

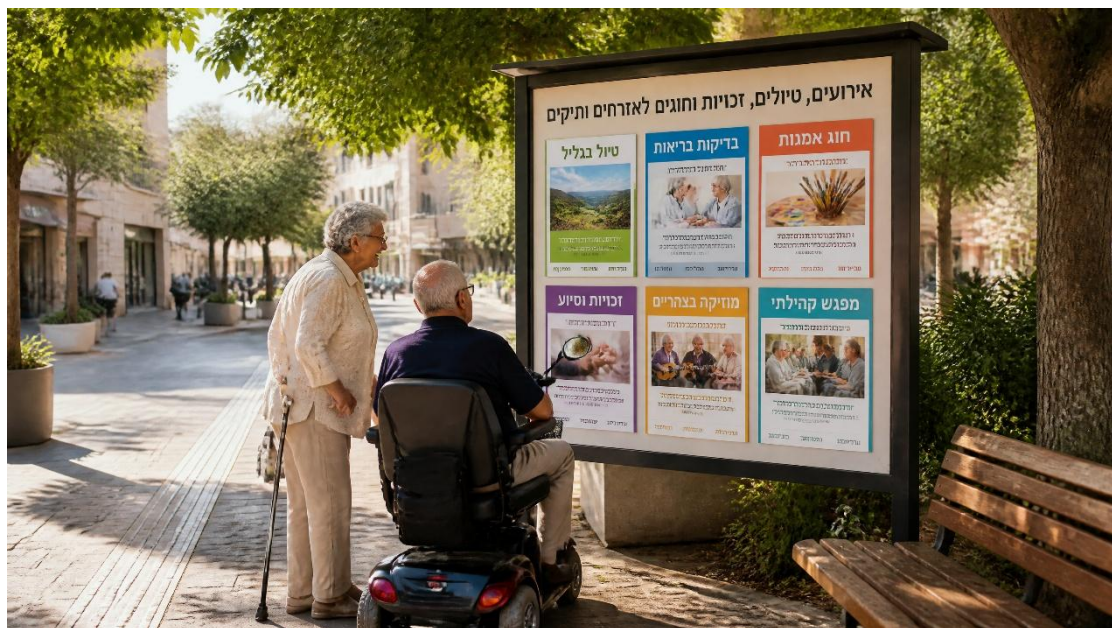
"לוח מודעות לוותיק" – מערך שילוט והנגשת מידע קהילתי במרחב הציבורי הפתוח

כתיבה ופיתוח המודל: ד"ר רינת בן נון – תכנון חברתי לעיר ידידותית גיל

היוזמות המוצגות במסמך זה צומחות מתוך תפיסה חברתית וצורך חיוני: הנעת תושבים מבוגרים ליציאה ממרחב הבית הפרטי אל המרחב הציבורי. מטרתן המרכזית היא לעצב סביבה עירונית בטוחה, מזמינה ונוחה, המשלבת בין פיתוח תשתיות פיזיות במרחב הציבורי לבין מענה למאפיינים ולצרכים החברתיים של התושבים הזקנים של העיר, ובכך מאפשרת להם לקחת חלק פעיל וטבעי במרקם החיים הקהילתי ולשהות בזיקה מתמדת וישירה בינות אנשים אחרים.

1. תקציר היוזמה

מהות היוזמה: הקמת מערך שילוט ולוחות מודעות פיזיים וייעודיים במרחב הפתוח, שנועדו להנגיש מידע, שירותים ואירועים עירוניים עבור אזרחים ותיקים שאינם מחוברים לאמצעים דיגיטליים, ובכך להעלות את מודעותם ולמנוע את בידודם החברתי. **המתקן והתשתית הפיזית הדרושים:** לוחות מודעות פיזיים מעוצבים בעלי מסגרת ייחודית ושפה חזותית מובחנת ("נייר מכתבים" קבוע עם לוגו היישוב ולוגו ותיקים), המוצבים בסמוך ל-ספסלים ולנקודות שהייה מרכזיות. **מודל ניהול הפרויקט:** יוזמה משותפת המנוהלת על ידי דוברות הרשות ומחלקת השילוט בשיתוף רשת המרכזים הקהילתיים, תוך הפעלת מערך מתנדבים האמונים על עדכון התוכן הפיזי ברוח של יזמות אישית.



2. הצורך והרקע

בעידן שבו מרבית המידע העירוני, התרבותי והקהילתי מופץ דרך רשתות חברתיות, קבוצות וואטסאפ ואפליקציות, נוצר פער דיגיטלי עמוק (Digital Divide). חלק ניכר מהאזרחים הוותיקים אינם מחוברים לרשתות אלו ואינם שולטים באוריינות דיגיטלית, ולכן הם נותרים ממודרים ואינם מודעים לאפשרויות, לזכויות ולפעילויות המיועדות להם. חוסר נגישות זה

למידע מתורגם באופן ישיר לחוסר השתתפות בפעולות עירוניות ומחירף את תחושות ה- בדידות והניתוק מה-חברה.

המרחב הציבורי הקיים מציע שילוט אינפורמטיבי כללי (תחבורה, הכוונה), אך חסר תשתית פיזית המנגישה פעילויות ותוכן תרבותי וחברתי שיכול לעניין את התושבים המבוגרים, ברחוב. יישום עקרונות של תכנון טקטי במקרה זה מאפשר להשתמש ברחוב עצמו כפלטפורמת תקשורת פשוטה ואפקטיבית, המנגישה את המידע ללא תיווך דיגיטלי והופכת את היישוב אל עבר מודל של עיר ידידותית גיל.

3. קהל יעד

קהל היעד המרכזי של התוכנית מורכב מאזרחים ותיקים המתאפיינים בדפוסי צריכת מידע מסורתיים:

- **ותיקים שאינם מחוברים לרשתות חברתיות:** תושבים מבוגרים שאינם עושים שימוש בסמארטפונים, רשתות חברתיות או יישומונים עירוניים, ומחמיצים בשל כך את העשייה הקהילתית בסביבתם.
- **תושבים מבוגרים הנמצאים ברחוב:** אזרחים ותיקים המקיימים "תרבות outdoor" ענפה ושוהים שעות ארוכות בחוץ (בגינות, מרכזים מסחריים ורחובות), אך חשים חוסר שייכות וניתוק אינפורמטיבי.
- **ותיקים בודדים הממעטים להגיע למרכזים סגורים:** אנשים שאינם רשומים במועדוני קשישים קלאסיים ומחפשים עוגן קהילתי בלתי מחייב במרחב הפתוח.

4. מטרת התוכנית

- **הנגשת מידע ומיגור מידור אינפורמטיבי:** הבאת המידע על אירועים, חוגים, זכויות ופעילויות ספורט ישירות לתוך שגרת היומיום של הוותיק ברחוב.
- **יצירת מקומות מפגש והתקהלות ספונטנית:** הפיכת לוח המודעות הפיזי לנקודת ציון במרחב המשמשת כמנוף להתרכזות, לשיח ולמפגש חברתי בין עוברים ושבים מבוגרים.
- **חיזוק תחושת השייכות והביטחון:** מתן ביטוי ויזואלי מכבד ומותאם לאוכלוסייה המבוגרת בתוך המרקם העירוני, המבהיר להם כי הם חלק בלתי נפרד מהקהילה.
- **עידוד יזמות אישית:** שילוב אזרחים ותיקים באוצרות, כתיבה ועדכון לוחות המודעות השכונתיים.

5. מודל ניהולי

הפרויקט מנוהל כרשת תקשורת פיזית קהילתית ברשות המקומית:

- **ניהול תוכן מרכזי:** מחלקת הדוברות והאגף לשירותים חברתיים ברשות מרכזים את המידע הרלוונטי ומפיקים אותו על גבי "נייר מכתבים" קבוע הנושא את לוגו העיר ולוגו ייחודי של האוכלוסייה המבוגרת.
- **נאמני לוח (מתנדבי שטח):** צוות מתנדבים מבוגרים הפועל ברוח של יזמות אישית, האחראי על החלפת המודעות הפיזיות בלוחות השכונתיים אחת לשבוע, בדיקת תקינות הלוח ודיווח על ונדליזם או מפגעים.

- **תחזוקה תשתיתית:** מחלקת שפ"ע ואגף השילוט העירוני אחראים על התקנת הלוחות, ניקיונם והצללתם.

6. משימות ופעילויות מרכזיות

- **עיצוב שפה חזותית מובחנת:** עיצוב מסגרת ייחודית ללוח ולוגו מותאם שיזוהה מיד מרחוק על ידי התושבים המבוגרים כ"פינת המידע לגיל השלישי".
- **מיפוי מקומות שהייה:** איתור מוקדי ריכוז טבעיים של אזרחים ותיקים במהלך שעות היום (גינות ציבוריות פופולריות, מרכזים מסחריים שכונתיים, סמיכות לקופות חולים וסניפי דואר).
- **תלייה ועדכון תכנים שוטף:** הפצת מודעות פיזיות עם פונט גדול וקריא, ניגודיות גבוהה, המפרטות שעות פעילות של מועדונים, שיעורי תנועה בחוץ, הרצאות וזכויות.
- **הפעלת "נקודות מפגש סביב השלט":** ייזום אירועים קטנים (כגון הגעת עובד קהילתי או מתנדב בשעות קבועות ללוח) כדי להפוך את השלט למנוף התרכזות רשמי, המזמין אנשים לעצור, לקרוא יחד ולשוחח.

7. תשתיות פיזיות נדרשות

מערך השילוט מתוכנן בהתאמה למאפיינים הפיזיים של האוכלוסייה המבוגרת:

- **מיקום תשתיתי אסטרטגי:** התקנת לוחות המודעות בקרבה ישירה ל-ספסלים ומקומות ישיבה קיימים, באופן המאפשר קריאה ממושכת או ישיבה לאחר העיון בלוח.
- **הנגשה חזותית ופיזית:** הצבת הלוחות בגובה העיניים המותאם גם ליושבים בכיסאות גלגלים, שימוש בזכויות מונעת השתקפות (אנטי-רפלקטיבית) ותאורת לילה ממוקדת וחזקה.
- **הצללה נושקת:** שילוב פתרונות צל (טבעי או מלאכותי) מעל הלוח וסביבתו כדי למנוע סנוור ולאפשר שהייה נעימה גם בימי הקיץ החמים.

8. שלבי הקמה ויישום (פיילוט)

- **שלב א': עבודה מקדמית ומיפוי (חצי שנה ראשונה)**
 - הגדרת העיצוב הגרפי של הלוח, הלוגו והפורמט הקבוע של המודעות.
 - ביצוע סקר שטח ומיפוי צרכים בשיתוף האזרחים הוותיקים לאיתור 5-10 נקודות שהייה והתקהלות מרכזיות בשכונת הפיילוט.
 - גיוס והכשרה של נאמני הלוח מקרב מתנדבי השכונה.
- **שלב ב': התקנה והתנעה בשטח (שנה ראשונה)**
 - התקנת לוחות המודעות הפיזיים באתרי הפיילוט הנבחרים, בסמוך למערכי ספסלים קיימים.
 - תחילת הפצה קבועה של המידע הפיזי על גבי נייר המכתבים הממותג.

- קיום מפגשי הסבר קהילתיים בשטח סביב הלוחות כדי להרגיל את קהל היעד לנקודת המידע החדשה.

• **שלב ג': בקרה, ביסוס והרחבה (שנה שנייה)**

- מעקב אחר מידת האפקטיביות (בחינת העלייה במספר המשתתפים המבוגרים באירועים עירוניים בעקבות החשיפה ללוח).
- שדרוג המרחב סביב הלוחות (הוספת מקומות ישיבה או ברזייה) במידה והפכו למוקדי התקהלות קבועים.
- הרחבת הרשת השכונתית לפריסה כלל-יישובית מלאה.

9. ביסוס תיאורטי / סקירת ספרות קצרה

היוזמה נשענת על משנתו של יאן גהל (Jan Gehl) בנושא שלוש הקטגוריות של פעילויות ב-מרחב ציבורי. גהל מדגיש כי "**פעילויות חברתיות**" (מפגשים, שיחות, היכרות קצרה) הן תוצאה ספונטנית שצומחת מתוך פעילויות הכרחיות או אופציונליות, וכי הן מותנות לחלוטין באיכות הסביבה הפיזית.

הצבת לוח מודעות פיזי ומעוצב בסמוך ל-ספסלים מהווה כלי של **תכנון טקטי**. היא מייצרת "אטרקציה קטנה" במרחב – סיבה אופציונלית לעצור, לקרוא ולשהות בחוץ. לוח המודעות מתפקד כ"מחולל פעילות" (Activity Generator) המעניק לתושב המבוגר תירוץ ומטרה לצאת מביתו, ומספק את ארבעת המאפיינים של גהל למרחב מוצלח: סיבה להגיע (קריאת המידע), סיבה להישאר (ספסל סמוך וצל), תחושת ביטחון ונוחות, וסביבה נגישה ומסבירה פנים לכולם.

10. השראה

המודל שואב השראה מפרויקטים מפותחים של "עיתונות רחוב קהילתית" (Community Notice Boards) ומלוח המודעות הוותיק-השטוח או העגול, בערים שבהן הבינו כי המרחב הפיזי הוא המפתח להשגת שוויון חברתי עבור אוכלוסיות מנותקות דיגיטלית. פרויקטים אלו מוכיחים כי לוחות מודעות מובחנים, המנוהלים על ידי מתנדבים מקומיים, הופכים מהר מאוד ל"כיכרות שוק זעירות" של מידע וחברה – מקום שבו אנשים נפגשים במקרה, מחליפים דעות, מתעדכנים ומרגישים חלק בלתי נפרד מהמרקם האנושי של השכונה.