

خلاقیت در بازآفرینی شهر در راستای ایجاد شهر خلاق

حامد مرادیان

کارشناسی ارشد برنامه ریزی فرهنگی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی خلاقیت در بازآفرینی شهر در راستای ایجاد شهر خلاق انجام شد. روش تحقیق کتابخانه ای با استفاده از کتب، مقالات و پایان نامه ها و... انجام گرفت. نتایج نشان داد خلاقیت به عنوان یک نیروی محرکه در فرآیند بازآفرینی شهری، نقش بسزایی در شکل دهی به شهرهای خلاق و پایدار ایفا می کند. نقش خلاقیت در بازآفرینی شهری به دو جنبه اصلی تقسیم می شود: اول، خلاقیت در طراحی و برنامه ریزی فضاهای شهری و دوم، خلاقیت در مشارکت اجتماعی. در جنبه اول، معماران، طراحان، و هنرمندان می توانند با استفاده از ایده های نوآورانه، فضاهای عمومی را به مکان هایی جذاب و کارآمد تبدیل کنند. این طراحی ها باید به گونه ای باشد که نیازهای ساکنان را برآورده کند و به بهبود کیفیت زندگی آن ها کمک نماید. در جنبه دوم، مشارکت فعال شهروندان در فرآیند بازآفرینی شهری، به ایجاد فضایی خلاق و نوآورانه کمک می کند. این مشارکت نه تنها به شناسایی نیازها و خواسته های واقعی ساکنان منجر می شود، بلکه به افزایش حس مسئولیت پذیری و تعلق اجتماعی نیز کمک می کند. با ایجاد بسترهای مناسب برای مشارکت شهروندان، می توان به یک فرآیند بازآفرینی جامع و پایدار دست یافت که در آن تمامی ذینفعان نقش فعالی ایفا می کنند. در نهایت، خلاقیت در بازآفرینی شهری می تواند به جذب سرمایه گذاری، توسعه اقتصادی، و بهبود زیرساخت ها کمک کند. این رویکرد می تواند به ایجاد یک شهر خلاق منجر شود که در آن زندگی شهری بهبود یافته و کیفیت زندگی ساکنان ارتقاء یابد. به این ترتیب، خلاقیت به عنوان یک عامل کلیدی در شکل دهی به آینده شهرها و ایجاد فضاهای شهری پایدار و جذاب، اهمیت ویژه ای دارد.

واژه های کلیدی: فضا، فضای شهری، شهر خلاق، خلاقیت، بازآفرینی شهری

مقدمه

خلاقیت به عنوان یکی از ارکان اساسی توسعه پایدار شهری، در فرآیند بازآفرینی شهرها نقش حیاتی ایفا می‌کند. در دنیای امروز، شهرها با چالش‌های متعددی از جمله رشد جمعیت، تغییرات اقلیمی، و نابرابری‌های اجتماعی مواجه هستند. در این شرایط، نیاز به رویکردهای نوآورانه و خلاقانه برای بهبود کیفیت زندگی ساکنان و ایجاد فضاهای شهری پایدار و جذاب بیش از پیش احساس می‌شود. مفهوم «شهر خلاق» به عنوان یک الگو برای توسعه شهری، بر اساس استفاده از خلاقیت و نوآوری در تمامی ابعاد زندگی شهری شکل گرفته است. بازآفرینی شهر در راستای ایجاد شهر خلاق، به معنای استفاده از ایده‌ها و راهکارهای نوین برای بهبود فضاهای عمومی، ارتقاء کیفیت زندگی، و تقویت هویت محلی است. این فرآیند شامل مشارکت فعال شهروندان، هنرمندان، و نهادهای مختلف در طراحی و اجرای پروژه‌های شهری است که به ایجاد فضایی پویا و زنده کمک می‌کند. در این راستا، خلاقیت می‌تواند به عنوان یک ابزار مؤثر برای حل مشکلات شهری، جذب سرمایه‌گذاری، و ارتقاء فرهنگ و هنر محلی عمل کند. توجه به خلاقیت در بازآفرینی شهری نه تنها به بهبود فضاهای عمومی و زیرساخت‌ها کمک می‌کند، بلکه می‌تواند به تقویت حس تعلق و مشارکت اجتماعی ساکنان نیز منجر شود. این رویکرد می‌تواند به ایجاد فرصت‌های شغلی، افزایش گردشگری، و بهبود اقتصاد محلی کمک کند و در نهایت به تحقق اهداف توسعه پایدار شهری منجر شود. در این مقاله، به بررسی نقش خلاقیت در فرآیند بازآفرینی شهر و تأثیر آن بر ایجاد شهر خلاق خواهیم پرداخت.

خاستگاه بازآفرینی شهری در سیر و تحول مرمت و حفاظت شهری

سه دهه اخیر قرن بیستم با جریانی در مرمت و حفاظت شهری همراه است که آن را در وهله اول می‌توان تجدید نسل شهرها نام نهاد. نوسازی شهری در عصر خود و تا قبل از شکل گرفتن رویکرد تعاملی، عمدتاً با غلبه دیدگاه تک سویه تجدید کالبد همراهی می‌شد، تضاد و عدم تناسب میان ویژگی‌های کالبدی، و محتوایی بسیاری از شهرها روبه افزایش نهاد از اواسط دهه ۱۹۶۰ میلادی فرآیندی شکل می‌گیرد که طی آن، نسل تازه‌ای از ساکنان شهرها ظهور می‌کند. این نسل مطالبات دیگری را از شهر مطرح می‌کند و یا جریاناتی را بر شهر تحمیل می‌نماید که تازگی دارد. این عامل انگیزه پرداختن به نوع تازه تری از مرمت و حفاظت شهری می‌گردد که متناظر با عنوان نسل نوی شهروندان تجدید نسل «شهری نام می‌گیرد. نسل جدید حاصل از انفجار جمعیتی سال‌های آخر دهه ۱۹۴۰ در اواخر دهه ۱۹۶۰ قدم به عرصه شهر و اجتماع نهاد تفکر این نسل با جریان‌های نوسازی سرمایه دارانه سازگاری پیدا نمی‌کند و موجب تقابل در برابر جریان اقتصاد سرمایه داری و شهرسازی انتفاعی، می‌شود. رونالد اینگلهارت بیان میدارد که فرآیند توسعه اقتصادی پس از جریان اول نوسازی جریان دومی را در پی دارد، که آن را جریان پسانوسازی نامیده‌اند این همان جریانی است که تبلور آن را در مرمت و حفاظت شهری، تجدید نسل شهری یا معاصر سازی و باز آفرینی شهری تلقی میکنند فرزندان پس از جنگ، که تعدادشان بسیار زیاد است خود را قربانی سیاست‌های نوسازی پس از جنگ و انحصار طلبی گروه‌های توسعه دهنده ناشی از جریان اقتصاد سرمایه داری می‌دانند. (لطفی، ۷۸-۱۳۹۱: ۷۵)

راهبردها و اصول بازآفرینی شهری

رویکرد «باز آفرینی شهری» چند راهبر داصلی را در دستور کار خود داشته است:

۱- تکوین نگرش تعاملی در باز آفرینی: فعالیت‌های شهرسازی دهه ۱۹۷۰ میلادی بیشتر از جنس همان روش تعاملی یا تلفیقی در نوسازی شهری بوده است. به تدریج توجه به حیات مدنی و مسائل اجتماعی شهرها، یکی از اجزای جدایی ناپذیر فرآیند مرمت و حفاظت شهری تبدیل می‌گردد و مبارزه با گسستگی اجتماعی، مهمترین عناوین برنامه‌های ملی را به خود اختصاص می‌دهد. تسلط یافتن نگاه تعاملی را همچنین می‌توان با شکل گرفتن وزارتخانه‌ای تحت عنوان وزارت آمایش سرزمین، تجهیزات، مسکن و گردشگری در سال ۱۹۷۲ دریافت توجه به مشکلات محله‌ها و ساکنان شهرها توجه به ارتقاء کیفیت محیط زندگی افراد و کوشش در جهت حل مسائل قشر جوان جامعه از فعالیت‌های مهمی است که این نگرش را تکمیل می‌کند.

۲- فرهنگ، محملی برای باز آفرینی: یکی از اصلی‌ترین پاسخ‌هایی که برای به گردش در آوردن چرخ مرمت و حفاظت شهری اندیشیده شده گزینه فرهنگ است. فرهنگ در بارزترین حضور خود، به عنوان عاملی برای ساختن تصویری جدید از شهرهای صنعتی به کار گرفته شده و به راهبردی مؤثر برای توسعه‌های جدید تبدیل گردیده است. در دهه ۱۹۹۰ انگاره باز آفرینی هدایت‌شونده با فرهنگ و استفاده از سرمایه‌های فرهنگی، خود را به عنوان گزینه‌ای موفق در عرصه مرمت و حفاظت شهری مطرح ساخت.

۳- محیط زیست قیدی برای باز آفرینی: پس از حدود سه دهه تمرکز کامل بر رشد اقتصادی تک سوپه و پایدار شدن تبعات ناخوشایند این شیوه از توسعه بر پیکر عرصه‌های طبیعی و تهدید بسیاری از منابع تجدید ناپذیر از سال‌های دهه ۱۹۷۰ به بعد توجه به محیط زیست عاملی تعیین‌کننده در بحث شهرسازی بدل گردید. از این پس بخش مستقلی از طرح‌های باز آفرینی به جنبه‌های زیست محیطی، و تدارک لوازم رسیدن به توسعه‌های همگام با پایداری محیطی اختصاص پیدا کرده است.

۴- خدماتی شدن بازآفرینی شهری و تجدید ساختار کالبدی کارکردی بسیاری از طرح‌های باز آفرینی شهری، برای تبدیل کردن پهنه‌هایی از شهر که روزگاری در خدمت تجارت سنتی، واقتصاد نوع اول و دوم قرار داشته است به مراکزی برای ارائه خدمات عمومی و تخصصی در سطوح ملی و بین‌المللی به انجام رسیده است. گرایش به سوی فعالیت‌های خدماتی همچنین الگوی جدیدی از ساعات کار و استراحت را پیش روی جوامع پیشرفته نهاده است. مطابق این الگو با آزاد شدن ساعت‌های بیشتری در طول هفته و افزایش ایام تعطیل سالانه و اوقات فراغت تقاضای بسیار بیشتری برای استفاده از خدمات تفریحی گردشگری و فرهنگی به وجود آمده و همین امر کل جریان شهرسازی و مرمت و حفاظت شهری را به سوی ایجاد و یا ارتقاء کیفی فضاهای عمومی و تفریحی سوق داده است.

توسعه از درون باز آفرینی و بازگشت به شهر توجه ویژه به بافت موجود شهرها به عنوان عرصه‌ای مناسب برای انجام رساندن طرح‌های توسعه‌ای جدید از نوع ارتقاء و بهبود کالبدی و کارکردی، به امری مشترک برای مرمت و حفاظت شهری کشورهای اروپای غربی و ایالات متحده تبدیل می‌شود. در انگلستان و ایالات متحده مهم شمردن توسعه از درون با کاربست واژه برون فیلد به معنای اراضی درونی شهرها که قبلاً موضوع توسعه‌هایی بوده اند مطرح گردید و توسعه از درون در مخالفت با پاشیدگی‌های شهری و کشیده شدن بی‌دلیل شهر در زمینهای بکروپیرامونی یا گرین فیلد، پیشنهاد شده بود. (لطفی،

۸۵-۱۳۹۱:۸۱)

سای پامیر در کتاب آفرینش مرکز شهری سرزنده با تکیه بر تجربه ابتکارات صورت گرفته در ۲۰ سال گذشته به هفت اصل پایه برای اصلاح و باز آفرینی موفق شهری اشاره می کند. این اصول عبارتند از:

۱- بهبود تنوع کاربری (استفاده)

۲- تشویق فشردگی

۳- ایجاد تراکم توسعه

۴- اطمینان حاصل نمودن از توازن فعالیت ها

۵- بالا بردن سهولت دسترسی

۶- آفرینش پیوندهای عملکردی

۷- ساختن یک سامانه هویتی مثبت .

اصل اول: بهبود تنوع کاربری

یک مرکز شهر سالم باید گستره وسیعی از اختلاط کاربری های مختلف را در خود داشته باشد تا بتواند در جهت ایجاد یک محیط تجاری و تفریحی سرزنده و متنوع به گونه ای مؤثر و پاسخده عمل نماید. با فراهم آوردن بهانه های متنوع برای مردم جهت بازدید و ماندن در قلب شهر در طول روز بویژه غروب ها شهرها می توانند مردم بیشتری را به کرات و برای مدت طولانی تری به خود جلب نمایند .

اصل دوم: تشویق فشردگی

برای بهبود فعالیت، پیاده محدوده مرکزی شهر باید فشرده بوده و حجم بالایی از فعالیت های با قابلیت دسترسی آسان پیاده را به بار نشانند. در این رابطه یک اقدام اساسی و مهم پر کردن فاصله های کالبدی موجود دریافت شهری بویژه در مکان های در معرض دید و مرکز شهر می باشد .

اصل سوم: ایجاد تراکم توسعه

با این که تراکم در ایجاد توده های حیاتی شهر از نقش مهمی برخوردار است اما باید دقت نمود که پروژه های بزرگ مقیاس جدید تاثیر منفی برویژگی های مطلوب موجود مرکز شهر بر جای نگذارند. این گونه ساخت و سازها ممکن است بردارایی های موجود ارزش اقتصادی ابنیه و فعالیت های سطح خیابان تأثیر منفی بر جای گذارند. در شهرهای کوچک تر با تراکم توسعه کمتر نگهداری و حفظ سرمایه های موجود بر پروژه های جاه طلبانه ارجحیت دارد. ساخت و سازهای درون افزا با مقیاس مناسب همراه با استفاده بهینه از فضای طبقات فوقانی ساختمان ها برای اداره ها یا منازل مسکونی می تواند تا حد زیادی کارایی و اختلاط کاربری زمین را بهبود بخشند .

اصل چهارم: اطمینان حاصل نمودن از توازن فعالیت ها

مرکز شهر باید در طول روز و عصر از توازن فعالیتی برخوردار باشد. برای مثال مقدار نامناسب فضای اداری می تواند مرکز شهر را بعد از ساعات کاری خالی از جمعیت باقی گذارد. از این رو باید تلاش شود که با ترکیبی از مغازه ها کاربری های جاذب بازدید کنندگان و فضاهای مسکونی سرزندگی حوزه مرکزی را در این زمان ها نیز برقرار نمود .

اصل پنجم: بالا بردن سهولت دسترسی

مهم این است که همراه با تأمین دسترسی راحت و کارا از طریق خودرو و دست یابی به پارکینگ با وضوح کامل برای عابران پیاده اولویت و حق تقدم قائل شد تا آنها تشویق به پیاده روی شوند و به خیابان ها زندگی بخشند. اگر خیابان ها می خواهند بیشتر به عنوان عامل پیوند عمل نمایند تا جدانی باید پیاده روهای را با عرض کافی و نیز با امکانات و تسهیلات مورد نیاز برای بهبود تجربه عابران پیاده در خود تأمین نمایند. یک الگوی تعریف شده متشکل از محیطی پاسخده برای نیازهای کیفی عابران پیاده دسترسی مؤثر با خودروی شخصی و دسترسی به حمل و نقل همگانی را در خود دارد .

اصل ششم: آفرینش پیوندهای عملکردی

مردم باید بتوانند بین مراکز فعالیتی از طریق مسیرهای ارتباطی مستقیم جذاب و راحت به صورت پیاده تردد نمایند. ارتباطات پیاده باید شبکه ای یکپارچه ایجاد کند که از طریق طراحی منحصر به فرد منظر خیابان، فضاهای باز و کاربری های فعال سطح خیابان تعریف شوند. بعلاوه ارتباط یکپارچه باید بتواند فعالیت های مرکز شهر را به یکدیگر مرتبط کرده و مرکز شهر را به همسایگیهای مجاورشان متصل نمایند .

اصل هفتم: ساختن یک سامانه هویتی مثبت

مراکز شهری برای خلق مکانی جذاب و دلپذیر برای تعامل اجتماعی مردم احتیاج به سامانه هویتی مثبت دارند. خرید و فروش فعالیت های فرهنگی تفریحی و ورزشی و برنامه های برگزاری مراسم خاص به ایجاد تصویر ذهنی مطلوبی از شهر به عنوان یک مکان هیجان انگیز کمک می کند سکونت و بهبود زندگی شهری تیز در شکل دادن به تصویر ذهنی از مرکز شهر به عنوان محیطی امن مناسب برای زندگی با نگهداری و مدیریت مطلوب و زیست پذیر مؤثر است. (بهزاد فروشکیبامنش، ۱۳۸۹: ۲۵-۳۲)

باز آفرینی شهری مبتنی بر توسعه خلاق و ایجاد زمینه برای وقوع خلاقیت های هنری

تفکر خردورزانه در رابطه با فرهنگ از قرن ۱۸ و ۱۹ میلادی متولد شد. دورانی که جریانات عصر صنعتی به تمام لایه ها و ابعاد زندگی بشر به خصوص ساختار اجتماعی اقتصادی افراد و اجتماعات روز به روز نفوذ بیشتری می نمود. متعاقباً در خلال اینگونه جریانات بحث بر سر معضلات بروز یافته در حوزه فرهنگ شهری ناشی از عصر صنعت نیز شدت گرفت. (آشوری، ۱۳۸۰: ۳۵) با استناد به مونگومری می توان بیان داشت که شیوه تولید فردی و جمعی طی گذار از سرمایه داری اولیه اواخر قرن ۱۸ میلادی و اوایل قرن ۱۹ میلادی با شیوه تولید کالا به صورت صنایع دست ساخت و تولیدات سبک سازماندهی شده به وسیله تجار و اصناف و عصر فوردیسم قرن ۱۹ میلادی و اواسط قرن ۲۰ میلادی با شیوه تولید انبوه کالا) به عصر پسا فور دیسم و اقتصادنو قرن اخیر با شیوه تولید در گرو خلاقیت های هنرمندانه و طراحی خلاقانه اشیاء هنری در قالب صنایع فرهنگی خلاق برای استفاده های فردی تغییر رویکرد داده است. در این رابطه می توان از دیوید ها روی نقل کرد که شهرها دیربست عرصه مهم تولیدات فرهنگی بستر نوآوری های فرهنگی و نقطه تمرکز ایجاد سلیقه و گرایش به مدبوده اند. در جهانی که شهرها بسیاری از عملکردهای تولیدی سنتی خود را از دست داده اند ولی در آن تغییر ذائقه بیش از پیش مهم تر و ضروری تر جلوه می نماید چنین نقش سنتی از شهر به خوبی می تواند به عنوان راهبردی حیاتی برای بقاء شهرها به کار آید. کلید اصلی بازآفرینی فضاهای شهری و به دنبال آن توسعه شهرها توسعه فرهنگی است که در شهرهای خلاق با تکیه بر گروه های خلاق در این پژوهش هنرمندان اتفاق می افتد. در راستای تحقق برنامه های توسعه شهری مدیریت خلاق شهری می بایست به دنبال تلفیق

اندیشه صاحب‌نظران مدیریت شهری مدرن با مبانی و ارزش‌های بومی در راستای رسیدن به روشی نو در حل مسائل باشد و این در حال است که خلاقیت به عنوان یکی از عناصر مدیریت شهری همه جانبه مطرح می‌باشد. برای بروز مدیریت شهری خلاق فضاهای عمومی به عنوان واسط میان شهروندان و مدیران شهری می‌توانند منبع ایده یابی و ایده پردازی مدیران باشند. این فضاها منجر می‌شود تا تفکر خلاق شهروندان همگام با مدیریت شهری حرکت کرده و به توسعه پایدار بینجامد. (کلانتری و دیگران، ۱۳۹۱: ۷۷)

جایگاه هنر شهری در باز آفرینی و توسعه خلاق فضاهای شهری

شبکه منطقه ای شهرهای خلاق که در اکتبر سال ۲۰۰۴ توسط یونسکو در صد و هفتادمین مجمع عمومی شروع بکار نمود و هدف آن کمک به بازبانی پتانسیلهای اقتصادی اجتماعی و صنایع فرهنگی در راستای رشد هوشمند است که توسط نیروهای محلی برپا می‌گردد تا شعار جهانی بیندیشیم و محلی عمل کنیم را به نتیجه برساند، متشکل از هفت زمینه بوده که هر شهر با توجه به انرژی و ظرفیتی که به صنایع خلاق اختصاص می‌دهد اولویت خود را در رابطه با آن انتخاب می‌کند. این هفت زمینه اولویتهای فعالیتی شهرهای خلاق را تشکیل می‌دهند که شامل ادبیات، سینما، موسیقی مهارت و هنر فولک طراحی هنرهای رسانه ای و تغذیه می‌باشند. در نتیجه هنر به عنصری مهم و تأثیر گذار بر توسعه شهری خلاق که وابسته به فضاهای شهری خلاق است، تبدیل شده است. فضای عمومی در شهر همیشه بستری برای تجلی ارزش‌های فرهنگی هر دوره ای بوده و تصویرش بر مبنای اوضاع مختلف اجتماعی اقتصادی و سیاسی تغییر کرده است. اما در تمام دوران حیات فضای عمومی در شهرها از ابتدا تاکنون هنر با حضور خود در این فضا نقش ارزنده ای را در پایداری اجتماعی جوامع و تحکیم نمادهای فرهنگی و تلفیق آنها در فضای شهری بازی کرده و ابزارهایی را به منظور روایت داستانهایی که زیربنا و ثروت جوامع محسوب می‌شوند به وجود آورده است. این موضوع مشهود است که مفهوم هنر عمومی و شهری با مفهوم فضای شهری به صورت یک زمینه مشترک که مردم فعالیت‌های عملکردی و آیینی را که باعث انسجام و به هم پیوستگی جامعه می‌شوند به صورت عادت جاری روزمره یا جشنها و مراسم ادواری، در آن انجام می‌دهند، ارتباط غیر قابل انکاری دارد. هنری که ما در فضای عمومی می‌یابیم بیش از دیگر گرایشات هنری و زیبا شناختی تبیین کننده و نشان دهنده موقعیت اجتماعی و فرهنگی جامعه در زمان خود می‌باشد. اقدامات صورت گرفته در این زمینه به تشکیل تصویر ویژه ای از شهر و علامت‌های قابل شناخت در آن کمک می‌کند. هنر در مکان‌های عمومی روابط بین مردم را تحت تأثیر قرار داده و باعث ارتقاء سطح سلامتی و تمول جامعه می‌شود. هنر عمومی و شهری در مفهوم عامش هنری است که در فضای شهری واقع شده است. اگر بخواهیم آن را از طریق قراردادی اش تعریف کنیم این هنر هنری است که نظم یافته و تخصیص یافته برای عموم و دارای ویژگی اشتراکی بودن تعریفی که به خوبی می‌تواند جمع بندی از تعاریف مختلف از مفهوم هنر عمومی باشد توسط ژاویر مادرولو این چنین بیان شده است گونه ای مشخص از هنر که نصیب گروه خاصی از شهروندان در هنر معاصر نبوده و مکانش در فضای باز شهری می‌باشد. هنر عمومی می‌تواند به معنای محدوده وسیعی از عوامل مختلف از فعالیت‌ها و وقایع باشد. بعضی از مظاهر هنر عامه پسند می‌تواند در این حیطه مورد توجه قرار گیرد از این جهت که :

۱- فعالیت‌های پر معنایی هستند بنابراین می‌توانیم برچسب هنر را به آنها بزنیم .

۲- مورد توجه عموم بوده و در صحنه عمومی اتفاق می‌افتند .

۳- بعضی از آنها به وسیله منابع عمومی سرمایه گذاری می‌شوند و بعضی دیگر به وسیله یک شخص، اما همه اینها با یک هدف روشن در قالب فعالیت عمومی نمودار می‌شوند.

ما می‌توانیم مفهوم هنر عمومی را در موارد زیر گسترش دهیم:

۱- وقایع

۲- کارهای برجسته و شاهکارها

۳- فعالیت‌ها

۴- هر نوع تظاهر هنر نمایشی

۵- هر نوع تظاهر هنر موسیقی

و در کل تمام فعالی‌های خلاقانه و پر معنی در فرایند بهره‌گیری از هنر نباید این نکته فراموش شود که فضای عمومی یک موزه یا گالری برای نمایش گذاشتن آثار هنری نیست زیرا در این صورت این فضا محلی برای به نمایش گذاشتن توانایی و افتخارات یک فرد خواهد بود نه فضایی برای به نمایش گذاشتن افتخارات خاطرات و ابعاد اجتماعی - فرهنگی یک جامعه. بستر تحقق هنر شهری عرصه‌های عمومی شهر است. صحنه‌هایی که جریان زندگی شهری در آن به وقوع می‌پیوندد نه تنها جنبه‌های کالبدی متناظر با آن همچون عبور و مرور و حمل و نقل را مدنظر قرار می‌دهد، بلکه جایی است که مکث در آن اتفاق می‌افتد و زندگی شهری به نمایش در می‌آید این عرصه‌ها با مقیاس‌های متفاوتی در پهنه‌های شهری وجود دارند و بسته به میزان ارزش آنها نیز متغیر است. هنر شهری باید متناسب با بستر و مکانی که در آن شکل می‌گیرد تعریف و ارایه شود تا بتواند در ارتقای کیفیت آن محیط مؤثر باشد. هنر شهری دارای یک دیالوگ فرمی و مفهومی با بستر حضور خود است. منظور از بستر و زمینه ارتباط و هم‌نشینی میان اجزای یک سکانس شهری است. هر عنصری که به شهر اضافه می‌شود به تناسب نوع ارتباطاتی که در فضا می‌سازد فضایی نامرئی پیرامون خود منتشر می‌کند و برای اجزای پس از خود زمینه‌سازی می‌کند. بخش مهمی از تعاملات اجتماعی و فرهنگی در فضاهای شهری محقق می‌شود بنابراین نقش فضاهای شهری در تقویت بنیادهای اجتماعی و فرهنگی شهر بسیار دارای اهمیت است. بر این اساس هنر شهری در این فضاها از اهمیت اساسی برخوردار بوده و با جذب طیف وسیعی از گروه‌های اجتماعی حس هم‌گرایی و تعامل مستقیم شهروندان را با وجود بینشها، احساسها، خواسته‌ها و گرایش‌های مختلف تقویت می‌کند. همچنین هنر محیطی با آشتی دادن مردم با فضاهای عمومی شهری بحران خالی شدن عرصه‌های عمومی از حضور مردم و کاهش کنش‌های اجتماعی که امروزه اغلب کلان‌شهرها دچار آن شده‌اند - بهبود می‌بخشد.

نقش هنر شهری در ارتقا کیفیت فضاهای شهری

نقش هنر شهری در ارتقا کیفیت فضاهای شهری را می‌توان به صورت زیر بیان کرد:

خوانایی خوانایی شهر و فضاهای عمومی شهری از جمله معیارهای کیفیت کالبدی شهرها به شمار می‌رود. سهولت شناخت و برقراری پیوند بین اجزا و عناصر شهری با سایر مکان‌ها در شهر از جمله مؤلفه‌های سازنده‌ی خوانایی و هویت شهری است معنی شهر با شکل فضایی و کیفیت آن در ارتباط مستقیم است همانطور که با فرهنگ شهروندان نیز ارتباط دارد برای دستیابی به خوانایی شهری نشانه‌های شهری با هدف جهت‌یابی و هدایت افراد می‌توانند عناصر بسیار مهمی به شمار آیند بسیاری از آثار هنر شهری که در فضاهای عمومی شهری خلق می‌شوند قابلیت تبدیل شدن به المانهای برجسته‌ی شهری و

نشانه های هویت ساز فضاهای شهری را دارند. ماندگاری آثار هنر شهری در اذهان شهروندان آنها را تبدیل به یادمانهایی می کند که می توانند تأثیر گذاری زیادی در افزایش خوانایی فضاهای شهری داشته باشند. از طرف دیگر افزایش خوانایی و حس آشنایی و صمیمیت شهروندان با فضاهای شهری تقویت حس تعلق آنها به این فضاها را در پی خواهد داشت. - تعاملات اجتماعی افزایش تعاملات اجتماعی شهروندان از اصول اساسی ارتقای کیفیت اجتماعی فضاهای عمومی شهری به شمار می آید. بحرینی معتقد است که فضاهای عمومی شهری از طریق فضاهایی تقویت و گسترش می یابند که در طراحی آنها جذب گروه های متنوعی از مردم در نظر گرفته شده باشند. با توجه به اینکه در آثار هنر شهری در فضاهای شهری مخاطب به عنوان بخشی جدایی ناپذیر از اثر هنری قلمداد می شود و گاهی از مشارکتش در فرآیند تولید این آثار هنری نیز بهره برده می شود؛ این هنر و آثار هنری می توانند در افزایش روحیه ی مشارکت اجتماعی شهروندان و نیز میزان حضور آنان در فضاهای باز و عمومی شهری بسیار مؤثر باشند به طور مثال هنر کهن تئاتر با تلفیق ادبیات موسیقی و اجرا همواره فارغ از دغدغه های مکانی، در پی خلق فضای رویداد و همراه نمودن مخاطب با خود بوده است. اینگمار برگمان کارگردان سوندی بر این اعتقاد بود که نمایش عبارت است از رویارویی انسان با انسان و این رویارویی را در محیط مناسب می توان ایجاد کرد. ریچارد شکتر ریشه ی اصلی هنر نمایش را در آیین دانسته و به عقیده ی وی شکل نمایش های خیابانی امروزی نیز برآمده از آیین است. شیوه ی رسمی اجرای نمایش در آمفی تئاترها هنر تئاتر را از جایگاهی فاخر به مخاطب تحمیل می کند و هنرمند و تماشاگر را در تقابل با هم قرار می دهد اما در تئاترهای آیینی گذشته و نمایش های خیابانی امروزی مرز بین «زندگی» و «تئاتر» و نیز فاصله ی بین هنرمند و تماشاگر از بین رفته است و در واقع مونولوگ هنرمند به دیالوگ هنرمند مخاطب تبدیل شده است. این امر باعث شکل گیری و گسترش دیالوگ ها و کنش های اجتماعی در بستر حیات اجتماعی شهرها می شود. تحقق هنر شهری در فضاهای عمومی شهری می تواند در افزایش سرزندگی و پویایی اجتماعی آنها نیز مؤثر واقع شود. سرزندگی و پویایی فضای شهری و در مقابل ملال انگیزی آن بازتاب تعدد و به ویژه نوع فعالیت ها و رویدادهایی است که در فضا صورت می پذیرد یک فضای شهری سرزنده به فضایی شهری گفته می شود که در آن حضور تعداد قابل توجهی از افراد و تنوع آنها از نظر سن و جنس در گستره ی زمانی وسیعی از روز که فعالیت شان عمدتاً به شکل انتخابی یا اجتماعی بروز می یابد به چشم می خورد. حس مکان یا حس تعلق مکان به معنای ادراک ذهنی مردم از محیط و احساسات نسبتاً آگاهانه ی آنها از محیط است که مردم را در ارتباطی درونی با محیط قرار می دهد به طوری که درک و احساس افراد با معنای محیط یک پارچه می شود. این حس عاملی است که یک محیط یا فضا را به مکانی با ویژگی های حسی و رفتاری ویژه برای افراد تبدیل می کند هنر شهری از طریق تحریک و تأثیر بر ادراک ذهنی شهروندان از محیط های شهری قادر است حس تعلق آنها را نسبت به محیط و مکان های زندگی آنها تقویت نماید و به عاملی برای پایداری پیوند انسان با محیط و شهر تبدیل شود. بنابراین هنر در دست یابی به شهرهای خلاق و فضاهای شهری مشوق خلاقیت از اهمیت و جایگاه مهمی برخوردار است. شهرهای خلاق از هنر به عنوان هدایتگر تغییرات شهری و باز آفرینی شهری کمک می گیرند .

مفهوم طبقه و گروه های خلاق شهری

جیکوبز به نقش عمده ای که مردم در تولید و ساماندهی فعالیت های اقتصادی در شهرها دارند توجه کرد. در دیدگاه وی شهرها به وسیله تولید و ساماندهی آگاهی های جدید نقش غیر قابل انکاری را در توسعه اقتصادی ایفا می نمایند. مقیاس شهرها و تنوع ساکنین آنها تعاملات را ایجاد میکنند که آنها خود ایده های جدید را تولید می نمایند. به بیان دیگر تنوع بازیگران

اقتصادی در شهرها و میزان بالای تعاملات، حمایت کننده خلق و توسعه محصولات جدید و تکنولوژی جدید می باشد. مطالعات علمی بر ارتباط بین سرمایه انسانی و رشد منطقه ای صحنه می گذارند. راج دریافت که هم در آمدها و هم اجاره خانه ها در شهرهایی با میانگین سطح تحصیلات بالاتر بیشتر می باشد. ادوارد گلیسر و همکارانش دریافتند که رابطه محکمی بین سرمایه انسانی و رشد شهر وجود دارد آنها دریافتند که شهرهایی که جمعیت تحصیلکرده بیشتری دارند در طول زمان دارای میزان بالاتری از رشد جمعیت نیز می باشند. سایمون و ناردینلی نیز در مطالعاتشان در مورد ایالات متحده و انگلستان دریافتند که سطح سرمایه انسانی در سال ۱۸۸۰ تعیین کننده رشد شهر در دهه های آینده آن بوده است. گلیسر دریافت که دستیابی به کارگران یا افراد مستعد مهمتر از روابط بین خود کمپانی ها موجب تمایل به جمع شدن و خوشه ای شدن آنها در یک منطقه می باشد. ویژگی متمایز طبقه خلاق این است که اعضای آن در کارهایی مشغول می باشند که عملکرد آنها خلق فرمهای جدید معنادار است. هسته فوق خلاق طبقه جدید خلاق شامل دانشمندان و مهندسان، اساتید دانشگاه شاعران و رمان نویس، هنرمندان سرگرم کننده ها بازیگران طراحان و معماران و همچنین رهبران فکری جامعه مدرن شامل نویسندگان مطالب واقعی ادیتورها چهره های فرهنگی محققان گروه های تخصصی تحلیلگران و سایر ایده سازان می باشند. در مرحله دوم از این هسته طبق خلاق همچنین شامل حرفه ای های خلاق می گردد که در بازه وسیعی از صنایع دانش بنیان مانند بخش های تک خدمات مالی مراقبت سلامت امور قانونی و مدیریت تجارت مشغول بکار می باشند. این افراد با استفاده از آگاهی ها و دانایی پیشرفته و پیچیده شان در فرآیندهای حل مسئله راه حل های نوآورانه را جستجو مینمایند انجام چنین کارهایی به آموزشهای رسمی در سطح بالا و بنابراین میزان بالای سرمایه انسانی نیاز دارد. این نکته لازم به ذکر است که در دیدگاه فلوریداهمه انسانها خلاق هستند و همه آنها بالقوه اعضای طبقه خلاق می باشند آنهایی که به عنوان اعضای بالفعل طبقه خلاق شناخته می شوند تنها این فرصت را پیدا کرده اند که خلاقیتشان را به طور دائم در شغلشان به کار گیرند و برای این کار وجه دریافت کنند. در مطالعاتی که در سال ۱۹۹۹ توسط شورای تکنولوژی مناطق جنوبی بر روی روند مهاجرت تازه فارغ التحصیلان دانشگاه ها و دبیرستان ها انجام شد نشان داد که توانایی جذب افراد مستعد و تحصیل کرده مهم تر از توانایی حفظ آنها است. این در حالیکه بسیاری از مناطق در گسترش راهبردهایی برای حفظ ساکنان موجود یا تشویق مهاجرت کرده ها می کوشند. در حالی که تلاش برای جذب افراد مستعد و تحصیل کرده در مقیاس ملی در طولانی مدت موثرتر از حفظ آنها می باشد توانایی جذب افراد مستعد نیز خود به میزان زیادی به کیفیت یک مکان بستگی پیدا می کند .

مفهوم شهرها، خوشه ها و حوزه های خلاق شهری

مفهوم حوزه های خلاق به وسیله مورخان شهری به نام های گونر تور نکیوست و آک آندرسون توسعه پیدا کرد. تورنکیوست تعریف خود از حوزه های خلاق را در سال ۱۹۷۸ میلادی مطرح کرد و اظهار نمود که در چنین حوزه هایی ۴ ویژگی کلیدی جریان دارد: ۱- اطلاعات که باید قابل مبادله و دادوستد درونی باشد، ۲- دانش نهادهای کاروداده محور، ۳- صلاحیت در فعالیت هتی خاص، ۴- خلاقیت که هر سه ویژگی دیگر را برای خلق محصولات، ایده ها و فرآیندها به یکدیگر می پیوندند. چنین مکان هایی به عنوان حوزه تجمع یافته ای از تخصص های خلاق شناخته می شوند به طور کلی هنرمندان و افراد خلاق و توانا نیز به مکان هایی با تنوعی از دادوستدها و تجارتها و تنوعی از برخوردها و آشفتگی ها جذب می شوند. آندرسون در تعریف خود از حوزه های خلاق اظهار می دارد که این گونه حوزه ها توانایی های نیمه ناخود آگاه و بالقوه افراد و گروه ها را برای تولید فعالیت های جدید در عرصه هنر تکنولوژی و علم، توسعه می دهند. چنین مکان هایی تمایل به گوناگونی های فرهنگی سلیقه و

ترجیحات بیشتر از تنوع قومی و نژادی مورد نظر است. غنی شدن در زمینه دانش داشتن اندوخته ای از مهارت‌ها و شایستگی‌ها و اتصال مناسب با زیر ساخت‌های ارتباطی را دارند. چنین مکان‌هایی همچنین گرایش به مکان‌های نسبتاً فشرده با قابلیت دگرگونی‌ها و نوآوری‌ها را دارا می‌باشند که از عناصر کوچک مقیاس گوناگون در مجاورت یکدیگر به وجود می‌آیند. در این مسیر، حوزه‌های خلاق، ظرفیت‌هایی را برای آموختن نوآوری به کاربستن مهارت‌های از قبل موجود و توسعه امکانات جدید در آن را به وجود می‌آورند.

چارلز لندری نیز حوزه‌های خلاق را محیط‌های کالبدی به صورت مکان یا مجموعه‌ای از ساختمان‌ها می‌داند که توده‌های حیاتی کارآفرینان متفکران فعالیت‌های اجتماعی هنرمندان قدرت کارگزاران و یا دانش‌آموزان در این محیط بی حد و حصر به فعالیت می‌پردازند، یعنی در زمینه‌ای بین‌المللی و جایی که مراودات چهره به چهره ایده‌های تو دستاوردهای انسان ساخت محصولات خدمات و سازمان‌ها را خلق می‌کند و به موفقیت‌های اجتماعی و اقتصادی در عصر اقتصاد خلاق و دانش محور منجر می‌شود. این حوزه‌ها می‌توانند یک یا مجموعه‌ای از ساختمان‌ها باشد یا یک خیابان یک منطقه و حتی کل شهر. البته ایوانز اشاره می‌نماید که حوزه‌های شهری خلاق می‌توانند در دنیای مجازی نیز قابل تعریف باشند.

مونته‌گمری برخلاف نظرات لندری اظهار می‌دارد که کل شهر به خودی خود نمی‌تواند یک حوزه خلاق باشد بلکه تنها می‌توان از بخش و یا بخش‌هایی از آن تحت عنوان محله‌ها و خوشه‌های فرهنگی و مجموعه‌های صنعتی خلاق نام بر دوسپس از مایکل پورتر نقل می‌کند که یک مجموعه صنعتی خلاق، شامل چرخه ارزشی تولید - توزیع - مصرف می‌باشد که به وسیله تکنولوژی و زیر ساخت‌های تخصصی پشتیبانی می‌گردد و هنرهای خلاق و مهارت‌ها و خلاقیت‌های فردی را به خود می‌خواند و آنها را حفظ می‌نماید. هر یک از مجموعه‌های صنعتی خلاق، متناسب با شخصیت و ویژگی منحصر به فرد خود از طریق تحریک استفاده‌کنندگان به استفاده صنایع فرهنگی و خلاق به موارد مصرفی چون گردشگر تهیه خوراک خرده‌فروشی‌ها و تفریح و فراغت تبدیل می‌گردد.

با استناد به پاتریک کوهندت پژوهشگر حوزه اقتصاد و مدیریت شهری و همکارانش نیز می‌توان اظهار نمود که حوزه‌های شهری خلاق زیر لوای سه عامل اصلی شکل می‌گیرند: ۱- افراد و گروه‌های خلاق و با مهارت که خارج از نظام تجاری و صنعتی قرار دارند، ۲- سازمان‌ها و نهادهای رسمی که نقش به کارگیری ایده‌های خلاق در جریان بازار و دادوستد را دارا هستند و ۳- به عنوان اصلی‌ترین عامل سطحی می‌باشد که در آن فعالیت‌های جمعی و با همستان‌ها انتقال دانش لازم و ایده‌های خلاقانه و همچنین گفتمان با همستان‌ها با یکدیگر را قادر می‌سازند و به طور کلی مکان‌ها و فضاهایی که افراد گروه‌ها بنگاه‌ها و شرکت‌های خلاق بتوانند همه روزه با یکدیگر ملاقات داشته باشند و دانش و ایده‌های خود را به یکدیگر منتقل نمایند، در یک جمع بندی کلی می‌توان تعاریف و ویژگی‌های اصلی و مشترک شهرها حوزه‌ها و خوشه‌های خلاق را، این چنین دسته بندی کرد:

- ۱- این گونه مناطق توانایی توسعه و بهبود خلاقیت‌ها و ایده‌های نیمه ناخود آگاه و بالقوه افراد و گروه‌ها به منظور تولید و توسعه فعالیت‌ها فرآیندها ایده‌ها و دستاوردهای انسان ساخت جدید در زمینه هنر، تکنولوژی و علم می‌باشند؛
- ۲- توده‌های حیاتی کارآفرینان متفکران هنرمندان کارگزاران و یا دانش‌آموزان و فعالیت‌های اجتماعی به این گونه محیط‌ها جذب می‌شوند زیرا در آنجا قادر به فعالیت و انجام مراودات چهره به چهره و داشتن تنوعی از برخوردها و دستاوردها در راستای دستیابی به موفقیت‌های محیطی اجتماعی فرهنگی و اقتصادی جامعه هستند؛

- ۳- بستری است گسترده و مطمئن به منظور رویارویی و گفتمان دانش و ایده های خلاقانه افراد، با همستان ها و همچنین شرکت ها و بنگاه های تجاری با یکدیگر؛
- ۴- ظرفیت های محیطی برای آموختن غنی شدن در زمینه دانش نوآوری تهیه اندوخته ای از مهارت ها و شلیستگی ها، به کار بستن مهارت های از قبل موجود و توسعه امکانات جدید را فراهم می آورند؛
- ۵- چنین مکان هایی به عنوان حوزه تجمع یافته ای از تخصص های خلاق منحصر به فرد و دارای صلاحیت، شناخته می شوند؛
- ۶- شامل چرخه ارزشی تولید مصرف است که به وسیله پشتیبانی تکنولوژی وزیر ساخت های تخصصی و جذب هنرهای خلاق و مهارت ها و خلاقیت های فردی و جمعی به موارد تولید و مصرف صنایع فرهنگی و خلاق منجر می گردد؛
- ۷- پذیرای گوناگونی های فرهنگی ای هستند که بیان خلاقیت در تمامی ابعاد آن مورد تشویق قرار می گیرد؛
- ۸- به هنر به دلیل اهمیت زیبایی شناختی و آموزشی برای پرورش قوه ادراک و ارتباطات و همچنین توسعه اقتصادی - اجتماعی و رفع نیازهای روحی، احترام گذاشته می شود؛
- ۹- مردمان می توانند در زندگی روزمره خود از فعالیت ها و کنش های خلاق در حوزه های خلاق، بهره مند گردند؛
- ۱۰- معمولاً به حوزه های کالبدی و یا حتی مجازی با ساختار اتصال و ارتباطی مناسب و قلمروهای فشرده متشکل از عناصر کوچک مقیاس در مجاور یکدیگر با قابلیت دگرگونی انعطاف پذیری و نوآوری بالا برخوردارند. (اشتری، ۱۳۹۳: ۹۷)

تئوری های اصلی خلاقیت در شهرسازی

تئوری های خلاقیت در شهرسازی شامل تئوری های ریچارد فلوریدا و چارلز لندری به شرح زیر می باشند :

- ۱- جذب و حفظ طبقه خلاق از ریچارد فلورید (شهر افراد مستعد)
 - ۲- برنامه ریزی شهر خلاق از چارلز لندری (شهر خلاق)
- ایده های فوق هر دو پاسخی به انتقال به اقتصاد بعد صنعتی می باشند هر دو ایده از هم متمایز بوده، لکن می توانند در یک زمان هر دو درست باشند به عبارت دیگر نقض کننده یکدیگر نمی باشند. ایده فلوریدا حمایت کننده اقتصاد خلاق به وسیله تشخیص افزایش قدرت جذابیت یک مکان برای کشاندن طبقه خلاق به آن مکان به عنوان تولید کنندگان خلاقیت می باشد. لندری در مورد راه های نوآوری کردن در عمل برنامه ریزی و حکمرانی برای تشکیلات اجرائی یک ناحیه در راستای پرورش محیط های شهری زاینده فعالیت ها و همکاری های خلاق بحث می نماید. (دادپور، ۱۳۹۰: ۵۳)
- جذب و حفظ طبقه خلاق اولین تئوری مطرح شده در مورد شهر خلاق (ریچارد فلوریدا)
- کار ریچارد فلوریدا که یک اقتصاددان منطقه ای در دانشگاه کارنگی ملون می باشد، احتمالاً بیش از همه با جنبش خلاقیت شناخته شده است. کار فلوریدا انگیزه تعدادی از برنامه های خلاق محلی گردیده و در عین حال بیشترین انتقادات را نیز برانگیخته است. فلوریدا در کار خود به معرفی طبقه خلاق و سرمایه خلاق می پردازد که پیش برندگان اقتصاد خلاق می باشند و بیشترین تاثیر را به نسبت سایر افراد در تولید ثروت برای یک منطقه دارند در تئوری خلاقیت فلوریدا افراد خلاق یکی از ارکان رشد اقتصادی منطقه ای می باشند که هرگاه همراه و توأمان با ارکان دیگر یعنی تکنولوژی تلرانس و دارائی های زمینی در یک مکان وجود داشته باشند، در اقتصاد جدید خلاق موجب رشد و شکوفایی اقتصادی آن مکان می گردند. افراد خلاق جزء سرمایه هایی می باشند که بدلیل نیازی که همه جای دنیا به آنها وجود دارد و درآمد بالای آنها از قابلیت تحرک بالایی برخوردارند در دیدگاه فلوریدا در دوران خلاقیت شهرها و مناطقی که قدرت جذابیت بیشتری برای افراد خلاق داشته باشند

توان رقابت بیشتری با سایر شهرها و مناطق را خواهند داشت. در همین راستا فلوریدا با همکاری مطالعات و تحقیقات را بر روی افراد خلاق در راستای شناخت بیشتر از آنها و ترجیحات محیطی شان انجام داده است. هر چند وی یک راهبرد خاص و مشخص برای جذب طبقه خلاق ارائه نمی دهد و در واقع در دیدگاه وی یک مدل مشخص که برای همه شرایط مناسب باشد وجود ندارد؛ لکن کارهای وی راهنمای خوبی برای تشخیص شیوه مناسب یک شهر برای جذب افراد خلاق است. علاوه بر این وی همراه با گروه تحقیقاتی خود کاتالیتیक्स در برنامه ها و کارهایی که در مناطق مختلف در راستای افزایش خلاقیت شهر و جذب طبقه خلاق می گردد مشارکت می نماید. (دادپور، ۱۳۹۰: ۹)

فلوریدا، معتقد است که کلید فهم جغرافیای جدید خلاقیت و تأثیرات آن بر نتایج اقتصادی برچیزی قرار می گیرد که آن را سه حرف تی (T) توسعه اقتصادی می نامد؛ تکنولوژی، توانایی و تحمل و مداراگری. هر کدام از این سه عامل لازم است ولی به تنهایی کافی نیست و در واقع برای جذب افراد خلاق، ایجاد نوآوری و ایجاد قوه محرکه توسعه اقتصادی هر مکانی باید سه عامل را با یکدیگر داشته باشد. فلوریدا، تحمل را گشاده رویی و فراگیری و تنوع را حضور همه قومیت ها و نژادها تعریف می کند افراد دارای استعداد، توانایی و ذوق نیز به مکان هایی کشیده می شوند که به آنها تحمل کاری و محیط های اجتماعی متنوع ارائه می شود. (فلوریدا، ۱۳۹۰: ۸۳-۸۴)

در کنار سه عامل مطرح شده تکنولوژی توانایی و تحمل یک بعد کلیدی دیگر در امتیاز منطقه ای مطرح می گردد که بدون آن این سه عامل به درستی قادر به کار کردن و اثر گذاری نیستند یعنی مکان در جذب و حفظ ایده ها و توانایی های گروه های خلاق و پاسخگو به تصورات آرزوها و خواسته های آنها. تصمیمات و ترجیحات مکانی افراد و گروه های خلاق به خوبی نشان می دهد که چگونه مناطق می توانند در اقتصاد خلاق استعدادهای را جذب کنند. بنابراین باید در ترجیحات مکانی افراد و گروه های خلاق سرمایه گذاری کرد. در کنار نظریات و ابعاد مطرح شده انتقادهایی نیز بر ایده طبقه خلاق وجود دارد به این شرح که نخبه گرایانه و جدا کننده است. در حالی که در نظریه فلوریدا هر انسانی خلاق می باشد. فلوریدا بیان می کند که وی این واژه را مانند واژه هایی از جمله کارگران دانایی جامعه آگاهی و اقتصاد با تکنولوژی پیشرفته و مانند اینها که به طبقات اجتماعی اشاره و توجه دارند بکار نبرده است. وی این واژه را به دو دلیل بکار برده؛ یکی اینکه این واژه به دقیقترین و مهمترین صورت منبع واقعی ارزش اقتصادی که همان خلاقیت انسان است. را بیان می نماید و دیگری اینکه این واژه یک ساخت هوشمند است که همه صورت های ظرفیت های انسانی ظرفیت خلاقیت انسانی را دربر می گیرد. فلوریدا، همچنین هیچگاه مثال های نقض عقیده اش مبنی بر اینکه مهاجرت همیشه کلید رقابت اقتصادی بوده است را توضیح نمی دهد چگونه توکیو مرکز نوآوری تکنولوژیکی می گردد. در حالیکه درهای این شهر بر روی خارجیها بسیار بسته مانده است؟ چرا شیلی و آرژانتین که به لحاظ تاریخی مانند ایالات متحده ملت های مهاجر می باشند بسیار کند پیشرفت کردند؟ در تئوری خلاقیت فلوریدا تکنولوژی تلنت ترانس واژه تلنت به معنای فرد با تحصیلات بالا (لیسانس و بالاتر) می باشد و اهمیتی ندارد که در چه زمینه ای شخص آموزش دیده است. این در حالی است که در تعریف فلوریدا از طبقه خلاق فقط نوع شغل شخص مهم است نه سطح تحصیلات آن و به عنوان مثال یک هنرمند نوآور بدون تحصیلات فردی از اعضای طبقه خلاق می باشد. این در حالیست که تحقیقاتی که در آلمان بر روی اعضای طبقه خلاق انجام گردیده تفاوت های معناداری را بین تمایلات افراد خلاق با تحصیلات بالا و افراد خلاق بدون تحصیلات آکادمیک نشان می دهد .

- برنامه ریزی شهر خلاق (چارلز لندری)

چارلز لندری، نخستین پژوهش مدون خود در زمینه شهرها و حوزه های شهری خلاق را با همکاری فرانکو بیانچینی، در سال ۱۹۹۵ میلادی به انجام رسانید لندری اشاره می نماید که پروژه های فرهنگی از جمله خلاقیت در شهرها، نقش بسیار مهمی را در باز آفرینی شهری بریتانیا تا اواسط دهه ۱۹۸۰ میلادی داشته اند، به این ترتیب توسعه های اخیر کم تر بر پروژه های سرمایه گذاری تمرکز دارند و بیشتر بر ظرفیت فعالیت های هنری برای پشتیبانی از نوگرایی اجتماع محور تأکید می کنند. چارلز لندری اظهار می دارد که شهر خلاق در تلاش برای کشف پویایی بنیادین خلاقیت درون شهرها است. در قلب بحث خلاقیت مردم خلاق و سازمان های خلاق قرار می گیرند که ویژگی های خاص و منحصر به فرد دارند؛ وقتی این ها با یکدیگر در یک مکان جمع می شوند حوزه های خلاق را پایه گذاری می کنند. بر این مبنا، او به دنبال راهی است که چگونه خلاقیت در شهرها سازمان داده شود و افراد خلاق مدیریت شوند؟ اینکه آیا تأسیسات فرهنگی و هنری می توانند به عنوان نوعی پشتیبان توسعه شهری عمل کنند؟ اگر جواب مثبت است برای چه و برای چه کسانی؟ چگونه شهرها می توانند با وجود حوزه های خلاق قطب های نوآوری را ایجاد نمایند؟ و در نهایت اینکه چگونه شهرها می تواند به عنوان یک ارگانیزم آموزشی عمل کنند؟ هر مکانی، خلاقیت های منحصر به فرد خود را دارد. از لحاظ تاریخی شهرها با روشهای گوناگونی به منابع خلاق دست یافته اند، مانند روشهای فرهنگی خردورزان، تکنولوژی و سازمانی چارلز لندری بر نقش فرهنگ به عنوان منبع خلاقیت شهرها و رسیدن به حوزه ها و شهرهای خلاق بسیار تأکید می نماید. او اشاره می دارد که منابع فرهنگی مواد خام شهرها و اساس ارزش آنها هستند و خلاقیت، روش اکتشاف این منابع و کمک به آنها برای رشد و ارتقاء حیات شهرها و محافظت از آن در آینده، به کار آید. بنابراین لندری با همکاری چند تن از همکارانش ایده هایی در زمینه ویژگی های حوزه های خلاق و راهکارهای طراحی و برنامه ریزی این گونه حوزه های شهری را ارائه می دهد. (لندی و بیانچینی، ۱۳۹۴: ۱۴۱)

معیارهای شهر خلاق و عوامل جذب طبقه خلاق**- معیارهای فلوریدا**

درک این امر مهم است که افراد با استعداد توانا و خلاق در مکانی که می خواهند کارزندگی کنند به دنبال چه چیزی هستند و چه چیزی آنها را به محیط جذب می کند. فلوریدا بر مبنای پژوهش های تجربی خود به منظور دستیابی به محیط های جاذب افراد خلاق چند دسته از معیارها را به شرح زیر ارائه می دهد:

(۱) بازارهای کار گسترده

طبقه خلاق به دنبال فرصت های فراوان استخدام و اشتغال می گردند بنابراین برای اینکه مکان ها جاذب این گونه گروه ها باشند نیازمند عرضه بازار کار گسترده در خود هستند زیرا مکان ها توانایی فراهم سازی فرصت های اقتصادی بسیار برای گروه های خلاق و همچنین تأمین نیروی کار برای شرکت ها را دارند. بنابراین مکان می تواند به عنوان واحد سازمان دهنده مرکزی نظام اجتماعی و اقتصادی عمل نماید .

(۲) شیوه زندگی

شیوه زندگی در اغلب موارد در بحث انتخاب مکانی برای زندگی و فعالیت مهم تر از استخدام و اشتغال مطرح می شود. طبقه خلاق به دنبال مکان هایی با قابلیت عرضه موقعیت ها و عرصه های گوناگونی از تمایلات و خواسته هایشان همچون رویدادهای موسیقی رویدادهای هنری گالری های هنری فضاهای نمایشی و تئاترها تکنولوژی ورزش در فضای بازمانند آن می گردند. در

واقع مکانی که بازه وسیعی از فعالیت ها و تجربه های مکانی و همچنین زندگی شبانه سرزنده با گزینه های تفریحی و حمل و نقل امن و قابل اعتماد را به دنبال داشته باشد .

امروزه مردم و به خصوص افراد و گروه های خلاق و هنرمند به جریان فرهنگ در سطح خیابان تمایل بسیاری نشان می دهند. آنها خواهان فضاهای شهری مملو از پویایی و ارتباطات گسترده با دیگر مردمان و عناصر متنوع و مطلوب فرهنگی (مانند کافه موسیقی در پیاده روها گالری های کوچک و اغذیه فروشی ها به صورت تجمع یافته هستند، مکانی که در آن هم زندگی کنند هم کار کنند و هم اوقات فراغت خود را بگذرانند. (فلوریدا، ۱۷۵-۱۳۹۰:۱۵۷)

۳) مراودات اجتماعی

الدنبورگ (۱۹۸۹)، در کتاب مکانی بسیار خوب به اهمیت مکان های سوم در جوامع مدرن اشاره می نماید. مکان های سوم در واقع نه به سان خانه اندونه محل کار بلکه قرارگاه های نسبتاً غیر رسمی ای هستند همچون کافی شاپ ها کتابفروشی ها قهوه خانه که مردمان در این گونه مکان ها به سادگی در رابطه با مسائل گوناگون جامعه و محله خود با یکدیگر به بحث و گفتگو می پردازند چیزی همچون قلب حیات اجتماعی با همستان مردم طبقه و گروه های خلاق چنین مکان هایی را به عنوان نقش کلیدی در ساخت جذابیت یک با همستان می دانند. در واقع مکان های سوم خلاء ناشی از ناملایمت و خستگی های موجود در محل کار و خانه را به وسیله ایجاد امکان مراودات اجتماعی و آشنایی و گفتگو با دیگر افراد کاهش می دهند.

۴) گوناگونی

یکی از مهمترین معیارهای تأثیر گذار در انتخاب های مکانی طبقه، خلاق گوناگونی محیطی مکان و امکان اظهار آزاد عقاید و ایده هایشان است. گوناگونی می تواند در کاربری ها فرم ها در مردمان و در معانی وجود داشته باشد. (بنتلی و دیگران، ۱۳۸۷:۵۹) در واقع مکانی منظور است که به روی ایده های گوناگون و خرده فرهنگ ها باز و قابل دسترس باشد. گوناگونی به معنای نیرو انرژی هیجان و انگیزش است و مردمانی با ذهن خلاق از اختلاط توانایی ها مکان هایی با قابلیت و کیفیت تبادل دیدگاه ها با دیگر گروه ها و جایی که هر خارجی ای بتواند به سرعت داخلی و خودمانی گردد لذت میبرند چنین کیفیتی زمینه لازم برای نوآوری، خطر پذیری و همچنین شکل بخشی به یک تجارت جدید را فراهم می سازد. (فلوریدا، ۱۳۹۰:۸۷)

۵) اصالت

مکان ها همچنین به خاطر منحصر به فرد بودن و اصالتشان ارزش می یابند. اصالت از جنبه های مختلف یک با همستان همچون بناهای تاریخی استحکام و دوام محله های تأسیس یافته شخصیت ویژه یک محله که در طول سالیان متمادی پایدار مانده باشد یک رویداد منحصر به فرد موسیقایی و یا نشانه فرهنگی ویژه نشأت می گیرد. بنابراین مکانی مملو از فروشگاه ها و رستوران های زنجیره ای با اصالت نیست زیرا در هر جا و مکانی می توان آن ها را دید و همه تجربه مکانی همسانی را ارائه می دهند .

۶) هویت

مکان ابعاد فزاینده هویت ما را فراهم می آورد. در واقع مکان به عنوان منبع حیاتی موقعیت ها و وضعیت ها می باشد. افراد خلاق خواهان مشارکت در فعالیت های ساخت مکان ها هستند تا هویت خود را در مکان پایه گذاری کنند و آن را بازتاب و ارزش دهند.

۷) کیفیت مکان

مکان‌های موفق تنها یک نوع کیفیت محیطی را عرضه نمی‌کند بلکه فراتر از آن انواع گوناگونی از کیفیت‌ها را برای گروه‌های مختلف مردم فراهم می‌آورند بسیاری از این گونه مکان‌ها همچون صحنه نمایش خیابان، پویا و مشارکتی هستند. گروه‌های خلاق به دنبال مکان‌هایی هستند که به طور کامل طراحی نشده و قابل تغییر به دست خودشان باشد. جامعه باید چیزی برای عرضه به افراد و گروه‌های خلاق داشته باشد تا تمایل برای حضورشان در عرصه عمومی همگانی را افزایش دهد.

نقش خلاقیت در باز آفرینی شهری

شهر خلاق مرکز تبدیل ایده به ثروت است و در واقع رویکردی فرهنگی در توسعه شهری بشمار می‌آید. فرهنگ به عنوان عنصر اصلی توسعه در شهرهای خلاق است. در فرآیند جهانی شدن که امروزه تمامی شهرها با آن روبرو هستند و به رقابت با یکدیگر برای دستیابی به آینده‌ای پایدار می‌پردازند، نیازمند متخصصین هستند و این گروه در مکان‌هایی مستقر می‌شوند که از نظر فرهنگی اجتماعی نهادی و اقتصادی دلچسب باشند. بنابراین مؤلفه‌های فوق و شهرهای خلاق تأثیری دوسویه بر یکدیگر داشته و از این طریق موجب توسعه و حیات شهرهای شوند. ارتباط بین خلاقیت و سطح توسعه شهری شناخت نقش و اهمیت توسعه سرزمینی و افزایش قدرت رقابت از طریق جذب طبقه خلاق منجر به ظهور دیدگاه‌های متنوعی در این زمینه شده است. حداقل سه بعد عمده وجود دارد که می‌تواند رابطه بین خلاقیت و توسعه شهری را مطرح سازد:

- ۱- اعتقاد به لزوم سرمایه‌گذاری در توسعه شهری در جهت ایجاد خلاقیت که شامل توسعه ابزارهای خلاق و راه حل‌هایی است که به بافت فرهنگی و اقتصادی اجتماعی جدید کمک نماید.
- ۲- تأکید به بخش‌ها، فعالیت‌ها و صنایع خلاق به عنوان پایه‌های ساختاری توسعه شهری به عبارتی دیگر با اعتقاد به این که فعالیت‌های خلاق و فرهنگی نقشی اساسی در اقتصادهای در حال رشد دارد ضروری است که توسعه شهری به عنوان موتور اقتصادی جامعه دانش محور عمل کند.

دفاع از لزوم جذب مهارت‌های خلاق یا منابع انسانی خلاق (طبقه خلاق فلوریدا). (قربانی و دیگران، ۱۳۹۲: ۶)

نقش خلاقیت در باز آفرینی محیطی (کالبدی)

رویکرد خلاقیت در این بخش به دنبال خلق ظرفیت‌های جدید با تجدید حیات پتانسیل‌های خاموش در بافت‌های مراکز شهری مرده با رویکرد تحریک روند باز آفرینی در آنها هستند. این گونه اقدامات 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 اقدامات باز آفرینانه شهری قرار می‌گیرند. (شبان، ایزدی، ۶۹-۱۳۹۳: ۶۸)

نقش خلاقیت در باز آفرینی اقتصادی

مسئله توسعه اقتصادی در کنار رقابت بین مکان‌ها مطرح می‌شود و کسب امتیاز در این رقابت وابسته به فرهنگ و میزان خلاقیت مکان‌ها است. بخش فرهنگی پیش زمینه بخش اقتصادی بوده و در شهرهای خلاق می‌بایست به دنبال اقتصاد فرهنگی بود افزایش ظرفیت تجاری شهرها و تبادل دانش و پرورش نوآوری و آموزش توسط عنصر فرهنگ و گروه‌های فرهنگی وابسته به آن می‌تواند تحقق یابد. به عبارتی بهترین عامل برای تولید محصول متفاوت استفاده از فرهنگ موجود در

زمینه است چون فرهنگ تنها عنصری است که خاص یک مکان بوده و می تواند به عنوان عامل موفقیت و توسعه یک مکان در مقایسه با دیگر مکان ها ایفای نقش کند .

نقش خلاقیت در باز آفرینی فرهنگی

ایده شهر خلاق به خوبی با راهبردهای نوسازی شهری (فرهنگ محور) بازآفرینی فرهنگ مبنا همراهی می کند که در شهرهای عصر پسا صنعتی مطرح شده اند. در حقیقت یکی از انگیزه هایی که در پشت توسعه خلاق محور قرار دارد، نوسازی مکان های صنعتی مترو که است تا تولیدات صنایع دستی قدیمی (منسوجات، سفال سازی کوزه گری، صنایع دستی فلزی و جواهری را به سمت ایجاد بخش های فرهنگی، محدوده های خلاق و فرهنگی قطب های خلاق و قطب های نوآور رهنمون سازد. اینها عمدتاً فضاهای مختلطی هستند که ترکیبی از عملکردهای خلاق و فرهنگی و همچنین فعالیت های از تولید به مصرف و عرضه هنرهای عملکردی و بصری وسایل دیجیتالی و موسیقی عناصر فراغت و سرگرمی مجتمع های مسکونی و فضاهای خرده فروشی در آنها غالب است. اگرچه بعضی از این فضاها می توانند به خودی خود نمایان شوند، اما اکثریت آنها به وسیله سیاستگذاری های عمومی با هدف تقویت نمودن هویت جذب نیرو و موقعیت بازاری مکان ها تشویق بیشتر نگرش کارآفرینی به هنر و فرهنگ افزایش نوآوری و خلاقیت، یافتن کاربران جدید برای سایت های متروکه و ساختمان های قدیمی و تشویق تنوع فرهنگی و دموکراسی فرهنگی ایجاد می شوند. (شبان، ایزدی، ۱۳۹۳: ۶۸)

منابع و مأخذ

۱. اشتری، حسن (۱۳۹۳) شهر خلاق طبقه خلاق، انتشارات تیسرا.
۲. آشوری، داریوش (۱۳۸۰) تعریف ها و مفهوم فرهنگ، انتشارات آگاه.
۳. بنتلی، ایان و دیگران (۱۳۸۷) محیط های پاسخده، دانشگاه علم و صنعت.
۴. بهزاد فر، مصطفی (۱۳۹۰) طرح ها و برنامه های شهرسازی، نشر شهر .
۵. دادپور، سارا (۱۳۹۰) جذب طبقه خلاق در تهران به کمک طراحی شهری، صغه، شماره ۵۴، ۵۵-۶۵ .
۶. شبانی، امیر حسین ایزدی، محمد سعید، (۱۳۹۳)، رویکردی نوین به بازآفرینی شهر خلاق نشریه نقش جهان، دانشگاه تربیت مدرس سال چهارم، شماره ۶۸، ۶۹-۲ .
۷. فلوریدا، ریچارد (۱۳۹۰) شهر خلاق، ترجمه: ابراهیم انصاری، انتشارات جامعه شناسان.
۸. قربانی، رسول آبادی، سعید (۱۳۹۲) شهرهای خلاق رویکردی فرهنگی در توسعه شهری، مطالعات جغرافیایی مناطق خشک سال سوم، شماره ۱۱، ۱۸-۱ .
۹. کلانتری، بهرنگ یاری قلی، وحید و رحمتی، اکبر، (۱۳۹۱)، فضای جمعی و شهر خلاق، فصلنامه منظر، ۷۴، ۱۹-۷۸ .
۱۰. لطفی، سهند، (۱۳۹۱)، تبار شناسی باز آفرینی شهری از بازسازی تا نوزایی، تهران، انتشارات آذرخش.
۱۱. لندی، چارلز، بیانچینی؛ فرانکو (۱۳۹۴) شهر خلاق، ترجمه فریاد پرهیز، اصغرضرابی، نسا خزایی، انتشارات دارخوین.