



Kako gradovi mogu surađivati s korisnicima putem društvenih medija, mapiranja i aplikacija kako bi prikupili podatke za poboljšanje procesa dizajniranja, planiranja i provedbe mjera upravljanja mobilnošću unutar SUMP-a.

Opis problema

Ranije smo podatke o putovanjima i razmišljanja i osjećaje pojedinaca vezano za različite opcije putovanja prikupljali kroz naporno ispunjavanje upitnika i obrazaca. Tehnološki napredak – prije svega u mobilnoj telefoniji – je redefinirao način na koji prikupljamo i mapiramo informacije u zadnjih nekoliko godina. Sada možemo prikupiti brže i praktičnije informacije u realnom vremenu pomoću mobilnih (telefonskih) aplikacija. Mobilne nam aplikacije pomažu organizirati i bilježiti svakodnevni život, pratiti što jedemo, pratiti radno i slobodno vrijeme, računati za kućanstvo, potrošnju energije, brojanje kalorija, plan vježbanja i slične stvari. Međutim, kod svakog prikupljanja podataka naglasak mora biti na kvaliteti prikupljenih informacija i načinima na koje se one koriste. To je posebno bitno (zapravo ključno!) u opravdavanju i pružanju potpore investiranju u mjere vezane za razvoj SUMP-a (kako u fazi planiranja tako i u fazi provedbe), gdje postoji potreba za kvalitetnim podacima. Prikupljanje podataka o mobilnosti moguće je provesti kroz niz različitih metoda, od kojih su mnoge sve dostupnije putem mobilnih telefona (povezanih sa internetskim stranicama koje prikupljaju velik broj informacija od široke baze raznolikih korisnika aplikacije). Za usluge mobilnosti postoje aplikacije koje uključuju, primjerice, brzinu i kilometražu bicikliranja na posao, pješačke rute, parkirališne prostore, sustave dijeljenja bicikala i automobila, korištenje javnog prijevoza, e-karte itd.

Uz ove aplikacije, možemo koristiti mapiranje za planiranje putovanja kako bismo pomogli odabrati najbolju/najbržu/najpraktičniju metodu putovanja s jedne na drugu lokaciju, a ovisno i

različitim potrebama različitih skupina građana. Također ga možemo koristiti da bismo utvrdili protok prometa/korištenje javnog prijevoza; ponašanje vezano za mobilnost (poput dnevnih navika, ruta kojima se putuje, vremena provedenog u putu, problema s kojima se putnici susreću) te socioekonomske čimbenike.

Ovakve aplikacije – i informacije koje se kroz njih prikupljaju – u konačnici moraju biti dio procesa strateškog planiranja. Informacije moraju pomoći u planiranju poboljšanja gradskih mjera mobilnosti i pristupačnosti. Prikupljanje podataka stoga mora biti kontinuiran proces, a ne jednokratno. Praćenje poboljšanja u planiranju mora se provesti zajedno s revizijom prethodno prikupljenih informacija kako bi se bolje upravljalo svim novim mjerama mobilnosti u gradu.

Uz sva dostupna za prikupljanje informacija, ne može biti izgovora da se u proces donošenja odluka ne uključi mnoštvo različitih dionika, te da se taj proces temelji na informiranom izboru i zahtjevima.

Na koji to način funkcionira?

Postoji više vrsta društvenih medija (vidi tabelu niže) kao i brojne dodatne usluge koje koriste informacije koje takvi mediji generiraju.

Zašto pojedinci koriste aplikacije društvenih medija koje prikupljaju njihove ideje, mišljenja i povratne informacije? U mnogim slučajevima to je zato što im iste daju osjećaj pripadanja i osnaživanja, kao i stoga što je jednostavno sudjelovati i dati doprinos. „Pripadanje“ i „osnaživanje“ su bitne značajke jer su iste česti motivacijski čimbenici, te kao takvi određuju količinu (a često i kvalitetu) dobivenih odgovora.

Aplikacije za mapiranje koje pružaju informacije (poput aplikacija za planiranje putovanja, dijeljenje automobila i sličnih) su široko dostupne i

Iako se mogu pronaći na GoogleApp ili sličnim platformama.

Aplikacija Waze (<https://www.waze.com/en-Gb/>) je dobar primjer koji pokazuje zašto ljudi koriste ovakve alate. Riječ je o jednoj od najvećih aplikacija za promet i navigaciju, koja pomaže vozačima stići do odredišta na najbolji mogući način, uz izbjegavanje zagušenja i zastoja u prometu. Aplikacija funkcionira zahvaljujući međunarodnoj zajednici vozača koji svi u njen središnji sustav unose ažurirane informacije o prometu u svom području – nakon čega sustav te informacije čini dostupnima i drugima. Vozači su motivirani pomoći drugima kako bi i drugi činili isto, omogućavajući kontinuirano ažuriranje informacija o prometnim rutama i time ih čineći značajnima za korisnike. Sve to pruža korisnicima osjećaj osnaženosti: omogućava im da drugima definiraju najbolje rute za njihova putovanja, istodobno gradskim timovima za održavanje cesta pružajući ažurne informacije o postojećim problemima.

Istodobno, komentari na blogovima i forumima su posebno korisni jer urbanistima pomažu u dizajniranju i provedbi novih mjera za mobilnost. Neke su blogove (često povezane s Facebook stranicama) pokrenule specifične skupine korisnika mobilnosti, poput biciklista ili osoba s invaliditetom. Biciklisti često ističu loše dizajnirane nove biciklističke rute, mjesta na kojima označene trake za bicikliste nedostaju, rute s oštećenji-

ma ili mjesta na kojima se često događaju nesreće na cestama. Takve komentare prikupljene od širokog kruga korisnika urbanisti (često i sami članovi foruma) koriste za poboljšanje procedura planiranja.

Nadalje, informacije poput onih prikupljenih iz sustava dijeljenja automobila i uvid u to zašto korisnici često preferiraju dijeljenje privatnih automobila pred drugim oblicima mobilnosti može poslužiti pri boljem upravljanju linijama javnog prijevoza i gradskim parkirališnim prostorima.

Na praktičnoj razini, treba uzeti u obzir da, ukoliko određenu skupinu korisnika potičete na korištenje određene aplikacije, prednosti korištenja moraju biti jasne novom korisniku: što točno oni dobivaju instaliranjem i korištenjem aplikacije na svojim uređajima. Jasno im komunicirajte što mogu očekivati zauzvrat, koje će za njih biti prednosti ili kakvu će razliku činiti njihovo korištenje i doprinos. Ne mora nužno biti riječ o financijskom poticaju; poticaj može biti i neka druga vrst osobnog dobitka (npr. prepoznavanje njihovog truda) ili mogućnost da se priključe nekoj skupini ili pokretu.

Prednosti – i kome su iste namijenjene

Uz pravi pristup, društvene mreže mogu pomoći u podizanju svijesti o, te povećanju sudjelovanja u brojnim aktivnostima vezanim za promet i mobilnost.

Društveni mediji	Korištenje
Društvene mreže (primjeri: Facebook, LinkedIn)	Omogućavaju korisnicima da se povežu s drugim osobama sličnih interesa i pozadina.
Stranice za spremanje sadržaja (primjeri: Delicious, Stumble Upon)	Omogućavaju korisnicima čuvanje, organiziranje i korištenje poveznica na razne mrežne stranice i sadržaje na internetu.
Društvene vijesti (primjeri: Digg, Reddit)	Omogućavaju korisnicima da dijele različite sadržaje ili poveznice na članke sa drugih platformi, te nakon toga započnu glasovanje o istima. Oni sadržaji koji dobiju više glasova prikazuju se pri vrhu, a odluka o tome je na korisničkoj zajednici.
Stranice za dijeljenje medija (primjeri: Youtube, Flickr)	Omogućavaju korisnicima da na internet postavе i podijele različite medijske sadržaje, poput fotografija i videa.
Mikro-bloganje (primjer: Twitter)	Naglasak je na kratkim informativnim sadržajima koje može vidjeti svatko tko se na njih pretplati.
Komentari na blogovima i forumi (primjer: CIVITAS inter@ction)	Mrežni forumi omogućavaju članovima komunikaciju kroz pisanje poruka. Komentari na blogovima obično su vezani uz temu sadržaja prezentiranog na blogu.

Tablica 1: Različiti društveni mediji (CIVITAS INSIGHT no. 16: Uključivanje građana današnjice u izgradnju održivih gradova budućnosti)

Društveni su mediji otvorili uzbudljive nove načine uključivanja i sudjelovanja javnosti. No neke gradske uprave i dalje oklijevaju u korištenju ovih mehanizama, jer ih ne doživljavaju kao stvaran ili legitiman oblik sudjelovanja javnosti. Takvi se stavovi međutim sve češće mijenjaju kako utjecaj aplikacija i prikupljanja informacija od širokog kruga građana (crowdsourcing) u gradskom planiranju i razvoju postaje sve veći. Premda postoje rizici, daleko je veći broj pozitivnih nego negativnih primjera, i sada je pravo vrijeme da gradski lideri prigrlje potencijal društvenih mreža.

Prema Europskom projektu CIVITAS DYN@MO, postoji pet koristi od korištenja društvenih medija i alata za mapiranje u dizajniranju, planiranju i provedbi mjera urbane mobilnosti:

1. Dopiranje do šire publike i uključivanje novih ciljnih skupina u proces planiranja mobilnosti
2. Poboljšanje komunikacije između gradske uprave i građana, što pomaže u širem prihvaćanju SUMP-a i planiranih mjera mobilnosti
3. Prikupljanje povratnih informacija i mišljenja javnosti o razvoju mjera i usluga mobilnosti
4. Dobar način da se građanima učine dostupnim informacije o mobilnosti
5. Kombiniranje, integracija i povezivanje različitih alata, poput spajanja različitih skupina na društvenim medijima. Skupe odluke uvijek počivaju na određenim razinama nezvjesnosti. Kod LQC projekata učinci mogu biti priznati i rješenja potvrđena podacima iz stvarnog života.

Tko ostvaruje direktnu korist

Građani: naročito u gradovima u kojima se sve više decentralizira odlučivanje o planiranju i politikama, a četvrti se potiče na aktivnije predstavljanje članova zajednice. Građani mogu odigrati pozitivnu ulogu u razvoju svog grada kroz mehanizme prikupljanja podataka.

Lokalne vlasti: naročito tamo gdje postoji sve veći pritisak za uštede prilikom javnog financiranja razvojnih mjera vezanih za gradski prijevoz, javni prostor i mobilnost, svi planovi koje je moguće osnažiti/opravdati kroz direktne podatke prikupljene od građana lakše će ostvariti političku podršku.

Urbanisti (gradski planeri): u procesu potrage za podacima koji podržavaju neke od („manje atraktivnih“) mjera u razvoju SUMP-a, upravo uključivanje građana može biti izvor podataka za nove sheme. Primjer je bicikliranje i biciklistička infrastruktura, koja je u mnogim gradovima i dalje „dodatak“ procesima planiranja izgradnje/renovacije cesta, i često ju se doživljava kao manje atraktivnu mjeru mobilnosti. Forumi na biciklističkim blogovima skreću pozornost na probleme i/ili pružaju potporu planiranim idejama.

Pružatelji usluga javnog prijevoza: mapiranje/planiranje puta daje bolji uvid u rute na kojima postoji usluga i može povećati broj korisnika. Pružatelji javnog prijevoza profitiraju kroz mogućnost da predlože revidiranje puteva i poboljšanja kroz pristup podacima o planiranju putovanja i povratnim informacijama korisnika.

Alternativni pružatelji usluga mobilnosti: Javne ili privatne tvrtke koje nude sustave za dijeljenje bicikala ili automobila, ili lokalne aktivističke skupine (kao što su kritične mase biciklista), mogu dobiti bolju vidljivost i biti integrirane u opći plan gradske mobilnosti.

Vlasnici prodavaonica/lokalno gospodarstvo: mogu mjeriti/analizirati broj ulazaka i vrijeme koje potencijalni kupci provedu u njihovoj ulici/području (važno im je znati da ljudi ne prolaze samo užurbano pored njihovog objekta, već i troše vrijeme – i novac – ispred izloga, na terasama itd.).

Ejemplo: CIVITAS PLUS II | Gdynia (Polonia): plataforma Mobilna Gdynia

Grad Gdynia je u veljači 2014. lansirao internetsku platformu „Mobilna Gdynia“ temeljenu na konceptu koji je razvilo Tehničko

veleučilište u Gdanjsku. Glavni je cilj bio stvoriti alat koji bi gradu omogućio lakšu i dalekosežniju komunikaciju s javnošću i dionicima. Također se nastojalo olakšati provođenje konzultacija s lokalnom zajednicom, posebno u procesu planiranja prijevoza i izrade SUMP-a.

Platforma Mobilna Gdynia nije bila prvi pokušaj grada da iskoristi društvene medije u svrhu komuniciranja s građanima. Od 2013. godine grad aktivno koristi Facebook stranicu Mobilna Gdynia kako bi informirao građane o održivoj mobilnosti i podigao njihovu svijest o toj temi, kao i za prikupljanje mišljenja javnosti o provođenim ili planiranim mjerama mobilnosti. Nastavno na to, grad je odlučio dizajnirati stranicu na način da ne samo pruža informacije i podiže svijest građana, već i potiče građane da se uključe u raspravu oko SUMP-a. Na taj se način nadaju doznati više o javnom mnijenju o pitanjima planiranja, bolje razumjeti stavove ljudi i dobiti konkretne prijedloge za aktivnosti kojima bi se riješili problemi vezani za mobilnost.

Jedan takav primjer uspješnog dijaloga s građanima bilo je online istraživanje provedeno na temu zatvaranja jedne od glavnih gradskih ulica za promet. Eksperiment je pokazao da ovakav način komuniciranja s javnošću ima velik potencijal. Upitnik je popunilo više od 2700 ljudi, a pregledalo njih preko 7000. Oko 73% građana koji su popunili upitnik pristalo je na ograničavanje automobilske prometa u ulici, a njih više od 60% na zatvaranje ulice za promet. Istraživanje je dopunjeno sa oko 200 intervjua kojima se nastojalo doprijeti i do manje „tehnološki aktivnih“ ciljnih skupina. Iskustvo Gdynie pokazuje da su ljudi voljni doprijeti raspravi i izraziti svoje mišljenje.

<http://www.civitas-initiative.eu/content/mobility-20-communication>

Nedostatci, opasnosti

Mogu uključivati sljedeće:

- Podatci koji su prikupljeni su „krivi“, u smislu da daju podršku idejama koje možda nisu optimalne za razvijanje za pojedini grad u danom trenutku
- Prikupljeni podatci nisu dovoljno kvalitetni kako bi poslužili kao opravdanje za ulaganje. Podatci prikupljeni putem mobilnih aplikacija ponekad su snažno ponderirani spram redovnih korisnika mobilnih tehnologija, te stoga nisu reprezentativni za građane kao širu skupinu
- Lokalne vlasti ne žele dobivati još informacija koje treba procesuirati i poduzeti aktivnosti s njima u skladu. Time se na lokalne vlasti stavlja dodatna odgovornost: ukoliko se podatci ne procesuiraju primjereno, nemoguće ih je iskoristiti. Također se stvara dodatno očekivanje na strani onoga tko podatke prikuplja
- Problem je i zaštita podataka: kako se prikupljaju osobni podatci kao dio procesa registracije za korištenje aplikacije (davanje pristupa informacijama o lokaciji i telefonskoj bazi dokumenata, kontakata i slika)
- Loša internetska veza može usluge učiniti beskorisnima, kao i odbiti korisnike od korištenja aplikacija
- Lokalne vlasti mogu prikupiti informacije, ali i biti nespремne koristiti ih ili s njima nešto učiniti! Podatci se prikupljaju pomalo automatski, bez namjere da ih se iskoristi kako bi se povećala ulaganja u buduće mjere ili poboljšala provedba postojećih mjera
- Gradovi ne žele koristiti prikupljanje i analizu podataka, u strahu od „dodatnog“ posla koji to iziskuje.

Analiza dionika: tko su pokretači, a tko protivnici

Pokretači su obično osobe s tehnološkim sredstvima potrebnim kako bi bili u toku s razvojem novih aplikacija. To su također osobe koje su aktivne u različitim zajednicama i koje žele donositeljima odluka pružiti najnovije informacije o lokalnim problemima i otvorenim pitanjima. Obično su aktivni građani oni koji žele koristiti, razvijati i poboljšavati proces prikupljanja podataka kroz aplikacije.

Također, aktivisti koji sudjeluju u događanjima koja promiču njihov specifičan cilj – bilo da je riječ o zaštiti javnog prostora, poboljšanju biciklističkih ruta, pravima pješaka, boljim uslugama javnog prijevoza ili nečem drugom – često su nositelji promjena.

Protivnici nisu tako očiti. Neki se članovi javne uprave i tijela koja donose odluke mogu naći kao protivnici zbog straha od povećanja odgovornosti i transparentnosti koje provođenje ovakvih sustava nosi sa sobom.

Pravni okvir

Mnoge su aplikacije za spomenute usluge ciljano izrađene za pojedinu zemlju ili čak grad. Stoga pravni okvir mora biti u skladu s nacionalnim ili europskim propisima, kao i propisima o korištenju i zaštiti osobnih podataka.

Opcije javnih politika za gradove

Riječ je o zabavnoj i relativno jednostavnoj opciji koju gradovi mogu provesti i promovirati. U idealnoj situaciji, međutim, ukoliko je postavljen sustav kroz koji se ljude nastoji potaknuti da prikupljaju ili doprinesu prikupljanju podataka, tijelo odgovorno za procesuiranje tih podataka moralo bi biti spremno i osposobljeno da ljudima da odgovarajuću povratnu informaciju te provede promjene/poboljšanja usluga temeljene na povratnim informacijama dobivenim od korisnika.

Mora postojati sustav koji bi poticao kontinuirana poboljšanja kroz analizu podataka.

Tko se (u gradskoj upravi) time mora baviti?

Odgovor na ovo pitanje ovisit će o različitim strukturama pojedinih gradova. Teško je izdvojiti pojedinačnu poziciju ili odjel. No postojanje angažiranog političara koji će postaviti dobar primjer svakako pomaže.

Dodatne dobre/loše prakse (kratki primjeri)

Prometni agent - <http://www.trafikkagenten.no/en/about-the-traffic-agent>

Con una financiación municipal de 347 000 € (£ 290 000), el consejo de investigación de Noruega y la consultora Vibeke Rørholt de Capgemini, en la ciudad de Oslo, buscaban crear un entorno que los padres percibieran suficientemente seguro para que sus hijos fueran andando al colegio. “Se me había encargado un informe sobre el tráfico en todas las calles de Oslo. Era una gran responsabilidad”, ella comenta. “Así que pensé, ¿por qué no preguntamos a los niños y las niñas cómo se sienten en las calles?” La mejor manera de hacer esto era jugando, explica. Mediante una aplicación de móvil, que convierte a los niños y niñas en “agentes secretos” de la ciudad, estos pueden, en su ruta hacia el colegio, enviar informes al instante cuando se encuentran, por ejemplo, con un cruce complicado o una zona de tráfico muy denso. La localización de estos puntos se obtiene mediante GPS, de manera que los investigadores pueden señalar exactamente donde están los riesgos. Rørholt comenta que utilizando esta información cartográfica proporcionada por los menores a través de una aplicación, durante el último año las autoridades han reformado varios cruces importantes y han acondicionado el pavimento para mejorar la seguridad peatonal. Por ejemplo, varios escolares informaron de que querían atravesar un terreno privado en su camino

al colegio ya que era más seguro, así que el ayuntamiento de Oslo llegó a un acuerdo con el propietario: el ayuntamiento crearía un paso con camino y barandilla, y el propietario se ocuparía de su mantenimiento. La protección de datos es un tema que puede disuadir a progenitores y docentes de que sus hijos utilicen esta aplicación, por ello desde el principio los datos recibidos son anónimos. La aplicación está integrada en una plataforma escolar de Noruega donde cada niño o niña recibe un código para iniciar la sesión. Este dato solo es visible para el equipo del colegio y del proyecto. Rørholt explica que si los menores empiezan a utilizar la aplicación desde casa, esta no envía informes hasta que no están a unos 200 metros de casa. Para que los niños y niñas tengan cierta intimidad, no toda la información es compartida con progenitores o docentes. Aunque esta aplicación se está utilizando solo en Oslo, Rørholt dice que el director del proyecto en el municipio de Oslo pretende que se extienda por toda Noruega, de manera que otros municipios puedan utilizarla a bajo coste. Es un proceso lento: hasta el momento solo han tomado parte 35 de los 135 colegios de la ciudad. “No creo que por ahora hayamos variado el número de menores que va a pie al colegio”, dice Rørholt, “y espero que lleguemos a hacerlo. Confío en que cuando podamos mostrar los resultados -lo que hacemos vía Facebook, ya que es donde están los padres y madres-, más colegios se sumen a cooperar con nosotros”. Ciudades como Oslo están intentando encontrar un equilibrio entre ser accesibles y habitables, y parece que obtener información de una gran parte de los habitantes es lo más lógico para conseguirlo. El proyecto Agente de tráfico muestra cómo la infancia puede echar una mano en la planificación de las ciudades -por ejemplo, elegir cuál es el lugar más seguro para construir un colegio- con solo apretar un botón.

Prikupljanje podataka o praksi (obrascima) bicikliranja u Nizozemskoj - <http://fietstelweek.nl/fiets-telweek-measuring-improving-and-stimulating-of-bike-behaviour>

En septiembre de 2015, la Unión de Ciclistas de los Países Bajos organizó por primera vez, en colaboración con diferentes organizaciones de movilidad, la Semana Nacional de Conteo de Ciclistas (Fiets Telweek). Aunque los Países Bajos son conocidos por su cultura ciclista, hasta ese momento había poca información cuantitativa objetiva sobre los hábitos ciclistas. Algunos datos sobre la Semana Nacional de Conteo de Ciclistas son:

- el proyecto, financiado por los gobiernos local y regional y por el Ministerio de Infraestructura y Medio Ambiente, ha permitido que unas 50 000 personas compartan información sobre sus hábitos ciclistas. Esto proporcionó datos para ayudar a las ciudades holandesas a diseñar estrategias e introducir iniciativas que mejoraran, aún más, el uso de la bicicleta en el país.

Contexto: en las ciudades holandesas, el porcentaje de población que elige la bicicleta frente a otros modos de transporte es, en general, muy alto. Sin embargo, en las zonas urbanas, los carriles bici están cada vez más congestionados, lo que produce retrasos en la circulación. Aunque el ciclismo es un tema prioritario en las agendas de las ciudades y municipios holandeses, las inversiones deben seguir siendo racionales, y hasta ahora no se disponía de la información objetiva y cuantitativa necesaria para tomar estas decisiones debido a la falta de datos. Fiets Telweek trabaja en dos direcciones. Primero lleva a cabo una campaña de marketing de concienciación local y nacional sobre la Semana de Conteo de Ciclistas y, después, durante la semana, utiliza una aplicación de móvil que recibe datos que luego procesa en información útil mediante

un conjunto de herramientas llamado “Bike PRINT” (desarrollada durante un proyecto europeo Interreg).

Tecnología: la tecnología “Bike PRINT” utiliza GPS, móviles y wifi, y una aplicación que hace el seguimiento y recoge datos sobre la localización, la velocidad y aceleración de un ciclista y luego los procesa para generar datos anónimos sobre el origen y destino del viaje, la ruta (comparando los datos con el mapa) y la velocidad. Más tarde, los datos son analizados para calcular el desvío potencial, la calidad de la red, las rutas más populares, etc. Posteriormente, se presenta en el interfaz en línea de ‘Bike PRINT’ y se entrega a los gobiernos locales como un conjunto de datos abiertos. En el año 2016, la Unión de ciclistas holandeses lanzó una plataforma de datos abiertos con todos los datos de Fiets Telweek. Debido al éxito de la experiencia, Fiets Telweek va a repetirse cada año.

Vremenski okvir

Kratak i jednostavan. Aplikacije je lako postaviti i objasniti kako se koriste. Uspostavljanje strukture za prikupljanje i obradu podataka u nekim bi lokalnim upravama moglo potrajati.

Troškovi

Troškovi razvoja aplikacije za korištenje ili prilagodbe lokalnoj upotrebi (dodavanjem jezika i lokalnih specifičnosti univerzalnom modelu aplikacije) plus troškovi izrade i implementacije struktura za prikupljanje i obradu podataka.

Također treba uračunati – potencijalno najvažnije – troškove zapošljavanja osoba za prikupljanje, pohranjivanje i upravljanje podacima te njihovo korištenje za izradu preporuka za poboljšanje SUMP-a/mjera upravljanja mobilnošću.

Otvorena pitanja

Svaki će grad imati svoja pitanja, često nevezana za pitanja u drugim gradovima.

Mogući razvoj u budućnosti

Razumijevanje potencijala mapiranja kretanja pojedinaca u i oko urbanih prostora ima brojne mogućnosti za daljnji razvoj u budućnosti. No kako će se one dalje razvijati ovisi u potpunosti o volji i željama pojedinih gradova. Razvojne promjene u budućnosti ovisit će o tome koliko gradovi žele poboljšati lokalne usluge mobilnosti za građane, turiste i poslovne projekte.

Kako (i kamo) se to uklapa u SUMP?

Korištenje ovih alata i tehnika uklapa se u sve faze ciklusa SUMP-a, među kojima su najvažnije:

- izgradnja vizije
- prikupljanje podataka
- generalno sudjelovanje (npr. informiranje)
- glasanje o scenarijima
- procjena i odabir mjera
- evaluacija

Svrha je SUMP-a stvaranje i pružanje niza usluga mobilnosti koje odgovaraju svim korisnicima javnog prostora. Gradovi ne mogu razviti SUMP i tu stati, u uvjerenju da je njihov posao završen.

Smjernice za SUMP (a naročito točka 2 SUMP ciklusa) koje je razvila EK jasno definiraju ulogu koju dionici imaju u procesu razvoja SUMP-a:

„Plan održive urbane mobilnosti stavlja naglasak na ljude i zadovoljavanje njihovih temeljnih potreba za mobilnošću. On podrazumijeva transparentan i participativan pristup, koji od početka i kroz proces izrade i implementacije uključuje građane i druge dionike. Participativno planiranje preduvjet je da građani i dionici preuzmu vlasništvo nad SUMP-om i politikama koje se njime promiču. Time se javno prihvaćanje i potpora čine izglednijim, a time i minimalizira rizike za donositelje odluka i pomaže u implementaciji plana.“

Dodatne informacije:

CIVITAS izvješće o politikama: <http://civitas.eu/content/civitas-policy-notethe-use-social-media-involve-citizens-urban-mobility-projects-and-city>

CIVITAS udžbenik:

http://civitas.eu/sites/default/files/Results%20and%20Publications/Brochure_STAKEHOLDER_CONSULTATION_web.pdf CIVITAS Insight:

<http://civitas.eu/content/civitas-insight-16-engaging-citizens-todaybuild-sustainable-cities-tomorrow>

Autor

James McGeever

The Environmental Centre for Administration and Technology (Centrul pentru Mediu, Administrație și Tehnologie – ECAT)

Skype: j.mcgeever |

Mobilni telefon: 00370 653 78522

E-mail: james@ecat.lt

www.sump-network.eu

RĂSPUNDERE LEGALĂ: Autorii își asumă întreaga răspundere pentru conținutul acestei publicații. Aceasta nu reflectă neapărat opinia Uniunii Europene. Comisia Europeană nu este responsabilă pentru vreo utilizare a informației conținute aici. Toate imaginile au fost puse la dispoziție de către parteneri (dacă nu este menționat altfel) și au aprobarea pentru a fi reproduse în această publicație.



CIVITAS PROSPERITY a primit finanțare prin Programul Uniunii Europene pentru cercetare și inovare Horizon 2020, în temeiul acordului de grant nr. 690636.