

نگاهی بر طراحی فضاهای شهری و ایجاد شهر خلاق

جلال ربیعی

کارشناسی ارشد مدیریت امور فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان.

چکیده

این مقاله به بررسی طراحی فضاهای شهری و نقش آن در ایجاد شهر خلاق می‌پردازد. با توجه به تحولات سریع اجتماعی و اقتصادی، مفهوم شهر خلاق به عنوان یک رویکرد نوین در طراحی شهری مطرح شده است که به دنبال ایجاد فضایی پویا و الهام‌بخش برای ساکنان و بازدیدکنندگان است. طراحی فضاهای عمومی، مراکز فرهنگی و هنری، و دیگر عناصر شهری به گونه‌ای که تعاملات اجتماعی و خلاقیت را تقویت کند، از اهمیت بالایی برخوردار است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که طراحی فضاهای شهری به عنوان یک عامل کلیدی در ایجاد شهر خلاق، می‌تواند تأثیرات مثبتی بر کیفیت زندگی، تعاملات اجتماعی و خلاقیت ساکنان داشته باشد. با توجه به نیاز به رویکردهای نوین در طراحی شهری، توجه به جنبه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی در فرآیند طراحی فضاهای عمومی ضروری است. ایجاد فضاهایی که امکان تبادل ایده‌ها و خلاقیت را فراهم کند، می‌تواند به توسعه پایدار و هویت محلی کمک کند.

واژه‌های کلیدی: شهر، فضا، فضای شهری، شهر خلاق

مقدمه

طراحی فضاهای شهری به عنوان یکی از ارکان اساسی در شکل‌گیری هویت و کارکرد شهرها، نقش بسزایی در بهبود کیفیت زندگی ساکنان و ارتقاء تعاملات اجتماعی ایفا می‌کند. با توجه به تحولات سریع اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی در دنیای معاصر، نیاز به رویکردهای نوین در طراحی فضاهای شهری بیش از پیش احساس می‌شود. یکی از این رویکردها، مفهوم "شهر خلاق" است که به دنبال ایجاد فضایی پویا، متنوع و الهام‌بخش برای ساکنان و بازدیدکنندگان است. شهر خلاق به معنای فضایی است که در آن خلاقیت و نوآوری به عنوان موتور محرک توسعه شهری شناخته می‌شود. این مفهوم نه تنها به جنبه‌های اقتصادی و هنری شهرها توجه دارد، بلکه به ابعاد اجتماعی و فرهنگی نیز اهمیت می‌دهد. طراحی فضاهای شهری در شهرهای خلاق باید به گونه‌ای باشد که امکان تعاملات اجتماعی، تبادل ایده‌ها و ایجاد فرصت‌های جدید را فراهم کند. از این رو، فضاهای عمومی، پارک‌ها، مراکز فرهنگی و هنری، و دیگر عناصر شهری باید به گونه‌ای طراحی شوند که به جذب خلاقیت و نوآوری کمک کنند. در این مقاله، به بررسی اصول و رویکردهای طراحی فضاهای شهری در راستای ایجاد شهر خلاق خواهیم پرداخت.

تعریف و مفهوم فضا

فضا یک مقوله بسیار عام است و تمام جهان هستی را پر می‌کند و ما را در تمام طول زندگی احاطه کرده است. فضا می‌تواند چنان نازک و وسیع به نظر آید که احساس وجود بعد از بین برود و یا چنان مملو از وجود یه بعدی باشد که به هر چیزی در حیطه خود مفهومی خاص بخشد. فضای سه بعدی قابلیت جالب توجهی در بالا بردن کیفیت زندگی ما دارد و یک عنصر اساسی در طراحی شهری است و موضوع طراحی شهری مربوط به فضاهای بین ساختمان‌ها است. مبانی طراحی شهری، آمیختگی مفهوم فضا با این پیچیدگی‌ها سبب شده است تا متفکران نتوانند تعریف کاملی از آن بیان نمایند. به نظر می‌رسد این که مفهوم فضا در چه حوزه و حیطه ای اعم از جامعه‌شناسی انسان‌شناسی، معماری، شهرسازی، حقوق و... به کار برده شده است معنی خاص خود را می‌یابد. در علوم اجتماعی فضا با فعالیت‌های انسان‌ها به عنوان کنشگران اصلی در سیستم‌های شهری امروز گره خورده است. (فکوهی و قوامی فرد، مجله الکترونیکی، ۱۳۸۳) مفهوم فضا و فضای شهری در طول تاریخ تفکر اجتماعی و در قالب مکاتب تئوری کلاسیک و نو شکل گرفته است. برای مثال از نظر ارسطو فضا مجموعه‌ای از مکان‌هاست و زمینه‌ای است پویا با اعراض کیفی متفاوت این اعراض و آن زمینه فضا را با اصالت عمل تنظیم کرده و اسلوب می‌بخشند. ارسطو فضا را با ظرف قیاس می‌کند و آن را جایی خالی می‌داند که بایستی پیرامون آن بسته باشد تا بتواند وجود داشته باشد و در نتیجه همواره برای آن نهایی وجود دارد. (نور برگ شولتز، ۱۳۵۴: ۸۰) جیوردانو برونو در قرن شانزدهم نظریه‌هایی در مقابل نظریه ارسطو عنوان کرد. او با استناد به نظریه کپرنیک بی‌نهایت را پایه اصلی فلسفه اش قرار داد به عقیده او فضا از طریق آنچه در آن قرار دارد درک می‌شود و به فضای پیرامون یا فضای ما بین تبدیل می‌گردد. فضا مجموعه‌ای است از اشیاء و آنگونه که ارسطو بیان داشته حتماً نمی‌بایست از همه سمت محصور باشد. (گروتز، ۱۳۸۶: ۱۸۷)

فضا مفهومی به خودی خود بدیهی نیست. این مفهوم معنایی به مراتب گسترده‌تر از تعریف نسبتاً ساده‌ی فضای فیزیکی یا طبیعی که به طور ضمنی در مباحث مطرح می‌شود و به ابعاد سه‌گانه‌ی جهان بیرونی یعنی به تواترها، جدایی‌ها و فاصله‌های میان افراد و اشیاء و میان اشیاء اطلاق می‌شود، دارد. (فکوهی، ۱۳۸۳: ۲۶۱) هر کاری که انسان انجام می‌دهد دارای یک جنبه فضایی نیز هست به عبارتی هر عملی که انجام می‌شود احتیاج به فضا دارد. فضا از طریق عناصر محدود کننده آن قابل

شناسایی است و شخصیت آن تابع چگونگی و نظم حاکم بین این عناصر است. لویی کان فضایی رافضا می نامد که چگونگی بوجود آمدن آن به روشنی قابل تشخیص باشد. (گروتز، ۱۳۸۶: ۲۳۸-۲۳۹) ژان گیراند در تحلیلی از فضا آن را نه مکانی باسه بعد که انسان در آن زندگی کرده و جابه جا می شود، بلکه حادثه ای که از خلال آن یک اثر تحقق یافته و ابعاد فیزیکی خود را پشت سر می گذارد تا به رده یک اثر هنری برسد، می داند. حرکت در فضا برداشت ما از آن و معنای آن را تغییر می دهد و می تواند تا حد واژگونی این معنا و یا تغییر اساسی آن پیش رود. (فکوهی، ۱۳۸۶: ۳۰۵) از نظر را پاپورت نظریاتی که در مورد مفهوم فضا به عنوان بعد مهمی از محیط به ویژه در ارتباط با روابط انسانی ارائه می شود مختلف است. برخی فضا را تعیین کننده ی روابط انسانی می دانند که به جبریون معروف اند. بعضی فضا را بعد مادی جامعه فرض می کنند و روابط اجتماعی را در شکل دادن به آن مؤثر می دانند. بعضی معتقدند فضا امکانات و محدودیت هایی ایجاد می کند که مردم بر اساس معیارهای فرهنگی خود آن را انتخاب می کنند. (تولایی، ۱۳۷۲: ۷) بنابراین می توان این گونه استنباط نمود که فضا یک مفهوم نسبی و مبهم است که مرزهای تحلیل آن نامحدود است. فضا گستره ای است سرشار از معانی نمادها و نشانه های گوناگون فضا در کنار مفهوم زمان نقش فوق العاده مهمی در حوزه ی انسان شناسی ایفا می کند. یک مسئله ی حائز اهمیت در هر پژوهش مرتبط با فضای شهری اینست که محقق چه نوع رویکردی نسبت به آنجا دارد. در واقع اتیک یا امیک بودن نگرش شخص می تواند چگونگی ترسیم صحنه ی یک فضای شهری را مشخص سازد تاکنون تقسیم بندی های گوناگونی در خصوص انواع فضاها از سوی تحلیل گران مختلف ارائه شده است. برای نمونه به برخی از این دسته بندی ها اشاره می گردد: فضای انسانی و غیر انسانی، فضای قدسی و ناقدسی، فضای طراحی شده و غیر شده، فضای رفتاری، تجربی، حسی، روان شناختی، شناختی ذهنی، فرهنگی، خیالی، الکترونیک، فضای شهری و.... (فکوهی، ۱۳۸۳: ۴۵)

تعریف و مفهوم فضای شهری

فضای شهری یکی از عناصر ساخت فضایی شهر است که همراه با تاریخ یک ملت در ادوار مختلف به وجود می آید شکل می گیرد و دگرگون می شود. این عنصر که فعالیت های مختلف فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی با سیاسی همواره در آن جریان داشته همیشه با قلب تاریخ شهر می پییده و سرگذشت شهر را رقم می زده است. چون بیشتر فضاهای شهری با ارزش به دورانهای گذشته تعلق دارد بنابراین نباید گمان کرد که فضای شهری عنصری است قدیمی و شهر امروز بدان نیازی ندارد. (توسلی و بنیادی ۱۳۸۶: ۷) شهر ترکیبی است از فضاهای عمومی و خصوصی که به گونه ای پیچیده در یکدیگر تداخل یافته اند. فضاهای خصوصی برخلاف شیوه زیستی روستایی در فاصله ای اندک از فضاهای عمومی قرار گرفته اند و به این ترتیب افراد می توانند به سرعت در این فضاها جابه جا شوند. این امر می تواند هم نوعی امتیاز، هم نوعی مشکل در شهر به حساب آید. امتیاز از آن رو که فرد می تواند خصوصی بودن را برای خود انتخاب کرده و تنها در موارد علاقه مندی خود وارد فضای عمومی شود. ورود به فضای عمومی در شهر لزوماً سبب از میان رفتن ناشناسی افراد نخواهد شد زیرا تماس ها در فضاهای عمومی شهر تماس هایی اتفاقی و کوتاه مدت و گذرا هستند. بنابراین حفظ تعادل و مرز میان این دو فضا به گونه ای که هیچکدام در دیگری مداخله نکنند، می تواند شهر را به شکل آرمانی نگه دارد. (فکوهی، ۱۳۸۶: ۲۴۴) فضای شهری چیزی نیست جز فضای زندگی روزمره ی شهروندان که هر روز به صورت آگاهانه یا نا آگاهانه در طول راه از منزل تا محل کار ادراک می شود. فضای شهری به عنوان یکی از زیر مجموعه های مفهوم فضا از مقوله ی فضا مستثنی نیست. بدین معنی که ابعاد اجتماعی و فیزیکی شهر رابطه ای پویا با یکدیگر دارند. در واقع فضای شهری مشتمل بر دو فضای اجتماعی و فیزیکی می شود. (مدنی پور، ۱۳۷۹: ۴۸) یک فضای

شهری را می‌توان بر مبنای رویکردهای مختلف محیطی جغرافیایی معماری و... مطالعه و بررسی کرد. فضای شهری عرصه‌ی ایفای نقش بازیگرانی است که هر یک به عنوان کنشگرانی از جامعه‌ی خود محسوب می‌شوند. نقش‌های مثبت و گاهی منفی نقش‌های پررنگ و گاهی کمرنگ، نقش‌های عام و گاهی خاص فضای شهری به مفهوم صحنه‌ای است که فعالیت‌های عمومی زندگی شهری در آن‌ها به وقوع می‌پیوندند. خیابان‌ها میادین و پارک‌های یک شهر فعالیت‌های انسانی را شکل می‌دهند. این فضاها پویا در مقابل فضاهای ثابت و بی‌تحرك محل کار و سکونت اجزای اصلی و حیاتی یک شهر را تشکیل داده شبکه‌های حرکت مراکز ارتباطی و فضاهای عمومی بازی و تفریح را در شهر تأمین می‌کنند. (بحرینی، ۱۳۷: ۳۱۳) فضای شهری بستر مشترکی است که مردم فعالیت‌های کار کردی و مراسمی را که پیوند دهنده‌ی اعضای جامعه است، در آن انجام می‌دهند و صحنه‌ای است که بر روی آن نمایش زندگی جمعی در معرض دید قرار می‌گیرد. فضای شهری فضایی است که در آن با غریبه‌ها سهیم هستیم مردمی که در اقوام، دوستان یا همکار ما نیستند. فضایی است برای سیاست مذهب دادوستد و ورزش فضایی برای همزیستی مسالمت آمیز و برخوردهای غیر شخصی در واقع می‌توان فضاهای شهری را معادل عرصه‌های عمومی نیز توصیف نمود. فضاهای شهری بخشی از فضاهای باز و عمومی شهرها هستند که به نوعی تبلور ماهیت زندگی جمعی می‌باشند، یعنی جایی که شهروندان در آن حضور دارند. فضای شهری صحنه‌ای است که داستان زندگی جمعی در آن گشوده می‌شود فضایی است که به همه مردم اجازه می‌دهد که به آن دسترسی داشته باشند و در آن فعالیت کنند. در این فضا فرصت آن وجود دارد که برخی مرزهای اجتماعی شکسته شوند و برخوردهای از پیش تدوین نیافته به وقوع بپیوندند و افراد در یک محیط اجتماعی جدید با هم اختلاط یابند. نکته کلیدی در موفقیت فضای عمومی وجود یک بستر تبادل است. بدون حضور فعالیت‌های اقتصادی در سطوح و لایه‌های مختلف نمی‌توان فضای موفق شهری ایجاد کرد. از آنجا که تبادل فقط در فعالیت‌های تجاری خلاصه نمی‌شود فضاهای عمومی شهر بایستی امکان ایجاد ارتباطات اجتماعی و فرهنگی را نیز فراهم آورند (کارمونا و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۹۵)

فضاهای شهری بخشی از فضاهای باز و عمومی شهرها هستند که به نوعی تبلور ماهیت زندگی جمعی می‌باشند یعنی جایی که شهروندان در آن حضور دارند و فضای شهری صحنه‌ای است که زندگی جمعی در آن گشوده می‌شود. فضایی است که به همه مردم اجازه می‌دهد که به آن دسترسی داشته باشند و در آن فعالیت کنند. لینچ معتقد است در این فضا فرصت آن وجود دارد که برخی مرزهای اجتماعی شکست شوند و برخوردهای از پیش تدوین نیافته به وقوع بپیوندند و افراد در یک محیط اجتماعی جدید با هم اختلاط یابند. بنابراین فضای شهری مصنوعی است سازمان یافته آراسته و واجد نظم که به صورت بستری برای فعالیت‌ها و رفتارهای انسانی عمل مینماید. طبق معیارهای ذکر شده سه شاخص اصلی برای تشخیص فضاهای شهری در عرصه عمومی شهر در اختیارمان قرار می‌گیرد: ۱- عمومی بودن فضا ۲- باز بودن آن ۳- برقراری تعامل اجتماعی بر پایه شاخص‌های نامبرده فضاهای عمده شهری عبارتند از: میادین مسیرها و خیابان‌های شهری این موارد مشترکاً در بسیاری از مراجع شهرسازی به عنوان مهمترین فضاهای شهری قلمداد شده‌اند. شرط اساسی برای اینکه یک فضای عمومی، فضای شهری تلقی شود اینست که در آن تعامل و تقابل اجتماعی صورت گیرد. (پاکزاد، ۱۳۸۵: ۷۷-۸۰) فضای شهری امروزی حاصل نگرش توأم به هر دو بعد فرم (کالبد) و عملکرد (محتوا) است و ضرورتاً فضای شهری را نه فقط باید از طریق ویژگی‌های زیبایی‌شناختی آن بلکه باید از طریق تحلیل مشخصه‌های محتوای آن مورد بازشناسی قرار داد بنابراین در بررسی و تحلیل تأثیرات آن نیز این دو فاکتور ملاک عمل خواهد بود. (توسلی، ۱۳۷۶: ۲۵)

اهمیت و نقش عرصه های عمومی در قرن معاصر

در عصری که تنوع فرهنگی و اقتصادی رو به رشد است خیابان‌ها، میادین، پارک‌ها و سایر فضاهای عمومی هسته اصلی بلوک های ساختمانی سکونتگاه‌ها را تشکیل می‌دهند. زمانی این امر چنان طبیعی به نظر می‌رسید که تقریباً کسی متوجه آنها نمی‌شد. نقش حیاتی آنها در دور هم جمع کردن مردم از سنین درآمدها، نژادها و سوابق مختلف هنگامی در مرکز توجه قرار گرفت که مجتمع های تجاری حومه ای شروع به بیرون کشیدن فعالیت‌ها از خیابان‌های اصلی شهرها کردند. گسترش عرصه عمومی صرف به معنی دفاع از فضاهای عمومی در مقابل محوطه های خصوصی که حیات آنها را تهدید می‌کنند نیست. بلکه به معنی استفاده از توسعه برای محصور کردن و تعریف کردن خیابان‌ها و فضاهای عمومی است تا با خرده فروشی و سایر کاربری هایی که عابرین را درگیر می‌کنند به آنها حیات بخشیده و با برنامه ریزی های سازنده و هنرهای عمومی که مردم را به منظور بهره برداری و انجام فعالیت های جمعی دور هم جمع کنند تقویت کند. (بحرینی، ۱۳۸۹: ۱۴۳) همچنین کسلر در مقاله ای که در سال ۲۰۰۶ در مجله انجمن زمین شهری یو ال آی (U. L. I) منتشر شد، عرصه عمومی را ویژگی تعریف کننده میزان ارزشی تلقی می‌کرد که یک شهر برای همه ساکنین آن شهر قائل بود. از نظری عرصه عمومی باید به گونه ای طراحی شود که فضایی فراگیر و عاری از قشربندی ایجاد کند که یک حس مالکیت و مسئولیت مشترک نسبت به شهر در کلیه ساکنین بوجود آید. (بحرینی، ۱۳۸۹: ۳۵۹)

ویژگی ها و انواع فضاهای شهری

کاربرد عمومی فضاهای شهری ایجاد آرامش سرگرمی و محلی برای گردش فراهم آوردن ارتباط و زمینه معاشرت و امکان تردد می‌باشد. و از آنجایی که در عین حال هیچ تک عملکرد خاصی بر آنها مترتب نیست، استعداد پذیرش تمام این کاربری‌ها را با هم یا به صورت گزینشی دارند. با توجه به موارد بالا می‌توان فضاهای شهری را به چند دسته تقسیم نمود:

۱- ورودی‌ها

۲- میدان‌ها و فلکه‌ها

۳- مسیرها

۴- لبه آب

۵- پله

۶- محتوا و عناصر محتوای فضای شهری

موضوع محتوای فضای شهری در طی سال های پس از جنگ جهانی دوم محور بحث های گوناگون بوده و اندیشمندان رشته های مختلف به آن پرداخته اند. از این جمله می‌توان به جغرافیدانان (دیوید هاروی ۱۹۶۱، دیوید هربرت ۱۹۸۱، ...، مردم شناسان لوی استراوس ۱۹۶۳، بورد و ۱۹۷۳، ...) و برنامه ریزان شهری (هاروی کاستلز ۱۹۷۱، هانسون و هیلی بر ۱۹۸۴، یان بنتلی ۱۹۹۹، ...) اشاره کرد. (پارسی، ۱۳۸۱: ۴۲)

بر این اساس به نظر می‌رسد برای تبیین عناصر، عوامل و نیروهای شکل دهنده فضای شهری اولاً باید به رشته هایی توجه داشت که با اثر زندگی اجتماعی بر سازمان فضایی سرو کار دارد، ثانیاً فضای شهری باید بستر زندگی عمومی و اجتماعی مردم جامعه تلقی می‌شود.

ثالثاً محتوای اجتماعی این فضا که آن را بیش از پیش به عنوان پدیده ای اجتماعی - کالبدی می نمایند باید با تأکید بر ظرفیت مردم و نیروهای اجتماعی و فرهنگی توصیفی عمیق تر ارائه کرد. بنابراین از یک سو عناصر مضمون یا محتوای فضای شهری شامل مجموعه فعالیت های مربوط به نهادهای اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی حقوقی دینی و... است و از سوی دیگر چون ظرفیت های اجتماعی دارای بعد تاریخی است و به ارزش های ماندگار و جمعی انسان ها مربوط می شود که در طول تاریخ پدید آمده و از طریق عناصر نمادین فرهنگی انتقال یافته لذا محتوای فضای شهری در بردارنده عناصر تاریخی و پایدار تر است. منظور از عناصر پایدارتر مجموعه کیفیت ها و توانایی هایی است که فضای شهری به واسطه تاریخ میراث غنی فرهنگی و ارزش های جمعی و مشترک مردم جامعه کسب و در نمادهای فیزیکی - فضایی اش متبلور و به نسل بعد انتقال می دهد. بنابراین فضای شهری از این منظر سیستم نسبتاً پایدار تر انتقال میراث فرهنگی جامعه می شود. مطابق آنچه گفته شد محتوای فضای شهری شامل مجموعه عناصر متغیر و نسبتاً پایدارتر است. این محتوا متأثر از نیروهای اجتماعی و فرهنگی است و وضع آن عناصر را تعیین می کند. این عناصر به شرح زیر تعریف می شوند:

- عناصر متغیر محتوای فضای شهری فعالیت ها

- بسیاری از فعالیت های انسانی ضرورتاً در فضا تجلی می یابند. از سوی دیگر اجزا و عناصر مشخص و فعالیت های انسانی است که می تواند به یک فضا شخصیت و روح بخشد. (پارسی، ۱۳۸۱: ۴۴)

فعالیت های یک شهر در حریم های خصوصی و عمومی صورت می پذیرد. الگوی رفتاری مردم در هر دو محیط مشابه است. پس نتیجه می گیریم که طرز چیدمان فضای عمومی در همه دوره ها در طراحی خانه های شخصی بسیار تأثیر گذار بود. وجود نوعی آداب اجتماعی را که تجانس کاملی بین فرد و گروه ایجاد می کند باید دریابیم. مسأله ای که اینجا مهم تر است آن دسته از فعالیت های روی داده در فضای عمومی باز شهری است، به طور مثال فعالیت هایی که فرد بیرون از محیط آشنای خانه خود انجام می دهد و از فضای عمومی استفاده می کند، مانند آمد و شد به محل کار خرید و فروش اجناس، تفریح گذران ایام فراغت و غیره. (کریر، ۱۳۸۶: ۱۷)

از طرفی فعالیت هایی که در یک فضا رخ می دهد متأثر از استفاده کنندگان آن فضا است و این مخاطبان بر اساس نیازهای خود دست به بهره برداری از فضا میزنند. بنابر این شناخت نیازهای انسانی در تعریف فعالیت ها و محتوای فضای شهری امری ضروری است. چند مدل در مورد نیازهای انسانی وجود دارد که هیچکدام به نظر کامل و بدون نقص نیست. ولی مدلی که توسط مازلو تهیه شده از همه بیشتر مورد توجه قرار گرفته زیرا به نظر می رسد کامل تر از بقیه باشد. مازلو بر این اعتقاد بود که نیازهای انسانی دارای سلسله مراتب بوده و از نیازهای بسیار اساسی (مربوط به بقای انسان) شروع شده و به نیازهای بسیار انتزاعی زیبایی شناسی ختم می شود. بر اساس نظریه اساسی ترین نیاز انسان نیازهای فیزیولوژیکی است. یعنی نیاز به بقا که مفهوم این است که محیط باید قابلیت سکونت (سرپناه) را برای ما تأمین کند. بالاترین سطح در سلسله مراتب نیازهای اساسی مازلورسیدن به کمال است، یا آنچه که شخص می تواند به آن تبدیل شود. (بحرینی، ۱۳۸۷: ۲۷-۲۵)

فضای شهری بستر آن زندگی عمومی و اجتماعی جامعه است که در فرآیند تحول زیستی - اجتماعی به یک زندگی اجتماعی و روان شناختی به واسطه بن مایه های خردگرایانه مشارکت آگاهانه و فعالانه نظری و عملی واجد کیفیتی عالی از ارزش های انسانی و مدنی شده است. این کیفیت که چیزی جز مدنیت و یاحیات مدنی جامعه نیست به این ترتیب عنصر ذاتی محتوای فضای شهری است و روابط انسان ها و فعالیت های شهری را متأثر می سازد. در بازشناسی مفهوم حیات مدنی به عنوان عنصر پایدار فضای شهری این مفهوم معطوف به مجموعه پویاها گرایش ها و نگرش هایی است که بر پایه عقلانیت جمعی باورهای

مردم سالاری خودباوری، خردگرایی و قانون گرایی است. بنابراین تا زمانی که روحیه دموکراتیک و مدنی در نظام فعالیت‌ها و آمیختگی روابط انسانی در فضاهای عمومی تبلور نیابد و مردم فرصتی برای بیان خویش در فضا نیابند فضای شهری خلق نشده است. (پارسی، ۱۳۸۱: ۴۵)

عوامل مؤثر در محتوای فضاهای شهری

(۱) نهادها:

از نظر کلی عملکردهایی که توسط محیط مصنوع انجام می‌شود طی هزاران سال تغییر چندانی پیدا نکرده است. آنچه تغییر کرده چیزهایی است که استفاده کنندگان سیاستگذاران و طراحان آنها را مهم می‌دانند. تغییر و توسعه نهادها به تغییر الگوی فعالیت و به دنبال آن به تجدید ساخت فضای شهر می‌انجامد. شواهد در خصوص این رابطه می‌نویسد: تا قرن هجدهم به علت کندی تحولات اجتماعی و یگانگی نظام نهادها، باز تولید ساختار کالبدی آن و از آن جمله شکل‌گیری فضای شهری در این رابطه به آسانی صورت می‌گرفت. اما از این زمان به بعد بار شد شهرنشینی گسترش صنایع و سرعت فزاینده سرمایه‌داری انطباق ساختار کالبدی و عناصر آن با ساختار نظام نهادها پیچیده‌تر شده است. اما ساختار اقتصادی برپایه نهادهای اقتصادی از چنان شتابی برخوردارند که نهادهای دیگر مانند دین خانواده و مانند آن با درجه‌ای از پس افتادگی به دنبال آن کشیده می‌شوند و اثر اصلی را ندارند. نیروی قوی این دوره نهادهای اقتصادی و بانکداری شامل شرکت‌ها، صاحبان صنایع بورس بازان و منطق سودورزی است. (پارسی، ۱۳۸۱: ۴۵)

سرمایه‌گذاری مالی از عوامل مهم ایجاد محیط‌های مصنوع بشمار می‌آید. همه طراحان این را می‌دانند، اما به ندرت به عنوان یک عملکرد ساختمان‌ها در نظریه معماری به روشنی مورد بررسی قرار می‌گیرد. منتقدان معماری نیز به ندرت درباره آن مطلبی می‌نویسند. بسیاری از تصمیمات توسعه شهری بر اساس عوامل مالی گرفته می‌شود. برای بانک‌ها و دیگر مؤسسات اعتباری و برای مالکان ساختمان‌ها به معنی سرمایه‌گذاری تلقی می‌شوند، که انتظار کسب سود از آن را دارند با این حال توسعه گران مستغلات ممکن است داوطلبانه و یازیر فشار عمومی با استفاده از منابع مالی خود به بهبود جنبه‌هایی از عرصه عمومی بپردازند که یا توسعه آنها بر آن اثر می‌گذارد یا آنها بر توسعه اثر می‌گذارند. (بحرینی، ۱۳۸۷: ۲۲)

(۲) فرهنگ:

از آنجایی که هر فعالیتی توسط انسان انجام می‌گیرد اساساً متکی به فرهنگ است و آن فعالیت تابع خصوصیات فرهنگی جامعه است که صاحبان این فعالیت‌ها بدان تعلق دارند و این امر در فضاهای شهری به خصوص خیابان و میادین به شدت مطرح است. بنابراین فرهنگ مستقیماً از طریق نظام فعالیت‌ها و با هدایت هنجاری و ارزشی آن، با ارائه دستور العمل‌های معین ناظر بر انجام فعالیت مستقیماً بر فضا و محیط شهری تأثیر می‌کند و فضای شهری را نیز محصولی فرهنگی می‌نماید. واقعیت آنست که فرهنگ بخش انسان ساخت محیط است. فرهنگ در اشیاء و محیط فیزیکی ظاهر می‌شود و طرح‌های عمومی طرح خانه‌ها و ساختارهای عمومی به طور صریح بازتاب ارزش‌ها و اعتقادات یک فرهنگ اند. لذا فضای شهری با محتوای عمیقاً اجتماعی به عنوان فضایی ساخته شده محصولی فرهنگی به شمار می‌آید. (پارسی، ۱۳۸۱: ۴۵)

(۳) پویایی شهرنشینی و شهرگرایی:

فرآیندهای توسعه شهری و شهرنشینی به عنوان پویایی جهانی و شیوه معینی از زندگی بر وضع نهادهای جامعه مؤثر و تحولی عظیم در آن ایجاد کرده است. لذا درک فرآیند و الگوی نظام فعالیت‌ها در عرصه فضاهای شهری بدون ملاحظه روند شهر

نشینی ممکن نیست. فرآیند توسعه شهر نشینی و افزایش جمعیت شهرنشینی غالباً شیوه زندگی متناسب خود را طلب می‌کند. بنابراین پویای شهرنشینی و شهرگرایی یکی از مهم ترین عوامل موثر در محتوای فضای شهری به شمار می‌آید. (پارسی، ۱۳۸۱: ۴۵)

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 می‌تواند 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 نشانه‌های هویت ساز فضاهای شهری را دارند.

- ماندگاری

آثار هنر شهری در اذهان شهروندان آنها را تبدیل به یادمان‌هایی می‌کند که می‌توانند 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 می‌آید. بحرینی معتقد است که فضاهای عمومی شهری از طریق فضاهایی تقویت و گسترش می‌یابند که در طراحی آنها جذب گروه‌های 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 می‌شود و گاهی از مشارکتش در فرآیند تولید این آثار هنری نیز بهره برده می‌شود؛ این هنر و آثار هنری می‌توانند در افزایش روحیه‌ی 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 دغدغه‌های 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 می‌توان ایجاد کرد. ریچارد شکنر ریشه‌ی اصلی هنر نمایش را در آیین دانسته و به عقیده‌ی وی شکل نمایش‌های خیابانی امروزی نیز برآمده از آیین است. شیوه‌ی رسمی اجرای نمایش در آمفی تئاترها هنر تئاتر را از جایگاهی فاخر به مخاطب تحمیل می‌کند و هنرمند و تماشاگر را در تقابل با هم قرار می‌دهد اما در تئاترهای آیینی گذشته و نمایش‌های خیابانی امروزی مرز بین «زندگی» و «تئاتر» و نیز فاصله‌ی بین هنرمند و تماشاگر از بین رفته است و در واقع مونولوگ هنرمند به دیالوگ هنرمند مخاطب تبدیل شده است. این امر باعث شکل‌گیری و گسترش دیالوگ‌ها و کنش‌های اجتماعی در بستر حیات اجتماعی شهرها می‌شود. تحقق هنر شهری در فضاهای عمومی شهری می‌تواند 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 فعالیت‌ها و رویدادهایی است که در فضا صورت می‌پذیرد یک فضای شهری سرزنده به فضایی شهری گفته می‌شود که در آن حضور تعداد قابل توجهی از افراد و تنوع آنها از نظر سن و جنس در گستره‌ی زمانی وسیعی از روز که فعالیت شان عمدتاً به شکل انتخابی یا اجتماعی بروز می‌یابد به چشم می‌خورد. حس مکان یا حس تعلق مکان به معنای ادراک ذهنی مردم از محیط و احساسات نسبتاً آگاهانه‌ی آنها از محیط است که مردم را در ارتباطی درونی با محیط قرار می‌دهد به طوری که درک و احساس افراد با معنای محیط یک پارچه می‌شود. این حس عاملی است که یک محیط یا فضا را به مکانی با ویژگی‌های حسی و رفتاری ویژه برای افراد تبدیل می‌کند هنر شهری از طریق تحریک و تأثیر بر ادراک ذهنی شهروندان از محیط‌های شهری قادر است حس تعلق آنها را نسبت به محیط و مکان‌های زندگی آنها تقویت نماید و به عاملی برای پایداری پیوند انسان با محیط و شهر تبدیل شود. بنابراین هنر در دست‌یابی 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 می‌گیرند.

مفهوم طبقه و گروه‌های خلاق شهری

جیکوبز به نقش عمده‌ای که مردم در تولید و ساماندهی فعالیت‌های اقتصادی در شهرها دارند توجه کرد. در دیدگاه وی شهرها به وسیله تولید و ساماندهی آگاهی‌های جدید نقش غیر قابل انکاری را در توسعه اقتصادی ایفا می‌نمایند. مقیاس شهرها و تنوع ساکنین آنها تعاملات را ایجاد میکنند که آنها خود ایده‌های جدید را تولید می‌نمایند. به بیان دیگر تنوع بازیگران اقتصادی در شهرها و میزان بالای تعاملات، حمایت‌کننده خلق و توسعه محصولات جدید و تکنولوژی جدید می‌باشد. مطالعات علمی بر ارتباط بین سرمایه انسانی و رشد منطقه‌ای صحه می‌گذارند. راج دریافت که هم درآمدها و هم اجاره‌خانه‌ها در شهرهایی با میانگین سطح تحصیلات بالاتر بیشتر می‌باشد. ادوارد گلیسرو 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 می‌باشند. سایمون و ناردینلی نیز در مطالعاتشان در مورد ایالات متحده و انگلستان دریافتند که سطح سرمایه انسانی در سال ۱۸۸۰ تعیین‌کننده رشد شهر در دهه‌های آینده آن بوده است. گلیسر دریافت که دستیابی به کارگران یا افراد مستعد مهمتر از روابط بین خود کمپانی‌ها موجب تمایل به جمع شدن و خوشه‌ای شدن آنها در یک منطقه می‌باشد. ویژگی متمایز طبقه خلاق این است که اعضای آن در کارهایی مشغول می‌باشند که عملکرد آنها خلق فرمهای جدید معنادار است. هسته فوق خلاق طبقه جدید خلاق شامل دانشمندان و مهندسان، اساتید دانشگاه شاعران و رمان‌نویسان، هنرمندان سرگرم‌کننده‌ها بازیگران طراحان و معماران و همچنین رهبران فکری جامعه مدرن شامل نویسندگان مطالب واقعی ادیتورها چهره‌های فرهنگی محققان گروه‌های تخصصی تحلیلگران و سایر ایده‌سازان می‌باشند. در مرحله دوم از این هسته طبق خلاق همچنین شامل حرفه‌ای‌های خلاق می‌گردد که در بازه وسیعی از صنایع دانش بنیان مانند بخش‌های تک خدمات مالی مراقبت سلامت امور قانونی و مدیریت تجارت مشغول بکار می‌باشند. این افراد با استفاده از آگاهی‌ها و دانایی پیشرفته و پیچیده‌شان در فرآیندهای حل مسئله راه‌حلهای 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 فلوریدا همه انسان‌ها خلاق هستند و همه آنها بالقوه اعضای طبقه خلاق می‌باشند آنهایی که به عنوان اعضای بالفعل طبقه خلاق شناخته می‌شوند تنها این فرصت را پیدا کرده‌اند 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 دانشگاه‌ها و دبیرستان‌ها 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 کرده‌ها می‌کوشند. در حالی که تلاش برای جذب افراد مستعد و تحصیل کرده در مقیاس ملی در طولانی مدت موثرتر از حفظ آنها می‌باشد توانایی جذب افراد مستعد نیز خود به میزان زیادی به کیفیت یک مکان بستگی پیدا می‌کند. (مرادیان، ۱۴۰۳: ۷)

مفهوم شهرها، خوشه‌ها 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، ایده‌ها و فرآیندها به یکدیگر می‌پیوندند. چنین مکان‌هایی به عنوان حوزه تجمع یافته‌ای از تخصص های خلاق شناخته می‌شوند به طور کلی هنرمندان و افراد خلاق و توانا نیز به مکان هایی با تنوعی از داد و ستدها و تجارت‌ها و تنوعی از برخوردها و آشفتگی‌ها جذب می‌شوند. آندرسون در تعریف خود از حوزه های خلاق اظهار می‌دارد که این گونه حوزه‌ها توانایی های نیمه ناخود آگاه و بالقوه افراد و گروه‌ها را برای تولید فعالیت‌های جدید در عرصه هنر تکنولوژی و علم، توسعه می‌دهند. چنین مکان‌هایی تمایل به گوناگونی‌های فرهنگی سلیقه و ترجیحات بیشتر از تنوع قومی و نژادی مورد نظر است. غنی شدن در زمینه دانش داشتن اندوخته‌ای از مهارت‌ها و شایستگی‌ها و اتصال مناسب با زیر ساخت های 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، حوزه های خلاق، ظرفیت هایی را برای آموختن نوآوری به کاربستن مهارت های از قبل موجود و توسعه امکانات جدید در آن را به وجود می‌آورند. چارلز لندری نیز حوزه های خلاق را محیط های کالبدی به صورت مکان یا مجموعه‌ای از ساختمان‌ها می‌داند که توده های حیاتی کارآفرینان متفکران فعالیت‌های اجتماعی هنرمندان قدرت کارگزاران و یا دانش آموزان در این محیط بی حد و حصر به فعالیت می‌پردازند، یعنی در زمینه ای بین المللی و جایی که مراودات چهره به چهره ایده های تو دستاوردهای انسان ساخت محصولات خدمات و سازمان‌ها را خلق می‌کند و به موفقیت های 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 حوزه های 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 خوشه های فرهنگی و مجموعه های 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 وزیر ساخت‌های تخصصی پشتیبانی می‌گردد و هنرهای خلاق و مهارت‌ها و خلاقیت‌های فردی را به خود می‌خواند و آنها را حفظ می‌نماید. هر یک از مجموعه های صنعتی خلاق، متناسب با شخصیت و ویژگی

منحصر به فرد خود از طریق تحریک استفاده کنندگان به استفاده صنایع فرهنگی و خلاق به موارد مصرفی چون گردشگر تهیه خوراک خرده فروشی‌ها و تفریح و فراغت تبدیل می‌گردد.

با استناد به پاتریک کوهنتن 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 دانش آموزان 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 ایده‌های خلاقانه افراد، با همستان‌ها و همچنین شرکت‌ها و بنگاه‌های تجاری با یکدیگر؛
- ۴- ظرفیت‌های محیطی برای آموختن غنی شدن در زمینه دانش نوآوری تهیه اندوخته‌ای از مهارت‌ها و شلیستگی‌ها، به کاربستن مهارت‌های از قبل موجود و توسعه امکانات جدید را فراهم می‌آورند؛
- ۵- چنین مکان‌هایی به عنوان حوزه تجمع یافته‌ای از تخصص‌های خلاق منحصر به فرد و دارای صلاحیت، شناخته می‌شوند؛
- ۶- شامل چرخه ارزشی تولید مصرف است که به وسیله پشتیبانی تکنولوژی وزیر ساخت‌های تخصصی و جذب هنرهای خلاق و مهارت‌ها و خلاقیت‌های فردی و جمعی به موارد تولید و مصرف صنایع فرهنگی و خلاق منجر می‌گردد؛
- ۷- پذیرای گوناگونی‌های فرهنگی‌ای هستند که بیان خلاقیت در تمامی ابعاد آن مورد تشویق قرار می‌گیرد؛
- 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 می‌شود؛
- ۹- مردمان می‌توانند در زندگی روزمره خود از فعالیت‌ها و کنش‌های خلاق در حوزه‌های خلاق، بهره‌مند گردند؛
- ۱۰- معمولاً به حوزه‌های کالبدی و یا حتی مجازی با ساختار اتصالی 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)

تئوری‌های اصلی خلاقیت در شهرسازی

تئوری‌های خلاقیت در شهرسازی شامل تئوری‌های ریچارد فلوریدا و چارلز لندری به شرح زیر می‌باشند :

۱- جذب و حفظ طبقه خلاق از ریچارد فلورید (شهر افراد مستعد)

۲- برنامه ریزی شهر خلاق از چارلز لندری (شهر خلاق)

ایده‌های فوق هر دو پاسخی به انتقال به اقتصاد بعد صنعتی می‌باشند هر دو ایده از هم متمایز بوده، لکن می‌توانند در یک زمان هر دو درست باشند به عبارت دیگر نقض کننده یکدیگر نمی‌باشند. 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 می‌باشد. لندری در مورد راه‌های نوآوری کردن در عمل برنامه ریزی و حکمرانی برای تشکیلات اجرایی یک ناحیه در راستای پرورش محیط‌های شهری زاینده فعالیت‌ها و همکاری‌های خلاق بحث می‌نماید. (دادپور، ۱۳۹۰: ۵۳)

- جذب و حفظ طبقه خلاق اولین تئوری مطرح شده در مورد شهر خلاق (ریچارد فلوریدا)

کار ریچارد فلوریدا که یک اقتصاددان منطقه‌ای در دانشگاه کارنگی ملون می‌باشد، احتمالاً بیش از همه با جنبش خلاقیت شناخته شده است. کار فلوریدا انگیزه تعدادی از برنامه‌های خلاق محلی گردیده و در عین حال بیشترین انتقادات را نیز برانگیخته است. فلوریدا در کار خود به معرفی طبقه خلاق و سرمایه خلاق می‌پردازد که پیش برندگان اقتصاد خلاق می‌باشند 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 منطقه‌ای می‌باشند که هرگاه همراه و توأمان با ارکان دیگر یعنی تکنولوژی تلرانس و دارائی‌های زمینی در یک مکان وجود داشته باشند، در اقتصاد جدید خلاق موجب رشد و شکوفایی اقتصادی آن مکان می‌گردند. افراد خلاق جزء سرمایه‌هایی می‌باشند 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 نمی‌دهد 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 کاتالیتیکس در برنامه‌ها و کارهایی که در مناطق مختلف در راستای افزایش خلاقیت شهر و جذب طبقه خلاق می‌گردد مشارکت می‌نماید. (دادپور، ۱۳۹۰: ۹)

فلوریدا، معتقد است که کلید فهم جغرافیای جدید خلاقیت و تأثیرات آن برنتایج اقتصادی برچیزی قرار می‌گیرد که آن را سه حرف تی (T) توسعه اقتصادی می‌نامد؛ 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 قومیت‌ها و نژادها تعریف می‌کند افراد دارای استعداد، توانایی و ذوق نیز به مکان‌هایی کشیده می‌شوند که به آنها تحمل کاری و محیط‌های اجتماعی متنوع ارائه می‌شود. (فلوریدا، ۱۳۹۰: ۸۳-۸۴)

در کنار سه عامل مطرح شده تکنولوژی توانایی و تحمل یک بعد کلیدی دیگر در امتیاز منطقه‌ای مطرح می‌گردد که بدون آن این سه عامل به درستی قادر به کار کردن و اثر گذاری نیستند یعنی مکان در جذب و حفظ ایده‌ها و توانایی‌های گروه‌های

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 استعدادها 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 گرایی 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 اینها 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 روش های 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 کاروخانه 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 انتخابهای 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 می برند 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 فعالیتهای ساخت مکان ها هستند تا هویت خود را در مکان پایه گذاری کنند و آن را بازتاب و ارزش دهند.

۷) کیفیت مکان

مکان های موفق تنها یک نوع کیفیت محیطی را عرضه نمی کند بلکه فراتر از آن انواع گوناگونی از کیفیت ها را برای گروه های مختلف مردم فراهم می آورند بسیاری از این گونه مکان ها همچون صحنه نمایش خیابان، پویا و مشارکتی هستند. گروه های خلاق به دنبال مکان هایی هستند که به طور کامل طراحی نشده و قابل تغییر به دست خودشان باشد. جامعه باید چیزی برای عرضه به افراد و گروه های خلاق داشته باشد تا تمایل برای حضورشان در عرصه عمومی همگانی را افزایش دهد.

اصول و رویکردهای طراحی فضاهای شهری در راستای ایجاد شهر خلاق

طراحی فضاهای شهری به عنوان یکی از مهم ترین عوامل در شکل گیری هویت و کارکرد شهرها، نقش بسزایی در ایجاد شهرهای خلاق دارد. برای دستیابی به این هدف، رعایت اصول و رویکردهای خاصی ضروری است که به تقویت خلاقیت، تعاملات اجتماعی و کیفیت زندگی ساکنان کمک می کند. در ادامه به بررسی این اصول و رویکردها می پردازیم:

۱. **توجه به نیازهای جامعه:** طراحی فضاهای شهری باید بر اساس نیازها و خواسته های واقعی ساکنان انجام شود. این امر شامل مشاوره و مشارکت جامعه در فرآیند طراحی است تا فضاهایی ایجاد شود که به واقعیت های روزمره و فرهنگ محلی پاسخ دهد.

۲. **تنوع و انعطاف‌پذیری:** فضاهای شهری باید به گونه‌ای طراحی شوند که قابلیت استفاده‌های مختلف را داشته باشند. ایجاد فضاهایی با کاربری‌های چندگانه، مانند پارک‌ها و میدان‌ها که می‌توانند به عنوان مکان‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی عمل کنند، به تقویت خلاقیت و تعاملات اجتماعی کمک می‌کند.

۳. **ایجاد فضاهای عمومی جذاب:** فضاهای عمومی باید به گونه‌ای طراحی شوند که افراد را به استفاده از آن‌ها ترغیب کند. استفاده از عناصر طراحی جذاب، نورپردازی مناسب، و ایجاد فضاهای سبز می‌تواند به افزایش جذابیت این فضاها کمک کند.

۴. **توسعه زیرساخت‌های فرهنگی و هنری:** ایجاد مراکز فرهنگی، گالری‌ها و فضاهای هنری می‌تواند به تقویت خلاقیت و نوآوری در جامعه کمک کند. این فضاها باید به گونه‌ای طراحی شوند که امکان برگزاری رویدادهای فرهنگی و هنری را فراهم کنند و به تعامل هنرمندان و ساکنان کمک کنند.

۵. **پایداری و حفاظت از محیط زیست:** طراحی فضاهای شهری باید با رعایت اصول پایداری و حفاظت از محیط زیست انجام شود. استفاده از مصالح پایدار، طراحی فضاهای سبز و ایجاد سیستم‌های مدیریت آب و انرژی می‌تواند به ایجاد شهرهای خلاق و پایدار کمک کند.

۶. **فناوری و نوآوری:** بهره‌گیری از فناوری‌های نوین در طراحی فضاهای شهری می‌تواند به بهبود کارایی و جذابیت این فضاها کمک کند. استفاده از فناوری‌های هوشمند برای مدیریت ترافیک، نورپردازی و امنیت می‌تواند تجربه بهتری برای ساکنان و بازدیدکنندگان ایجاد کند.

۷. **تقویت هویت محلی:** طراحی فضاهای شهری باید به تقویت هویت محلی و فرهنگ منطقه‌ای توجه کند. استفاده از عناصر معماری و طراحی که نمایانگر تاریخ و فرهنگ محلی باشد، می‌تواند به ایجاد احساس تعلق و هویت در ساکنان کمک کند. با رعایت این اصول و رویکردها، می‌توان فضاهای شهری را به مکان‌هایی خلاقانه و پویا تبدیل کرد که نه تنها به بهبود کیفیت زندگی ساکنان کمک می‌کند، بلکه به جذب گردشگران و سرمایه‌گذاران نیز می‌انجامد. در نهایت، ایجاد شهرهای خلاق نیازمند همکاری و مشارکت همه ذینفعان، از جمله دولت، طراحان، جامعه و بخش خصوصی است.

منابع و مأخذ

۱. اشتری، حسن (۱۳۹۳) شهر خلاق طبقه خلاق، انتشارات تیسرا.
۲. بحرینی، حسین (۱۳۸۷)؛ فرایند طراحی شهری، انتشارات دانشگاه تهران.
۳. بنتلی، ایان و دیگران (۱۳۸۷) محیط های پاسخده، دانشگاه علم و صنعت.
۴. پارسی، حمیدرضا. (۱۳۸۱) شناخت محتوای فضای شهری هنرهای زیبا، شماره ۱۱، ۲۷-۲۰.
۵. توسلی، محمود (۱۳۶۹) اصول و روش های طراحی شهری و فضاهای مسکونی در ایران، انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات شهرسازی و معماری.
۶. توسلی محمود (۱۳۸۶) طراحی فضای شهری، انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات شهرسازی و معماری.
۷. تولایی، نوین (۱۳۷۲)، فضای شهری و روابط اجتماعی و فرهنگی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ی هنرهای زیبا دانشگاه تهران.
۸. دادپور، سارا (۱۳۹۰) جذب طبقه خلاق در تهران به کمک طراحی شهری، صفه، شماره ۵۴، ۶۵-۵۵.
۹. فکوهی، ناصر، (۱۳۸۳)، انسان شناسی شهری، تهران، نی.
۱۰. فلوریدا، ریچارد (۱۳۹۰) شهر خلاق، ترجمه: ابراهیم انصاری، انتشارات جامعه شناسان.
۱۱. کارمونا؛ ماتیو، هیت تیم؛ تنر اک، تیسدل؛ استیون (۱۳۸۸) مکان های عمومی، فضاهای شهری، ترجمه فریبا قرانی مهشید شکوهی زهرا اهری و اسماعیل صالحی، تهران، دانشگاه هنر.
۱۲. کریر، راب (۱۳۸۶). فضای شهری، ترجمه خسرو هاشمی نژاد، نشر خاک
۱۳. گروتز، یورگ، (۱۳۸۶) زیبایی شناسی در معماری، ترجمه جهانشاه پاکزاد، عبدالرضا همایون، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
۱۴. لندی؛ چارلز، بیانچینی؛ فرانکو (۱۳۹۴) شهر خلاق، ترجمه فریاد پرهیز، اصغرضرابی، نسا خزایی، انتشارات دارخوین.
۱۵. مدنی پور، علی، (۱۳۹۲) طراحی فضای شهری، ترجمه فرهاد مرتضایی، انتشارات سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری تهران.
۱۶. مرادیان، حامد (۱۴۰۳) خلاقیت در بازآفرینی شهر در راستای ایجاد شهر خلاق، فصلنامه مطالعات جغرافیا، عمران و مدیریت شهری، دوره: ۱۰، شماره: ۱.
۱۷. نوربرگ، شولتز، کریستیان (۱۳۵۴)، هستی، فضا و معماری، ترجمه ی محمد حسن حافظی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.