

تحلیل عوامل موثر بر توسعه صنایع فرهنگی در بازآفرینی بافت تاریخی (نمونه موردی: منطقه ۱۲ شهر تهران)^۱

نرگس احمدی فرد^۲

پژوهشگر پسادکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه تهران، تهران، ایران

احمد پوراحمد

استاد گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه تهران، تهران، ایران

پروین ده ده زاده سیلابی

دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۱۰/۲۰ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۱/۲۱

چکیده

بافت های تاریخی با وجود منزلت مکانی و سکونتی پایین، همچنان منبع ارزشمندی هستند که به مثابه دارایی فرهنگی و هویتی شهرها و کشورها به شمار می روند. پس روش های زیادی برای حفظ و احیاء بافت ارزشمند در نظر گرفته شده است، اما بیشتر اقدام های برنامه ریزی شده که برای مرمت و احیای این بافت ها صورت گرفته است، تک بعدی بوده و صرفاً جنبه کالبدی داشته است. تنها در این زمینه بازآفرینی است که توانسته با توجه به ابعاد اقتصادی فرهنگی همچون بکارگیری صنایع فرهنگی، رویکردهای فعالیت محور را در راستای مداخلات کالبدی مورد توجه قرار دهد و نقش موثری را در احیای بافت ایفا نماید. این پژوهش با بهره گیری از الگوی تحقیق توصیفی-تحلیلی و با بکارگیری رویکردی میان رشته ای و با استفاده از مدل تحلیلی و راهبردی- عملیاتی سعی نمود که شاخص های توسعه صنایع فرهنگی را در زمینه های شهری و امکانات توسعه ای در راستای بازآفرینی منطقه مورد مطالعه را با نیازها و مسائل محدودیت های منطقه مورد تجزیه و تحلیل قرار دهد تا راهبردهای عملیاتی را برای برآورده ساختن نیازها و به حداقل رساندن محدودیت ها و مسائل بافت تاریخی منطقه ارائه دهد. در عین حال نتایج تحقیقات سعی نمود که نشان داد که مجموعه ای از صنایع فرهنگی با استفاده از مزیت های بافت تاریخی می تواند تقویت و غنی گردد و هم اینکه بافت تاریخی نیز می تواند با بهره گیری از ویژگی ها و مزیت های استقرار صنایع فرهنگی بنیان های عملکردی و فضایی خود را بازآفرینی و تقویت نماید.

واژگان کلیدی: صنایع فرهنگی، شهر خلاق، بازآفرینی، بافت تاریخی، منطقه ۱۲ شهر تهران

۱- ضمن تشکر از معاونت پژوهش دانشگاه تهران، پژوهش با حمایت صندوق پژوهشگران و فناوران کشور انجام شده است.

۲- (نویسنده مسئول) ahmadifard13@yahoo.com

مقدمه

بافت تاریخی، بافتی است که دارای آثار بارزش تاریخی، بازارها، تأسیسات، شبکه معابر، فرم معماری و کالبد ویژه‌ای است که محصول رشد تدریجی و ارگانیک شهر در ادوار تاریخی مبتنی بر عواملی همچون امنیت، محرومیت، کالبد فرهنگی و ساکنین فرهنگ گرا، درونگرا بودن، ارزش میراث فرهنگی، آسایش و مقیاس و هویت و ساختار ارگانیک و معابر می‌باشد (Yani Said & Aksah, et al, 2013: 424) (Hakim, 2007: 10). با این وجود بافت تاریخی شهرها میراث ارزشمند معماری و کالبدی بجامانده از گذشتگان ماست. این بخش از شهر تجلی‌گاه ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مردمانی است که در دوره‌های تاریخی در این بخش از شهر روزگار سپری کرده و هویت فرهنگی آن را به ثبت رسانده‌اند. در حال حاضر بسیاری از این پهنه‌ها و بافت‌های تاریخی، تحت تاثیر عوامل و دلایل مختلف از ایفای نقش گذشته خود بازمانده و دچار فرسودگی و افول شده‌اند. زیرا همان‌طور که تجربه جهانی نشان داد: الگوی شهر صنعتی فوردیستی بعد از جنگ جهانی دوم به الگویی غالب شهرنشینی تبدیل شده است. یکی از پیامدهای غلبه این الگو تغییرات اساسی در ساختار و عملکرد شهرهای فوردیستی بوده است (Karami, 2011:2) که در اغلب موارد به افت کیفیت محیطی بویژه در بخش مرکزی و تاریخی شهرها منجر شده است، به نحوی که حتی در کشورهای توسعه یافته جهان از جمله آمریکا و اروپا مسئله بازآفرینی بخش تاریخی و قدیمی شهرها بعنوان یک مسئله مهم مطرح شده است. برای پاسخ به این مسئله دیدگاه‌های نظری گوناگونی از سوی متفکران و کارشناسان مربوطه مطرح شده است. دیدگاه مدرنیستی، فرهنگ‌گرایی، نوشهرگرایی و ... از آن جمله بوده است. و این‌ها همان دیدگاه‌هایی بودند که در مقطعی از زمان‌ها بیشترین ضربات را به بافت‌های تاریخی وارد نمودند (Habibi and Maghsoudi, 2005: 1). بدین طریق ناکارآمدی دیدگاه‌های پیش‌گفته سرانجام به خلق نظریه شهر خلاق در دوران پساصنعتی منجر شد که با کاربست آن در بسیاری از شهرهای جهان ضمن بازآفرینی بخش تاریخی این شهرها، توسعه یکپارچه و پایدار آنها را نیز رقم زده است. شهر خلاق رویکردی فرهنگی در توسعه‌های شهری همچون بازآفرینی است و از آنجایی که فرهنگ عضوی بسیار مهم در کیفیت و هویت زندگی شهروندان یک شهر خلاق می‌باشد (Rafiyani, 2013: 13) بازآفرینی فرهنگ‌مبنا در این دیدگاه که بر استراتژی‌ها و مفاهیمی همچون پایداری، کیفیت و هویت تکیه دارد (Vanista Lazarevic, et, al, 2016: 5)، بعنوان یک گذرگاهی بسوی توسعه پایدار انتخاب شد. فرهنگ و صنایع فرهنگی در این نظریه و سیاست، یکی از اجزای زندگی شهری قلمداد می‌شد که نه تنها به عنوان یکی از ابعاد دستیابی به سیاست توسعه پایدار در بافت تاریخی می‌باشد بلکه به عنوان استراتژی رقابتی در دنیای جدید مطرح شد (Moldoveanu, Ioan France, 2014: 490). در این صورت بازآفرینی با تاکید بر صنایع فرهنگی در بخش تاریخی بر خلاف سایر سیاست‌های مرمت و بهسازی شهری، گذاری را از حوزه توجه صرف به کالبد به عرصه تاکید بر ملاحظات اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و هنری کشاند (Keshavarz, 2010: 69). یعنی یکی از مهمترین دغدغه‌های بازآفرینی متکی بر صنایع فرهنگی توجه به هر دو بعد کالبد و فعالیت و توجه به مفهوم معنایی فضای شهری در بافت تاریخی است (Kamrova, 2010). صنایع فرهنگی گستره وسیعی از فعالیت‌های اقتصادی است که با تولید و بهره‌برداری از دانش و اطلاعات از طریق خلاقیت و نوآوری به تولید محصولات خود می‌پردازد (Landry & Bianchini, 1995: 4). تجربه نشان می‌دهد که کاربست راهبرد صنایع فرهنگی در حوزه

نظری و کارآفرینی و اقتصاد خلاق شهری از رویکردهای جامع بازآفرینی شهری بافت‌ها تاریخی می‌باشد که پویایی و جنب و جوش گذشته بافت تاریخی را در برخی از شهرهای دنیا بازتولید کرده است (UNCTAD, 2008: 11). صنایع فرهنگی عامل خلق، تولید، تجاری سازی ارزش‌ها و استعدادها و جاذبه‌های گردشگری است که تنها متکی بر جاذبه‌ها نبوده بلکه در غالب ایجاد و اشاعه همه جانبه صنایع فرهنگی عمل می‌نماید و زمینه‌های لازم را برای حضور گردشگری صنعتی فراهم می‌نماید (Howkins, 2001: 88). صنایع فرهنگی، جاذبه‌ها و میراث فرهنگی موجود در بافت‌های تاریخی را از معضل بازتولید متوالی^۱ رها نموده و با سرمایه داری کردن فرهنگ و یا با تبدیل میراث فرهنگ به میراث صنعت و ثروت فرهنگی به عنوان ابزار عملی برای بازآفرینی بخش تاریخی مورد توجه قرار می‌گیرد (Zan, Bonini Baraldi, 2007: 50). بدین طریق بازآفرینی در بخش تاریخی به دلایلی نظیر وجود آثار و جاذبه‌های فرهنگی و همچنین از طریق معیارها و شاخص‌های صنایع فرهنگی ایجاد خواهد شد. (Alberti & Giusti, 2012: 261).

در بررسی ضرورت بکارگیری این نظریه در محدوده مورد مطالعه باید اذعان داشت که شهر تهران که روزگاری هسته حیاتی این شهر بوده است و پیکره اصلی شهر تهران را تشکیل می‌داده است در طی یک قرن گذشته در اثر تحولات شهری دچار افت و فرسودگی شده است. بطوری که امروزه بافت تاریخی و مرکزی شهر تهران علی‌رغم وجود بسیاری از نهادها و کارکردهای اقتصادی، سیاسی و اجتماعی، فرهنگی و اداری در سطوح متفاوت ملی، منطقه‌ای، محلی، جهانی و برخورداری از ویژگی‌هایی چون قدمت و ارزش تاریخی، بعنوان یک مسئله حیاتی و یک مانع جدی در توسعه یکپارچه شهر تهران مورد توجه کارشناسان و متخصصان مربوط قرار گرفته است (Nazariyan, 2007: 192). ادبیات مربوط نشان می‌دهد که در ۵ دهه گذشته در جهت برخورد با این مسئله اقدامات جسته و گریخته‌ای انجام شد که سرانجام ناکارآمدی آنها زوال روزافزون وضعیت کنونی این بخش از شهر را بیشتر نمود. اما باید توجه داشت که ضرورت بازآفرینی بخش تاریخی تهران و کمک به توسعه یکپارچه این شهر، زمینه‌های متفاوتی را می‌طلبد که از آن جمله می‌توان به توسعه صنایع فرهنگی و خلاق در بافت تاریخی شهر تهران اشاره نمود (Ahmadifard, 2016: 146). پس با توجه به اهمیت صنایع فرهنگی در بازآفرینی سؤال اصلی که در برابر این تحقیق قرار می‌گیرد این است که چگونه می‌توان از راهبرد صنایع فرهنگی و خلاق در بازآفرینی بافت تاریخی شهر تهران بهره جست.

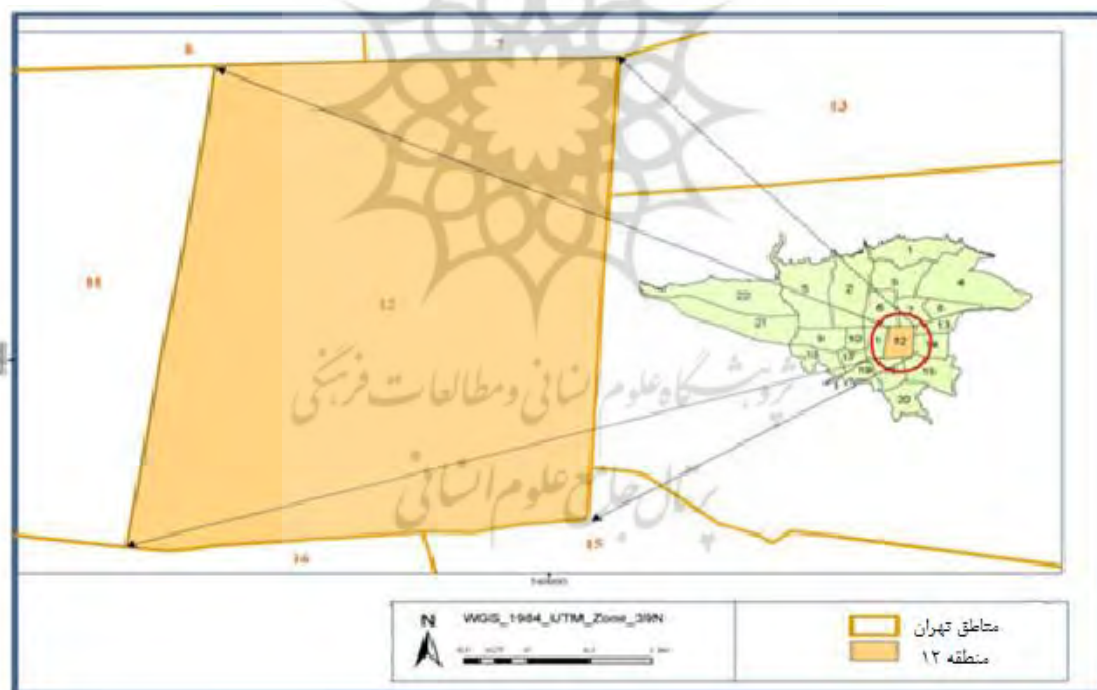
برای پاسخ گویی به سؤال تحقیق سعی شده که از روشی توصیفی و تحلیلی استفاده گردد. داده‌های موردنظر هم از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و هم از طریق تحلیل محتوایی، استخراج نظرات تصمیم‌سازان و تصمیم‌گیران حوزه بازآفرینی و گردشگری بدست آمده است. روش تحلیلی مورد استفاده در این مطالعه بدین صورت است که نیازها، مسائل و محدودیت‌های بافت تاریخی منطقه ۱۲ و پتانسیل‌ها و امکانات، مزیت‌ها و ویژگی‌های صنایع فرهنگی استخراج و در قالب مدل تحلیلی راهبردی وزنی مورد بررسی و در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و نهادی-مدیریتی مورد وزن دهی و رتبه بندی قرار می‌گیرد تا در نهایت بتوان به مدل اولویت بندی ماتریس تحلیلی و

¹. Serial Reproduction

راهبردی عملیاتی منطقه دست یافت. بدین صورت می‌توان با ارائه راهبردهای عملیاتی به برآورده ساختن نیازها و کاهش مسائل و محدودیت‌های بافت تاریخی از طریق مزیت‌ها و امکانات و پتانسیل صنایع فرهنگی دست یافت.

محدوده مورد مطالعه

محدوده مکانی تحقیق حاضر بافت تاریخی منطقه ۱۲ تهران است. منطقه ۱۲ در طرح جامع ۱۳۸۵ تهران مساحتی برابر با ۱۶/۹۱ کیلومتر مربع (۲/۳ درصد از مساحت کل تهران) با جمعیت ۲۴۸۰۴۸ نفر (۳/۱۸ درصد از کل جمعیت شهر تهران) را به خود اختصاص داده است. این منطقه به لحاظ جغرافیایی از شمال به خیابان انقلاب دارای نقاط عطف میدان فردوسی، پیچ شمیران، لاله‌زار، پل چوبی از غرب به خیابان حافظ و خیابان وحدت اسلامی با نقاط عطف میدان تاریخی حسن‌آباد، میدان وحدت اسلامی، چهارراه وحدت اسلامی، از جنوب به خیابان شوش با نقاط عطف خیابان جهان پهلوان تختی و میدان غار و از شرق به خیابان ۱۷ شهریور با تقاطع عطف خیابان شهید کفایی-امانی، خیابان خورشید، خیابان مجاهدین زیرگذر امیرکبیر و اتوبان شهید محلاتی محدود می‌باشد. منطقه ۱۲ شهرداری تهران با توجه به وسعت بافت فرسوده و قدیمی دارای وسعتی با مساحت ۱۶/۹۱ کیلومتر مربع می‌باشد. این منطقه از شمال با مناطق ۶ و ۷، از شرق با مناطق ۱۳ و ۱۴، از غرب با منطقه ۱۱ و از جنوب با مناطق ۱۵ و ۱۶ همسایه می‌باشد.



شکل ۱. نقشه محدوده مطالعاتی Source: Detailed design of Tehran city, 2006

در بررسی و شناسایی کامل محدوده مورد مطالعه به لحاظ موضوعی می‌توان تنوعی از آثار تاریخی و فرهنگی و... را به شرح زیر مورد توجه قرار دارد. از ۱۷۷ اثر ثبت سازمان میراث فرهنگی که ۱۴۸ مورد آن‌ها ارزش‌گذاری شده است در کل ۱۸ موزه، ۵۷ خانه قدیمی، ۱۰ مدرسه قدیمی، ۲۲ مسجد و مدرسه، ۲۲ بازار و بازارچه، ۲۴ امامزاده و بقعه، ۱۲ کلیسا و کنیسه و معبد، ۱۰ مدرسه علمیه، ۱۸ حمام، ۴ آب انبار، ۴ باغ، ۱۰ گورستان، ۱۵ سقاخانه، ۴

حسینیه، ۳ بانک، ۳ بیمارستان، ۳ سالن تئاتر، ۳۳ ساختمان ویژه، ۲۵ سرا، ۶ سفارت، ۶ عمارت، ۳ کاروانسرا، ۳ سه در، ۵ میدان و ۴۵ مورد متفرقه گنجینه تاریخی منطقه ۱۲ را شکل می‌دهند. از مهم‌ترین ویژگی‌های این منطقه قرار گرفتن بازار تهران است. منطقه ۱۲ بیش از سه‌چهارم تهران ناصری (مرکز تاریخی تهران) را پوشش می‌دهد. بیش از ۸۰ درصد کارکردهای تجاری، اداری - حکومتی، کارگاهی و انبار و بالاتر از ۵۰ درصد کارکردهای فرهنگی - مذهبی و پذیرایی آن (هر چند قدرمطلق ناچیز دارد) نقش شهری و فراشهری دارند. ۲۲ درصد واحدهای تجاری (عمده و خرده فروشی)، ۲۲/۲ درصد کارگاه‌ها، ۲۰ درصد انبارها و ۴/۸ درصد فضاها و بناهای اداری - حکومتی تهران بزرگ در منطقه ۱۲ قرار دارند. از دیگر شاخص‌های صنایع فرهنگی در بخش میراث فرهنگی و بخش هنری موجود در منطقه ۱۲ می‌توان به خانه‌های فرهنگ، فرهنگسراها، سینما و تئاتر نیز اشاره نمود (Ahmadifard, 2016:311).

یافته‌ها و بحث

تبلور یافتن توسعه گردشگری به عنوان نیاز، تبدیل شدن آن به عنوان بزرگترین صنعت خدماتی دنیا و تخصصی شدن گردشگری این فرصت را فراهم کرده تا هر مقصدی جهت بهره‌جستن از منافع حاصل از گردشگری امیدوار باشد. اما مسلماً این کار بدون شناسایی عوامل و معیارهای تاثیرگذار در چهارچوب یک نظریه موثر، امکان پذیر نخواهد بود. لذا در این قسمت سعی شده است از طریق مبانی نظری، پرسشنامه، مشاهدات میدانی محدودیت‌ها، مسائل^۱ و نیازهای^۲ بافت تاریخی مشخص گردد و سپس همچنین با استناد بر مفاهیم نظری و نمونه‌های معتبر جهانی و مصاحبه و پرسشنامه‌ها، مزایا، ویژگی‌ها^۳ و پتانسیل و امکانات^۴ استقرار صنایع فرهنگی مشخص شد و سپس با تکمیل پرسشنامه‌ها آنها در ماتریس وزن دهی در زمینه‌های متفاوت اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و نهادی - مدیریتی مورد اولویت بندی قرار گرفتند. سپس با بکارگیری مدل تحلیلی راهبردی وزنی، ارائه راهبردی عملیاتی در قالب ماتریس تحلیلی برای بازآفرینی بافت تاریخی منطقه امکان پذیر شد.

- تجزیه و تحلیل راهبردهای بازآفرینی براساس استقرار صنایع فرهنگی

برای تجزیه و تحلیل موارد استخراج شده در دو بعد صنایع فرهنگی و بافت تاریخی منطقه سعی شده است که مزیت‌ها، ویژگی‌های و پتانسیل‌ها و امکانات استقرار صنایع فرهنگی در یک ماتریس تحلیلی مورد وزن دهی قرار گیرند و نیازها و مسائل، محدودیت‌های بافت تاریخی منطقه در ماتریسی جداگانه مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرند تا بدین طریق بتوان به ارائه امتیاز و رتبه بندی موارد استخراج شده براساس زمینه‌های متفاوت اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و نهادی - مدیریتی دست یافت. بدین صورت با توجه به اولویت‌های عامل‌ها، رفع نیازها و محدودیت‌های بافت تاریخی با استفاده از پتانسیل‌ها و مزیت‌های وجود خوشه‌ای صنایع فرهنگی امکان پذیر خواهد شد. برای دستیابی به این مراحل ابتدا پرسشنامه‌هایی توسط یک گروه دلفی از متخصصین و مدیران گردشگری در دامنه‌ای از (خیلی زیاد) تا (خیلی کم) در زمینه‌ها و عامل‌های متفاوت ذکر شده در این بخش و بخش‌های پیشین،

¹. Problems. P

². Needs.N

³. Benefits. B

⁴. Facilities and Potentials.FP

تکمیل شد و سپس به شرح زیر در جداول (۱) و (۲) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت تا رتبه بندی و وزن دهی عامل ها در ابعاد متفاوت تعیین گردد.

جدول ۱. ماتریس وزن‌دهی و اولویت‌بندی نیازها و محدودیت ها و مسائل بافت تاریخی منطقه

کد	گویه	وزن نسبی	ضریب رتبه	امتیاز وزنی	اولویت
N16	نبود سرمایه گذاری کافی برای بازآفرینی منطقه برای تبدیل آن به قطب تاریخی	۰/۰۵	۴	۰/۲	۱
N3	نبود بازار کار محلی قوی مطابق با ارزش های فرهنگی و اجتماعی بافت تاریخی منطقه؛	۰/۰۴	۴	۰/۱۶	۲
N6	نبود مشارکت های مردمی و داوطلبانه در مرمت و احیای بافت تاریخی منطقه؛	۰/۰۴	۳	۰/۱۲	۳
P1	استقرار طبقات اجتماعی کم درآمد و پایین اجتماعی و اقتصادی در بافت تاریخی؛	۰/۰۴	۳	۰/۱۲	۴
P2	وجود تصویری منفی از شرایط زندگی در ذهن ساکنان بافت تاریخی منطقه؛	۰/۰۴	۳	۰/۱۲	۵
P9	عدم همکاری برخی مالکین بافت تاریخی؛	۰/۰۴	۳	۰/۱۲	۶
N11	نبود طرحها و برنامه هایی جهت یکپارچه سازی بافت تاریخی منطقه؛	۰/۰۵	۲	۰/۱	۷
N15	نبود انسجام و یکپارچگی مدیریتی منطقه و تجمیع عناصر مدیریتی موجود در منطقه در یک ساختار واحد	۰/۰۵	۲	۰/۱	۸
P3	تطابق و سنخیت نداشتن برنامه های بازآفرینی با اهداف، معیارها و ابعاد بازآفرینی تاریخی؛	۰/۰۵	۲	۰/۱	۹
N7	فقدان تنوع جمعیتی و فعالیتی در بافت تاریخی منطقه؛	۰/۰۳	۳	۰/۰۹	۱۰
P8	وجود آفتاب آسب پذیر و بافت های مسکونی ناپایدار و فرسوده؛	۰/۰۳	۳	۰/۰۹	۱۱
N9	نبود برنامه های مناسب برای بازاریابی و معرفی منطقه به عنوان منطقه تاریخی؛	۰/۰۴	۲	۰/۰۸	۱۲
N10	عدم توجه به تبلیغات و طرح های خلاق فرهنگی - هنری؛	۰/۰۴	۲	۰/۰۸	۱۳
P4	توجه صرف به بیشترین مداخلات کالبدی در اغلب برنامه های بازآفرینی بافت تاریخی؛	۰/۰۴	۲	۰/۰۸	۱۴
P5	بی توجهی به مقولات غیرکالبدی بازآفرینی بافت تاریخی در تصمیم سازی ها و تصمیم گیری های بازآفرینی بافت تاریخی منطقه؛	۰/۰۴	۲	۰/۰۸	۱۵
N2	پایین بودن کیفیت امنیت در فضاهای شهری بافت تاریخی منطقه؛	۰/۰۲	۳	۰/۰۶	۱۶
N5	رفتارهای مجرمانه و نرخ بالای بزهکاری در بافت تاریخی منطقه؛	۰/۰۲	۳	۰/۰۶	۱۷
N4	بی توجهی به اعطای کاربری و بهره وری فعالیتی از بافت تاریخی منطقه؛	۰/۰۵	۱	۰/۰۵	۱۸
P10	حمل و نقل بار و وجود تعداد زیاد انبار؛	۰/۰۵	۱	۰/۰۵	۱۹
N8	آسب پذیری و فرسودگی زیرساخت های منطقه؛	۰/۰۴	۱	۰/۰۴	۲۰
N14	کمبود پارکینگ؛	۰/۰۴	۱	۰/۰۴	۲۱
N1	پایین بودن کیفیت ارزش زمین در بافت تاریخی منطقه؛	۰/۰۳	۱	۰/۰۳	۲۲
N13	کمبود پیاده روهای مناسب جهت بهره وری افراد گردشگر؛	۰/۰۳	۱	۰/۰۳	۲۳
P6	شلوغی زیاد؛	۰/۰۳	۱	۰/۰۳	۲۴
N12	کمبود فضای سبز؛	۰/۰۲	۱	۰/۰۲	۲۵
P7	آلودگی هوا و صدا؛	۰/۰۲	۱	۰/۰۲	۲۶

Source: Research findings

ضریب رتبه ۱: کالبدی ضریب رتبه ۲: نهادی - مدیریتی ضریب رتبه ۳: اجتماعی ضریب رتبه ۴: اقتصادی

جدول ۲. ماتریس وزن‌دهی و اولویت‌بندی مزیت ها، ویژگی ها و پتانسیل ها، امکانات استقرار صنایع فرهنگی

کد	گویه	وزن نسبی	ضریب رتبه	امتیاز وزنی	اولویت
۱۱	تنوع فعالیتی در صورت بکارگیری عناصر صنایع فرهنگی؛	۰/۰۵	۴	۰/۲	۱
FP3	اعطای و عملکرد به بافت تاریخی؛	۰/۰۵	۴	۰/۲	۲
FP10	کمک به رشد مزیت رقابتی منطقه؛	۰/۰۵	۴	۰/۲	۳
B1	احتمال امکان شکل گیری زنجیره تولید و در نهایت زنجیره ارزش در استقرار خوشه های صنایع فرهنگی افزایش می یابد. در واقع زنجیره تولید، مجموعه ای از توالی چند حلقه تولید است که هر حلقه، تولید ماده اولیه حلقه دیگر است تا آنجا که به نهایی ترین محصول دست می یابد. در همین خصوص حلقه تولید یک اقدام، ممکن و مرتبط است که در تولید یک کالا نقش داشته باشد. این حلقه های تولید سراسر بافت تاریخی را به عنوان شبکه ای هم پیوند از فضا و فعالیت در بر می گیرد و اثر توسعه ای خود را به گونه انباشتی از سرمایه های دارایی محور، خلاق، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی نمایان می سازد؛	۰/۰۴	۴	۰/۱۶	۴
FP9	استقرار عناصر فعالیت های فرهنگی با هم در بافت تاریخی منطقه، تأمین هزینه های بعضاً سنگین	۰/۰۴	۴	۰/۱۶	۵

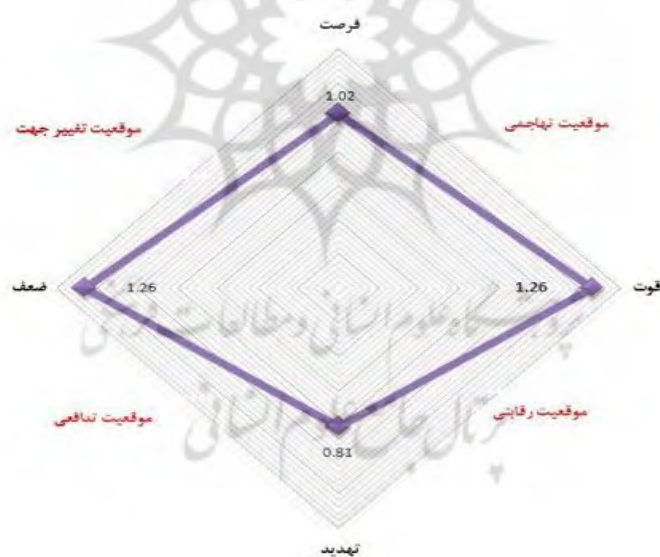
				بهسازی و مرمت شهری واحدهای فعالیتی فرهنگی موجود در بافت را بهتر توجیه و تسریع می کند. چرا که تأمین این هزینه ها به تنهایی از عهده تک تک فعالیت های فرهنگی و خلاق بیرون بوده در حالی که با استقرار آنها نه تنها امکان تأمین بخشی از این هزینه ها از طریق خوسه های صنایع فرهنگی امکان پذیر است بلکه مدیریت شهری هم برای انجام آن رغبت بیشتری دارد.	
B4	بالا بردن ارزش و اعتبار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در بافت تاریخی منطقه؛	۰/۰۵	۳	۰/۱۵	۶
B5	تعالی ارزش و شأن اجتماعی و امنیتی بافت تاریخی منطقه از طریق فراهم کردن امکان سکونت شاغلین صنایع فرهنگی و کاهش فاصله کار و سکونت؛	۰/۰۵	۳	۰/۱۵	۷
B9	تقویت بازار کار محلی در بافت؛	۰/۰۵	۳	۰/۱۵	۸
B7	فراهم آوردن شناسایی هر چه بیشتر ارزش ها، منابع و ظرفیت های ناشناخته و از باد رفته بافت؛	۰/۰۴	۳	۰/۱۲	۹
FP8	راهبرد عناصر صنایع فرهنگی به خصوص بصورت خوسه ای در رد وفاداری مشروط به گذشته است. در این وفاداری، ضمن تاکید بر حفظ پیشینه، اقدامات انعطاف پذیری بیشتری هم دیده می شود. آن گونه که در بردارنده طیف های ۱- ایجاد تغییر نسبی براساس ارزش های کهن؛ ۲- ایجاد دگرگونی های بنیادی با به کارگیری فنون نوین در چارچوب ساختار پیشین است؛	۰/۰۴	۳	۰/۱۲	۱۰
B2	بعد کوچک شهری خوسه های صنایع فرهنگی، بنگاه های کوچک ترغیب کننده مشارکت کارآفرینان کوچک و متوسط فرهنگی است؛	۰/۰۳	۳	۰/۰۹	۱۱
B11	تقویت حس هویت شهری؛	۰/۰۳	۳	۰/۰۹	۱۲
FP11	معرفی و شناسایی بیشتر بافت تاریخی منطقه در صورت بکارگیری عناصر صنایع فرهنگی؛	۰/۰۴	۲	۰/۰۸	۱۳
B3	افزایش امنیت به واسطه حضور بیشتر مردم و تداوم زندگی بیست و چهار ساعته در بافت؛	۰/۰۲	۳	۰/۰۶	۱۴
FP6	براساس اینکه زمینه غیر کالبدی، مهم ترین زمینه مداخله راهبرد صنایع فرهنگی است. این راهبرد با مهم ترین اصول مرمت و احیا، اصل حداقل مداخله، بازگشت پذیری، مقدم بودن تعمیر بر جایگزینی و آسیب نرساندن به منزلت و ویژگی های اثر، سازگاری و انطباق بسیار بالایی دارد. این ویژگی و مشخصه از دیگر دلایل و علت هایی است که کاربست راهبرد خوسه های صنایع فرهنگی را در مرمت بافت تاریخی بیش از پیش سفارش می کند؛	۰/۰۵	۱	۰/۰۵	۱۵
FP7	-یکی از ویژگی های مهم و اساسی بهره گیری از خوسه های صنایع فرهنگی در بازآفرینی بافت تاریخی، جایگاه برتر و والای این راهبرد در تمام رده های بستر مداخله است. اهمیت این موضوع از آنجاست که روش ها و شیوه های مداخله در گستره بافت، بسیار پیچیده تر و مهم تر از مداخله تک بنا است؛	۰/۰۵	۱	۰/۰۵	۱۶
B12	افزایش در جذب گردشگر و ترویج فرهنگ گردشگر و درآمد حاصله از آن	۰/۰۴	۱	۰/۰۴	۱۷
FP1	یکی از ویژگی ها و خصوصیات صنایع فرهنگی و خلاق که بهره گیری از آنها، راهبردی نوین در مرمت و احیای بافت تاریخی و همچنین رفع معضلات محیطی آن به شمار می رود. سختی، هماهنگی و سازگاری و تطابق آنها با اصول، اهداف، معیارها و ابعاد مرمت و احیای بافت تاریخی و برطرف نمودن مشکلات محیطی آن است؛	۰/۰۴	۱	۰/۰۴	۱۸
FP2	از دیگر ویژگی ها و خصوصیات این صنایع که تجویز آنها برای استقرار در بافت و بنای تاریخی ناگزیر است؛ ضرورت کمترین مداخله در کالبد و ساختار استقرار صنایع فرهنگی در قیاس با سایر صنایع و فعالیت های اقتصادی است؛	۰/۰۴	۱	۰/۰۴	۱۹
FP4	به کارگیری رویکردی پهنه ای برای مرمت بافت دو برابر رویکردهای نقطه ای- راهبردی جهت خنثی کردن اثرات موضعی؛ در واقع مجموعه صنایع فرهنگی اثرات توسعه ای احیا و مرمت را از شکل خطی به گونه پهنه ای و بافتی در می آورد؛	۰/۰۴	۱	۰/۰۴	۲۰
FP5	مهم ترین زمینه مداخله خوسه های صنایع فرهنگی، زمینه مداخله غیر کالبدی و تاکید بر جنبه های فعالیتی و عملکردی فضا و بافت در مقایسه با جنبه ها کالبدی بافتی است؛	۰/۰۴	۱	۰/۰۴	۲۱
B6	کاهش هزینه ها و مشکلات حفاظت و احیای بافت تاریخی منطقه از طریق امکان تأمین بخشی از هزینه های بهسازی توسط استقرارعناصرصنایع فرهنگی	۰/۰۳	۱	۰/۰۳	۲۲
B8	کوشش برای به حداقل رساندن هزینه های مرمت بافت؛	۰/۰۲	۱	۰/۰۲	۲۳

Source: Research findings

ضریب رتبه ۱: کالبدی ضریب رتبه ۲: نهادی- مدیریتی ضریب رتبه ۳: اجتماعی ضریب رتبه ۴: اقتصادی همان طور که اطلاعات موجود در جداول نشان می دهد، نبود سرمایه گذاری کافی برای بازآفرینی منطقه برای تبدیل آن به قطب تاریخی؛ نبود بازار کار محلی قوی مطابق با ارزش های فرهنگی و اجتماعی بافت تاریخی منطقه؛ نبود مشارکت های مردمی و داوطلبانه در مرمت و احیای بافت تاریخی منطقه از جمله نیازهای مهم بافت تاریخی

منطقه ۱۲ می باشد. همچنین استقرار طبقات اجتماعی کم درآمد و پایین اجتماعی و اقتصادی در بافت تاریخی؛ وجود تصویری منفی از شرایط زندگی در ذهن ساکنان بافت تاریخی منطقه؛ عدم همکاری برخی مالکین بافت تاریخی نیز از جمله محدودیت‌ها و مسائل بافت تاریخی منطقه می باشد. تنوع فعالیتی در صورت بکارگیری عناصر صنایع فرهنگی و کد عاملی B1 و بالا بردن ارزش و اعتبار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در بافت تاریخی منطقه از جمله مهمترین‌ها در بخش مزیت و ویژگی‌های استقرار صنایع فرهنگی در منطقه می باشد. اعطای و عملکرد به بافت تاریخی؛ کمک به رشد مزیت رقابتی منطقه و کد عاملی FP9 نیز از مهمترین امکانات و پتانسیل صنایع فرهنگی در منطقه می باشد.

در ادامه می توان از طریق ماتریس وزن دهی نیازها و محدودیت‌های بافت تاریخی و مزیت‌ها و پتانسیل‌ها و امکانات صنایع فرهنگی به ترسیم نمودار موقعیت استراتژیکی منطقه نیز دست یافت. همان‌طور که شکل (۱) نشان می‌دهد هر چند که می‌توان از هر ۴ موقعیت در منطقه بهره گرفت اما قرار گرفتن در دو موقعیت تهاجمی، موقعیت تغییر جهت مناسب‌تر خواهد بود. در موقعیت تهاجمی سعی ما در استفاده از فرصت‌ها از طریق قوت‌ها خواهد بود در صورتی که در موقعیت تغییر جهت نقاط ضعف از طریق بهره‌برداری بهینه از فرصت خواهد بود. هدف موقعیت تدافعی اجتناب از تهدیدهای پیش‌رو ضمن به حداقل رساندن ضعف‌ها می‌باشد. در نهایت در موقعیت رقابتی راهکارهایی در جهت رفع نقاط ضعف از طریق بهره‌برداری از فرصت‌ها مورد توجه قرار می‌گیرد.



شکل ۲. نمودار موقعیت استراتژیک منطقه

Source: Research findings

- ماتریس تحلیلی و راهبردهای عملیاتی برای برآورده ساختن نیازها، محدودیت‌های بافت تاریخی منطقه
مدل تحلیلی پژوهش با ترسیم ماتریسی متشکل از دو ستون مزایا و امکانات راهبرد استقرار مجموعه صنایع فرهنگی و دو سطر نیازها، محدودیت‌ها و مشکلات بافت‌های تاریخی راهبردهای عملیاتی بازآفرینی بافت تاریخی با تکیه بر راهبرد عام استقرار صنایع فرهنگی خواهد شد. روش تحلیلی استفاده شده برای این ماتریس بدین گونه است که هر کدام از نیازهای بافت تاریخی به صورت تناظری یک به یک، با مزیت‌ها و امکانات صنایع فرهنگی

برخورد داده می شود. نتیجه این برخورد، ارائه راهبردی عملیاتی برای بازآفرینی بافت تاریخی منطقه است. همین فرایند درباره تناظر مسائل بافت با مزیت ها و امکانات خوشه های گردشگری انجام می شود. برای نمایش آشکاری از چگونگی انجام چنین تحلیلی، تناظرهای یک به یک، به شکل علایم اختصاری در جدول زیر نمایش داده شده است.

جدول ۳. ماتریس تحلیلی و راهبردهای عملیاتی وزن بندی شده

صنایع فرهنگی	مزیت ها و ویژگی ها	امکانات و پتانسیل ها
بافت- تاریخی منطقه		
	<p>NIB3 ۱. افزایش و ارتقای پتانسیل اقتصاد رخدادی و اقتصاد ۲۴ ساعته در بافت های تاریخی و کهن شهری از طریق تحرک و سرزندگی فعالیت های فرهنگی؛</p> <p>N2BI,4,5 ۲. افزایش ارزش بهای املاک و مستغلات اعم از مسکونی و تجاری در بافت های تاریخی و کهن شهری؛</p> <p>۱-۲. اعتبار بخشیدن و مطرح کردن مفهوم راهبردی دارایی های فکری و معنوی صنایع فرهنگی (از لحاظ محتوا) در اجتماعات کسب و کار شهری و منطقه ای؛</p> <p>۲-۲. گستره تأمین (تدارکات) و کیفیت سازگاری برای جذب مهارت های سطح بالا، ارزش افزوده بالا و فعالیت های دانش محور؛</p>	<p>NIFP5 ۱. تغییر در رفتارهای مجرمانه و ضد اجتماعی از طریق فعالیت های فرهنگی (مشارکت جوانان و نوجوانان در هنرهای همگانی)؛</p> <p>N2FP4 ۲. گسترده تأمین (تدارکات) و کیفیت سازگاری برای جذب مهارت های سطح بالا، ارزش افزوده سطح بالا و فعالیت های دانش محور، به عبارت دیگر تعامل طبقه خلاق با مهارت های خلاق همراه با ایجاد ارزش افزوده اقتصادی مهارت محور؛</p> <p>۱-۲. بازتولید ثروت از طریق میراث تاریخی تولیدی و فعالیتی بافت های تاریخی و کهن شهری؛</p>
نیازها	<p>N16B6,8 ۳. فراهم آوردن عناصر مجموعه های مهم شهری، موقعیت ها و مکان های عمومی برای ایجاد شبکه های خلاقیت از طریق مجموعه صنایع فرهنگی و نواحی قطب توسعه گردشگری؛</p> <p>N3B9 ۴. ایجاد شغل (به صورت مستقیم، غیر مستقیم و عامل محرک)، ایجاد بنگاه های اقتصادی از طریق ایجاد و راه اندازی بنگاه های جدید، گردش سرمایه و شغل و ارزش افزوده بالا را موجب می گردد؛</p> <p>۱-۴. ارتقا و افزایش میزان نیروی کار متنوع (تنوع مهارتی، اجتماعی و قومی، نژادی و محلی نیروهای کار) در بافت های تاریخی و کهن شهری؛</p> <p>۲-۴. آفرینش مفهوم نوین صنایع فرهنگی که به ارتقاء و پیشرفت زنجیره تولید و مرتبط کردن اقتصاد محلی و تولیدات محلی با ارزش های تاریخی صنایع و فعالیت های فرهنگی و خلاق در بافت های تاریخی و کهن شهری می انجامد؛</p>	<p>N16FP9 ۳. ایجاد و تقویت نواحی مشخص بافت های تاریخی و کهن شهری براساس فعالیت های فرهنگی برای جذب بیشتر فعالیت و سکونت؛</p> <p>N4FP3,7 ۴. استفاده دوباره از ساختمانهای متروک یا صنعتی پیشین برای استفاده استودیوهای هنری، گالری های فرهنگی و هنری و مکان های گردهمایی؛</p>
	<p>N4B1 ۵. ترغیب به بازسازی از طریق استفاده دوباره از نواحی تاریخی، میراثی و صنعتی در محتوای فعالیت های فرهنگی؛</p> <p>N5B3,4,5 ۶. افزایش کاربری عمومی از فضا، کاهش وندالیسم و احساس ناامنی فضائی؛</p>	<p>N6FP8 ۵. ایجاد مشارکت بخش خصوصی و داوطلبانه از طریق بازآفرینی فضاها و فعالیت های منطبق با نیازهای روز؛</p> <p>N3FP3 ۶. تقویت صنایع فرهنگی در راستای تولید محصولات و خدماتی از نوع کاربری فرهنگی موثر؛</p>
	<p>N6B2 ۷. ترغیب مشارکت های خصوصی- عمومی و داوطلبانه (ایجاد اقتصاد مختلط) در بافت های تاریخی و کهن شهری؛</p> <p>۱-۷. ارتقای میزان سرمایه گذاری (نفوذ قدرت بخش عمومی- خصوصی)؛</p> <p>۲-۷. تقویت مشارکت های بخش عمومی و خصوصی داوطلبانه؛</p>	<p>N5FP5 ۷. دستیابی به سطح بالای فرهنگی افراد جامعه با تولید و مصرف محصولات صنایع فرهنگی</p>
	<p>N7B10 ۸. ارتقا و تسهیل عرضه خرده فروشی فرهنگی در توسعه هایابری ها و ایجاد تنوع کارکردی؛</p> <p>۱-۸. افزایش تنوع جمعیتی (گونه های متنوع جمعیتی) از طریق افزایش تقاضای مصرف فرهنگی در مراکز تاریخی و کهن شهری؛</p> <p>۲-۸. افزایش تنوع جمعیتی، تجارب و پیاده مداری در مراکز تاریخی و کهن شهری؛</p> <p>۳-۸. راه اندازی شبکه های غیررسمی برای تعاملات، دیدن و دیده شدن و ... نظیر کاف</p>	
	<p>NB8 ۹. اعتبار بخشیدن به مجموعه صنایع فرهنگی برای بازسازی بافت و زیرساخت های مرتبط با آن؛</p>	
	<p>N9B2 ۱۰. اعتبار بخشیدن و مطرح کردن مفهوم راهبردی دارایی های هنری و معنوی صنایع فرهنگی در طرحها و پروژه های کسب و کار شهری و منطقه ای؛</p>	
	<p>۱۱. تولید برند محبوب و ملی از طریق صنایع فرهنگی مهمترین شاهراه تبلیغاتی می باشد.</p>	

جدول ۴. ماتریس تحلیلی و راهبردهای عملیاتی وزن بندی شده

امکانات و پتانسیل‌ها	مزیت‌ها و ویژگی‌ها	صنایع فرهنگی بافت تاریخی منطقه
P3,4,5FP1,5,8 ۱. کمک به توسعه شیوه‌های نوین بازاریابی و برند سازی برای کسب و کارهای موجود و سنتی؛ ۱-۱. مشارکت و هم‌افزایی با کسب و کارهای موجود و سنتی برای بالا بردن سطح عرضه، برند سازی و ایجاد فرصت برای مصرف و تنوع تجارب در بافت‌های تاریخی و کهن شهری؛ ۲-۱. تأثیرگذاری بر تصمیمات سرمایه‌گذاری‌های داخلی؛ ۳-۱. افزایش و ارتقای امکانات (روبناهای) فرهنگی و فضاهای کاری در توسعه‌هایی با کاربری مختلط؛ ۴-۱. هویت میراثی، تمایزات محلی؛	PI,8B3,4 ۱. ایجاد یک برند متمایز و فرصت‌های رقابتی سودمند بازاری برای بافت‌های تاریخی و کهن شهری؛ ۱-۱. توسعه سرمایه‌انسانی و اجتماعی، مهارت‌ها، اطمینان و اعتماد اجتماعی و توسعه شبکه‌های اجتماعی فرهنگی؛	صنایع فرهنگی بافت تاریخی منطقه
P2FP8 ۲. ایجاد تصویر منحصر به فرد از بافت تاریخی و مزیت رقابتی حاصل از آن در تنوع و افزایش جمعیت بافت تأثیر بسزایی دارد؛	P2B7 ۲. ارتقای سطح مصرف‌ساکنان و گردشگران از طریق فعالیت‌های فرهنگی (گردشگری فرهنگی و هنری)؛ ۱-۲. کمک به توسعه شیوه‌های نوین بازاریابی و برند سازی برای کسب و کارهای موجود و سنتی؛ ۲-۲. ایجاد یک ادراک متمایز از هویت محلی و منطقه‌ای و برند محصولات (ادراک هویتی شهر-منطقه‌ای)؛ ۳-۲. ایجاد تغییر مثبت در احساس ساکنان از محیط خود؛ ۴-۲. ایجاد تحول در تصویر یا اعتبار مکان یا گروهی از مردم؛	مسائل و محدودیت‌ها
P6,7FP1 ۳. ایجاد فضای شهری پایدار حاصل از رویکرد نوین صنایع فرهنگی به مقوله بازآفرینی شهری؛	P3,4,5B1,11 ۳. ایجاد زنجیره ارزش در بافت تاریخی باعث تنوع فعالیت، اجتماعی و اقتصادی در حوزه‌های جمعیتی، فضایی و کارکردی می‌شود که خود موجب ارزش افزوده و جابه‌جایی لایه‌های جمعیتی می‌شود؛	
P4FP2 ۴. تقویت تغییر نگرش نوع مداخله در بافت تاریخی به سمت و سوی رویکردهای مداخله‌گر فعالیت‌محور در کنار مداخله‌های کالبد محور.	P9B4 ۴. افزایش میزان مشارکت داوطلبانه و ظرفیت نهادی و سازمانی در سطح محلی.	

Source: Research findings

نتیجه‌گیری

این مقاله بر آن بود تا اهمیت جنبه‌های کاربردی رویکردهای نوین را بیان و مفاهیم صنایع فرهنگی را به عنوان جنبه‌های کاربردی معرفی نماید. سپس نقش و اهمیت آن‌ها را در ابعاد کارکردی و فضایی بافت تاریخی منطقه مورد بررسی، مورد توجه قرار دهد.

از آنجایی که زمینه تبلور یافتن نقش صنایع فرهنگی به همراه دیگر عوامل مسیری است که بدون شناسایی عوامل تأثیرگذار بر توسعه آنها در یک چارچوب نظریه موثر امکان پذیر نخواهد بود لذا در این قسمت سعی شد که با تکیه بر مطالعات نظری، نتایج پرسشنامه، مصاحبه، مشاهدات میدانی از یک سو نیازها، مسائل و محدودیت‌های بافت تاریخی منطقه مورد شناسایی و از سوی دیگر نیز مزیت‌ها، ویژگی‌ها و امکانات و پتانسیل‌های استقرار صنایع فرهنگی در بافت تاریخی منطقه مورد توجه قرار گیرد. سپس سعی شد که این عوامل در نرم افزارها و مدل‌های مربوطه مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرند تا ماتریس راهبردی- عملیاتی وزنی تهیه گردد. همان‌طور که این بررسی‌ها نشان داد که نبود سرمایه‌گذاری کافی برای بازآفرینی منطقه برای تبدیل آن به قطب تاریخی با امتیاز وزنی ۰٫۲۰؛ نبود بازار کار محلی قوی مطابق با ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی بافت تاریخی منطقه با امتیاز وزنی ۰٫۱۶ و نبود مشارکت‌های مردمی و داوطلبانه در مرمت و احیای بافت تاریخی منطقه با امتیاز وزنی ۰٫۱۲ از جمله نیازهای

مهم بافت تاریخی منطقه ۱۲ می باشد. همچنین استقرار طبقات اجتماعی کم درآمد و پایین اجتماعی و اقتصادی در بافت تاریخی؛ وجود تصویری منفی از شرایط زندگی در ذهن ساکنان بافت تاریخی منطقه؛ عدم همکاری برخی مالکین بافت تاریخی همه با امتیاز وزنی ۰،۱۲؛ تطابق و سنخیت نداشتن برنامه های بازآفرینی با اهداف، معیارها و احیاء بازآفرینی تاریخی با امتیاز وزنی ۰،۱۰ و وجود اقشار آسیب پذیر و بافت های مسکونی ناپایدار و فرسوده با امتیاز وزنی ۰،۰۹ نیز از جمله مهمترین محدودیت ها و مسائل بافت تاریخی منطقه می باشد. ماتریس وزن دهی و اولویت بندی نشان داد که تنوع فعالیتی در صورت بکارگیری عناصر صنایع فرهنگی با امتیاز وزنی ۰،۲۰؛ کد عاملی B1 با ضریب وزنی ۰،۱۶ و بالا بردن ارزش و اعتبار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در بافت تاریخی منطقه با امتیاز وزنی ۰،۱۵ از جمله مهمترین ها در بخش مزیت و ویژگی های استقرار صنایع فرهنگی در منطقه می باشد. اعطای و عملکرد به بافت تاریخی با امتیاز وزنی ۰،۲۰؛ کمک به رشد مزیت رقابتی منطقه با امتیاز وزنی ۰،۲۰ و کد عاملی FP9 با امتیاز وزنی ۰،۱۶ نیز از مهمترین امکانات و پتانسیل صنایع فرهنگی در منطقه می تواند، باشد. در این مرحله سعی شد که نمودار موقعیت استراتژیک منطقه نیز در چهار موقعیت تدافعی، رقابتی، تهاجمی و تغییر جهت مشخص گردد. سپس از آنجایی که شناسایی و وزن دهی صرف این عوامل بیشتر می تواند به تعیین استراتژی ها کمک نماید، لذا این پژوهش سعی کرد که برای تکمیل تجزیه و تحلیل یافته ها ضمن تعیین اولویت ها در هر بخش، تشکیل ماتریس تحلیلی و راهبردهای عملیاتی را نیز مورد توجه قرار دهد تا بدین طریق بتواند از مزایا و امکانات استقرار صنایع فرهنگی در رفع نیازها و محدودیت های بافت تاریخی با ارائه راهبردهای عملیاتی وزن دهی شده در راستای بازآفرینی منطقه قدم بردارد.

دستاورد علمی و پژوهشی

مقاله حاضر برای گشودن مبحثی مبسوط در زمینه سنجش و ارزیابی نقش صنایع فرهنگی و امکان کاربست آن در بازآفرینی بافت تاریخی در قالب نگرش شهر خلاق بود. در این خصوص مبانی نظری، اطلاعات، یافته ها و تجزیه و تحلیل به ما نشان داد که استفاده از فرهنگ و جاذبه های تاریخی باید در چارچوب خلاقیت قرار گیرند تا فرایند بازآفرینی فرهنگ انجام گیرد. در این سیاست به دلیل غلبه "فرهنگ گرایی"، توسعه صنایع فرهنگی با مداخلات کلی گرایانه، جامع و با لحاظ کردن ملاحظات اجتماعی و اقتصادی، زیست محیطی، کالبدی و عملکردی مورد توجه قرار می گیرد تا یک برنامه جامع و یکپارچه تهیه و چرخه زوال و فرسودگی در بافت تاریخی معکوس و به یک چرخه رو به توسعه تبدیل شود. تهیه چنین برنامه های یکپارچه ای مستلزم بررسی و شناسایی روابط متقابل و ارتباطات مسائل، فرصت ها و تهدیدها و انتخاب بهترین ها در محدوده مورد بررسی می باشد. براین اساس بکارگیری راهبرد نوین استقرار صنایع فرهنگی همچون راهبردی موثر در بازآفرینی بافت تاریخی در بستر و زمینه ای تعاملی با بافت منطقه مورد مطالعه در قالب سه حوزه فضایی- کالبدی، عملکردی - فعالیتی و حمایت، پشتیبانی- مشارکت مورد توجه قرار گرفت تا توانست به ارائه راهکارها و راهبردهای عملیاتی در زمینه بازآفرینی بافت تاریخی در منطقه ۱۲ بپردازد. نتایج نهایی این راهکارها در عین اینکه نشان داد که مجموعه ای از صنایع فرهنگی با استفاده از مزیت های بافت تاریخی تقویت و غنی می گردد و بافت تاریخی هم می تواند با بهره گیری از ویژگی ها و مزیت های

استقرار صنایع فرهنگی بنیان‌های عملکردی و فضایی خود را بازآفرینی و تقویت نماید اما تاکید اساسی آن بر این بود که مسائل و محدودیت‌های بافت تاریخی منطقه مورد مطالعه فقط از طریق مزیت‌ها، ویژگی و امکانات و پتانسیل‌های استقرار صنایع فرهنگی در بافت تاریخی، رفع خواهد شد تا جایی که می‌توان صنایع فرهنگی را بعنوان مهمترین زمینه برای بازآفرینی منطقه و رفع فرسودگی در قالب رویکردی خلاقانه معرفی نمود.

References

- Alberti, Fernando G & Giusti, Jessica D. (2012). Cultural heritage, tourism and regional competitiveness, The Motor Valley cluster, City, Culture and Society 3, Elsevier.
- Ahmadi Fard, Narges. (2016). Tourism analysis in the regeneration of historical parts of Tehran: Case Study: District 12, Ph.D, [in Persian], Geography and Urban Planning, Department of Geography and Urban Planning, Faculty of Geography, Kharazmi University, Tehran.
- Howkins, J. (2001). The Creative Economy, How people Make Money From Ideas. Penguin.
- Habibi, Seyyed Mohsen and Maliheh Maghsoudi. (2005). Urban renovation, Tehran, [in Persian], Tehran University Press.
- Hakim, B. (2007). Generative processes for revitalizing historic towns or heritage districts, Urban Design International, Volume I Number 19, Albuquerque, New Mexico, USA, INTBAU (International Network for Traditional Building, Architecture and urbanism), UK Ltd (Charlotte Road London).
- Karami, Taj el-Din. (2011). Spatial Inequality in the Physical Expansion of the City, Case: Tehran City, Ph.D., Geography and Urban Planning, Department of Geography and Urban Planning, Faculty of Geography, Kharazmi University, Tehran. [in Persian]
- Keshavarz, Mahnaz. (2010). Measurement and evaluation of sustainable development approach and its application in urban regeneration, Case study: Khorramabad city, Ph.D., [in Persian], Tehran University.
- Kamrova, Seyyed Mohammad Ali. (2010). Phenomenology in the context of worn-out tissues, [in Persian], abstracts of articles of the 2nd National Conference on the Reconstruction and Regeneration of Historical texture and worn out texture, Shiraz.
- Landry, Ch & Bianchini, F. (1995). The Creative City, Demos, London.
- Moldoveanua, Maria & Valeriu- Ioan Franca, Valeriu. (2014). Urban regeneration and more opportunities for artistic expression and cultural consumption, ELSEVIER, ScienceDirect, Procedia Economics and Finance, 490 – 496, Elsevier.
- Nazariyan, Asghar. (2007). Urban Geography of Iran, [in Persian], Payame Noor Publications.
- Rafiyan, Mohsen. (2013). Income on Creative Regions and Cities, [in Persian] Municipal Journal, No. 100, pp. 12-15.
- Vanista Lazarevic, Eva; Boris Koru znjak, Arch; Devetakovic, Mirjana. (2016). Culture design-led regeneration as a tool used to regenerate deprived areas. Belgrade, The Savamala quarter; reflections on an unplanned cultural zone, Energy and Buildings 115. Elsevier.
- UNCTAD. (2008). Creative Economy. <http://www.unctad.org/creative-economy>.
- Yani Said, Shahrul & Aksah, Hasnizan, et al. (2013). Heritage Conservation and Regeneration of Historic Areas in Malaysia, Procedia - Social and Behavioral Sciences 105.
- Zan, L., Bonini Baraldi, S., & Gordon, C. (2007). Cultural heritage between centralisation and decentralization, Insights from the Italian context. International Journal of Cultural Policy, 13(1), 49-70.