

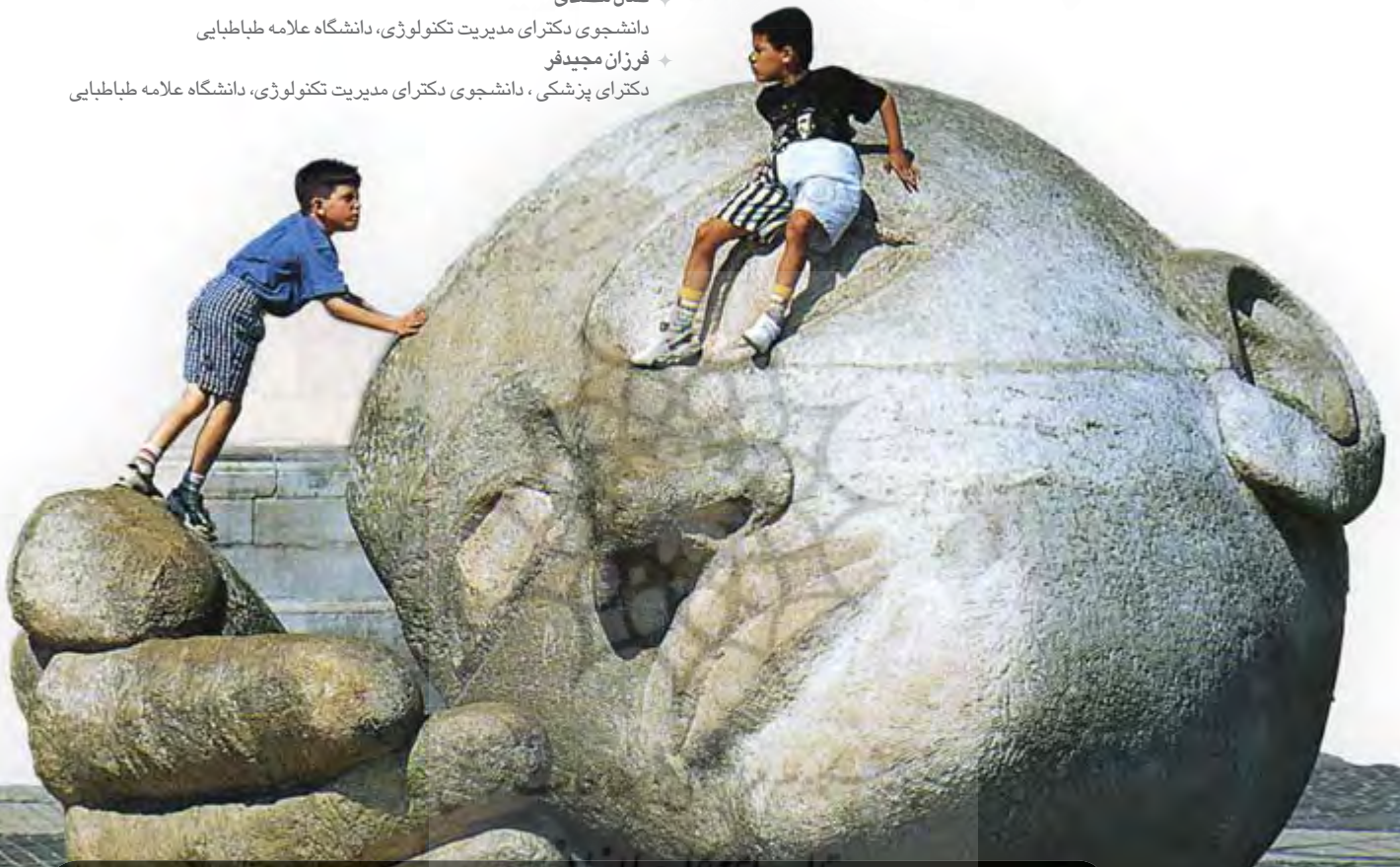
دوران شهرهای خلاق

✦ کمال محمدی

دانشجوی دکترای مدیریت تکنولوژی، دانشگاه علامه طباطبایی

✦ فرزانه مجیدفر

دکترای پزشکی، دانشجوی دکترای مدیریت تکنولوژی، دانشگاه علامه طباطبایی



چکیده:

را دارند که روح خلاقیت را به شهرهای خود بدمند. ولی این توانمندی زمانی از قوه به فعل می‌رسد که به خوبی مدیریت گردد. مردم، بنگاه‌های اقتصادی، فضاها، پیوندها و چشم‌انداز، پنج رکن اصلی شهرهای خلاق می‌باشند. برای ایجاد و توسعه شهرهای خلاق باید راهبردهایی را به اجرا درآورد که ضمن پشتیبانی از ارکان ذکر شده، شهر را به سوی یک آینده خلاق سوق دهند. در این مقاله راهبردهای اصلی را برای توسعه شهرهای خلاق بیان کرده‌ایم که هر یک از شهرها بسته به شرایط خود می‌تواند این راهبردها را مدنظر قرار دهد. آنچه که پیش زمینه اجرای راهبردها است تغییرات ارزشی و فرهنگی شهرها به سمت خلاقیت و نوآوری است.

بسیاری از شهرهای دنیا، منافع اجتماعی و اقتصادی حاصل از اقتصاد خلاق را تشخیص داده‌اند و در برخی از شهرهای بزرگ و کوچک جهان توسعه اقتصاد خلاق به یک اولویت راهبردی تبدیل شده است. خلاقیت و نوآوری محور اصلی اقتصادهای دانش‌بنیان هستند و شهرهای خلاق مکانهایی هستند که خلاقیت‌ها رشد می‌کنند و پدیدار می‌شوند. برای ادامه و افزایش سرعت پیشرفت‌های علمی و تکنولوژیک شگرفی که کشور ما در سالهای اخیر داشته است، توسعه شهرهای فعلی ایران به سمت شهرهای خلاق امری ضروری و حیاتی است. افراد مستعد و نوآور که رکن اصلی شهرهای خلاق می‌باشند این توانمندی

مقدمه

ما هم اکنون در دوران خلاقیت به سر می‌بریم. دورانی که در آن ایجاد ارزش اقتصادی در کسب و کارهای متعدد، به توانایی بنگاه‌ها در تعبیه محتوای خلاقانه و فرهنگی در تولید کالاها و خدماتشان وابسته شده است.

امروزه محتوای خلاقانه و فرهنگی، تعیین‌کننده موفقیت در رقابت برای فروش کالاهای مأنوسی مانند پوشاک، اثاث خانه و اغذیه می‌باشند. مصرف‌کنندگان حاضر هستند قیمت‌های بالاتری را برای محصولاتتی که به خوبی طراحی شده‌اند و از لحاظ فرهنگی متمایز و ممتاز باشند، بپردازند. محصولات دانش‌بنیانی مانند رایانه‌ها، ارتباطات سیار و تلفن‌های همراه، فناوریهای زیست پزشکی از جرقه‌های نوآورانه ذهن افراد خلاق و تحصیل کرده متولد می‌شوند. این افراد همچنین برای افزایش موفقیت خود در بازار از طرحهای جذاب و مبتکرانه استفاده می‌کنند.

به علاوه هم‌اکنون مجموعه‌ای از صنایع خلاق، سهم عمده و فزاینده‌ای از تجارت بین‌المللی، اشتغال‌زائی و تولید ناخالص داخلی برخی از کشورها را به خود اختصاص داده‌اند. این صنایع شامل مواردی مانند تولیدات فیلم و تلویزیون، بازیهای الکترونیکی، انتشارات، تبلیغات، موسیقی و هنرهای بصری و تجسمی می‌گردند. از این اقتصاد خلاق نه تنها تولید ارزش اقتصادی جریان می‌یابد، بلکه افرادی که در کارها و صنایع خلاق اشتغال دارند به سمت مکانهای پرطراوت و سرزنده‌ای که سرشار از فعالیتهای فرهنگی و خلاق هستند، کشیده می‌شوند. این مکانها، شهرهایی هستند که میزبان سنتهای فرهنگی از سراسر جهان می‌باشند. این شهرها از تازه‌واردهایی با فرهنگها، مذاهب، اقوام و ملیتهای مختلف استقبال می‌کنند و برای آنها فرصتهای آسانی برای یکپارچگی اجتماعی و اقتصادی با جامعه فراهم می‌سازند. همچنین آزادی ابراز فرهنگی در این شهرها گرامی داشته و کارهای خلاقانه پرورش داده می‌شود. بسیاری از شهرهای دنیا، منافع اجتماعی و اقتصادی حاصل از اقتصاد خلاق را تشخیص داده‌اند و هم

اکنون در حال اجرای سیاستهای تهاجمی برای پرورش و پیشبرد فعالیتهای خلاقانه و فرهنگی هستند.

در شهرهای بزرگ جهان مانند لندن، نیویورک، برلین و شهرهای کوچکتری مانند آستین تگزاس و نیوکسل توسعه اقتصاد خلاق به یک اولویت راهبردی تبدیل شده است. اما این اولویت فقط برای ایجاد فرصتهای تولید ثروت و اشتغال نیست. بلکه فعالیتهای خلاق و فرهنگی باعث افزایش کیفیت زندگی شهری می‌شوند، به کیفیت زندگی در محلات کمک می‌کنند، باعث توانمندی تفکر نوآورانه و حل مساله در سراسر بخشهای اقتصاد می‌شوند و به هویت شهر در مواجهه با رقابت فزاینده برای استعدادهای سرمایه‌گذاری و بازشناسی هویتی شکل می‌دهند. همچنین فعالیتهای خلاقانه و فرهنگی وسیله‌ای قدرتمند برای توسعه اجتماعی هستند و فرصتهایی را برای محلات و گروههای اجتماعی که دچار وضعیت نامساعدی می‌باشند، فراهم می‌سازند.

ارکان شهرهای خلاق

مردم، بنگاههای اقتصادی، فضاها، پیوندها و چشم انداز ۵ رکن اصلی شهرهای خلاق می‌باشند که توجه به این ارکان برای ایجاد و توسعه شهرهای خلاق در آینده حیاتی است.

مردم

در شهرهای خلاق باید شرایط و فعالیتهایی مد نظر قرار گیرند که به ظهور هنرمندان آینده منجر شوند، به موفقیت کارکنان خلاق در کلیه بخشهای اقتصادی بیانجامند، باعث شوند مصرف‌کنندگان خواهان کالاهای فرهنگی باشند و محیطی جذاب برای افراد خلاق ایجاد شود. آموزش عمومی قوی و دستیابی به فعالیتهای فرهنگی نقشی حیاتی را در شکل‌گیری افراد خلاق بازی می‌کنند و باعث پیشبرد التزامها و مشارکتهای اجتماعی می‌شوند.

بنگاههای اقتصادی

خلاق، سازمانهای دولتی، برنامه‌های سرمایه‌گذاری و جامعه محققین بتوانند به صورتی مولد و اثربخش با یکدیگر ارتباط متقابل داشته باشند. شهرهای خلاق به زیرساخت‌های پیوند دهنده‌ای نیاز دارند تا از اکولوژی خلاقیت آنها پشتیبانی نمایند.

چشم انداز و آوازه

در شهرهای خلاق، بیان و اظهار یک چشم انداز قوی و خلاقانه باعث رشد استعدادها خواهد شد و پشتیبانی از خلاقیت را به صورت گسترده‌ای در شهر هدایت کرده، نظم می‌بخشد. این چشم انداز داستان شهر را در سراسر جهان بازگو می‌کند، آوازه آن را در جهان خلق می‌کند و به پیشبرد گردشگردهی، صادرات و سرمایه‌گذاری در شهر می‌انجامد.

فضا

یک ارتباط قوی بین فضا و خلاقیت وجود دارد. افراد خلاق نیاز به فضایی برای زندگی، کار، الهام‌بخشی و نمایش کارهای خود دارند. فضاهای یک شهر اعم از طبیعی و مصنوعی، باعث برانگیختگی، انطباق و بیان خلاقیت ساکنین خود می‌شوند. فضاهای خلاق باید امیدبخش و توانمندساز باشند. زیرا خلاقیت نیازمند فضاهایی است که در آن بتواند رشد و فعالیت کند، تفکر و نوآوری نماید، تجمع و پرورش یابد و نهایتاً پیشرفت کند.

پیوندها و ارتباطات

یک محیط شهری که به دنبال برانگیختن و پشتیبانی از خلاقیت است، باید بتواند بسیاری از اقدامات مجزا را نیز به هم پیوند دهد. این پیوندها اغلب اوقات توسط سازمانهایی رهبری می‌شود و توسعه می‌یابند که ماموریت و چشم‌اندازشان خلاقیت است. پشتیبانی از این پیوندها نیز توسط سازمانهای واسطی صورت می‌پذیرد که فعالیتهای مجزا را سازماندهی و از منابع موجود به نحو موثر استفاده می‌کنند. اکولوژی خلاقیت یک شهر برای پایداری و ثبات باید به خوبی و به نحوی یکپارچه گردد تا هنرمندان، صنایع

راهبردهایی برای توسعه شهرهای خلاق

همانطور که بیان شد شهرهای خلاق دارای ارکانی می‌باشند. حال برای ایجاد و توسعه شهرهای خلاق باید راهبردهایی را به اجرا درآورد که ضمن پشتیبانی از ارکان، شهر را به یک آینده خلاق سوق می‌دهند.



راهبردهایی برای مردم

توسعه ظرفیت خلاقیت در کلیه سطوح آموزش عمومی؛ برنامه‌های آموزشی خلاقانه در سیستم آموزش عمومی، روش موثری برای تشویق جوانان برای حل مساله و تفکر خلاقانه است. این موضوع حائز اهمیت است که این توسعه ظرفیت در مدارس و اجتماعات بدون توجه سطوح درآمدی مردم یا مکان جغرافیایی زندگی آنان باشد.



ویژگی‌های شناخته شده یک شهر خلاق در سطح بین‌المللی هستند، می‌تواند به رشد و توسعه بنگاه‌ها و کارآفرینان این حوزه‌ها منجر شود.

الهام‌بخشی و تشویق کلیه بنگاه‌ها و کارآفرینان در تمام بخش‌های اقتصادی برای این که خلاقانه فکر کنند: مثالی از این موضوع به رسمیت شناختن ایجاد ارزش افزوده از طریق سرمایه‌گذاری در طراحی بهتر می‌باشد. همچنین توسعه همگرایی خلاقیت و نوآوری در هنرها و سایر بخش‌های دانش‌بنیان مانند زیست‌فناوری و فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات نیز مثالهایی در این خصوص می‌باشد.

توسعه و بهبود آموزش و مربیگری در زمینه مهارت‌های کسب و کار: مراکز آموزشی هنر و طراحی در اغلب موارد، دچار کمبودهای آموزشی در زمینه‌های کسب و کار می‌باشند. بنابراین افراد و کارکنان خلاق نیاز به اکتساب مهارت‌های کسب و کار دارند.

پشتیبانی از کارآفرینی خلاقانه: در بیشتر موارد سخت‌ترین کار برای کسب و کارهای خلاقانه ورود به دنیای تجارت است. شاغلین در این گونه کسب و کارها نیاز به مهارت‌های اولیه‌ای مانند نوشتن طرح کسب و کار، یافتن فضا برای کار و استخدام افراد دارند. بنابراین حمایت از این کارآفرینان باید متمرکز بر نیازهای اختصاصی صنعتشان باشد.

توسعه مراکز رشد (انکوباتورها): انکوباتورها از طریق فراهم کردن فضای حرفه‌ای مناسب، خدمات پشتیبانی مشترک، شبکه‌سازی، آموزش و سایر کارکردها برای توسعه کسب و کارها می‌توانند محیطی پرورنده برای کسب و کارهای کوچک خلاق ایجاد کنند.

حمایت از خوشه‌ها یا بخش‌های خلاق: توسعه راهبردی

سرمایه‌گذاری در برنامه ریزی اجتماعی خلاقیت: ایجاد شرایط مناسب برای دستیابی به برنامه‌های فرهنگی در کلیه سطوح محلات (به خصوص محلات در معرض خطر)، مهمترین ابزار برای پیشبرد مشارکت اجتماعی است. خط مشی مبتنی بر محلات، روش اصلی برای استراتژی توسعه اقتصادی مبتنی بر خلاقیت است. این استراتژی به نوبه خود باعث بهبود بی‌عدالتیهای اجتماعی خواهد شد. برنامه‌ریزی اجتماعی خلاقیت می‌تواند باعث رشد استعدادهای در آینده شده، محیطی امنی را برای یادگیری مهارت‌های اساسی زندگی فراهم سازد.

پشتیبانی از برنامه‌های خلاق در آموزش عالی: چنین برنامه‌هایی برای آماده کردن استعدادهای خلاق و کارکنان خلاق صنایع در آینده حیاتی است.

برنامه‌ریزی فعالیتهای و رخدادهای فرهنگی: وجود و قابلیت دسترسی به نهادها و رخدادهای فرهنگی، باعث افزایش فعالیتهای خلاقانه خواهد شد.

راهبردهای جذب و نگهداری استعدادها: این راهبردهای هدف‌دار به بهبود کیفیت مکان‌های شهری می‌انجامد که این خود باعث تشویق کارکنان خلاق برای مهاجرت و اقامت آنها در شهرهای خلاق می‌شود.

راهبردهایی برای بنگاه‌های اقتصادی

فراهم نمودن شرایطی برای بنگاه‌های اقتصادی به صورتی که این بنگاه‌ها بتوانند ریسکها (عدم قطعیتها) را بپذیرند:

با فراهم نمودن حمایت‌های تخصصی برای کسب و کارها و سهولت دستیابی به سرمایه‌های خطرپذیر می‌توان از کشیده شدن بنگاه‌ها و کارآفرینان به سایر بازارها جلوگیری نمود و به یک بنیان رقابت‌پذیر برای شهرهای خلاق در سطح جهانی دست یافت.

افزایش حمایت از بخش‌هایی که مورد توجه بین‌المللی هستند: حمایت از مواردی مانند صنایع خلاق، صنایع طراحی خلاق، موسیقی، فعالیتهای فرهنگی و غیره که از

راهبردهایی برای فضاهای شهری

ایجاد فضاهای با ثبات و مطمئن برای هنرمندان: افراد و کسب و کارهای خلاق معمولاً به دلیل بالا رفتن نرخ اجاره‌بها مجبور به جابجایی می‌شوند که این موضوع تهدیدی برای بقا، خلاقیت و نوآوری آنان است. بنابراین فراهم کردن فضاهای با ثبات و اطمینان‌بخش برای این افراد ضروری است.

ایجاد و بهبود فضاهای خلاقانه شهری: بهبود فضاهای خلاقانه شهری باعث احساس غرور شهروندان، جذب و نگهداری افراد و کارکنان مستعد و خلاق، سرمایه‌گذاری بیشتر و افزایش گردشگری می‌شود. می‌توان در این خصوص موارد زیر را برشمرد:

- طراحی بهتر برای فضاهای عمومی
- سرمایه‌گذاری در نهادها و ساختمانهای بزرگ فرهنگی
- حفاظت از آثار فرهنگی
- پیشبرد و سرمایه‌گذاری در به‌کارگیری هنر در فضاهای عمومی (شامل بر فضاهای طبیعی)

راهبردهایی برای بهبود پیوندها و ارتباطات

ایجاد یک بدنه رهبری برای شهر خلاق: گروه یا سازمانی که مأموریتش رهبری و حمایت از خلاقیت است، می‌تواند باعث پیشبرد گسترده‌ای از زندگی خلاقانه در شهر شود و تمامی عناصر آن را به هم پیوند دهد.

تقویت واسطه‌های ارتباطی برای پیوند فعالیت‌های خلاقانه فعلی شهر: ساده‌ترین شیوه برای بهبود پیوندها، کاهش فاصله بین محیط‌های خلاقانه است و این وظیفه باید به افراد یا تیمها واگذار گردد. چنین واسطه‌هایی می‌توانند در دولت، سازمانهای هنری، سازمانهای تکنولوژیک، دانشگاهها یا هر فضای خلاقانه دیگری مستقر شوند. هدف اصلی این افراد یا گروهها دستیابی به سایر محیط‌های خلاقانه است. این محیطها می‌توانند در بخش دیگر، حوزه دیگر یا از لحاظ جغرافیایی در جای دیگری باشند. دستیابی به محیط‌های

خوشه‌ها یا بخش‌های ویژه با اهداف سرمایه‌گذاری و صادرات در شهرهای خلاق، می‌توانند به عنوان اهرمی برای تقویت خلاقیت شهری در جهت منافع اقتصادی به کار گرفته شوند.

حمایت از نمایش محصولات خلاق: گران بودن هزینه‌های نمایش کالاهای خلاق (مثلاً نمایشگاه‌ها یا گالری‌های هنری) معمولاً از ارائه محصولات کارآفرینان به بازار جلوگیری می‌کند. اقداماتی شبیه مکانهای وب برای نمایش و فروش کالاهای خلاق یا برخی رخدادهای هنری که باعث باز شدن استودیوهای هنرمندان برای عموم مردم می‌شوند، می‌توانند محصولات خلاق را در معرض دید خریداران قرار دهند.

توسعه ظرفیت خلاقیت در سایر صنایع: ارتباط صنایع خلاق با سایر بخشهای تولیدی صنعتی مانند زیست‌فناوری، مراقبتهای بهداشتی می‌تواند برای هر کدام از آنان مفید واقع شود.

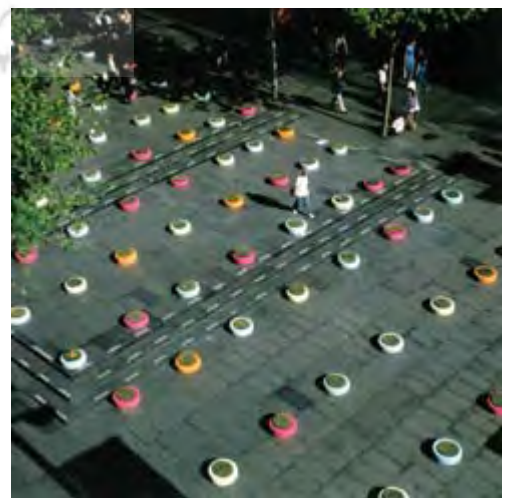
حمایت تخصصی از کسب و کارهای خلاق: به طور معمول حمایت سنتی که از کسب و کارها به عمل می‌آید، برای کسب و کارهای خلاق مناسب نمی‌باشد. زیرا نیازهای آنان با سایر کسب و کارها متفاوت می‌باشد. همچنین در صنایع خلاق، نوع کسب و کارها از نظر اندازه (از خود اشتغالی انفرادی تا کارکنان زیاد)، نیازها، مخاطبین و کالاها بسیار متفاوت می‌باشد. به عنوان مثال حمایتی که یک کسب و کار طراحی نیاز دارد با حمایت‌های مورد نیاز یک شرکت فیلمسازی متفاوت می‌باشد.

ایجاد مراکز همگرایی افراد خلاق: ارتباط و پیوند بین کارکنان خلاق که در نیازها و مشکلاتشان مشابه هستند، فواید و منافع متعددی برای آنها دربر دارد. برخی از این فواید شامل بر یادگیری آنها از یکدیگر، کمک متقابل، افزایش مقیاس تولیدات خلاقانه، تحریک خلاقیت و نوآوری بیشتر می‌گردد که این موارد تبعات اقتصادی قابل توجهی خواهند داشت.

دیگر باعث یادگیری گروه‌ها یا دسته‌های اجتماعی مختلف و خلاق از یکدیگر و همکاری آنها می‌شود.

شبکه‌سازی: شبکه‌سازی روشی موثر و ارزان برای انتشار آگاهی از فعالیتها و منابع گوناگون خلاقیت بین بخشها و گروه‌های مختلف می‌باشد. شبکه‌سازی سازماندهی شده می‌تواند افراد خلاق و هنرمند را که مجزا هستند، گرد هم آورد، بین خریداران و تولیدکنندگان خلاق پیوند برقرار کند و بین اعضا خلاق بخش‌های مختلف ارتباط برقرار نماید. به عنوان مثال این شبکه‌ها می‌توانند باعث همکاری‌های هنری، نوآورانه یا تکنولوژیک شوند، می‌توانند به فروش محصولات خلاقانه بیانجامند و یا این که به دستیابی به بازارهای جدید، اکتساب مهارت‌های مشتریان و ارتباطات جدید منجر شوند.

افزایش توجه به خلاقیت در ساختارهای موجود: کلیه بخشها، سازمانها و ساختارهای موجود در شهر باید به نحوی قانع گردند که مشارکت در زندگی خلاقانه و فرهنگی شهر را در تصمیم‌گیری‌های خود مدنظر داشته باشند. سیستم برنامه‌ریزی، ایجاد بخشهای آموزشی، برنامه‌های ایجاد زیرساختهای عمومی مثالهایی از عملکرد سازمانها برای مشارکت مزبور می‌باشند. باید توجه داشت که ایجاد ارتباط بین افراد و سازمانهایی که در زمینه خلاقیت کار می‌کنند مهم است ولی این امر مهم باید همراه با ایجاد ارتباط منابع حیاتی با این پروژه‌های ارتباطی باشد.



ایجاد مکانیسمهای تامین منابع مالی برای پروژه‌های خلاقانه: ابزارهایی مانند مشوق‌های مالیاتی و سرمایه‌های خطرپذیر که برای حمایت از افراد، بنگاه‌ها و فضاهای خلاق اختصاص می‌یابند، پروژه‌های مهم خلاقانه را با منابع ضروری مرتبط می‌سازند.

راهبردهایی برای چشم انداز و آوازه شهر

تجلیل از پیشرفت‌های خلاقانه: به رسمیت شناختن دستاوردهای موفقیت‌آمیز افراد، رهبران و بنگاه‌های مستعد و خلاق باعث ایجاد آوازه غرورآمیز یک شهر خلاق در جهان خواهد شد.

توسعه فرهنگ خطرپذیری: خطرپذیری در ذات خلاقیت است. اگر قرار باشد آوازه یک شهر انعکاسی از خلاقیت آن باشد، آن شهر باید خطرپذیری را گرامی بدارد و این مفهوم را توسعه دهد که حمایت از ریسکها می‌تواند به موفقیت‌های خلاقانه بی‌نظیری منجر شود.

توسعه حمایت چند سطحی سیاسی برای فعالیتهای خلاقانه: آوازه خلاقانه جمعی یک شهر باید شامل بر تعهد سطوح مختلف دولتی (سطوح برنامه ریزی، خدمات اجتماعی، زیرساخت و غیره) به نقش حیاتی خلاقیت در زندگی اجتماعی، اقتصادی و سیاسی باشد.

پیشبرد وفاق اجتماعی: برای اطمینان از این که آوازه خلاقیت جمعی یک شهر به تمام جهان اظهار گردد، مردم آن

شهر باید به نحو گسترده‌ای در مورد باورها و نیازهای مرتبط با فعالیتهای خلاقانه خود در مواردی مانند آموزش، اشتغال، فضاهای عمومی و اوقات فراغتشان با یکدیگر همفکری نمایند. قویترین و اثربخش‌ترین آوازه خلاقیت یک شهر زمانی است که شهروندان بتوانند خودشان و فعالیت‌هایشان را در آن ببینند.

بازاریابی، ترفیعات و پیام رسانی: آوازه خلاقیت یک شهر به نحو موثری می‌تواند برای ایجاد تصویر ذهنی خلاقیت شهر به کار گرفته شود، باعث تسریع در سربلندی شهر شود و برای موجودیهای آن شهر به صورت منطقه‌ای یا گسترده بازاریابی نماید.

منابع:

- 1- Creative city: brisbane city council's cultural startegy 2003 – 2008.
- 2- Culture Plan for the Creative City: City of Toronto. 2003
- 3- Creative City Planning Framework A Supporting Document to the Agenda for Prosperity: Prospectus for a Great City. Prepared for the City of Toronto by AuthenticiCity. February 2008
- 4- Fostering the Creative City. Coletta, C. Wallace Foundation. August 2008.
- 5- Imagine a Toronto : Strategies for a Creative City. July 2006
- 6- The Creative City. Landry, C and Bianchini, F. London, England: Demos, 1995.