

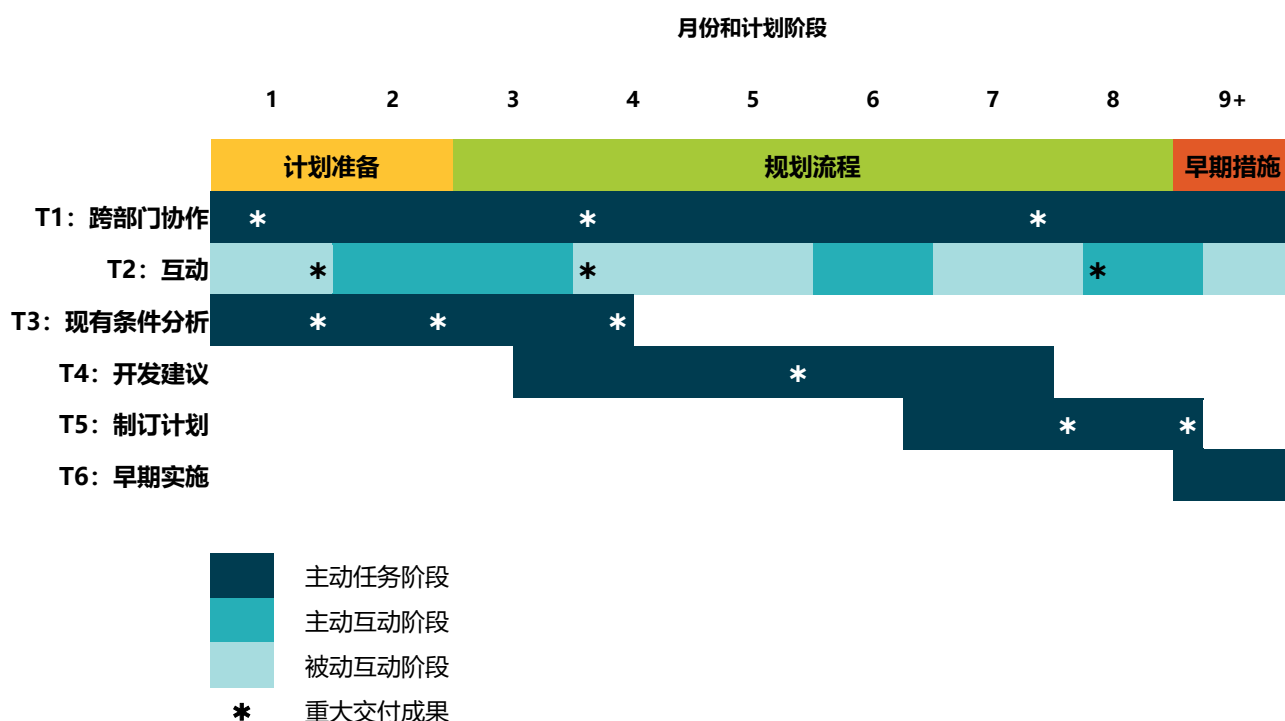
广场 + 街道模板

互动计划模板

此互动模板是一个全市范围的方案，在波士顿的各个街区制订计划，模板为所有“广场 + 街道”计划建立一个统一的照护标准。“广场 + 街道”计划负责与区域内所有的选民互动：即在计划区域中居住、工作、购物和娱乐的人们。“广场 + 街道”地处交通和零售中心，这一地理位置让它不仅与在计划区域居住的人，还与外部利益相关方息息相关。通过使用标准模板指导各规划区域的互动，波士顿市力求确保规划流程对于所有涉及其中的人员是透明、可预测且平等的。

互动模板还能对其他部门寻找机会，主导或加入与其工作相关的互动活动，为跨部门规划开启方便之门。在开始制订每个“广场 + 街道”计划时，以此模板为基础，制订将向公众公开的区域特定互动计划。

考虑到住房危机的紧迫性，每个规划区域的地理位置都很小，并且希望减少长期过程中固有的参与障碍，每个“广场+街道”的规划流程预计将持续 6-9 个月。该模板勾勒了一个互动计划，将人们带入并全程参与规划流程，并征求社区对相关和可操作主题的反馈。



“广场 + 街道” 目的

随着住房危机的持续，同时预计到 2050 年人口将增长近 18%，达到 80 万，波士顿市的[住房策略](#)呼吁大幅提高住房供应量，努力打造一个具备防灾能力、经济承受能力和平等相待的城市。¹扩大住房选择机会本身就是一项关键的举措，而专门鼓励在交通便利的广场和主街建造住房则可帮助市府推进实现其他重大目标。“广场 + 街道”这一规划和分区计划侧重在波士顿交通便利的广场和主街建造住房来为公众带来共同的福利。

通过社区和跨部门规划，“广场 + 街道”将针对具体位置制订出行动计划，解决社区的多项需求。通过在全市范围扩大住房和小企业的发展机会，“广场 + 街道”将使人们能够有机会利用多种街区和住房选择，帮助公平分配公有和私有资源，传播发展中城市的优点与影响。在防灾能力、经济承受能力和平等的基础上，“广场 + 街道”会力求实现以下目标：

1. 更新分区来创造多种住房和企业发展机会
2. 使用政策、设计和融资资源来保留、保护和建造经济适用房、零售和文化空间
3. 确定资本和方案投资，向居民提供安全、便利和经济实惠的交通选项
4. 确定各项设计干预措施，以扩大树木覆盖率、缓解热量、为电力未来做好准备，并提高气候适应能力
5. 保护和宣扬反映出社区特性的场所和机构

“广场 + 街道” 的价值

BPDA 致力于促进波士顿的发展，居民及其最前沿的需求是它的基本关注点。我们围绕城市面临的主要挑战（防灾能力、经济承受能力和平等待遇）来完成自己的使命。我们坚定不移地将这些价值观融入广场和街道的规划、分区和开发过程，确保它们反映出我们社区愿望和优先事项的本质。

¹美国人口普查局，2020 年十年一次人口普查、人口统计和住房特征档案（DHC）

平等性：利用资源、工具和流程来避免和消除不公平的结果，让所有人都有平等的机会追求幸福。在流程和产品两个方面，平等的结果都是决策制定的核心。平等性是此互动计划原则和指标的基础。

经济承受能力：收入水平和背景各异的人员和组织均有能力长期轻松支付高质量生活的成本。在互动过程中，聚焦那些最需要经济适用房、零售和文化空间的人，以此提升这一价值。

防灾能力：人员、组织和建成环境抵御和适应已知和未知威胁的能力。互动将为公众提供机会来定义社区的防灾需求，既有环境需求，也有其他需求。

互动原则

为弘扬上述价值，根据“广场 + 街道”开展的互动将贯彻以下原则：

1. **透明.**接纳会影响规划成果的市府目标、社区反馈的使用方式，并在权衡不同目标的基础上明确互动。通过在每项互动活动开始时传达首要的“广场 + 街道”目标、原则和指标，并在整个过程中定期发布互动结果，让互动公开透明。
2. **聆听以理解.**真诚地接受分享的顾虑、恐惧或希望，并在必要时承认过去的错误。开展多种多样的互动活动，让人们在活动中踊跃分享自己的看法，听取多方面的意见。规划人员不需要在讨论过程中急于给出回复。适当的停顿和沉默是可取的 - 让他人有公开表态的空间会带来巨大的回报。在互动期间积极做笔记，然后公开分享讨论，这样可以有力贯彻这一原则。
3. **在人们的所在地与其会面.**让人们能在其方便的地点和时间，使用熟悉的语言参与互动。开展互动活动时，与那些已经与对应目标人群建立联系的负责人和机构合作，以此贯彻实施这一原则。活动可以也应该直接在为目标受众服务的场所举行，如教堂、餐馆、理发店和公园。此外，计划材料（需要时翻译）应放在能接触到不同目标人群的地方，如当地图书馆、教堂和社区中心。根据社区参与的需求及街区的基本情况适当提供口语翻译、儿童照管和补偿。此外，计划材料应使用简洁、一致和易于理解的语言，让参与互动的人员感到友善和便利。所有书面材料应该能让具备八年级阅读水平的人理解。

4. **打造“公平空间”**.有意识地为种族和社会经济边缘化的人创造和保留空间。在互动活动中，专门留意收集之前被排除在外的人群的反馈，例如，低收入群体、最需要经济适用房的人群、有色人种、LGBTQ+ 个人、残疾人、青年、租房者和不讲英语的人员。在每次会议和活动前制订[社区会议指导方针](#)，帮助为打造这类空间奠定理解的基调。

这一原则的成功与原则 3 密切相关：在人们的所在地与其会面.利用交通便利的会议空间将更有利于从关键人群征集意见。注意：不同的人会用不同的方式接收和分享信息，主办活动时务要留心理解这些差异。提前分享议程和位置详细信息，并愿意根据收到的反馈更改形式。

5. **细心**.就如何融入反馈来推动长期关系建设提供一致的后续更新。应通过“广场 + 街道”计划流程中不包含具体互动活动的部分持续提供更新。借助参加当地社区群体和街区协会会议的社区互动管理人来达此目的。如果可能，规划人员应该在主动互动阶段参加这些会议，感谢大家的积极参与。除了面对面更新，还应定期在 BPDA 的数字平台分享报告。

互动总结

考虑到“广场+街道”规划过程的综合时间表，项目团队将为计划区域的选民提供一系列机会，为其重新构想当地广场和主街提供反馈和意见。其中包括推动各种活动，如：与利益相关者的一对一会议、社区散步、数字化调查、讲述故事、现场互动实验室和愿景研讨会。

| 阶段 | 月份 | 互动焦点 | 方式 |
|------|----|--|--|
| 计划准备 | 1 | 早期互动和认知 <ul style="list-style-type: none"> 通过与社区成员建立关系，在文化和空间上熟悉规划区域 初步了解选定广场或主街的原因 了解“广场 + 街道”计划的目标、规划时间表和互动流程 | 外联活动 <ul style="list-style-type: none"> 社区组织和街区协会会议 1:1 采访利益相关方 社区调查 初步计划 沟通 <ul style="list-style-type: none"> 全区范围邮寄计划 网站启动 时事通讯集 当地报纸特写（专栏或致编辑的信） 短信宣传活动 实体标牌 在当地的图书馆、社区中心和企业面对面发放宣传单 |
| | 2 | | |
| 规划流程 | 3 | 了解社区需求 <ul style="list-style-type: none"> 立足现有状况分析数据，深入了解计划区域的文化 讨论分区改革的目标、方式和理念、避免迁移、交通、公共空间、企业和艺术/文化 向社区宣传相关的规划主题，包括分区、如何建造住房、如何接触多种住房选项 | 外联活动 <ul style="list-style-type: none"> 叙事会话启动 现场互动实验室 培训研讨会 社区散步 社区研讨会 沟通 <ul style="list-style-type: none"> 通过社交媒体、网站和新闻稿挖掘主动互动机会 实体标牌 |

| 阶段 | 月份 | 互动焦点 | 方式 |
|----|----|---|---|
| | | | <ul style="list-style-type: none"> 收费媒体（报纸、社交媒体广告等） |
| | 4 | 保持认知 <ul style="list-style-type: none"> 让社区关注规划过程 在内部和外部报告之前互动阶段的结果 通知后续步骤和进一步的互动 | 外联活动 <ul style="list-style-type: none"> 互动报告 社区组织会议 沟通 <ul style="list-style-type: none"> 通过社交媒体、网站和新闻稿宣传即将出现的互动机会 当地报纸特写（专栏、致编辑的信） 在当地的图书馆、社区中心和企业面对面发放宣传单 |
| | 5 | | |
| | 6 | 审查和完善理念 <ul style="list-style-type: none"> 与社区合作提出建议并促进改建 | 外联活动 <ul style="list-style-type: none"> 现场互动实验室 理念海报招待会 审查研讨会 利益相关方审查会谈 沟通 <ul style="list-style-type: none"> 通过社交媒体、网站和新闻稿挖掘主动互动机会 实体标牌 收费媒体（报纸、社交媒体广告等） |

| 阶段 | 月份 | 互动焦点 | 方式 |
|-------------|----|--|---|
| | 7 | 计划定稿 <ul style="list-style-type: none"> 在内部和外部报告之前互动阶段的结果 宣传和发布正式的最终计划意见征集期 祝贺并表扬社区成员对计划流程的参与 对计划审核、编辑和后续步骤给出澄清 | 外联活动 <ul style="list-style-type: none"> 正式的计划意见征集期 办公时间 互动报告 沟通 <ul style="list-style-type: none"> 通过社交媒体、网站和新闻稿传达后续步骤 当地报纸特写（专栏、致编辑的信） |
| | 8 | | |
| 早期措施 | 9+ | 实施 <ul style="list-style-type: none"> 推动采纳正式计划和实施分区委员会程序 提供实施跟踪机制 在内部和外部报告整个互动流程的结果 向规划咨询理事会展示调查结果 | 外联活动 <ul style="list-style-type: none"> BPDA 委员会会议 分区地图修正意见征集期 分区办公时间 分区委员会听证 沟通 <ul style="list-style-type: none"> 通过社交媒体、网站和新闻稿传达意见征集期 向邻近业主邮寄分区改革提案 |

语言、残疾和家长访问

对于每个“广场 + 街道”流程，都会确立规划区域的主要语言。最低也要遵循 [BPDA 语言访问计划](#)。对于所有公众广泛参与的互动（公共开放日等），将提供关键语言的翻译服务（该地区 5% 的选民或 1000 人使用的语言，以较少者为准）。此外，在早期互动期间，项目团队将与重要的区域利益相关方讨论除了那些人口普查数据呈现的语言，还有哪些语言是重要的。例如，企业某些主顾常讲的语言，这些人可能不在该区域中居住，但出于其文化价值会前往特定的设施。所有主要文件（计划草案、计划定稿）和互动手段（调查、宣传板、演示材料等）将用为每个规划区域确定的关键语言提供。对于更小规模的互动（例如，焦点小组会话或利益相关方采访），将逐个案例评估翻译服务需求。

所有面对面互动所在的位置均要有为身患残疾人准备的无障碍入口。如需要，面对面互动活动将在直接面向未被充分代表的特定群体和非英语群体的地点举办。对于所有在国外举行的公众互动（公共开放日等），将提供美国手语 (ASL) 口译翻译和儿童照管。

来自 E&I Cabinet 的相关资源

- [面对面会议和活动的无障碍性检查单](#)
- [平等和包容工具包：活动和外联](#)

互动指标

将针对所有“广场 + 街道”计划[跟踪](#)以下互动指标来评估互动活动成功与否：

1. **活动和参与者的数量：**面对面和虚拟两种形式活动和参与者的总数
2. **调查回复的数量：**调查的完成数量
3. **在线收视的数量：**计划网站、新闻稿和社交媒体的收视数
4. **参与者的多样性：**通过面对面会议的[签到表](#)、虚拟会议的活动登记/投票和调查互动回复收集的参与者自认定人口统计数据（种族/民族、年龄、性别、住房拥有状况、与地区的关系以及在家中使用的语言）。
5. **语言理解程度：**非英语与会者人数、收到的意见或问题的数量。
6. **材料理解程度：**能清楚理解材料、提议的更改和权衡措施的参与者比例。可以在会议结束时通过简短的询问或调查了解这一信息。

互动方式详细信息

下面描述的方式代表一套基本的互动，每个“广场 + 街道”计划均会完成这些互动。如果需要其他互动，则要有其他个别的流程。

计划准备：早期互动和认知

(第 1-2 个月)

| 阶段 | 月份 | 互动焦点 | 方式 |
|------|----|--|--|
| 计划准备 | 1 | 早期互动和认知 <ul style="list-style-type: none">通过与社区成员建立关系，熟悉规划区域的文化 and 空间结构初步了解选定广场或主街的原因了解“广场 + 街道”计划的目标、规划时间表和互动流程 | 外联活动 <ul style="list-style-type: none">社区组织和街区协会会议1:1 采访利益相关方社区调查初步计划 |
| | 2 | | 沟通 <ul style="list-style-type: none">全区范围邮寄计划网站启动时事通讯集当地报纸特写（专栏或致编辑的信）短信宣传活动实体标牌在当地的图书馆、社区中心和企业面对面发放宣传单 |

外联活动

1. 1:1 会见主要的社区负责人和机构

组织方： BPDA 及合作伙伴部（可选），具体视受众主题领域或现有关系而定

受众： 企业主/管理人员、主街负责人（协同 OEOI）
居民、街区协会、租户群体（协同 ONS）
非营利机构负责人、宗教机构、CDC（协同 ONS + MOAC）
社区中心、图书馆、学校、青年群体（协同 ONS）

位置： 面对面或虚拟形式，具体视受访者的偏好而定

说明和效果： 在正式计划启动前，项目团队将与社区利益相关方召开 5-10 次会议，概述“广场 + 街道”的目标和流程，开始与利益相关方建立建设性的联系，更好地理解社区

负责人的具体顾虑/希望。将根据 2023 年秋季调查的结果，在咨询合作伙伴部的工作人员后，制订出利益相关方的初步列表。参加这些会议的利益相关方应代表现有的企业和居民。与利益相关方建立新关系和维护现有关系同等重要。BPDA 将在日程安排和物流管理方面发挥领导作用，但可能会依靠在项目领域与利益相关者有关系的合作伙伴部来建立联系。

在概述了“广场 + 街道”方案和时间表后，通过以下问题和讨论主题帮助引导利益相关方会议：

规划环境问题

1. 请分享您在计划区域/街区的经历。讲讲您在这个广场/街道中的体验。您与这个区域有什么联系？您怎么使用这个区域？
2. “广场 + 街道”为跨主题规划提供场所，包括分区/住房/避免迁移、交通/公共空间/城市设计、小企业及艺术和文化。您认为这个主题区域里有哪些应该由这项“广场 + 街道”计划解决的重大挑战或者机遇？
3. 您对这个规划流程还有什么问题或者顾虑？

互动流程问题

4. 在您看来，社会公平和平等互动实践可以怎样打造这个规划流程？哪些语言是这个区域的重要语言？
5. 您有没有兴趣联合主办将来的互动活动，参加叙事或者社区散步？您有没有愿意用来分享项目材料的时事通讯或者店面空间？
6. 我们还应该与谁一起召开一对一会议？

2. 规划前调查

*组织方：*BPDA 及来自合作伙伴部的支持

*受众：*所有区域选民

*位置：*在线和在当地 BPL 分支机构、社区中心、当地企业等的投递箱投放纸质材料

说明和效果：调查将先简要介绍规划目标和流程，然后提问一组问题，从计划选民收集规划区域具体目标、顾虑和机会方面的早期信息。调查结果将用于为后续互动阶段提供信息，并在该流程的早期评估社区偏好。

调查在对应“广场 + 街道”区域计划网页上在线提供，并在计划区域之内和周边的波士顿公共图书馆分馆、社区中心和当地企业现场开展。调查将以为规划区域确定的所有关键语言提供，并至少持续四周。调查将通过区域内直接邮寄、社区组织会议、短信宣传活动、区域内的实体标牌和项目网站及时事通讯等数字化渠道进行推广。所有提供了电子邮件的调查回复者将参加抽奖，有机会领取当地企业的礼品卡。

调查草案问题

1. 哪些因素能为 XX 广场/街道增添光彩？您最喜欢它的哪个方面？哪些是它需要改进的薄弱点/薄弱领域？（开放题）
2. XX 广场/街道有类型、形状、大小和历史各异的建筑。您喜欢现有建筑环境的哪些方面？为什么？您不喜欢哪些方面？为什么？（视觉偏好调查，复选框 + 填写）
3. 请指出您感觉以下场所在 XX 广场/街道中是足够、不够还是过多（likert 评量中包括“不适用”选项）：
 - a. 杂货店
 - b. 开放空间/公园
 - c. 市政服务（图书馆、社区中心等）
 - d. 餐馆/咖啡店/酒吧
 - e. 外卖餐馆
 - f. 休闲购物
 - g. 跑腿购物（银行、邮政等）
 - h. 健康设施（健康中心、牙科诊所等）
 - i. 健身设施（健身房、治疗服务等）
 - j. 儿童照管
 - k. 艺术/文化空间（画廊、表演空间等）
4. 对于这个规划流程，您最有兴趣参加下面哪些互动活动？（复选框 + 填写）
 - a. 面对面开放日和实践社区研讨会

- b. 虚拟信息和问答会话
 - c. 在线和面对面小群体讨论
 - d. 面对面或虚拟随访办公时间
 - e. 其他
 - f. 我不想再参与将来的活动
5. 通过在下面分享您的联系信息登记电子邮件/短信更新（开放题）
- a. 电子邮件
 - b. 手机
6. 请帮助我们了解谁在回答我们的调查。回答这些可选问题帮助我们对您有更多的了解：
- a. 您与 XX 广场/街道有什么联系？（复选框）
 - i. 我是 XX 广场/街道的居民
 - ii. 我是附近街区的居民
 - iii. 我是 XX 广场/街道的员工
 - iv. 我是 XX 广场/街道的企业主
 - v. 我是 XX 广场/街道的访客
 - vi. 以上都不是
 - b. 您的住房状态如何？（单选按钮）
 - i. 租房
 - ii. 房主
 - iii. 与家人或朋友同住
 - iv. 无住所
 - v. 不愿回答
 - c. 您最常用哪种方式往返于 XX 广场/街道？（复选框）
 - i. 步行
 - ii. 自行车/滑板车/滑板
 - iii. 公交车
 - iv. 地铁/通勤火车
 - v. Uber/Lyft/出租车

- vi. 搭乘朋友/家人的车
- vii. 自驾
- d. 您是哪个种族/民族 (复选框+填写)
 - i. 非裔美国人/黑人
 - ii. 亚裔
 - iii. 白人
 - iv. 拉丁美洲人/
 - v. 美洲土著居民
 - vi. 太平洋岛民
 - vii. 两种或更多种
 - viii. 其他
- e. 您多大年龄? (单选按钮)
 - i. 未满 18 岁
 - ii. 18-24
 - iii. 25-34
 - iv. 35-54
 - v. 55-64
 - vi. 65+
 - vii. 不愿回答
- f. 您在家讲哪一种语言?
 - i. 英语
 - ii. 西班牙语
 - iii. 繁体中文
 - iv. 简体中文
 - v. 越南语
 - vi. 佛得角克里奥尔语
 - vii. 海地语-克里奥尔语
 - viii. 俄语
 - ix. 阿拉伯语

- x. 葡萄牙语
 - xi. 法语
 - xii. 索马里语
 - xiii. 不愿回答
- g. 您的性别是什么?
- i. 男性
 - ii. 女性
 - iii. 非二元
 - iv. 其他 (如果愿意, 注明) : _____
 - v. 不愿回答
- h. 您家过去 12 个月的收入是多少?
- i. 不到 14,999 美元
 - ii. 15,000 美元到 34,999 美元
 - iii. 35,000 美元到 49,999 美元
 - iv. 50,000 美元到 74,999 美元
 - v. 75,000 美元到 99,999 美元
 - vi. 100,000 美元到 149,999 美元
 - vii. 150,000 美元或更多
 - viii. 不愿回答

3. 社区组织会议

组织方: BPDA & ONS
受众: 当地负责人、社区组织、主街负责人等
位置: 面对面或虚拟

说明和效果: BPDA CEM 和规划人员将参加现有的街区协会和其他社区会议, 以传达即将到来的“广场+街道”流程和互动机会。通过利益相关方采访、与 BPDA 社区互动管理人员 (CEMs) 和 ONS 集思广益, 以及从 2023 年秋季“广场 + 街道”调查收集的反馈来确定群体。

沟通

1. 全区范围邮寄计划

组织方: 沟通, BPDA

受众: 规划区域邮政编码中[逐门直邮](#)的所有地址

位置: 不适用

说明和效果: 在第一次公开活动前, BPDA 将协调并向所有计划区域选民发送[传单](#), 通告即将到来的互动机会, 并将人们引导到项目网站。邮递员将以为该地区确定的所有关键词向人们提供信息。

2. 初步计划

组织方: BPDA

受众: 所有区域选民

位置: 在线

说明和效果: BPDA 广场 + 街道计划项目管理人员将创建一份简短 (2-4 页) 的信息文件, 详细说明规划流程和各个计划区域对应的环境, 让选民对规划流程和环境专属信息有基本的了解。这份文件将以为该地区确定的所有关键词在线提供。它将概述规划目的和目标、规划区域、流程时间表和即将出现的互动机会、介绍区域的环境和现有状况的关键数据。

3. 网站启动

组织方: BPDA/沟通团队

受众: 所有区域选民

位置: 数字化

说明和效果: 在计划启动前, BPDA 将与沟通团队合作准备一个网站, 托管每个规划区域的所有信息。网页将嵌套在另一个更大的全市“广场 + 街道”方案专用网页中。每个规划区域网页均包含对规划目标的一般说明、规划区域的地图、后续活动的日历、所有互

动材料的链接和显示互动活动图片的照片库。网站还包含项目更新登记表。并且专门有一节用于公告我们规划流程的进度，以及“聆听意见”一节，里面收录了高水平的引言。

4. 时事通讯集

组织方: BPDA/沟通团队, ONS

受众: 电子邮件列表服务器

位置: 数字化

计划阶段: 所有阶段

说明和效果: 在第一次重大公共活动 3-4 周之前, BPDA 将与沟通团队合作准备一个时事通讯集, 通过由 BPDA 和其他部门维护、针对街区和项目的现有电子邮件列表服务器发出。关于即将到来的规划流程的公告和更新, 包括关键链接(项目网站、规划前调查和初步计划), 以及即将到来的互动活动的说明。项目和活动更新应在 BPDA 的时事通讯以及当地社区的时事通讯中发布, 其他街区规划人员也有这种方式进行沟通。

5. 实体标牌

组织方: 图形, BPDA

受众: 所有区域选民

位置: 路标、交通繁忙的公交车站、店面

计划阶段: 计划准备

说明和效果: 在第一次公开活动前, BPDA 将在规划区域中建造并安装临时标牌, 通告即将到来的项目并将人们引导到项目网站。根据所在的区域, 标牌将在公交车站、店铺内(如果有)和数字化售货亭安装。

6. 当地报纸特写

组织方: BPDA/沟通团队

受众: 所有区域选民

位置: 街区报纸

计划阶段： 计划准备

说明和效果：BPDA 将编写一系列的文章，刊登在当地的街区报纸上，向读者通告“广场+街道”流程。这些文章将分享有关规划流程当前阶段的信息，回顾出现过的流程亮点，并通知即将发生的活动和互动机会。在计划准备阶段、规划流程阶段和早期措施阶段之前会有这些文章。

规划流程：了解社区需求

(第 3 个月)

| 阶段 | 月份 | 互动焦点 | 方式 |
|------|----|--|---|
| 规划流程 | 3 | 了解社区需求 <ul style="list-style-type: none">立足现有状况分析数据，深入了解计划区域的文化讨论分区改革的目标、方式和理念、避免迁移、交通、公共空间、企业和艺术/文化向社区宣传相关的规划主题，包括分区、如何建造住房、如何得到多种住房选项 | 外联活动 <ul style="list-style-type: none">叙事会话启动现场互动实验室培训研讨会社区散步社区研讨会 沟通 <ul style="list-style-type: none">通过社交媒体、网站和新闻稿挖掘主动互动机会实体标牌收费媒体（报纸、社交媒体广告等） |

外联活动

1. 叙事会话启动

组织方： BPDA、MOAC、ONS、市政组织办公室、社区合作伙伴（如可行）

受众： 所有区域选民

位置： 现场/面对面

说明和效果: BPDA 或 (必要时收费) 社区合作伙伴将组织 “广场 + 街道” 计划的正式启动活动, 以及有趣的故事宣讲。除了启动规划流程, 该活动还用于加深项目团队对规划区域的文化理解, 并与规划区域的长者、企业主、居民和游客建立友谊。这项活动采取 10X5 的形式, 10 位参与者每人有 5 分钟的时间讲述一个简短的故事、分享一首诗或描述计划区域的一个希望/梦想。活动将在社区感觉合适并熟悉的场所进行。理想的情况是与当地的组织或企业联合组织活动。如果可能, 活动和故事应该由一名图形辅导员、摄像师或摄影师记录下来, 制成在计划流程中使用的材料。如果希望或需要, 可以针对不同的受众 (例如, 青年、社区长者等) 组织多次故事/想法宣讲。

2. 现场互动实验室 (有办公时间)

组织方: BPDA、OEOI
受众: 所有区域选民
位置: 现场/面对面

说明和效果: BPDA/OEOI 将携手为规划项目建立一个现场大本营。此现场互动实验室最好位于规划区域中心、现有的空置店铺或现有的社区空间内。在规划流程的关键时刻, 互动实验室会将项目团队带入街区。该实验室将承担多项职能: 为举办研讨会、活动、利益相关者对话和临时办公提供空间; 充当窗口, 宣传规划流程和其他现行城市项目, 并为城市管理的项目提供一般信息; 需要在市政厅之外履行重要外联职责的市政员工还可以用它存放材料和办公。预计 BPDA 将为互动实验室的开放时间支付租金 (估计是一个月)。在互动实验室开放期间, 应至少每周安排一次一致的办公时间, BPDA 的工作人员每周至少在现场工作两天。也鼓励其他市府部门处理计划的工作人员来些现场办公。如果该空间无法使用, BPDA 将与图书馆、社区中心和其他区域市政中心合作, 尽可能多地填补上述职能。

3. [可选] 培训研讨会

组织方: BPDA、OEOI、MOH、BHA、开发审核 (IDP)
受众: 区域居民和企业
位置: 互动实验室、图书馆、虚拟

说明和效果: BPDA 与其他市府机构共同组织和主办三场针对相关主题的培训研讨会，包括分区、如何建造住房，以及如何运用各种住房方案。这项工作将向小区域选民介绍与互动流程有关的重要概念和术语，并介绍目前可以使用的波士顿市各项资源，以及普通公众如何使用这些资源。三个不同的培训研讨会的主题包括：分区的工作原理和改革重要的原因；如何建造住房和如何运用各种住房方案；以及小企业和艺术家方案与资源。将根据各自的受众协调安排每个研讨会的日程。还将对研讨会进行录制并在线上传。

4. 社区散步

组织方: BPDA、MOAC、地标委员会、BTD、社区合作伙伴
受众: 所有区域选民
位置: 面对面，现场

说明和效果: 至少主办两次社区散步，分别侧重两个不同的主题：文化资产/建筑环境和交通。理想情况下，文化资产/建筑环境散步将由社区机构（the Legacy Fund）组织，BPDA 设计愿景团队和波士顿地标委员会给予支持。在这次散步期间，社区重点了解规划区域的哪些建筑元素是独特且珍贵的文化资产。交通散步最好是在 BPDA 交通规划部门和 BTD 的支持下，由当地的交通组织（Livable Streets、Transit Matters、Walk Up Rozzie、Boston Cyclists Union、Dot Bike、Mattapan Food & Fitness、Walk Massachusetts 等）主办或联办。在这次散步期间，社区重点找出可以通过计划解决的交通问题和可以利用的机会，例如，所需的人行横道、路边管理、公交站设施、街道树木等。除了现场会话互动，还将向参加社区散步的人员提供审计工作表，该表由市府工作人员收集记录。如果当地组织参与活动实施，预计会对其花费的时间和贡献的技能给予补偿。

5. 社区研讨会

组织方: BPDA 及所有合作伙伴部门，社区合作伙伴组织（如可行）
受众: 所有区域选民
位置: 互动实验室、虚拟

*说明和效果：*BPDA 将与波士顿市指定的计划工作人员合作，举办 3-4 次重复的实践社区研讨会。这些研讨会用于深入探讨“广场+街道”计划中包含的每个主题领域：分区和土地用途；交通和公共领域；当地企业；艺术和文化。公众还可以利用研讨会了解对区域现有条件的分析，以及这些结果的基本真相。每个部门负责为其主题领域设计互动材料。在这些研讨会中，应该有两到三次是为一直被排除在外的人口群体定制的，这需要与当地的组织合作和/或在目标受众熟悉的特殊场所主办研讨会。至少应该有一次研讨会以青年为侧重点。完成研讨会后，项目团队应该感觉了解了每个主题领域内要通过规划建议解决的关键问题。预计的主题包括：

- 确定合适的“广场 + 街道分区区域”和住房需求（由 BPDA 分区、BPDA 城市设计和 MOH 主导）
- 谋划重要的交通、公共领域、路边和开放空间机会（由 BTD、BPDA 交通规划和 BPDA 城市设计主导）
- 确定要引入区域的企业类型和文化场所类型（由 OEOI 和 MOAC 主导）
- 城市所有地块的愿景规划（如果有）（由 MOH 和 BPDA 不动产部主导）

每个研讨会都是随访开放的，每周的某些时间/日期举办，每次 2-4 小时。至少在分解会议室举办一次会谈。此外，应该在互动实验室现场存放研讨会材料，以便进行随访会谈。如果当地组织参与活动实施，预计会对其花费的时间和贡献的技能给予补偿。

沟通

1. 网站/社交媒体/时事通讯推广

组织方： BPDA/沟通团队，ONS

受众： 所有区域选民

位置： 在线

说明和效果： 在正式计划启动前的 1-2 周，BPDA 和 ONS 将推出互动活动的完整日程。此外，项目团队每周还会使用社交媒体和时事通讯向所有登记项目更新的电子邮件地址发送互动机会的通知。

2. 实体标牌

组织方: BPDA/沟通团队
受众: 所有区域选民
位置: 路标、交通繁忙的公交车站、店面

说明和效果: BPDA 将在规划区域中建造并安装临时标牌，通告即将到来的互动机会。根据所在的区域，标牌将在公交车站、店铺内（如果有）和数字化售货亭安装。

3. 收费媒体

组织方: BPDA/沟通团队
受众: 所有区域选民
位置: 在线

说明和效果: 在正式计划启动和社区研讨会之前的几周内，BPDA 将使用收费媒体直接引导关注项目网站。将使用 Facebook 和 Instagram 等广告平台根据地理位置投放广告。此外，还会在当地的出版物上刊登报纸广告来宣传启动活动、社区散步和社区研讨会。

规划流程：保持认知

(第 4-5 个月)

| 阶段 | 月份 | 互动焦点 | 方式 |
|------|----|---|--|
| 规划流程 | 4 | 保持认知 <ul style="list-style-type: none">让社区关注规划过程在内部和外部报告之前互动阶段的结果通知后续步骤和进一步的互动 | 外联活动 <ul style="list-style-type: none">互动报告社区组织会议 |
| | 5 | | 沟通 <ul style="list-style-type: none">通过社交媒体、网站和新闻稿宣传即将出现的互动机会 |

外联活动

1. 互动报告

组织方: BPDA
受众: 所有区域选民
位置: 在线

说明和效果: BPDA 将利用在上一个互动阶段收集的全部反馈，制定一份互动报告，对迄今为止收到的互动进行量化和鉴定。这份 4-5 页的报告将概述所有互动活动、按互动指标衡量的表现，以及对流程中得到的反馈的视效和文字说明。报告将在线发布，并通过网站、社交媒体、社区组织会议和时事通讯传播。

2. 社区组织会议

组织方: BPDA & ONS
受众: 当地负责人、社区组织、主街负责人等
位置: 面对面或虚拟

说明和效果: BPDA CEM 和规划人员将参加当前的街区协会和其他社区会议，审核来自互动第一阶段的互动报告，宣传即将到来的互动机会。

沟通

1. 网站/社交媒体/时事通讯推广

组织方: BPDA/沟通团队, ONS
受众: 所有区域选民
位置: 在线

说明和效果: 在此阶段，BPDA 将使用网站、社区媒体和时事通讯集向所有登记项目更新的电子邮件地址发送消息，分享互动第一阶段的结果，通告下一阶段即将出现的互动机会。

规划流程：审查和完善理念（第 4-5 个月）

| 阶段 | 月份 | 互动焦点 | 方式 |
|------|----|---|---|
| 规划流程 | 6 | 审查和完善理念 <ul style="list-style-type: none"> 与社区合作提出建议并促进改建 | 外联活动 <ul style="list-style-type: none"> 现场互动实验室 理念海报招待会 审查研讨会 利益相关方审查会谈 沟通 <ul style="list-style-type: none"> 通过社交媒体、网站和新闻稿挖掘主动互动机会 实体标牌 收费媒体（报纸、社交媒体广告等） |

外联活动

1. 现场互动实验室（有办公时间）（“小市政厅”）

组织方： BPDA、OEOI、ONS

受众： 所有区域选民

位置： 现场/面对面

说明和效果： BPDA/OEOI 将携手为下一轮实践互动再建 2-3 个现场互动实验室。该实验室将承担多项职能：为举办研讨会、活动、利益相关者对话和临时办公提供空间；充当窗口，宣传规划流程；需要在市政厅之外履行重要外联职责的市政员工还可以用它存入材料和办公。预计 BPDA 将为互动实验室的开放时间支付租金（估计是一个月）。在互动实验室开放期间，应至少每周安排一次有工作人员到场的办公时间。如果该空间无法使用，BPDA 将与图书馆、社区中心和其他区域市政中心合作，尽可能多地填补上述职能。

2. 理念海报招待会

组织方： BPDA 及所有合作伙伴部门)

受众： 所有区域选民

位置： 互动实验室

说明和效果： BPDA 将主办海报招待会来启动规划流程的社区审核及更迭阶段。在招待会上，参与者可以查看屋子里的材料，并对理念和建议草案给出反馈。招待会上的材料应展示计划的主要建议或理念草案，并直接联系先前互动阶段听到的意见。预计这次活动采用随访的形式，会持续几个小时。预计显示的主题包括：

- 分区地图草案，配有辅助分析和扩建图（由 BPDA 分区、MOH 和 BPDA 城市设计部门主导）
- 交通草案、公共空间概念和路边概念（由 BTDA、BPDA 交通规划和 BPDA 城市设计部门主导）
- 对发展和保留企业与艺术文化的建议
- 市府拥有地块的理念草案（如果有）（由 MOH 和 BPDA 不动产部主导）

3. 审查研讨会

组织方： BPDA 及所有合作伙伴部门，社区合作伙伴组织（如可行）

受众： 所有区域选民

位置： 互动实验室、虚拟

说明和效果： BPDA 会使用为海报招待会制作的材料组织 3-4 次研讨会，对理念和建议草案进行另一次审核。至少在分解会议室举办一次会谈。此外，应该在互动实验室现场存放研讨会材料，以便进行随访会谈。在这些研讨会中，应该有两到三次是为一直被排除在外的人口群体定制的，这需要与当地的组织合作和/或在目标受众熟悉的特殊场所主办研讨会。至少应该有一次研讨会以青年为侧重点。如果当地组织参与活动实施，预计会对其花费的时间和贡献的技能给予补偿。

4. 利益相关方审查会谈

组织方： BPDA 及合作伙伴部（可选），具体视受众主题领域或现有关系而定

受众： 主要的实施利益相关方
位置： 面对面或虚拟形式，具体视利益相关方的偏好而定

说明和效果： 根据各个区域的需求，BPDA 与合作伙伴部门将召集关键的实施利益相关方参加特定主题的审查会议。这些会议的主要受众包括各大机构或 CDC，以及小企业/主街负责人。

沟通

1. 网站/社交媒体/时事通讯推广

组织方： BPDA/沟通团队，ONS
受众： 所有区域选民
位置： 在线

说明和效果： 在理念海报招待会启动前的 1-2 周，BPDA 将推出互动活动的完整日程。此外，项目团队每周还会使用社交媒体和时事通讯向所有登记项目更新的电子邮件地址发送互动机会的通知。

2. 实体标牌

组织方： BPDA/沟通团队
受众： 所有区域选民
位置： 路标、交通繁忙的公交车站、店面

说明和效果： BPDA 将在规划区域中建造并安装临时标牌，通告即将到来的互动机会。根据所在的区域，标牌将在公交车站、店铺内（如果有）和数字化售货亭安装。

3. 收费媒体

组织方： BPDA/沟通团队
受众： 所有区域选民
位置： 在线

说明和效果: 在理念海报招待会和审核研讨会之前的几周内, BPDA 将使用收费媒体直接引导关注项目网站。将使用 Facebook 和 Instagram 等广告平台根据地理位置投放广告。此外, 会在当地的出版物上刊登报纸广告来宣传招待会和研讨会。

想要的效果:

规划流程: 计划定稿

(第 7-8 个月)

| 阶段 | 月份 | 互动焦点 | 方式 |
|------|----|---|--|
| 规划流程 | 7 | 计划定稿 <ul style="list-style-type: none"> 在内部和外部报告之前互动阶段的结果 促成正式的最终计划意见征集期 澄清后续步骤 | 外联活动 <ul style="list-style-type: none"> 正式的计划意见征集期 办公时间 互动报告 |
| | 8 | | 沟通 <ul style="list-style-type: none"> 通过社交媒体、网站和新闻稿传达后续步骤 |

外联活动

1. 正式的计划意见征集期

组织方: BPDA
受众: 所有区域选民
位置: 在线

说明和效果: 在完整的计划草案完成后, BPDA 将开启 30 天的意见征集期 (不包括有重大假日的各星期)。将通过网站、社交媒体、时事通讯和传统的报纸广告宣传草案的发布和意见征集期。

2. 面对面和虚拟办公时间

组织方: BPDA 及合作伙伴部的工作人员 (如果有)

受众: 所有区域选民

位置: 面对面和虚拟

说明和效果: 在意见征集期内, 项目团队将每周至少办公 2 小时。在当地的图书馆、企业或其他现场场所以虚拟和面对面两种方式办公。面对面和虚拟办公时会提供计划草案的完整副本用于查看和讨论。

3. 互动报告

组织方: BPDA

受众: 所有区域选民

位置: 在线

说明和效果: BPDA 将利用在上一个规划阶段收集的全部反馈, 制定一份互动报告, 对迄今为止收到的互动及其对计划的影响进行量化和鉴定。这份报告将概述所有互动活动、按互动指标衡量的表现, 以及对流程中所产生的反馈的视效和文字说明。报告将在线发布, 并通过网站、社交媒体、社区组织会议和时事通讯传播。此报告还是计划定稿的一份附录。

沟通

1. 网站/社交媒体/时事通讯推广

组织方: BPDA/沟通团队, ONS

受众: 所有区域选民

位置: 在线

说明和效果: BPDA 将在发布计划的完整草案后公告提供反馈的完整日程。此外, 项目团队每周还会使用社交媒体和时事通讯向所有登记项目更新的电子邮件地址发送互动机会的通知。

早期措施：实施

(第 9 个月之后)

| 阶段 | 月份 | 互动焦点 | 方式 |
|------|----|---|--|
| 早期措施 | 9+ | 实施 <ul style="list-style-type: none">推动采纳正式计划和实施分区委员会程序提供实施跟踪机制在内部和外部报告整个互动流程的结果 | 外联活动 <ul style="list-style-type: none">BPDA 委员会会议分区地图修正意见征集期分区办公时间分区委员会听证 沟通 <ul style="list-style-type: none">通过社交媒体、网站和新闻稿传达意见征集期向邻近地区邮寄分区改革提案 |

外联活动

1. BPDA 委员会会议

组织方： BPDA

受众： 所有区域选民

位置： 虚拟

说明和效果： BPDA 将公开向 BPDA 委员会展示规划流程的效果，以便采纳。

2. 分区地图修正意见征集期

组织方： BPDA

受众： 所有区域选民

位置： 在线

说明和效果： BPDA 将征集根据计划建议对分区法所做的所有提议修正的意见。意见征集期至少持续三周，不包括有重大节假日的各个星期。

3. 分区办公时间

组织方： BPDA

受众： 所有区域选民

位置： 虚拟

说明和效果: 在意见征集期内, BPDA 分区改革团队将每周至少虚拟办公 2 小时。

4. 分区委员会听证

组织方: BPDA
受众: 所有区域选民
位置: 虚拟

说明和效果: BPDA 分区改革团队将公开向分区委员会展示提议的分区地图修正以便采纳。

沟通

1. 网站/社交媒体/时事通讯推广

组织方: BPDA/沟通团队, ONS
受众: 所有区域选民
位置: 在线

说明和效果: BPDA 将传达计划定稿和后续主要步骤, 包括 BPDA 委员会批准和分区委员会听证日期。此外, 项目团队将使用社交媒体或时事通讯向所有登记了项目更新的电子邮件地址发送消息, 传达规划流程期间重大的投资承诺, 以及跟踪计划实施进度的方式。

2. 邻近业主邮寄

组织方: BPDA
受众: 受分区改革提案影响的所有邻近业主
位置: 不适用

说明和效果: 在分区委员会听证之前, BPDA 将协调并向受提议的分区改革影响的所有邻近业主发送通知。通知包括提议变更的相关信息、参加分区委员会听证的方式、以及查看所有计划文件的链接。