



Creative Class: An Inquiry into the Possibilities of Formation of Creative City in Tehran

Nafiseh Azad¹, Soheila AlirezaNejad^{2*}, Amir Nazemi³

¹ Ph.D Candidate, Department of Sociology, Faculty of Social Science, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

² Associate Professor, Department of Sociology, Faculty of Humanities, Garmsar Branch, Islamic Azad University, Garmsar Branch, Garmsar, Iran.

³ Assistant Professor, Department of Future Studies, Faculty of National Research Institute for Policy in Iran, Tehran, Iran.

Abstract: The theory of Creative city has been an attempt to respond to changes in modern cities problems in information society. In this theory, cities attract more capital by using creative class abilities in the context of the creative economy and by creating a competitive advantage to attract the creative class. The formation of the creative city is the result of the convergence of three main pillars: the creative economy, the creative class, and the creative community. In this research, first, we examined the economic and social indices of the creative economy in Tehran, and then, using the grounded theory approach, investigated the feasibility of creative class formation and creative communities and also the production of wealth from creativity. Although indicators, such as the educated young population and the rate of knowledge-based firms in Tehran, are among Tehran creative capacities but other economic indicators such as inequality, unemployment and the very small share of new businesses in Tehran's entire economy are preventing the rise of a creative city. Also the findings suggest that creative economic action may be seen in Tehran, but there is no sign of the growth of the class that is able to generate wealth by using creativity. The creation of creative communities is not possible due to the formation of "urban tribes" in Tehran, and the city is a rift rather than a context of creative people. In another paradigm of low prevalence, there are signs of the emergence of a creative economy that has a weak link with Iranian society, a strong desire to invest and exit Iran, and fears of economic and social monopolies prevent it from emerging as a creative class.

Key Words: Creative Class, Creative city, Creative Economy, Creative Communities.

طبقه خلاق: کاوشی در امکان‌های شکل‌گیری اجتماعات و اقتصاد خلاق در تهران

نفیسه آزاد^۱، سهیلا علیرضانژاد^{۲*}، امیر ناظمی^۳

۱- دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.

۲- دانشیار گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار، سمنان، ایران.

۳- استادیار گروه پژوهشی آینده‌اندیشی، مرکز تحقیقات سیاست علمی کشور، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۷/۳۰ تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۴/۰۱

چکیده

نظریه شهر خلاق، تلاشی برای پاسخ دادن به تغییرات فزاینده سرمایه در اقتصادهای شهری عصر اطلاعات است. در این نظریه، شکل‌گیری طبقه خلاق در بستر اقتصاد خلاق و ایجاد مزیت رقابتی برای جذب طبقه خلاق، ضروری است؛ به این معنا شکل‌گیری شهر خلاق، حاصل هم افزایی سه ستون اصلی است: اقتصاد خلاق، طبقه خلاق و اجتماعات خلاق. در این پژوهش، ابتدا با بررسی شاخص‌های اقتصادی و اجتماعی، بسترهای شکل‌گیری اقتصاد خلاق در تهران بررسی شد، سپس با استفاده از روش نظریه مبنایی، امکان‌پذیری شکل‌گیری طبقه خلاق، اجتماعات خلاق و تولید ثروت از خلاقیت آزموده شد. اگرچه برخی شاخص‌ها مانند تراکم جمعیت جوان تحصیل کرده و سهم شرکت‌های دانش‌بنیان در تهران از ظرفیت‌های شکل‌گیری شهر خلاق در تهران‌اند، شاخص‌های اقتصادی دیگر مانند نابرابری، بیکاری و سهم بسیار اندک کسب و کارهای نوین از کل اقتصاد تهران، امکان شکل‌گیری شهر خلاق را ضعیف می‌کند. علاوه بر این، یافته‌ها نشان می‌دهد شاید بتوان کوشش خلاق اقتصادی را در تهران دید؛ اما نشانه‌ای از رشد طبقه خلاق دیده نمی‌شود که قادر است با خلاقیت، تولید ثروت کند. در این باره دو پارادایم شناسایی شد. شکل‌گیری اجتماعات خلاق به واسطه شکل‌گیری «قبایل شهری» در پارادایم گنگ‌های خلاقیت امکان‌پذیر نیست و شهر به جای آنکه بستر پیوند افراد خلاق باشد، زمینه گسست است. در پارادایم دوم نشانه‌هایی از شکل‌گیری اقتصاد خلاق دیده می‌شود که پیوند ضعیف با جامعه ایران، میل شدید به سرمایه‌گذاری و خروج از ایران و نگرانی از انحصارات اقتصادی و اجتماعی، مانع شکل‌گیری آن در قامت یک طبقه خلاق است.

واژه‌های کلیدی: طبقه خلاق، شهر خلاق، اقتصاد خلاق، اجتماعات خلاق.

* Corresponding Author: Soheila Alirezanejad

E-mail address: nafise.azad@gmail.com, soal802001@gmail.com, amirnazemy@gmail.com

Copyright2020@University of Isfahan. All rights reserved

۱- مقدمه

جذاب است؛ چون با استفاده از ظرفیت‌های ایجادشده در عصر حاضر، به توسعه اقتصادی و فرهنگی شهرها منجر می‌شود - (ظاهراً) بی‌آنکه آسیب‌های توسعه صنعتی را داشته باشد - و مناقشه‌برانگیز است؛ زیرا امکان‌پذیری آن از سرمایه انسانی مستقل نیست. ظرفیت‌های سرمایه انسانی، عمیقاً به نظام ارزشی - هنجاری جامعه مقصد وابسته است. در این مقاله بررسی شد آیا ویژگی‌های سرمایه انسانی در شهر تهران - که در نظریه شهر خلاق با عنوان «طبقه خلاق» شناخته می‌شود - این ظرفیت را دارد که در اقتصاد خلاق شهری مشارکت فعال داشته باشد و موجب توسعه آن شود.

۲- مبانی نظری

۱-۲ شهر خلاق

محبوبیت نظریه شهر خلاق در توسعه اقتصادی شهرهای بزرگ آمریکای شمالی و اروپا با فرآیندهای تغییرات اجتماعی توضیح داده می‌شود. این فرآیندها عمدتاً به جهانی شدن اقتصاد خدماتی مربوطاند. فرآیندهای تغییر اقتصادی، سیاسی، فناورانه و در نهایت اجتماعی - فرهنگی (مصرف) هستند (رومین، ۲۰۱۲: ۲۷). این تغییرات به روندهای ساختاری زیر منجر شده است: بازارهای مصرف در اقتصادهای پیشرفته از «عرضه‌محور» به «تقاضا‌محور» تغییر کرده‌اند.

تقاضای مصرف کنندگان از شکلی همگن به شکلی ناهمگن تغییر کرده است (مایلز و مایلز، ۲۰۰۴: ۳۳). یکی از پیامدهای مهم این تغییرات در روندهای ساختاری، ظهور تغییرات سریع در تقاضا است.

اقتصادهای شهری رقابتی پرهزینه، وابسته به تغییر در ساختارهای تولیدی خود [از تولید صنعتی] به فعالیت‌های طراحی خلاق و دانش‌محور با ارزش افزوده بالا و ظرفیت نوآوری سریع است.

شغل‌ها به‌ویژه در بخش تولید دانش‌محور و خلاق با سطح بالایی از تأثیر [بر اقتصاد شهری] برجسته می‌شوند (رومین، ۲۰۱۲: ۲۷).

شهر خلاق بستری است که اقتصاد دانش‌بنیان در آن شکل می‌گیرد؛ درحالی که هم از حضور طبقه خلاق قدرت می‌گیرد و

ایده شهر خلاق با اتکای به مفهوم خلاقیت، چشم‌اندازی ویژه از توسعه اقتصادی شهرها ارائه می‌کند. خلاقیت بررسی شده در این نظریه با دو عامل اساسی رشد طبقه خلاق و نیز صنایع خلاق در شهرها شکل می‌گیرد. جهانی شدن سرمایه و توسعه فناوری اطلاعات، جهان مدرن و شیوه رقابت اقتصادی را در شهرها دگرگون کرده است (شپانی و ایزدی، ۱۳۹۳: ۶۴). راجرز و فیشر بر تولد فرهنگ شهری نوینی تأکید می‌کنند که به واسطه آن، تراکم شهری، ارتباط آسان‌تر و چهره‌به‌چهره و در نتیجه، خلاقیت‌های فرهنگی، اقتصادی، علمی و فناوری را تسهیل می‌کند. آنها این تراکم زاینده را لوکوموتیو عصر پسا صنعتی می‌دانند (راجرز و فیشر، ۱۹۹۲: xvi).

اقتصاد خلاق در دید صاحب‌نظران آن چاره‌ای برای حل مشکلات شهرهای عصر پسا صنعتی با استفاده از ظرفیت‌های انباشت سرمایه، ارزش ایده و توسعه فناوری است (پنگ و یانگ، ۲۰۰۳: ۳۱). اقتصاد خلاق در شهرهایی مثل سان‌فرانسیسکو، گلاسکو و بارسلونا با رویکرد بسیار مثبت به کار گرفته شد. شهرهای دیگر دنیا نیز با وجود همه عدم قطعیت‌ها در پی اجرای آن برآمدند (امین و تریف، ۲۰۰۷: ۱۵۱)؛ اما با در نظر گرفتن پیشینه اقتصادی و به‌ویژه فرهنگی شهرها، موفق بودن یک سیاست در یک شهر به معنای ایجاد تجربه مشابه در دیگر شهرها نیست. بیرگارد معتقد است «نظریاتی که برآمده از ملاحظات پارادایمی هستند، احتمال کمی دارد که مناسب سیاست‌گذاری توسعه شهری در سطحی عمومی [در همه دنیا] باشند» (بیرگارد، ۲۰۰۳: ۱۹۰). اگرچه سرمایه انسانی خلاق، عنصری مرکزی برای اقتصاد خلاق است، منافع مربوط به ارزش اقتصادی آن ریشه در ظرفیت مشارکت آن در توسعه اقتصادی یک [جامعه] خاص دارد (کول، ۲۰۱۶: ۲). به اعتقاد هاوکینز، اقتصاد خلاق می‌تواند «ایده‌هایی همچون صنایع خلاق، صنایع فرهنگی، شهرهای خلاق، خوشه‌ها و طبقه خلاق را زیر چتر خود بیاورد» (هاوکینز، ۲۰۱۳). ایده شهر خلاق همان‌قدر که برای سیاست‌گذاری اقتصادی و فرهنگی شهرهای آینده جذاب است، مناقشه‌برانگیز هم هست.

- 1 Rogers & Fisher
- 2 Peng & Yang
- 3 Amin & Thrif
- 4 Beauregard
- 5 Coles
- 6 Hawkins

است. این چهار عامل عبارت‌اند از: (۱) قابلیت ترکیب‌شدن دستاوردهای نظری طبقه خلاق با نوآوری‌های عملی؛ (۲) وجود صنایع فوق پیشرفته و استفاده شرکت‌ها و صنایع مختلف از خدمات آن؛ (۳) میزان نوآوری به‌زای هر فرد که باید معیارهای ارزیابی واضحی داشته باشد و (۴) تنوع [قومیت، مذهب، نژاد، سلیقه و در نهایت سبک زندگی] که با وجود فعالیت اقشار و گروه‌های مختلف در مشاغل گوناگون سنجش می‌شود (موسترد و موریه ۳، ۲۰۱۱: ۹۰). به این معنا آنچه اقتصاد خلاق شناخته می‌شود، ترکیبی از یک بازار مناسب برای تجارت ایده‌ها و بستری مناسب برای شکل‌گیری ایده‌ها است که به واسطه طبقه خلاق ممکن می‌شود و نیز شکل‌گیری اجتماعاتی در جغرافیای شهری که هم‌افزایی، پیچیدگی و سرعت مورد نیاز را فراهم کنند. بدون این ترکیب، نه اقتصاد خلاق ممکن خواهد بود، نه شهر خلاق.

۲-۳ شکل‌گیری طبقه خلاق

در دهه شصت میلادی پیترو دراکر و فریتز ماچلپ ۴ بازیگران جدید حوزه اقتصادی را «کارگران دانش» نامیدند (ماچلپ، ۱۹۶۲: ۳۸۳). دانیل بل ۵ نیز یک ساختار طبقه‌ای شایسته‌سالار از دانشمندان، مهندسان و مدیران شناسایی کرد که به نظر او برآمده از تغییرات اقتصادی انتقال از دوره تولید کارخانه‌ای به دوران «پساصنعتی» بود (بل ۶، ۱۹۷۳: ۳۷). فلوریدا از این مفاهیم استفاده کرد تا جنبه‌های اقتصادی برآمدن «طبقه خلاق» را توضیح دهد (فلوریدا، ۲۰۱۲: ۳۵). از دید فلوریدا چیزی که این طبقه را گرد هم می‌آورد، نه فقط ارزش‌ها و نگرش‌ها، جایگاهی است که این گروه در دل ساختار اقتصادی به خود اختصاص داده است.

۲-۴ ویژگی‌های طبقه خلاق

خیزش طبقه خلاق با تغییرات قدرتمند و معناداری در ارزش‌ها، هنجارها و گرایش‌ها بازمی‌آید می‌شود. فلوریدا این ارزش‌ها را با سه ویژگی معرفی می‌کند: فردگرایی: اعضا طبقه خلاق سطح بالایی از فردگرایی و خودیابانی را نشان می‌دهند. آنها نسبت به پیگیری دستورات

هم موجب جذب طبقه خلاق به شهر می‌شود. تراکم طبقه خلاق به شکل‌گیری اجتماعات خلاق منجر می‌شود که هم صورت‌بندی جدید روابط اجتماعی‌اند و هم به افزایش رونق اقتصاد خلاق منجر می‌شوند. به این ترتیب سه ستون اصلی شهر خلاق عبارت‌اند از: اقتصاد دانش‌بنیان (به‌منزله نیروی پیشران)، طبقه خلاق (به‌منزله نیروی انسانی امکان‌پذیرکننده) و اجتماعات خلاق (به‌منزله عنصر پیونددهنده شهر و طبقه خلاق) (فلوریدا، ۲۰۱۲).

۲-۲ اقتصاد خلاق؛ نیروی پیشران تغییرات

از دید فلوریدا برآمدن اقتصاد خلاق، قوانین بازی توسعه اقتصادی را [در شهرها] تغییر داده است (فلوریدا، ۲۰۱۲: ۳۰۴). نکته نوین در این اقتصاد، تشدید رابطه بین خلاقیت و اقتصاد و نیز ترکیب آنها برای ساختن ارزش و ثروت است. در اقتصادهای جدید با «صنایع خلاق ۱» روبه‌رو هستیم. در کشورهای توسعه‌یافته و نیز اقتصادهای توسعه‌یافته جنوب شرق آسیا بیش از ۵۰ درصد هزینه مصرفی در سبد این صنایع قرار دارد (سوسیو، ۲۰۰۸: ۳). به اعتقاد پیترو دروکر «منابع پایه اقتصادی - [یعنی] همان «بازار تولید» - دیگر نه سرمایه است، نه منابع و نه نیروی کار، بلکه دانش است» (دراکر ۲، ۱۹۹۳: ۲۹) فلوریدا می‌نویسد «بالتر از دانش، من خلاقیت را ... پیشران کلیدی اقتصاد امروز می‌دانم» (فلوریدا، ۲۰۱۲: ۳) به گفته جان هاوکینز، اقتصاد خلاق ارزشی معادل ۲.۲ تریلیون دلار در سال ۲۰۰۱ داشت که سالانه ۵ درصد رشد می‌کند. ارزش این اقتصاد در سال ۲۰۲۰ چیزی حدود ۱.۶ تریلیون دلار خواهد بود. در ایالات متحده این رشد عددی معادل ۱۴٪ و در بریتانیا ۱۲٪ است. در کشورهای عضو OECD رشد سالانه اقتصاد خلاق در دهه ۹۰ دوبرابر بخش خدمات و چهار برابر صنعت است. طبق گزارش بانک جهانی در سال ۱۹۹۹، ۳۷٪ تولید ناخالص ملی متعلق به اقتصاد خلاق بود. عامل اصلی رشد اقتصادی، تنها به فعالیت و نوآوری طبقه خلاق منوط نیست. برای سنجش بهتر این توانمندی‌ها، مقیاس جدیدی به‌عنوان شاخص خلاقیت ارائه شده است که بر اساس آن، وجود خلاقیت در اقتصاد شهری، ترکیبی از چهار عامل برابر از لحاظ وزنی

۱ عموماً زیرمجموعه‌ای از کسب و کارهای نوین در نظر گرفته می‌شوند. صناعی همچون نرم‌افزار، انتشارات، طراحی، موسیقی و بازی‌های دیجیتالی از جمله صنایع خلاق است.

شکل دادن خوشه‌های اقتصادی - کوچک یا بزرگ - مسیر جدیدی برای بازآفرینی شهرها هستند (سانتیسان، ۲۰۱۳: ۱). با توجه به شکل‌گیری اجتماعات خلاق در شهرها، منطقی است این اجتماعات نوع جدیدی از اجتماعات شهری به حساب آیند که در دوران تسلط اقتصاد خلاق بر شهرها شکل می‌گیرند و رشد می‌کنند (جیانگ، ۲۰۱۹: ۴).

۶-۲ ظرفیت‌ها و چالش‌های شهر تهران به‌عنوان شهر خلاق (مطالعات پیشین)

بخش عمده مطالعات مربوط به شهر خلاق تهران با فرض وجود شاخص‌های شهر خلاق در تهران انجام شده‌اند؛ برای مثال، کاظمیان و افشار در پژوهشی با نام «تحلیل راهبردی تأثیر شهر خلاق بر توسعه پایدار شهر تهران» در سال ۱۳۹۵ استراتژی‌هایی برای توسعه پایدار شهر تهران از منظر شهر خلاق ارائه کردند. مدیری و عصارزاده در پژوهشی با نام «ارزیابی شاخص‌های شهر خلاق در پهنه فرهنگی تهران» در سال ۱۳۹۳ پتانسیل‌ها و قابلیت‌های شهر تهران را برای تبدیل شدن به شهر خلاق، بررسی و معیارهایی برای ارزیابی مناطق مختلف شهر تهران به‌عنوان پهنه‌های فرهنگی شهر خلاق ارائه کردند. مختاری ملک‌آبادی و امینی قشلاقی در پژوهشی با نام «بومی‌سازی و تبیین شاخص‌های مکانی و فضایی شهر خلاق در کلان‌شهر تهران» در سال ۱۳۹۵ با تأکید بر برخورداری شهرهای ایرانی از پیشینه تاریخی، معتقدند این شهرها از متنوع‌ترین شهرها در دنیا هستند؛ بنابراین، از دید آنها شناسایی این قابلیت‌ها، سرمایه‌گذاری، تقویت و بهینه‌سازی و درنهایت نمود عینی آنها در شاخص‌های مکانی و فضایی شهرهای ایرانی، زمینه‌ساز حرکت شهرها به سمت شهر خلاق است. معاونت برنامه‌ریزی شهرداری تهران، مطالعاتی را در سال ۱۳۹۶ با نام «اسناد پشتیبان برنامه سوم توسعه تهران» انجام داد. در این قسمت، مفصل‌تر برخی نتایج آنها بررسی شده‌اند. نگاهی به این محاسبات، وضعیت عمومی شهر تهران را به لحاظ ظرفیت‌ها و چالش‌های شکل‌گیری شهر خلاق نشان می‌دهد که ناظر بر سرمایه‌های اقتصادی و اجتماعی شهری است. در این قسمت، برخی از شاخص‌های مربوط به بحث شکل‌گیری شهر خلاق بررسی شده‌اند:

شرکت‌ها و سازمان بی‌میل‌اند و در برابر ارزش‌های مسلط اجتماعی و سازمانی مقاومت نشان می‌دهند.

شایسته‌سالاری: شایستگی برای این طبقه، بسیار ارزشمند است. طبقه خلاق مدافع کار سخت، چالش و هیجان است. آنها می‌خواهند به شایستگی‌های بالاتر برسند؛ زیرا در آنچه به آن اشتغال دارند، بسیار خوب‌اند.

تنوع و بازبودن: تنوع در هر شکلی جزو ارزش‌های این طبقه است. طبقه خلاق به دنبال محیطی است که به روی تفاوت‌ها باز است (فلوریدا، ۲۰۱۲: ۷-۵۶).

فلوریدا به شکلی از هم‌افزایی هم‌زمان در توالی شکل‌گیری اقتصاد خلاق، اجتماعات خلاق و شهر خلاق معتقد است (فلوریدا، ۲۰۱۲: ۵۹)؛ اما در این پژوهش، تلاش شده است بر ظرفیت‌های شهر تهران به‌منزله بستر شکل‌گیری اجتماعات خلاق متمرکز شود.

۲-۵ اجتماعات خلاق؛ شهرهای خلاق

اگر اقتصاد دانش‌بنیان زمینه‌ساز شکل‌گیری طبقه خلاق است، شهر خلاق از ارتباط متقابل این طبقه با شهر از طریق اجتماعات خلاق شکل می‌گیرد. شکل یک نشان می‌دهد این حلقه، چرخه هم‌افزا و تکرارشونده است. «اجتماع خلاق» شکلی از اجتماع است که قادر است بر مبنای ارتباط نظام اقتصادی با خلاقیت - اقتصاد خلاق - در شهرها به وجود بیاید، رشد کند و نقشی محوری در شکل‌گیری شهر خلاق بازی کند. رشد اقتصاد خلاق قوانین بازی توسعه اقتصادی را برای شهرها تغییر داده است. پیش از این، شهرها خود را با مقیاس‌هایی همچون تعداد دفاتر مرکزی شرکت‌های بزرگ، نزدیکی به منابع طبیعی و نظایر آن - یعنی شرایط محیطی و صنعتی - می‌سنجیدند؛ اما امروز سرمایه انسانی کلید مهم موفقیت است. امروز فضای انسانی شهرها به اندازه فضای تجارت آنها مهم است. منظور از فضای انسانی نه تنها جذب و حفظ طبقه خلاق در شهرها، جذب و حفظ همه سرمایه‌های انسانی با تنوع بالایی از توانایی‌ها و مهارت‌ها به فضای شهری است. این گشودگی ۲ برای شهرها هزینه‌ای ندارد؛ اما نفع آن در شکل‌گرفتن اجتماعات خلاق به‌واسطه تراکم طبقه خلاق در شهرها است. اجتماعات خلاق، اتصال حیاتی میان هنر عمومی، فرهنگ و اقتصاد دانش‌بنیان‌اند. این اجتماعات با

۱-۶-۲ ظرفیت‌ها

سرمایه انسانی و خلق دانش: فضای انسانی شهرها از مؤلفه‌های مهم شهر خلاق است. فلوریدا به‌ویژه بر نیروی جوان مجرد در شهرها تأکید دارد و معتقد است تراکم آنها موجب شکل‌گیری اجتماعات خلاق می‌شود. افزایش نیروی کار بین سنین ۲۵ تا ۴۴ سال بدین معنا است که بازار کار منطقه شامل نیروی کار جوانی است که شانس بسیاری برای مشارکت در فعالیت‌های نوآورانه دارد. جدول زیر وضعیت تهران را نسبت به کل کشور در این زمینه نشان می‌دهد:

جدول ۱. شاخص‌های تحصيلات عالی سال ۱۳۹۵

شاخص‌های استخراجی	شهر تهران	کل کشور
نرخ رشد سالانه جمعیت ۲۵-۴۴ سال	۱.۴۲٪	۸۸٪
نسبت جمعیت رده سنی ۲۵ سال به بالا دارای تحصيلات عالی به کل جمعیت ۲۵ سال به بالا	۰.۳۶	۰.۸۳
تعداد دانشجویان به ازای هر هزار نفر	۸۰	۴۹
تعداد دانش‌آموختگان به ازای هر هزار نفر	۲۲۴	۱۲۱
سهم جمعیت ۱۸ تا ۲۴ سال دارای تحصيلات متوسطه از کل این جمعیت	۱۹٪	۲۵٪

مأخذ: مرکز آمار - برگرفته از سامانه جمعیتی شهرداری تهران

(data.tehran.ir)

حق امتیازات ثبت شده: یکی از شاخص‌های نسبتاً مطرح در زمینه نوآوری و خلاقیت در شهرها میزان ثبت حق امتیاز ثبت شده است. نگاهی به آمار ثبت پتنت - طبعاً بدون ملاحظات دیگر آن - نشان می‌دهد در شهر تهران به نسبت دیگر شهرهای ایران، وضعیت بسیار بهتری دیده می‌شود. بررسی نسبت پتنت‌های ثبت شده اعم از اختصاصی و مشترک به ازای هر ده هزار نفر جمعیت دارای تحصيلات دانشگاهی (مجموع دانشجویان و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی) در شهر و استان تهران به ترتیب برابر با ۰/۳۵ و ۰/۳۹ بود. این درحالی است که این شاخص در کل کشور برابر با ۰/۰۹ است (ربانی و دیگران، ۱۳۹۷: ۵۸).

سرریزهای دانش محور دانشگاهها: فلوریدا و دیگران از مراکز دانشگاهی به‌منزله منابعی برای تأمین نیروی انسانی متخصص و البته تشکیل اجتماعات خلاق یاد می‌کنند. تهران از این نظر در میان شهرهای دیگر ایران وضعیت بهتری دارد؛ زیرا

۱۰ درصد کل دانشگاهها و مراکز آموزش عالی کشور در تهران واقع شده‌اند. این سهم درباره مؤسسات آموزش عالی آزاد بیش از ۵۰ درصد است. بیش از ۸۰ درصد از پژوهشگاهها و گروه‌های پژوهشی زیرمجموعه آن نیز در شهر تهران مستقرند. استان تهران ۲۵ درصد از کل کارگاه‌های دارای فعالیت تحقیق و توسعه را در خود جای داده است. همچنین ۴۸ درصد از کل دانشگاهها و ۱۱ درصد از کل کارگاههای صنعتی دارای واحدهای تحقیق و توسعه نیز در استان تهران قرار دارند (رتبه نخست). استان تهران بیشترین سهم (۱/۱۹٪) از مراکز دارای واحد تحقیق و توسعه دانشگاهی را از کل مراکز دارای واحد تحقیق و توسعه دارد. استان تهران با سهم ۳۰ درصد بیشترین تعداد پروژه‌های تحقیق و توسعه کشور را به خود اختصاص داده است؛ با این حال، نسبت تحقیقات کاربردی به کل تحقیقات که نشان‌دهنده میزان خروجی مفید واحدهای تحقیق و توسعه و اثرگذاری آنها است، در استان تهران ۴/۹ درصد است که تهران را در رتبه ۱۲۵م قرار می‌دهد. داده‌ها نشان می‌دهند اگرچه استان تهران در مقایسه با دیگر استان‌ها مراکز بیشتری از تحقیق و توسعه دارد، شواهد جدی مبنی بر تمایل بالای این مراکز به سمت ایجاد نوآوری و خلاقیت در حوزه‌های کاربردی وجود ندارد (همان).

سرریزهای مراکز رشد: مراکز رشد سنجهای برای شکل‌گیری خوشه‌های اقتصادی مبتنی بر کسب و کارهای نوین است. شهر تهران به ترتیب ۲۱ و ۱۴ درصد از کل پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد کشور را پذیرا است که با توجه به جمعیت دانش‌آموختگان و دانشجویان دوره‌های عالی، در ارزیابی استانداردهای بین‌المللی جایگاه پایینی دارد (ربانی، ۱۳۹۷: ۵۷).

دسترسی به منابع مالی محلی: متناسب با ادبیات بین‌المللی، سهم سپرده‌های بانکی در سال ۱۳۹۶، به‌عنوان سنج دسترسی به منابع مالی بانک‌های محلی و منطقه‌ای، نشان می‌دهد استان تهران ۵۶ درصد از سپرده‌های کل کشور را به خود اختصاص داده است. این موضوع نشان از دسترسی بالاتر بنگاه‌های نوآور به منابع مالی محلی است (یحوی، ۱۳۹۷: ۱۰۵).

فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان: شرکت‌های دانش‌بنیان

۲. این موضوع احتمال دسترسی کسب و کارها و بنگاهها را به منابع مالی محلی، بالاتر می‌برد و لزوماً به این معنا نیست که آنها دسترسی بالایی دارند.

کل کشور برابر با ۱۳/۵۷ بود که این مقدار در شهر تهران برابر با ۱۰/۹ و کمتر از متوسط کشوری است؛ اما در مقایسه با استانداردهای جهانی رقم بالایی است (یحیوی، ۱۳۹۷: ۱۲۲).

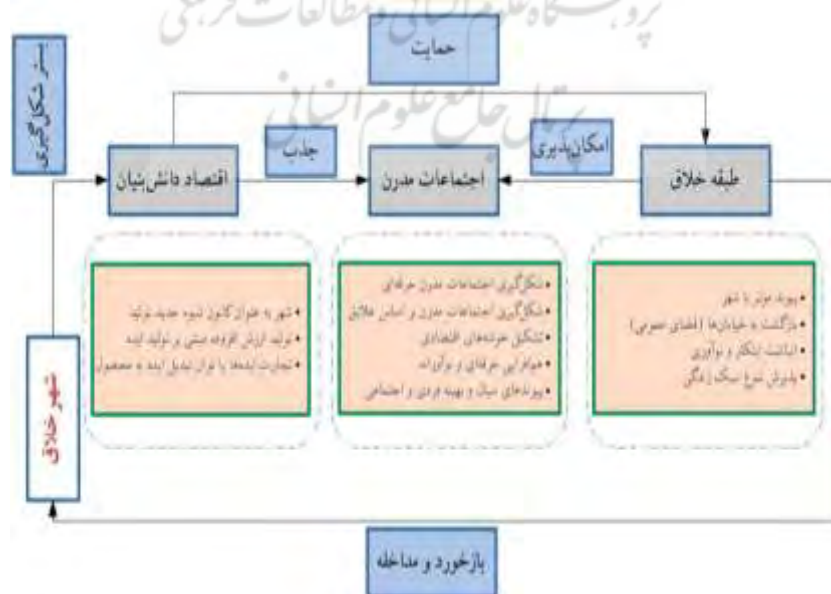
شاخص محیط عمومی کسب و کار: منظور از محیط عمومی کسب و کار، عوامل مؤثر بر عملکرد واحدهای اقتصادی مانند کیفیت دستگاههای حاکمیت، ثبات قوانین و مقررات، کیفیت زیرساخت‌ها و غیره است که تغییر دادن آنها فراتر از اختیارات و قدرت مدیران بنگاههای اقتصادی است. طبق گزارش‌های مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی درباره شاخص محیط کسب و کار، طی سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵ استان تهران وضعیت نامناسب‌تری در مقایسه با سطح کشور داشته است (ربانی و دیگران، ۱۳۹۷: ۶۰). در نهایت، از دید نظریه‌پردازان، میان سه ستون اصلی در نظریه «شهر خلاق» چرخه‌ای از هم‌افزایی وجود دارد. ورود به عصر اقتصاد دانش‌بنیان، صاحبان خلاقیت (خلاقیت همواره در جوامع شهری وجود داشت.) را تبدیل به یک طبقه اجتماعی می‌کند. تهران به لحاظ شاخص‌های اقتصادی نشانه‌های شکل‌گیری اقتصاد دانش‌بنیان را نشان نمی‌دهد؛ بنابراین، نمی‌توان مدعی شد وارد دوران پسا صنعتی شده است؛ اما در این مقاله، برای بررسی دقیق‌تر، نشانه‌های اجتماعی شکل‌گیری طبقه خلاق و اجتماعات خلاق مطالعه شده‌اند. جمع‌بندی موارد گفته‌شده درباره شهر خلاق در شکل شماره یک مشاهده می‌شود:

از جمله شاخص‌های شکل‌گیری اقتصاد دانش‌بنیان در شهر است. تا کنون تعداد ۱۷۶۹ شرکت دانش‌بنیان در استان تهران به ثبت رسیده‌اند که بسیاری از آنها در شهر تهران واقع شده‌اند. بیش از ۵۰۰ نمونه از این شرکت‌ها در زمینه «فناوری اطلاعات و ارتباطات و نرم‌افزارهای رایانه‌ای» و ۴۲۵ نمونه در زمینه «ماشین‌آلات و تجهیزات پیشرفته» فعالیت دارند (ربانی و دیگران، ۱۳۹۷: ۶۰). مطالعه‌ای در سال ۱۳۹۷ با هدف محاسبه داده - ستانده شهر تهران انجام شد؛ نتایج نهایی آن نشان می‌دهد تنها ۲,۰۵٪ از اقتصاد تهران متعلق به «خدمات شخصی» است که کسب و کارهای نوین، بخشی از آن به حساب می‌آیند (بانویی، ۱۳۹۷).

۲-۶-۲ چالش‌ها

نابرابری در توزیع درآمد (ضریب جینی): فلوریدا در ویرایش دوم کتاب خود از جغرافیای نابرابری به‌منزله یکی از موانع شکل‌گیری شهر خلاق نام می‌برد. نگاهی به شاخص‌های نابرابری نشان می‌دهد تهران وضعیتی نامناسب در این زمینه دارد؛ برای مثال، ضریب جینی در استان تهران بالاتر از متوسط کشور گزارش شده است؛ البته طی سال‌های ۱۳۹۱-۱۳۹۲ ضریب جینی در کشور روند کاهشی را تجربه کرده است؛ اما از ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۳، روند افزایشی با شیب تندی را نشان می‌دهد. این شاخص در نقاط شهری تهران در تمامی دوره‌های بررسی‌شده روند کاهشی خود را حفظ کرده است (اندایش، ۱۳۹۷: ۱۷).

نرخ بیکاری: طی دوره ۱۳۸۲-۱۳۹۵ متوسط نرخ بیکاری در



شکل ۱- ستون‌های اصلی شکل‌گیری شهر خلاق و نوع ارتباط آنها با یکدیگر

۳- روش

روش در هر پژوهش به ماهیت پرسش آغازین وابسته است. به دست دادن توصیف دقیق از آنچه در بطن جامعه شهری تهران به‌عنوان بستر مطالعه می‌گذرد و نیز شناخت لایه‌های نهانی‌ترِ نامزدهای پیش‌قراولان طبقه‌خلاق، به کاربرد روش کیفی نیاز دارد؛ زیرا ویژگی‌های کیفی زندگی اجتماعی به‌سادگی به شکل کمی در نمی‌آیند و آزموده و سنجیده نمی‌شوند. در پژوهشی که با اتکا به روش پژوهش کیفی انجام می‌شود، تلاش بر معناکاوی پدیده اجتماعی معطوف است. در این مطالعه از روش کیفی تحلیل محتوا ۱۱ برای این معناکاوی استفاده شده است. «هدف از تحلیل محتوا، بالابردن کیفیت استنباطی نتایج از طریق پیوند دادن آنها با بافتار ۲ یا محیطی است که داده‌ها را تولید کرده است» (وانبولت ۳، ۱۹۹۲: ۳۱۴). وبر (۱۹۸۵) توجه را به این نکته جلب می‌کند که «ماهیت استنباط در این روش از علایق نظری یا رویکرد شخصی متفاوت و مستقل است».

از میان رویکردهای تحلیل محتوای کیفی در این مطالعه از رویکرد تحلیل محتوای کیفی جهت‌دار استفاده است. این روش را معمولاً روش قیاسی متکی بر نظریه طبقه‌بندی می‌کنند که تمایز آن با دیگر رویکردهای تحلیل محتوای کیفی، نقش نظریه در آن است (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰: ۲۴). مراحل زیر برای تحلیل محتوای کیفی انجام شده‌اند:

۱. انتخاب واحد تجزیه و تحلیل؛

۲. ایجاد و تعریف مقوله‌ها؛

۳. پیش‌آزمایی تعاریف و قوانین کدگذاری؛

۴. ارزیابی قابلیت اطمینان و اعتبار؛

۵. بازنگری قوانین کدگذاری در صورت لزوم؛

۶. پیش‌آزمایی الگوها، طبقه‌بندی و ارتباط آنها با هم؛

۷. کدگذاری کلیه داده‌ها؛

۸. ارزیابی مجدد قابلیت اطمینان و اعتبار.

در این پژوهش برای گردآوری داده‌ها از مصاحبه‌های عمیق مردم‌نگارانه، استفاده و برای رسیدن به مقولات، مفاهیم و پارادایم‌ها از داده‌های خام گردآوری شده، واحد تجزیه و تحلیل در نظر گرفته شده است.

نمونه‌گیری هدفمند است و هم‌زمان با اولین مصاحبه

کدگذاری داده‌ها شروع شد. به تدریج با ظاهر شدن تیپ‌ها، با توجه به نیاز پژوهش، نمونه‌گیری نظری نیز انجام شد. با تکمیل نمونه‌گیری نظری اشباع نظری حاصل شد.

تحلیل سطر به سطر داده‌ها از ابتدا برای ایجاد و تعریف مقوله‌ها و پیش‌آزمایی تعاریف و قوانین کدگذاری انجام شده است. انجام این گام در آغاز مطالعه برای تولید مقوله‌ها (با ذکر ویژگی‌ها و ابعاد) و مطرح‌ساختن روابط آنها با یکدیگر ضروری است؛ برای مثال، «چون دست قوی داشتم، چند سال در شرکت معماری استادم همه فوت‌وفن کار را یاد گرفتم (تسلط به مهارت‌های پایه). بعد یک میز گرفتم در دفتر دوستی و کار خودم را شروع کردم (رشد تدریجی در کار). مرز من الان کار هنری کردن و خلاقیت است، چه بفروشم چه نفروشم (رابطه با پول) در زندگی شخصی یک تعداد دوست محدود دارم، گاهی حتی روزها از این دو کوجه بیرون نمی‌روم (گسست از شهر). من همیشه برای ورشکسته شدن آماده‌ام؛ چون هر روز در این مملکت یک اتفاقی می‌افتد (آینده مبهم). الان یک خانه ۱۰۰ متری اینجا دارم و بیشتر احتیاجی ندارم (بی‌انگیزگی برای پول‌سازی). جوایزی که بردم باعث شد شناخته شوم و گرنه با معماران دیگر خیلی رابطه‌ای ندارم (انزوای از گروه)». در ادامه برای رسیدن به مفاهیم، مقولات و پیوند آنها با یکدیگر مراحل زیر طی شده‌اند:

کدگذاری باز: در این فرآیند تحلیلی مفهوم‌ها شناسایی و ویژگی‌ها و ابعاد آنها در داده‌ها کشف می‌شوند.

کدگذاری محوری: فرآیند مرتبط کردن مقوله‌ها به مقوله‌های فرعی «کدگذاری محوری» نامیده می‌شود؛ زیرا کدگذاری در محور یک مقوله صورت می‌گیرد. در کدگذاری محوری، کشف ارتباط بین مقولات و زیرمقولات به ظهور مشخصات و ویژگی‌های هر پارادایم از عوامل علی تا پیامدها منجر می‌شود.

کدگذاری گزینشی: در کدگذاری محوری مقوله‌ها به صورت منظم، پرورده و به زیرمقوله‌ها متصل می‌شوند؛ اما تا وقتی مقوله‌های اصلی به یکدیگر نپیوندند و طرح نظری بزرگ‌تری شکل ندهند، یافته‌های پژوهش، شکل نظری به خود نمی‌گیرند. کدگذاری گزینشی برای یکپارچه‌سازی و پالایش مقوله‌هاست.

نمونه‌هایی از مراحل کدگذاری در جدول شماره یک در پیوست آمده‌اند.

قابلیت اطمینان و اعتبار برای روش تحلیل محتوای کیفی با انتخاب شرکت‌کنندگان با تجربه‌های گوناگون، انتخاب بهترین

تغییر داده شده‌اند.

۴- یافته‌ها

در این پژوهش، دو پارادایم دربارهٔ طبقهٔ خلاق به دست آمد. نخستین پارادایم که پارادایم مسلط نیز هست، پارادایم «گنگ‌های خلاقیت» و دومین پارادایم «پیام‌آوران خلاق آینده» نامیده شد. در ادامه براساس مقولات به‌دست آمده از مصاحبه‌های مشارکت‌کنندگان نسبت این دو پارادایم با «خلق ثروت از ایده» و «شکل‌گیری طبقهٔ خلاق و اجتماعات خلاق» بررسی شده است.

۴-۱ پارادایم اول: گنگ‌های خلاقیت

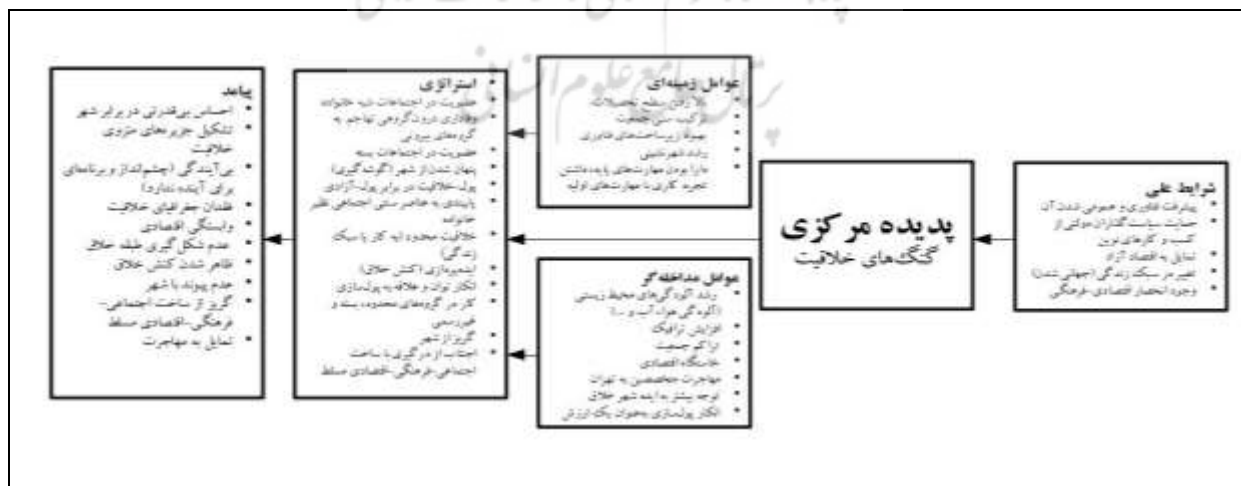
برآیند مقولات و مفاهیم در این پارادایم نشان می‌دهد اعضای آن در اجتماعات بسته‌ای عضویت دارند که سطح وفاداری در آنها بالا است (به همین دلیل از اصطلاح گنگ استفاده شد).؛ تا حد زیادی به روی اعضا جدید بسته است و نسبت به گروه‌های دیگر حالت تهاجمی دارد. امکان خروج آزادانه نیز تقریباً غیرممکن است یا به بهای طرد جمعی اتفاق می‌افتد. در این پارادایم با وجود مهارت‌های بالا، خلاقیت‌های فردی و حتی موفقیت‌های جهانی برای فرد، امکان تشکیل اجتماعات باز، متنوع و هم‌افزا وجود ندارد - یا حتی از آن استقبال نمی‌شود - و تشکیل خوشهٔ اقتصادی در شهر از استراتژی‌ها یا پیامدهای این پارادایم نیست. عناصر این پارادایم در شکل زیر معرفی شده‌اند.

روش برای جمع‌آوری داده‌ها، پوشش داده‌های تحقیق در مقوله‌ها و توافق میان پژوهشگر و مشارکت‌کنندگان حاصل می‌شود.

برای حفظ قابلیت اطمینان و اعتبار در این پژوهش، نخست از تمام گروه‌های پیش‌قراولان طبقهٔ خلاق، یعنی متخصصین در هنر، فناوری نرم، معماری و کنش‌گران اقتصادی افرادی برای مشارکت در مطالعه حضور داشته‌اند. افراد با آگاهی از اهداف پژوهش با اختیار و داوطلبانه وارد پژوهش شدند. از مشاهدهٔ مشارکتی و همچنین بحث گروهی متمرکز نیز برای تکمیل گردآوری اطلاعات استفاده شد.

دوم: از نخستین مصاحبه، کدگذاری باز و مقایسهٔ یافته‌ها با دیگر مصاحبه‌ها و گاه با مبانی نظری، موجب شناخت مقولات و زیر مقوله‌ها شد. در همه این مراحل رفت و برگشت با مشارکت‌کنندگان به منظور ایجاد شناخت و توافق انجام شد. سپس کدگذاری محوری برای شناخت پارادایم‌ها انجام و در نهایت با کدگذاری گزینشی پارادایم مسلط کشف شد.

سوم: حجم نمونه شامل ۲۸ تن است که تنوع حرفه‌ای، سنی و جنسی در حد امکان در آن رعایت شده است. هر کدام از افراد مشارکت‌کننده در این پژوهش در حوزهٔ تخصصی خود برجسته و شناخته‌شده و از دانش کافی، مهارت‌های پایه و تنوع عملکرد برخوردار بوده و صاحبان جوایز ملی و بین‌المللی شده‌اند؛ به همین دلیل، فرایند مصاحبه در این مطالعه، بیشتر از یک سال به طول انجامیده است. بدیهی است برای حفظ محرمانگی نام‌ها



شکل ۲: گنگ‌های خلاقیت؛ پارادایم اول برآمده از مطالعه حاضر در شهر تهران

است. تعلق به طبقه متوسط و بالا امکان آموزش و تحصیل و نیز امکان دریافت حمایت‌های مالی بیشتر را برای فرد فراهم می‌کند. مهاجرت متخصصان به تهران نیز باعث بالارفتن تراکم این افراد در شهر و در نتیجه، شکل‌گیری اجتماعات کوچک در حوزه‌های حرفه‌ای شده است.

۴-۱-۴ استراتژی‌های پارادایم گنگ‌های

خلاقیت

استراتژی اول: قبایل شهری ۲ در برابر اجتماعات خلاق بیشتر مشارکت کنندگان در پژوهش در چهار اجتماع شهری حضور داشتند که مشخصات آنها در دیاگرام زیر مشاهده می‌شود.



در نگاهی دقیق‌تر، شکل دیگری از اجتماع در میان این افراد نمایان شد که فرد اساساً خود را به آن متعلق می‌داند، به آن متعهد است و روابط خود را در آن سامان می‌دهد. «قبیله شهری» گروهی است که افراد براساس کار تخصصی خاصی در آن حضور دارند یا با هم همکاری حرفه‌ای دارند. آنان به شدت صمیمی (به شکل محفلی و خصوصی) هستند. اعضای این گروهها بیشتر، روابطی فراتر از روابط کاری و دوستانه عادی دارند. حدود ۸۱٪ از مشارکت‌کنندگان در این پژوهش، در اجتماعات قبیله‌ای عضو بودند. این اجتماعات شش مشخصه را به شرح ذیل به نمایش می‌گذارد:

۲. «قبایل شهری» اصطلاحی است که ایتان واترز نخستین بار در سال ۲۰۰۴ در کتاب خود با نام «قبایل شهری: آیا دوستان ما خانواده جدید ما هستند؟» به کار برد. او استدلال کرد افراد امروز در جوامع شهری، خانواده خود را ترک می‌کنند و با ارزش‌های آنها زندگی نمی‌کنند؛ اما در عوض قبیله‌های خود را با دوستانشان می‌سازند. در نام‌گذاری مقولات این مطالعه، ابتدا از اصطلاح «شبه‌خانواده» استفاده شد؛ اما در جستجوی بیشتر ادبیات نظری این اصطلاح جایگزین شد.

۴-۱-۱ شرایط زمینه‌ای

شرایط زمینه‌ای شرایطی برآمده از وضعیت جمعیتی، محیطی و اقتصادی تهران است. این شرایط کمابیش برای هر دو پارادایم یکی است. بالارفتن سطح تحصیلات، تراکم بالای شرکت‌های دانش‌بنیان، ترکیب سنی، زیرساخت‌های فناوری بهتر از این جمله‌اند. عامل زمینه‌ای دیگر، وجود مهارت‌های پایه و دانش‌بنیاد در زمینه‌های حرفه‌ای در میان مشارکت‌کنندگان است.

۴-۱-۲ شرایط علی

شرایط علی شکل‌گیری گنگ‌های خلاقیت، ترکیبی از تغییر در متغیرهای سیاسی و اجتماعی است. حمایت از کسب‌وکارهای نوین در ده سال اخیر همواره از سوی نهادهای دولتی در بالاترین سطوح پیگیری شده است. ۱. در این باره اسناد ملی تنظیم شده و نیز سرمایه‌گذاری‌های مالی دولتی در این حوزه صورت گرفته‌اند؛ در عین حال رویکرد اقتصادی حاکم بر سیاست‌گذاری عمومی در کشور، بیشتر متمایل به اقتصاد بازار آزاد بود. این ویژگی کمابیش به معنای قدرت گرفتن شرکت‌های کوچک و متوسط خصوصی است. همچنین زیرساخت‌های فناوری، رشد بسیار زیادی داشت. استقبال از شبکه‌های اجتماعی، بسیار زیاد است و وجه عمومی ارتباطات توسعه یافته است. مدل‌های متنوع‌تری از سبک زندگی شکل گرفته که امکان تشکیل اجتماعاتی با نظام ارزشی و هنجاری متفاوت را فراهم کرده است؛ اما شرط علی دیگری که - در کنار شرایط بالا - این اجتماعات را تبدیل به «گنگ‌هایی در خود» می‌کند، وجود انحصارات اقتصادی و فرهنگی است. هر چند انحصارات اقتصادی مجال بزرگ‌شدن را به این گروهها می‌دهد، انحصارات فرهنگی آنها را به فضای خصوصی می‌رانند و از آنها محفل‌های بسته می‌سازد.

۴-۱-۳ عوامل مداخله‌گر

بخشی از عوامل مداخله‌گر با مشکلات پیچیده کلان‌شهر تهران نظیر آلودگی، ترافیک و تراکم جمعیت مرتبط است. خاستگاه اقتصادی مشارکت‌کنندگان در این پژوهش - عمدتاً پایگاه اقتصادی متوسط و بالاتر - یکی دیگر از عوامل مداخله‌گر

۱. برای مثال در سال ۱۳۸۹ مجلس شورای اسلامی قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان را مشتمل بر ۱۳ ماده تصویب کرد.

۱- بسته و محدود است؛ بنابراین، پیوندهای سیال و بهینه فردی و اجتماعی ایجاد نمی‌کند (نگاه کنید به شکل شماره ۱).

۲- در فضای خصوصی شکل می‌گیرد؛ بنابراین، امکان هم‌افزایی حرفه‌ای و مهارتی آن بسیار پایین است (هرچند صفر نیست).

۳- به دو دلیل بالا وجود این اجتماعات به شکل‌گیری خوشه‌های اقتصادی در شهر منجر نمی‌شود؛ بنابراین، کمک مؤثری به شکل‌گیری اقتصاد دانش‌بنیان نمی‌کند ۱.

بررسی ارتباط افراد خلاق با شهر - با توجه به مقولات - در حد زیادی دلایل اتخاذ استراتژی «گسست از شهر» را توضیح می‌دهد.

استراتژی دوم: «گسست از شهر» به جای «بازگشت به خیابان» تهران، شهر محل شکل‌گیری گنگ‌های خلاقیت، از نظر فضایی (عمومی) و فرهنگی (رسمی) پذیرای آنها نیست؛ در نتیجه، آنها خود را از شهر پنهان می‌کنند و خلاقیت خود را محدود به حوزه حرفه‌ای - عموماً در فضاهای تخصصی شده و نیمه‌عمومی - نگه می‌دارند؛ در نتیجه، برخلاف گفته فلوریدا درباره «بازگشت به خیابان» در شهر خلاق، در تهران شاهد «گسست از شهر» هستیم.

مصاحبه‌ها نشان می‌دهد افراد اتصال ارگانیکی به تهران ندارند یا شهر واسطه پیوند میان آنها و دیگران نیست. آنها تلاش می‌کنند کمترین میزان حضور در خیابان‌ها را داشته باشند. به‌مرور حتی فاصله فیزیکی کار، دوستان و خانه نیز برای افراد، کوتاه‌تر و محدودتر می‌شود. پارسا می‌گوید «هر روز با ماشین از خانه میام سرکار و بر می‌گردم. خیلی تو ترافیک می‌مونم؛ اما حوصله تهنه‌زدن به آدما و دعواکردن ندارم». ستاره می‌گوید «کم پیش میاد برم بیرون یا تو شهر راه برم ...». شهاب، آریا و امیر محل کار و زندگی خود را نزدیک به هم انتخاب کرده‌اند که به جابه‌جایی در شهر نیاز نداشته باشند. زمینه گسست در دو شکل جدایی‌گزینی فردی و گروهی دیده می‌شود.

زمینه اول گسست: جدایی‌گزینی فردی از شهر: افراد

۱. این گزاره به این معنا نیست که تنها بسته و محدود بودن اجتماعات افراد خلاق در تهران، مانع شکل‌گیری اقتصاد دانش‌بنیان است؛ اما لازمه شکل‌گیری اقتصاد خلاق، شکل‌گیری این اجتماعات و هم‌افزایی حرفه‌ای و مهارتی در سطح شهر است که در این پارادایم شکل نمی‌گیرد.

هم‌افزایی میان‌رشته‌ای دارند؛ یعنی گروه‌های مرتبط و غیرمرتبط حرفه‌ای در آنها وجود دارد.

تعلقات شدید عاطفی بین اعضا وجود دارد؛ به این معنا که هر عضو این گروه از اعضای دیگر مراقبت می‌کند.

هر عضو گروه از کار و حرفه اعضای دیگر و علاوه بر آن، جزئیات زندگی شخصی او مطلع است.

فرد درست مثل یک خانواده، خود را به این گروه متعلق می‌داند و نسبت به آن متعهد است.

ورود به این گروه‌ها بسیار سخت است. خروج از آنها نیز آسان نبوده و به معنای طرد - حتی در حوزه‌های کاری - است.

ماندن در گروه مستلزم پذیرفتن نوعی نظارت اجتماعی بر اعمال، رفتار و زندگی فرد است.

عبدی ۴۰ ساله و فیلمنامه‌نویس می‌گوید «یک گروهی داریم که سال‌ها است با هم هستیم. جلسات مرتبط داریم. خیلی با هم انس گرفتیم. با هم کار مشترک می‌کنیم. ... مهمانی خانگی هم داریم ... از زندگی هم خبر داریم. من خودم را متعلق به این بچه‌ها می‌دانم و در برابرش مسئولم». گلی می‌گوید «بعد از اینکه با ... به هم زدیم، دیگه به مهمونی‌ها دعوت نشدم ... برای یک مدتی احساس می‌کردم که وجود ندارم». گلی پس از طردشدن از گروه، اول تلاش کرد گروهی تقریباً با همان مشخصات اما با تعداد کمتر و زنانه برای خود بسازد.

گلی، عبدی و دیگر مشارکت‌کنندگان، خیابان را فضایی نسبتاً پرخطر می‌دانند. آنان معتقدند تجربیاتی که برای آنها به معنای صمیمیت است، امکان تحقق در خیابان یا فضای عمومی شهری را ندارد. به قول گلی «به دردسرش نمی‌ارزد». پذیران بودن فضاهای عمومی شهری برای سبک زندگی این افراد، بیشتر این روابط دوستانه و صمیمانه را به خانه‌ها محدود کرده و شکلی خصوصی به آنها داده است. بهرام ۵۲ ساله و کارگردان می‌گوید «اگر نتونم با کسی بشنیم ... و حرف بزیم، چطوری می‌تونم باهاش کار کنم! بالاخره آدم باید راحت باشه با طرف. اعتماد داشته باشه بهش». اعتماد برای همه مشارکت‌کنندگان موضوع بسیار مهمی است. اعتمادی که ظاهراً در فضای عمومی به دست نمی‌آید یا آنچنان که شایسته «عضو گروه» شدن باشد، به دست نمی‌آید. به نظر می‌رسد در نظر او و دیگران، اگر کسی بخشی از حلقه نزدیک بود، حتماً می‌توان - یا باید - با او کار هم کرد. شکل‌گیری این قبایل شهری دو نتیجه بسیار مهم درباره امکان‌پذیری شهر خلاق دارد:

در نتیجه، کنش‌های خلاق به سیاق پیشین روی می‌دهد؛ اما از طبقه‌خلاق یا اجتماعات خلاق خبری نیست؛ در نتیجه، دستاوردها شخصی و امکان توسعه، بسیار محدود است.

پیامد دوم: تولید محدود ثروت

مشارکت‌کنندگان در این پژوهش، بیشتر موضع مبهمی در قبال پول داشتند. یک فرض ابتدایی ضد ارزش بودن پول و متضاد انگاشته شدن آن با کارِ خلاقانه در میان آنان بود؛ اما به مرور با اضافه شدن تعداد مصاحبه‌ها این برداشت کم‌رنگ‌تر شد. تقریباً همه گفتند «پول در درجه اول اهمیت نیست». هفده مشارکت‌کننده در تولید ثروت موفقیتی نداشتند؛ هر چند در کار خود بسیار معتبر بودند. به نظر می‌رسد بتوان تولید ثروت را در نزد دسته‌های خلاق در تهران، با سه دوگانه زیر توضیح داد.

دوگانه اول: «امکانات محور» در برابر «درآمد محور»

دست کم ۱۳ مشارکت‌کننده برای بیان رویکرد خود نسبت به اهمیت مسئله پول، از مفهوم «امکانات محور» در برابر «درآمد محور» استفاده کردند؛ به این معنا که اگر فرد امکانات لازم برای زیست روزمره یا کار خود داشته باشد، به دنبال گسترش آن نیست. آریا می‌گوید «... من نگاهم به پول بیشتر امکانات محور. مثلاً همین ۴۰ متر خونه کار من رو راه میندازه...». مهربد می‌گوید «به اندازه‌ای که بتونم از پیشش بریام پول دارم. [می‌خندد] اگر بیشتر دنبال درآمد بروم، باید به فکری هم برای خرج کردنش بکنم». حتی مواقعی که فرد اساساً سرمایه‌گذار است و تولید ثروت، هسته اصلی کار او به حساب می‌آید، نگاهش به پول درآوردن یا چیزی که ترجیح می‌دهد بیان کند این است که «پول درآوردن اصل کار من نیست. اصل کار من توسعه فرهنگی است». با توجه به مصاحبه‌ها «پول درآوردن برای پول درآوردن» یا «کار کردن برای پول درآوردن» در نظام ارزشی آنان چندان جایی ندارد. مسئله دیگر، خاستگاه اقتصادی مشارکت‌کنندگان یعنی طبقه متوسط نسبتاً مرفه است؛ از این رو، آنها امکاناتی را که به طور پیش فرض در زندگی دارند، بدیهی تصور می‌کنند. زمانی که امیر از «فناعتش به حداقل چیزهای لازم برای زندگی» حرف می‌زد، در خانه‌ای زندگی می‌کرد که چند میلیارد قیمت داشت.

۲. به طوری که در دوره‌های متفاوتی در زندگی حتی برای گذران زندگی روزمره دچار مشکل بودند.

مشارکت‌کننده در این مطالعه عموماً سهم خود را از شهر تهران تنها محدود به محل کار و زندگی می‌دانند. آنها از بزرگی و تنوع تهران مطلع‌اند؛ اما آن را متعلق به خود نمی‌دانند یا به عمد از آن کناره‌گیری می‌کنند. شهره می‌گوید «گاهی روزها از خانه بیرون نمی‌روم. انگار فرقی نداره تهران باشم یا شهر دیگه‌ای...». پارسا می‌گوید «... [می‌خندد] خیلی توی شهر نیستم. یکی دو تا کافه که همیشه میرم، کار و تمرین و خونه رفقا. کل سهم من از تهران به این بزرگی، همینه».

زمینه دوم گسست: جدایی‌گزینی گروهی: در یکی از بحث‌های گروهی متمرکز، سه کارگردان تئاتر می‌گویند «اگر یک روز - بر فرض محال - همه اهالی تئاتر و فضاهای آن را بردارند و از تهران ببرند، صبح مردم شهر دارند به زندگیشان ادامه می‌دهند. یعنی ما ... برای خودمان وجود داریم؛ حتی مخاطب هم بخش زیادی خودمان هستیم...». در میان مشارکت‌کنندگان در پژوهش تقریباً هیچ کدام از فعالیت‌های حرفه‌ای دیگران اطلاع نداشتند؛ حتی زمانی که ارتباط دوستانه نزدیک یا دورادوری با یکدیگر داشتند.

محصور شدن تئاتر به سالن‌های تئاتر، فناوری به دانشگاه، معماری به انجمن‌های تخصصی معماری، اجراگری ۱ به گروه‌های غیررسمی اما نظم‌یافته زیرزمینی، نشان‌دهنده حصر اجتماعی و فضایی گروه‌هایی است که اگرچه در خود نشانه‌هایی از پیشروی و خلاقیت دارند، نه به همدیگر پیوند دارند و نه به شهر. شهر اگرچه ظرفی است که آنها را در بر گرفته است، بستر هم‌افزایی یا شکل‌گیری اجتماعات خلاق، سیال و گشوده نیست؛ بنابراین، شایسته‌سالاری به انتخاب‌های کمی محدود می‌شود. غریبه‌ها پذیرفته نمی‌شوند و فضای عمومی شهر بستر برقراری پیوندهای انسانی نیست که به شکل‌گیری اجتماعات خلاق منجر می‌شود.

۴-۱-۵ پیامدهای پارادایم گنگ‌های خلاق

پیامد اول: «کنش خلاق» در برابر «طبقه خلاق»

چنانچه ظرفیت‌های تولید ثروت از ایده، به شکلی معنادار فعال نشود، امکان شکل‌گیری «طبقه خلاق» نیز وجود ندارد. هر چند خلاقیت به شیوه‌ای وجود دارد که پیش از این همیشه در جوامع وجود داشته است، صاحبان آن تبدیل به طبقه نمی‌شوند؛

۱. در میان اعضای گروه از اصطلاح پرفورمنس استفاده می‌شد.

«خب بالاخره اینجا یه خونه ۲۰۰ متری تو [...] تهرانه. اگر می‌خواستم خودم مستقل زندگی کنم، باید می‌رفتم یه پنجاه متری پایین انقلاب می‌گرفتم. هزارتا دردسر هم داشتم». دریافت این شکل از حمایت سنتی در برابر الگوهای مدرن‌تر ۱ حمایت - مثل حمایت‌های دولتی یا حمایت‌های اجتماعات رسمی یا غیررسمی - فرد را در یک چرخه نسبتاً سنتی دادوستد نگه می‌دارد. ۲. آنان حافظ نظام ارزشی و هنجارهای خانواده نخستین خواهند بود و تلاش می‌کنند همواره رابطه‌ای مطلوب را با آن حفظ کنند. نیز همین حمایت خانوادگی و سنتی - که گاه نه از سوی خانواده، از سوی قبیله‌های شهری می‌آید - به فرد این آزادی را می‌دهد که استقلال و خلاقیت خود را در برابر ساختارهای اجتماعی و اقتصادی مسلط تا حد زیادی حفظ کند.

۴-۲ پارادایم دوم: پیام‌آوران خلاق آینده

پارادایم دوم، مسلط نیست؛ اما به دلیل کامل بودن و همسازی یکی از پارادایم‌های معطوف به آینده است. در این پارادایم دو نکته بسیار مهم است. نخست آنکه میل به ترک ایران به شکل جدی - بیشتر از پارادایم پیشین - وجود دارد. دوم آنکه آسیب‌پذیری افرادی که در این پارادایم قرار دارند، در مقابل انحصارات اقتصادی و سیاسی، بیشتر از پارادایم اول است؛ زیرا آنها به دنبال گسترش حقوقی و اقتصادی کار خود با ثبت شرکت و تبادل مالی بیشتر در فضای عمومی‌اند. این امر احتمال رشد و تبدیل شدن آنها را به طبقه خلاق - با وجود شباهت‌های انکارناپذیر - در آینده نزدیک کاهش می‌دهد. «پیام‌آوران خلاق آینده» بسیار کم‌شمارند و دلبستگی زیادی به ماندن در ایران ندارند.^۳

۱. این موضوع درباره‌ی عبدی و شهاب برعکس اتفاق افتاده است. آنها از پایگاه اقتصادی بالایی برخوردار نبودند و حالا خود حامی خانواده‌هایشان هستند.

۲. پیش از این و در بحث اجتماعات خلاق به این موضوع اشاره شد که اساساً اجتماعات خلاق در شهر تهران شکل نگرفته‌اند و دستگاه ارزشی مشارکت‌کنندگان در این مطالعه نیز از تشکیل آنها حمایت نمی‌کند؛ بنابراین، جز الگوهای مدرن حمایت دولت یا بخش خصوص و نهادهای مدنی، که در ایران بسیار محدود عمل می‌کنند، چاره‌ای برای فرد باقی نمی‌ماند، جز مراجعه به حمایت‌های سنتی.

۳. در زمان نگارش این مقاله، دو نفر از افرادی که در این پارادایم قرار داشتند، از ایران مهاجرت کردند.

دوگانه دوم: «پول - آزادی» در برابر «پول - خلاقیت»

تحلیل مصاحبه‌ها نشان می‌دهد یک ذهنیت دوگانه درباره پول وجود دارد. پولی هست که به شما آزادی می‌دهد و پولی هست که می‌تواند کار خلاقانه را تضمین کند. گرچه اینها روبه‌روی هم قرار نمی‌گیرند، در شرایط خاص اغلب در کنار هم نیز قرار نمی‌گیرند. ظاهراً بیشتر مشارکت‌کنندگان قادرند بین این دو نوع پول تمایز قائل شوند. خسرو می‌گوید «پولی که الان درمیارم بهم اجازه میده کسی باشم که می‌خوام و کاری رو بکنم که می‌خوام. زیاد نیست ولی درآوردنش عزت نفس منو از بین نمی‌بره. اگر توی دانشگاه می‌موندم، خب پول بیشتری می‌گرفتم ... ولی ... اینطوری نمی‌تونستم زندگی کنم». جمال اجراگر رقص و ۳۷ ساله می‌گوید «خوب من اول فکر می‌کردم چقدر عالیه مثلاً ... بیاد بگه من این پروژه رو اسپانسر میشم برو کار کن؛ ولی بعدش دیدم نه اینطوری نیست. پول داری، امکانات داری، ولی اون کاری که می‌خوای درنمیاد. بعضی پول دست و پات رو می‌بندن». آنان «پول درآوردن» را مصداق پیوستن به «جریان اصلی» و متضمن دور شدن از خلاقیت می‌دانستند. داوود و دیگر مشارکت‌کنندگان معتقد بودند «از گرسنگی نخواهند مُرد» و «آفندر مهارت دارند که بالاخره شغلی برای خودشان پیدا کنند». برخی معتقد بودند اگر بهترین باشند، همیشه پول به سراغ آنها می‌آید. شهاب می‌گوید «من و تیم بهترین هستیم ... بهترین همیشه خریدار داره».

دوگانه سوم: «حمایت‌های سنتی» در برابر «الگوهای مدرن»

از مجموع داده‌ها چنین برداشت می‌شود این افراد در عموم موقعیت‌ها ترجیح می‌دهند همچنان از حمایت‌های سنتی برخوردار باشند تا بتوانند در برابر نیاز به حمایت‌های قدرت (بخش دولتی و بخش خصوصی) مقاومت کنند. بخش عمده‌ای از آزادی و خلاقیت در کار، توان ریسک کردن و گذشتن از مشاغل و پُست‌های مهم با انگیزه حفظ استقلال و خلاقیت با پشتوانه حمایت‌های خانوادگی - که نوعی الگوی سنتی حمایت اجتماعی است - برآورده می‌شود. امیر می‌گوید «... ترجیح می‌دم از امکانات مامانم استفاده کنم تا مجبور شم جایی کار کنم که دوست ندارم، یا کارایی رو بکنم که دوست ندارم. به‌نظرم انتخاب عاقلانه‌یه». شهره با مادرش زندگی می‌کند. او می‌گوید



شکل ۳ - پیام آوران خلاق آینده؛ پارادایم دوم برآمده از مطالعه حاضر در شهر تهران

۴-۲-۳ استراتژی: سرمایه‌گذاری بر ایده‌های

کوچک

از استراتژی‌های مهم در این پارادایم، سرمایه‌گذاری در ایده‌های کوچک است؛ ایده‌هایی که ممکن است امروز ارزش افزوده اقتصادی نداشته باشند یا چشم‌انداز آنها برای آینده چندان روشن نباشد. سودابه پختن کیک را از آشپزخانه‌ای کوچک در جنوب شهر تهران آغاز کرد. او می‌گوید «من هیچ‌وقت فکر نکردم به آشپز معمولی هستم. فکر می‌کردم من طعم‌هایی درست می‌کنم که در ایران لنگه ندارد». سودابه فروشگاه کیک خود را «بوتیک کیک» نام‌گذاری کرده بود؛ چون باور داشت این یک شریینی‌فروشی معمولی نیست. در این پارادایم فرد با اتکای به توانایی‌های شخصی خود تلاش می‌کند بعد از هر شکست یک پیروزی بسازد. وحید نزدیک ده سال برای شرکت کار کرد و حقوق نگرفت تا سهام شرکت را داشته باشد. او امروز سهامدار بزرگ‌ترین کسب و کارهای اینترنتی ایران است. وحید می‌گوید «سال ۸۸ با چند میلیارد بدهی، کارمندان شرکت را از ۱۵۰ نفر به پنج نفر رساندم و دوباره از نو شروع کردم». در این پارادایم، فرد تنها کار می‌کند. هرچند در کنار و با همراهی یک گروه کار خود را پیش می‌برد، به شکل مشخصی خود را جدا می‌داند. او زندگی را میان خانواده و کار تقسیم می‌کند؛ هرچند کار همیشه سهم بیشتری از زمان و انرژی را به خود اختصاص می‌دهد. وحید می‌گوید «وقت زیادی برای مهمانی و معاشرت ندارم. به اندازه‌

۴-۲-۱ شرایط زمینه‌ای و علی

عموم شرایط زمینه‌ای و علی شکل‌گیری این پارادایم با پارادایم مسلط قبلی مشابه است. آنچه تفاوت در شرایط زمینه‌ای را نشان می‌دهد، باور به اثرگذاری فرد و نیز باور به امکان تغییر در شرایط موجود است. در برابر احساس بی‌قدرتی که در «گنگ‌های خلاقیت» دیده می‌شود، در این پارادایم، فرد برای خود قدرت تأثیرگذاری قائل است. در این پارادایم، بیمودن راه‌های بسیار پرفراز و نشیب برای رسیدن به موفقیت دیده می‌شود. درباره شرایط علی، تفاوت این پارادایم با پارادایم گنگ‌های خلاق، اعتقاد عمیق به آینده مسلط فناوری است. شرطی که موجب می‌شود فرد از سرمایه‌گذاری بلندمدت و بدون چشم‌داشت در حوزه فناوری رویگردان نباشد.

۴-۲-۲ عوامل مداخله‌گر: اهمیت تولید ثروت

نکته مهم در عوامل مداخله‌گر در این پارادایم، اهمیت تولید ثروت است. فرد نه تنها اهمیت آن را انکار نمی‌کند، برای آن برنامه دارد. فرد در این پارادایم علاقه‌ای به عضویت در قبایل شهری ندارد و به‌جز خانواده خود به عضویت در گروه دیگری علاقه نشان نمی‌دهد. اجتماعات خلاق در این پارادایم نیز شکل نمی‌گیرد.

خصوصیات طبقه خلاق مدنظر فلوریدا فاصله دارد. در تبیین این پارادایم باید به گزاره‌های تئوریک زیر توجه کرد.

فارغ از آنکه شکل‌گیری شهر خلاق به واسطه شکل‌گیری اقتصاد دانش‌بنیان، طبقه خلاق و اجتماعات خلاق در تهران مطلوب است یا خیر، به نظر می‌رسد نشانه‌چندانی از سهم مسلط اقتصاد خلاق در تهران وجود ندارد. همچنین شکل‌گیری طبقه خلاق و اجتماعات خلاق، با وجود تراکم جمعیت تحصیل کرده و با مهارت در بین مشارکت کنندگان دیده نمی‌شود. به نظر می‌رسد در غیاب الگوهای جایگزینی برای توصیف رفتار اقتصادی طبقه خلاق در تهران، می‌توان با تکیه بر مفهوم کنش خلاق در این باره توضیح داد. بنجامین دالتون در تحلیل بوردیوی خلاقیت می‌نویسد «ظرفیت جامعه برای خلاقیت [به معنای شکستن عادت] چقدر است. آیا می‌توان خلاقیتی بی‌نهایت برای جامعه متصور بود. یا جامعه به ساخت برای بقا نیاز دارد. هر کنش خلاق به شرط پذیرفته شدن، به بخشی از عادت‌واره میدان خود تبدیل می‌شود و پس از مدتی کنش خلاق، فاصله گرفتن از همین عادت‌واره خواهد بود» (دالتون، ۱، ۲۰۰۴: ۶۰۷). بدین ترتیب کنش خلاق و کنش عادت‌واره به لحاظ نظری از هم جدا می‌شوند؛ اما کنش خلاق، پیوسته و هم‌زمان با کنش عادت‌واره اتفاق می‌افتد و هرگز نمی‌شود انسانی را متصور بود که در همه میدان‌های زندگی از خود کنش خلاق بروز دهد. در تبیین پارادایم «گنگ‌های خلاقیت» می‌توان گفت این افراد در قبیله‌های خود محصورند و سهم اقتصادی بسیار ناچیزی در اقتصاد تهران دارند؛ اما با این حال در حوزه اقتصادی صاحب کنش خلاق اقتصادی‌اند. به لحاظ مفهومی، این کنش خلاق اقتصادی را می‌توان با آرای شومپتر توضیح داد که در اوایل قرن بیستم صورت‌بندی شده‌اند. بازخوانی جامعه‌شناسان از برخی نوشته‌های شومپتر در خلال دهه ۸۰ نشان می‌دهد کنش و نهادهای اقتصادی درهم تنیده با [مختصات] اجتماعی فرهنگی هستند (دامز، ۲، ۱۹۹۵: ۲). شومپتر در توضیح نظریه پیشرفت اقتصادی، بین دو نوع بازیگر که با دو نوع کنش متناظر است و نیز بین دو نوع تحلیل اقتصادی ایستا و پویا تفاوت قائل شد. اولی مبتنی بر اقدام اقتصادی فردی عقلانی یا «روش‌شناسی فردگرایانه» است؛ در حالی که دومی مبتنی بر نوعی عمل پویا - پراثری یا خلاقانه است. کنش ایستا یک قاعده در زندگی اجتماعی و اقتصادی و

کافی سرکارم آدم جدید می‌بینم و مسئله برای حل کردن دارم». جسارت او در به خرج دادن خلاقیت، تنها محدود به کار است و در زندگی خانوادگی و شخصی واحد زیادی تابع عناصر سنتی اجتماعی است. فردی که در این پارادایم قرار دارد، ریسک‌پذیری بالایی دارد و فراتر از مرزهای ملی می‌اندیشد. فرد در این پارادایم با ارتباط گرفتن با کشورهای خارجی، امنیت کاری خود را بیش از پیش تضمین می‌کند. این ارتباط باعث می‌شود توانایی‌ها و شبکه‌های ارتباط جمعی او گسترش بیشتری داشته باشد. وحید شعبه دیگر شرکت خود را در کانادا به ثبت رسانده بود. حامد در گرجستان سرمایه‌گذاری کرده بود و سودابه در فرم‌های آشپزی معتبری عضویت داشت.

۴-۲-۴ پیامدها: جزیره‌های منزوی خلاقیت به

جای قبیله‌های شهری

برخلاف پارادایم قبلی، فرد در این پارادایم شخصیت‌های حقوقی مانند مؤسسه، شرکت، فروشگاه برای خود ایجاد می‌کند و به جای کار و فعالیت در حوزه روابط بسیار نزدیک، به کار خود جلوه‌ای عمومی می‌دهد. به دلیل تلاش فرد برای بزرگ‌تر کردن کار و حرفه خود از نظر اقتصادی، آسیب‌پذیری جدی‌تری او را در کار تهدید می‌کند. وحید در حوزه‌های مختلفی خود را به نوع و میزان نفوذ تصمیمات دولتی وابسته می‌داند. سودابه گسترش فروشگاه‌های خود را به رواداری صنف در برابر یک زن منوط می‌داند و حامد از محدودیت‌های وزارت ارشاد بر محصولات فرهنگی نگران بود. فرد در این پارادایم نیز از شهر فاصله می‌گیرد و تلاش می‌کند خود را از حواشی ناشی از درگیر شدن در فضای عمومی شهر دور کند. اگرچه این پارادایم امکان ظهور طبقه خلاق را در بلندمدت - مشروط به فراهم شدن شرایط زمینه‌ای - دارد، عملاً این امکان با برنامه‌ریزی بسیار منظم فرد برای مهاجرت به کشورهای توسعه‌یافته، بسیار ضعیف می‌شود.

۵- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

در این پژوهش دو پارادایم اصلی با عنوان «گنگ‌های خلاق» و «پیامبران خلاق آینده» کشف شد. گنگ‌های خلاق، پارادایم مسلط در این پژوهش است که از حیث نظری به کار ایتان واترز (۲۰۰۴) نزدیک است که ارتباطات انسانی در دوران جدید را قبیله‌های شهری توصیف کرده بود. این قبیله‌ها به‌وضوح از

حضور این افراد نیست. تهران آنان را با سودای گمنامی و گم‌شدگی جذب می‌کند. با توجه به یافته‌ها، شرایطی از قبیل نبود مکان‌های گردهمایی امن و متنوع، فاصله بسیار زیاد برنامه‌های فرهنگی و اجتماعی رسمی و عمومی با فرهنگ غیررسمی و نیز احساس ناامنی در فضای عمومی شهر تهران، زمینه پیوند افراد به یکدیگر، اجتماعات و شهر فراهم نیست؛ بنابراین، نه تنها امکان شکل‌گیری اجتماعات باز موجود نیست، امکان به هم پیوستن آنها در فضای عمومی شهری نیز وجود ندارد. فرد با زندگی در شهر، زیست فردی و بسیار کنترل‌شده در فضای عمومی دارد و عموماً کار حرفه‌ای خود را به مکان‌های حرفه‌ای محدود می‌کند. به عبارت دیگر، ویژگی بازبودن به سوی خیابان در شهر تهران برای این افراد موجود نیست و آنان نیز در این زمینه فعال نیستند.

۳. جزیره‌های منزوی خلاقیت امکان پیوستن به یکدیگر را ندارند. ایده همکاری و رقابت در دنیای اقتصادی جدید هنوز از سوی معدود کاندیداهای پیام‌آوری آینده، پذیرفته شده نیست؛ بنابراین، نه همکاری شکل می‌گیرد و نه انباشت ایده و ثروت. ناامنی اجتماعی و سیاسی که از سوی افراد در پارادایم دوم احساس می‌شود، آنها را به سمت مهاجرت یا سرمایه‌گذاری در حوزه‌های دیگر جز حوزه‌های خلاق و نوآور - مانند مسکن - سوق می‌دهد. مستقل از هرگونه نقد وارد شده به ایده شهر خلاق، به دلیل امکان‌نداشتن ظهور طبقه خلاق و نقش‌آفرینی آن در شهر خلاق، ظهور اقتصاد دانش‌بنیان و شهر خلاق تهران، رویایی است که امکان ظهور چندانی برای آن موجود نیست.

در عموم مطالعات انجام‌شده در حوزه شهر خلاق در ایران، افراد تحصیل‌کرده، طبقه خلاق فرض شده‌اند و شمار شرکت‌های دانش‌بنیان یا صنایع دستی یا فضاها فرهنگی ظرفیت‌های شهری برای تبدیل شدن به شهر خلاق‌اند؛ در حالی که با توجه به نتایج این مطالعه، تهران، آماده‌ترین شهر ایران، به لحاظ شاخص‌های انسانی و ظرفیت‌های کالبدی، نشانه‌ای از ظهور و رشد طبقه خلاق را نشان نمی‌دهد.

منابع

اکبری، نعمت‌الله، عسگری، علی و فرهمند، شکوفه (۱۳۸۵). «تحلیل توزیع اندازه شهرها در سیستم شهری ایران»، *پژوهش‌های اقتصادی*، سال ۶، شماره ۴، ۸۳-۱۰۴.

بانک مرکزی ایران (۱۳۹۷). سالنامه آماری سال‌های مختلف.

کنش خلاقانه استثنایی بر این قاعده است که در دل همان نظام اجتماعی رخ می‌دهد (همان). بدین ترتیب کنش اقتصادی «گنگ‌های خلاق شکلی از کنش خلاق اقتصادی است که نظام مستقر اجتماعی - فرهنگی را به تمامی به چالش نمی‌کشد؛ اما محصولات آن را عرضه می‌کند که به شکل محدود برای آن تقاضا وجود دارد؛ یا به واسطه کنش آنها آفریده می‌شود. این کنش با وجود فاصله از ساخت، آن را به‌طور اساسی به چالش نکشیده و دگرگون نمی‌کند.

در پارادایم دوم نیز با وجود شباهت رفتاری و رویکردی به طبقه خلاق مدنظر فلوریدا میل شدید به مهاجرت، چشم‌اندازی در ایران برای آنها نمی‌گشاید.

با اتکا به پارادایم‌های استخراج‌شده در این پژوهش، جمعیت جوان و تحصیل‌کرده، تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان یا سهم از پنت‌های ثبت‌شده لزوماً به معنای ظهور اقتصاد دانش‌بنیان، طبقه خلاق، اجتماعات خلاق و در نهایت شهر خلاق نیست. به دلایل زیر ادعا می‌شود امکان شکل‌گیری اقتصاد دانش‌بنیان با تکیه بر طبقه خلاق، اجتماعات خلاق و خوشه‌های اقتصادی خلاق شهری در تهران بسیار ناچیز است:

۱. تولید ثروت: اگر پیش‌قروان طبقه خلاق نتوانند ارزش افزوده اقتصادی تولید کنند و این ارزش افزوده اقتصادی را تبدیل به روندی پایدار کنند، تبدیل به یک طبقه نخواهد شد. آنان همانند گذشته با خلاقیت‌های انفرادی یا در گروه‌های کوچک باقی خواهند ماند. همان‌طور که در پارادایم اول دیده شد، تولید ثروت نه در دستگاه ارزشی این افراد وجود دارد و نه امکان‌پذیری آن با توجه به دوگانه پول - خلاقیت و پول - آزادی وجود دارد. در واقع این نگاه به پول و تولید ثروت، دلیل اتکای آنها به حمایت‌های سنتی خانوادگی در برابر الگوهای مدرن حمایتی - از قبیل حمایت‌های بخش عمومی یا سازمان‌های غیردولتی است. این ویژگی موجب می‌شود فرد ضمن باقی‌ماندن در عرصه سنتی اجتماعی، خلاقیت خود را تنها محدود به حوزه حرفه‌ای کند. همچنین این شکل از روابط موجب می‌شود فرد خلاقیت خود در حوزه حرفه‌ای را نیز محدود کند؛ به همین دلیل، اساساً امکان شکل‌گیری اجتماعات باز و متنوع وجود ندارد که فرد قادر به رفت‌وآمد در میان آنها بوده و امکان هم‌افزایی حرفه‌ای، فکری یا مالی را برای خود و جامعه داشته است.

۲. شهر به‌عنوان زمینه گسست: تهران به‌عنوان یک شهر و نیز به معنای فضای کالبدی - اجتماعی - اقتصادی و سیاسی، پذیرایی

- Beauregard, R. (2003). City of Superlatives *City & Community*, 2(3), 183-199.
- Bell, D. (1973). *The Coming Of Post-Industrial Society*. Basic Books.
- Coles, A. (2016). Creative class politics: unions and the creative economy. *International Journal of Cultural Policy*, 22(3), 456-472.
- Dahms, H. F. (1995). From creative action to the social rationalization of the economy: Joseph A. Schumpeter's social theory. *Sociological Theory*, 1-13.
- Dalton, B. (2004). Creativity, habit, and the social products of creative action: Revising Joas, incorporating Bourdieu. *Sociological Theory*, 22(4), 603-622.
- Downe-Wamboldt, B. (1992). Content analysis: Method, applications, and issues *Health Care for Women International*, 13(3), 313-321.
- Drucker, P. (1993). *Post-capitalist society*. HarperBusiness.
- Florida, R. (2012). *The Rise of the Creative Class: Revisited*. Basic Books.
- Jiang, Y., Qian, Q., Zhang, X., & Chen, Y. (2019). The Formation of Government-Oriented Creative Community and Its Driving Mechanisms: A Case Study of the 39° Space Art Creative Community in Foshan, China *Sustainability*, 11(3).
- Machlup, F. (1962). *The Production and Distribution of Knowledge in the United States*. Princeton University Press.
- Miles, M. (2004). *Consuming Cities*. Macmillan Education UK.
- Musterd, S., & Murie, A. (Eds.). (2011). *Making competitive cities*. John Wiley & Sons.
- Rogers, R., & Fisher, M. (1992). *A New London*. Penguin Books.
- Romein, A. (2006). Leisure in waterfront redevelopment: An issue of urban planning in Rotterdam. *International Paper. Delft: Delft University of Technology*.
- Sucuü M. .. 2008.. "The ceaiive economy," LSSJLex ET Scientia International Journal, 15, 145-154.
- Weber, R. P. (1985). Basic content analysis. Newbury Park, CA: Sage.
- اندایش، یعقوب (۱۳۹۷). *سنجش فقر چندبعدی در شهر تهران*، تهران: انتشارات معاونت برنامه‌ریزی و توسعه شهری شهرداری تهران.
- ایمان، محمدتقی و محمودرضا نوشادی (۱۳۹۰). «تحلیل محتوای کیفی»، *نشریه پژوهش*، سال سوم، شماره دوم، ۴۴-۱۵.
- بانویی، علی اصغر (۱۳۹۷). *۵۵۵ - ستانده شهر تهران*، گزارش منتشر نشده شهرداری تهران، معاونت برنامه‌ریزی، توسعه شهری و امور شورا.
- شبان، امیرحسین. ایزدی، محمدسعید (1393)، «رویکردی نوین به بازآفرینی شهر خلاق»، *نشریه نقش جهان*، سال چهارم، شماره دو، 72-63.
- ربانی، طاهّا (۱۳۹۷). *آینده‌نگاری کلان شهر تهران*، تهران: انتشارات معاونت برنامه‌ریزی و توسعه شهری شهرداری تهران.
- ربانی، طاهّا و دیگران (۱۳۹۷). *سند نظام نوآوری شهر تهران*، تهران: انتشارات معاونت برنامه‌ریزی و توسعه شهری شهرداری تهران.
- یحیوی، حسن (۱۳۹۷). *اقتصاد کلان شهر تهران؛ بررسی تولید ناخالص داخلی، ساختار اقتصادی، فعالیت و اشتغال*، تهران: انتشارات معاونت برنامه‌ریزی و توسعه شهری شهرداری تهران.
- Araya Santisan. (2013). Creative Community: A Role of Campus- Community Partnerships in Culture- Led Urban Regeneration. In *The 2nd International Symposium on Business and Social Sciences*.
- Ash Amin, & Nigel Thrift. (2007). Cultural-economy and cities *Progress in Human Geography*, 31(2), 143-161.

پیوست

جدول ۱ نمونه‌هایی از مراحل کدگذاری انجام شده در مطالعه (گزاره‌ها گزینشی از گفته‌های افراد مختلف هستند)

ردیف	گزاره	مفهوم	زیر مقوله	مقوله	کدگذاری محوری
۱	هیچ وقت نمی‌دونم دارم کار می‌کنم یا استراحت، وسط مهمونی کدنویسی می‌کنم.	درهم‌ریختگی ساعات کار و زندگی	سبک زندگی متفاوت با فرهنگ معیار	تغییر در سبک زندگی	شرایط علی
۲	با این گروه خودمون فقط اجرا داریم، بلیط هم می‌فروشیم؛ ولی زیرزمینه دیگه کسی تبلیغ عمومی نمی‌کنه.	فعالیت فرهنگی - اقتصادی پنهان	فعالیت اقتصادی - فرهنگی غیرمجاز، کار غیرمجاز	وجود انحصار اقتصادی - فرهنگی	

زمینه‌ها و بسترها	۳	چندسال از زمان دانشگاه در شرکت معماری استادم کار کردم و همه ریزه کاری‌ها رو یاد گرفتم.	سواد دانشگاهی تجربه کار کردن در حوزه‌های تخصصی	کارآموزی طولانی تنوع در مهارت‌های شغلی مرتبط	دارا بودن مهارت‌های پایه
	۴	همیشه پول داشتم که کتاب بخرم، از شش سالگی کامپیوتر داشتم که اون موقع اصلاً کسی نمی‌دونست کامپیوتر چی هست.	کودکی نسبتاً مرفه هزینه کردن برای تحصیل	دسترسی به بهترین ابزارهای کار	تعلق به طبقه متوسط
	۵	سال ۸۸ ورشکست شدم. نیروهای شرکت از ۱۵۰ نفر رسیدن به ۷ نفر؛ ولی دوباره با یک ایده جدید شروع کردم.	تلاش برای ثبت شرکت و ایده گسترش فعالیت‌ها حول یک حوزه مشخص	تلاش دوباره پس از شکست	باور به اثرگذاری فرد
شرایط مداخله‌گر	۶	به خاطر مادرم لیسانس گرفتم، بعد از فوت مادرم، پدرم و همسر کل دنیای شخصی من به جز کار هستند.	زندگی شخصی محدود به خانواده	ایفای مناسک خانوادگی پذیرش محدودیت‌های سنتی	تمایل نداشتن به پیوستن به قبایل شهری
	۷	اون چیزی که باعث میشه یک کاری و قبول کنم، احساس آزادی در آفرینشه / کار وقتی برای من کاره که بتونم توش خودم باشم و لذت ببرم.	کار کردن برای لذت کار کردن به شرط خلاقیت	بازنمایی بی‌ارزشی پول / مخاطب	انکار پولسازي به‌عنوان ارزش
استراتژی‌ها و پیامدها	۸	با کسی کار می‌کنم که بتونم دعوتش کنم خونهام / غم این جمع غم منه، شادی‌شون شادی منه / هر ایده‌ای داشته باشم اول به این گروه میگم، رضایت‌شون برام مهمه.	ارتباط عاطفی شدید با دوستان محدود پذیرفتن نظارت اجتماعی حاصل از عضویت در گروه	وابستگی غیرحرفه‌ای به اعضا گروه اشتراک ایده و امکانات با اعضا گروه	عضویت در قبایل شهری
	۹	ما هر ماه جلسه داریم در دانشگاه که بچه‌های فنی و متخصص شرکت می‌کنند / انجمن معماران هر سال هم جایزه داره هم جلسات منظم توی دفتر خود انجمن	پراکندگی گروه‌های تخصصی حضورنداشتن مؤثر در فضای عمومی شهر	نبود پیوند بین گروهی	جدایی‌گزینی فردی و گروهی
	۱۰	از دواج کردم که بخشی از زندگی را آرام و بدون دردسر پیش ببرم / هر طور که باشه یک روز در هفته به مادرم سر می‌زنم / برای کار من مهمه که مردم تو رو یک مرد متأهل پاینده به خانواده بدونن	تشکیل خانواده پایبندی	مخفی کردن جنبه‌های متفاوت سبک زندگی شخصی ارائه تصویر مقبول از خود	پایبندی به عناصر سنتی اجتماعی
	۱۱	روز اولی که رفتم اتحادیه برای مجوز، لباس گشاد و بلند پوشیدم با روسری بزرگ / سعی می‌کنم تا حد امکان زندگی شخصیم رو از فضای کارم پنهان کنم.	پنهان کردن سبک زندگی منطبق شدن با الگوهای ارزشی فرهنگ معیار میل به مهاجرت	تنظیم معیارهای کاری با الگوی مسلط	اجتناب از درگیری با ساخت مسلط
	۱۲	کاری که من می‌کنم، مخاطب عام نداره / از اجرای ما کسی که متخصص نباشه سر درنمیاره / بازار کار ما دست سلبریتی‌ها و بچه معروف‌هاست، کار	باور به نبود مخاطب و حمایت	ناشناخته / تخصصی بودن محصولات	انکار توان / علاقه به پول‌سازی

				جدی تر مخاطب نداره.	
	گسست از شهر	بی‌علاقگی به اتفاقات شهری / نگرانی از حضور در فضای عمومی شهر	ناشناخته بودن فضای عمومی شهر	از تهران همین جاهایی که زندگی و کار کردم رو بلدم / بدون ماشین نمیرم توی شهر، چون به ریخت و قیافه من گیر میدن / حالا فرض کنیم من با چیزی مخالف باشم کی به حرف من گوش میده.	۱۳
	احساس بی‌قدرتی در برابر شهر	اعتراض نکردن به مسائل شهری	انطباق‌پذیری با تغییرات ناخوشایند	کوچه‌ای که خیلی دوستش داشتم خراب کردن ولی چاره چیه! / چرا باید آبروی خودم رو بگذارم برای اعتراض به ساخته شدن یک پل مثلاً! / تهران زشته ولی من با زشتیش کنار اومدم، چاره‌ای ندارم.	۱۴
	بی‌آیندگی	نداشتن برنامه‌ریزی بلندمدت	نداشتن چشم‌انداز	هر پروژه‌ای که دارم فقط به زمان تحویل همون پروژه فکر می‌کنم / نمی‌دونم چی میشه تا هروقت کار داشته باشم و ایده، هستم، بعدش نمی‌دونم چی میشه.	۱۵
	امکانات محور در برابر درآمد محور	تمایل نداشتن به افزایش دارایی	بسنده کردن به دستاوردهای مادی موجود	همین خونه ۷۰ متری که دارم با این ماشین کافیه، دنبال بیشتر کردنش نیستم / هیچی در زندگی به نام خودم ندارم، جز این شماره موبایل	۱۶