

TỔ CHỨC QUẢN LÝ KHÔNG GIAN CÔNG CỘNG THÀNH PHỐ HÀ NỘI CÓ SỰ THAM GIA CỦA CỘNG ĐỒNG - HƯỚNG TỚI MÔ HÌNH THÀNH PHỐ ĐÁNG SỐNG

Tạ Quỳnh Hoa^{a,*}

^a*Khoa Kiến trúc và Quy hoạch, Trường Đại học Xây dựng,
55 đường Giải Phóng, quận Hai Bà Trưng, Hà Nội, Việt Nam*

Nhận ngày 13/04/2021, Sửa xong 01/05/2021, Chấp nhận đăng 06/05/2021

Tóm tắt

Không gian công cộng (KGCC) là một thành tố không thể thiếu trong đời sống xã hội của đô thị. KGCC có chất lượng cao là điều kiện tiên quyết để có được một cuộc sống đô thị phong phú cả về vật chất lẫn tinh thần, làm cho đô thị trở nên đáng sống đối với tất cả mọi người. Tuy nhiên, dưới tác động của quá trình đô thị hoá và sự gia tăng dân số, KGCC tại các đô thị lớn của Việt Nam ngày càng bị suy giảm cả về số lượng và chất lượng. Thành phố Hà Nội hiện nay cũng đang đối mặt với các vấn đề liên quan đến KGCC và việc tổ chức quản lý để nâng cao chất lượng KGCC phục vụ người dân, góp phần tạo ra các cơ hội phát triển kinh tế và du lịch. Bài viết này sẽ tổng hợp khung lý luận về KGCC, sự tham gia của cộng đồng (TGCD) trong việc tái thiết KGCC và các kinh nghiệm thực tiễn trong và ngoài nước, từ đó chỉ ra các yếu tố cần thiết để huy động sự TGCD và các bên liên quan nhằm nâng cao chất lượng KGCC của thành phố Hà Nội, hướng tới mục tiêu thành phố đáng sống.

Từ khoá: không gian công cộng; sự tham gia của cộng đồng; thành phố đáng sống.

MANAGING PUBLIC SPACES WITH COMMUNITY PARTICIPATION IN HANOI CITY TOWARDS URBAN LIVEABILITY

Abstract

Public space is an indispensable element in the social life of the city. High-quality public space is a prerequisite for a good urban life, physically and mentally, making the city to be livable for all. However, under the impact of urbanization and population growth, public spaces in major cities of Vietnam are decreasing in both quantity and quality aspects. The city of Hanoi currently is facing problems related to the quantity of public spaces, the management to improve the quality of public spaces that serve its people as well as to create opportunities for economic and tourism development. This article will synthesize the theoretical framework of public spaces, community participation in the regenerating urban spaces and practical experiences domestically and internationally. Besides, the research also highlights the essential elements to mobilize the participation of the community and stakeholders to improve quality of public spaces in Hanoi capital city towards urban livability.

Keywords: public spaces; community participation; livable city.

[https://doi.org/10.31814/stce.nuce2021-15\(2V\)-11](https://doi.org/10.31814/stce.nuce2021-15(2V)-11) © 2021 Trường Đại học Xây dựng (NUCE)

1. Giới thiệu – Bối cảnh

Không gian công cộng (KGCC) là một thành tố không thể thiếu trong đời sống xã hội của đô thị. Theo Henri Lefebvre [1], thành phố là một tuyệt tác tập thể, và trong tuyệt tác tập thể ấy thì KGCC được ví như một “phòng khách” với những quảng trường, công viên, khu tượng đài, phố đi bộ, vỉa hè,

*Tác giả đại diện. Địa chỉ e-mail: hoatq@nuce.edu.vn (Hoa, T. Q.)

đại siêu thị, làng trong phố, khu tập thể, khu đô thị mới ... Đây là những không gian không chỉ để thở mà còn là tài sản văn hóa của người dân. Nhưng tiếc thay, giờ đây dưới tác động của quá trình đô thị hóa nhanh chóng trong hai thập kỷ qua, “phòng khách” ấy của các thành phố lớn của Việt Nam như thành phố Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh ... đã có sự biến đổi rất nhanh và ngày càng bị thu hẹp dần, suy giảm cả về số lượng và chất lượng.

Tại thủ đô Hà Nội, với quá trình gia tăng dân số và sự mở rộng ranh giới thành phố về phía Nam và Tây Nam sau khi quy hoạch tổng thể thành phố Hà Nội được phê duyệt năm 2011 [2], KGCC đã bị sụt giảm nghiêm trọng cả về diện tích và chất lượng [3]. Thống kê của Viện Quy hoạch Đô thị và Quốc gia năm 2017 cho thấy diện tích KGCC chỉ chiếm 0,3% tổng diện tích đất của thành phố và diện tích KGCC bình quân đầu người chỉ dưới 2 m², bằng 1/10 so với chỉ số tại các nước phát triển (khoảng 20 m²/người) [4]. Trong một nghiên cứu gần đây, Julie-Anne Boudreau [5, 6] đã chỉ ra các KGCC phân bố không đồng đều, cả khu vực cây xanh và mặt nước cũng như các cơ sở thể thao và vui chơi không đáp ứng nhu cầu dân cư đô thị. Ngoài ra, việc sở hữu và quản lý cũng như duy tu, cải thiện KGCC cũng chưa được quan tâm xem xét và có giải pháp phù hợp mặc dù điều này ảnh hưởng lớn đến chất lượng của KGCC [7].

Hà Nội - Thủ đô ngàn năm văn hiến với bề dày lịch sử và văn hoá còn là điểm đến hấp dẫn của khách du lịch trong và ngoài nước. Trong những năm đây, Hà Nội luôn được một số tạp chí Du lịch uy tín hàng đầu Thế giới như Travel and Leisure (Mỹ), Smart Travel Asia (HKG) tổ chức bình chọn và đạt danh hiệu Top 10 điểm đến Du lịch hấp dẫn nhất châu Á. Đáng lưu ý, Hà Nội vinh dự là một trong 19 ứng cử viên hạng mục “Thành phố là điểm đến hàng đầu thế giới 2019” để bình chọn tại giải thưởng World Travel Awards - giải thưởng có uy tín nhất của tổ chức du lịch thế giới. Thủ đô Hà Nội còn được UNESCO chính thức công nhận gia nhập vào mạng lưới các thành phố sáng tạo của UNESCO ở lĩnh vực thiết kế. Trong đó, không gian công cộng là nơi biểu đạt rõ nhất các giá trị vật thể và phi vật thể của một thành phố, về con người và mối tương tác của con người với không gian mà họ đang sống.

Điều này đã đặt ra cho những người hoạch định chính sách của thành phố, các nhà quản lý và các chuyên gia quy hoạch cũng như những nhà hoạt động xã hội một câu hỏi lớn “*Làm sao để tạo lập (making), tổ chức quản lý (managing) các KGCC của thành phố để góp phần nâng cao chất lượng môi trường sống của cộng đồng và đáp ứng nhu cầu phát triển du lịch của thành phố, hướng tới các tiêu chí của thành phố sống tốt, thân thiện với mọi người? Cộng đồng có vai trò như thế nào trong việc tạo lập nét đặc trưng của KGCC và quản lý, duy trì các KGCC tại thành phố Hà Nội?*”

Bài viết này dựa trên các nghiên cứu liên quan đến vấn đề KGCC và sự tham gia của cộng đồng (TGCD) trong nước và trên thế giới mà tác giả đã thực hiện trong nhiều năm nhằm mục đích giới thiệu các kinh nghiệm quốc tế và kinh nghiệm tại dự án thí điểm tại Khu phố cổ Hà Nội trong việc huy động cộng đồng tham gia cải tạo, phát triển KGCC. Bài viết cũng đưa ra các khuyến nghị các yếu tố cần thiết để huy động sự TGCD và các bên liên quan nhằm nâng cao chất lượng không gian sống và thúc đẩy phát triển du lịch tại thủ đô Hà Nội.

2. Tổng quan lý luận về không gian công cộng, đô thị đáng sống và sự tham gia của cộng đồng

2.1. Khái niệm về không gian công cộng (public spaces)

a. Các khái niệm

KGCC là là một khái niệm phức tạp, đa chiều và không có một định nghĩa chung, phổ quát toàn cầu về nó. Theo quan điểm phương Tây, KGCC liên quan đến khái niệm “quyền tiếp cận và loại trừ” tới các không gian đó [8]. Mặc dù KGCC bao gồm khía cạnh về không gian và xã hội nhưng khía

cạnh xã hội được nhấn mạnh trong các định nghĩa và khái niệm. Irvin và Erwin [9] cho rằng KGCC là không gian mà ở đó tất cả mọi người đều có quyền tiếp cận bất luận địa vị xã hội hay điều kiện kinh tế, không có sự phân biệt về tuổi tác, giới tính, sắc tộc và quyền này được bảo vệ bởi hiến pháp và pháp luật. Đó là những không gian thực sự là của chung, của tất cả mọi người. Từ thập niên 60 của thế kỷ trước, Hannah Arendt [10] đã lập luận rằng KGCC giúp cho người dân có thể gặp gỡ nhau, trò chuyện và nhận ra sự hiện diện của nhau, đây là điều kiện không thể thiếu đối với một xã hội dân chủ. Có nghĩa là, KGCC là nơi mà bất kỳ ai cũng có thể đến, là nơi hầu hết các hoạt động được diễn ra tự phát chứ không phải được lên kế hoạch trước, và nơi mọi người có thể giao tiếp, kết nối hoặc đơn giản là đi qua hoặc ngồi và quan sát những người khác [11].

Thomas, M. [12] đã nhấn mạnh vai trò xã hội của KGCC và nhận định rằng KGCC là một lĩnh vực thiết yếu mang lại cơ hội cho các cá nhân và cộng đồng phát triển, đồng thời làm phong phú đời sống của họ. Ông xác định bốn vai trò xã hội của KGCC: (1) là diễn đàn cho đời sống công cộng; (2) là nơi gặp gỡ của các nhóm xã hội khác nhau; (3) là nơi hiển thị các biểu tượng và hình ảnh trong xã hội; (4) là một phần của hệ thống truyền thông về các hoạt động đô thị. KGCC tốt tạo ra một sân chơi để người dân tham gia và đối thoại, tạo ra môi trường lý tưởng cho các cuộc gặp gỡ tự phát hoặc được định trước, có được trải nghiệm đa dạng về các cách ứng xử, tương tác, sự tin cậy.

Theo Jan Gehl [13], thì một KGCC tốt cần có 4 tiêu chí bao trùm: Khả năng tương tác xã hội (sociability); công năng và hoạt động (uses and activities); sự tiện nghi và hình ảnh đô thị (comfort and image); và cuối cùng là khả năng tiếp cận, kết nối (accessibility and connectivity). KGCC luôn gắn với thiên nhiên, là không gian mở và không gian giao tiếp có liên quan đến sự thay đổi về văn hóa thị dân trong thời kỳ hậu hiện đại, mang tầm quan trọng của xã hội nhân văn với con người đô thị cởi mở hơn, sáng tạo hơn và sống tốt hơn, do vậy có sức hấp dẫn các nhà đầu tư, những người tài năng đến tương tác.

b. Khái niệm KGCC trong các cơ sở pháp lý về quy hoạch, thiết kế và quản lý đô thị ở Việt Nam

Xem xét trên góc độ quản lý nhà nước, KGCC chưa được chính thức định nghĩa, đề cập hay quy định cụ thể gì trong hiến pháp, pháp luật nói chung và các quy chuẩn quy phạm kỹ thuật về quy hoạch kiến trúc nói riêng. Khái niệm KGCC đầu tiên xuất hiện trong Nghị định số 38/2010/NĐ-CP của Chính phủ (Trích dẫn vào Tài liệu tham khảo) về quản lý không gian, kiến trúc, cảnh quan đô thị (gọi tắt là Nghị định 38/2010). Nghị định 38/2010, tại Điều 9 Mục 1 có đề cập tỷ lệ tối thiểu về cây xanh, đất dành cho không gian công cộng, và tại Điều 11: Quy định đối với cảnh quan tuyến phố, trục đường, quảng trường, Mục 1 có đề cập đến tạo lập các không gian công cộng, cảnh quan đô thị và nâng cao chất lượng, môi trường đô thị. Tuy nhiên, KGCC là những loại hình không gian nào thì lại không được định nghĩa và mô tả trong Nghị định 38 này. Thông tư số 22/2019/TT-BXD ban hành Quy chuẩn kỹ thuật Quốc Gia về Quy hoạch xây dựng, tại mục 1.4.15. Đất cây xanh đô thị, có chú thích Đất cây xanh sử dụng công cộng trong đô thị là đất công viên, vườn hoa, sân chơi, đảm bảo tiếp cận của người dân. Như vậy, trong Quy chuẩn Quốc Gia về QHXD [14, 15], KGCC không được định nghĩa trực tiếp mà được gián tiếp đề cập là các không gian xanh sử dụng công cộng như công viên, vườn hoa, sân chơi.

Tiếp cận từ góc độ xã hội, KGCC được xem là các không gian cho phép thoả mãn nhu cầu tương tác, chia sẻ, gặp gỡ, giải trí, tìm kiếm sự thư giãn thoải mái của các cá thể trong xã hội trong sự hoà mình vào xã hội. Các KGCC này có thể nhận bất cứ hình thức gì, nó có thể là một công viên, một quán trà hoặc café dân dã hay thậm chí là một vỉa hè, một khoảng trống giữa các công trình và không liên quan đến hình thức sở hữu cũng như hình hài của không gian đó. Với loại KGCC này, yếu tố ‘xã hội’ trở thành cốt tủy của không gian: là môi trường cho các sinh hoạt, tương tác của đời sống xã hội được diễn ra. Tại Việt Nam, các KGCC này được gọi là các KGCC phi chính quy, nhưng lại có vai trò

quan trọng trong đời sống đô thị. Không gian đường phố là KGCC phi chính quy phổ biến nhất tại các đô thị lớn tại Việt Nam, thể hiện rõ nét nhất lối sống, văn hoá, đặc trưng kiến trúc cảnh quan đô thị của thành phố.

2.2. Không gian công cộng - thước đo thành phố sống tốt (livable cities)

Theo Mike Douglas [16], thuật ngữ "*Thành phố sống tốt*" (TPST) đầu tiên và trước hết là một khái niệm quy chuẩn hàm chứa những giá trị của nó. Liên quan đến yếu tố giá trị thì cách đánh giá và nhìn nhận là khác nhau, giá trị của thành phố là thước đo để nhận biết thành phố có những đặc trưng và bản sắc gì, nên Douglas nhấn mạnh "*một thành phố sống tốt (TPST) mang nhiều ý nghĩa đối với nhiều người*". Trong lý luận của Michael Douglass, có hai mô hình phát triển đô thị tương ứng với hai lý thuyết chính của kinh tế học. Mô hình đầu tiên - thành phố 'hiện đại' - tập trung vào tăng trưởng kinh tế, dựa trên mức tiêu thụ và có thể mua được những khoảnh khắc của niềm vui và sự hài lòng (một phần dẫn đến hạnh phúc). Mô hình thứ hai - thành phố 'kiểu cũ' - tập trung vào việc đáp ứng các nhu cầu cơ bản trong bối cảnh hạn chế về tài nguyên thiên nhiên, gìn giữ các hoạt động kinh tế truyền thống và bảo vệ môi trường. Mô hình này dựa trên mạng lưới xã hội, trong đó mọi người tương tác với gia đình, hàng xóm và bạn bè mang lại một sự mãn nguyện lâu dài và thậm chí là hạnh phúc. Và những khoảnh khắc thích thú và vui vẻ luôn có sẵn trong những cuộc gặp gỡ hàng ngày trên đường phố, trong công viên và trong những không gian công cộng khác.

Rất nhiều quan điểm rằng KGCC là yếu tố chủ chốt, là thước đo của thành phố sống tốt cho tất cả mọi người. Có nhiều tiêu chí để đánh giá về thành phố sống tốt, trong đó phổ biến nhất có thể kể đến: kinh tế, môi trường, không gian mở, tiếp cận giao thông công cộng, giáo dục, y tế, trị an, văn hóa, ổn định chính trị-xã hội, các hoạt động sống, mức độ đoàn kết hòa hợp cộng đồng, không gian để các cá nhân thể hiện bản thân (self-expression). Trong số này, có rất nhiều tiêu chí liên quan đến KGCC. Nói cách khác, các KGCC có vai trò lớn trong việc nâng cao mức độ đáng sống của đô thị. Jan Gehl [13, 17] đã khẳng định mối liên hệ giữa KGCC và TPĐS "*các hoạt động diễn ra trong nhiều không gian công cộng cho thấy thành phố có nhiều điều để cung cấp về đời sống công cộng, tính tự phát, sống động, sáng tạo và đáng sống*". Mike Douglass [16, 18] cũng nêu ra 3 thành tố cơ bản để tạo nên một thành phố sống tốt, trong đó liên quan đến sự phát triển của cá nhân, môi trường sống và môi trường văn hoá, cộng đồng. Ông nhấn mạnh thành phố sống tốt cần: Cộng đồng năng động, quản trị đô thị có sự tham gia của dân cư, tập quán và tiện nghi văn hóa, cộng đồng và KGCC được gắn với không gian chung của thành phố.

2.3. Khái niệm về sự tham gia của cộng đồng và cách tiếp cận có sự tham gia của cộng đồng

Theo khái niệm chung thì sự tham gia của cộng đồng (TGCD) là một quá trình mà Chính quyền và cộng đồng cùng tiến hành các hoạt động chung nhằm hướng đến mục đích phát triển (như cung cấp các dịch vụ đô thị nhằm cải thiện điều kiện sinh hoạt của cộng đồng, phát triển kinh tế địa phương, cải tạo chỉnh trang đô thị, tái phát triển đô thị v.v...). Theo Feldman [19], "*Sự tham gia của cộng đồng cung cấp một quá trình hợp tác giữa những người dân trong cùng một cộng đồng để đạt được những mục tiêu chung, tham gia trong việc ra quyết định và đạt được những kết quả lần lượt đáp ứng những nỗ lực tập thể*".

Cách tiếp cận có sự tham gia của cộng đồng là xu hướng mới đang nổi lên ở nhiều quốc gia, khi cộng đồng góp tiếng nói và tham gia ngày một chủ động vào các kế hoạch phát triển địa phương. Xu hướng Quy hoạch (QH) - thiết kế đô thị (TKĐT), đặc biệt là TKĐT các KGCC cũng chuyển dịch dần từ QH-thiết kế cho cộng đồng (cộng đồng thụ động) sang cùng cộng đồng (cộng đồng tham dự) và về lâu dài sẽ hướng tới bởi cộng đồng (cộng đồng chủ động khởi xướng và thực hiện). Người dân được

tham gia vào nhiều khâu khác nhau, từ cung cấp thông tin hiện trạng, phát hiện vấn đề và đề xuất giải pháp đến đầu tư (góp tiền, công sức, vật tư), vận hành, bảo dưỡng và bảo vệ sản phẩm. Sự TGCD không đơn thuần chỉ là việc tìm ra và huy động nguồn lực của cộng đồng vào quá trình thực hiện một dự án hay một chương trình (đóng góp vốn, kinh phí hỗ trợ, đóng góp nguyên vật liệu, nhân công tình nguyện, đóng góp các kiến thức và kỹ thuật từ các thành viên trong cộng đồng...) mà yếu tố quan trọng nhất của sự TGCD là đảm bảo cho cộng đồng - chủ thể tạo ra các giá trị của khu vực và sở hữu không gian chứa đựng các giá trị của khu vực - được tham gia vào việc quyết định mục tiêu, phương hướng và giải pháp cho việc tạo lập (making), duy trì (maintaining) quản lý phát triển (managing) khu vực. Việc tham gia có thể thông qua một số đại diện của cộng đồng - những người được cộng đồng lựa chọn và đề cử.

3. Kinh nghiệm huy động sự tham gia cộng đồng trong việc tạo lập và quản lý KGCC, phục vụ cộng đồng và phát triển du lịch

3.1. Ví dụ tại thị trấn Kawagoe (Nhật Bản): vai trò khởi xướng của cộng đồng trong việc bảo tồn và khôi phục cảnh quan, không gian công cộng thị trấn cổ tạo nên nét đặc trưng văn hóa của Tokyo, phát triển du lịch

Ví dụ đưa ra ở đây được tổng hợp từ kinh nghiệm của Kawagoe trong việc bảo tồn và khôi phục các giá trị cốt lõi của đô thị cổ với vai trò khởi xướng và thực hiện của cộng đồng địa phương. Nó cũng phản ánh những nỗ lực không mệt mỏi của cộng đồng trong thời gian dài (trên 20 năm) để xác định những giá trị cốt lõi vốn có của thị trấn. Trọng tâm của nghiên cứu là mối liên hệ hợp tác chặt chẽ giữa “*cộng đồng – chuyên gia – chính quyền địa phương*” để thiết lập nên các mục tiêu cơ bản, chiến lược phát triển và các kế hoạch hành động thực tiễn cho việc phát triển khu vực [20].

a. Giới thiệu về Kawagoe

Kawagoe (với số dân khoảng 335 ngàn dân) là một đô thị cổ nằm ở phía tây bắc thành phố Tokyo, cách Tokyo 35 km. Về phương diện giao thông và thương mại, Kawagoe đóng vai trò quan trọng như là điểm trung chuyển hàng hóa và liên hệ trực tiếp với thủ phủ của Nhật Bản. Nét đặc trưng của thị trấn cần phải kể đến đó là những ngôi nhà có kiến trúc độc đáo kiểu Edo “kurazukuri” - “kiểu nhà kho với tường trát bằng đất sét chống cháy” - xây dựng trong khoảng thời gian từ thế kỷ 17 đến thế kỷ 19 (Hình 1 và 2). Bên cạnh đó, hệ thống các công trình kiến trúc công cộng và các KGCC như các ngôi đền thờ thần, các ngôi chùa, tháp chuông, các bảo tàng về lễ hội rước kiệu cũng đóng góp vào nét độc đáo của các giá trị vật thể ở đây. Bên cạnh các giá trị vật thể, các giá trị phi vật thể có thể nhận biết được một cách rõ nét ở Kawagoe thông qua không khí thương mại truyền thống, các KGCC hấp dẫn, mối liên hệ cộng đồng chặt chẽ tạo nên một mạng lưới cộng đồng vững chắc và các hoạt động văn hóa truyền thống (Hình 3 và 4).

Vào thập niên 60 - 70 của thế kỷ trước, quá trình công nghiệp hóa và hiện đại hóa đã làm thay đổi các đô thị Nhật Bản và ảnh hưởng mạnh mẽ đến thị trấn Kawagoe. Thị trấn cổ Kawagoe bị suy thoái nặng nề do sự dịch chuyển dân số về phía nhà ga và các khu vực phát triển mới. Rất nhiều ngôi nhà cổ bị bỏ trống, các tuyến phố thương mại với các ngành nghề truyền thống không còn hấp dẫn như xưa và mất dần sức sống. Thêm vào đó, nhu cầu phát triển nhà ở kiểu hiện đại đã khuyến khích việc xây dựng nhiều chung cư cao tầng tại khu vực làm ảnh hưởng tiêu cực đến môi trường và cảnh quan kiến trúc truyền thống. Hơn nữa, vào thời điểm này, Nhật Bản cũng chưa ban hành các điều luật và các quy định cho việc bảo tồn quần thể các công trình kiến trúc và các đường phố lịch sử, do vậy càng góp phần vào sự suy giảm đô thị, xét trên góc độ kinh tế, xã hội và môi trường.



Hình 1. Cảnh quan không gian thị trấn thương mại cổ Kawagoe (Nhật Bản) vào thế kỷ 17 [20]



Hình 2. Cảnh quan không gian thị trấn Kawagoe ngày nay - nơi lưu giữ không gian văn hóa, lịch sử thời Edo [20]



Hình 3. Các lễ hội văn hóa tại Kawagoe diễn ra tại KG đường phố của thị trấn [20]



Hình 4. Lễ hội hoa anh đào tại khu vực ngoại ô Kawagoe, dọc 2 bên bờ sông [20]

b. Tổ chức cộng đồng tại Kawagoe

Tổ chức cộng đồng của Kawagoe có tên gọi Kurano -Kai được hình thành vào tháng 5 năm 1983. Mục đích chính của tổ chức là làm hồi sinh các hoạt động thương mại tại các KGCC đường phố đã từng rất sầm uất tại khu vực nhằm bảo tồn và phát huy các giá trị vật thể, phi vật thể đang bị suy thoái nghiêm trọng. Hiện nay, Kurano – Kai có khoảng 200 thành viên, bao gồm đại diện của chính quyền địa phương, các nhà chuyên môn, đại diện cộng đồng và những người yêu mến Kawagoe trên khắp đất nước Nhật Bản (Hình 5 và 6). Tổ chức cộng đồng đã đề ra 03 mục tiêu chính cho các hành động của họ: (1) bảo tồn cảnh quan, KGCC thông qua việc phục hồi các tuyến phố thương mại và KGCC truyền thống; (2) khai thác nội lực để phát triển; (3) trở thành một tổ chức phi lợi nhuận có tư cách pháp nhân (NPO - Non Profit Organization) để hỗ trợ cho thị trấn. Ý tưởng đầu tiên mà Kurano kai đã đề xuất là ý tưởng về “Community mart” (1986) với mục đích nhằm lập kế hoạch phát triển tổng thể nhằm khôi phục các hoạt động thương mại, phát huy chức năng dịch vụ cho cộng đồng, tạo sức hút cho khu vực. Tổ chức cộng đồng Kurano - kai muốn thuyết phục của các chủ sở hữu các ngôi nhà cổ, các chủ cửa hàng: không chỉ bảo tồn những giá trị vật thể hiện tại (các ngôi nhà cổ, các đường phố cổ) mà còn thổi sức sống vào nó và giúp góp phần tạo ra các lợi ích kinh tế thông qua phát triển du lịch.

Bên cạnh phương pháp tiếp cận phù hợp mà Kurano Kai đã đề xuất, tổ chức cộng đồng này đã thiết lập một cách thức làm việc rất hiệu quả. Kurano Kai được chia làm hai nhóm nhỏ. Nhóm 1 tập

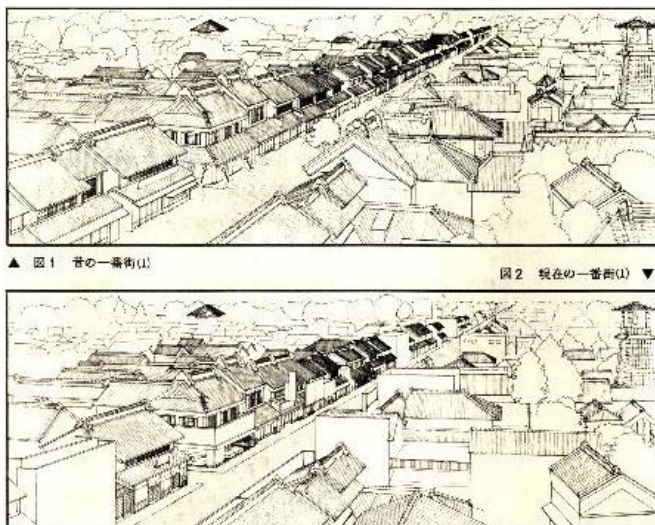
trung vào việc khôi phục và phát triển các hoạt động thương mại của khu vực, thành viên chủ yếu là các thương gia, chủ cửa hàng, người dân ... họ gặp nhau thường xuyên để nắm bắt và giải quyết các vấn đề khu vực diễn ra hàng ngày. Nhóm 2 là Hội đồng Thiết kế đô thị (TKĐT) tập trung vào việc bảo tồn, gìn giữ các công trình cổ, cảnh quan tuyến phố, KGCC (công viên, vườn hoa, cảnh quan tại các ngôi đền, ...), họp 1 lần/tháng để cùng nhau chia sẻ các ý kiến và các giải pháp về bảo tồn và TKĐT cho khu vực. Hội đồng TKĐT đã phối hợp chặt chẽ với các chuyên gia của các trường đại học, với chính quyền thành phố để tiến hành các cuộc điều tra, khảo sát kỹ lưỡng để kiểm kê quỹ công trình kiến trúc có giá trị trong khu vực và lập hồ sơ đệ trình lên chính quyền Trung ương. Kết quả là vào năm 1998, Kawagoe đã được công nhận là đối tượng của *Luật bảo tồn quần thể di sản kiến trúc truyền thống*. Trong các thập kỷ tiếp theo, cộng đồng và chính quyền địa phương đã tiến hành các giải pháp cụ thể cho việc bảo tồn các ngôi nhà cổ đang bị xuống cấp và cải thiện cảnh quan tuyến phố và các KGCC trong khu vực, đề xuất Hướng dẫn thiết kế đô thị cho Kawagoe (Hình 7).



Hình 5. Kurano Kai – Tổ chức cộng đồng được thành lập tại Kawagoe [20]



Hình 6. Buổi họp đầu tiên của hội đồng TKĐT địa phương với sự tham gia của thị trưởng thành phố (4/10/1987) [20]



Hình 7. Sách hướng dẫn thiết kế đô thị cho Kawagoe [20]

c. Nhận xét

Kinh nghiệm của Kawagoe đã cho thấy công tác bảo tồn và phát triển đô thị tại cấp độ địa phương chỉ có thể thực hiện được với sự tham gia của cộng đồng dân cư của khu vực. Phương hướng tiếp cận công tác bảo tồn là từ dưới lên: tổ chức cộng đồng tự nhận thấy vấn đề mà khu vực đang phải đối mặt, tự khởi xướng các hoạt động triển khai với sự hỗ trợ của các nhà chuyên môn và chính quyền địa phương. Các tổ chức cộng đồng có mối quan hệ chặt chẽ và tốt đẹp với các chuyên gia, các tổ chức nghiên cứu, trường đại học và chính quyền. Các tổ chức cộng đồng được chính thức hóa và “tiếng nói” có trọng lượng, được chính quyền địa phương và chính quyền trung ương lắng nghe, thấu hiểu, hỗ trợ [20].

Bản thân cộng đồng địa phương có nhận thức rất sớm về vai trò của họ trong việc gìn giữ và khôi phục các giá trị mà họ đang nắm giữ. Mối quan hệ cộng đồng gắn bó chặt chẽ và trình độ nhận thức cao về vai trò, trách nhiệm của cộng đồng trong việc nâng cao chất lượng môi trường sống là những yếu tố chủ chốt đem đến thành công cho Kawagoe.

3.2. *Xây dựng thương hiệu đô thị thông qua việc phát triển các KGCC tại thành phố Regina (Canada) với sự tham gia của cộng đồng*

a. Đôi nét về thành phố Regina

Regina nằm về phía nam khu vực trung tâm của tỉnh Saskatchewan (Canada) có diện tích tự nhiên 118,4 km². Đây là thành phố lớn thứ 16 của Canada với dân số vào khoảng gần 200 ngàn người (theo số liệu thống kê năm 2016). Nền kinh tế của Regina chủ yếu dựa vào nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú, bao gồm dầu khí, kali carbonat và sản xuất nông nghiệp, phát triển công nghệ viễn thông. Hiện nay, nền kinh tế của Regina cũng đã chuyển hướng đa dạng hóa sang cả lĩnh vực tài chính và ngân hàng, công nghệ thông tin, sản xuất phim, du lịch ... Regina cũng là thành phố có rất nhiều cảnh quan tự nhiên, KGCC đẹp với nhiều hoạt động sôi nổi để thu hút du khách (Hình 8). Các hoạt động vui chơi, giải trí ở thành phố này rất đa dạng bất kể vào mùa nào. Trong đó nổi lên một số KGCC thu hút du lịch nổi tiếng như: Trung tâm Wascana, Công viên Victoria, Bảo tàng Royal Saskatchewan, Trung tâm khoa học Saskatchewan, Triển lãm nghệ thuật Norman Mackenzie ... Thành phố cũng có một số công trình đặc sắc nhưng không may là nhiều di sản kiến trúc - niềm tự hào lịch sử phong phú



Hình 8. Hình ảnh khu vực trung tâm thành phố Regina – Canada [21]

đã bị tiêu hủy trong quá trình tái phát triển, đây chính là lý do thúc đẩy Regina tái xác định thương hiệu của mình [21].

b. Xây dựng thương hiệu thành phố Regina thông quan việc nâng cao chất lượng các KGCC, cải thiện hình ảnh đô thị

Đặc điểm nổi bật trong chiến dịch xây dựng thương hiệu Regina là được xây dựng từ tình cảm tha thiết của người dân và cộng đồng nơi đây. Xuất phát từ yêu cầu của người dân, một dự án *Cải thiện hình ảnh đô thị* đã được đề ra vào năm 2006. Mục tiêu của quá trình này là: 1) Thu hút dân cư mới, doanh nghiệp, thu hút đầu tư và sự kiện lớn, giữ vai trò cạnh tranh với các địa phương khác; 2) Có khả năng tự khẳng định mình - xây dựng cộng đồng cho mình; 3) Xây dựng các chiến lược phát triển thương hiệu và hình ảnh đô thị nhất quán thông qua các thông điệp của thành phố.

Thực hiện các mục tiêu này đã tạo hiệu quả quảng bá một cách năng động tính đặc trưng của thành phố đến với người dân địa phương và những cộng đồng bên ngoài mà thành phố muốn thu hút. Mục tiêu chung là tăng cường phát triển kinh tế địa phương ở cộng đồng với thông điệp hỗ trợ, thu hút đầu tư, tài năng và du lịch.

c. Các bước xây dựng thương hiệu và hình ảnh đô thị của Regina với sự tham gia của các bên liên quan

- Bước 1: Tổ chức các bên liên quan theo nhóm: Trong trường hợp của Regina đã xác định được ba nhóm liên quan chính:

+ Bên liên quan chủ chốt: bao gồm Ủy ban phát triển của vùng Regina, Ban quản lý Khu trung tâm Regina, Hội đồng quận Regina; Phòng Thương mại Regina và vùng lân cận; Thành phố Regina.

+ Giới kinh doanh: bao gồm các chủ sở hữu, giám đốc điều hành của các công ty lớn nhất thành phố, trong các lĩnh vực tăng trưởng chủ yếu.

+ Giới trẻ: thu hút và lưu giữ nhân tài là một thách thức với Regina, vì vậy có một nhóm liên quan được thành lập riêng để liên kết nguồn lực lao động trẻ đang tăng lên.

Các bên liên quan này tạo một nền tảng không những phục vụ cho nghiên cứu và ý tưởng, mà còn tạo đà và hỗ trợ cộng đồng. Các bên liên quan sẽ tham gia vào các nhóm thảo luận trọng tâm và đưa những nhận xét phản hồi, họ sẽ đóng những vai trò tích cực trong việc hoàn thiện kết quả, quảng bá thương hiệu và kêu gọi cộng đồng tham gia.

- Bước 2: Tăng cường thông tin và kiểm soát truyền thông nội bộ: Quảng bá hình ảnh khu vực thông qua việc tạo lập, cải thiện chất lượng KGCC. Tuyên truyền thông tin và kiểm soát thông tin trên các phương tiện truyền thông (website của thành phố, của khu vực, kênh truyền hình).

- Bước 3: Điều tra khảo sát ý kiến cộng đồng để nâng cao chất lượng KGCC và hình ảnh đô thị: Thành phố xác định ba đối tượng chủ chốt trong việc xây dựng thương hiệu địa phương, đó là người dân, các bên liên quan và thị trường bên ngoài. Regina đã sử dụng cách tiếp cận với phương pháp hỗn hợp để có thể tiếp cận tất cả các đối tượng. Nghiên cứu của họ bao gồm khảo sát qua điện thoại, tổ chức nhóm trọng tâm đối với thị trường bên ngoài và phỏng vấn, khảo sát, hội thảo với người dân và các bên liên quan. Giai đoạn nghiên cứu trong quá trình xây dựng hình ảnh và thương hiệu địa phương thường mất từ 4 - 8 tháng.

- Bước 4: Phân tích các cơ sở xây dựng thương hiệu đô thị. Trong trường hợp của Regina, thông qua phân tích họ hiểu rằng dù nền kinh tế có phát triển nhưng thành phố cũng chưa tạo được ấn tượng và hình ảnh đô thị đối với những thị trường bên ngoài. Hơn thế, họ xác định được hai chủ đề nổi bật, đó là các cơ hội phát triển du lịch của Regina và chất lượng cuộc sống ở đây. Giai đoạn phân tích và phát triển nền tảng, thông thường mất khoảng 1 đến 2 tháng.

- Bước 5: Phát triển sáng tạo hình ảnh và thông điệp của đô thị: Sáng tạo thương hiệu địa phương bao hàm cả hình ảnh và thông điệp. Hình ảnh có tính đại diện cho đô thị bao gồm hình ảnh, màu sắc

và cách diễn đạt nghệ thuật tính đặc trưng của đô thị, phản ánh năng lượng sống động của đô thị đó (Hình 9). Thông điệp của đô thị là hệ thống ngôn từ và câu chữ nhằm thể hiện mong muốn mà thành phố gửi đến người nghe như các giá trị, thuộc tính và cá tính. Thông điệp thường được gọi là “tuyên ngôn vị thế”, nó được xây dựng trên nền tảng nghiên cứu, căn cứ trên thực tế, nhưng mang đầy khát vọng, đó là tầm nhìn đối với cả một thành phố.

Hình ảnh và thông điệp của đặc trưng của một đô thị thường được xây dựng bởi công ty truyền thông với sự tham gia của các bên liên quan, đặc biệt là cộng đồng. Thái độ và phản ứng của cộng đồng (Hình 10).



Hình 9. Hình ảnh được chọn làm hình ảnh đô thị đặc trưng của thành phố Regina với cảnh quan tự nhiên và cảnh quan đô thị [21]



Hình 10. Hình ảnh và thông điệp “Tôi yêu Regina” mang tính biểu tượng của thành phố được đặt tại các KGCC tại trung tâm thành phố do cộng đồng lựa chọn [21]

- Bước 6: Phát động chiến dịch: Regina chính thức phát động thương hiệu địa phương mới của mình vào tháng 2 năm 2010 ở tòa thị chính thành phố. Bữa ăn sáng với thị trưởng là một sự kiện lý tưởng để lăng xê thương hiệu với sự có mặt của toàn bộ các bên liên quan chủ chốt ở địa phương và giới truyền thông. Việc phát động thương hiệu địa phương của Regina đối với thị trường bên ngoài được tổ chức một tháng sau đó ở tòa nhà Saskatchewan và Thế vận hội mùa đông Vancouver. Với mục đích thu hút công dân mới, thu hút doanh nghiệp, đầu tư, sự kiện, đồng thời luôn giữ vị thế cạnh tranh với các cộng đồng khác, Regina luôn lưu tâm đến thị trường bên ngoài khi phát triển thương hiệu địa

phương của mình và có ý định phát động nhiều chiến dịch quảng bá trên toàn quốc và thế giới.

Như vậy với các bước để xây dựng thương hiệu, tạo lập hình ảnh đô thị, cải thiện chất lượng các không gian công cộng, thành phố Regina đã gặt hái rất nhiều thành công trong việc quảng bá thương hiệu, thu hút du lịch, tạo thêm nhiều cơ hội kinh tế cho người dân địa phương, đồng thời tăng cường tính gắn kết cộng đồng, tình yêu của người dân với thành phố nơi mình đang sống, nâng cao chất lượng không gian sống đồng thời thu hút khách du lịch đến với thành phố.

3.3. *Cải tạo cảnh quan, thiết kế đô thị không gian đường phố với sự tham gia của cộng đồng. Trường hợp Phố Hàng Buồm – Khu phố cổ Hà Nội*

a. Giới thiệu về Phố Hàng Buồm

Phố Hàng Buồm (HB) vừa là một tuyến phố điển hình của KPC Hà Nội vừa mang những nét đặc thù của riêng nó. Phố Hàng Buồm nằm trong khu vực bảo tồn cấp I của KPC, là khu vực làm ăn sinh sống của cộng đồng người Hoa cũ tại Hà Nội. Trên tuyến phố có nhiều công trình di tích, lịch sử đặc biệt có đền Bạch Mã, được coi là một trong Tứ trấn của kinh thành Thăng Long (Hình 11).

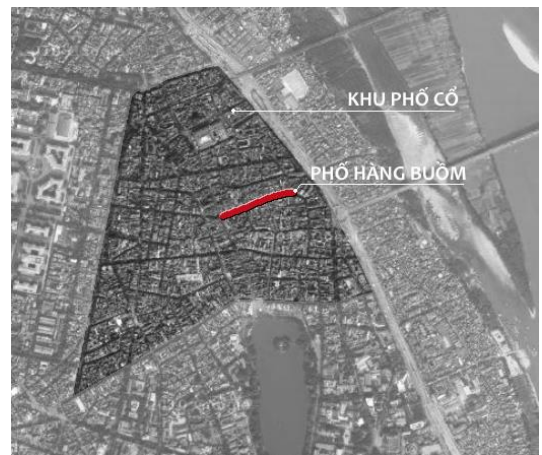
Tuyến phố có nhiều nhà cổ mang phong cách kiến trúc truyền thống kết hợp kiến trúc Trung Hoa. Hiện nay phố HB nổi tiếng với loại hình kinh doanh bán kẹo rươi bia, đồng thời là địa chỉ của nhiều quán, hàng ăn nổi tiếng có nguồn gốc Trung Quốc. Theo điều tra về ô phố tiến hành năm 2005 với 253 hộ gia đình tại phường Hàng Buồm và kết quả của các cuộc họp chuyên đề với đại diện người dân phố Hàng Buồm đã cho thấy các di tích lịch sử, các công trình cổ, kiến trúc của các nhà cổ, không gian xanh và khung cảnh đặc trưng của các tuyến phố là những yếu tố tác động nhiều nhất đến cảnh quan phố Hàng Buồm.

Về mặt xã hội, do dân cư gốc của phố phần lớn là người Hoa, đã trở về nước sau xung đột biên giới năm 1978 nên dân cư hiện nay chủ yếu là cán bộ nhà nước đã nghỉ hưu hoặc những người nhập cư từ sau năm 1980. Vì vậy sự gắn bó của CĐ với tuyến phố và sự hiểu biết của họ về lịch sử tuyến phố không cao.

Về môi trường không gian đô thị, cảnh quan phố Hàng Buồm hiện đang bị xuống cấp nghiêm trọng. Mặt đứng tuyến phố lộn xộn, nhiều ngôi nhà cổ đã biến mất, thay vào đó là những ngôi nhà cao tầng với hình thức lai căng thiếu thẩm mỹ, nhiều công trình di tích lịch sử bị hư hại, không gian đô thị bị ô nhiễm, bản sắc tuyến phố suy giảm. Theo kết quả điều tra của Ban quản lý KPC Hà Nội, số lượng nhà cổ tại phố Hàng Buồm đã giảm từ 85 ngôi nhà (năm 1999) xuống còn 30 ngôi nhà (vào năm 2006) [20]. Với những đặc điểm nêu trên, phố Hàng Buồm đã được lựa chọn là tuyến phố thí điểm cho việc tiến hành đánh giá, khảo sát để đề xuất các mục tiêu, chiến lược phát triển tuyến phố và tiến hành thí điểm một số hoạt động cụ thể nhằm kiểm chứng hiệu quả của phương pháp TKĐT có sự TG trong việc khôi phục, cải thiện cảnh quan khu vực.

b. Quy trình thực hiện TKĐT có sự TGCD cho phố Hàng Buồm

Dự án TKĐT phố Hàng Buồm là một hoạt động thí điểm thực hiện TKĐT bằng phương pháp tham gia nhằm kiểm chứng tính khả thi và hiệu quả của sự tham gia của cộng đồng trong các hoạt động cải tạo, chỉnh trang nâng cấp đô thị. Đây là một nhánh của Dự án Thí điểm Phát triển bền vững

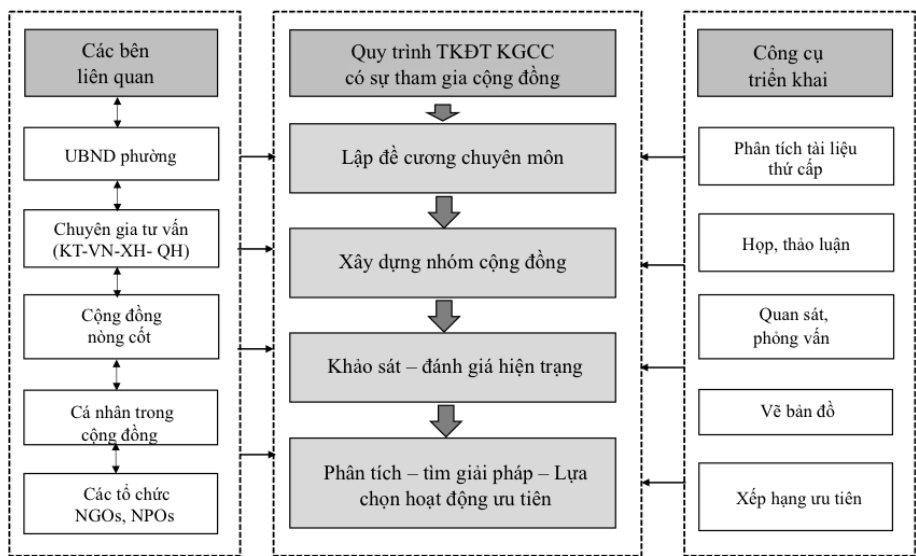


Hình 11. Bản đồ Khu Phố Cổ và vị trí phố Hàng Buồm

khu Phố cổ Hà Nội, thuộc Chương trình phát triển tổng thể Thủ đô Hà Nội do JICA hỗ trợ thành phố Hà Nội từ 2004 đến 2007. Đây là một trường hợp cụ thể mà người dân sinh sống hai bên phố được mời tham gia nhiều công đoạn, nhiều bước trong suốt quá trình thực hiện dự án dưới các hình thức tham gia khác nhau, và đã đạt được những kết quả rất khả quan.

Dự án thí điểm TKĐT phố Hàng Buồm được thiết kế gồm có 4 bước chính, đó là (1) Lập đề cương chuyên môn, (2) Xây dựng nhóm cộng đồng, (3) Khảo sát – đánh giá hiện trạng với sự TGCD, (4) Phân tích – Tìm giải pháp - Lựa chọn hoạt động ưu tiên: nhóm cộng đồng, CB Phường, CB chuyên môn. Tất cả các hoạt động này đều có sự tham gia (với mức độ khác nhau) của những chủ thể quan trọng là chính quyền Phường, chuyên gia, cộng đồng và các bên liên quan khác (Hình 12).

c. Trình tự tiến hành



Hình 12. Sơ đồ: Chu trình hoạt động TKĐTTG – Công cụ - Sự tham gia [22, 23]

- Bước 1. Lập đề cương chuyên môn: Ban dự án gồm các tư vấn lập đề cương chi tiết hướng dẫn đánh giá thực trạng tuyến phố. Đây là nội dung cần kiến thức chuyên môn về quy hoạch và TKĐT và do nhóm chuyên gia ĐHXD đảm nhiệm. Các nội dung đánh giá được viết thành ‘Đề cương hướng dẫn đơn giản, rõ ràng, dễ hiểu để bà con dân phố dễ hiểu, và thực hiện được. Các nội dung đánh giá tập trung khảo sát cảnh quan kiến trúc tuyến phố và khảo sát cảnh quan không gian đường phố, chụp ảnh hoặc dựng lại mặt đứng tuyến phố để làm cơ sở phân tích.

- Bước 2. Xây dựng nhóm cộng đồng: Tại bước này, các chuyên gia đã tổ chức họp với UBND Phường, thông qua mục đích dự án và yêu cầu hỗ trợ của cơ quan quản lý địa phương về mặt chủ trương, chính sách và vận động cộng đồng. Nhóm cộng đồng tại khu phố đã được thành lập để trực tiếp tham gia đánh giá cảnh quan, bao gồm các đối tượng tham gia sau: Nhóm hướng dẫn (3 người), bao gồm 2 cán bộ tư vấn của dự án và 1 cán bộ địa chính của phường. Nhóm nông cốt (3 người): trong đó có tổ trưởng dân phố, 1 đại diện là cán bộ lớn tuổi, am hiểu về lịch sử, am hiểu về cộng đồng. Đại diện người dân (5 người) bao gồm các thành phần khác nhau: cán bộ hưu trí, người làm ăn buôn bán, công nhân, sinh viên ...

- Bước 3. Khảo sát – đánh giá hiện trạng với sự TGCD: Tiến hành đánh giá thực trạng: chia nhóm theo chủ đề như: Cảnh quan, Giao thông, Nhà ở... Mỗi chủ đề sẽ có một số thành viên nhóm nông

cốt và các cư dân khác, có sự hỗ trợ của các cán bộ chuyên môn và cán bộ Phường. Các nội dung khảo sát đánh giá có sự tham gia của người dân đã được các chuyên gia giúp chuyển thành bản vẽ phân tích (Hình 13 đến Hình 17).



Hình 13. Nghiên cứu mặt đứng tuyến phố Hàng Buồm



Hình 14. Đánh giá công trình có giá trị kiến trúc, văn hoá, lịch sử trên tuyến phố



Hình 15. Đánh giá các hình thức biển hiệu, quảng cáo làm ảnh hưởng đến mặt đứng tuyến phố



Hình 16. Khảo sát hiện trạng và vị trí cây xanh trên tuyến phố



Hình 17. Hiện trạng sử dụng vỉa hè và các tiện ích công cộng trên tuyến phố

- Bước 4. Phân tích – Tìm giải pháp - Lựa chọn hoạt động ưu tiên: nhóm cộng đồng, CB Phường, CB chuyên môn.

Tổ chức cuộc họp toàn thể cộng đồng lần 2: giới thiệu kết quả và các hoạt động ưu tiên, kế hoạch huy động nguồn lực.

Các công cụ cho phương pháp TGCD đã áp dụng trong dự án (xem Hình 18):

Công cụ 1: Thu thập tài liệu thứ cấp. Thu thập các tài liệu đã có, các đánh giá đã tiến hành về cảnh quan tuyến phố, các tài liệu liên quan đến các chủ trương, chính sách của địa phương và việc thực hiện chủ trương đó liên quan đến những nội dung về cảnh quan, môi trường mà phương pháp đã lựa chọn.

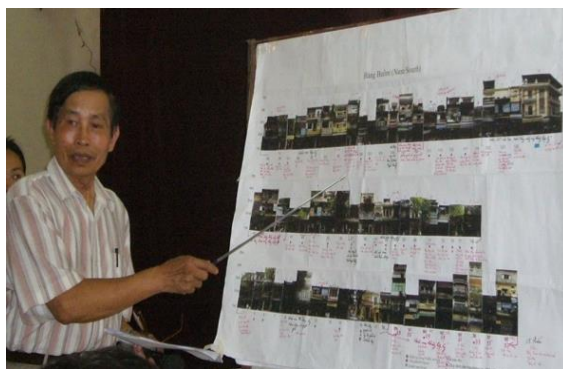
Công cụ 2: Họp – thảo luận. Trong nghiên cứu thí điểm, có 2 hình thức họp cơ bản: Họp – thảo luận trên nguyên tắc trao đổi ý kiến, thống nhất, đi đến quyết định giữa cán bộ tư vấn và nhóm nòng cốt. Họp cộng đồng với mục đích thông báo những nội dung đã hoặc đang triển khai và lấy ý kiến phản hồi.

Công cụ 3: Quan sát trực tiếp. Dạo quanh tuyến phố, quan sát và ghi nhận những vấn đề liên quan đến cảnh quan tuyến phố. Mục đích của công cụ này là giúp cộng đồng và nhóm công tác xác định nhanh các yếu tố có ảnh hưởng tích cực và tiêu cực đến cảnh quan; tạo ra sự đồng cảm, hiểu biết lẫn

nhau và là cơ sở để những ngày sau đó cả hai bên (tư vấn và người dân) cùng tiến hành những hoạt động cụ thể tại cộng đồng thuận lợi và hiệu quả.

Công cụ 4: Vẽ bản đồ, đánh dấu các thông tin, các yếu tố tác động đến cảnh quan tuyến phố lên bản đồ.

Công cụ 5: Xếp hạng ưu tiên – So sánh cặp đôi. Xếp hạng ưu tiên theo tầm quan trọng và theo các tiêu chí khác nhau (thời gian, tài chính) thông qua cho điểm.



Hình 18. Các hoạt động TKĐT tuyến phố Hàng Buồm với sự TGCD [23, 24]

Kết quả đầu ra: Sau một thời gian ngắn phối hợp, viễn cảnh của phố Hàng Buồm đã được xây dựng và thống nhất như sau *“Hàng Buồm sẽ là một trong những tuyến phố văn minh thương mại hấp dẫn nhất của Hà Nội và của KPC với phố xá sạch đẹp, ngăn nắp, ấn tượng, thể hiện rõ nét đặc trưng văn hóa lịch sử của riêng mình”*. Để đạt đến viễn cảnh trên cần thực hiện nhiều hành động cụ thể cả dài hạn và ngắn hạn. Trong thời gian 01 tháng và nguồn kinh phí cho phép, nhóm nòng cốt đã đề xuất 3 hoạt động ưu tiên làm trước, đó là: 1) Lắp đặt đồng bộ hệ thống mái hiên di động nhằm cải thiện cảnh quan tuyến phố (Hình 19 và 20); 2) Bố trí các thùng rác công cộng cố định trên tuyến phố và mua thiết bị thu gom rác thải cho khu vực; 3) Thu nhỏ các biển hiệu, biển quảng cáo với kích thước quá lớn, hình thức xấu, đưa ra những hướng dẫn cụ thể cho người dân để làm cảnh quan tuyến phố thêm đẹp.

Các hoạt động khác như chỉnh trang lớp lát vỉa hè, cải tạo mặt đứng một số ngôi nhà cổ cũ nát, ngầm hóa hệ thống cống hồ, ngầm hóa đường dây điện là những hoạt động dài hạn cũng đều được nêu trong chương trình hành động.



Hình 19. Hiện trạng mái hiên di động trên tuyến phố Hàng Buồm trước khi cải tạo



Hình 20. Mô phỏng hệ thống mái hiên di động trên tuyến phố Hàng Buồm sau khi được thiết kế đồng bộ

4. Kết luận

Từ các nghiên cứu kinh nghiệm của Nhật Bản, Canada về quản lý phát triển các KGCC và dự án TKĐT thực tiễn với phố Hàng Buồm - Hà Nội, chúng ta có thể rút ra những nhận xét sau đây:

Nếu lôi kéo được sự TGCD một cách thực sự vào các dự án TKĐT cải tạo chỉnh trang các KGCC, phát triển kinh tế địa phương thì mới có thể đạt được kết quả thực tiễn và bền vững, nên có sự TGCD là một xu hướng tất yếu. Tuy nhiên, vấn đề là cần phải có sự tham gia một cách thực chất, không phải là lôi kéo cộng đồng tham gia một cách hình thức.

Để có sự tham gia thực chất và hiệu quả, cần phải gắn được quyền lợi của cộng đồng vào quyền lợi chung. Bản chất của sự TGCD là làm thế nào để lợi ích của cộng đồng phải được toàn xã hội nhận thức và đề cao, trong đó quyền lợi của cộng đồng không chỉ bao gồm quyền lợi về vật chất mà cả các quyền lợi về mặt tinh thần (duy trì được các giá trị phi vật thể của khu vực, tăng lòng tự hào của cộng đồng đối với khu vực mà họ đang sống). Nếu như cộng đồng chưa tự nhận thức được quyền lợi của họ gắn liền với các không gian thực thể này (như các không gian đường phố, cảnh quan tuyến phố, các quảng trường, công viên, vườn hoa ...) thì cần phải chỉ rõ quyền lợi cần được bảo vệ (Hình 21). Nhưng yếu tố quyết định chính là sự đồng thuận và quyết tâm nhìn về cùng một hướng của các bên liên quan trong đó có cộng đồng.

Các yếu tố cần thiết hoặc cần chuẩn bị để có được sự TGCD hiệu quả:

- Yếu tố nguồn lực: cần phải tồn tại các nguồn lực của cộng đồng: tiền, sức lao động, về kiến thức, kỹ năng, sự lãnh đạo, hệ thống tổ chức xã hội tốt. Chất lượng nguồn lực, đặc biệt là kỹ năng tổ chức, quản lý và lập kế hoạch sẽ được tăng lên rõ rệt khi có những kinh nghiệm tham gia trong các dự án phát triển. Càng có nhiều sự TGCD trong lĩnh vực TKĐT thì càng có nhiều lợi ích hơn cho cộng đồng và vì thế họ lại càng sẵn sàng đầu tư các nguồn lực của mình. Như vậy yếu tố nguồn lực có tác động mang tính “hữu cơ” thúc đẩy sự TGCD.

- Trình độ nhận thức và sự nỗ lực tham gia của cộng đồng: Sự nỗ lực tham gia của người dân bằng óc sáng tạo và tính tự chủ tối đa để cải thiện điều kiện cảnh quan, môi trường sống. Khi cộng đồng có nhận thức tốt, có trình độ hiểu biết thì việc triển khai thực hiện các dự án liên quan đến quyền lợi cộng đồng sẽ có nhiều thuận lợi. Có thể thu nhận được những sáng kiến nảy sinh trong quá trình tham gia của CD, vấn đề quan trọng là làm sao huy động được sự TGCD.

- Trách nhiệm của nhà quản lý, lãnh đạo và Chính phủ trong việc huy động và thúc đẩy sự TGCD: Các nhà quản lý, lãnh đạo cần có nhận thức đúng đắn về sự TGCD và mức độ TGCD. Vấn đề các nhà



Hình 21. Cộng đồng tham gia góp ý kiến trong triển lãm “Ý tưởng quy hoạch và thiết kế đô thị khu vực Hồ Gươm và phụ cận”

quản lý mong muốn cộng đồng tham gia ở mức độ thế nào như: chỉ thông báo để quần chúng biết hay mong muốn quần chúng đóng góp thực sự vào quá trình từ khâu xác định ý tưởng, lập dự án, triển khai dự án ... để qua đó thu thập những ý tưởng tốt của cộng đồng vào nội dung của dự án, tất cả đều phụ thuộc chủ quan vào người lãnh đạo. Sự quan tâm và quyết tâm của các nhà lãnh đạo là một trong các yếu tố quan trọng thúc đẩy sự TGCD. Vận động cộng đồng là vấn đề phức tạp và phải dần dần từng bước, do vậy người quản lý phải biết chờ đợi, biết lắng nghe và thương thuyết. Trong quá trình triển khai cũng thường phức tạp nên phải có quyết tâm theo mục tiêu đã được cả hai bên Chính quyền và cộng đồng thống nhất.

- Có sự trợ giúp về kỹ thuật, nguồn lực và dịch vụ của Chính phủ hoặc các tổ chức phi chính phủ, phi lợi nhuận hay các tổ chức doanh nghiệp xã hội để khuyến khích óc sáng tạo, sự giúp đỡ lẫn nhau và tính tự lực của cộng đồng (Hình 22 và 23).



Hình 22. Thiết kế, cải tạo sân chơi cho trẻ em – dự án của doanh nghiệp XH Think Playground [25]



Hình 23. Dự án nghệ thuật công cộng Phúc Tân ven sông Hồng với sự tham gia của các nghệ sĩ đến từ Tây Ban Nha, Australia và Việt Nam [26]

Thông qua hoạt động thí điểm tại tuyến phố Hàng Buồm, chúng ta đã phần nào đã kiểm chứng được tính khả thi của sự tham gia của cộng đồng. Trên thực tế nguồn kinh phí từ nhà nước cho các hoạt động nâng cấp chính trang đô thị đã đang và sẽ luôn eo hẹp, cho nên “nhà nước và nhân dân cùng làm” trong TKĐT, cải thiện KGCC là con đường đi bất khả kháng nếu chúng ta muốn nhanh chóng

cải tạo nâng cao chất lượng các thành phố của chúng ta. Bài học kinh nghiệm cụ thể của Việt Nam có thể rút ra là:

- Việc vận động cộng đồng một cách khéo léo là yếu tố quyết định cho sự thành công. Cộng đồng cần thấy được hiệu quả của hoạt động: việc cải thiện KGCC, mỹ quan khu phố không những tăng lòng yêu mến tự hào của họ với khu phố mình mà còn thu hút khách du lịch, khách mua hàng đến nhiều hơn, đồng thời quảng bá được rộng rãi văn hóa lịch sử tuyến phố.

- Cộng đồng đã được quyền tham gia vào các quyết định của hoạt động trong suốt tiến trình dự án. Họ được công khai thông tin, được đóng góp ý kiến, được tham gia quyết định. Chính vì vậy họ đã đóng góp ý tưởng, công sức và kinh phí cho việc chăm sóc cảnh quan chung của khu vực mình sinh sống.

- Có sự đồng thuận của Chính quyền Phường và cộng đồng trong việc triển khai hoạt động. Chính từ sự đồng thuận này, người dân cảm thấy vai trò của họ được đề cao, họ tự ý thức nhiều hơn về sự tham gia của mình và tự nguyện góp tay cùng nhà nước vào việc chung của khu phố.

- Cần những sự trợ giúp rất hiệu quả từ bên ngoài: đó là sự tham gia hỗ trợ từ đầu đến cuối của các tư vấn trong và ngoài nước, hỗ trợ tài chính, hỗ trợ kỹ thuật huy động sự hỗ trợ từ các tổ chức NPOs, NGOs, các doanh nghiệp xã hội.

Qua nghiên cứu về KGCC, chúng ta thấy cần làm rõ, bổ sung các khái niệm, vai trò của KGCC trong hành lang pháp lý về quy hoạch để những tư duy về tạo lập và quản lý KGCC có thể được phản ánh sâu rộng trong tất cả các loại đồ án quy hoạch. Cần tăng cường các nghiên cứu về quản lý đô thị vì bên cạnh công tác thiết kế, công tác quản lý có ý nghĩa quyết định trong việc duy trì chất lượng KGCC trong đô thị. Bên cạnh đó, cần tiến hành những khóa tập huấn về thiết kế và quản lý KGCC và sự tham gia của cộng đồng để tăng cường nhận thức, kỹ năng và thái độ cho các KTS, nhà quy hoạch, TKĐT trong các đơn vị tư vấn, các cơ quan quản lý và lập chính sách của nhà nước, cùng với tất cả các đối tượng quan tâm khác. Quy trình tạo lập, duy trì và quản lý KGCC với sự tham gia của cộng đồng cũng cần được biên tập thành sổ tay hướng dẫn đơn giản, dễ hiểu, để giới thiệu cho cộng đồng dân cư trong quá trình triển khai các dự án QH và TKĐT trên địa bàn của người dân, đặc biệt là các khu vực đô thị lịch sử như KPC Hà Nội, Khu phố Pháp, vừa phục vụ cộng đồng và góp phần thúc đẩy du lịch, hướng tới đô thị đáng sống.

Tài liệu tham khảo

- [1] Lefebvre, H. (1991). *The production of space*. Blackwell: Oxford.
- [2] Số 1259/QĐ-TTG (2011). *Quyết định phê duyệt Quy hoạch tổng thể thủ đô Hà Nội đến 2030, Tầm nhìn 2050*. Chính Phủ Việt Nam.
- [3] Nguyen, Q. M., Doan, T. T., Ta, Q. H., Nguyen, M. T., Phan, T. H., Chu, N. H., Pham, T. T. H. (2020). [Identifying and Assessing the Attractiveness of Public Spaces for the Youth as a Key Factor to Help Establish Social Sustainability—Case Studies from Hanoi](#). *ICSCEA 2019- Proceedings of the International Conference on Sustainable Civil Engineering and Architecture - Lecture Note in Civil Engineering*, Springer Singapore, 159–173.
- [4] Tuan, D. Q. (2017). *The integration between inner city and peri-urban areas of Hanoi in the development process*, *Journal of Construction and Planning*. No. 89+90, Ministry of Construction Hanoi, Vietnam.
- [5] Boudreau, J. A., Labbé, D., Geertman, S., Charton, L., Pham, T. T. H., Dang, N. A. (2005). Hanoi youth public space. *Social Sciences and Humanities Research Council of Canada*, 15–17.
- [6] Tran, T. H. G. (2015). Old villages and new streets - Stories about public space: Public space system in Trung Hoa - Nhan Chinh new town. *Journal of Construction*, (74):52–53.
- [7] Dũng, T. A., Manfredini, M. (2016). Thành phố sáng tạo và không gian công cộng. *Tạp chí Quy hoạch Xây dựng*, (28):79–81.

- [8] Loan, P. T. (2016). Không gian công cộng trong đô thị - Từ lý luận đến thiết kế. *Tạp chí Kiến trúc Việt Nam*, (18).
- [9] Irwin, A., Erwin, H. Z. (2012). *Public Places and Spaces*. Springer, Berlin, Heidelberg.
- [10] Arendt, H. (2010). *The Idea of Public Sphere*. Lexington Books.
- [11] Debra, E., Tran, T. K. T. H., Pham, T. H. (2009). *Public Spaces: How They Humanize Cities*, HealthBridge - WBB Trust Dhaka.
- [12] Thomas, M. (1991). *The Demise of Public Space. Town Planning Responses to City Change*, 209–224. Avebury: Aldershot.
- [13] Gelh, J. (2011). *Cities for People*. Island Press.
- [14] Số 38/2010/NĐ-CP (2010). *Nghị định về quản lý không gian, kiến trúc, cảnh quan đô thị*. Chính Phủ Việt Nam.
- [15] Số 22/2019/TT-BXD (2019). *Thông tư ban hành Quy chuẩn kỹ thuật Quốc Gia về Quy hoạch xây dựng*. Bộ Xây dựng.
- [16] Douglass, M. (2009). [Livable Cities: Conviviality Versus Neo-Developmentalism in Pacific Asia's Urban Future](#). *The Korea Spatial Planning Review*, 59:3–36.
- [17] Gelh, J. (2013). *Life between Buildings*. Island Press.
- [18] Douglass, M. (2013). [Livable Cities as Public Cities – The Challenge of City-making in a Global Age in Asia](#). Asia Research Institute National University of Singapore.
- [19] Feldman, R. M., Westphal, L. M. (2000). *Sustaining human settlement: A challenge for the new millennium*. Great Britain: Urban International Press.
- [20] Hoa, T. Q. (2011). *Báo cáo kinh nghiệm quốc tế trong việc huy động sự tham gia cộng đồng, dự án quốc tế về Bảo tồn và phát triển bền vững Khu phố cổ Hà Nội*. Phối hợp giữa trường Đại học Xây dựng, Đại học Chiba và Đại học nữ Showa (Nhật Bản).
- [21] Ngân, V. D. (2011). *Xây dựng thương hiệu địa phương cho các đô thị nhìn từ thành phố Regina, Canada*. *Tạp chí Phát triển kinh tế - Xã hội, Đà Nẵng*.
- [22] Hoa, T. (2018). Quy hoạch đô thị có sự tham gia của cộng đồng – Các vấn đề lý luận và thực tiễn áp dụng tại Việt Nam. *Tạp chí Quy hoạch Xây dựng- Bộ Xây dựng*, (93):56–63.
- [23] Hoa, T. Q. (2012). [Tổ chức giám sát, đánh giá cơ chế huy động sự tham gia của người dân trong quy hoạch đô thị tại Việt Nam](#). *Tạp chí Khoa học Công nghệ Xây dựng (KHCN XD) - ĐHXD*, 6(2):33– 44.
- [24] Hoa, T. Q. (2009). [Quy hoạch đô thị với sự tham gia của cộng đồng - Những vấn đề cần nghiên cứu cho việc áp dụng phương pháp tại Việt Nam](#). *Tạp chí Khoa học Công nghệ Xây dựng (KHCN XD) - ĐHXD*, 3 (3):54–61.
- [25] Thuỷ, N. T. (2020). [Think Playgrounds: Sân chơi cho trẻ em - “cuộc chiến” giành lại ký ức của thế hệ mai sau](#).
- [26] Gia Phú (2020). [Độc đáo con đường nghệ thuật Phúc Tân](#).