۳- صلاحیت برقراری ارتباط با جغرافیای رسانه‌ای (Hennig & Volger, 2013: 362).

روبرو می‌شود به اطلاعات (جغرافیایی) دسترسی داشته و آن‌ها را دریابد.

در این راستا باید اطمینان یافت که شهروندان از لحاظ توانایی‌ها و قابلیت‌های مربوطه به منظور کاربرد انتقادی، واکنشی و آزادانه جغرافیای رسانه‌ای در محیط‌های ارتباط جغرافیایی مدرن، آمادگی دارند. رویکرد شهروندی فضایی بر مبنای قرارگیری در زندگی روزمره و تمرکز بر آموزش ثانویه است و چهارچوبی منطقی جهت نوآوری‌های آموزشی بزرگسالان برای استفاده از جغرافیای رسانه‌ای فراهم می‌آورد.



شکل ۱: صلاحیت‌های لازم برای شهروندی فضایی (Gryl & Jekel, 2012: 26).

نیستند؛ بنابراین، این موضوع با توانمندسازی عموم مردم به منظور کاربرد مؤثر جغرافیای رسانه‌ای برای انجام وظایف و مسئولیت‌های مدنی‌شان مرتبط است.

به همین دلیل، افراد علاقه‌مند، خواهان حمایت هستند. راهکارهای مختص فرایند برنامه‌ریزی عبارت‌اند از:

- ۱- مساعدت، اطلاعات جمع‌آوری‌شده و مشاوره؛
- ۲- مطالب آموزشی الکترونیک؛
- ۳- وبینارها^{۳۷}؛

دستاوردها و راهکارهای برنامه‌ریزی شهری مشارکتی مبتنی بر رویکرد شهروندی فضایی

مادامی که برنامه‌ریزی شهری مشارکتی از کاربرد جغرافیای رسانه‌ای سود می‌برد، نه تنها اطلاعات بلکه ابزارهای مربوط به آن‌ها هم در کانون توجه قرار دارند. در سال‌های اخیر توجه زیادی به زمینه بحث پیرامون زیرساخت‌های داده فضایی، داده باز حاکمیتی و... شده است. با این وجود، چنانچه کاربران، فاقد مهارت‌های لازم باشند موارد فوق برای ارائه برنامه‌های کاربردی و ابزارهای کاربر محور، کافی

³⁷ Web-based Seminar



۴- نوآوری‌های آموزشی تلفیقی؛

۵- کارگاه‌های آموزشی رودررو،

پیشنهادهایی را برای مواجهه با مسئله توانمندسازی بزرگسالانی که خواهان شرکت در فرایندهای برنامه‌ریزی شهری و فضایی هستند ولی فاقد مهارت‌های لازم برای استفاده از جغرافیای رسانه‌ای می‌باشند ارائه دهند

در صورت لزوم همه جنبه‌های فوق می‌توانند یکپارچه شوند (Hennig & Volger, 2013: 361).

در این قسمت، برای درک بهتر راهکارهای مناسب، به تشریح یک نمونه عملی بر اساس تجربیات به‌دست‌آمده در کشور اتریش می‌پردازیم. هدف از این پروژه، توانمندسازی بزرگسالان برای استفاده از جغرافیای رسانه‌ای و در راستای برنامه‌ریزی شهری مشارکتی است. پروژه "Geomedia 50+" در همکاری با برنامه "University 55-PLUS" و "digital-earth.eu" به مرحله اجرا درآمده است که از تبادل تجربه و گسترش اصول آموزشی مناسب، پشتیبانی می‌کند. این پروژه بر تعیین صلاحیت‌ها در کاربرد ماهرانه جغرافیای رسانه‌ای، ارزیابی تجارب مرتبط با کاربرد جغرافیای رسانه‌ای در بخش‌های عمومی و طراحی یک کارگاه آموزشی مناسب (شامل محتوای آموزشی) به‌منظور بهره‌مندی بزرگسالان از مهارت‌های جغرافیای رسانه‌ای متمرکز است.

کارگاه آموزشی "Geomedia 50+"

کارگاه آموزشی "Geomedia 50+" (که از نظر موضوعی بر مباحث مرتبط با مناطق شهری اتریش تمرکز دارد) بر اساس رویکردهای آموزش اطلاعات جغرافیایی^{۳۸} و آموزش و یادگیری برای بزرگسالان، طراحی و توسعه‌یافته است. جهت تهیه محتوای دروس، انتخاب ابزارها و ایجاد ساختار کارگاه آموزشی، فهرست معینی از مهارت‌های جغرافیای رسانه‌ای (جدول ۳) مدنظر قرار گرفت. جنبه‌های منتخب و برجسته در بخش‌های زیر می‌توانند، رهنمودها و

^{۳۸} Geographic Information (GI)

جدول ۳: طبقه‌بندی مهارت‌های مربوط به صلاحیت‌های لازم در جغرافیای رسانه‌ای (Hennig & Volger, 2013: 360).

مهارت‌های جغرافیای رسانه‌ای و وظایف و موضوعات مرتبط با آن	
- ثبت‌نام و ورود	فناوری ارتباطات و اطلاعات و وب ۲,۰
- انتشار، به اشتراک‌گذارن، درج کردن (با استفاده از برنامه‌های کاربردی وب ۲,۰ مختلف)	
- فعالیت بر مبنای همکاری	
- استفاده از چندرسانه‌ای ^{۳۹} (تشخیص دادن/ایجاد تصاویر، وارد نمودن، درج کردن و به اشتراک‌گذارن نشانی‌های وب ^{۴۰} و فایل‌های صوتی و تصویری)	
- مسائل ایمنی اینترنت از جمله موضوعاتی مانند حقوق مالکیت معنوی و اطلاعات حریم خصوصی	
- استفاده از نقشه‌های دیجیتال (تشخیص دادن، باز کردن، زوم نمودن، چرخاندن و کاوش)	توانایی جغرافیای رسانه‌ای (با تمرکز بر ابزار نقشه‌برداری وب)
- ایجاد نقشه‌ها و نمایه‌ها (نشانگرها، خطوط و نواحی)	
- اضافه کردن اطلاعات بیشتر (با استفاده از پنجره‌های اطلاعات)	
- کاربرد فایل‌های داده (وارد نمودن، خروجی گرفتن، انتقال)	
- خروجی گرفتن از نقشه‌ها (چاپ، ذخیره، خروجی گرفتن، درج کردن)	
- استفاده مجدد از داده‌ها (تشخیص دادن، ارزیابی و ادغام داده‌ها)	قابلیت‌های جغرافیای رسانه‌ای
- طراحی نقشه بردارانه: نمادشناسی، نقشه نگاری، نقشه‌نمایی، کاربرد چندرسانه‌ای در حد قابل قبول	
- کاربرد چندرسانه‌ای (انتقال داده‌ها، اطلاع رسانی، نظر دادن)	
- واکنش انتقادی به توان نقشه	

³⁹ Multimedia

⁴⁰ Uniform Resource Locator (URL)

۱- محتوای دروس و ابزارها: به منظور تدارک محتوای درسی مفید و ارزشمند برای کارگاه آموزشی و انتخاب ابزارهای مناسب، موارد گوناگونی بایستی مدنظر قرار گیرند. در ابتدای امر، شاید در ذهن تداعی شود که ممکن است موانع دسترسی برای شرکت کنندگان ایجاد مزاحمت کرده و موجب دلسردی آنان گردند. این موانع عبارتند از برنامه‌های رایانه‌ای پیچیده، مستندسازی ضعیف (گردش کار)، نبود اطلاعات جمع‌آوری شده (برای کمک، پشتیبانی از کاربر، فرهنگ لغات فنی و ...)، استفاده از زبان انگلیسی و همچنین به کارگیری اصطلاحات خاص فناوری ارتباطات و اطلاعات و ویژه برنامه‌ریزی.

بنابراین، محتوای دروس و ابزارهای منتخب نه تنها باید پیرامون زمینه‌های متنوع کاربرد فناوری ارتباطات و اطلاعات و رایانه باشد بلکه باید نیاز به مطالب آموزشی مفصل و موثق و معرفی نحوه کاربرد برنامه را هم مدنظر قرار دهد. این کار، شرکت کنندگان را قادر می‌سازد تا (به صورت مستقل) از طریق محتوای آموزشی و تمرینات (خودتجربگی) دوره را مجدداً بگذرانند. اطلاعات جمع‌آوری شده (دسترس‌ی به اطلاعات دیگر مثل استفاده از لینک‌ها/پیوندها) و تمرینات از یادگیری خودراهبر حمایت می‌کنند. از این رو، برای افرادی که هیچ پیش‌زمینه‌ای از فناوری ارتباطات و اطلاعات ندارند یا پیش‌زمینه اندکی دارند باید یک پیش‌درآمد مفصل، ارائه شود، آن دسته از افراد هم که دارای پیش‌زمینه قبلی هستند به چالش کشیده شده و از آن‌ها درخواست می‌شود تا به عنوان کمک‌مربی، افراد مبتدی در فناوری ارتباطات و اطلاعات را سرپرستی نمایند.

برنامه‌های کاربردی متعلق به خانواده محصولات Google جهت به کارگیری در این دوره انتخاب شدند. این تصمیم از آنجا گرفته شد که ابزارهای موردنظر به راحتی (منبع

باز^{۴۱}، سرویس ذخیره‌سازی ابری^{۴۲}) برای همه در دسترس و قابل استفاده‌اند که علاوه بر یاری‌رسانی و ارائه آموزش، از کاربر پشتیبانی می‌کنند و به زبان آلمانی نیز موجود هستند. همچنین، به افراد می‌توانند فعالیت‌های مختلف مربوط به کاربرد جغرافیای رسانه‌ای را تجربه نمایند (جدول ۳):

- Google Maps به کاربران (شرکت کنندگان کارگاه آموزشی) اجازه می‌دهد تا (با همکاری) به ایجاد و تبادل داده‌ها و نقشه‌ها بپردازند. می‌توان داده‌ها را وارد کرد یا از آن‌ها خروجی گرفت. همچنین عناصر چندرسانه‌ای و پیوند^{۴۳}ها را اضافه نمود. روش‌های مختلفی نیز برای به اشتراک گذاری نقشه‌ها با دیگران (ارسال از طریق ایمیل، درج در برنامه‌های کاربردی دیگر و ...) وجود دارد.

- Google Blogger کاربران (شرکت کنندگان کارگاه آموزشی) را قادر می‌سازد تا به راحتی به بحث و تبادل نظر بپردازند و همچنین نقشه‌هایی را که دارای اطلاعات کلامی^{۴۴} مانند چندرسانه‌ای و پیوندها هستند را منتشر سازند.

- Google+ که به وسیله آن کاربران (شرکت کنندگان کارگاه آموزشی) می‌توانند جامعه سازی و شبکه‌سازی را انجام دهند.

- Google Drive اجازه به اشتراک‌گذاری انواع اسناد (doc, xls, ppt و ...) و عناصر چندرسانه‌ای را مابین یک جامعه معین (شرکت کنندگان کارگاه آموزشی) می‌دهد؛ بنابراین، تمام مطالب ارائه شده در کارگاه آموزشی، هم توسط مربیان و هم توسط شرکت کنندگان بر روی Google Drive قابل دسترسی هستند.

^{۴۱} Open Source

^{۴۲} Cloud-based Storage Service

^{۴۳} Link

^{۴۴} Verbal Information



در این واحدها، سخنرانی‌ها (اظهارنظر کردن در صورت لزوم) با تمرینات (اجازه داشتن برای تمرین عملی) ترکیب می‌شوند. در تمام واحدها زمان برای تفکر و تکرار محتوای آموزشی، تعیین شده است؛ اما آنچه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بود ارتباط آموزش جغرافیای رسانه‌ای با موضوعات و فعالیت‌های زندگی روزمره است که به‌طور کلی از فعالیت‌های آموزشی بزرگسالان حمایت می‌کند.

۲- ساختار کارگاه آموزشی: این کارگاه شامل چند واحد (جدول ۳) و هر واحد دوره نیز متشکل از مراحل است که شخص در آن‌ها حضور می‌یابد (تماس رودررو). می‌توان این مراحل را با مراحل که متکی بر خودآموزی و خودتجربگی هستند (توسط خود شخص انجام می‌شوند) جایگزین کرد.

جدول ۴: معرفی ساختار کارگاه آموزشی (Hennig & Volger, 2013: 364).

هدف	محتوا	واحدها	
- دستیابی شرکت‌کنندگان به فهم چگونگی قابلیت‌ها و توانایی‌های جغرافیای رسانه‌ای.	- جمع‌آوری دیدگاه‌های شرکت‌کنندگان؛ - تشریح پیش‌زمینه‌های نظری؛ - به دست آوردن اولین تجربه عملی توسط شخص.	معرفی	
- مرور طیف گسترده‌ای از اطلاعات جغرافیایی/جغرافیای رسانه‌ای - بالا بردن آگاهی و علاقه نسبت به موضوعات در زمینه اطلاعات جغرافیایی و جغرافیای رسانه‌ای.	- بازدید از رویداد روز سامانه اطلاعات جغرافیایی ^{۴۵} که در دانشگاه سالزبورگ برگزار شد.	محرک‌ها	حمایت فردی و گروهی/تیمی (آموزش رودررو، مباحثات، گروهی، ایمیل، وبلاگ و ساعت مشاوره)
- در اختیار گذاشتن کارکردهای اساسی جغرافیای رسانه‌ای.	- پیش‌زمینه نظری؛ - تجربه عملی.	کاربرد نقشه‌ها و داده	
- ارائه دیدگاهی انتقادی از نظر جغرافیای رسانه‌ای درباره قدرت (سیاسی) و غیره.	- پیش‌زمینه نظری؛ - تجربه عملی.	واکنش انتقادی به نقشه‌ها و داده	
- واکنش، تکرار خود تجربگی.	- انجام یک پروژه کاری (مرتبط با موقعیت‌های روزمره) بر پایه انتقال	پروژه (کار)	

⁴⁵ GIS



	یادگیری (تدارک مصورسازی یک نقشه دیجیتالی که انتخاب موضوع آن اختیاری است. جمع‌آوری داده‌ها، مدیریت و تصمیم‌گیری در مورد طرح نقشه).	تیمی)	
- بازخورد کارهای انجام‌شده.	- ارائه و بحث پیرامون پروژه‌ها.	ارائه	

در این دوره از کارگاه آموزشی، بخشی نیز برای ایجاد انگیزه در بزرگسالان در نظر گرفته شد. به‌غیراز نیازهای انگیزشی مانند مسئولیت‌ها و وظایف مدنی، کاربران باید به‌عنوان گروهی خودانگیخته تلقی شوند. این بدان معنی است که در نگاه اول، محرک‌های آشکاری برای تشویق گروه هدف به‌منظور کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات مدرن و جغرافیای رسانه‌ای وجود نداشت؛ بنابراین، جنبه اساسی برای درگیر ساختن افراد این بود که بزرگسالان باید از مزایای کسب مهارت جغرافیای رسانه‌ای آگاه شوند. این امر برای الهام و تحریک آن‌ها برای آغاز فعالیت و تداوم مسیر الزامی است.

علاوه بر این، محتوای دروس و ابزارها نه تنها باید مهارت‌های استفاده از ابزار و طراحی نقشه را تقویت کند بلکه باید متناسب با نگرش هر فرد در کاربرد جغرافیای رسانه‌ای باشد. این مورد طیف گسترده‌ای از موضوعات را شامل می‌شود که عبارت‌اند از:

۱- اعتمادبه‌نفس؛ عدم ترس در استفاده از رایانه یا اینترنت؛

۲- کنجکاو بودن؛ انتقال یادگیری درمورد استفاده از ابزارهای دیگر (به‌عنوان مثال سایر ابزارهای نقشه‌برداری وب)؛

۳- گسترش مسیر تحول اطلاعات و ارتباطات و ... (Hennig & Volger, 2013: 363-365).

نتیجه‌گیری

از ابتدای طرح موضوع مشارکت عمومی در فرآیندهای برنامه‌ریزی فضایی، هیچ زمانی بیش از امروز، بسترهای لازم برای این مقصود فراهم نبوده است. در عصر حاضر، پیشرفت سریع روش‌های تبادل اطلاعات و برقراری ارتباطات و ظهور مضامینی همچون جغرافیای رسانه‌ای،

پیوسته امکانات جدیدی را در اختیار برنامه‌ریزان قرار می‌دهد.

در این مقاله تلاش بر این بود تا رویکرد شهروندی فضایی و مبانی نظری آن که ریشه در علوم مختلف مانند جغرافیا، فلسفه، فناوری اطلاعات و... دارد تا حد امکان تشریح گردد و چهارچوبی برای کاربرد این مفهوم در فرآیندهای برنامه‌ریزی شهری مشارکتی ارائه شود.

رویکرد شهروندی فضایی، مبانی نظری را در حوزه شهرسازی مشارکتی گسترش می‌دهد و بر نظرخواهی بی‌واسطه و مداوم از شهروندان در فرآیندهای برنامه‌ریزی شهری مبتنی بر فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات تکیه دارد. خوشبختانه به سبب پیشرفت علم و گسترش زیرساخت‌ها در این حوزه، بسترهای لازم برای چنین هدفی فراهم است. لیکن رکن اساسی، آموزش شهروندان و به‌خصوص افراد مسنی است که بعضاً با مظاهر نوین فناوری اطلاعات و ارتباطات آشنایی کامل ندارند. از این رو چهارچوب‌های پیشنهادی می‌توانند مفید واقع شوند.

در نهایت می‌توان چنین نتیجه گرفت که شهروندی فضایی به توصیف توانایی افراد و گروه‌ها به‌منظور تعامل و مشارکت در تصمیم‌گیری فضایی اجتماعی از طریق واکنش نشان دادن و بهره‌گیری از جغرافیای رسانه‌ای (مانند نقشه‌های دیجیتال، کره مجازی، سامانه اطلاعات جغرافیایی و شبکه جغرافیایی^{۴۶}) می‌پردازد. شهروندان فضایی کاربران غیرمتخصصی هستند که قادرند دیدگاه‌های موجود پیرامون اقدام در فضا (به‌عنوان مثال، قوانین اجتماعی، برنامه‌ریزی فضایی) را مورد پرسش قرار دهند و برای تولید، ارتباط و چشم‌اندازهای فضایی جایگزین مذاکره کنند.

از طرفی، شهروندی فضایی، رویکردی آموزشی در محل تلاقی آموزش شهروندی و آموزش جغرافیا است. این رویکرد بین ویژگی‌های آموزش شهروندی با فهم افراد از فضا و ساخت اجتماعی تحت شرایط یک جامعه جغرافیایی رسانه‌ای پیوند برقرار می‌کند. شهروندان باید قادر به ساختارشناسی معانی فضا در جغرافیای رسانه‌ای با توجه

⁴⁶ Geoweb

منابع

- 1- Bennett, W. L., Wells, C. & Rank, A. (2009). Young citizens and civic learning: Two paradigms of citizenship in the digital age. *Citizenship Studies*. 2; (13). 105–120.
- 2- Brodersen, L. & Nielsen, A. (2006). Spatial Data Infrastructure in the Perspective of Modern Geo-Communication. Models, Mutual Dependencies and Definitions. *AutoCarto 2006 Research Symposium in Vancouver, WA, Jun 2006*.
- 3- Carlos, V., & Gryl, I. (2013). Where do critical thinking and spatial citizenship meet? Proposing a framework of intersections. In: T. Jekel (Ed.), *GI_Forum 2013*. 437–446.
- 4- Da trinidad, S.-C. & Wehrhahn, R. (2010). Urban Governance und Partizipation in Brasilien – Akteure und Projekte der Stadtentwicklung am Beispiel Belém do Pará. *Geographische Rundschau*. 62; (9). 42-49.
- 5- Devisch, O. (2008). Should planners start playing computer games. Arguments from *SimCity* and second life. *Planning Theory and Practices*. 9; (2). 209–226.
- 6- Donert, K. (2008). Examining the relationship between Citizenship and Geography Education. In: Lambrinos, N. & Reliou, M. (Eds.), *European Geography Education: the challenges of a new era*. Arlington, W Virginia: National Council for Geographic Education. 73-92.
- 7- Elwood, S., & Mitchell, K. (2013). Another politics is possible: Neogeographies, visual spatial tactics, and political formation. *Cartographica*. 48; (4). 275–292.
- 8- Evans-Cowley, J.S. (2010). Planning in the age of Facebook: the role of social networking in planning processes. *GeoJournal Springer Science+Business Media B.V.*
- 9- Fischer, F. (2014). Everyday Geomedia Use and the Appropriation of Space. In: Jekel, T, Sanchez, E, Gryl, I., Juneau-Sion, C & Lyon, J. (Eds.), *Learning and teaching with geomedia*. Newcastle upon Thyne. 10-28.
- 10- Gryl, I. & Jekel, T. (2012). Re-centering GI in secondary education: Towards a spatial citizenship approach. *Cartographica*. 47; (1). 2-12.
- 11- Gryl, I.; Jekel, T. & Donert, K. (2010): GI and Spatial Citizenship. In: Jekel, T.; Koller, A.; Donert, K.; Vogler, R. (eds.): *Learning with Geoinformation V. Lernen mit Geoinformation V*. Berlin: Wichmann. 2-11.
- 12- Harley, J. B. (1989). Deconstructing the map. *Cartographica (The International Journal for Geographic Information and Geovisualization)*. 2. 1–20.
- 13- Hennig, S. & Volger, R. (2013). Geomedia skills - a required prerequisite for public participation in urban planning? In: Schrenk, M., Popovich, V.V., Zeile, P. & Elisei, P. (eds.): *REAL CORP 2013 Proceedings*. 357-366. Online available at:

به پس زمینه ذهنی و استدلالی آن باشند و همچنین با بیان منافع در قالب گفتمانی مردم سالارانه بین جهان بینی خود و دیگران ارتباط برقرار نمایند؛ بنابراین شهروندی فضایی به مفاهیم متعدد فضایی گرایش می‌یابد و فراتر از مفهوم مطلق فضا که در جغرافیای رسانه‌ای ارائه شده گسترش پیدا می‌کند. شهروندی فضایی بر کیفیت‌های سیاسی جغرافیای رسانه‌ای، از منظر جنبه‌های مصرفی و تولیدی آن تأکید دارد و آموزش شهروندی را ورای مفهوم محدود جغرافیایی شهروند فرمان‌بردار در نظر می‌گیرد. در نهایت، شهروندی فضایی یک سازه فضایی را به آموزش شهروندی می‌افزاید و واکنشی جزئی به تولید روزانه قواعد اجتماعی است که عمل شخص را در فضای اجتماعی تحت تأثیر قرار می‌دهد.

همچنین با بررسی یکی از اولین تجربیات عملی گردآوری شده در زمینه ایجاد مهارت‌های جغرافیای رسانه‌ای برای رده سنی بزرگسالان، چند نکته، مشخص شد. در این راستا، کاربران برای آن که قادر به مشارکت عمومی در فرایندهای برنامه‌ریزی شهری باشند بایستی به‌عنوان پیش‌شرط، سطح معینی از صلاحیت‌های خاص را برای بهره‌گیری از فناوری ارتباطات و اطلاعات مدرن و جغرافیای رسانه‌ای فرا گیرند. این مهم با بهره‌گیری از ابتکارات به رفع مشکلات برنامه‌ریزی شهری امروزی کمک شایانی می‌نماید. از این‌رو، نوآوری‌های آموزشی می‌توانند با توجه به رویکردهای موجود در خصوص آموزش بزرگسالان و یادگیری اطلاعات جغرافیایی بیان شوند. با این حال، واضح است که برای توانمندسازی کارآمد بزرگسالان نیاز به بهره‌گیری از جغرافیای رسانه‌ای است که هنوز هم جای کار زیادی دارد. این امر آشکارا به لزوم حمایت از شهروندان مستعد فضایی تأکید دارد.

- 29- Milovanivic, D. (2003). Interactive planning – use of the ICT as a support for public participation in planning urban development: Serbia and Montenegro cases. 39th ISoCaPR Congress.
- 30- Paasi, A. (1986). The institutionalization of regions. A theoretical framework for understanding the emergence of regions and the constitution of regional identity. In: Fennia 1986. 1. 105-146.
- 31- Perron, B. E., Taylor H. O., Glass J. E., & Margerum-Leys J. (2010). Information and Communication Technologies in Social Work. *Advances in Social Work*. 11; (1). 67-81.
- 32- Pokraka, L. (2016). Spatial Citizenship for all? Impulses from an Intersectionality Approach, *GI_Forum (Journal for Geographic Information Science)*. 1. 262-268.
- 33- Ramasubramanian, L. (2010). *Geographic Information Science and Public Participation*. Springer Verlag, Berlin, Heidelberg.
- 34- Renn, O., Webler, T., Rakel, H., Dienel, P. & Johnson, B. (1993): Public Participation in decision making: A three-step procedure. *Policy Sciences*. 26; (3). 189-214.
- 35- Sieber, R. (2006). Public Participation Geographic Information Systems: A Literature Review and Framework. *Annals of the Association of American Geographers*, 96; (3). 491-507.
- 36- Stephens, A. C. & Squire, V. (2012). Politics through a web. *Citizenship unbound. Environment and Planning D. Societies and Space*. 30. 551–567.
- 37- UN-Habitat - United Nations Human Settlements Programme. (2008). *Urban planning best practices on Creating Harmonious Cities – City Experiences*. Online available at:
- 38- <http://www.unhabitat.org/categories.asp?catid=508>.
- 39- Vogler, R., Hennig, S., Jekel, T., & Donert, K. (2012). Towards a concept of spatially enabled learning. In: T. Jekel, A. Car, J. Strobl, & G. Griesebner (Eds.), *GI_Forum 2012*. 204–211.
- 40- Von Haaren, C. (2004). *Landschaftsplanung*. Ulmer, UTB.
- 41- Werlen, B. (1993). *Society, action, and space: An alternative human geography*. London.
- 14- http://programm.corp.at/cdrom2013/papers2013/CORP2013_116.pdf
- 15- Hennig, S., Vogler, R. & Jekel, T. (2011). Web-2.0 Anwendungen zur partizipativen Planung und Sozialen Geokommunikation. *GIS.Science. Die Zeitschrift für Geoinformatik*. 65-74.
- 16- IAP2- International Association for Public Participation. (2007). *Spectrum of Public Participation*. Retrieved from <http://www.iap2.org/associations/4748/files/spectrum.pdf> [24.2.2013].
- 17- Jankowski, P. (2009). Towards participatory geographic information systems for community-based environmental decision making. *Journal of Environmental Management*. 90; (6). 1966-1971.
- 18- Jekel, T., Gryl, I. & Schulze, U. (2015). Education for Spatial Citizenship. In: Solari, O.M., Demirci, A. & van der Schee, J. (eds.): *Geospatial Technologies and Geography Education in a Changing World*. 35-49.
- 19- Jiang, B.; Huang, B. & Vasek, V. (2003). Geovisualization for Planning Support Systems. Geertman, S. & Stillwell, J. (eds.): *Planning Support Systems in Practice*, Springer, Berlin. 177-191.
- 20- Jiang, B. & Li, Z. (2005). Editorial: Geovisualization: Design, Enhanced Visual Tools and Applications. *The Cartographic Journal*. 42; (1). 3-4.
- 21- Jobst, M. (2009). Neo-cartographic interlacement as barrier for Cartographic Heritage. *E-Perimtron*, 4; (4), 2009. 212-220.
- 22- Kanwischer, D., & Gryl, I. (2012). Der Einsatz von digitalen Karten und Globen zur Förderung der Argumentationskompetenz. In: A. Budke (Ed.), *Diercke Kommunikation und Argumentation*. 77–85.
- 23- Kanwischer, D., Schulze, U., & Gryl, I. (2012). Spatial citizenship. Towards a curriculum. In: T. Jekel, A. Car, J. Strobl, & G. Griesebner (Eds.), *GI_Forum 2012*. 172–181.
- 24- Kanwischer, D., & Quennet, F. (2012). Distance education and spatial citizenship in Africa– Challenges and prospects. *Review of International Geographical Education Online*. 2; (1). 95–117.
- 25- MacEachren, A. M. (1992). Visualization. In: Abler, R. F., Marcus, M. G. & Olson, J. M. (eds.): *Geography's inner worlds*. New Brunswick. 99–137.
- 26- MacEachren, A. M., Gahegan, M., Pike, W., Brewer, I., Cai, G. & Lengerich, E. (2004). Geovisualization for Knowledge Construction and Decision Support. In: *IEEE Computer Graphics and Applications*, 24; (1). 13-17.
- 27- MacEachren, A.M. & Kraak, M.J. (1997). Exploratory cartographic visualization: advancing the agenda. *Computers & Geosciences*, 23; (4). 335-343.
- 28- Massey, D. (1998). *Power geometries and the politics of space-time*, Berlin, Heidelberg.



A Spatial Citizenship Approach; a Framework for Citizen Participation in Urban Planning Processes

Esmaeil Shieh¹, Ehsan Aslani^{2*}, Maryam Aslani³

Received: 2017/09/09

Accepted: 2017/11/21

Abstract

Spatial citizenship is an approach to educate citizens in order to take advantage of modern information and communication technologies. Accordingly, a spatial citizen should be able to interpret and critically reflect on "spatial information"; communicate with the aid of maps and other "spatial representations" and to express the location-specific opinions using "Geomedia". Considering the expansion of the information and communication space, there is a pressing need to understand the features of this emerging concept and the specific strategies of participatory urban planning process based on the spatial citizenship approach. The research method in this study is descriptive and the documentary and review approaches have been used in the context of library studies, so that the contents were collected by referring to valid documents. Conceptually, spatial citizenship emanates from the individual and collective appropriation of the social space and supports individuals to obtain the necessary competencies for a way to have a more active participation in society. Spatial citizenship adds a spatial domain to citizenship education by combination of absolute, cognitive and relational concepts of space. In this approach, it is necessary to have skills and ability. The required competencies for spatial citizenship are: deconstruct the spatial information available from various sources, further ones, own visions of social space, being able to translate and communicate them with the help of geographical information. According to the case study, the proposed approach can play an effective role in the realization of strategic planning goals by educating citizens in such a way that it changes the nature of participatory urban planning.

Key words: Citizenship, Citizen Participation, Urban Planning, ICT, Geomedia

¹- Assistant Professor of Geography and Rural planning, Payam Noor University of Guilan, Rasht, Iran

^{2*}- PhD Student of Geography and Rural planning, Kharazmi University, Tehran, Iran

³- MSc Student of Remote Sensing and GIS, Kharazmi University, Tehran, Iran

