

بررسی نقش صنایع و خوشه‌های فرهنگی و خلاق در مرمت بافت‌های تاریخی - شهری

محمود محمدی* یونس چنگلویایی**

چکیده

بافت‌های تاریخی، منبعی ارزشمند هستند که به‌مثابه دارایی فرهنگی و هویتی شهرها و کشورها به‌شمار می‌روند. بیشتر اقدام‌های برنامه‌ریزی شده که برای مرمت و احیای این بافت‌ها صورت گرفته، بیانگر اهمیت ویژه این نواحی شهری است که تصویری مطلوب از شهرها را نشان می‌دهند. در بررسی گونه‌های متفاوت این اقدامات برنامه‌ریزی شده آنچه قابل درک است؛ وجود دیدگاهی تک‌بعدی درباره جنبه‌های صرفاً کالبدی مرمت و احیای بافت‌های تاریخی و بی‌توجهی به رویکردهای فعالیت‌محور هم‌راستا با مداخلات کالبدی آنهاست.

از این رو در پژوهش حاضر با هدف ارائه رویکردی نوین، موضوع مرمت و احیای بافت‌های تاریخی، بسط داده و تفسیر راهبرد عام خوشه‌ها و صنایع فرهنگی و خلاق برای مرمت و احیای آنها بررسی شده است. در واقع نگارندگان در این مقاله، با بهره‌گیری از روش پژوهش تحلیلی - توصیفی و به‌کارگیری رویکردی میان‌رشته‌ای، شاخص‌های توسعه‌ای خوشه‌های فرهنگی را در زمینه‌های شهری در قالب مزیت‌ها، ویژگی‌ها، پتانسیل‌ها و امکانات توسعه‌ای در راستای مرمت و احیای بافت‌های تاریخی، ارائه داده‌اند.

در پایان، نگارندگان با بررسی نمونه‌های موردی اسناد و مدارک برنامه‌های مرمت و احیای بافت‌های تاریخی ایران، به ارائه نیازها و مسائل و محدودیت‌های آنها پرداختند. به بیان دیگر، مدل تحلیلی به‌کار گرفته شده در این پژوهش با مقایسه زوجی میان نیازها و محدودیت‌های بافت‌های تاریخی همراه با ویژگی‌ها و امکانات خوشه‌های فرهنگی، راهبردهایی عملیاتی را برای برآورده ساختن نیازها و به حداقل رساندن محدودیت‌ها و مسائل بافت‌های تاریخی مطرح کرده است.

کلیدواژه‌گان: بافت تاریخی، مرمت و احیا، صنایع و خوشه‌های فرهنگی و خلاق.

* استادیار، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر اصفهان.

** دانشجوی دکتری شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران.

مقدمه

پهنه‌ها و بافت‌های تاریخی به‌عنوان یکی از اجزا و بخش‌های اصلی و مهم شهرها، نقش اساسی‌ای در سیر تحول ساختار فضایی - کالبدی آنها داشته‌اند. در حال حاضر، بسیاری از این پهنه‌ها و بافت‌های تاریخی، تحت تأثیر عوامل و دلایل مختلف از ایفای نقش گذشته بازمانده و دچار فرسودگی و افول شده‌اند. عوامل و دلایلی همچون متناسب نبودن ساختار فضایی و کالبدی آنها برای فعالیت‌ها و نیازهای زندگی شهری جدید و خارج شدن فعالیت‌ها و عملکردهای سنتی و گذشته‌شان از چرخه و فرایند فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی پویا و اصلی شهر، از این دست است.

این مشکلات و بی‌سازمانی‌ها و نبود تناسب‌ها به‌گونه‌ای است که در عناصر و اجزای هر دو بخش اصلی و مهم تشکیل‌دهنده پهنه‌ها و بافت‌های تاریخی نیز، ساختار فضایی - کالبدی به‌عنوان ظرف و فعالیت آن به‌عنوان مظروف، قابل دیدن است. تأثیر این معضلات و مشکلات آن‌چنان است که تداوم حیات و حضور چنین پهنه‌ها و بافت‌هایی را در ساختار فضایی و کالبدی شهرها با چالش‌های اساسی روبه‌رو کرده‌است.

در دیدگاهی عام و کلی، ریشه و اساس این معضلات و مشکلات را می‌توان در فراهم‌نشدن مناسب نیازها، الزامات و مقتضیات زندگی شهری جدید از سوی این‌گونه پهنه‌ها و بافت‌ها در هر دو بعد فضایی - کالبدی و فعالیت‌ی یافت. بنابر این مسأله که در بافت‌های تاریخی هر دو بخش و عنصر فضای شهری مشکل و نقصان دارند؛ در انجام مرمت اصولی و پایدار به‌نوعی لازم است تا به هر دو بخش ظرف و مظروف، در یک تعامل دو سویه و یک‌پارچه توجه شود.

اگرچه در چند دهه گذشته، مرمت بافت‌های تاریخی کشور در ردیف مهم‌ترین دغدغه‌ها و فعالیت‌های برنامه‌ریزان و مدیران کشور قرار داشته لیکن، با بررسی تجارب مرمت شهری در بافت‌های تاریخی کشور، غلبه مرمت شهری کالبدمحور کاملاً آشکار است (کامروا، ۱۳۸۹). نبود توازن در بررسی هم‌سنگ و هم‌زمان دو بعد کالبد و فعالیت در مرمت بافت‌های تاریخی کشور، پیامدهای ناخواسته‌ای داشته‌است.

در مقایسه با کالبد، توجه کمتر به محور فعالیت به‌عنوان یکی دیگر از اجزای اصلی در پویایی و بالندگی بافت‌های تاریخی سبب‌شده تا بیشتر پروژه‌های مرمت شهری در دستیابی به اهداف نهایی مرمت ناکام بمانند (حبیبی و مقصودی ۱۳۸۶؛ حناچی و دیگران، ۱۳۸۶ و کلانتری و پورا احمد، ۱۳۸۵).

این موضوع، لزوم تغییر در شرایط و چگونگی مداخله در بافت‌های تاریخی شهرها را به سمت و سوی رویکردها

و مداخله‌های فعالیت‌محور در کنار مداخله‌های کالبدمحور را ایجاب کرده‌است.

در دو دهه اخیر، یکی از زمینه‌های علمی و تخصصی جدیدی که از درون رشته‌های علمی و تخصصی علوم اقتصادی و مدیریت ایجاد شده، حوزه‌های کاربردی کارآفرینی و خلاقیت کسب و کار است. کارآفرینی و خلاقیت کسب و کار از حوزه‌هایی است که موضوع فعالیت‌های اجتماعی، فرهنگی و هنری است آن‌چنان که از منظر اقتصادی و کارآفرینی، رشد و توسعه چشم‌گیری در آن دیده شده‌است.

از منظر و جایگاه رویکرد بین‌رشته‌ای، سنخیت و نزدیکی مباحث محتوایی خلاقیت و فعالیت‌های فرهنگی و هنری، کارآفرینی با محور فعالیت در مباحث و رویکردهای نوین مرمت بافت‌های تاریخی، بستر و چارچوبی است که می‌توان از مفاهیم، اصول کاربردی و راهبردی آن برای بهبود و ارتقای روش‌های مرمت بافت‌های تاریخی بهره‌گرفت. در این باره، راهبرد صنایع و خوشه‌های فرهنگی و خلاق که در حوزه نظری و کارآفرینی و اقتصاد خلاق شهری، مفهوم‌شناسی و نظریه‌پردازی شده از زمینه‌ها و بسترهای نوینی است که در قالب آن، رویکردهای جامع مرمت شهری بافت‌های تاریخی می‌توانند با ارائه تصویر جدیدی از تعامل دو سویه کالبد و فعالیت، پویایی و جنب‌وجوش گذشته بافت‌های تاریخی را باز تولید کنند.

راهبرد نوین خوشه‌ها و صنایع فرهنگی و خلاق دربرگیرنده عنصر فعالیت‌ی فضای شهری، بنگاه‌های فرهنگی و خلاق، فعالیت‌های فرهنگی در فضای شهری بافت‌های تاریخی شهرها و... است. از دیگر سو، عنصر کالبد فضای شهری در قالب خوشه‌ها و نواحی فرهنگی و خلاق با سازوکارهای کالبدی و فضایی خاص خود، نمایان می‌گردد.

بنابراین، صنایع و خوشه‌های فرهنگی با تأثیر هم‌زمان کالبدی و فعالیت‌ی بر فضای شهری بافت‌های تاریخی شهرها، تعاملی دو سویه و یک‌پارچه را میان عناصر فضای شهری مواجه با فرسودگی ایجاد کرده‌اند. در ادامه این فرایند، فضای شهری پایدار حاصل از رویکرد نوین به مقوله مرمت شهری ایجاد می‌گردد.

بنابر آنچه بیان شد، درباره بهره‌گیری از راهبرد صنایع و خوشه‌های فرهنگی و خلاق مرتبط با مرمت بافت‌های تاریخی کشور، پرسش‌های زیادی مطرح است. از مهم‌ترین پرسش‌هایی که در این زمینه می‌توان مطرح کرد این است که چگونه می‌توان از راهبرد صنایع و خوشه‌های فرهنگی و خلاق، در مرمت پهنه‌ها و بافت‌های تاریخی بهره‌جست.

یک پارچه و دوسویه را میان عناصر اصلی فضاهای شهری و لزوم نگرش نوین به مسأله مرمت شهری را سرلوحه خود گذارده‌اند، تغییر جهت داده‌اند. آنچه در زیر آورده شده، شرح مختصری از تحولات عمده دو دهه اخیر در زمینه مرمت شهری است.

- دهه ۱۹۹۰: در دگرگونی‌های این دهه، بازنگری در زمینه‌های علمی، فلسفی و هنری وجود دارد. از این رو، نگاه به نوسازی و مرمت شهری نیز با بازنگری درباره آنچه در دهه‌های پیشین رخ داده، همراهی شود. مداخله‌های ناشی از این نگاه هم، با در نظر داشتن گذشته و توجه به هویت‌های تاریخی دوره‌های متفاوت، تولید هویتی جدید متناسب با شرایط زندگی امروزی را در دستور کار خود قرار داده‌اند. مفهوم مرکزی مرمت شهری در این دوره بازآفرینی شهری^۳، چارچوبی تازه را در فرایند دگرگونی‌های شهری پدیدمی‌آورد که براساس آن، مرمت شهری مفهومی جامع می‌یابد. مفهومی که به بهبود و توان بخشی بافت‌های کهن در تمامی ابعاد اقتصادی، کالبدی، اجتماعی و فرهنگی توجه می‌کند (حبیبی و مقصودی، ۱۳۸۶؛ حناچی و دیگران، ۱۳۸۶ و (Roberts&sykes, 2003).



تصویر ۱. دیاگرام ساختار پژوهش (نگارندگان).

مباحث پژوهش حاضر نیز، برای دستیابی به دو هدف اصلی شناخت ویژگی‌ها و خصوصیات راهبردی صنایع و خوشه‌های فرهنگی و خلاق در ارتباط با مرمت بافت‌های تاریخی و معرفی نتایج و اثرات به‌کارگیری راهبرد این صنایع، در مرمت بافت‌های تاریخی است.

روش تحقیق

روش تحقیق به‌کار گرفته شده، توصیفی-تحلیلی است که رویکردی بین‌رشته‌ای دارد و متکی بر بررسی و تحلیل اسنادی است. روش گردآوری داده‌های آن هم، براساس مطالعات کتابخانه‌ای، تحلیل محتوایی و استخراج نظرات تصمیم‌سازان و تصمیم‌گیران حوزه مرمت و احیای بافت‌های تاریخی است.

روش تحلیلی مورد استفاده در این مطالعه، ماتریس تحلیلی مزیت‌ها و امکانات خوشه‌های فرهنگی و خلاق و نیازها، مسائل و محدودیت‌های بافت‌های تاریخی است. برون‌داد این تحلیل هم، ارائه راهبردهای عملیاتی مرمت و احیای بافت‌های تاریخی مبنی بر استقرار صنایع و خوشه‌های فرهنگی و خلاق است.

براین اساس ساختار مقاله پیش‌رو، متشکل از دو مبحث اصلی؛ بیان نظری مفاهیم و مبانی نظری راهبرد عام صنایع و خوشه‌های فرهنگی و خلاق به‌عنوان محتوای نظری پژوهش و روش تحلیل اثربخشی این راهنمای عام برای برآورده ساختن نیازها و کاهش مسائل و محدودیت‌های بافت‌های تاریخی است (تصویر ۱).

پیشینه و رویکردهای نوین مرمت شهری

مرمت شهری از ابتدای سده بیستم میلادی تاکنون دوره‌های گوناگونی را از سر گذرانده است که در هر دوره بنابر شرایط زمانی خود، معنا و مفهومی روشن داشته به‌گونه‌ای که، سرشت زمانه خویش را بازگو کرده است. در دو دهه اخیر، از دهه ۱۹۹۰م. تاکنون، هم‌زمان با بازنگری در زمینه‌های علمی، هنری، فرهنگی و فلسفی با ایجاد دگرگونی در نگرش به مقوله‌های شهری، شهر فوردیسم^۱ به شهر پسافوردیسم^۲، هویت شهری و تجربه شهری به‌عنوان سبک اصلی زندگی مطرح شد. همچنین، فعالیت‌های فرهنگی و خلاق و رویدادهای فرهنگی و گردشگری به‌عنوان محور اصلی بخش اقتصادی جدید پا به شهرها گذاشتند (استونسون، ۱۳۸۸). رویکردهای مرمت شهری نیز بر اثر این تحولات، به سمت رویکردهای جامع باز تولید و نوزایی بافت‌های تاریخی شهری که تعاملی

- دهه ۲۰۰۰: این دوره، با مفهوم هم‌زیستی، هم‌نشینی و گفتگوی مسالمت‌آمیز میان سبک‌ها و فرهنگ‌ها آغاز می‌گردد. با این حرکت، مفهوم مرمت شهری نیز تعریفی جدید می‌یابد. تعریفی که در آن وجوه فرهنگی و هنری در ایجاد محیط‌های سرزنده، پویا و جذاب شهری غلبه می‌یابد چراکه مرمت شهری در دهه‌های پیشین، احیای کالبد، اقتصاد و وضعیت اجتماعی ساکنان را مدنظر قرار داده و زمینه را برای پرداخت فرهنگی و هنری بافت‌های کهن فراهم کرده بود.

نوزایی شهری^۶، ابتدای دهه نخست سده بیست و یکم میلادی به دنبال دگرگونی بنیادی نقش و عملکرد شهر به طور عام و بافت کهن به طور خاص است. در این نگاه تازه، جاذبه، اصالت‌بخشیدن و تمایز شهری در دستور کار قرار گرفته است. مرمت شهری هم به عنوان مقوله‌ای فرهنگی - هنری، احیای اقتصادی و سرزندگی اجتماعی شهر را پی می‌گیرد و مراکز قدیمی و تاریخی شهرها را کانون فعالیت‌های اجتماعی، رخدادهای و حادثه‌های شهری می‌کند. به‌دیگر بیان، آنها را به گونه‌ای درمی‌آورد که مکانی برای شکل‌گیری خاطره‌های جمعی جدید در ارتباط با حافظه شهری کهن باشند (حیبی و مقصودی، ۱۳۸۶).

با بررسی سیر تحولات مرمت شهری، این چنین می‌توان گفت که طی چند دهه اخیر این مداخلات ساده بازسازی، نوسازی و توان‌بخشی به بافت‌ها و زیرساخت‌های فرسوده شهری، مرمت اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیمای شهر دگرگون شده است. به بیان دیگر، مرمت شهری در سیر تحول خود گذاری را از توجه به کالبد به عرصه پایداری میان کالبد و فعالیت فضای شهری و توجه به مفهوم و معنای فضای شهری آزموده است.

همچنین، رویکردهای اخیر در جست‌وجوی تعامل اجتماعی و مشارکت بازیگران محلی، نوسازی فرهنگی و اجتماعی، توجه و تأکید بر شخصیت محلی و ویژگی‌های فرهنگی، بومی و ... هستند. از دیگر سو، مرمت شهری در مفهوم جدید و وجه اقتصادی آن، فعالیتی منفرد و جداگانه از سایر بخش‌ها نیست که توسط یک سرمایه‌گذار یا یک مشوق انجام‌پذیرد. مرمت شهری، فعالیتی استراتژیک، بلندمدت، کند، پیچیده و چندبخشی است که نیازمند سرمایه‌گذاری مالی کلان، تعهد و التزام بلندمدت و مشارکت همه بازیگران بخش خصوصی، عمومی و مردم است (حاجی‌پور، ۱۳۸۵). بنا بر این، مرمت شهری تحت تأثیر دگرگونی‌های پارادایمی^۷ نظریه‌های شهری دهه ۱۹۹۰م. و دو رویکرد بازآفرینی و نوزایی شهری، معنا و مفهومی جدید یافته است.

پیشینه پارادایم توسعه شهری فرهنگ‌محور در باز تولید شهرها و بافت‌های تاریخی

- تجارب مرمت شهری فرهنگ‌محور

هم‌زمان با شروع حضور توسعه شهری فرهنگ‌محور^۸ به عنوان انگاره‌ای قدرتمند و تأثیرگذار در ادبیات برنامه‌ریزی شهری اواخر دهه ۱۹۸۰م.، مفهوم صنایع فرهنگی و خلاق در قالب نواحی و خوشه‌های فرهنگی و خلاق به‌ویژه با رویکرد بازآفرینی شهری در ایالات متحده مطرح شد و سال ۱۹۸۷م.، از سوی سازمان‌ها و شوراهای فرهنگی بریتانیا پیشنهاد و پایه‌گذاری گردید (Montgomery, 2003).

از نمونه‌های جالب توجه کاربرد این صنایع در بافت‌های کهن و تاریخی بریتانیا، ناحیه صنایع فرهنگی شفیلد^۹ ساخته شده در اواخر دهه ۱۹۸۰م. و ناحیه فرهنگی منچستر^{۱۰}، ایجاد شده در سال ۱۹۹۳ م. است (Ibid:294).

از دیگر تجارب قابل تأمل در این زمینه، بازآفرینی نواحی تاریخی با بهره‌گیری از کاربرد صنایع فرهنگی در قالب نواحی و خوشه‌های خلاق نمونه ناحیه فرهنگی تمپل بار^{۱۱} شهر دوبلین^{۱۲} است. این ناحیه تاریخی، بر جای مانده از شهرهای قرون وسطی در سال ۱۹۹۰ م. است. پس از آنکه با معضلات کالبدی، اجتماعی و اقتصادی بی‌شمار و انبوهی از سایت‌های متروکه و فاقد کاربری روبه‌رو شد، با استفاده از راهبرد صنایع و خوشه‌های فرهنگی و خلاق در قالب فضایی - عملکردی نواحی فرهنگی و خلاق، دوره جدید و پویایی حیات خود را تا به امروز آغاز کرده است. به گونه‌ای که، یکی از مراکز عملکردی مهم با جاذبه‌های فضایی گونه‌گون در اروپا شده است. از فعالیت‌های فرهنگی و خلاق به کار گرفته شده در ناحیه فرهنگی تمپل بار، صنایع فیلم، گالری‌های هنرهای تجسمی، مراکز تولید و ارائه محصولات موسیقی و سالن‌های تئاتر است (Ibid, 2004:6).

به تازگی، در شهرهای کوچک نیز گرایش فزاینده‌ای به موضوع صنایع فرهنگی و خلاق در قالب نواحی و خوشه‌های فرهنگی و توجه به نقش این مفاهیم در بازآفرینی شهری پدید آمده است. البته برخی بر این باورند که موضوع نواحی و خوشه‌های فرهنگی، مسأله‌ای است که پیرامون مباحث توسعه شهرها قرار دارد و همه شهرها به نواحی فرهنگی نیاز ندارند. به گونه‌ای که درباره کاربست و توجه به این مقوله در ادبیات مرمت شهری و شهرسازی ایران، حتی از بیان تئوریک و نظری این موضوع غافل شده‌اند که این امر سبب شده اهمیت کاربردی و عملیاتی آن نیز، نادیده گرفته شود.

از طرف دیگر، گروهی دیگر عقیده دارند که از اثرات مثبت این مفاهیم در نواحی و بافت‌های مرکزی کهن و تاریخی

راه‌اندازی کرد، این اصطلاح توجه سیاست‌گذاران را به خود جلب کرد. رواج چنین اصطلاحی سبب شد تا قلمرو صنایع فرهنگی تا فراسوی ادبیات و علوم انسانی گسترش یابد و نظر دولت‌مردان را بیش از پیش به روح یا هسته اصلی صنایع خلاق، صنایع فرهنگی، به سمت خود کشاند. صنایع فرهنگی، هسته اصلی صنایع خلاق به‌شمار می‌رود و تولید آنها مستلزم درون‌داد خلاقیت انسانی است. به بیان دیگر خلاقیت انسانی، نقش مواد اولیه را در تولید کالاها و خدمات فرهنگی دارد (UNCTAD, 2008:11).

صنایع فرهنگی، صناعی است که به خلق، تولید و تجاری‌سازی مضامین^{۱۳} نامشهود (ناملموس) و دارای طبیعت فرهنگی اشتغال دارد. این مضامین، نوعاً از طریق کپی‌رایت پشتیبانی می‌شود که می‌تواند شکل کالاها یا خدمات را به‌خود بگیرد (همان).

بنابر تعریف یونسکو، یک جنبه مهم از صنایع فرهنگی آن است که این صنایع از جهت ترویج و حراست از تنوع فرهنگی و تضمین دسترسی دموکراتیک به فرهنگ، از اهمیت بسیاری برخوردار است. این ماهیت دوگانه، ترکیب جنبه‌های فرهنگی و اقتصادی، سبب شده تا سیمای متفاوتی را به صنایع فرهنگی ببخشد. به‌تازگی، در فرانسه نیز صنایع فرهنگی به‌عنوان گستره‌ای از فعالیت‌های اقتصادی که کارکردهای خلق ایده و مضمون را در ساحت فرهنگی با کارکردهای صنعتی‌ای همچون تولید و تجاری‌سازی انبوه کالاها، فرهنگی درمی‌آمیزد، تعریف شده‌است. این چنین تعریفی، سرآغاز فرایندی است که سبب تفسیری گسترده‌تر از صنایع فرهنگی می‌شود و این صنایع را از آنچه به‌طور سنتی بخش فرهنگی نامیده می‌شود، جدایی‌ناپذیر (همان). بنابر آنچه گفته شد، طبق تعریف‌ها و بررسی‌های آنکاتاد^{۱۴}، این صنایع به چهار گروه اصلی و نه گروه فرعی دسته‌بندی شده‌اند که به شرح زیر است (تصویر ۲).

- میراث فرهنگی

- تجلیات فرهنگی - سنتی: هنرها و صنایع دستی، اعیاد و جشن‌های قومی، ملی و آئینی.
- مکان‌های فرهنگی: مکان‌های باستانی، موزه‌ها، کتابخانه‌ها، نمایشگاه‌ها و ...
- هنرها
- هنرهای تجسمی: نقاشی، مجسمه‌سازی، عکاسی و عتیقه‌جات.
- هنرهای نمایشی: موسیقی زنده، تئاتر، اپرا، سیرک، نمایش عروسکی و ...

شهرها، ایجاد ارزش افزوده بالای املاک در این نواحی شهری و جابجائی طبقات متوسط و بالای اجتماعی و اقتصادی به این نواحی است (Urban Task Force, 1999).

چارچوب نظری تحقیق

با مطرح‌شدن راهبردهای توسعه شهری فرهنگ‌محور در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ م. و ارائه پارادایم نوین اقتصاد خلاق و شناسایی طبقه جدید و نوظهوری به‌نام طبقه خلاق، چارچوبه نوینی از گونه نگاه به مسائل و مباحث مرتبط با توسعه شهرها و کشورها در حال تدوین و استحکام‌یافتن است. در مطالعه پیش‌رو، تلاش بر آن شده تا در قالب و ساختار یک مقاله، به شکل مختصر و فشرده پاره‌ای از این مفاهیم و رویکردهای نوین بیان گردند.

نگاه راهبردی به توسعه شهرها در عصر و دوره رقابت بین شهرها و بررسی مفاهیم و رویکردهای یادشده که عملاً براساس محتوایی رقابت‌محور به آنها اندیشیده شده، امری ضروری و اجتناب‌ناپذیر است. از این‌رو، برای عملیاتی کردن این مفاهیم نوین در عرصه‌های توسعه شهری، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی به حیطة‌ای نیاز است که این مفاهیم در آن معنا یابند و رابطه‌ای علت و معلولی را در ساختار و محتوای توسعه شهرها و کشورها بنیان‌نهند.

بنابراین کوشش نگارندگان در مقاله حاضر، بر آن است تا اهمیت جنبه‌های کاربردی رویکردهای نوین را بیان و مفاهیم صنایع و خوشه‌های فرهنگی و خلاق را به‌عنوان جنبه‌های کاربردی معرفی کنند. سپس، نقش و اهمیت آنها را در ابعاد کارکردی و فضایی شهرها مورد بررسی قرار دهند. در نهایت، در بخش جمع‌بندی مباحث نظری پژوهش، شاخص‌های مؤثر راهبرد صنایع و خوشه‌های فرهنگی و خلاق در توسعه و مرمت بافت‌های تاریخی شهری، ارائه خواهند شد.

صنایع خلاق و فرهنگی^{۱۵}

صنایع خلاق، به‌دنبال ارائه‌شدن مفهوم اقتصاد خلاق به‌گونه‌ای عملی از به‌عینیت در آمدن اقتصاد خلاق مطرح شد. به بیان دیگر صنایع خلاق به‌عنوان پاسخی کارکردی و حقیقی به انگاشت و ایده اقتصاد خلاق است که روح و محتوای مفهوم این اقتصاد در قالب عملیاتی و کاربردی صنایع خلاق درک می‌شود. برداشت کشورها از مفهوم صنایع خلاق متفاوت است. این اصطلاح به‌نسبت جدید، سال ۱۹۹۴ م. در استرالیا با ارائه گزارش ملت خلاق ظهور یافت (Pratt, 2008:7-9). سال ۱۹۹۷ م. هنگامی که دولت انگلستان به کمک وزارت فرهنگ، رسانه و ورزش کارگروه صنایع خلاق را با هدف احیای هژمونی^{۱۶} (اقتدار) اقتصادی - سیاسی بریتانیای کبیر

- رسانه‌ها

- نشر و رسانه‌های چاپی: کتاب‌ها، مطبوعات و سایر نشریات.
- سمعی - بصری: فیلم، تلویزیون، رادیو و ...

- آفرینش‌های کارکردی

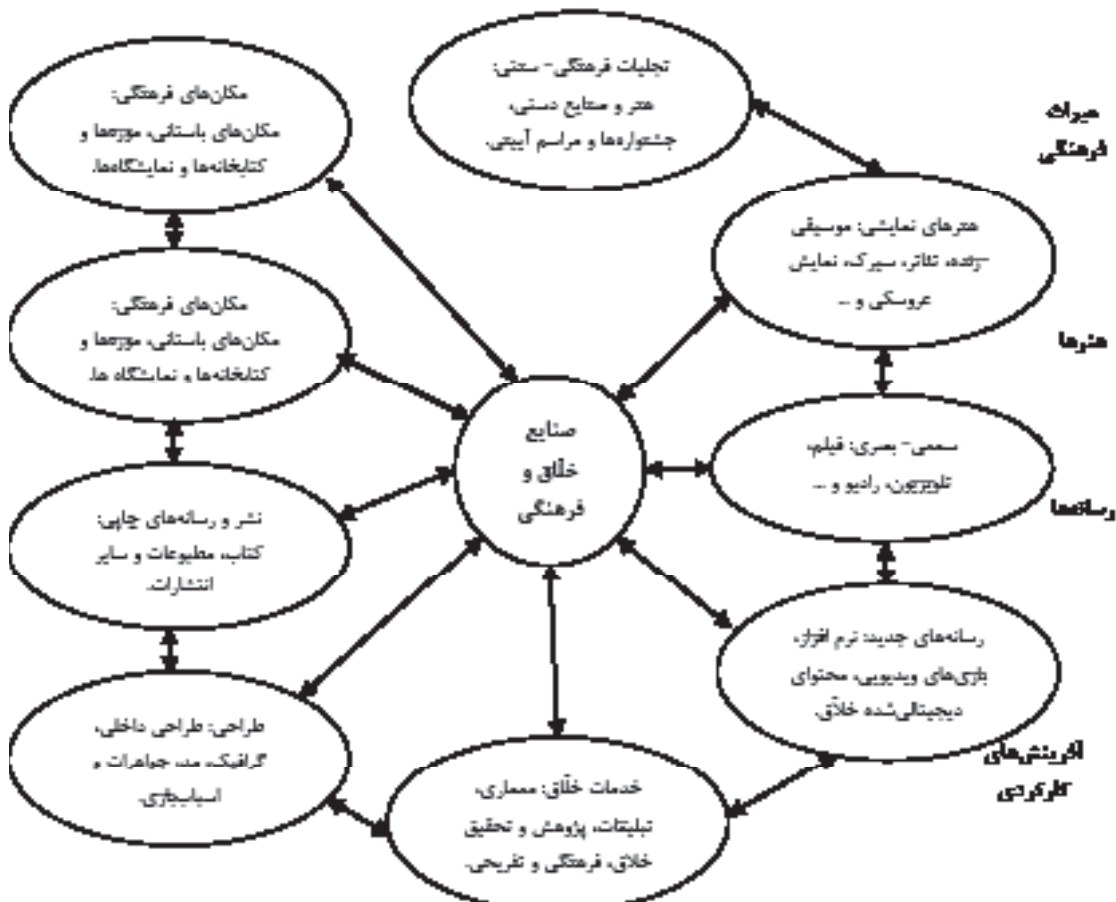
- طراحی: طراحی داخلی، گرافیک، مد لباس، جواهرآلات و اسباب بازی‌ها.
- رسانه‌های جدید: نرم‌افزار، بازی‌های ویدیویی و محتوای دیجیتال‌شده خلاق.
- خدمات خلاق: معماری، تبلیغات، پژوهش و تحقیق خلاق در زمینه‌های فرهنگی و مرتبط با فرهنگ و دیگر خدمات خلاق مرتبط اعم از دیجیتال‌ی و غیر آنها.

اصول بنیادین صنایع فرهنگی و خلاق در مفاهیم توسعه شهری و ابعاد فضایی آن

باتوجه به آنچه از ماهیت کاربردی صنایع خلاق و فرهنگی در محتوای اقتصاد خلاق بیان شد؛ اصول بنیادین صنایع فرهنگی و خلاق در مفاهیم توسعه شهری قابل شرح است. این مشخصه‌ها و اصول در توسعه شهرها نیز از ابعاد فضایی

توسعه شهرها برخوردار است که در قالب تعامل یک پارچه فعالیت و کالبد، ابعاد فضایی توسعه شهری را با تحولات شگرفی روبرو می‌سازد. این ویژگی‌های فضایی به‌قرار زیر است (Birch, 2008; Scott, 2005).

- محرک و انگیزاننده نیروهای کار با سطوح آموزش بالا و سطوح فنی و مهارتی بالا به شهرها.
 - بهره‌گیری پیشرفته از تکنولوژی‌های مدرن در ساختار و زنجیره تولید شهری از طریق استفاده از اثرات تمرکز نیروی انسانی،
 - گرایش به تمرکز در خوشه‌های شهرها،
 - ویژگی مکانی (پیوند مکان و محصولات فرهنگی)،
 - ارتباط با مراجع حاکمیتی، قانونی و استراتژی‌های توسعه منطقه‌ای برای تجدید حیات مراکز مواجه با رکود،
 - ارتباطات جهانی،
 - نظام رقابتی شهری و منطقه‌ای،
 - وابستگی به حق کپی‌رایت.
- ازین‌رو با تأمل و دقت بر عوامل و مشخصه‌های فضایی - عملکردی صنایع خلاق، می‌توان چارچوبی مقدماتی را برای تحلیل



تصویر ۲. نمودار دسته‌بندی صنایع خلاق و فرهنگی (UNCTAD, 2008:11).

پورتر آشکارا در مدل رقابتی‌اش، بنگاه را رکن مرکزی آن در نظر گرفته‌بود. همچنین، نقشی اساسی و مهمی را برای شهرها و مناطق در این مدل قائل شده‌بود (Comedia, 2003:18). بنابر اهمیت نقش شهر در فرایند رقابت گفتمان جدید توسعه در سده بیست و یکم میلادی، رقابت‌پذیری شهری پتانسیل عملکردی یک شهر را در ارتباط با دامنه وسیعی از متغیرهای اقتصادی، محیطی، اجتماعی و فرهنگی توصیف و تبیین کرده‌است. بر همین اساس، نظریه خوشه‌های صنعتی پورتر تا به امروز گام مهمی را در تبیین رویکرد رقابت‌پذیری شهری و منطقه‌ای در معادلات شهری و منطقه‌ای، برداشته‌است.

خوشه‌های فرهنگی و خلاق

- بهره‌گیری از مفهوم خوشه‌ها در توسعه صنایع فرهنگی و خلاق

از ابتدای سده بیست و یکم میلادی، به سبب عملکرد چارلز لندری^{۱۶} (۲۰۰۰) در اثر خود "شهر خلاق" و همچنین، اثر جهانی ریچارد فلوریدا^{۱۷} (۲۰۰۴) "ظهور طبقه خلاق"، تا اندازه بسیاری تبلیغات گسترده‌ای درباره اصطلاح اقتصاد فرهنگی یا خلاق به‌ویژه ایده شهر خلاق ایجاد شده‌است. تحت تأثیر این گرایش‌ها مسئولان شهری، سرمایه‌گذاری‌های بیشتری را به تسهیلات و زیرساخت‌های فرهنگی، مراکز نوآوری و مراکز فعالیتی خلاق، برای بهبود تصویر شهرشان جهت حضور در عرصه‌های رقابت در سطوح جهانی اختصاص داده‌اند. این در حالی است که شهرها، هم‌زمان با اجرای موارد بالا تلاش می‌کنند با جذاب‌تر ساختن محیط شهرهایشان برای جذب طبقه خلاق^{۱۸}، در عرصه‌های رقابت‌های بین شهری هم، پیروز باشند. به سبب تحلیل‌های انجام‌شده روی هم بستگی‌ها و تعاملات میان فرهنگ، اقتصاد خلاق و توسعه شهری و منطقه‌ای به‌ویژه حوزه تولید دانش به دلیل اقتصادی، فرهنگی و خلاق، همان گونه که آلن اسکات^{۱۹} نیز بیان می‌کند مفهوم خوشه‌سازی صنایع فرهنگی و خلاق در کانون این تعاملات و ارتباطات قرار دارد (Bille and Schulze, 2006:55). مفهوم خوشه‌های فرهنگی و خلاق به پیروی از خوشه صنعتی پورتر، نقش بااهمیت خود را در سازوکارهای توسعه شهرها و مناطق، آغاز کرده‌است.

بنابراین، خوشه‌های فرهنگی و خلاق گروهی از صنایع، بنگاه‌ها و مؤسسات خلاق یا فعالیت‌های فرهنگی‌اند که دارای تمرکز و استقرار فضایی هستند و از پتانسیل رشد قابل توجهی برخوردارند. هم‌جواری جغرافیایی، اهمیت بسیاری برای خوشه‌های فرهنگی و خلاق دارد. این خوشه‌ها، در

اثرات متقابل میان صنایع فرهنگی و شهرها ترسیم کرد. این چارچوب، نشانگر این است که سیستم‌های صنایع فرهنگی و خلاق درون شبکه‌ای از استراتژی‌های توسعه محلی و منطقه‌ای و میان مجموعه‌ای از اثرات متقابل ویژگی‌های مکانی و ارتباطات جهانی جای گرفته‌اند.

بدین منظور، در پژوهش حاضر مفاهیم و کاربردهای خوشه‌های خلاق و فرهنگی به‌عنوان نمود فضایی-عملکردی صنایع فرهنگی و خلاق بررسی خواهند شد.

ایده خوشه‌های صنعتی؛ پیشینه مفهوم خوشه و خوشه‌سازی

یک خوشه، عبارت است از تمرکز جغرافیایی شرکت‌های مرتبط، تأمین‌کنندگان تخصصی، عرضه‌کنندگان خدمات، بنگاه‌های صنایع وابسته و نهادهای وابسته همچون دانشگاه‌ها، مؤسسات استاندارد و انجمن‌های تجاری که همراه رقابت، در زمینه‌های خاص نیز همکاری می‌کنند. خوشه‌ها، یکی از ویژگی‌های برجسته هر اقتصاد ملی، منطقه‌ای، ایالتی و حتی کلان‌شهری، به‌ویژه در ملل پیشرفته‌تر است (Porter, 1998). با استناد بر مفهوم اشاره‌شده، وسیله ظرفیت اقتصادی موفق ملی در تولید ثروت در سده بیست و یکم میلادی، به‌طور فزاینده‌ای از طریق نوآوری و جذب نیروی کار و سرمایه برای پشتیبانی از اقتصاد دانش‌بنیان سنجیده می‌شود. تجارت آزاد بازارهای جهانی و تکنولوژی پیشرفته، زمینه‌ای بین‌المللی را برای رشد و توسعه اقتصادی محلی، تعریف و مشخص می‌کند (Comedia, 2003:17). از این رو، شهرها ماشین رشد نوآوری و آهن‌ربایی برای جذب مهاجران ماهر و متخصص به‌عنوان واقعیت عملی این تعریف جدید از اقتصادهای ملی و بین‌المللی سده بیست و یکم میلادی، به‌شمار می‌روند.

بنا بر این، از آنجایی که رقابت بر سر جذب نیروی کار ماهر و متخصص رویه‌ای جهانی است، توانایی ملت‌ها در رقابت‌پذیری، نوآوری و تولیدکنندگی بیشتر به موفقیت شهرهایشان وابسته است. از همین رو، ترغیب شهرها به رقابت با یکدیگر در مقیاسی جهانی، مسأله‌ای اساسی و بنیادین در ساختارهای توسعه اقتصادهای ملی و منطقه‌ای شده‌است. در همین راستا، مایکل پورتر^{۱۵} پارادایمی را با عنوان الماس عوامل تعیین‌کننده مزیت رقابتی که بر چهار اصل کلیدی تکیه دارد، بیان کرد. این اصول عبارتند از:

۱. استراتژی بنگاه، ساختار و رقابت، ۲. محیط و شرایط نهاده‌ها، ۳. محیط و شرایط تقاضا، ۴. صنایع وابسته و پشتیبان (Porter, 1998 & UNCTAD, 2008:66).

سیطره بنگاه‌های کوچک و متوسط فرهنگی و خلاق، هنرهای دستی تخصصی شده و شیوه‌های جدید رسانه‌ای قرار دارند (Evans et.al, 2005: 26).

از شاخص‌های کلیدی و مهم در تعریف خوشه‌های فرهنگی و خلاق، اصل تمرکز جغرافیایی خوشه‌ها، اشتغال و حرفه‌ها، فعالیت‌های فرهنگی و زیرساخت‌ها است. باین‌همه، بنابر تلاش‌های گسترده‌ای که درباره شناسایی و تعریف خوشه‌های خلاق در سطوح ملی، منطقه‌ای و شهری صورت گرفته‌است هنوز، شکاف‌هایی میان رویکرد خوشه‌های فرهنگی و خلاق با نظریه خوشه‌ای پورتر وجود دارد. آن چنان که، تعریفی یک‌پارچه و جامع با توجه به اصولی که پورتر بدان‌ها اشاره کرده^۲ و بعدها دیگران آنها را بسط و گسترش داده‌اند، وجود ندارد. برای نمونه، ارتباط و تعامل خوشه‌های فرهنگی و خلاق با سایر بخش‌های اقتصادی و روابط متقابل بنگاه‌های درون یک خوشه و ارتباط با نهادهای تحقیق و توسعه که از نکات کلیدی ایده پورتر است، یکی از این ابهامات و شکاف‌ها است (Pratt, 2004). در همین راستا ریچارد فلوریدا در تعریفی جامع، خوشه‌های خلاق را عنصری حیاتی در اقتصاد خلاق معرفی می‌کند که به‌قرار زیر است (Jeanotte, 2008: 14).

خوشه‌های خلاق؛ ماشین رشد خلاقیت، نوآوری و صنایع جدید هستند. در واقع آنها، تمرکز واقعی مردم در مکان‌های واقعی است.
 خوشه‌های خلاق؛ مکان‌هایی انباشته از شبکه‌های آزاد و باز هستند که ترکیب جدیدی از منابع و ایده‌ها را به‌وجود می‌آورند.
 خوشه‌های خلاق؛ سرمایه‌های خلاق را جذب می‌کنند، مردمی که توان و محرک رشد اقتصادی‌اند. آنان خواهان جوامعی هستند که به آنها فرصت ابراز هویت را به‌عنوان مردمی خلاق بدهد.

به‌رحال دامنه تعاریف، مطالعات و ایده‌پردازی‌ها روی خوشه‌های فرهنگی و خلاق، چرخش‌ها و تغییر جهت‌های فراوانی داشته‌است. پروژه‌های نخبه‌گرایانه و باززنده‌سازی نواحی متروک صنعتی از سده‌های نوزدهم و بیستم میلادی تا اکنون که تحقیقات و مطالعات جاری و بسته‌های سیاست‌گذاری، بر زنجیره تولید خلاق مانند بریتانیا و زنجیره فرهنگی همچون کانادا تمرکز دارند و نیز، سیاست‌های ملی و بین‌المللی که گرایش به ایجاد خوشه خلاق کنار دیگر خوشه‌ها دارند (ارتباطات میان‌بخشی اقتصادی)، از این موارد است. در مقیاس شهری، خوشه‌های خلاق با صنایع خاصی همچون: فیلم، تلویزیون، جواهرات، مد و رسانه‌ها در شهرهایی مانند: لندن، پاریس، نیویورک و دبلین یا مجموعه‌های فرهنگی‌ای نظیر: نواحی

صنعت فرهنگی، شفیلد، آمستردام، هلسینکی، گلاسکو یا ترکیب هر دو موضوع همچون مراکز فعالیت خلاق - لندن، همراه و مرتبط شده‌اند (Evans et.al, 2005: 26).

بنابر آنچه درباره مفاهیم خوشه‌های فرهنگی اشاره گردید، مزیت‌های خوشه فرهنگی و خلاق در توسعه شهری بدین شرح است:

- کشاندن کسب و کارهای خلاق و رقابتی به شهرها،
- جذب نیروهای کار خلاق (کارگران دانش)، محلی و بیرونی،
- ایجاد ارزش افزوده بالا برای شهر و منطقه،
- انباشت سرمایه اقتصادی و اجتماعی در شهرها،
- قوام‌یافتن شهر در مفهوم پایداری (حمل و نقل پایدار و ...)،
- ارائه تصویری مثبت از شهر و منطقه،
- عامل اصلی رقابت پذیری شهری و منطقه‌ای،
- ارتقای کیفیت زندگی.

به‌سوی یک گونه‌شناسی از خوشه‌های فرهنگی

درباره محتوای توسعه‌ای یک خوشه فرهنگی دو مورد اساسی قابل مشاهده است: ۱. در زمینه سیاست فرهنگی؛ اوج‌گیری راهکار توسعه فرهنگی مشترک بر پایه مکان وجود دارد که خواست‌های فرهنگی را به اهداف اقتصادی، فضائی و سیاسی - اجتماعی مرتبط می‌سازد. ۲. در خوشه‌های فرهنگی؛ گوناگونی وسیعی از ترکیب‌های فرهنگی، فضائی و سازمانی دیده می‌شود که با بسیاری از مسیرهای توسعه‌ای و پیش‌زمینه‌های مختلف، همراه است.

برای تحلیل این شرایط پیچیده و متنوع در یک خوشه، لازم است هفت‌گونه از صورت‌های مختلف عملکردی، محتوایی، ارتباطی و استقراری در یک خوشه فرهنگی دسته‌بندی شوند. این دسته‌بندی شامل تفاوت‌ها، تمایزات و نوع نگرش خوشه‌های فرهنگی به مقوله‌هایی همچون: نوع ارتباطات درون خوشه‌ای، چارچوب سازمانی خوشه‌ها، موقعیت سازمانی خوشه‌ها و نظام‌های مالی تأثیرگذار، سطح سازگاری خوشه‌ها، مسیرهای توسعه‌ای خوشه‌ها (نظام‌های برنامه‌ریزی خوشه‌ها) و جایگاه خوشه‌ها در زمینه‌های شهری و فضائی - فرهنگی است.

بنابر مباحث مطرح‌شده، شاخص‌های تأثیرگذار راهبرد عام خوشه‌های فرهنگی در توسعه، بازآفرینی و به‌ویژه مرمت بافت‌های تاریخی موارد زیر را دربرمی‌گیرد.

- ارتباطات عمودی و افقی یک خوشه در مکان‌های شهری باعث ایجاد زنجیره ارزش در شهر و بافت‌های شهری می‌شود.

موارد استخراج شده که در زیر آورده شده، مزیت‌ها و ویژگی‌های خوشه‌های فرهنگی در مرمت بافت‌های تاریخی هستند که نتیجه مطالعات نظری و بررسی نمونه‌های معتبر جهانی در ارتباط با بازآفرینی شهری بافت‌های تاریخی جهان است.

مزیت‌ها و ویژگی‌های استقرار خوشه‌ها و صنایع فرهنگی در بافت‌های تاریخی^{۳۱}

- احتمال امکان شکل‌گیری زنجیره تولید و درنهایت، زنجیره ارزش در استقرار خوشه‌ای افزایش می‌یابد. در واقع زنجیره تولید، مجموعه‌ای از توالی چند حلقه تولید است که هر حلقه، تولید ماده اولیه حلقه دیگر است تا آنجا که به نهایی‌ترین محصول دست می‌یابد. در همین خصوص حلقه تولید یک اقدام، ممکن و مرتبط است که در تولید یک کالا نقش داشته باشد. این حلقه‌های تولید، سراسر بافت تاریخی را به‌عنوان شبکه‌ای هم‌پیوند از فضا و فعالیت دربرمی‌گیرد و اثر توسعه‌ای خود را به‌گونه انباشتی از سرمایه‌های دارایی محور، خلاق، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی نمایان می‌سازد.

- بعد کوچک شهری خوشه‌های فرهنگی؛ بنگاه‌های کوچک ترغیب‌کننده مشارکت کارآفرینان کوچک و متوسط فرهنگی است.

- افزایش امنیت به‌واسطه حضور بیشتر مردم و تداوم زندگی بیست و چهار ساعته در بافت.

- بالابردن ارزش و اعتبار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در بافت‌های تاریخی.

- تعالی ارزش و شأن اجتماعی و امنیتی بافت‌های تاریخی از طریق فراهم کردن امکان سکونت شاغلین صنایع فرهنگی و کاهش فاصله کار و سکونت.

- کاهش هزینه‌ها و مشکلات حفاظت و احیای بافت‌های تاریخی از طریق امکان تأمین بخشی از هزینه‌های بهسازی توسط خوشه‌ها در مقایسه با استقرارهای غیر خوشه‌ای.

- امکان سرشکن کردن هزینه‌های عمومی مرمت و احیای بافت‌های تاریخی بین واحدهای خوشه‌ای.

- فراهم آوردن شناسایی هرچه بیشتر ارزش‌ها، منابع و ظرفیت‌های ناشناخته و از یادرفته بافت.

- کوشش برای به حداقل رساندن هزینه‌های مرمت بافت. تقویت بازار کار محلی در بافت.

- تنوع فعالیتی یک خوشه فرهنگی به‌سبب روابط درون و برون خوشه‌ای.

- توسعه مشارکت گروه‌های صاحب مدخل در امر توسعه بافت‌های شهری و تاریخی.

- ورود فعال بخش سرمایه‌گذاری‌های خصوصی، ایجاد انگیزه در سرمایه‌گذاری بافت‌های تاریخی به‌سبب مزیت‌های این بافت‌ها برای توسعه خوشه‌ها.

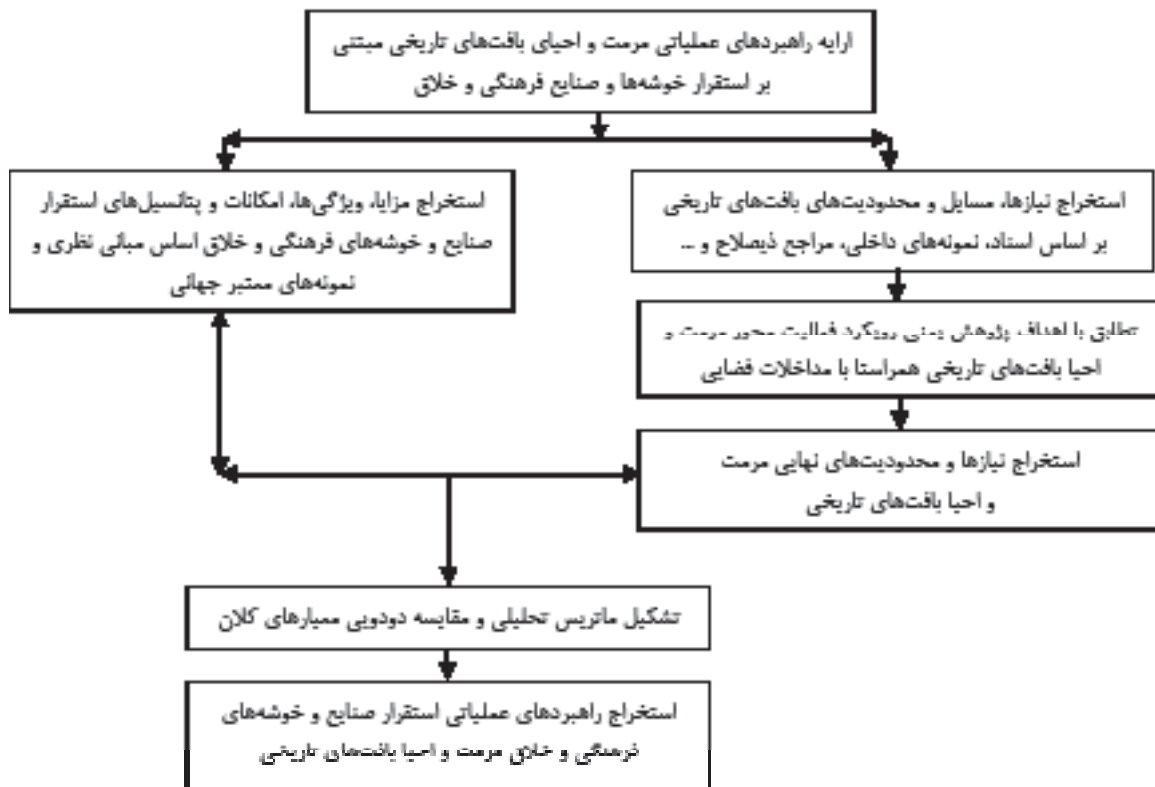
- ارتباط و تعامل میان مکان استقرار یک خوشه با سایر زمینه‌های شهری که شبکه‌ای از تعاملات عملکردی و فضایی را ایجاد می‌کنند.

- نظام‌های برنامه‌ریزی ویژه خوشه‌های تولیدمحور در بافت‌های تاریخی براساس الگوی برنامه‌ای از پائین به بالا شکل می‌گیرد. چراکه توسعه خوشه‌های فرهنگی وابستگی شدیدی به بنگاه‌های کوچک و متوسط فرهنگی دارد. پس، برنامه‌ریزی برای مرمت بافت‌های تاریخی متأثر از استقرار خوشه‌های فرهنگی، براساس خواست‌ها و نیازهای صاحبان کسب و کارهای کوچک فرهنگی و خلاق است.

- تأثیر استقرار یک خوشه فرهنگی بر نحوه شکل‌گیری سازمان فضایی یک شهر یا بافت شهری.

مدل تحلیلی و ارائه یافته‌های پژوهش

باتوجه به اینکه در بخش‌های پیشین مباحث نظری راهبرد نوین صنایع و خوشه‌های فرهنگی و خلاق، اصول توسعه‌ای، اهداف و معیارهای این راهبرد در انطباق و محتوای توسعه شهری به‌ویژه بازآفرینی، بررسی و مزایای آن نیز، ارائه شد اکنون در این قسمت از مقاله، مدل تحلیلی پژوهش مبتنی بر استخراج راهبردهای احیا و مرمت بافت‌های تاریخی براساس استقرار صنایع و خوشه‌های فرهنگی و خلاق ارائه خواهد شد. تشریح مدل تحلیلی این پژوهش همان‌طور که در تصویر ۳ نیز دیده می‌شود، این‌گونه است که نخست با استناد بر مفاهیم نظری مطرح‌شده و نمونه‌های معتبر جهانی مزایا، ویژگی‌ها، پتانسیل‌ها و امکانات به‌کارگیری راهبرد استقرار صنایع و خوشه‌های فرهنگی در بافت‌های تاریخی مطرح می‌شود. در ادامه، با بهره‌گیری از مبانی، نمونه‌ها، اسناد و مدارک مرتبط با بافت‌های تاریخی، به‌صورت عام مسائل، محدودیت‌ها و نیازهای بافت‌های تاریخی شهرهای ایران بررسی خواهند شد. سپس، مدل تحلیلی پژوهش با ترسیم ماتریسی متشکل از دو ستون مزایا و امکانات راهبرد استقرار خوشه‌ای و دو سطر نیازها، محدودیت‌ها و مشکلات بافت‌های تاریخی راهبردهای عملیاتی مرمت و احیای بافت‌های تاریخی با تکیه بر راهبرد عام استقرار صنایع و خوشه‌های فرهنگی و خلاق، ارائه خواهد شد.



تصویر ۳. دیاگرام مدل تحلیل پژوهش (نگارندگان).

پتانسیل‌ها و امکانات استقرار خوشه‌ها و صنایع فرهنگی در بافت‌های تاریخی

- یکی از ویژگی‌ها و خصوصیات خوشه‌ها و صنایع فرهنگی و خلاق که بهره‌گیری از آنها، راهبردی نوین در مرمت و احیای بافت‌های تاریخی به‌شمار می‌رود؛ سنخیت، هماهنگی و سازگاری و تطابق آنها با اصول، اهداف، معیارها و ابعاد مرمت و احیای بافت‌های تاریخی است.
- از دیگر ویژگی‌ها و خصوصیات این صنایع که تجویز آنها برای استقرار در بافت‌ها و بناهای تاریخی ناگزیر است؛ ضرورت کمترین مداخله در کالبد و ساختار فضایی بافت‌ها و بناهای تاریخی برای پذیرش شرایط استقرار صنایع فرهنگی و خلاق در قیاس با سایر صنایع و فعالیت‌های اقتصادی است.
- اعطای کاربری و عملکرد به بافت‌های تاریخی.
- به‌کارگیری رویکردی پهنه‌ای برای مرمت بافت در برابر رویکردهای نقطه‌ای - راهبردی جهت خنثی کردن اثرات موضعی. در واقع، مفهوم خوشه‌های صنعتی اثرات توسعه‌ای احیا و مرمت را از شکل خطی به‌گونه پهنه‌ای و بافتی درمی‌آورد.
- مهم‌ترین زمینه مداخله خوشه‌های صنایع فرهنگی و خلاق، زمینه مداخله غیرکالبدی و تأکید بر جنبه‌ها و سوی‌های فعالیت و عملکرد فضا و بافت در مقایسه با جنبه‌ها و سوی‌های کالبد و بافت است.
- براساس اینکه زمینه غیرکالبدی، مهم‌ترین زمینه مداخله راهبرد خوشه‌های صنایع فرهنگی و خلاق است، این راهبرد با مهم‌ترین اصول مرمت و احیا، اصل حداقل مداخله، بازگشت‌پذیری، مقدم‌بودن تعمیر بر جایگزینی و آسیب‌نرساندن به منزلت و ویژگی‌های اثر، سازگاری و انطباق بسیار بالایی دارد. این ویژگی و مشخصه، از دیگر دلایل و علت‌هایی است که کاربست راهبرد خوشه‌ها و صنایع فرهنگی و خلاق را در مرمت بافت‌های تاریخی بیش از پیش سفارش می‌کند.
- یکی از ویژگی‌های مهم و اساسی بهره‌گیری از خوشه‌های صنایع فرهنگی و خلاق در مرمت و احیای بافت‌های تاریخی، جایگاه برتر و والای این راهبرد در تمام رده‌های

نیازهای بافت‌های تاریخی^{۲۲}

- پائین‌بودن کیفیت امنیت در فضاهای شهری بافت‌های تاریخی،
- پائین‌بودن کیفیت ارزش زمین در بافت‌های تاریخی،
- هزینه‌های بالای مرمت بافت‌های تاریخی،
- نبود بازار کار محلی قوی مطابق با ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی بافت‌های تاریخی،
- بی‌توجهی به اعطای کاربری و بهره‌وری فعالیتی از بافت‌های تاریخی،
- رفتارهای مجرمانه و نرخ بالای بزهکاری در بافت‌های تاریخی،
- نبود مشارکت‌های مردمی و داوطلبانه در مرمت و احیای بافت‌های تاریخی،
- فقدان تنوع جمعیتی و فعالیتی در بافت‌های تاریخی.

مسائل و محدودیت‌های بافت‌های تاریخی^{۲۳}

- استقرار طبقات اجتماعی کم درآمد و پائین اجتماعی و اقتصادی در بافت‌های تاریخی.
- وجود تصویری منفی از شرایط زندگی در ذهن ساکنان بافت‌های تاریخی.
- تطابق و سنخیت‌نداشتن برنامه‌های مرمت با اهداف، معیارها و ابعاد مرمت بافت‌های تاریخی.
- توجه صرف به بیشترین مداخلات کالبدی در اغلب برنامه‌های مرمت بافت‌های تاریخی.
- بی‌توجهی به مقولات غیر کالبدی مرمت و احیای بافت‌های تاریخی در تصمیم‌سازی‌ها و تصمیم‌گیری‌های مرمت و احیای بافت‌های تاریخی.

ماتریس تحلیلی راهبردهای عملیاتی بر آورده ساختن نیازها، محدودیت‌ها و مسائل بافت‌های تاریخی

روش تحلیلی استفاده‌شده برای این ماتریس بدین‌گونه است که هر کدام از نیازهای بافت‌های تاریخی به‌صورت تناظری یک‌به‌یک، با مزیت‌ها و امکانات خوشه‌های فرهنگی و خلاق برخورد داده‌می‌شود. نتیجه این برخورد، ارائه راهبردی عملیاتی برای مرمت و احیای بافت تاریخی است. همین فرایند، درباره تناظر مسائل بافت با مزیت‌ها و امکانات خوشه‌ها انجام‌می‌شود. برای نمایش آشکاری از چگونگی انجام چنین تحلیلی، تناظرهای یک‌به‌یک، به‌شکل علائم اختصاری در جدول ۱ نشان داده شده‌است.

بستر مداخله است. اهمیت این موضوع از آنجاست که روش‌ها و شیوه‌های مداخله در گستره بافت، بسیار پیچیده‌تر و مهم‌تر از مداخله تک‌بنا است.

راهبرد خوشه‌های صنایع فرهنگی و خلاق در ردّ وفاداری، مشروط به گذشته است. در این وفاداری، ضمن تأکید بر حفظ پیشینه، اقدامات انعطاف‌پذیری بیشتری هم، دیده‌می‌شود. آن‌گونه‌که در بردارنده طیف‌های؛ ۱. ایجاد تغییر نسبی براساس ارزش‌های کهن، ۲. ایجاد دگرگونی‌های بنیادی با به‌کارگیری فنون نوین در چارچوب ساختار پیشین است.

استقرار فعالیت‌های فرهنگی در بافت‌های تاریخی در قالب خوشه‌ای، تأمین هزینه‌های بعضاً سنگین بهسازی و مرمت شهری واحدهای فعالیتی فرهنگی موجود در بافت را بهتر توجیه و تسریع‌می‌کند. چراکه تأمین این هزینه‌ها به‌تنهایی از عهده تک‌تک فعالیت‌های فرهنگی و خلاق بیرون‌بوده درحالی‌که، با استقرار خوشه‌ای آنها نه‌تنها امکان تأمین بخشی از این هزینه‌ها از طریق خوشه‌ها امکان‌پذیر است بلکه، مدیریت شهری هم برای انجام آن، رغبت بیشتری دارد.

نیازها، محدودیت‌ها و مسائل بافت‌های تاریخی

برای دستیابی به نیازها، محدودیت‌ها و مسائل درگیر با بافت‌های تاریخی ایران، ابتدا با مطالعه گسترده‌ای از منابع و نمونه‌های برنامه‌ریزی مرمت و احیای بافت‌های تاریخی ایران، فهرستی جامع از مسائل و چالش‌های یادشده فراهم‌شد. منابع و اسناد مطالعه‌شده عبارتند از:

- سند مرمت بافت تاریخی یزد،
- مطالعات موردی انجام‌شده از سوی سازمان نوسازی و بهسازی شهرداری اصفهان،
- بهسازی بافت قدیم کرمانشاه،
- مداخله در بافت مرکزی مشهد،
- مرمت بافت فرهنگی - تاریخی شیراز.

پس از گردآوری این فهرست، آزمون آن با اهداف خاص تدوین‌شده این پژوهش، رویکرد فعالیت‌محور مرمت بافت‌های تاریخی هم‌راستا با رویکردهای فضایی، مطابقت داده‌شد. در نهایت، نتیجه چنین به‌دست آمد که چالش‌های بافت‌های تاریخی از هشت مورد، به‌صورت نیازهای بافت‌های تاریخی به پنج مورد باعنوان مسائل و محدودیت‌های بافت‌های تاریخی، کاهش یافته‌است.

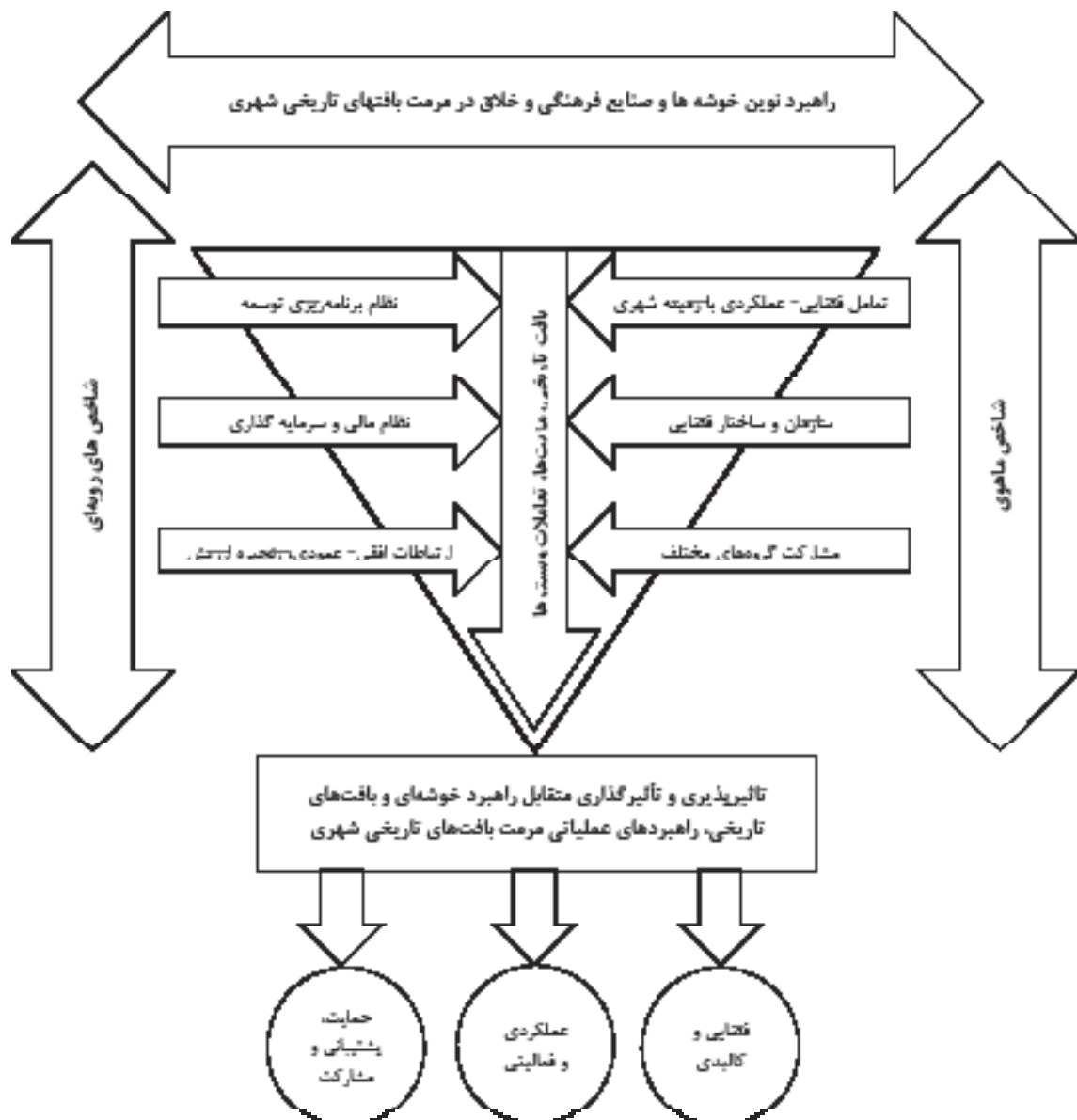
جدول ۱. ماتریس تحلیلی و راهبردهای عملیاتی

خوشه های فرهنگی بافت های تاریخی شهری	مزیت‌ها و ویژگی‌ها ^{۲۵}	امکانات و پتانسیل‌ها ^{۲۴}
نیازها ^{۲۴}	<p>N1B3 ۱. افزایش و ارتقای پتانسیل اقتصاد رخدادی و اقتصاد ۲۴ ساعته در بافت‌های تاریخی و کهن شهری.</p> <p>۱-۱. ایجاد خیابان‌های شلوغ و امن‌تر از طریق تحرک و سرزندگی فعالیت‌های فرهنگی.</p> <p>N2B1,4,5 ۲- افزایش ارزش بهای املاک و مستغلات اعم از مسکونی و تجاری در بافت‌های تاریخی و کهن شهری.</p> <p>۱-۲. اعتباربخشیدن و مطرح کردن مفهوم راهبردی دارایی‌های فکری و معنوی صنایع فرهنگی و خلاق (از لحاظ محتوا) در اجتماعات کسب و کار شهری و منطقه‌ای.</p> <p>۱-۳. گستره تأمین (تدارکات) و کیفیت سازگاری برای جذب مهارت‌های سطح بالا، ارزش افزوده بالا و فعالیت‌های دانش‌محور.</p> <p>N3B6,7,9 ۲. فراهم آوردن عناصر مجموعه‌های مهم شهری، موقعیت‌ها و مکان‌های عمومی برای ایجاد شبکه‌های خلاقیت از طریق خوشه‌های فرهنگی و خلاق و نواحی فرهنگی و خلاق.</p> <p>۲-۱. ارتقای تراکم بالای (کار و زندگی)، کاهش اثرات محیطی نظیر ترافیک، آلودگی و مسائل مرتبط با سلامتی.</p> <p>N4B10 ۳. ایجاد شغل (به صورت مستقیم، غیرمستقیم و عامل محرک)، ایجاد بنگاه‌های اقتصادی از طریق ایجاد و راه‌اندازی بنگاه‌های جدید، گردش سرمایه و شغل و ارزش افزوده بالا را موجب می‌گردد.</p> <p>۳-۱. ارتقا و افزایش میزان نیروهای کار متنوع (تنوع مهارتی، اجتماعی و قومی، نژادی و محلی نیروهای کار) در بافت‌های تاریخی و کهن شهری.</p> <p>۳-۲. آفرینش مفهوم نوین خوشه‌های فرهنگی و خلاق که به ارتقا و پیشرفت زنجیره تولید و مرتبط کردن اقتصاد محلی و تولیدات محلی با ارزش‌های تاریخی صنایع و فعالیت‌های فرهنگی و خلاق در بافت‌های تاریخی و کهن شهری می‌انجامد.</p> <p>N5B1 ۴. ترغیب به بازسازی از طریق استفاده دوباره از نواحی تاریخی، میراثی و صنعتی در محتوای فعالیت‌های فرهنگی و خلاق.</p> <p>N6B3,4,5 ۴-۱. افزایش کاربری عمومی از فضا، کاهش وندالیسم و احساس ناامنی فضایی.</p> <p>۴-۲. ایجاد خیابان‌های شلوغ و امن‌تر از طریق تحرک و سرزندگی فعالیت‌های فرهنگی.</p> <p>N7B2 ۵. ترغیب مشارکت‌های خصوصی - عمومی و داوطلبانه (ایجاد اقتصاد مختلط) در بافت‌های تاریخی و کهن شهری.</p> <p>۵-۱. ارتقای میزان سرمایه‌گذاری (نفوذ قدرت‌بخش عمومی - خصوصی).</p> <p>۵-۲. افزایش میزان مشارکت داوطلبانه و ظرفیت نهادی و سازمانی در سطح محلی.</p> <p>۵-۳. تقویت مشارکت‌های بخش عمومی و خصوصی و داوطلبانه.</p> <p>N8B11 ۶. ارتقا و تسهیل عرضه خرده‌فروشی فرهنگی در توسعه‌های مختلط کاربری‌ها و ایجاد تنوع کارکردی.</p> <p>۶-۱. افزایش تنوع جمعیتی (گونه‌های متنوع جمعیتی) از طریق افزایش تقاضای مصرف فرهنگی) در مراکز تاریخی و کهن شهری.</p> <p>۶-۲. افزایش تنوع جمعیتی، تجارب و پیاده‌مداری در مراکز تاریخی و کهن شهری.</p> <p>۶-۳. بهبود شرایط محیطی از طریق ترویج هنر همگانی در فضاهای عمومی بافت‌ها و مراکز تاریخی و کهن شهری.</p> <p>۶-۴. راه‌اندازی شبکه‌های غیررسمی برای تعاملات، دیدن و دیده‌شدن و .. نظیر کافه کالچه‌ها.</p>	<p>N1FP5 ۱. تغییر در رفتارهای مجرمانه و ضداجتماعی از طریق فعالیت‌های فرهنگی (مشارکت جوانان و نوجوانان در هنرهای همگانی).</p> <p>N2FP4 ۱-۱. گستره تأمین (تدارکات) و کیفیت سازگاری برای جذب مهارت‌های سطح بالا، ارزش افزوده سطح بالا و فعالیت‌های دانش‌محور. به عبارت دیگر تعامل طبقه خلاق با مهارت‌های خلاق همراه با ایجاد ارزش افزوده اقتصادی مهارت‌محور.</p> <p>۱-۲. بازتولید ثروت از طریق میراث تاریخی تولیدی و فعالیتی بافت‌های تاریخی و کهن شهری.</p> <p>N3FP9 ۲. ایجاد و تقویت نواحی مرکزی بافت‌های تاریخی و کهن شهری براساس فعالیت‌های فرهنگی برای جذب بیشتر فعالیت و سکونت.</p> <p>N5FP3,7 ۲-۱. استفاده دوباره از ساختمان‌های متروک یا صنعتی پیشین برای استفاده استودیوهای هنری، گالری‌های فرهنگی و هنری و مکان‌های گردشگری.</p> <p>N7FP8 ۲-۲. ایجاد مشارکت بخش خصوصی و داوطلبانه از طریق بازآفرینی فضاها و فعالیت‌های منطبق با نیازهای روز.</p>

خوشه های فرهنگی	مزیت‌ها و ویژگی‌ها ^{۲۵}	امکانات و پتانسیل‌ها ^{۲۴}
بافت های تاریخی شهری	<p>P1B3,4 ۱. ایجاد یک برند متمایز و فرصت‌های رقابتی سودمند بازاری برای بافت‌های تاریخی و کهن شهری.</p> <p>۱-۱. توسعه سرمایه انسانی و اجتماعی، مهارت‌ها، اطمینان و اعتماد اجتماعی و توسعه شبکه‌های اجتماعی فرهنگی.</p> <p>P2B8 ۲. ارتقای سطح مصرف ساکنان و گردشگران از طریق فعالیت‌های فرهنگی (توریسم فرهنگی و هنری).</p> <p>۲-۱. کمک به توسعه شیوه‌های نوین بازاریابی و برندسازی برای کسب و کارهای موجود و سنتی.</p> <p>۲-۲. ایجاد یک ادراک متمایز از هویت محلی و منطقه‌ای و برند محصولات (ادراک هویتی شهر - منطقه‌ای).</p> <p>۲-۳. ایجاد تغییر مثبت در احساس ساکنان از محیط خود.</p> <p>۲-۴. ایجاد تحول در تصویر یا اعتبار مکان یا گروهی از مردم.</p> <p>P3,4,5B1,11 ۳. ایجاد زنجیره ارزش در بافت تاریخی باعث تنوع فعالیت‌ها، اجتماعی و اقتصادی در حوزه‌های جمعیتی، فضایی و کارکردی می‌شود که خود موجب ارزش افزوده و جابه‌جایی لایه‌های جمعیتی می‌شود.</p>	<p>P3,4,5FP1,5,8 ۱. کمک به توسعه شیوه‌های نوین بازاریابی و برندسازی برای کسب و کارهای موجود و سنتی.</p> <p>۱-۱. مشارکت و هم‌افزایی با کسب و کارهای موجود و سنتی برای بالابردن سطح عرضه، برندسازی و ایجاد فرصت برای مصرف و تنوع تجارب در بافت‌های تاریخی و کهن شهری.</p> <p>۱-۲. تأثیرگذاری بر تصمیمات سرمایه‌گذاری‌های داخلی.</p> <p>۱-۳. افزایش و ارتقای امکانات (روبناهای) فرهنگی و فضاهای کاری در توسعه‌هایی با کاربری مختلط.</p> <p>۱-۴. هویت میراثی، تمایزات محلی.</p>
مسائل و محدودیت‌ها ^{۲۷}		

نتیجه‌گیری

آنچه پس از بررسی‌های لازم به‌عنوان یافته‌های پژوهش حاضر به‌دست‌آمد این بود که راهبرد نوین خوشه‌ها و صنایع فرهنگی و خلاق همچون راهبردی مؤثر در مرمت بافت‌های تاریخی-شهری، در بستر و زمینه‌ای تعاملی با این بافت‌ها، از منظر بسترهای فرایندی و رویه‌ای مرمت بافت‌های تاریخی و نیز نظرگاه شاخص‌های کیفی و ماهوی مرمت بافت‌های تاریخی در قالب سه حوزه؛ فضایی و کالبدی، عملکردی و فعالیتی و حمایت و پشتیبانی به ارائه راهکارها و راهبردهای عملیاتی مرمت بافت‌های تاریخی شهرها می‌پردازد. از دیگر سو، شاخص‌های تأثیرگذار نظام برنامه‌ریزی توسعه، نظام مالی و سرمایه‌گذاری و ارتباطات افقی-عمودی و زنجیره ارزش، در بستری هماهنگ و یک‌پارچه با شاخص‌های تعامل فضایی و عملکردی، سازمان فضایی و مشارکتی در زمینه شهری بافت‌های تاریخی به‌عنوان شاخص‌های رویه‌ای و ماهوی راهبرد خوشه‌ها و صنایع فرهنگی و خلاق به مبادله ارزش با بستر بافت‌های تاریخی می‌پردازند. بدین معنا که هم خوشه فرهنگی با استفاده از مزیت‌های بافت‌های تاریخی تقویت و غنی می‌گردد و هم اینکه بافت تاریخی با بهره‌گیری از ویژگی‌ها و مزیت‌های راهبرد خوشه‌ای، بنیان‌های عملکردی و فضایی خود را بازآفرینی و تقویت می‌کند. در این باره تصویر ۴ بیانگر شاخص‌ها و روابط تشریح‌شده در زمینه راهبرد نوین خوشه‌ها و صنایع فرهنگی و خلاق در مرمت بافت‌های تاریخی-شهری است.



تصویر ۴. زمینه تعاملی و راهبردهای عملیاتی بافت و خوشه (نگارندگان).

پی‌نوشت

- 1- Fordism
- 2- Post-Fordism
- 3- Regeneration
- 4- Urban Renaissance
- 5- Paradigm Changes
- 6- Culture-Based Urban Development
- 7- Sheffield
- 8- Manchester
- 9- Temple Bar
- 10- Dublin



- 11- Creative Industries
- 12- Hegemony
- 13- Contents
- 14- UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development)
- 15- Michael Porter
- 16- Charles Landry
- 17- Richard Florida
- 18- Creative Class
- 19- Allen.j. Scott

۲۰- مایکل پورتر سال ۱۹۹۰م. در نظریه خوشه‌های صنعتی خود، ارتباطات درون خوشه‌ای، تعاملات میان بنگاه‌ها درون یک خوشه و بنگاه‌های مرتبط و همچنین ارتباط با واحدهای R and D یعنی تحقیق و توسعه را از اصول اساسی در موفقیت یک خوشه برشمرد.

- 21- Benefits, B
- 22- Needs, N
- 23- Problems, P
- 24- Facilities and potentials
- 25- Benefits
- 26- Needs

منابع و مأخذ

- استونسون، دبور. (۱۳۸۸). **شهرها و فرهنگ‌های شهری**، ترجمه رجب پناهی و احمد پوراحمد، تهران: مرکز مطالعاتی و تحقیقاتی شهرسازی و معماری.
- جبارنیا و همکاران (۱۳۷۱). **طرح تفصیلی بافت قدیم شهر یزد**، تهران: وزارت مسکن و شهرسازی.
- حاجی‌پور، خلیل (۱۳۸۵). مقدمه‌ای بر سیر تحول و تکوین رویکردهای مرمت شهری (دوره بعد از جنگ جهانی اول تا آغاز هزاره سوم)، اندیشه ایرانشهر، سال دوم، ش (۹ و ۱۰)، ۲۴-۱۴.
- حبیبی، سیدمحسن و مقصودی، ملیحه. (۱۳۸۶). **مرمت شهری**، تهران: دانشگاه تهران.
- حناچی، پیروز؛ خادم‌زاده، محمدحسین؛ شایان، حمیدرضا؛ کامل‌نیا، حامد و مهدی‌نژاد، جواد. (۱۳۸۶). **بررسی تطبیقی تجارب مرمت شهری در ایران و جهان**، تهران: سبحان نور.
- سازمان نوسازی و بهسازی شهر اصفهان (دفتر احیای بافت). (۱۳۹۰). **گزارش فعالیت‌های سازمان نوسازی و بهسازی شهر اصفهان در بافت فرسوده**، اصفهان: پروژه‌های مرمت بافت تاریخی اصفهان.
- کامروا، سیدمحمدعلی (۱۳۸۹). پدیده‌شناسی در موضوع بافت‌های فرسوده، خلاصه مقالات دومین همایش ملی بهسازی و بازآفرینی بافت‌های تاریخی، فرسوده شهری و سکونت‌گاه‌های غیررسمی، شیراز.
- کلانتری خلیل‌آباد، حسین و پوراحمد، احمد. (۱۳۸۵). **فنون و تجارب برنامه‌ریزی مرمت بافت تاریخی شهرها**، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی، فرهنگ و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- کلهرنیا، بیژن. (۱۳۸۰). **تجربه‌های نوسازی بافت قدیمی در کرمانشاه**، هفت شهر: فصلنامه عمران و بهسازی شهری، سال دوم، ش (۳)، ۸۹-۸۰.
- مداخله در بافت مرکزی مشهد (۱۳۷۸). **مشهد: مهندسان مشاور آستان قدس رضوی**.
- مرمت بافت فرهنگی - تاریخی شیراز (۱۳۷۶). **شیراز: سازمان عمران و بهسازی شهرداری شیراز**.
- مهندسین مشاور شهرد (۱۳۶۳). **طرح جامع تجدیدنظر شهر یزد**، دانشگاه تهران.

- Bagwell, S. (2008). Creative clusters and city growth. **Creative Industries Journal**, 1 (1): 31-46.
- Birch, S. (2008). The political promotion of the experience, economy and creative industries

- cases from UK, New Zealand, Singapore, Norway, Sweden and Denmark, imagine, Creative Industries Research, Copenhagen Business School, Samfundslitteratur.
- Comedia. (2003). Harnessing and exploiting the power of culture for competitive advantage: A report for Liverpool City Council and the Core Cities Group, Stroud, Comedia. http://www.comedia.org.uk/pages/pdf/downloads/harness_culture.pdf.
 - Montreal Metropolitan Community. (2005). culture cluster. Coordinator, Metropolitan Economic Development, National Library of Canada. http://www.cmm.qc.ca/fileadmin/user_upload/documents/gm_culture_eng.pdf.
 - Department for Culture, Media and Sport (DCMS). (2006). Creative economy Programme: Report of the Infrastructure Working Group, London, DCMS. <http://www.cep.culture.gov.uk/index.cfm?fuseaction=main.viewBlogEntry&intMTEEntryID=2989>.
 - Evans, G., Foord, J., Gertler, M., Tesolin, L., & Weinstock, S. (2005). **Strategies for Creative Spaces and Cities: Lessons Learned**. Cities Institute, London Metropolitan University, Munk Centre for International Studies and University of Toronto.
 - Evans, G., & Shaw, S. (2004). The contribution of culture to regeneration in the UK: A review of evidence. <http://www.mmu.ac.uk/regional/culture/reports/Contributionofculturetoregeneration.pdf>.
 - Holt, D. (1997). Poststructuralist lifestyle analysis: Conceptualizing the social patterning of consumption in postmodernity. **Journal of Consumer Research**, 23: 326-350.
 - Jeannotte, M. S. (2008). Shared spaces: Social and economic returns on investment in cultural infrastructure. <http://www.cultureandcommunities.ca/downloads/Under-construction/AppE-Jeannotte.pdf>.
 - Mommaas, H., & van der Poel, H. (1989). Changes in economy, politics and lifestyles: An essay on the restructuring of urban leisure, In P. Bramham, I. Henry, H. Mommaas and H. van der Poel (Eds), **Leisure and urban process**, (pp. 254-277). London: Routledge.
 - Mommaas, H. (2004). Cultural clusters and the post-industrial city: Towards the remapping of urban cultural policy. **Urban Studies**, 41(3): pp. 507-532.
 - Montgomery, J. (2003). Cultural quarters as mechanisms for urban regeneration, part 1: Conceptualising cultural quarters. **Planning, Practice & Research**, 18(4): 293-306.
 - Montgomery, J. (2004). Cultural quarters as mechanisms for urban regeneration, part 2: A review of four cultural quarters in the UK, Ireland and Australia cultural quarters. **Planning, Practice & Research**, 19(1): 3-31.
 - Porter, M. (1998). Clusters and the new economics of competition. **Harvard Business Review**, 76(6): 77-90.
 - Pratt, A. C. (2004a). Creative clusters: Towards the governance of the creative industries production system. <http://www.lse.ac.uk/collections/geographyAndEnvironment/whosWho/profiles/pratt/pdf/cluster%201.pdf>.
 - Pratt, A. C. (2004b). Cultural industries: Beyond the cluster paradigm. Mimeo available from author.
 - Pratt, A. (2008). Creative cities: The cultural industries and the creative



- class. [http://eprints.lse.ac.uk/20704/1/Creative_cities_\(LSERO_pre-print\).pdf](http://eprints.lse.ac.uk/20704/1/Creative_cities_(LSERO_pre-print).pdf).
- Roberts, P. W., & Sykes, H. (2003). **Urban regeneration: A handbook**. London: Sage.
- Scott, A. J. (1999). The cultural economy: Geography and the creative field. **Media, Culture and Society**, 21(6): 807-817.
- Scott, A. J. (2000). **The cultural economy of cities**. London: Sage.
- Scott, A. J. (2005). **On Hollywood: The place, the industry**. Princeton: Princeton University Press.
- UNCTAD. (2008). Creative economy. <http://www.unctad.org/creative-economy> and http://ssc.undp.org/creative_economy.
- Urban Task Force. (1999). **Towards an urban renaissance**. London: HMSO.

Archive of SID