

## رویکردی نوین به بازآفرینی شهر خلاق\*

### A new Approach to Creative Urban Regeneration

■ امیرحسین شبانی<sup>۱</sup>، محمدسعید ایزدی<sup>۲</sup>

#### چکیده

تحول بازآفرینی شهری، داستان تعامل و گاه تضاد اولویت‌های اقتصادی و فرهنگی بوده و این موضوع در بستر تغییر پارادایم‌ها و الگوهای حاکم بر نظام‌های سیاسی-اقتصادی و تحولات اجتماعی رخ داده است. نقش فرهنگ در بازآفرینی شهری نسبت به دیگر عوامل تغییر معناداری داشته است؛ چنانچه در دهه‌های اخیر تأکیدات فرهنگی اصلی‌ترین رویکرد در بازآفرینی شهری شده است. در این میان نظریه شهر خلاق که در چارچوب تحولات اجتماعی-اقتصادی عصر حاضر جهانی شدن را در محتوای اصلی خود دارا است، از سویی توجه ویژه به سرمایه‌های انسانی و اجتماعی دارد و از سوی دیگر در قالب پرداختن به ویژگی‌های مکانی، هدف ایجاد رقابت اقتصادی، انسجام اجتماعی و تنوع فرهنگی در دستیابی به تصویری یکتا از شهر را دنبال می‌کند. لذا پرداختن به ظرفیت‌های این نظریه در عرصه بازآفرینی می‌تواند چشم‌اندازهای جدیدی را پیش روی سیاستگذاران این عرصه در کشورمان قرار دهد. پژوهش حاضر به دنبال تدقیق ادبیات شهر خلاق و تبیین جایگاه آن در بازآفرینی فرهنگ مبنا است. بدین‌منظور با روش تحقیق توصیفی-تحلیلی نظریه شهر خلاق و راهبردهای برآمده از آن را مورد بررسی قرار داده است. یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که توجه به دو عامل اصلی فرهنگ و اقتصاد (رقابت) در بستر ویژگی‌های مکانی، ارتباط عمیقی بین نظریه شهر خلاق و بازآفرینی شهری پدید آورده است. این تحقیق سازوکار چنین ارتباطی را در قالب یک مدل مفهومی ارائه نموده است؛ این مدل مفهومی می‌تواند راهبردهایی برای عملیاتی نمودن نظریه شهر خلاق به‌عنوان رویکرد مداخله در بافت‌های هدف برنامه‌های بهسازی و نوسازی شهری ارائه دهد.

#### واژه‌های کلیدی: بازآفرینی فرهنگ مبنا، شهر خلاق، خلاقیت، بافت‌های فرسوده و تاریخی.

۱. دانشجوی دکتری مهندسی شهرسازی، گروه مهندسی شهرسازی، دانشکده هنر، معماری و شهرسازی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد، ایران.  
Email: ashabani@phu.iaun.ac.ir

۲. استادیار گروه معماری دانشکده هنر و معماری، دانشگاه بوعلی سینا همدان، ایران. (نویسنده مسئول)  
Email: ms.izadi@basu.ac.ir

\* این مقاله برگرفته از پایان نامه دکترای امیرحسین شبانی با عنوان "بومی سازی فرآیند بازآفرینی یکپارچه شهری در ایران (نمونه موردی بافت تاریخی شهر اصفهان" به راهنمایی دکتر محمد سعید ایزدی می باشد.

## ۱. مقدمه

سیاست شهری دهه پایانی قرن بیستم در کشورهای توسعه‌یافته اروپایی و آمریکا بر مبنای دو عامل کاملاً درهم‌تنیده شکل گرفته بود: یکی جهانی‌شدن فزاینده سرمایه و بروز نتایج متفاوت آن بر اقتصادهای شهری در جهان، توسعه فناوری اطلاعات و پررنگ‌شدن نقش رقابت در اقتصاد شهری جهت جذب سرمایه‌گذاری‌های بیشتر همراه بود؛ و عامل دوم، عمیق‌ترشدن گسستگی‌های اجتماعی و تشدید فقر و تبعیض؛ فرآیند اجتماعی که برخی نویسندگان آن را در تحلیل خود از طریق استعاره شهر دوقطبی دنبال می‌کنند (Moolenkopfand & Castells, 1991, 3)؛ و برخی نیز با تأکید بر تفاوت فزاینده موقعیت‌ها و تجارب اجتماعی به آن می‌نگرند (Marcuse, ۱۹۸۹). با این توضیح که در پی تحولات دهه ۱۹۷۰ میلادی تغییر در رژیم‌های انباشت سرمایه تغییر نقش بخش دولتی و روند پررنگ‌شدن بخش خصوصی را به همراه داشت، بازه زمانی که بلوغ جایگاه بخش خصوصی و پذیرش قطعی مشارکت بین بخش‌های عمومی و دولتی در آن عیان است (Painter, 1991).

در چنین فضایی از سیاست شهری، آنچه توانست به‌عنوان بازیگر جدید عرصه اقتصاد و مدیریت شهری نقش بازی کند سیاست‌های فرهنگی بود که در آنها قلمرو عمومی هدف‌گذاری اصلی برای تحولات آینده شهرها قلمداد می‌شد (Griffith, 1995, 253). یکی از اولین نشانه‌های رسمی این رویکرد را می‌توان در مطالعه انجام شده توسط ریچارد راجرز و مارک فیشر مشاهده نمود. آنها در گزارش خود اظهار می‌کنند که چشم‌اندازهای اقتصادی، کالبدی و اجتماعی اساساً با خلق آنچه که می‌توان آن را فرهنگ شهری جدید نامید درهم تنیده است؛ در اینجا، زندگی هنری و فرهنگ، عنصر اصلی بازآفرینی قلمداد می‌گردد (Ragers & Fisher, 1997, 4) و برای توجیه چنین تحولی آنها دلایل متعددی می‌آورند که یکی از آنها این است که شهرها در بازه زمانی حاضر، توانسته‌اند دوباره نقش تاریخی خود را به‌عنوان عاملان اصلی صحنه رقابت‌های فرهنگی و اقتصادی پیدا کنند و بخشی از این تغییر نقش، به توجه مجدد شهرها در مورد زندگی عمومی باز می‌گردد و نتایج آن توجه به توانمندی عرصه عمومی شهرها جهت برانگیزاندن ارتباطات، خلاقیت و مقوله‌های مرتبط با ارزش‌های فرهنگی است. این موضوع هر چه بیشتر در حال بروز است که تراکم شهری ساختار بهتری را برای ارتباط آسان‌تر و چهره به چهره ایجاد می‌کند و این پیوستگی‌ها، خلاقیت‌های فرهنگی و اقتصادی، علمی و فناوری را سبب‌ساز می‌شوند که می‌توان از آنها به‌عنوان موتور پیش‌راننده عصر پسا صنعتی یاد کرد (Ragers & Fisher, 1997: xvi).

در این میان، نظریه شهر خلاق و پیدایش سیاست‌گذاری‌های مداخله‌گر در بافت‌های شهری با چشم‌انداز این نظریه (البته در چارچوب کلان بازآفرینی فرهنگ مینا) به دلیل توجه متناسب به ابعاد اجتماعی-اقتصادی از یک‌سو و ظرفیت‌های محلی از سوی دیگر در میان سیاست‌گذاران و متخصصان شهری مورد استقبال گسترده‌ای واقع شده است. بنابراین در پژوهش حاضر ابتدا به تدقیق نظریه شهر خلاق پرداخته خواهد شد و سپس جایگاه این نظریه در سیاست بازآفرینی شهری فرهنگ مینا تبیین خواهد شد. بدیهی است که ضرورت پرداختن به چنین پژوهشی، از این‌رو است که سیاست‌های مداخله در بافت‌های فرسوده شهری در کشورمان نیازمند ورود نگاه‌های جدید در خود هستند و با توجه به تحولات شتابان جهانی و تغییر الگوهای توسعه اقتصادی-اجتماعی این روزها، تشریح جایگاه روزآمد فرهنگ و اقتصاد در این گونه سیاست‌ها می‌تواند زمینه‌ساز اتخاذ سیاست‌های آزموده‌شده‌تری در این حوزه باشد.

## ۲. مبانی نظری تحقیق

در دهه‌های ۱۹۳۰ تا ۱۹۷۰ میلادی چارچوب اقتصاد کینزی نقش عمده‌ای در پاسخگویی به نیازهای اجتماعی به واسطه مداخلات مستقیم بخش دولتی در همه امور داشت (Hackworth, 2007, 7). رهیافت کینزی اقتصاد، برای مدیریت شهری نیز به دنبال نیل به اهداف اجتماعی-اقتصادی در حوزه اشتغال و کاهش فقر، از طریق اجرای برنامه‌های رفاه، ارائه خدمات اجتماعی دولتی، تأمین مسکن و نگهداری زیرساخت‌های شهری بود. تحولات دهه ۱۹۷۰ میلادی در کشورهای توسعه‌یافته و روند روبه رشد حرکت به سوی جامعه پسا صنعتی و طلوع جریان اقتصاد نئولیبرال، در نقش بخش‌های دولتی و خصوصی در ساختار اقتصادی و به تبع آن در اولویت‌های سیاست‌گذاری‌های شهری تغییر ایجاد کرد.

نئولیبرالیسم نظریه‌ای اقتصادی-سیاسی بود که تمرکز اصلی‌اش بر کاهش مداخلات مستقیم بخش دولتی در بازار و باز نمودن عرصه‌های اقتصادی برای بخش خصوصی بود؛ در چنین فضایی مداخلات اقتصادی بخش دولتی به اهرم‌های لازم جهت تحریک کارایی و رشد اقتصادی محدود می‌شد (Hearane, 2006). در فضای مذکور، دستورالعمل اصلی شهرها نیز برای دنبال کردن اولویت‌های حاکم بر نظام سیاسی-اقتصادی کلان، رشد اقتصادی و بهبود کیفیت زندگی با امید به آن بود که شهر بتواند نقش خود را در اقتصاد جهانی - که ویژگی اصلی حضور در آن رقابت بود - بازی کند. نتیجه طبیعی چنین روندی، بروز سیاست‌های شهری جدید در تعیین مناسبات بخش‌های اقتصادی شهر بود که از آن میان می‌توان به رویکرد مشارکت میان بخش خصوصی و دولتی اشاره نمود. از دیگر سوی روند جهانی‌شدن، پیشرفت‌های فناورانه و تغییر الگوی تولیدات صنعتی به سمت حوزه‌های دانش‌بنیان به تعبیر لیبور (۱۹۷۸) و بعدها دیوید هاروی (۱۹۸۹) فرآیندهای جهانی شدن و فشردگی زمان-مکان را به شخصیت اصلی قرن جدید بدل کرد. در چنین بستری، ارتباطات دیگر محدود به فواصل جغرافیایی و زمانی گذشته نمی‌شد و تأثیرات مکانی-فضایی چنین تحولی بر ساختار شهرها طبیعی و قابل مشاهده بوده و هست. با چنین تغییراتی در ساختار فضایی شهرها و ناکارآمدی روش‌های سنتی در پاسخ‌گویی به شرایط جدید از جمله ایجاد و تقویت هویت‌های شهری (Gimeno Martinez, 2007)، پرداختن به جوامع محلی (Goldbard, 2006) و جذب منابع و استعدادها (Florida, 2002) لزوم ورود اندیشه‌های جدید کاملاً توجیه‌پذیر است؛ علاوه بر این در گسترده‌تر شدن تحولات ناشی از ورود به دوران پسا صنعتی تغییرات عمیقی در شیوه‌هایی که مطابق با آنها ارزش‌های اقتصادی و اجتماعی ایجاد و جاری می‌گشتند، رخ داده است که فرهنگ در این میان نقش جدید و مهمی را بازی می‌کند (Scott, 2000)؛ و از آنجایی که فرهنگ در معرفی عناصر الهام‌بخش اعم از ارائه مفاهیم و مقیاس‌های مناسب جهت مداخلات از

منظر سیاست شهری توانسته گزینه‌های مناسبی ارائه دهد (Landry, 2006) برنامه‌ریزی فرهنگی یکی از پاسخ‌های بسیار متداول به تحولات شهرهای پساصنعتی به‌شمار می‌رود (Stern & Seifert, 2007; Ghilardi & Bianchini, 1997). تقریباً در بخش عمده‌ای از تاریخ قرن بیستم اساساً فرهنگ به‌عنوان وجهی ارزشی از جامعه تلقی می‌شد که معمولاً جنبه‌های اقتصادی بر آن غالب نبود و این موضوع باعث شد تا فرهنگ در نظام برنامه‌ریزی اقتصادمحور آن دوران در حاشیه بماند. اما امروزه فرهنگ تبدیل به بخشی از تجارت شهرها شده که خروجی‌های قابل اندازه‌گیری در حوزه اشتغال، هزینه و درآمد و ایجاد محرک‌های اقتصادی دارد (Freestone & Gibson, 2004) و اگر به‌صورت کلی بازآفرینی را این‌گونه ببینیم که نگرشی هماهنگ و گسترده و اقدامی است که به حل مسائل و مشکلات شهری منجر می‌شود و در پی ایجاد وضعیتی پایدار در اقتصاد، کالبد، اجتماع و محیط است (83, Pourjafar & Dehghani, 2011) حضور پررنگ فرهنگ در عرصه سیاست‌های شهری در دو سه دهه اخیر تا آنجا پیش رفته که بخش قابل ملاحظه‌ای از تاریخ مداخلات در بافت‌های فرسوده شهری عنوان بازآفرینی شهری فرهنگ‌مبنا را به خود اختصاص داده است.

از سوی دیگر، ادبیات شهر خلاق و طبقه خلاق که پیدایش آنها نیز در قالب تغییر پارادایم‌ها و الگوهای توسعه شهری در دوران پساصنعتی رخ داده، توجه زیادی را در جامعه دانشگاهی و متصدیان شهری در چند دهه اخیر به خود جلب کرده است؛ چرا که توانسته است چشم‌اندازها و راهبردهایی را برای ارتقای توسعه اقتصادی در شهرها ارائه دهد. این نظریه، فرصت‌هایی را برای پرداختن به مقوله اقتصاد فرهنگی در پاسخگویی به نیازهای بخش‌های خلاق شهر از سویی و مخاطبان این‌گونه محصولات (گردشگران) از سوی دیگر فراهم کرده است. در واقع این سرفصل چشم‌انداز وسیع‌تری را پیش روی شهرها قرار داده که در آن تأکید بر اهمیت فرهنگ به‌عنوان عامل توسعه، مستقل از دیگر عوامل کلاسیک توسعه شهری است. در این عامل جدید توسعه شهر، ایده آن است که فعالیت اقتصادی با فرهنگ و خلاقیت مرتبط است و به همان میزان تراکم فرصت‌های ارائه محصولات فرهنگی مزایای رقابتی شدن را برای شهرها به‌همراه دارد (Navarro Yanez, 2013, 213).

## ۱.۲ مفاهیم و تعاریف

در این‌جا لازم است برای تدقیق واژگان مورد استناد در پژوهش حاضر و برای ورود به بحث برخی توضیحات لازم را ارائه نمود چرا که با توجه به اقبال گسترده‌ای که به ایده شهر خلاق در میان سیاست‌گذاران و متخصصین شهری رخ داده است، در عین حال تنوع و تعدد آراء و گاه تعارض در آنها نیز کاملاً مشهود است (Bianchini & CLES, 1988; Bianchini & Parkinson, 1993; Currid, 2007; Florida, 2002; Florida & Tinagali, 2004; Hutton, 2004; Landry 2000, 2006; Lloyd, 2006; Molotch, 1996; Scott, 2000, 2007; Wood, 2007).

### ۱.۱.۲ خلاقیت

مفهوم خلاقیت اساساً ریشه در ویژگی‌های انسانی دارد که جنبه‌های روان‌شناسانه و عصب‌شناسانه آن کاملاً در علوم مرتبط با آن به‌ویژه روان‌شناسی تعریف و تشریح شده است و در آنجا خلاقیت نوعی تفکر با صفت واگرایی است که در موقعیت‌های تازه و مبهم بروز می‌کند و پاسخ‌های غیرمعمول را به‌وجود می‌آورد. با وجود این، واژه مذکور به‌طور خاص در سال‌های اخیر با مقوله نوآوری و رقابت اقتصادی پیوند خورده است (Pratt, 2008) تا آنجا که امروزه عملاً از خلاقیت به‌عنوان ویژگی کلیدی اقتصاد جوامع توسعه‌یافته نام برده می‌شود. ردپای پیدایش مفهوم خلاقیت در اقتصاد شهری را می‌توان در نظریه شهر خلاق و در آثار نظریه‌پردازانی مانند جین جیکوبز دنبال کرد. جیکوبز در کتاب شهرها و رفاه ملل: اصول زندگی اقتصادی، بر این نکته تأکید می‌کند که به‌منظور دستیابی به اقتصاد شهری خلاق، وجود افراد خلاق و گروه‌های مخاطره‌پذیر (که مهارت لازم در نوآوری و توانایی در استفاده منعطف از تکنولوژی را دارند) همچنین ایجاد شبکه‌هایی در میان آنها بسیار مهم است و نکته ضروری این است که به محیط شهری نائل شویم که چنین افراد و مجموعه‌هایی را در خود جای دهد. از سوی دیگر یکی از عرصه‌های جدید و عمده بروز خلاقیت‌های اقتصادی را می‌توان در فرهنگ و اقتصاد فرهنگی دید. از این منظر فرهنگ محرک است که سرمایه‌گذاران را به شهر جذب می‌کند و البته نقش فرهنگ به‌عنوان ایجادکننده تنوع در شهرها نیز قدرتمند است چرا که باعث منحصربه‌فرد شدن ویژگی‌های مکانی می‌شود (Pratt, 2010, 15) و این صفت منحصربه‌فرد شدن شهر در مقوله رقابت اقتصادی، دست‌مایه اصلی شکوفایی و رونق شهرها در ساختار جهانی اقتصاد است. بنابراین خلاقیت در ساختار مفهومی ایده شهر خلاق ابعاد فرهنگی-اجتماعی، اقتصادی و روان‌شناسانه را همه با هم دارد و حائز معنایی بسیط و چندبعدی است.

فلوریدا خاطر نشان می‌کند که فراگیر شدن ویژگی خلاقیت به‌دلیل سرب‌آوردن چیزی است که او آن را عصر خلاقیت یا دوران استعداد می‌نامد. دیگر متخصصان به چرخش خلاقیت در آنچه اقتصاد جدید/خلاق نامیده می‌شود اشاره می‌کنند که به‌عنوان برشی از اقتصاد پسامدرن انگاشته می‌شود (Patt, 2009, 12). همان‌طور که اسکات بیان می‌کند شهرهای خلاق در قالب عناصر متمایز صحنه جهانی معاصر ظهور یافته‌اند و فرصت‌های وجود چنین شهرهایی با فرآیند روبه‌رشد جهانی‌شدن گره خورده است. نتایج چنین پیامدی تقویت توجه دوباره به مراکز شهری در مقابله با روند تمرکززدایی از شهرها و افزایش گرایش به سمت رقابتی شدن شهرها به‌عنوان برآیندی از ایجاد شبکه‌های بین‌المللی مشارکت خلاق است (1, Scott, 2006, 2). همه این تغییرات دال بر تحولی با چشم‌اندازی شهرمحور به‌همراه خلق فرهنگ جدید شهری است. همان‌طور که فلوریدا بیان می‌کند روح یا شخصیت اصلی فرهنگ امروز، ظهور عصر خلاقیت است و باور اصلی در مورد خلاقیت نیز به ابعاد متفاوت آن بستگی دارد. خلاقیت از فضای کاری تا ارزش‌های ما را دربر گرفته است و روشی را که بر اساس آن به خودمان در قالب عاملان اقتصادی و اجتماعی شهر می‌نگریستیم (هویت‌های شهری) تغییر داده است (21, Florida, 2002, 22). از زمانی که خلاقیت در اقتصاد جدید چرخش ایجاد کرده است مفاهیم مرتبط با خلاقیت (اقتصاد خلاق، صنایع خلاق، طبقه خلاق و شهر خلاق) در بحث‌های توسعه

اقتصادی و بازآفرینی شهری نقش اصلی را ایفا می‌کنند. خلاقیت بیشتر از قبل ارزشمند شده و بیشتر از آنچه توسط فلوریدا در کتاب پیدایش طبقه خلاق به آن پرداخته، پرورش یافته است.

### ۲.۱.۲. صنایع خلاق و فرهنگی

ابتدا باید بین واژه «صنایع خلاق» و «صنایع فرهنگی» تفکیک قائل شد. واژه صنایع فرهنگی نخستین بار توسط اندیشمندانی مانند تئودور آدورنو و مکس هورکهایمر در دهه ۱۹۴۰ در انتقاد به تجاری‌سازی انبوه و بازشناخت مفاهیم فرهنگی ارائه شد. این واژه بعدها در گستره وسیع‌تری از بحث، در باب تداخل تجارت و فرهنگ، مزایای اقتصادی هنر به‌واسطه تحریک جریان گردشگری، اشتغال و ارتقای تصویر شهر به‌کار برده شد و تا امروز این معنا ادامه دارد (O'Connor, 2007).

از منظر تاریخی، توسعه اقتصادی شهرها ماهیتا دارای وجه فرهنگی هم بوده است، اما صنایع فرهنگی ایجادکننده هویت‌های اجتماعی و مکان‌هایی هستند که مدنیت به شیوه‌های نوآورانه در آنها توسعه داده می‌شود (Inter-American Council for Integral Development, 2004, 2). آنچه باید در این میان مورد اشاره قرار گیرد این است که وقتی از فرهنگ تحت عنوان صنایع فرهنگی در برنامه‌ریزی شهری استفاده می‌گردد به تبع آن، تولیدات چنین صناعی (تولیدات فرهنگی) نیز مجموعاً قابل دسته‌بندی و تعریف مشخصی هستند؛ این تمایزها به ماهیت، برون‌داد و اصالت هر کدام از این صنایع باز می‌گردد (Scott, 2000, 1). درواقع فرهنگ می‌تواند در قالب شیوه‌ای که کلیه امکانات شهری را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد به بروز امتیازات نسبی شهر کمک کند و بر اساس چنین باوری، فرهنگ می‌تواند بر بازآفرینی شهر تأثیر مثبتی داشته باشد (Zukin, 1995).

صنایع فرهنگی به‌طور مشخص هنرمندمحور هستند و محتواهایی را ایجاد می‌نمایند که ابتدا معنای زیبایی‌شناسانه اجتماعی دارد و ارزش اقتصادی آنها در درجه دوم اهمیت‌شان است. صنایع خلاق از سوی دیگر به گستره‌ای از حرفه‌ها ارجاع داده می‌شوند که برای اولین بار در سال ۱۹۹۸ توسط وزارت فرهنگ، رسانه و ورزش بریتانیا (DCMS) به‌عنوان صناعی که ریشه در خلاقیت، مهارت و استعدادهای فردی داشته و پتانسیل‌های لازم جهت کارآفرینی را به‌واسطه بهره‌برداری از دارایی هوشمندانه صاحبانشان دارند، معرفی شده‌اند (DCMS, 2010, 6). با این توصیف می‌توان عنوان نمود که صنایع خلاق همان صناعی هستند که مورد توجه ریچارد فلوریدا در پژوهش معروف خود در باب طبقه خلاق و رابطه بین خلاقیت و توسعه محلی بوده‌اند. تعریف فلوریدا از طبقه خلاق شامل افرادی است که در علم، مهندسی، معماری و طراحی، آموزش، هنر و سرگرمی ایده‌های جدید، فناوری نوین و یا محتوایی خلاقانه را عرضه می‌کنند (Felorida, 2002, 8).

مفهوم طبقه خلاق در اندیشه فلوریدا بر این موضوع تأکید دارد که شهرهایی که بتوانند مجموعه‌ای از چنین افراد را در خود جای دهند و شبکه منسجمی از آنها در درون خود بسازند می‌توانند در وضعیت اقتصادی-اجتماعی مناسبی قرار بگیرند و بدون شک به‌دلیل فضای رقابتی حاکم بر شهرهای پسا صنعتی در بستری مناسب از سازوکارهای جهانی تثبیت شوند. فلوریدا تأکید می‌کند که تلاش برای تجمیع سرمایه‌های انسانی در شهر سبب‌ساز رشد اقتصادی، ارتقای کیفیت زندگی و جذابیت بیشتر و مانایی صنایع خلاق در شهر و به تبع آن توسعه پایدار شهر می‌گردد. بر این اساس فلوریدا صنایع خلاق را اعم از صنایع فرهنگی دانسته است.

### ۳.۱.۲. تولید فرهنگی

نمی‌توان به وزن سنگین فرهنگ در اقتصاد جدید اشاره کرد و به‌دنبال چنین رویکردی، روش تولید برآمده از چنین سازوکار نوینی را تعریف نمود. اصطلاح روش فرهنگی تولید به سیستمی متعادل از تولید فرهنگی و مصرف فرهنگی اطلاق می‌گردد که مزایای لازم برای انباشت سرمایه فرهنگی را جهت ایجاد تولیدات و خدمات در اقتصاد و همچنین ارزش‌های فرهنگی در نظامی که مصرف تولیدات فرهنگی در آن تحریک می‌گردد به‌همراه خواهد داشت (Sasaki, 2010, 54). ساساکی این روش توسعه صنایع جدید برای توسعه اقتصادی شهر از طریق سرمایه فرهنگی را روش تولید فرهنگی تولید با کاربست سرمایه فرهنگی می‌نامد.

### ۴.۱.۲. شهر خلاق

اولین جایی که مفهوم شهر خلاق به‌طور مشخص در قالب یک سند نظریه‌ای ارائه شد در کار بیانچینی و لندری (۱۹۹۵) بود. تا آن زمان به خلاقیت در معنایی گسترده و عام توجه می‌شد، اما پس از این، خلاقیت در چارچوب این سؤال تعریف می‌گردید که چطور نوآوری می‌تواند به شهرها در حل مشکلاتشان کمک کند. با ورود ایده «فرهنگ به‌عنوان موتور توسعه اقتصادی شهر و عاملی جهت ارائه تصویری نمادین از شهر در سازوکار جهانی اقتصاد» و مطرح شدن جدی واژه صنایع فرهنگی در اقتصاد شهرهای بریتانیایی و بازآفرینی شهری متکی بر فرهنگ در اواخر دهه ۱۹۸۰ و اوایل ۱۹۹۰ واژه خلاقیت در بستر تأکید اتحادیه اروپا بر اجرای برنامه پایتخت فرهنگی اروپا، بار معنایی متکی بر فرهنگ و فعالیت‌های مرتبط با برنامه مذکور را به خود گرفت و تا اواخر دهه ۱۹۹۰ میلادی، مفهوم آکادمیک شهر خلاق در اروپا با پتانسیل‌های بازآفرینانه نگاه حاکم بر برنامه پایتخت فرهنگی اروپا مطابقت کامل داشت. تأکید عمده بر این اساس، بهبود شهر (با توجه به پتانسیل‌های اقتصادی) از طریق مداخلات خلاقانه فرهنگی بود. از سال ۱۹۹۸ به بعد واژه خلاقیت با معرفی مفهوم جدید صنایع خلاق (DCMS, 1998) و پس از آن طبقه خلاق (Florida, 2002) جنبه‌های اقتصادی و تکنولوژیکی نیز پیدا نمود. پذیرش واژه صنایع خلاق تمرکز مفهومی را به سمت تولید محصولات فرهنگی/خلاق، کارگر خلاق و زیرساخت‌های مورد نیاز برای این گونه صنایع برد. در این زمان تفسیر جدیدی از شهر خلاق به‌عنوان مکانی که صنایع خلاق در آن متمرکز و مورد حمایت هستند ارائه شد (Montgomery, 2005). بر اساس این تعریف شهر خلاق می‌تواند به‌عنوان شهری با بالاترین حضور بالفعل (یا قابلیت‌های بالقوه برای جذب) طبقه خلاق تعریف گردد. فلوریدا پیشنهاد می‌کند که برای جذب این گروه، شهرها باید فرهنگ، تنوع فرهنگی و زیرساخت‌های لازمشان را ارتقاء دهند و ما در این پژوهش

تعریف ساساکی را مبنای تعریف شهر خلاق قرار می‌دهیم. بر طبق تعریف ساساکی در شهر خلاق که مقوله فرهنگ و صنعت از حیث خلاقیت غنی بوده، اساس کار بر بیان آزادانه فعالیت‌های خلاقانه مردم استوار است و در عین حال، این شهر مجهز به نظام اقتصادی مترقی و انعطاف‌پذیری است که از تولید انبوه فاصله می‌گیرد (Sasaki, 2001).

## ۲.۲. شهر خلاق از منظر مراجع و متخصصان

### ۱.۲.۲. ورود یونسکو به مقوله شهرهای خلاق

در سال ۲۰۰۴ با ایجاد شبکه جهانی شهرهای خلاق در یونسکو عملاً ایده شهر خلاق به ایده‌ای تبدیل شد که مرزهایی فراتر از اروپا و آمریکا را نیز درنوردید. البته زمینه پرداختن به ایده شهر خلاق در یونسکو را باید در سال ۲۰۰۱ و بیانیه جهانی تنوع فرهنگی نیز جستجو کرد که در آنجا یونسکو به دنبال نفی استانداردهای فرهنگی تحت شرایط جهانی شدن بود. در حال حاضر ۱۹ شهر در کل دنیا در فهرست این شبکه جهانی قرار دارند (Sasaki, 2010, 53).

### ۲.۲.۲. ویژگی‌های شهر خلاق در نظریات متخصصان

در سال ۱۹۸۵ اقتصاددان سوئدی به نام آک. اندرسون کتابی به زبان سوئدی به چاپ رساند که در آن ادعا کرد خلاقیت نمایاننده آینده کلان‌شهرها است و دارندگان آگاهی خلاق، به‌طور فزاینده‌ای در پیدایش اقتصاد پسا صنعتی جایگاه ویژه‌ای خواهند یافت (Andersson & Mellander, 2011, 3). هر چند نظریه اندرسون و فلوریدا از منظر پرداختن به خلاقیت مشابه هستند، اما در تأکیدات محیطی این نظریه‌ها دو نوع نگاه متفاوت دیده می‌شود.

نظریه طبقه خلاق توسط ریچارد فلوریدا در سال ۲۰۰۲ مطرح گردید که در آن ظهور عصر خلاق در شکل انقلاب اجتماعی مهارنشده معرفی شده است. به باور این نظریه، جذب افراد خلاق موجب قدرتمند شدن شهرها و بالندگی اقتصادی آنها می‌گردد. او شهر خلاق را بر اساس سه متغیر عمده (موسوم به سه T) پایه‌گذاری کرده است که عبارتند از: فناوری، استعداد و تساهل و تسامح. فناوری به‌واسطه فراهم ساختن فرصت‌هایی برای کسب دانش بیشتر نقش مهمی در رشد اقتصادی دارد. استعداد دربرگیرنده آن دسته از افرادی است که واقعاً اندیشه‌های ابداع‌گرایانه و نوآورانه‌ای دارند. تسامح دربرگیرنده فرهنگی باز و متنوع بر مبنای قومیت، نژاد و جهت‌گیری جنسی است. به‌طور کلی طبقه خلاق در مکان‌هایی ریشه می‌دواند که دارای این سه متغیر سرنوشت‌ساز باشند. هر کدام از این سه عامل اهمیت دارند، اما به‌تنهایی شرط کافی نیستند و یک مکان به‌منظور جذب افراد، ایجاد نوآوری و تحول اقتصادی باید هر سه متغیر را دارا باشد (Ashtari & Mahdneghad, 2012, 41).

چارلز لندری در کتاب خود با عنوان شهر خلاق بسته‌ای برای نوآوران شهری اهمیت محیط خلاق از منظر حل مشکلات شهری را بیان می‌کند. او در جستجوی مسیرهای نوین در بازیابی بافت‌های فرسوده شهری، بر تجاری‌سازی که نیروی خلاق فرهنگ و هنر می‌تواند بر آزادسازی انرژی درونی این بافت‌ها داشته باشد، تأکید می‌نماید. او در کتاب شهر بینا فرهنگی برنامه‌ریزی برای مزایای تنوع، به جایگاه خاص حفظ تنوع یک شهر اشاره می‌کند و پیشنهاد گفتگویی با گذشته شهر به‌عنوان سیاست شهری برای همزیستی فرهنگ‌های مختلف و واکاوی هویت شهر را ارائه می‌دهد و به موازات پیش‌بردن چنین رویکردی، شهر پایدار را نیز در همین مسیر می‌بیند.

نظریه‌پردازان دیگری مانند آلن اسکات معتقدند که جذب طبقه خلاق مورد نظر فلوریدا صرفاً به‌طور خودکار چیزی مثل شهر خلاق را ایجاد نمی‌کند و برای آنکه صنایع خلاق توسعه پیدا کنند و به‌عنوان موتور اقتصاد شهر مطرح گردند داشتن نیروی کار با مهارت کافی و صنایع لازم برای حمایت از این نیروهای کار الزامی است (Scott, 2006). او ادامه می‌دهد که اگر اقتصاد شهر توانمندی لازم در بازار را نداشته باشد تا توسعه لازم در ابعاد بازار جهانی را پیدا کند، توسعه پایدار رخ نخواهد داد.

آن مارکوسن نیز مانند آلن اسکات بر اهمیت نقش بخش‌های فرهنگی و اقتصادی شهر در دورانی که مبنای آن اقتصاد، دانش و اطلاعات است تأکید می‌کند (Markusen, 2006). مارکوسن تأیید می‌کند که جین جیکوبز به‌عنوان پیشگام این نظریه بوده و استدلال می‌کند که ادامه دادن توسعه اقتصادی شهرها بر مبنای صادرات محور بودن آنها، از طریق تولید انبوه در معرض این خطر قرار دارد. از سوی دیگر او طرفدار مدل اقتصادی جانشین‌سازی واردات است که در آن تمرکز بر صنایع خلاق به‌منظور افزایش مصرف در منطقه، متنوع‌سازی در نیروی کار و غنی‌سازی سرمایه انسانی برای توسعه دانش جدید و صنایع اطلاعات محور است (Markusen, 2003). مارکوسن براساس تحقیقات خود در مینه‌سوتا، به وجود مراکز هنری که در آنها هنرمندان متناوباً گردهمایی داشته و به ارائه آثار می‌پردازند و به شکل گسترده‌ای بین خودشان و مخاطبان ارتباط برقرار می‌کنند، اشاره می‌کند. سپس بیان می‌کند که سرمایه‌گذاری در چنین مراکزی باعث جذب هنرمندان و افزایش مصرف محصولات فرهنگی می‌شود و زمانی که پرداختن به این موضوع با صنایع پزشکی و سلامت نیز ترکیب گردد، روند مهاجرت جمعیت از این گونه بافت‌ها کاهش می‌یابد. چنین رهیافتی در بازآفرینی شهری به مناطق فرسوده شهر کمک می‌کند تا بازیابی شود و کلیت محیط و جامعه شهری بتواند بر مشکلات خود فائق آید (Markusen, 2006, 43).

اندی پرات به‌عنوان متخصص سیاست‌های خوشه‌ای برای صنایع فرهنگی و خلاق معتقد است که برای بقا در بازار جهانی ضروری است که این صنایع به‌طور شبکه‌ای با هم در ارتباط باشند به‌عبارت دیگر، صنایع خلاق که مایه حیاتی خلاقیت، مهارت و استعداد افراد برای شکل دادن به خوشه‌ها هستند باید در مکان بروز داشته باشند، مکانی که بتواند خلاقیت را تغذیه کند و پرورش دهد. در تئوری شهر خلاق، محیط خلاق و ساختار اجتماعی خلاقیت و از آن بالاتر بافت اجتماعی، فرهنگی و جغرافیایی است که برای ترکیب این‌گونه صنایع در سیاست‌های شهری حیاتی است (Pratt, 2004, 2006).

در مجموع، کاربرد واژه خلاقیت در سیاست‌های شهری معاصر از منظر متخصصان گوناگون در چند سرفصل کلی قابل دسته‌بندی است:

۱. ایده غالب خلاقیت را به‌عنوان نیروی قدرتمندی در امتداد رقابتی‌شدن اقتصاد می‌بیند (DCMS, 1998, 2000; Florida, 2002, 2005, 2007).
۲. خلاقیت به‌عنوان ابزاری برای کمک به مصرف و جذب سرمایه‌گذاری و بازدیدکنندگان (مثال کلاسیک این رویکرد موزه گوگنهایم فرانک‌گری در بیلباتو است)
۳. خلاقیت به‌عنوان منبع جدید فرهنگی برای حل مسئله شهر (چارلز لندری)
۴. خلاقیت به‌عنوان ابزار و بخشی از صنایع فرهنگی که به محصولات فرهنگی می‌پردازد (ریچارد پیترسون در کتاب تولید فرهنگ)

### ۳. سیاست‌های شهری برآمده از ایده شهر خلاق در بازآفرینی فرهنگ مبنای شهری

#### ۱.۳. شهر - جشنواره

کار را با دیرپاترین گونه جاری از اقدامات منشأ گرفته از ایده خلاقیت و شهر خلاق (در بازآفرینی شهری فرهنگ مینا) که جشنواره‌ها هستند آغاز می‌کنیم (Gold, 2005; Quinn, 2005). این گونه از مراسم‌ها و جلوه‌گاه‌های محلی که فرهنگ‌ساز و ارائه‌دهنده محصولات فرهنگی بوده‌اند دارای ریشه‌های بسیار کهنی هستند. در سال‌های اخیر تجارت جشنواره‌ای به‌واسطه رویدادهای مختلف فرهنگی، هنری، ورزشی، علمی و فناوریانه دارای ابعاد ملی و فراملی نیز شده است. این جشنواره‌ها تمرکز عمده خود را بر بیان فرهنگی و زمینه‌های محلی دارند و در وجه ثانویه خود به‌دنبال جذب گردشگر و رونق صنایع محلی هستند و در بعد کلان تأثیرات ملی اقتصاد را دنبال می‌کنند (Pratt, 2010, 16). به‌عنوان یکی از اقدامات نوآورانه و پیش‌رو در تاریخ بازآفرینی در این زمینه می‌توان به اقدام سازمان محیطی در سال ۱۹۸۴ در باب ساخت باغ‌جشنواره‌ها در بریتانیا اشاره نمود. اولین نمونه از این باغ‌جشنواره‌ها در لیورپول با هدف رفع فرسودگی بافت‌های موجود و همچنین تحریک جریان گردشگری ایجاد شد. به‌دنبال موفقیت لیورپول در این امر چهار باغ‌جشنواره دیگر هم تا سال ۱۹۹۲ در بریتانیا مصوب و راه‌اندازی شدند (Pratt, 2010, 16). از آخرین نسل چنین اقداماتی در بریتانیا می‌توان به مجموعه ساختمان‌های ورزشی المپیک ۲۰۱۲ لندن اشاره نمود. در اینجا، سعی در بهره‌مندی از رویدادهای فرهنگی، هنری، ورزشی و علمی و فضاهای فرهنگی به‌منظور جذب مخاطبان بیشتر شهری است و این موضوع به‌دلیل منحصربه‌فرد بودن تجربه گردشگری شهری است که به ایجاد فرصت‌هایی برای گونه‌های خلاق مصرف محصولات فرهنگی در شهر منجر می‌شود (Garcia, 2004) به عبارت دیگر، الگوهای توسعه شهری در فضای جهانی‌شدن، در حال بازتعریف نقش رسانه، هنرها و دیگر بخش‌های مرتبط با صنایع خلاق هستند که به‌دلیل تأثیرات بالقوه‌شان بر اقتصادهای محلی و ملی بیش از پیش مورد اقبال قرار می‌گیرند. شهرها، رویدادهای فرهنگی را بیشتر و بیشتر برای جذب سرمایه‌گذاران و بازدیدکنندگان به‌کار می‌گیرند و فعالیت‌های فرهنگی و هنری محصول فرعی توسعه اقتصادی نیستند، بلکه عناصر اصلی موفقیت اقتصادی پایدار محسوب می‌شوند. چنین فعالیت‌هایی، اشکال جایگزینی از خلاقیت انسانی را به نمایش می‌گذارند که تفکر جانبی را تحریک کرده و نهایتاً نوآوری‌های علمی و فناوریانه را تکمیل می‌نمایند (Udo-Ernst, 2005) علاوه بر این، فعالیت‌های هنری و فرهنگی در بطن برخی اشکال صنایع روبه‌رشدی مثل توریسم، چاپ و سرگرمی هستند و مستقیماً اشتغال‌زایی و رشد اقتصادی را به همراه خواهند داشت. درواقع فعالیت‌های خلاقانه به‌طور فزاینده‌ای به‌عنوان گزینه‌هایی برای مسیر توسعه شهرها مورد توجه قرار گرفته‌اند. امروزه مفهوم خلاقیت توسط دولت‌ها به‌کار گرفته شده است، چون توانمندی آنها در عملکرد به‌عنوان یک کنش‌یار، در تحول فرهنگی و تبدیل شهروندان به کارآفرین و مصرف‌کننده اثبات شده است (Peck, 2004, 395).

#### ۲.۳. سیاست شهر - فرهنگ

«ایده شهر خلاق به‌عنوان یک مدل شهری جدید با پروژه‌های مانند شهر فرهنگی اروپا یا پایتخت فرهنگی اروپا در سطح اروپا گسترده شد. در شهرهای اروپایی، درواقع خلاقیت در هنر و فرهنگ به‌منظور ایجاد صنایع جدید و فرصت‌های شغلی به‌کار گرفته شد، در حالی که به‌دنبال حل مشکلات محیطی و مسکن هم بود. به‌طور خلاصه این ایده تلاشی است چندوجهی برای بازآفرینی شهر» (Sasaki, 2010, 53). «ایده شهر خلاق به‌خوبی با راهبردهای نوسازی شهری فرهنگ‌محور (بازآفرینی فرهنگ‌مینا) همراهی می‌کند که در شهرهای عصر پسا صنعتی مطرح شده‌اند. در حقیقت یکی از انگیزه‌هایی که در پشت توسعه خلاق‌محور قرار دارد، نوسازی مکان‌های صنعتی متروکه است تا تولیدات صنایع دستی قدیمی (منسوجات، سفال‌سازی، کوزه‌گری، صنایع دستی فلزی و جواهری) را به سمت ایجاد بخش‌های فرهنگی، محدوده‌های خلاق و فرهنگی، قطب‌های خلاق و قطب‌های نوآور رهنمون سازد. اینها عمدتاً فضاهای مختلطی هستند که ترکیبی از عملکردهای خلاق و فرهنگی و همچنین فعالیت‌های از تولید به مصرف و عرضه هنرهای عملکردی و بصری، وسایل دیجیتالی و موسیقی، عناصر فراغت و سرگرمی، مجتمع‌های مسکونی و فضاهای خرده‌فروشی در آنها غالب است. اگرچه بعضی از این فضاها می‌توانند به خودی خود نمایان شوند، اما اکثریت آنها به‌وسیله سیاست‌گذاری‌های عمومی با هدف تقویت‌نمودن هویت، جذب نیرو و موقعیت بازاری مکان‌ها، تشویق بیشتر نگرش کارآفرینی به هنر و فرهنگ، افزایش نوآوری و خلاقیت، یافتن کاربران جدید برای سایت‌های متروکه و ساختمان‌های قدیمی و تشویق تنوع فرهنگی و دموکراسی فرهنگی ایجاد می‌شوند» (Ashtari & Mahdneghad, 2012, 59).

#### ۳.۳. سیاست شهر - معماری

گونه سوم از این دست سیاست‌های شهری، سیاست‌هایی بوده‌اند که به‌دنبال خلق ظرفیت‌های جدید یا تجدید حیات پتانسیل‌های خاموش در بافت‌های فرسوده مراکز شهری با رویکرد تحریک روند بازآفرینی در آنها هستند. این گونه سیاست‌ها در عمل از

تنوع گسترده‌ای در شهرهای گوناگون برخوردار بوده‌اند. ساخت مجموعه‌های تجاری، فرهنگی-اداری با معماری‌های ویژه تا احیاء و ساخت فضاهای شهری و استفاده مجدد از بناهای موجود و تغییر کاربری‌ها همه در طیف این سیاست بازآفرینانه شهری قرار می‌گیرند.

### ۴.۳. سیاست محله - فرهنگ

مفهوم محله فرهنگی یا محدوده فرهنگی گونه‌ای دیگر از این سیاست‌ها است که البته، جدید نیست. شهرها همیشه فضاهایی برای سرگرمی، ارائه محصولات فرهنگی و هنری خواه به صورت مکان‌هایی پراکنده در شهر یا در قالب دسته‌بندی‌های مکانی مشخص در شهر داشته‌اند. وین محدوده فرهنگی را به این صورت تعریف می‌کند که حوزه‌ای جغرافیایی و شامل بالاترین تمرکز امکانات فرهنگی و سرگرمی در یک شهر یا شهرک است (Wynne, 1992). این تعریف مشابه تعریفی است که سانتاگانا از محدوده فرهنگی کلان‌شهری ارائه می‌دهد و عنوان می‌کند که ویژگی این محدوده‌ها تمرکز کالبدی امکانات ارائه آثار هنری، صنایع سرگرمی و شرکت‌های فعال در حوزه ارتباطات و تجارت اینترنتی است (Santagat, 2006). محدوده فرهنگی برای بروکس و کشر با محیط‌هایی با کاربری‌های مختلط که محوریت عملکردی‌شان فرهنگی است تعریف می‌گردند (Brooks & Kushner, 2001).

در مجموع محدوده‌های فرهنگی شهری همه‌جا همسان نیستند و به‌عنوان یک پدیده اقتصادی، در مدل دسته‌بندی محلی - که اخیراً بسیار مورد توجه قرار گرفته است - جای می‌گیرند (Scott, 2000) و از سوی دیگر صنایع خلاق و فرهنگی نیز از منظر تاریخی گرایش به تجمیع در بخش‌های خاص از شهرها را نشان داده‌اند. محلات تاریخی و فضاهای شهری احیا شده که مورد توجه گردشگران قرار گرفته‌اند گونه‌ای از محدوده‌های فرهنگی به‌شمار می‌روند و تمرکز وجود فضاهای فرهنگی و هنری در آنها می‌تواند بر مبنای ارائه محل‌هایی برای ارائه آثار هنری، تئاترها و موزه‌های بسیار شاخص باشد.

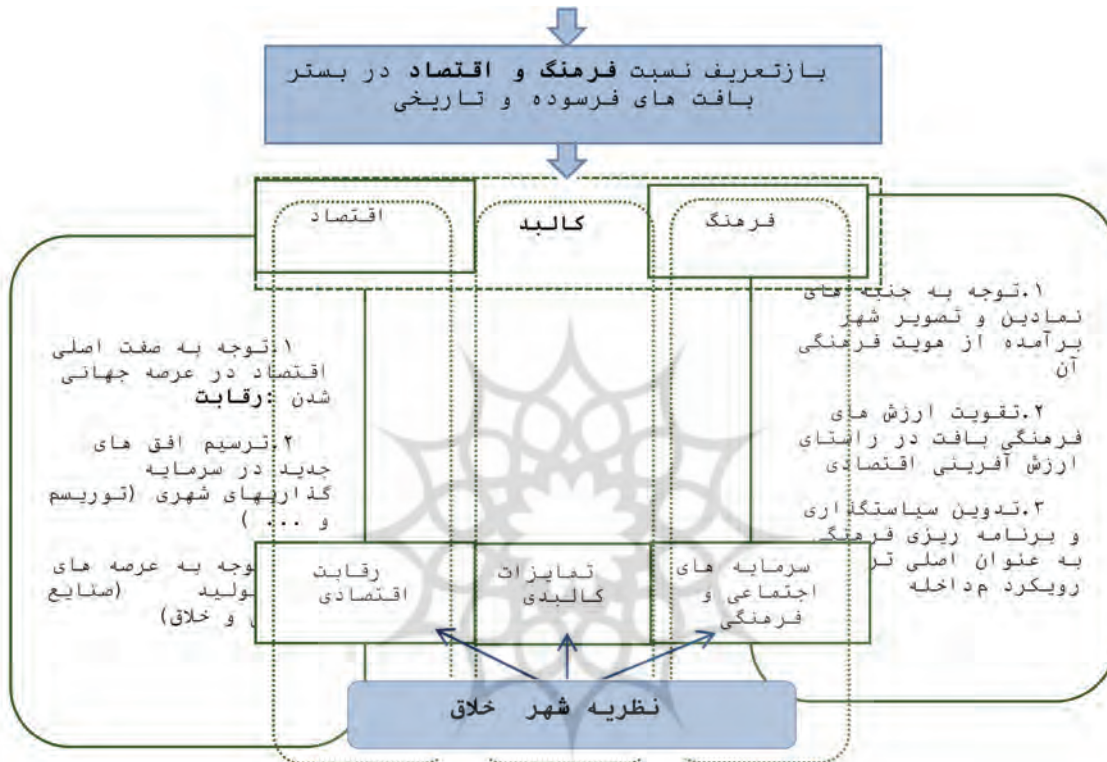
به‌همین ترتیب، محدوده‌ها و محلات فرهنگی به‌طور فزاینده‌ای در شهرهای آمریکایی و اروپایی فراگیر شده‌اند. در جایی که آثار مخرب الگوهای توسعه اقتصادی محض، ضرورت بازنگری در موضوع فرهنگ را به‌عنوان ابزار اصلی در خدمت بازآفرینی شهری الزامی کرده است. ایده اصلی در راهبرد محلات فرهنگی این است که شهرها می‌توانند محلات فرهنگی را با برنامه‌ریزی کاربری‌های مختلط و ترکیب سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی و عمومی ایجاد کنند (Landry, 2000). علاوه بر این، این فرض وجود دارد که همه جنبه‌های زندگی شهری و فضاهای شهری می‌توانند به‌عنوان منبعی برای ایجاد ارزش‌های اقتصادی-اجتماعی در این گونه محلات مورد بهره‌برداری قرار گیرند. به‌طور خلاصه باید گفت، محلات فرهنگی می‌توانند خلاقیت را به فرهنگ و فرهنگ را به اهداف و خدمات اقتصادی ارزشمند ترجمه کنند. برخی اوقات محصولات فرهنگی در یک محله فرهنگی موجب ایجاد حقوقی برای سرمایه‌های فکری-فرهنگی از طریق ایجاد نشان ویژه تجاری برای آن می‌شوند (Montgomery, 2006).

یک محله فرهنگی موفق مطابق با نظر مونتگومری شامل سه وجه طراحی، عملکردی و معنایی است. یک مکان با وجود سطح فعالیت مناسب اما فرم شهری ناکارآمد، یک محله فرهنگی نخواهد بود که بتواند مکان خوبی برای جذب استفاده‌کنندگان و بازدیدکنندگان باشد. این به‌معنای آن است که محلات فرهنگی و درواقع در گستره‌ای وسیع‌تر اقتصاد شهری خلاق، نمی‌تواند جغرافیا و ویژگی‌های مکانی شهر را نادیده بگیرد. علاوه بر این، یک محله فرهنگی که نتواند معنایی جدید (در شکل ایجاد کار جدید، ایده یا مفاهیم جدید) ایجاد کند بیشتر شبیه به ملغمه‌ای از مکان‌های دیگر خواهد بود. یک محله فرهنگی خوب، واقعی خواهد بود هنگامی که نوآورانه و در حال رشد و تغییر باشد (Montgomery, 2003, 302). محلات فرهنگی به‌منظور دستیابی به موفقیت پایدار نیازمند حفظ آنچه که خوب است دارند (پایایی) در عین حال باید انعطاف‌پذیر بوده، قویاً نسبت به تغییرات سازگار و پذیرای ایده‌های جدید و راهکارهای نوین باشند (دگرپرسی). اگر این اتفاق نیفتد محلات فرهنگی کلاً ناپدید شده یا به مجموعه‌ای از محیط‌ها و امکانات عمومی صرف تبدیل خواهند شد؛ و یا به یک نشانه محض تاریخی-فرهنگی بدل می‌گردند (Kim, 2011, 142). اگر به مفهوم محلات و محدوده‌های فرهنگی در سیر تحولاتشان نگاه کنیم «مفهوم محدوده‌های فرهنگی همزمان با سیر تحول برداشت و کاربست عامل فرهنگ و پیدایش صنایع خلاق، دچار تحول در مقیاس گردیده است. در این سیر، گذاری از هسته‌های فرهنگی به استخوان‌بندی فرهنگی و از استخوان‌بندی فرهنگی به عرصه‌های فرهنگی همگانی روی داده است. این ظرف کالبدی، فضایی مناسب برای پذیرش اقتصادهای نوآورانه و رویدادهایی است که نیروی محرکه اصلی بازآفرینی و موجد رونق اقتصادی این محدوده‌ها می‌شوند. محدوده‌های فرهنگی تعریف شده، معمولاً جزئی از بافت‌های مرکزی و درونی شهرها هستند؛ ویژگی‌ها و پیشینه تاریخی، میراث کالبدی و ذخیره ساختمانی متناسب با نیاز کارکردهای فرهنگی در این بخش از شهرها، موجب می‌شود تا شرایط مناسب‌تری برای تعریف محدوده‌های فرهنگی مهیا باشد (Lotfi, 2011, 52).

در مجموع می‌توان رسالت بازآفرینی فرهنگ‌مبنا را این‌گونه بیان نمود که کاربست فرهنگ در جایگاهی راهبردی و با هدف دستیابی به سازوکاری اقتصادی و پررونق که می‌تواند متضمن اهداف توسعه‌ای باشد و چهره‌ای فرهنگ‌گرا برای شهرها ترسیم کند، رویه‌ای است که در چارچوب بازآفرینی شهرها به آن اهمیت فراوانی داده شده است. بازآفرینی فرهنگ‌مبنا با طرح مفاهیم پایه‌ای مانند استفاده از حوزه‌های نوآورانه اقتصادی و آنچه صنایع خلاق نامیده می‌شود، به این نکته اساسی می‌رسد که می‌توان در بافت‌های درونی و هسته‌های مرکزی شهرها با اطمینان به نتیجه بازآفرینی، از رهیافت فرهنگی و ویژگی‌های مثبت آن بهره جست (Lotfi, 2011, 47).

## نتیجه گیری

بازآفرینی شهری فرهنگ‌مبنا در جستجوی آن است که با ساحت کالبدی، کارکردی و تصویری مکان سازگاری حداکثری ایجاد نماید و در این میان تأکیدات شهر خلاق (در حوزه نظری و تجارب عملیاتی آن) حاکی از توجه ویژه به سرمایه‌های اجتماعی در قالب استعدادهای فردی و گروهی در زمینه‌های هنری، فرهنگی، علمی و ورزشی از سویی و توجه به ظرفیت‌های ویژه مکانی و تمایزات محلی (میراث فرهنگی، طبیعی و معنوی) در پس‌زمینه پذیرش تنوع مکانی-فرهنگی، رقابت اقتصادی و انسجام اجتماعی از سوی دیگر است. در نظریه شهر خلاق توجه به ویژگی‌های مکانی اعم از سنت‌ها، موارث و خرده‌فرهنگ‌ها در دستیابی به تصویری یکتا از شهر (تصویری) در امتداد راهبرد رقابت در اقتصاد محلی (کارکردی) مورد عنایت ویژه است. توجه به محصولات و صنایع محلی و سرمایه‌های کالبدی شهر (کالبدی) نیز در چارچوب تقویت اقتصاد مکان‌پایه کاملاً پذیرفته شده است. توجه به نحوه استقرار گروه‌های پیش‌برنده صنایع خلاق در شهر خلاق در بستر شبکه‌های اجتماعی و استقرار یافته در محدوده‌های فرهنگی نیز جنبه‌های اجتماعی نظریه مذکور را تبیین می‌نماید. مجموعاً می‌توان چنین جمع‌بندی نمود که بر مبنای پیش‌فرض بازآفرینی فرهنگ‌مبنا، در تلفی از فرهنگ به‌عنوان موتور پیش‌راننده اقتصاد شهری و عامل اصلی کیفیت‌بخشی به جنبه‌های کالبدی و کارکردی بافت‌های فرسوده شهری، نظریه شهر خلاق دستاوردهای مشخصی را در عملیاتی‌نمودن این انگاره‌ها در برداشته است.



شکل ۱. چارچوب مفهومی تبیین جایگاه نظریه شهر خلاق در بازآفرینی شهری فرهنگ‌مبنا (مأخذ: نگارنده)

## پی‌نوشت‌ها

۱. Dual city
۲. Dual city Regimes of Capital Accumulation
۳. Dual city Public Realm
۴. Keynesian Economic
۵. Public Private Partnerships (PPPs)
۶. Cities and the Wealth of Nations: Principles of Economic Life (1984)
۷. Enterprises
۸. The creative turn
۹. Creative industries
۱۰. Cultural industries
۱۱. Theodor Adorno
۱۲. Max Horkheimer
۱۳. Richard Florida
۱۴. European Capital of Culture (ECC)
۱۵. Creative city
۱۶. Global Network of Creative Cities
۱۷. Ake. E. Andersson
۱۸. Tolerance



- ۱۹. The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators
- ۲۰. Allen Scatt
- ۲۱. Ann Markusen
- ۲۲. Andy Pratt
- ۲۳. European cultural city
- ۲۴. European cultural capital
- ۲۵. Remaking civic spaces
- ۲۶. Adaptive reuse
- ۲۷. Wynne
- ۲۸. Santagata
- ۲۹. Brooks, Kushner
- ۳۰. The local cluster model
- ۳۱. Brand

## فهرست منابع

- Ashtari, H., & Mahdneghad, H. (2011) *Creative city, Creative class*, Tehran: Tisa Pub.
- Bianchini, F. & CLES. (1988) *City centres, city cultures: The role of the arts in the revitalisation of towns and cities*, Manchester: CLE.
- Bianchini, F., & Parkinson, M. (1993) *Cultural policy and urban regeneration: The West European experience*, Manchester: Manchester University Press.
- Brooks, AC& RJ Kushner (2001) "Cultural District sand Urban Development," *International Journal of Arts and management*, 3.
- Currid, E. (2007) *The Warhol Economy: How Fashion, Art and Music Drive*, Princeton University Press, Princeton, New York City.
- DCMS (1998) *The creative industries mapping document*, London: Department of Culture, Media and Sport.
- DCMS (2010) *The creative industries mapping document*, London: Department of Culture, Media and Sport.
- Florida, R. L. (2002) *The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life*, New York, NY: Basic Books.
- Florida, R. L. (2004) *Cities and the creative class*, London: Routledge.
- Florida, R., & Tinagli, I. (2004) *Europe in the creative age*, London: Demos.
- Freestone, Robert and Chris Gibson. (2004) "City Planning and The Cultural Economy," *City Futures Conference*, Chicago. Date Accessed: November 20, 2012.
- García, B. (2004) "Cultural policy and urban regeneration in western European cities: Lessons from experience, prospects for the future," *Local Economy*, 19 (4), 312326-.
- Ghilardi, L., and Bianchini, F. (1997) *Culture and neighbourhoods: A comparative report*, Strasbourg: Council of Europe Publishing.
- Goldbard, Arlene (2006) *New Creative Community, The Art of Cultural Development*, New Village Press.
- Griffiths, R. (1995) "Cultural strategies and new modes of urban intervention," *Cities*, 24 (4), 253-265.
- Hackworth, Jason (2007) *The Neoliberal City: Governance, Ideology and Development in American Urbanism*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Hearne, Rory (2006) "Neo-liberalism, Public Services and PPPs in Ireland," *Progress in Irish Urban Studies*, Vol. 2, pp. 114-.
- Hutton, T. A. (2004) "The new economy of the inner city," *Cities*, 21, 89-108.
- J. Navarro Yáñez, Clemente (2013) *Do 'creative cities' have a dark side? Cultural scenes and socioeconomic status in Barcelona and Madrid (1991-2001)* CITIES, 35, 213220-.
- Landry, C. (2000) *The creative city: a toolkit for urban innovators*, London: Earthscan.
- Landry, C. (2006) *The art of city-making*, London: Earthscan.
- Lloyd, R. (2006) *Neo-bohemia: Art and commerce in the postindustrial city*, London: Routledge.
- Lotfi, S. (2011) "Culture led urban regeneration: contemplation on cultural motifs and regeneration act," *Honarhaie Ziba*, (47), 4560-.
- Markusen, S. (2006) "Urban development and the politics of creative class. Evidence from the study of artists," *Environment and Planning A*, 38, 1921-1940.
- Martínez, G (2007) "Selling Avant-garde: How Antwerp Became a Fashion Capital (1990-2002)," *Urban Studies*, Vol. 44.
- Mollenkopf, John H. & Manuel Castells (1991) *Dual city*, Russell Sage Foundation, New York.
- Molotch, H. ( 1996) L.A. as design product: how art works in a regional economy. In: Scott, A.J., Soja, E.W. (Eds.), *The City: Los Angeles and Urban Theory at the End of the Twentieth Century*. University of California Press, Los Angeles.
- Montgomery, J. (2005) *Dublin, Sheffield, Manchester and Adelaide: Cultural Quarters as Mechanisms for Urban Regeneration*, in E. Charlesworth (ed.) *City Edge: Case Studies in Contemporary Urbanism*. Oxford: Elsevier.

- O'Connor, Justin (2007) *The cultural and creative industries: A review of the literature*. Creative Partnerships, The University of Leeds.
- Peck, J., Tickell, A. (2004) *Neoliberalizing space*. In N. Brenner, N. Theodore (Eds.), *Spaces of Neoliberalism, Urban Restructuring in North America and Western Europe*. Malden, Oxford, Melbourne, Berlin: Blackwell Publishing, pp. 33–57.
- Pourjafar, M. & Dehghan, F. (2011) "Role of cultural landscape regeneration in the enhancement of the quality of citizen life," *Naqshejahan*, (1), 81- 94.
- Pratt, A. C. (2008) *Creative cities: The cultural industries and the creative class*, Geografiska Annaler: Series B. Human Geography, 90 (2), 107–117.
- Pratt, A. C. (2009b) *Policy transfer and the field of the cultural and creative industries: learning from Europe?* In L. Kong & J. O'Connor (Eds.), *Creative economies, creative cities: Asian–European perspectives* (pp. 9–23) Heidelberg, Germany: Springer.
- Pratt, A. C. (2010) "Creative cities: Tensions within and between social, cultural and economic development, A critical reading of the UK experience," *City, Culture and Society*, 1 (1), 13–20.
- Quinn, B. (2005) *Arts festivals and the city*, Urban Studies, 42, 927–943.
- Santagata, W. (2002) "Cultural districts, property rights and sustainable economic growth," *International Journal of Urban and Regional Research*, 26 (1), 9–23
- Sasaki, M. (2001) *The Challenges for Creative Cities*, Iwanami Shoten.
- Sasaki, M. (2010) "Urban regeneration through creativity and social inclusion: Rethinking creative city theory through a Japanese case study," *Cities*, 27, S3–S9.
- Scott, A. J. (2000) *The cultural economy of cities: Essays on the geography of imageproducing industries*, London: Sage.
- Scott, A. J. (2006) "Creative cities: conceptual issues and policy questions," *Journal of Urban Affairs*, 28 (1), 1–17.
- Stern, Mark and Seifert, Susan (2007b) *Cultivating "Natural" Cultural Districts*, Philadelphia: The Reinvestment Fund. Date Accessed: September 5, 2012.
- Udo-Ernst, H. (2005) "Spaces for creativity and innovation," *Creativity and Innovation Management*, 14 (3), 288–298.
- Vanolo, A., (2005) "The image of the creative city. Some reflections on urban branding in Turin," *Cities*, 25 (6), 370–382.
- Wood, P., & Landry, C. (2007) *The intercultural city: Planning for diversity advantage*, London, Sterling, VA: Earthscan.
- Zukin, S. (1995) *The cultures of cities*, Cambridge, MA: Blackwell.