

Må involvera, også barn

Fysiske omgjevnadar og måten menneske opplever og tolkar dei på er avgjerande når eit miljø skal utviklast. Diverre er det altfor vanleg at barn og unge er utegløynde når eit prosjekt skal formast, seier Svava Riesto og Barbara Le Maire Wandall i selskapet Ekstrakt i København

EINAR SCHIBEVAAG

Kunsthistorikaren Riesto og landskapsarkitekten Wandall har lenge arbeidd med prosessar der ein trekkjer inn forskjellige brukarar i dialog når eit prosjekt skal formast.

VER KONKRET

Det er viktig å la menneske, altså brukarane, vera med å gi dei fysiske omgjevnadane eit innhald. Det er dei som vil tolka det som kjem, bruka det, og på den måten fremje målsettinga om å laga gode plassar å vera, anten det er eit torg, ein park eller ein barnehage, meiner Wandall.

- Vår erfaring er at det å bruka den konkrete staden, å la brukarane få vera med i utviklingsarbeidet, er avgjerande for resultatet av arbeidet.

LA BARN SPELA MED

Spesielt ser me kor viktig det er å trekka inn barn og unge som brukarar når prosjekt mynta på dei skal planleggjast. Svava Riesto meiner svært mange kommunar heilt har gløymt at det faktisk er barna som skal arbeida i barnehagen og skulen, og ikkje "50-åringen" som trur at ein meistrar utfordringa best sjølv når utemiljø skal etablerast.

RASKARE HEST

Ein viktig innfallsvinkel er å finna ut kva dei unge vil, framfor å spørje dei kva dei vil ha.

- Spør du dei unge kva dei vil ha, vel dei alltid ein raskare hest. Det vil ikkje vera med å utnytte den kreativiteten barn og unge sit på, seier Riesto.

Ho fortel at ein har sett at barnehagar med svært lite uteareal etablerer plen. Berre for at barna skal oppleve noko grønt i ein by. Det er dessverre slik at ein alt for ofte tenkjer for tradisjonelt når miljø skal lagast.

Å LØFTA EIT MILJØ

Verdien av uterommet er ofte undervurdert og tapar lett kampen når eldreomsorga og uterommet blir sett opp mot kvarandre.

Men den kunnskapen Riesto og Wandall sit på frå fleire større og mindre kommunar, er at uterommet ofte kan vera med å løfta miljø som kanskje på folkemunne har fått eit litt negativt stempel.

Estetikk



- Involvering skaper debatt og løyser ut kreativitet når løysingar skal veljast. Og prosessen og debatten viser at folk bryr seg om og vil vera med å utvikle nærmiljøet sitt, seier Wandall.

KREATIV GETTO

- Innvolver menneske med ulik bakgrunn. Det sveiser folk saman på tvers

av sosial og kulturell bakgrunn som saman løfter kvaliteten i det området utviklinga skjer. Ny næring kjem til, og nye menneske vel å flytte til området då dei opplever samfunnet som spennande.

- Ein slags kreativ getto der sosialt og kulturelt svært ulike miljø møtest og saman utviklar sitt nærmiljø.

Folkevalde må med

Kvinnene i Ekstrakt har erfaring med at svært mange gløymmer å trekkja dei folkevalde inn i arbeidet når bygg, anlegg og plassar skal utviklast.

Det er utruleg mange døme på gode prosjekt som ikkje har blitt noko av på grunn av at sentrale folkevalde ikkje har vore med i prosessen.

- Anten av økonomiske grunnar eller at utforminga er blitt så spesiell at presset frå veljarane fører til nei når ressursar skal løyvast.

Eit anna viktig moment er at me opplever i liten som stor kommune at veldig mange folkevalde sit på store ressursar både i kunnskap og nettverk.

- Dette går ein heilt glipp ved å ikkje involvera dei i slike prosessar.

Korleis det skal gjerast vil sjølvsagt variera i omfang og innhald og frå sak til sak, seier den norske kvinna Svava Riesto som har budd og arbeidd i København dei siste ti åra.



Prosesen er ofte heilt avgjerande for resultatet, seier Svava Riesto. Kunsthistorikaren, som er frå Sandnes, er oppteken av korleis ein kan ta vare på fysiske og kulturhistoriske verdiar og bruke desse på nye måtar slik at lokal identitet kan utviklast på eigne premisser.

«EG ØNSKJER MEG EIN BARNEHAGE DER DEI VAKSNE LES, FORTEL OG SYNG FOR UNGANE MINE»

Pirion

Ja takk, eg/vi vil tinge eit abonnement på Pirion
Abonnementet kostar 175 kroner (Studentpris: kr 145,-). Nye tingarar får også tilsendt nr. 4/2006. Abonnementet gjeld til det blir sagt opp skriftleg.

Namn: _____
Barnehage: _____
Adresse: _____ Postnummer: _____ Poststad: _____
Telefon: _____ E-post: _____



Pirion er eit kulturelt alternativ i ei tid prega av kommersiell kulturindustri og straumlinjeforma marknadsføring. Pirion kjem med 4 nummer i året: februar, mai, august og november.



www.pirion.no

Du kan og tinga Pirion per e-post: pirion@norsk-plan.no