

تجدید حیات مبتنی بر فرهنگ و اوقات فراغت؛

معرفی چارچوبی مفهومی برای احیای عرصه‌های رو به افت مراکز شهرها^۱

مرجان نعمتی مهر^۲

استادیار دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه شهید بهشتی

راضیه موسوی خورشیدی^۳

کلیدواژگان: مرکز شهر، افت شهری، تجدید حیات شهری، تجدید حیات مبتنی بر فرهنگ و اوقات فراغت، مناطق فرهنگی.

چکیده

«مراکز شهرها» به عنوان هسته‌های اولیه شکل‌گیری شهرها، از اواخر قرن بیستم میلادی به دلایل گوناگونی مبتلابه افت کالبدی، اجتماعی، و اقتصادی شده‌اند. همچنین تغییر و تحولات حاصل از نیروهای جهانی شدن و گذار از اقتصاد صنعتی به پسا صنعتی و خدمات محور و «چرخش فرهنگی»- تغییر تلقی از فرهنگ و هنر و میراث، به ثروت- و شکل‌گیری اقتصاد مبتنی بر فرهنگ، از دهه ۱۹۸۰ منجر به تغییراتی در اقتصاد شهرها، فضاهای متروکه مراکز شهری، و به طور کلی ساختار فضایی شهرها شده است. در چنین شرایطی، عوامل مرتبط با فرهنگ و اوقات فراغت، به عنوان یک دارایی ارزشمند در اقتصاد نوین و به عنوان یک روش اصلی در تجدید حیات عرصه‌های رو به افت مراکز شهری، نقشی محوری یافته‌اند. «تجدید حیات مبتنی بر فرهنگ و اوقات فراغت» الگویی جامع و یکپارچه از مشارکت فعال فضاها و فعالیت‌های فرهنگی و اوقات فراغت به منزله محرک اصلی و پیش‌برنده در فرایند تجدید حیات شهری است که با تلفیقی از راهبردها و کاربری عناصر و عوامل گوناگون، به احیای عرصه‌های رو به افت شهری می‌انجامد. در این

میان، رویکرد آفرینش «مناطق فرهنگی»، که جامع‌ترین ابزار کاربردی تجدید حیات مبتنی بر فرهنگ و اوقات فراغت است، به طور ضمنی سایر عناصر این‌گونه از تجدید حیات را در بطن خود دارد و همچنین، به دلیل تناظر عناصر مورد نیاز آن با قابلیت‌های موجود در عرصه‌های رو به افت مراکز شهری، رویکردی مناسب و درخور برای تجدید حیات این عرصه‌های ارزشمند میراثی محسوب می‌گردد. در این مقاله سعی بر آن است که با روش توصیفی تحلیلی و با بررسی و تحلیل متون (روش اسنادی)، به تبیین اصول تجدید حیات عرصه‌های مرکزی شهرها پرداخته شود و با معرفی راهبردها و عناصر کاربردی تجدید حیات مبتنی بر فرهنگ و اوقات فراغت، رویکرد جامع مناطق فرهنگی برای تجدید حیات عرصه‌های رو به افت مراکز شهری معرفی شود و در انتها نیز چارچوب مفهومی معیارها و نشانگرهای آفرینش مناطق فرهنگی در این عرصه‌ها ارائه گردد.

۱. مقدمه

«مرکز شهر»^۴ یا هسته اولیه و تاریخی شهرها، به ناحیه تجارت مرکزی سنتی و مرکز اصلی تعاملات اجتماعی و اقتصادی یک شهر گفته می‌شود که در طول زمان تکامل یافته است. از اواخر دهه ۱۹۷۰ تا کنون اغلب این

۱. این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد برنامه‌ریزی شهری نویسنده دوم است، با عنوان برنامه‌ریزی راهبردی تجدید حیات شهری مبتنی بر فرهنگ و اوقات فراغت در مراکز شهرها؛ مورد مطالعاتی: محله ارگ پامنار در منطقه ۱۲ شهر تهران، که به راهنمایی دکتر مرجان نعمتی مهر و مشاوره مهندس عباس شعیبی، در مرداد ۱۳۹۳ در دانشکده معماری و شهرسازی دانشگاه شهید بهشتی دفاع شده است.

2. m_nemati@mhr@sbu.ac.ir

۳. نویسنده مسئول، کارشناس ارشد برنامه‌ریزی شهری، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه شهید بهشتی؛

r.m.khorshidi@gmail.com

4. city center/ downtown

پرسش‌های تحقیق

۱. «مرکز شهر» چه ویژگی‌هایی دارد و چه عواملی منجر به افت و دگرگونی محتوایی و کارکردی آن شده است؟
۲. مهم‌ترین اصول چارچوب پیشنهادی مفهوم «تجدید حیات عرصه‌های رو به افت مرکز شهر»، مشتمل بر چه مواردی هستند؟
۳. نقش «فرهنگ و اوقات فراغت» در روند توسعه و تجدید حیات عرصه‌های رو به افت شهری چیست؟
۴. چگونه و به چه ترتیبی می‌توان از مفهوم «تجدید حیات مبتنی بر فرهنگ و اوقات فراغت» برای احیای عرصه‌های رو به افت مراکز شهری استفاده کرد؟

5. suburbanization
6. counter urbanization
7. globalization
8. post-industrial economy
9. post-modernism era
10. A. Tallon, *Urban Regeneration in the UK*, pp.12-13.
11. urban decline
12. urban sprawl
13. competitive position
14. pride of place
15. S. Miles & R. Paddison, "Introduction: The Rise and Rise of Culture-led Urban Regeneration", pp. 833-839.

عرصه‌های ارزشمند بر اثر جریان‌های ناشی از «حومه‌نشینی^۵ و شهرنشینی معکوس^۶ حاصل از توسعه حمل‌ونقل، جهانی شدن^۷ و گذار از اقتصاد صنعتی به اقتصاد پسا صنعتی^۸ در عصر پسامدرنیسم^۹، و مشکلات انطباق مراکز شهرها با تقاضاهای جدید^{۱۰} ناشی از الزامات زندگی متناسب با موارد پیش گفته، مبتلا به مشکلات متعددی مانند آلودگی‌های محیطی، فرسودگی و افت کالبدی و کارکردی، نامنی و جرائم، تخلیه و ترک واحدهای مسکونی، و هجوم کاربری‌های ناسازگار هستند. توجه به مسائل مرتبط با عرصه‌های رو به افت مرکز شهرها از دو جنبه می‌تواند حائز اهمیت باشد:

- نخست، این عرصه‌ها بخش‌های وسیعی از شهرهای کنونی را تشکیل می‌دهند که با وجود ارزش‌های بی‌شمار اقتصادی، اجتماعی، کالبدی، تاریخی، و فرهنگی، اغلب دچار ابعاد گوناگون افت شهری^{۱۱} هستند،
 - دوم، با توجه به تشدید معضلات زیست‌محیطی و افزایش نگرانی‌های جهانی درباره آن، جلوگیری از پراکنده‌رویی شهری^{۱۲} و حومه‌نشینی، راهبرد رشد متمرکز و فشرده شهرها با استفاده از احیای عرصه‌های مرکزی شهرها می‌تواند در جلوگیری از این مسائل نقشی مؤثر ایفا نماید.

همچنین هم‌زمان با عصر پسامدرنیسم و جهانی شدن، توجه به فعالیت‌های مرتبط با فرهنگ و اوقات فراغت، محرک توسعه اقتصادی شهرها و بخشی از جنبش جدید شهرهایی شده است که به دنبال رونق، شکوفایی، و ارتقای موقعیت رقابتی^{۱۳} خود در عرصه‌های مختلف هستند. در چنین شهرهایی، فعالیت‌های فرهنگی و اوقات فراغت به عنوان محرک‌های توسعه در بخش‌های مختلف تجارت و کسب‌وکار از قبیل صنایع خلاق و گردشگری، منبعی برای میزبانی رویدادها و افزایش شهرت و اعتبار شهری و وسیله‌ای برای ایجاد هویتی مشترک و غنی و ایجاد غرور مکان^{۱۴}، درک اجتماعی، کمک به شکل‌گیری حس همبستگی، تعلق خاطر و اعتماد بین مردم، افزایش ظرفیت سرمایه انسانی و اجتماعی، بهبود مهارت‌های زندگی، و ظرفیت‌های نهادی در پاسخ به تغییرات ناشی از صنعتی‌زدایی و جهانی شدن محسوب می‌شود.^{۱۵}

توجه به فعالیت‌های مرتبط با فرهنگ و اوقات فراغت به عنوان محرک فرایند تجدید حیات و توسعه عرصه‌های مرکزی شهرها، ناشی از بازتعریف فرهنگ و اوقات فراغت به عنوان سرمایه و مولد فعالیت‌های اقتصادی و ابزاری مهم در ارتقای فرصت‌های توسعه و مزیت رقابتی شهرها از سویی، و وجود پتانسیل‌های فرهنگی، تاریخی، و میراثی جاذب گردشگر در این عرصه‌ها، از سویی دیگر،



16. G. Evans & P. Shaw, *The Contribution of Culture to Regeneration in the UK: A Review of Evidence*, p. 5.

۱. نمودار روند مقاله برای دستیابی به اهداف پژوهش، مأخذ: نگارندگان.

۳. توجه به فعالیت‌های مرتبط با «فرهنگ و اوقات فراغت»، به منزله محرک توسعه در فرایند تجدید حیات کالبدی، اجتماعی، و اقتصادی عرصه‌های رو به افت شهری؛
 ۴. کوشش در معرفی اصول، مفاهیم کلیدی و بنیادین «تجدید حیات مبتنی بر فرهنگ و اوقات فراغت» و معرفی مدل مفهومی «آفرینش مناطق فرهنگی»، به منزله گزینه‌ای مناسب برای بهره‌گیری از قابلیت‌ها و تجدید حیات عرصه‌های رو به افت مراکز شهری و معرفی چارچوب مفهومی آن.

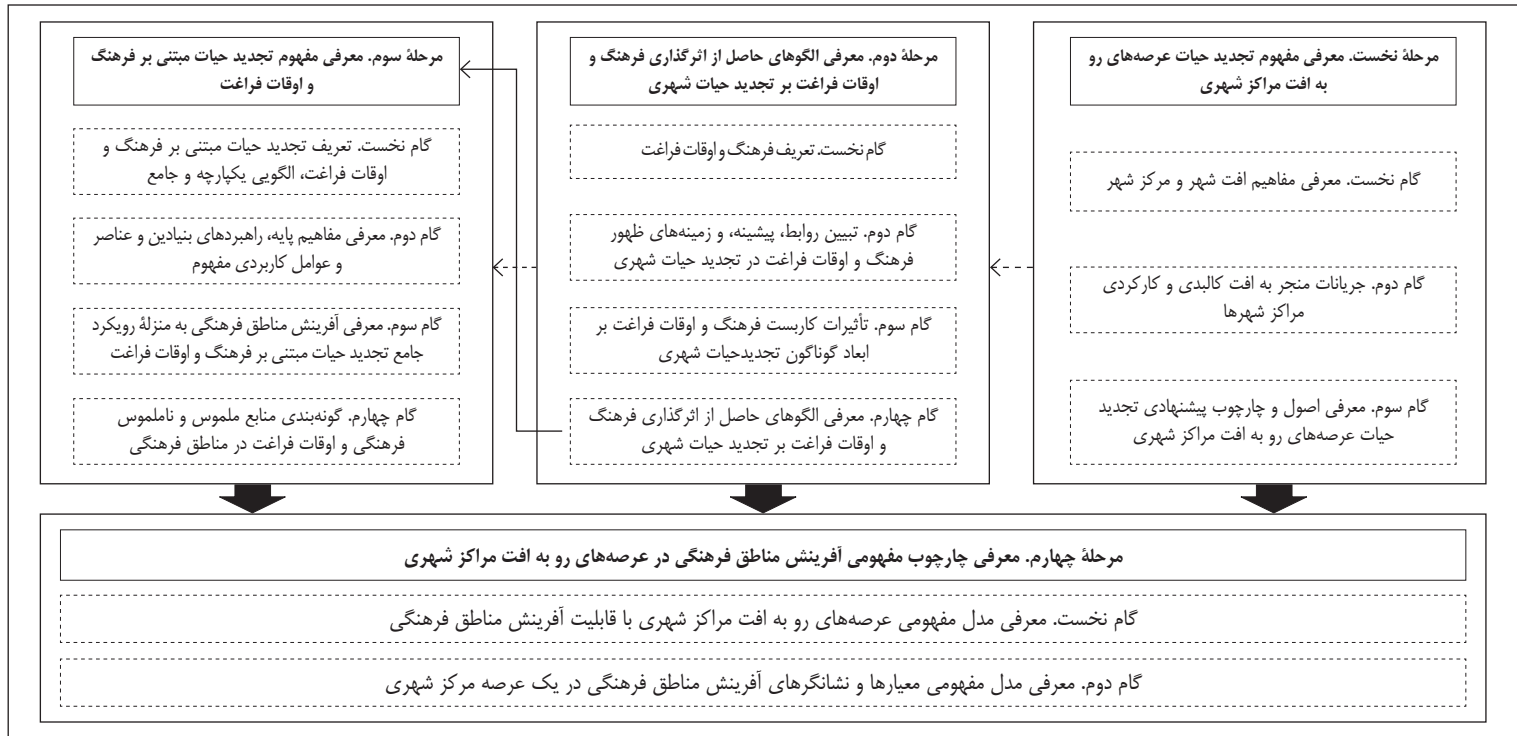
۲.۱ روش کار

این پژوهش با استفاده از روش بررسی و تحلیل متون (روش اسنادی) طبق نمودار «ت ۱» در چهار مرحله اصلی و چندین گام فرعی انجام شده است.

است.^{۱۶} از این رو، اتخاذ مفهوم «تجدید حیات مبتنی بر فرهنگ و اوقات فراغت» در احیای عرصه‌های رو به افت مراکز شهری و روزآمد کردن سبک زندگی متناسب با مقتضیات محلی و الگوی بومی آن‌ها، می‌تواند برای مقابله با روندهای افت کالبدی، اجتماعی و اقتصادی این عرصه‌های ارزشمند، مؤثر واقع گردد.

۱.۱ اهداف پژوهش

به منظور پاسخ به پرسش‌های تحقیق، مهم‌ترین اهداف این پژوهش شامل موارد زیر هستند:
 ۱. کوشش برای شناخت ابعاد و ویژگی‌های مفهوم «مرکز شهر» و عوامل و روندهای منجر به افت کالبدی و کارکردی آن؛
 ۲. کوشش در معرفی موضوعات، توجهات، و چارچوب پیشنهادی مفهوم «تجدید حیات عرصه‌های رو به افت مرکز شهر»؛



۱.۳.۱. معرفی مفاهیم «افت شهری» و «مرکز شهر» ۱.۳.۱.۱. افت شهری^{۱۷}

هر شهری در طول زمان تحت تأثیر روندها و فرایندهای تغییر و تحول قرار می‌گیرد. برخی از شهرها می‌توانند خود را با این تغییرات منطبق کنند، در حالی که در برخی دیگر، تغییرات ساختاری باعث بحران‌هایی در ابعاد مختلف توسعه شهری می‌شوند. «افت شهری» برای توصیف تغییرات نامطلوب مانند «محرومیت اجتماعی»^{۱۸}، «فرسودگی شهری»^{۱۹}، کاهش اشتغال و افزایش نرخ بیکاری، و زوال شرایط زندگی به کار می‌رود. از دهه ۱۹۷۰ بسیاری از شهرها و بخصوص شهرهای صنعتی در کشورهای توسعه‌یافته، با افت شهری تدریجی و بلندمدت مواجه شدند که مشخصه اصلی آن کاهش جمعیت و اشتغال، همراه با مهاجرت و خروج یک‌سویه جمعیت، فعالیت‌ها، و شرکت‌ها به سمت حومه‌ها بود. همراه با این عوامل، افت کالبدی و اجتماعی نیز ظاهر شد.^{۲۰}

کارشناسان و صاحب‌نظران شهری با توجه به دیدگاه‌های خود، هریک تعاریف متفاوتی از افت شهری بیان می‌کنند و آن

17. urban decline
18. social deprivation
19. urban decay (= physical decline)
20. T. Lang, *Insights in the British Debate About Urban Decline and Urban Regeneration*, pp. 2-3.

۲. گونه‌بندی مرتبط با مفهوم «مرکز شهر» و ویژگی‌های آن‌ها، مأخذ: Abbott, "Downtown", pp. 193-94; Cowan, *The Dictionary of Urbanism*, pp. 55, 196-197; CLG, *Town Centre Regeneration*, pp. 4,30; Walks, "Central City", pp. 72-73.

را دارای ابعاد و نمودهایی می‌دانند، همچون «افت اقتصادی»- مانند رکود کسب و کارها، کاهش فرصت‌های شغلی، بیکاری‌های طولانی مدت، کاهش درآمدهای مالیاتی، خروج و نبود جذب سرمایه‌گذاری، خروج کسب و کارهای اصیل و پررونق به سمت حومه‌ها، و جانشین شدن مشاغل کم‌بازده و سطح پایین «افت اجتماعی»- مانند جمعیت‌گریزی و کاهش جمعیت ساکن، هجوم و تخلیه آونگی جمعیت در طول شبانه‌روز، وقوع انواع ناهنجاری‌های اجتماعی، کاهش امنیت، فقر و جدایی‌گزینی اجتماعی و طبقاتی، خروج تدریجی ساکنان اصیل و جانشین شدن مهاجران کم‌درآمد، تبدیل شدن به گتو^{۲۱}، افزایش مهاجران مجرد و مطلقه، سطح سواد و مهارت‌های پایین، و کاهش سرزندگی اجتماعی- «افت کالبدی»- مانند ساختمان‌ها و تأسیسات زیربنایی فرسوده و ناکارآمد، ساختمان‌ها، و زمین‌های متروکه و خالی و تجهیزات شهری ناکافی- و «افت محیطی»- مانند آلودگی صوتی و هوا، سیستم نامناسب جمع‌آوری زباله، و آلودگی محیط شهری.^{۲۲}

کاربری	موقعیت	خاستگاه	مفهوم	گونه‌بندی
مختلط مسکونی، تجاری، اداری، فرهنگی، اوقات فراغت، و... با غلبه تجاری و اداری	هسته اولیه و تاریخی شهر / مکان اولیه شکل‌گیری کسب و کارها	ایالات متحده	مرکز شهر	Downtown
مختلط مسکونی، تجاری، اداری، فرهنگی، اوقات فراغت، و... و...	هسته اولیه و تاریخی شهر / مکان اولیه شکل‌گیری کسب و کارها	بریتانیا	مرکز شهری با کارکرد منطقه‌ای / نخستین سطح از سلسله‌مراتب مراکز شهری	City Center
			مرکز شهری با کارکرد محلی / مرکز خدماتی عرصه‌های روستایی اطراف / دومین سطح از سلسله‌مراتب مراکز شهری	Town Center
تجاری	محدوده‌ای در بطن داون تاون / سیتی سنتر / تاون سنتر	ایالات متحده	ناحیه تجارت مرکزی شهر	CBD
مختلط مسکونی، تجاری، اداری، و... با غلبه تجاری	قدیمی‌ترین و پرجمعیت‌ترین بخش عرصه بزرگ‌شهر / دارای ناهنجاری‌های اجتماعی و افت اقتصادی	ایالات متحده	هسته‌های مرکزی و اولیه یک بزرگ‌شهر (metropolis) // با حداقل جمعیت ۵۰ هزار نفر و با تراکم هزار نفر در مایل مربع	Central City
مختلط مسکونی، تجاری، اداری، و... با غلبه تجاری	مابین مرکز شهر و حومه‌ها / بیشتر مفهومی ذهنی و منفی درباره محدوده‌های دارای ناهنجاری‌های اجتماعی و افت اقتصادی در شهر	بریتانیا	هسته‌های اولیه یک بزرگ‌شهر	Inner City



۱.۳.۲. مرکز شهر

عموماً دچار افت شدید کالبدی، اجتماعی و اقتصادی شدند. آنچه در این پژوهش در ارتباط با مراکز شهری و تجدید حیات آن‌ها آمده است، بیشتر در خصوص ویژگی‌های داون‌تاون / سیتی ستر است که تحت عنوان کلی «مرکز شهر» آورده می‌شود.

در ادبیات مربوط به برنامه‌ریزی شهری، واژه‌ها و اصطلاحات متنوعی در خصوص عرصه‌های مرکزی شهرها به کار گرفته می‌شود و با توجه به نزدیکی معنایی آن‌ها، تفاوت‌هایی در زمینه‌های گوناگون از جمله منشأ پیدایش و کاربرد دارند. از این رو، مروری بر این واژه‌ها و آشنایی بیشتر با بار معنایی آن‌ها طبق جدول «ت ۲»، می‌تواند در دستیابی به هدف این پژوهش مؤثر باشد.

۱.۳.۳. جریان‌ات منجر به افت مرکز شهر و دگرگونی ماهوی و کارکردی آن

ساختار درونی و ویژگی‌های مرکز شهر در بیشتر کشورهای صنعتی و توسعه‌یافته، از دهه ۱۹۷۰ میلادی، با چندین عامل متحول‌کننده تغییر یافت که در ارتباط با اثر رقابتی تمرکززدایی کارکردی- بخصوص فعالیت‌های اداری و خرده‌فروشی- بودند (ت ۳). این مسائل، با مشکلات قابلیت دسترسی و تغییرات اقتصادی و اجتماعی حاصل از صنعتی‌زدایی و جدایی‌گزینی قومی و طبقاتی در ارتباط بودند. صنعتی‌زدایی، خود محصول عوامل متعددی بود که یکی از آن‌ها پیشرفت‌های فناورانه در سیستم

همان‌گونه که در مقدمه نیز ذکر شد، مرکز شهر به هسته اولیه و تاریخی شکل‌گیری شهرها و ناحیه تجارت مرکزی سنتی و مرکز تاریخی تعاملات اجتماعی و اقتصادی یک شهر گفته می‌شود که در طول زمان تکامل یافته و شامل مجموعه هم‌پیوندی از فعالیت‌ها و ساختمان‌های میراثی و مختلط مسکونی، تجاری، مدنی، فرهنگی، فضاها، و زیرساخت‌های عمومی است که طی دوران صنعتی و پسا صنعتی، به دلایل گوناگون از جمله تغییر ساختارهای اقتصادی و حمل‌ونقل،

21. ghetto

22. Lang, *ibid*; T. Carter & C.

Polevychok, *Comprehensive Neighbourhood Studies: Characterizing Decline*, pp.17-26; P. Roberts, "The Evolution, Definition and Purpose of Urban Regeneration", p. 23; K.L. Bradbury, et al, *Urban Decline and Future of American Cities*, p. 28.

ت ۳. معرفی جریان‌ات منجر به افت مراکز شهرها و نمودهای آن، مأخذ:

Lang, *Insights in the British Debate About Urban Decline and Urban Regeneration*, p. 4; Tallon, *Urban Regeneration in the UK*, pp.12-15, 180.

نمودها	جریان‌ات منجر به افت مراکز شهرها
<ul style="list-style-type: none"> - آغاز مهاجرت و روند تخلیه مراکز شهری به سمت حومه‌ها - آغاز روند خروج کسب‌وکارها به سمت حومه‌ها - آغاز روند فرسودگی و افت کالبدی، اجتماعی، و اقتصادی مراکز شهرها - ازدحام شدید ترافیک - افزایش آلودگی‌های محیطی 	<p>حومه‌نشینی و شهرنشینی معکوس ناشی از توسعه حمل‌ونقل در عصر صنعتی</p>
<ul style="list-style-type: none"> - خروج کسب‌وکارها به سمت حومه‌ها و نواحی با محوریت تردد خودروی شخصی، تبدیل واحدهای مسکونی به انبار و کارگاه‌های تولیدی، و افزایش تخلیه و نرخ خالی ماندن واحدهای مسکونی - تشدید روند مهاجرت ساکنان به سایر نواحی - افت شدید کالبدی و محیطی مراکز شهری - سقوط سطوح اجاره واقعی و کاهش ارزش املاک - افزایش جرایم و ناامنی 	<p>جهانی شدن و گذار از اقتصاد صنعتی به اقتصاد پسا صنعتی</p>
<ul style="list-style-type: none"> - فرسودگی و متروکه شدن واحدهای مسکونی و تجاری، به دلیل فقدان تکافوی زیرساخت‌های شهری و باریک بودن معابر برای تردد خودروهای شخصی - تبدیل تدریجی همه ساختمان‌های محدوده به انبار کالا و کارگاه‌های ناسازگار با نقش و هویت میراثی و فرهنگی مرکز شهر 	<p>مشکلات انطباق مراکز شهرها با تقاضاهای جدید ناشی از موارد بالا</p>

23. post-modernism & post-
fordism era
24. Tallon, *ibid*, pp.12-13,
174-75.
25. urban regeneration
26. UNEP, *Guidelines for
Urban Regeneration in
Mediterranean Region*,
pp.7-8.
27. P. Roberts, "The
Evolution, Definition
and Purpose of Urban
Regeneration"; Tallon, *Urban
Regeneration in the UK*;
Lang, *Insights in the British
Debate About Urban Decline
and Urban Regeneration*;
J. Montgomery, "Cultural
Quarters as Mechanisms for
Urban Regeneration. Part
I: Conceptualising Cultural
Quarters"; Evans & Shaw,
*Literature Review: Culture
and Regeneration*; *idem*,
*The Contribution of Culture
to Regeneration in The UK:
A Review of Evidence*; P.L.
Sacco & G.T. Blessi, *Urban
Regeneration, Culture and
Happiness*.

ت ۴. مهم‌ترین حوزه‌های مورد
تأکید دستورکار تجدید حیات
شهری، مأخذ:
Tallon, *Urban Regeneration
in the UK*, p. 8.

تولید خودکار و جانشین نیروی کار انسانی بود. از سوی دیگر، حرکت مشاغل به سمت مناطق حومه‌ای، در تغییر و افت صنایع کارخانه‌ای در عصر پسامدرنیسم و پسافوردیسم^{۲۳} بسیار مؤثر بودند. مؤسسات و شرکت‌های تجاری در خارج از عرصه‌های مرکزی شهرها بسیار موفق‌تر بودند و فناوری اطلاعات و اشتغال در بخش خدمات، بخصوص در حومه شهرها، گسترش یافت.

در پی این مسائل، مراکز شهری جذابیت کمتری برای ساکنان و صاحبان کسب‌وکار داشتند و حومه‌گرایی به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش یافت. این تغییر نقش و کارکرد مراکز شهری، منجر به اثرات منفی متعددی، از قبیل افزایش آلودگی‌ها و زوال محیطی و کالبدی، افزایش تخلیه و نرخ خالی ماندن واحدهای مسکونی، مهاجرت ساکنان به سایر نواحی، افزایش جرایم و ناامنی، تبدیل واحدهای مسکونی به انبار و کارگاه‌های تولیدی، سقوط سطوح اجاره واقعی و کاهش ارزش املاک، نگهداری و تغییر ضعیف، کمبود پارکینگ، و ازدحام شدید ترافیک گردید.^{۲۴}

۱.۳.۴. تجدید حیات عرصه‌های رو به افت مرکز شهر: تعریف، دستور کار و اصول

تجدید حیات شهری^{۲۵} ممکن است به شیوه‌های گوناگونی تعریف شود که این امر به سطح توسعه کشورها و هدف آن‌ها بستگی دارد. در اغلب کشورها هدف تجدید حیات شهری، بازگرداندن

حیات اجتماعی و اقتصادی شهری، باززنده‌سازی مرکز شهر، احیا و تقویت فعالیت‌ها برای رقابت‌های محلی و منطقه‌ای و جهانی، انجام اقدامات ابتکاری برای ارتقای کیفیت کالبدی محیط، و اقدامات گسترده‌ای به منظور بهبود تصویر یک عرصه رو به افت شهری است.^{۲۶} گرچه در ادبیات مرتبط با تجدید حیات شهری، تعاریف بسیار متنوع است^{۲۷}، اما به طور کلی،

راهبردها و سیاست‌های طراحی‌شده محلی در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، و محیطی برای روبرویی با تغییر و تحولات فرسودگی و افت شهری، با عنوان تجدید حیات شهری شناخته می‌شوند. تجدید حیات شهری، به مثابه یک چشم‌انداز یکپارچه و جامع، در پی اقداماتی برای حل مشکلات شهری و بهبود پایایی شرایط کالبدی، اجتماعی، اقتصادی، و محیطی ناحیه در معرض تغییر و افت است.^{۲۸}

یک برنامه تجدید حیات شهری، دارای ابعاد گوناگون «اقتصادی»- با هدف ایجاد فرصت‌های شغلی محلی، افزایش درآمد، اشتغال و مهارت، رقابت‌پذیری، اشتغال‌پذیری-^{۲۹}، «اجتماعی و فرهنگی»- با هدف ارتقای مهارت‌ها و ظرفیت‌ها، کیفیت زندگی، سلامت، آموزش، امنیت، مسکن و کیفیت خدمات عمومی-، «کالبدی و محیطی»- با هدف ارتقای کیفیت مکان و زیرساخت‌ها برای جذب مردم و کسب و کارها-

زمینه	دستور کار تجدید حیات شهری
محیط کالبدی	تجدید حیات شهری با در نظر گرفتن ملاحظات پایداری محیطی، سعی در بهبود محیط ساخته شده دارد.
کیفیت زندگی (quality of life)	تجدید حیات شهری به دنبال بهبود شرایط کالبدی زیست، یا فعالیت‌های فرهنگی محلی یا تسهیلات مورد نیاز گروه‌های اجتماعی خاص است.
رفاه اجتماعی (social welfare)	تجدید حیات شهری در تلاش برای بهبود تأمین خدمات اجتماعی پایه در عرصه‌های خاص و برای افراد خاص است.
دورنمای اقتصادی (economic prospect)	تجدید حیات شهری در پی بهبود چشم‌انداز اشتغال از طریق ایجاد اشتغال یا برنامه‌های آموزشی و کارآموزی برای گروه‌ها و عرصه‌های محروم است.



گفته می‌شود که انسان در مقام عضوی از جامعه کسب می‌کند. در معنای دیگر و به طور محدودتر- که بیشتر در برنامه‌ریزی شهری کاربرد دارد، فرهنگ به خدمات فرهنگی، تولیدات (عمده و خرده) فرهنگی و فعالیت‌های هنری انسانی- مانند هنرهای بصری و نمایشی، ادبیات، میراث، و فعالیت‌های مرتبط با رسانه‌ها- اشاره دارد. در این کاربرد، موضوعاتی مانند صنایع فرهنگی، شهر خلاق، مناطق فرهنگی، هنر همگانی، و... بر به‌کارگیری فرهنگ در امر توسعه شهری تأکید دارند.

اوقات فراغت: فعالیت‌های اوقات فراغت به عنوان «چیزی که مردم به اختیار و انتخاب خود با صرف زمان و پول در خارج از منازل و محل کار انجام می‌دهند»^{۳۶} تعریف می‌شود.

اوقات فراغت، فعالیت‌های متعددی را در بر می‌گیرد و معیار اساسی در تشخیص آن از سایر فعالیت‌های روزانه، تفریحی بودن، اختیار داشتن، و اجباری نبودن آن است.^{۳۷}

فعالیت‌های اوقات فراغت را می‌توان به سه دسته کلی فعالیت‌های اوقات فراغت «شخصی»- شامل فعالیت‌های اوقات فراغت در منزل مانند سرگرمی‌ها و باغبانی- «ورزشی»- شامل فعالیت‌های مرتبط با ورزش و سلامتی مانند استادیوم، استخر، چوگان، مراکز پرورش اندام، باشگاه‌های تندرستی - و «گردشگری- تفریحی»- شامل بازدید از مراکز تفریحی و گردشگری مانند موزه‌ها، نگارخانه‌ها، تئاترها، جشنواره‌ها و کارناوال‌ها، سینماها و کافه‌ها- تقسیم کرد که در یک برنامه تجدید حیات شهری، به دو دسته آخر توجه می‌شود.^{۳۸}

۲.۲. تبیین روابط بین «فرهنگ و اوقات فراغت» و «تجدید حیات شهری»

در دهه‌های اخیر، فعالیت‌های مرتبط با فرهنگ و اوقات فراغت به طور گسترده‌ای در تدوین راهبردهای شهری برای دستیابی به اهداف گوناگون مدنظر هستند. استفاده از فرهنگ و اوقات

و «حکمرایی»- با هدف تقویت ساختار تصمیم‌گیری محلی، درگیر نمودن اجتماع محلی و سایر گروه‌ها- است.^{۳۰} مهم‌ترین دغدغه‌های دستور کارهای تجدید حیات شهری در جدول «ت ۴» آمده است.

در چارچوب اصول کلی تجدید حیات شهری،

تجدید حیات مرکز شهر^{۳۱} نیز می‌تواند با رویکردها و شیوه‌های گوناگونی محقق شود، اما به طور کلی شامل دو ایده اصلی است: نخست، مراکز شهری، به منزله عرصه‌هایی سنتی و میراثی، اغلب دربرگیرنده ساختمان‌های تاریخی و مکان‌هایی با کیفیات بصری و کالبدی ویژه‌ای هستند که باید مد نظر قرار گیرند.

دوم، تجدید حیات بر این امر دلالت دارد که این مراکز باید دارای شور زندگی باشند و نیاز به ایجاد فعالیت‌های فرهنگی و اقتصادی دارند تا سرمایه مورد نیاز برای این کار را نیز توجیه کنند. تجدید حیات این مراکز، شامل برانگیختن فعالیت‌ها و توسعه جدید در حین حفظ یکپارچگی و وحدت تاریخی و کیفیات کالبدی است که هویت و تشخیص سنتی یک مرکز شهر را تعریف می‌کند.^{۳۲}

با مروری بر آرای صاحب‌نظران و پیشینه مورد پژوهش، اصول بنیادین یک برنامه تجدید حیات مرکز شهری در دو زمینه فرایند برنامه‌ریزی و اجرا و عرصه مورد برنامه‌ریزی به صورت جدول «ت ۵» جمع‌بندی می‌شود.

۲. معرفی مفهوم تجدید حیات شهری مبتنی بر فرهنگ و اوقات فراغت

۲.۱. تعریف «فرهنگ»^{۳۳} و «اوقات فراغت»^{۳۴}

فرهنگ: فرهنگ، گستره وسیعی از فعالیت‌های انسانی را تحت پوشش قرار می‌دهد. این واژه را به دو گونه اصلی می‌توان معنا کرد:^{۳۵} - در معنای نخست، فرهنگ به همه فعالیت‌های انسانی، اعم از سنت‌ها و عرف‌ها، زبان، مذهب، و به طور کلی به هرگونه توانایی و هنجاری

← Bridging Communities through Cultural Policies; Miles & Paddison, "Introduction: The Rise and Rise of Culture-led Urban Regeneration";...

28. Lang, ibid, p. 7.

29. employability

30. Tallon, ibid, pp. 5-6.

31. city center/downtown

Regeneration

32. Austin City Council, Implementation Manual of Downtown Revitalization, pp. 7-2, 7-3.

33. culture

34. Leisure

35. URBACT Culture Network, Culture & Urban Regeneration: The Role of Cultural Activities & Creative Industries in The Regeneration of European Cities, p. 3; A. Deffener, "Culture", pp. 160-161;

داریوش آشوری، تعریف‌ها و مفهوم فرهنگ، ص. ۷۱.

36. Tallon, ibid, p.222.

۳۷. مرکز آمار ایران، طبقه‌بندی فرهنگ و فراغت ایران، ص ۱۲-۱۳.

38. Tallon, ibid, p.223;

Deffener, ibid, p. 160.

اصول کلی تجدید حیات مراکز شهری	توضیحات	
فرایند برنامه‌ریزی و اجرای برنامه	توجه به برنامه‌ها و اسناد فرادست	برنامه تجدید حیات مرکز شهر باید شامل دستورالعمل‌ها و توصیه‌های خاصی باشد که ناحیه مرکز شهر و برنامه تجدید حیات آن را پشتیبانی می‌کند.
	تدوین یک بیانیه چشم‌انداز مشترک	بیانیه چشم‌انداز با تعریف جایگاهی رقابتی برای مرکز شهر، باید نظرات همه نقش‌آفرینان از قبیل اجتماع محلی، مالکان، و توسعه‌دهندگان را در بر گیرد.
	تعریف ساختار سازمانی و مدیریتی مختص این عرصه‌ها	برای تجدید حیات عرصه‌های مراکز شهری باید ساختار و سلسله‌مراتب مدیریتی مناسب تعریف شود.
	تدوین برنامه توسعه مرکز شهر بر اساس نقاط قوت و ضعف محدوده	هویت و شخصیت منحصر به فرد مرکز شهر باید به‌درستی شناخته شود تا تجدید حیات این عرصه‌ها، با توجه به زمینه‌های ارزشمند کالبدی، اجتماعی، و اقتصادی موجود، صورت گیرد.
	تدوین برنامه‌های اجرایی و پروژه‌ها	پروژه‌های مختلف بنیادین و پایلوت، طرح‌های پرچمی بلندمدت و برنامه‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی، و کالبدی باید در بطن برنامه جای گیرند.
	وجود منابع کافی و سرمایه‌گذاری در هر دو زمینه املاک و قلمرو عمومی	سیاست‌گذاری و تأمین بودجه‌های اولیه بخصوص در زمینه بهبود فضاهای عمومی و زیرساخت‌ها از سوی بخش عمومی، و سرمایه‌گذاری در زمینه املاک از سوی بخش خصوصی.
	پایش و ارزیابی دستاوردهای مورد انتظار و پس‌خوراند نتایج	ارزیابی دستاوردها در حین اجرا و پس از اجرای برنامه باید در دستور کار قرار گیرد.
عرصه مورد برنامه‌ریزی	تعریف شراکت‌های متناسب	یک برنامه تجدید حیات شهری موفق باید تناسبی از شراکت نقش‌آفرینان بخش عمومی خصوصی داوطلبانه موجود در این عرصه‌ها را تعریف کند.
	توجه به حضور و کیفیت تجربه عابران پیاده	مرکز شهر باید تقویت‌کننده تعاملات اجتماعی در فضاهای عمومی باشد. پس باید برای راهبردهای انسانی کردن محیط شهری و ایجاد یک تجربه پیاده‌روی لذت‌بخش و متنوع اولویت قائل شد.
	تنوع‌بخشی به جاذبه‌های مراکز شهری، سازگار با شخصیت و هویت مرکز شهر	پیشنهاد گستره‌ای وسیع‌تر از کاربری‌های متناسب و بدون محدودیت زمانی، و پیوند بین آن‌ها از طریق زیرساخت‌های همگانی و الگوهای حرکت عابر پیاده، با توجه به تأمین نیازها و خواسته‌های ساکنان محلی و جذابیت برای گردشگران.
	توازن زمانی و مکانی فعالیت‌ها	توزیع متناسب ترکیبی از فعالیت‌های متنوع مسکونی، تجاری، اوقات فراغت، و... فعال در ساعات مختلف، برای جلوگیری از رکود و حفظ سرزندگی این عرصه‌ها.
	تقویت دسترسی (accessibility)	از طریق بهبود وضعیت و یکپارچگی بیشتر حمل‌ونقل عمومی، تأمین مطلوبیت و آسایش برای پیاده‌روی و دوچرخه‌سواری در این عرصه‌ها.
	ارتقای «شدت توسعه» (intensity of development)، افزایش «فشرده‌گی» بافت و «تراکم» (density)	توسعه میان‌افزا (infill development) از طریق حذف فواصل خالی، زمین‌های بایر و املاک مخروبه و متروکه، و افزایش تراکم، منجر به بهبود تجربه حرکت عابران پیاده و افزایش سرزندگی شهری متناسب با ویژگی‌ها و هویت مرکز شهر می‌شود.
	تقویت هم‌پیوندی فضاهای عمومی و آفرینش «پیوندهای عملکردی» (functional linkages)	ارتباطات پیاده باید شبکه‌ای یکپارچه خلق کند که از طریق طراحی منحصر به فرد منظر خیابان، فضاهای باز و کاربری‌های فعال سطح خیابان تعریف شوند.
	ایجاد تصویر ذهنی و هویت مثبت (positive identity & image)	تقویت فعالیت‌های مرتبط با ادارات، سکونت، خرده‌فروشی‌ها، تسهیلات فرهنگی، اوقات فراغت، و برنامه‌ریزی رویدادهای خاص می‌تواند منجر به ساخت تصویر جدیدی از مرکز شهر به منزله مکانی هیجان‌انگیز، امن، مناسب، و زیست‌پذیر برای مردم شود.

ت ۵. اصول مفهوم تجدید حیات مرکز شهر، مأخذ: Paumier, *Creating a Vibrant City Centre: Urban Design and Regeneration Principles*, pp. 17-35, 42-45; CLG, *Town Centre Regeneration*, pp. 6-7, 15-16; Austin City Council, *Implementation Manual of Downtown Revitalization*, p. 7-4.



فراغت به عنوان یک ابزار توسعه شهری می‌تواند مزایایی در زمینه‌های زیر داشته باشد^{۳۹}:

۱.۲.۲. پیشینه و زمینه‌های ظهور «فرهنگ و اوقات فراغت» در تجدید حیات شهری

طی دو دهه پایانی قرن بیستم میلادی، تغییر و تحول و گذار صنایع از تولید انبوه به بخش خدمات، منجر به تغییراتی در اقتصاد شهرها و بخصوص در ارتباط با بازار کار، فضاهای متروکه صنعتی، مراکز شهری، و به طور کلی ساختار فضایی شهرها شده است. در چنین شرایطی، به توسعه فعالیت‌های فرهنگی و اوقات فراغت به منزله یک روش تجدید حیات شهری توجه شده است. بررسی ادبیات پژوهش در این زمینه نشان می‌دهد که امروزه، در سیاست‌های شهری، فرهنگ و اوقات فراغت بیشتر با اهداف اجتماعی و اقتصادی به کار گرفته می‌شوند تا با هدف صرف فرهنگی^{۴۰}. در جدول «ت ۶»، علل و زمینه‌های ظهور فعالیت‌های مرتبط با فرهنگ و اوقات فراغت در فرایند تجدید حیات شهری از دیدگاه برخی صاحب‌نظران آورده شده است.

فرهنگ می‌تواند باعث جذب گردشگران از همه طبقات جامعه و با «اقتصاد اوقات فراغت»^{۴۱} مرتبط گردد.

سیاست‌های فرهنگی و مرتبط با اوقات فراغت- بخصوص در مورد مراکز رو به افت شهری- می‌تواند تصویر ذهنی از شهر را بهبود بخشد، به عنوان یک ابزار بازاریابی مورد استفاده قرار گیرد، و در بازارهای منطقه‌ای، ملی، و بین‌المللی نیز تصویری ویژه و منحصر به فرد از شهر ارائه دهد.

به‌کارگیری سیاست‌های فرهنگی باعث ارتقای شاخص‌های کیفیت زندگی می‌شود و می‌تواند به طور غیرمستقیم نیز موجب بهبود «رقابت‌پذیری»^{۴۲} شهری گردد و با اثرات روان‌شناختی بر شهر، منجر به تقویت اعتماد به نفس و «غرور مدنی»^{۴۳} شود.

فعالیت‌های مرتبط با فرهنگ و اوقات فراغت می‌توانند با تقویت روحیه خلاقیت و کارآفرینی فردی، در توسعه مشاغل و کسب و کارهای کوچک مشارکت جویند.

فرهنگ می‌تواند هم تسریع‌کننده فرایند تجدید حیات شهری

39. G. Park, *Cultural Development on the Quayside and Increased Local Tourism*, p.1; M. Keating & M. de Frantz, "Culture-led Strategies for Urban Regeneration: A Comparative Perspective on Bilbao", pp.189-194.
40. leisure economy
41. competitiveness
42. civic pride
43. Park, *ibid*, pp.2-4.

ت ۶. زمینه‌های ظهور فعالیت‌های مرتبط با فرهنگ و اوقات فراغت در تجدید حیات شهری از دیدگاه صاحب‌نظران، مأخذ:

Park, *Cultural Development on the Quayside and Increased Local Tourism: How to Interpret the Relationship between them?*, pp.2-4.

صاحب‌نظران	دیدگاه درباره علل و زمینه‌های ظهور فعالیت‌های مرتبط با فرهنگ و اوقات فراغت در تجدید حیات شهری
(Franco Bianchini, 1994)	تغییرات اجتماعی، اقتصادی، و سیاسی حاصل از گذار از عصر صنعتی به عصر پسا صنعتی
(Sharon Zukin, 1995)	حرکت به سمت اقتصاد خدمات محور در دو دهه آخر قرن بیستم تغییر تلقی از «فرهنگ» از «تنها به عنوان هنر و میراث»، به «دارایی اقتصادی نیز»
(Colin Mercer, 2006)	«چرخش فرهنگی» (cultural turn)- که طی آن به فرهنگ در شهرها توجه می‌شود و شهرها با استفاده از آن رونق می‌گیرند. واکنش شهرها به دو نیروی اصلی جهانی شدن و اقتصاد نوین، و ظهور فرهنگ و اوقات فراغت به منزله یک دارایی ارزشمند در اقتصاد نوین
(Andy Pratt, 2009)	تغییرات اجتماعی و اقتصادی در اواخر قرن بیستم تغییر پایه اقتصادی (economic base) از اقتصاد کارخانه‌ای (manufacturing) به فعالیت‌های خدماتی بیکاری در صنایع و انتقال نیروی کار به بخش خدمات ایجاد تغییرات در جامعه و محیط ساخته‌شده آن در ارتباط با کاربرد فضا و ساختمان‌های میراث صنعتی و مراکز شهری

۲.۲.۲. تأثیرات کاربرست فرهنگ و اوقات فراغت بر ابعاد گوناگون تجدید حیات شهری

تأثیرات کاربرد فعالیت‌های مرتبط با فرهنگ و اوقات فراغت بر جنبه‌های مختلف کالبدی، اجتماعی و اقتصادی- حاصل از رویارویی با مولفه‌های «مکان»، «کسب و کار» و «مردم»- تجدیدحیات عرصه‌های رو به افت شهری را می‌توان به صورت جدول «ت ۷» برشمرد.

۲.۲.۳. الگوهای حاصل از اثرگذاری فرهنگ و اوقات فراغت بر تجدید حیات شهری

ایونس و شاو سه الگوی حاصل از کاربرد و نقش فرهنگ و اوقات فراغت در تجدید حیات شهری را به صورتی که در ادامه شرح آن‌ها می‌آید، معرفی کرده‌اند.^{۴۴} آن‌گونه که بررسی پیشینه مربوط نشان می‌دهد، نام‌گذاری و تعریف این سه گونه، بر اساس سیر گذار زمانی و نوع و میزان تأثیرگذاری فعالیت‌های مرتبط با فرهنگ و اوقات فراغت بر فرایند تجدید حیات شهری انجام شده است:

فرهنگ، اوقات فراغت و تجدید حیات شهری^{۴۵}: در این الگو،

فعالیت‌های فرهنگی و اوقات فراغت به طور کامل با برنامه تجدید حیات شهری یکپارچه نیست، به صورت برنامه‌های جانبی و موازی در نظر گرفته می‌شود و سطح مداخله اغلب کوچک‌مقیاس است؛ مانند یک برنامه هنر همگانی یا تبیین و تفسیر میراث یا موزه تاریخ محلی. در برخی از موارد که سازوکارهای برنامه‌ریزی شده‌ای وجود ندارد، ممکن است خود ساکنان محلی و سازمان‌های فرهنگی برای انجام مداخلاتی مانند برپایی یک کتابخانه، استخدام هنرمندان برای نمایش و اجرا، ساخت مبلمان خیابانی، و ثبت و ضبط تاریخ ناحیه وارد عمل شوند. در گام‌های بعدی، این‌گونه از مداخلات کوچک می‌توانند تأثیراتی بر فرایند تجدید حیات داشته باشند و باعث بهبود تسهیلات و خدمات شوند.

تجدید حیات فرهنگی و اوقات فراغت^{۴۶}: در این گونه، فعالیت‌های فرهنگی و اوقات فراغت، به طور هم‌ارزش با سایر راهبردهای تجدید حیات شهری، با آن‌ها یکپارچه می‌شوند و در کنار دیگر فعالیت‌های اجتماعی، اقتصادی و محیطی قرار می‌گیرند. این‌گونه، به طور تنگاتنگ با مفهوم «برنامه‌ریزی فرهنگی» در ارتباط است. هدف برنامه‌ریزی فرهنگی غلبه بر مشکلات راهبردی- مانند

44. Evans & Shaw, *The Contribution of Culture to Regeneration in the UK: a Review of Evidence*, p. 5.
45. leisure, culture and regeneration
46. leisure & cultural regeneration

ت ۷. تأثیرات فرهنگ و اوقات فراغت بر جنبه‌های گوناگون تجدید حیات شهری، مأخذ: McCarthy, *Encouraging Culture-led Regeneration*, p. 2; Sacco & Blessi, *Urban Regeneration, Culture and Happiness. Bridging Communities through Cultural Policies: A Theoretical Framework*, pp. 2-3; Evans & Shaw, *The Contribution of Culture to Regeneration in the UK: A Review of Evidence*, pp. 9-28; Evans, "Measure for Measure: Evaluating the Evidence of Culture's Contribution to Regeneration", pp.13-14.

تأثیر کاربرست فرهنگ و اوقات فراغت بر تجدید حیات شهری	زمینه‌های تأثیرگذاری فرهنگ و اوقات فراغت	جنبه‌های تجدید حیات
<p>استفاده‌های جدید و تطبیقی از فضاهای باز و ساختمان‌های متروکه و بلااستفاده، با کارکرد نگارخانه، موزه، سینما، کافه، نمایشگاه، و...</p> <p>توسعه ساختمان‌های جدید: برای انجام فعالیت‌های فرهنگی و اوقات فراغت مناسب از قبیل کتابخانه‌های عمومی، نگارخانه‌ها، تئاترها، تالارهای کنسرت و موسیقی، و...</p> <p>توسعه‌های مختلف: استفاده از کاربری‌های فرهنگی و اوقات فراغت در کنار کاربری‌های پشتیبان (مانند سکونت، کسب‌وکارها و خدمات جانبی)، منجر به ایجاد سرزندگی، پویایی، جلب تدریجی سایر کاربری‌ها، نرخ‌های بالاتر قیمت زمین و اجاره‌بها، بازگشت سرمایه و ارتقای محیط کالبدی می‌شود.</p>	ساختمان‌ها و فضاهای باز	تجدید حیات کالبدی (محیطی)، مولفه «مکان» تجدید حیات شهری
<p>ایجاد تمایز، هویت، و تشخیص بافت محلی</p> <p>افزایش مطلوبیت محیطی، افزایش گردشگری، و جلب سرمایه‌گذاری‌های خصوصی</p>	هنر در فضاهای همگانی (هنر همگانی)	
<p>طراحی ایستگاه‌های حمل‌ونقل عمومی و راه‌اندازی نمایشگاه‌ها، نگارخانه‌ها، غرفه‌ها، و... در آن‌ها منجر به پویایی و سرزندگی این ایستگاه‌ها، توسعه حمل‌ونقل عمومی و تشویق سکونت می‌شود.</p>	حمل و نقل شهری	
<p>جلوگیری از تک‌کارکردی شدن مناطق شهری</p>	توسعه فعالیت‌های شبانه	

جنبه‌های تجدید حیات	زمینه‌های تأثیرگذاری فرهنگ و اوقات فراغت	تأثیر کاربست فرهنگ و اوقات فراغت بر تجدید حیات شهری	
تجدید حیات اقتصادی: مؤلفه «کسب و کار» تجدید حیات شهری	رونق اقتصادی	- افزایش ارزش املاک، اجاره‌بها، و دارایی‌های موجود در محدوده	
	مشاغل و کسب و کارها	- افزایش سرمایه‌گذاری، اشتغال‌زایی، فرصت‌های شغلی، و نیروی کار متنوع‌تر (از نظر مهارت، طبقه اجتماعی، جنسیت، و قومیت) - توسعه کسب و کارهای جدید، خرده‌فروشی‌ها و کاربری‌های اوقات فراغت - درگیر نمودن اصناف و شرکت‌ها و کسب و کارها در اقتصاد محلی - افزایش شراکت بخش‌های عمومی، خصوصی، و داوطلبانه	
	گردشگری	- افزایش درآمدهای حاصل از گردشگری - تشویق و حمایت از ایجاد کسب و کارهای خلاق و محلی	
	صنایع فرهنگی و خوشه‌های خلاق	- صرفه‌های اقتصادی حاصل از مقیاس و بازاریابی یکپارچه (Joint marketing) - رشد اقتصادی و اشتغال - خلق فرصت برای مهارت‌ها و کسب و کارهای کوچک محلی - حفظ نیروی کار تحصیل کرده، هنرمند، و خلاق در ناحیه	
	جشنواره‌ها و رویدادها	- افزایش درآمدهای حاصل از برگزاری جشنواره‌ها و رویدادها - توسعه کسب و کارهای محلی	
	هنر همگانی	- افزایش درآمدهای حاصل از گردشگری - افزایش ارزش زمین و املاک - جلب سرمایه‌گذاری‌های خصوصی - ایجاد اشتغال برای طبقه خلاق در قالب گروه‌های طراحی و اجرا	
	فعالیت‌های شبانه	- افزایش درآمد و رونق اقتصادی	
	تجدید حیات اجتماعی: مؤلفه «مردم» تجدید حیات شهری	سرمایه اجتماعی	- افزایش اعتماد به نفس و شور زندگی در ساکنان - افزایش مشارکت مدنی در امور مختلف و بخصوص در برنامه‌های آموزشی - تقویت شبکه‌های اجتماعی و به اشتراک گذاردن دانش و اطلاعات
		هویت و میراث تاریخی و فرهنگی	- حفاظت از میراث و احیای ارزش‌های فرهنگی - شکوفایی و رونق بیشتر فرهنگ محلی - ایجاد تمایز، هویت، و تشخیص محلی - تقویت تصویر ذهنی و حس غرور مکان - افزایش گردشگری فرهنگی
		امنیت اجتماعی	- افزایش امنیت، کاهش تخلفات اجتماعی، و تخریبگری (vandalism) - افزایش رضایتمندی از زندگی
ظرفیت‌سازی فردی و نهادی		- افزایش خلاقیت‌های فردی و گروهی - افزایش سلامت و نشاط - شکل‌گیری سازمان‌های محلی و تقویت سازمان‌های غیررسمی موجود - افزایش شراکت‌های بخش عمومی، خصوصی، و داوطلبانه - درگیر کردن اصناف و شرکت‌ها و کسب و کارها در فرهنگ محلی	

۲.۳.۲. راهبردهای بنیادین در تجدید حیات مبتنی بر فرهنگ و اوقات فراغت

راهبردهای بنیادین و مورد استفاده در تجدید حیات مبتنی بر فرهنگ و اوقات فراغت، مشتمل بر سه دسته کلی هستند. در یک برنامه تجدید حیات شهری موفق، باید ترکیبی از این سه گونه با یکدیگر به کار گرفته شوند. زیرا این راهبردها مبتنی بر مکان هستند و بنابراین، تولیدی که منجر به تجدید حیات کالبدی، اجتماعی، و اقتصادی شود باید به مصرف و حضور مصرف‌کنندگان، گردشگران، و بازدیدکنندگان از محل بیانجامد. راهبردهای تولید و مصرف به عنوان راهبردهای بنیادین و راهبرد سوم نیز مکملی بر دو راهبرد دیگر محسوب می‌شود.

الف) تولید فرهنگی و اوقات فراغت:^{۴۷} راهبرد تولید فرهنگی و اوقات فراغت، با ساخت و عرضه اشیا، کالاها، و خدمات مرتبط با فرهنگ و اوقات فراغت ارتباط دارد. در این راهبرد، صنایع خلاق یا فرهنگی به عنوان تولیدکننده‌های فرهنگی، محور و مبنا قرار می‌گیرند و فعالیت‌های مرتبط با اوقات فراغت نیز به منزله فعالیت‌های پشتیبان، به عرضه خدمات مرتبط می‌پردازند.^{۴۸}

این راهبرد می‌تواند به سه گونه «تولیدات عمده فرهنگی»-

مانند فعالیت‌های مرتبط با چاپ و انتشارات، تولیدات صوتی و بصری، ابزارآلات موسیقی، تجهیزات ورزشی، انیمیشن، اسباب‌بازی، هنر، و... «خرده‌فروشی فرهنگی»- شامل فروش محصولات فرهنگی، و «خدمات فرهنگی و اوقات فراغت»- مانند فعالیت‌های مرتبط با کتابخانه‌ها و موزه‌ها، مراکز رادیو و تلویزیون، هنرهای نمایشی و تئاتر، تیم‌های ورزشی، شرکت‌های هنری و گردشگری، پارک‌ها و مکان‌های گذران اوقات فراغت، دانشکده‌های هنری، و... نمود یابد.^{۴۹}

ب) مصرف فرهنگی و اوقات فراغت: این گونه از راهبردها برای جذب گردشگران و مصرف‌کنندگان، عموماً با سرمایه‌گذاری در برخی از تولیدات فرهنگی و اوقات فراغت پشتیبانی می‌شوند. در این مدل، مسئولان شهری سعی در توسعه یک تصویر سرزنده

مشکلات فضایی (مرکز شهر در برابر حومه‌گرایی و خطر اعیانی‌سازی)، مشکلات توسعه اقتصادی (مصرف در برابر تولید)، و مشکلات مربوط به بودجه فرهنگی (توسعه کالبدی، فعالیت‌ها و شبکه‌های انسانی)- با استفاده از سیاست‌گذاری فرهنگی است.^{۴۷}

- تجدید حیات مبتنی بر فرهنگ و اوقات فراغت:^{۴۸} در این الگو، فعالیت‌های مرتبط با فرهنگ و اوقات فراغت به عنوان تسهیل‌گر^{۴۹} و موتور تجدید حیات در نظر گرفته می‌شوند. به بیان دیگر، این فعالیت‌ها، محرک اولیه و اصلی برای احیای یک عرصه رو به افت و دارای قابلیت هستند و راهبردهای مبتنی بر فرهنگ و اوقات فراغت پیش‌برنده فرایند تجدید حیات محسوب می‌گردند. این فعالیت‌ها بیشتر نمود همگانی دارند و از آن‌ها به عنوان نشانه‌های تجدید حیات یاد می‌شود و ممکن است شامل طراحی، ساخت، و استفاده مجدد از ساختمان‌ها برای کاربری‌های فرهنگی و اوقات فراغت همگانی، احیای فضاهای باز، برگزاری جشنواره‌ها، یا تدوین برنامه‌هایی برای لقب‌دار کردن مجدد^{۵۰} یک مکان باشد.

۲.۳.۳. معرفی مفهوم «تجدید حیات مبتنی بر فرهنگ و اوقات فراغت»^{۵۱}

همان‌گونه که در بند پیشین آورده شد، این الگو نسبت به دو الگوی دیگر، الگویی یکپارچه و جامع است که فرهنگ و اوقات فراغت در آن نقش محوری دارند و پایه فرایند تجدید حیات شهری هستند و سایر اقدامات توسعه‌ای با تأثیر بر و تأثر از آن‌ها صورت می‌گیرند. برای شناخت بهتر این مفهوم، ابتدا با مروری بر تعاریف پایه، به معرفی راهبردهای اصلی و عناصر تجدید حیات مبتنی بر فرهنگ و اوقات فراغت پرداخته می‌شود.

۲.۳.۱. مروری بر مفاهیم پایه

«ت ۸»، با استفاده از ادبیات موجود، گزیده‌ای از مفاهیم و تعاریف پایه مفهوم تجدید حیات مبتنی بر فرهنگ و اوقات فراغت را نشان می‌دهد.

47. Deffener, *ibid*, pp. 160-61.

48. leisure & culture-led regeneration

49. catalyst

50. rebranding

51. leisure & culture-led regeneration

52. leisure and cultural production

53. Montgomery, *ibid*, p. 297.

54. W. Wu, "Cultural Strategies in Shanghai: Regenerating Cosmopolitanism in an era of Globalization", p. 167.

تعاریف	مفاهیم پایه
شامل فعالیت‌های مرتبط با فرهنگ و اوقات فراغت مانند هنر و رسانه، کتابخانه‌ها، موزه‌ها، میراث و گردشگری فرهنگی، و مسائلی از این دست است. این فعالیت‌ها به دو شیوه گوناگون «تولید فرهنگی و اوقات فراغت» و «مصرف فرهنگی و اوقات فراغت» انجام می‌شوند (Evans & Shaw, <i>The Contribution of Culture to Regeneration in the UK: a Review of Evidence</i> , p. 4).	فعالیت‌های فرهنگی و اوقات فراغت
فعالیت‌هایی گفته می‌شود که در خصوص ساخت و تولیدات (عمده و خرده‌فروشی) اشیاء و کالاها، و خدمات مرتبط با فرهنگ و اوقات فراغت باشد (Montgomery, <i>Cultural Quarters as Mechanisms for Urban Regeneration. Part I: Conceptualising Cultural Quarters</i> , p. 297).	تولید فرهنگی و اوقات فراغت (leisure and cultural production)
«بعدی از حیات فرهنگی است که در آن انتقال فرهنگ از زمانی که به صورت یک کالا یا خدمات درمی‌آید، تا مصرف آن را دربر می‌گیرد» (مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران، شهر، مصرف فرهنگی و تحلیل نسلی: مطالعه‌ای در شهر تهران، ص ۱۴). «فرهنگ به دو شیوه مختلف مصرف می‌شود: «مستقیم و غیرمستقیم» (live & mediated): نخست، شیوه مستقیم یا سنتی: با توجه به عملکردی بازدید از سایت یا ساختمانی مشخص که موضوعات فرهنگی در آن به نمایش گذارده شده است. دوم، شیوه غیرمستقیم: بیشتر در جوامع امروزی وجود دارد و با استفاده از رسانه‌ها مانند تلویزیون، رادیو، فیلم، سی‌دی و دی‌وی‌ها و اینترنت- رخ می‌دهد.» (URBACT Culture Network, <i>Culture & Urban Regeneration: The Role of Cultural Activities & Creative Industries in The Regeneration of European Cities</i> , p.3).	مصرف فرهنگی و اوقات فراغت (leisure and cultural consumption)
«صنایع خلاق» و «صنایع فرهنگی» اغلب معادل یکدیگر به کار می‌روند. «صنایع فرهنگی با استفاده از خلاقیت، دانش فرهنگی، و سرمایه‌های ذهنی به تولید کالاها و خدماتی با مضمون فرهنگی و اجتماعی می‌پردازند. به بیان دیگر، از طریق بهره‌برداری از دارایی‌های فرهنگی (cultural assets) و تولید کالاها و خدمات دانش‌بنیان، پتانسیل ایجاد سرمایه و درآمد را دارند» (UNIDO, <i>Creative Industries and Micro & Small Scale Enterprise Development: A Contribution to Poverty Alleviation</i> , p.14).	صنایع خلاق / فرهنگی (creative/cultural industries)
«یک خوشه فرهنگی، گروهی از صنایع فرهنگی هستند که از طریق مصرف‌کنندگان، تولیدکنندگان، و ارتباطات متقابل به یکدیگر متصل هستند و باعث بهبود صرفه‌های حاصل از تجمع و رقابت می‌شوند. یک خوشه فرهنگی موفق شامل تناسبی از مؤسسات و واحدهای تجاری محلی و صادرات است» (Montgomery, <i>Cultural Quarters as Mechanisms for Urban Regeneration. Part I: Conceptualising Cultural Quarters</i> , p. 299).	خوشه‌های فرهنگی (cultural clusters)
«اقتصاد فرهنگی، هم‌پوشانی بین اقتصاد و فرهنگ را در مجموعه گسترده‌ای از فعالیت‌های خلاقانه از قبیل موسیقی، فیلم، نمایش و تئاتر، هنر، طراحی، و رسانه تعریف می‌کند» (Freestone & Gibson, <i>City Planning and the Cultural Economy</i> , p.2).	اقتصاد فرهنگی (cultural economy)
پروژه و ساختمان‌های نوآورانه یا مشهوری، که نشان‌دهنده دوره، سبک، یا نهضت خاصی هستند، به عنوان پروژه و ساختمان‌های نمادین- یا به طور خلاصه نماد- شناخته می‌شوند. در این نمادها، تأکید بر طراحی منحصر به فرد، حیرت‌انگیزی، و شگفت‌آوری، قابلیت دیده شدن در خصوص بافت اطراف و خاطره‌انگیزی (imageability) است (Smith & Strand, <i>Oslo's New Opera House: Cultural Flagship, Regeneration Tool or Destination Icon?</i> , pp.95-97).	ساختمان‌های نمادین و پروژه‌های پرچمی (symbolic buildings and flagship projects)
«فضاسازی» به «تقویت و پرورش اجتماعات محلی خلاق، با استفاده از آفرینش فضاهای قابل‌استطاعت و پایدار» گفته می‌شود. همچنین به «توسعه مکان‌های پویا به کمک برقراری ارتباط با بوم‌شناسی منابع فرهنگی و خلاق در اجتماعات محلی»، «مکان‌سازی» گفته می‌شود (Artscape, <i>Space-making in Culture-led Regeneration</i> , p.3).	فضا/مکان‌سازی (space/place-making)
به اتخاذ راهبردهایی برای مناسب‌سازی یک عرصه یا کل شهر برای فعالیت‌های خاص، به منظور تبلیغ شهر به منزله یک موقعیت دارای مزایای رقابتی برای سرمایه‌گذاران، خلق فرصت‌هایی برای ایجاد تقاضای سرمایه‌گذاری، و بهبود «تصویر شهر» نزد ساکنان و افزایش غرور مدنی و احساس تعلق به آن گفته می‌شود (Smyth, <i>Marketing the City: The Role of Flagship Development in Urban Regeneration</i> , pp.21-22).	بازاریابی مکان / شهر (city/place marketing)

ت ۸. مفاهیم پایه در تجدید حیات مبتنی بر فرهنگ و اوقات فراغت، مأخذ: نگارندگان.

و پررونق از شهر دارند که برای افراد مختلف، طبقه متوسط، و کارکنان «صنایع دانش‌بنیان»^{۵۵} یا فناوریانه جذاب باشد. در این راهبرد نیز، فعالیت‌های فرهنگی به عنوان اصل و مبنا، و فعالیت‌های مرتبط با اوقات فراغت به عنوان پشتیبان مطرح می‌شوند. سرمایه‌گذاری در توسعه زیرساخت‌های فرهنگی نمادین و میزبانی رویدادهای فرهنگی یا ورزشی (مانند بازی‌های المپیک، جشنواره‌ها، یا پایتخت‌های فرهنگی اروپا) از نمونه‌های اجرای این راهبرد است.^{۵۶}

پ) برنامه‌های مشارکتی اجتماعات محلی^{۵۷}: راهبرد سوم بر تجدید حیات شهری در یک فرایند از پایین به بالا تأکید دارد که در آن اجتماعات محلی دارای نقشی بیش از مصرف‌کنندگان انفعالی هنرهای رسمی و برنامه‌ریزی شده می‌شوند. این مدل مشارکتی دارای مزایایی از قبیل ارتقای انسجام اجتماعی، بهبود تصویر محلی، افزایش شراکت بخش عمومی- خصوصی، تقویت هویت و چشم‌انداز آینده، افزایش شکل‌گیری سازمان‌های محلی، و... است. اما این راهبرد محدودیت‌های ویژه‌ای دارد، از جمله اینکه این برنامه‌های هنری می‌توانند جنبه‌های نرم‌افزاری تجدید حیات شهری- مانند تقویت «سرمایه اجتماعی»^{۵۸} و «حس اجتماع محلی»^{۵۹}- را پوشش دهند، اما نمی‌توانند جنبه‌های

سخت‌افزاری آن- از قبیل توسعه کالبدی و تسهیلات شهری مورد نیاز- را تأمین کنند. از این رو باید در ارتباط و در کنار دو مدل دیگر استفاده شود.^{۶۰}

۲.۳.۳. عناصر و عوامل کاربردی در راهبردهای تجدید حیات مبتنی بر فرهنگ و اوقات فراغت

اجزا و عناصر متفاوتی که ممکن است یک یا چند مورد از آن‌ها- متناسب با خصوصیات و قابلیت‌های موجود عرصه‌های رو به افت- در تجدید حیات شهری مبتنی بر فرهنگ و اوقات فراغت به کار گرفته شوند، به طور کلی شامل این موارد هستند:

- صنایع خلاق: امروزه بسیاری از شهرها به دنبال رونق و شکوفایی «صنایع خلاق» به منزله پایه توسعه اقتصادی و اجتماعی خود در عصر پسا صنعتی هستند. این صنایع نه تنها توانایی تجدید حیات عرصه‌های رو به افت مراکز شهری را در هر دو بخش فرهنگی و اقتصادی دارند، بلکه می‌توانند با پروژه‌های تجدید حیات اجتماعات محلی نیز ترکیب شوند.^{۶۱} در جدول «ت ۹» ویژگی‌های صنایع خلاق و مفاهیم مرتبط با آن آمده است.

- ساختمان‌های نمادین و پروژه‌های پرچمی: در فرایند تجدید

مفاهیم	عناصر	ویژگی‌های اساسی	دلیل اهمیت یافتن	کارکرد
صنایع خلاق	معماری، هنر، بازارهای عتیقه، پیشه‌ها، مد، نرم‌افزارها، موسیقی، هنرهای نمایشی، انتشارات، تبلیغات، رسانه و ...	- بهره‌برداری از سرمایه‌های ذهنی، استعداد، مهارت، خلاقیت فردی، ایده‌ها، و ابتکارات با کارکرد منبع اصلی تولید ارزش افزوده، رفاه، و اشتغال‌زایی	- اقتضات اجتماعی و اقتصادی شهرها در عصر پسا صنعتی و عصر اطلاعات	- تجدید حیات کالبدی و اقتصادی عرصه‌های رو به افت مراکز شهری
شهر خلاق	- صنایع خلاق - طبقه خلاق	- خلاقیت مکان پایه به منزله منبع اساسی و بنیادین رشد اقتصادی شهر - شهرهای جذاب برای زندگی و آموزش طبقه خلاق، عمدتاً دارای یک مرکز شهری قدیمی و اصیل با حس مکان، باشگاه‌های مختلف محلی، کافه‌ها، فروشگاه‌ها، دانشگاه، و ...	- اهمیت یافتن «اقتصاد دانش» (knowledge economy) - «فرهنگی‌سازی اقتصاد» (culturalisation of economy)	- تجدید حیات اجتماعات محلی
طبقه خلاق	دانشمندان، مهندسان، محققان، دانشگاهی، هنرمندان، و پیشه‌وران	- نیروی محرکه توسعه «شهرهای خلاق» - افراد و نهادهای شاغل در صنایع خلاق		



عملکردی و تک‌کارکردی حاصل از دوران صنعتی و مدرن، منجر به استفاده کمتر از فضای مراکز شهری، کاهش سرزندگی، کاهش امنیت برای صاحبان کسب‌وکار، کارمندان و ساکنان، کاهش سرمایه‌گذاری، و کاهش حضور بازدیدکنندگان در این عرصه‌ها شده است. رویکرد «شهر ۲۴ ساعته» که برای احیای مراکز شهری توسعه یافت، بسیار مرتبط با مقوله «امنیت» و زندگی‌بخشی به اقتصاد شبانه است. از جمله راهبردهای این هدف، شامل پیشنهاد گستره وسیع‌تری از کارکردهای شبانه، افزایش دوره فعالیت‌ها، بهبود دسترسی به مرکز شهر همراه با تدارک حمل‌ونقل عمومی امن و پارکینگ‌های موردنیاز، بهبود کارکردهای مسکونی و اشتغال، گسترش بازارهای درونی، و افزایش امنیت برای زندگی‌بخشی به مرکز شهر در طول شبانه‌روز است.^{۷۰}

- گردشگری شهری و میراثی^{۷۱}: ارتقای فعالانه گردشگری تجاری شهری^{۷۲}، گردشگری مرتبط با رویدادها و ورزش^{۷۳}، و توسعه جاذبه‌های جدید مبتنی بر اوقات فراغت و میراث فرهنگی- مانند بازدید از مناظر، نگارخانه‌ها و موزه‌ها، تئاترها و کنسرت‌ها، رستوران‌ها، و باشگاه‌ها- منجر به شکل‌گیری مکان‌هایی شده است که توسعه این صنعت جدید در آن‌ها، به باززنده‌سازی اقتصادهای محلی و منطقه‌ای می‌انجامد. گردشگری شهری و میراثی که مرتبط با «اقتصاد فرهنگی»، «اوقات فراغت»، و «شهر ۲۴ ساعته» است، به منزله شکل جدیدی از فعالیت در اواخر قرن بیستم ظهور یافت.

«گردشگری شهری» شامل گردشگری تجاری، گردشگری مرتبط با رویدادها، و به طور کلی اوقات فراغت است که در آن شهرها به عنوان جاذبه و مقصد اصلی گردشگری در دوران پساصنعتی مطرح می‌شوند. «گردشگری میراثی و فرهنگی» نیز جزئی از اقدامات ابتکاری گسترده‌تر در زمینه تجدید حیات شهری است که با اوقات فراغت و فرهنگ و میراث تاریخی مرتبط است. هدف این نوع گردشگری، باززنده‌سازی بخش‌های

حیات شهرها، معمولاً از ساختمان‌های نمادین و پروژه‌های فرهنگی پرچمی- شامل مجموعه ساختمان‌ها و تسهیلات فرهنگی و اوقات فراغت که با ویژگی‌ها و اشکال خاص خود به عنوان پیشرو و محرک توسعه‌های مرتبط، استفاده می‌شود. «موزه گونهایم در بیلباتو، تیت مدرن در لندن، لوری سالفورد کوایز، و دیزنی کانسرت هال در لس آنجلس»^{۶۲} نمونه‌های معروفی از ساختمان‌های نمادین هستند.^{۶۳}

- رویدادها و جشنواره‌های شهری^{۶۴}:

رویدادهای بزرگ برای لقب‌دار کردن مکان در سطح شهری، منطقه‌ای، ملی، و بین‌المللی، می‌توانند به شیوه‌های گوناگون به عرضه و نمایش مسائل متنوعی از قبیل سرمایه‌های فرهنگی موجود در اجتماع محلی، توسعه نمایشگاه‌ها و بازارهای محلی، همایش‌های علمی و هنری، رویدادهای ورزشی، و... بپردازند.^{۶۵}

جشنواره‌های شهری نیز، به عنوان مولدهای اقتصادی تجدیدحیات شهری، با تأثیر بر یادگیری و آموزش رسمی و غیررسمی اجتماع محلی در جریان مشارکت در آن‌ها، علاوه بر پتانسیل‌های اقتصادی دارای پتانسیل‌های فرهنگی و اجتماعی هستند و چونان رویدادی «همه‌شمول»^{۶۶} - فارغ از هر طبقه اجتماعی، قومی، نژادی، و جنسیتی- مطرح هستند.

در تجدید حیات مبتنی بر فرهنگ و اوقات فراغت، رویدادها و جشنواره‌های شهری در پی بهبود تصویر شهر و اشتغال‌زایی در بخش خدمات مرتبط با اوقات فراغت هستند، اغلب در مناطق فرهنگی و عرصه‌های مرکزی شهرها توسط نهادهای شهری و از بالا به پایین توسعه می‌یابند و دارای کارکردهایی از قبیل توسعه گردشگری و ارتقای مکان‌ها، توسعه اقتصاد مبتنی بر تفریحات، هنر و اوقات فراغت، توسعه اقتصاد شبانه‌روزی، و تأثیر بر یادگیری و آموزش رسمی و غیررسمی اجتماعات محلی هستند.^{۶۷}

- اقتصاد شبانه^{۶۸} / شهر ۲۴ ساعته^{۶۹}: جدایی‌گزینی‌های

58. social capital

59. sense of community

60. Binns, *ibid*, p. 6.61. Tallon, *ibid*, p. 20.

62. The Guggenheim Museum in Bilbao, Tate Modern on the South Bank of the Thames in London, The Lawry Salford Quays & Disney Concert Hall in Los Angeles.

63. Evans & Shaw, *Literature Review: Culture and Regeneration*, p. 2.

64. urban festivals & events

65. S.G. Dundar, "Rise of Culture & Fall of Planning in Izmir, Turkey", p. 54.

66. Inclusive

67. Tallon, *ibid*, pp.229-231; Evans, "Measure for Measure: Evaluating the Evidence of Culture's Contribution to Regeneration", pp. 5-7.

68. evening/ night-time economy

69. 24-hours city

70. Tallon, *ibid*, pp. 231-235, 237.

71. heritage & urban tourism

72. urban business tourism

73. sport & event-related tourism

دارند.^{۷۶} در واقع، توسعه مناطق فرهنگی، جامع‌ترین ابزار کاربردی تجدید حیات مبتنی بر فرهنگ و اوقات فراغت است و به طور ضمنی، سایر عناصر این‌گونه از تجدید حیات را نیز در خود دارد. سیاست مناطق فرهنگی غالباً در عرصه‌هایی به کار گرفته می‌شود که «یک توده مهم و حیاتی»^{۷۷} از فعالیت‌های مرتبط با فرهنگ در آنجا باشد. یک منطقه فرهنگی، با عرصه‌ای متمایز و- از نظر فضایی- محدود تعریف می‌شود که در قیاس با عرصه‌های دیگر، دارای تمرکز بالاتری از قابلیت‌های فرهنگی است. شاخصه‌های کلیدی مناطق فرهنگی، مرتبط با عوامل کالبدی آن‌ها- از قبیل مرکزیت در شهر و درجه بالایی از ساختمان‌های میراثی، فرهنگی، و اختلاط کاربری‌ها- است، به طوری که این امر بر شکل‌گیری و تقویت هویت و تشخیص محلی نیز تأثیر می‌گذارد.^{۷۸}

عناصر و ویژگی‌های مورد نیاز در آفرینش مناطق فرهنگی، در جدول «ت ۱۰» جمع‌بندی شده است.

تاریخی شهرها، مانند کناره‌های آب، اسکله‌ها، مکان‌های مذهبی، و مراکز شهری است.

در یک برنامه تجدید حیات مبتنی بر فرهنگ و اوقات فراغت، گردشگری شهری و میراثی کارکردهایی از قبیل تولید درآمد، ایجاد اشتغال و سرمایه‌گذاری مجدد در چرخه صحیح رشد و توسعه، توسعه اقتصاد محلی، سرمایه‌گذاری در زمینه افزایش مطلوبیت محیطی، افزایش شمار بازدیدکنندگان و جمعیت‌پذیری مجدد، توسعه اجتماع محلی، ارتقای غرور مدنی، و آفرینش تصویر جدید و مثبت از ناحیه دارد.^{۷۴}

۴.۲. آفرینش «مناطق فرهنگی»^{۷۵}: رویکردی جامع در تجدید حیات مبتنی بر فرهنگ و اوقات فراغت

بیشتر تجربیات موفق تجدید حیات مبتنی بر فرهنگ و اوقات فراغت در مراکز شهرها، بر مفهوم «مناطق فرهنگی» تمرکز

74. Tallon, ibid, pp. 238-239.
75. cultural quarters

۷۶. از جمله:

Glasgow: European Capital of Culture (ECOC) 1990; cultural quarter of Eastside in Birmingham; Liverpool: ECOC 2008; cultural quarter of Dublin's Temple Bar; Milwaukee's Cultural Development Program; Istanbul: ECOC 2010.

77. a critical mass

78. Tallon, ibid, pp. 226-28;

J. McCarthy, "Promoting Image and Identity in 'Cultural Quarters': the Case of Dundee", pp. 1-2.

ت ۱۰. ویژگی‌های مناطق فرهنگی، مأخذ:

Montgomery, "Cultural Quarters as Mechanisms for Urban Regeneration. Part I: Conceptualising Cultural Quarters", pp. 294-300; Tallon, *Urban Regeneration in the UK*, pp. 226-28. ; McCarthy, "Promoting Image and Identity in 'Cultural Quarters': the Case of Dundee", pp. 1-2. ; Evans & Shaw, *Literature Review: Culture and Regeneration*, p. 6.

کارکرد	ویژگی‌ها	راهبرد غالب	عناصر اولیه
وجود فعالیت‌های فرهنگی و اوقات فراغت منجر به جذب سایر فعالیت‌های اقتصادی، برهم‌کنش و تمرکز فضایی بیشتر، صرفه‌های حاصل از تمرکز، افزایش مطلوبیت محیطی، و تجدید حیات اقتصادی، اجتماعی، و کالبدی می‌شوند.	تنوع و اختلاط کاربری‌های اولیه و ثانویه - وسعت و تنوع رویدادها و فعالیت‌های فرهنگی و اوقات فراغت - وجود اقتصاد شبانه‌روزی و کوچک‌مقیاس - وجود شرکت‌ها و کسب‌وکارهای خلاق - وجود تسهیلات آموزشی و کارآموزی	تولید فرهنگی (مانند صنایع خلاق) در ترکیب با مصرف فرهنگی (مانند گردشگری و تفریحی پذیرایی)	- عرصه‌ای متمایز و از نظر فضایی محدود - یک توده مهم و حیاتی از فعالیت‌های مرتبط با فرهنگ و قابلیت‌های فرهنگی - وجود یک هویت خاص و تشخیص محلی قوی
	بافت شهری ریزدانه - تنوع و قابلیت انطباق ساختمان‌های موجود با کاربری‌های جدید - نفوذپذیری و خوانایی - الگوهای متنوع حرکت و دسترسی، بخصوص به صورت پیاده - فضاهای عمومی هم‌پایند، طراحی شده، و مطلوب - عرصه‌های عمومی و پیش‌خان‌های تجاری فعال		حس تاریخ، اصالت و هویت مکان - قابلیت درک و شناخت - سبک و تشخیص طراحی



۲.۵. ارائه یک گونه‌بندی از «منابع فرهنگی و اوقات فراغت» در برنامه آفرینش مناطق فرهنگی

فرهنگی و اوقات فراغت مورد استفاده در برنامه آفرینش یک منطقه فرهنگی در عرصه‌ای رو به افت شهری را می‌توان بر اساس «مؤلفه‌های سه گانه فرم، فعالیت، و معنا»^{۸۰} به صورت جدول «ت ۱۱» برشمرد.

بر اساس مباحث پیشین، «منابع ملموس و ناملموس»^{۷۹}

کارکرد	نمودها	گونه‌بندی و اشکال منابع	
<p>79. tangible and intangible resources</p> <p>۸۰. نک: Montgomery, ibid, pp. 295-302.</p>	<p>– مسابقات طراحی و عکاسی</p> <p>– جشنواره‌های موسیقی و فیلم، گل و گیاه، مد و لباس، و...</p> <p>– جشنواره‌های فرهنگ و هنرهای قومی</p> <p>– نمایش‌ها و هنرهای خیابانی</p> <p>– گردهمایی‌های فرهنگی، علمی، و دانشگاهی</p> <p>– رویدادهای ورزشی</p>	<p>رویدادهای موقت و دائمی تصویرساز</p>	<p>ناملموس (فعالیت / معنا)</p>
	<p>– هنر و صنایع دستی محلی</p> <p>– کافه‌های محلی</p> <p>– موسیقی محلی</p> <p>– کتابخانه‌ها و انتشارات</p>	<p>فعالیت‌های فرهنگی (صنایع فرهنگی/خلاق)</p>	
	<p>– برنامه‌های آموزش هنرهای محلی</p> <p>– برنامه‌های کارآموزی برای ایجاد کسب‌وکارهای کوچک محلی</p> <p>– تورهای کوتاه‌مدت برای معرفی آثار تاریخی و هنری</p>	<p>سیستم آموزش محلی</p>	
	<p>– سبک معماری میراثی و محلی</p> <p>– تاریخ، داستان‌ها و افسانه‌های محلی</p> <p>– سازمان‌های مردم‌نهاد و داوطلبانه</p> <p>– گردهمایی‌های مذهبی</p> <p>– هنجارهای محلی</p>	<p>هنجارها، دانش و شبکه محلی</p>	
<p>ت ۱۱. گونه‌بندی منابع فرهنگی و اوقات فراغت، نمودها و کارکردهای آن‌ها در یک برنامه آفرینش منطقه فرهنگی، مأخذ: Dundar, "Rise of Culture & Fall of Planning in Izmir, Turkey", pp. 53-54; Lin & Hsing, "Culture-led Urban Regeneration and Community Mobilisation: The Case of the Taipei Bao-an Temple Area, Taiwan", p. 1321; Freestone & Gibson, "City Planning and the Cultural Economy", p. 5; Evans & Shaw, Literature Review: Culture and Regeneration, pp. 2-4.</p>	<p>– افزایش مطلوبیت محیطی</p> <p>– معرفی ساختمان‌ها و فضاهای تاریخی، و سنتی و مذهبی</p> <p>– افزایش گردشگری و درآمد</p>	<p>ساختمان‌های نمادین</p> <p>– ساختمان‌ها با کاربری‌های شاخص و سبک‌های خاص معماری</p> <p>– ساختمان‌های تاریخی و میراثی</p> <p>– ساختمان‌های مذهبی و سنتی مانند مساجد، امامزاده‌ها، تکایا، و کلیساها</p>	<p>ملموس (فرم)</p>
	<p>– محرک توسعه در یک ناحیه دارای افت شهری</p> <p>– آفرینش تصویر مثبت از ناحیه</p> <p>– جذب فعالیت‌های اقتصادی و سرمایه‌گذاری بیشتر</p> <p>– ارتقای کیفیت زندگی</p> <p>– افزایش امنیت و کاهش جرایم</p>	<p>– توسعه خوشه‌های خلاق</p> <p>– مرمت و حفاظت بناهای تاریخی و میراثی شامل ساختمان‌ها، بدنه‌ها، محورها، و محدوده‌های ارزشمند تاریخی و میراثی</p> <p>– توسعه‌های جدید در ساختمان‌ها و سایت‌های متروکه</p>	
	<p>– به منزله زمینه‌هایی برای پشتیبانی از موارد بالا و افزایش مطلوبیت محیطی</p>	<p>– توسعه پارک‌ها و فضاهای باز</p> <p>– هم‌پیوندسازی فضاهای عمومی</p> <p>– پیاده‌راه‌سازی</p>	

۳. معرفی چارچوب مفهومی آفرینش مناطق فرهنگی در عرصه‌های رو به افت مراکز شهری

۱.۳. ارائه مدل مفهومی عرصه‌های رو به افت مرکز شهری با قابلیت آفرینش مناطق فرهنگی همان‌گونه که در نمودار «ت ۱۲» دیده می‌شود، سه عنصر مورد نیاز برای آفرینش مناطق فرهنگی در تناظر با عناصر موجود در یک عرصه مرکز شهری قرار دارند. در واقع عرصه‌های رو به افت مراکز شهری، عرصه‌هایی با قابلیت ایجاد مناطق فرهنگی هستند.

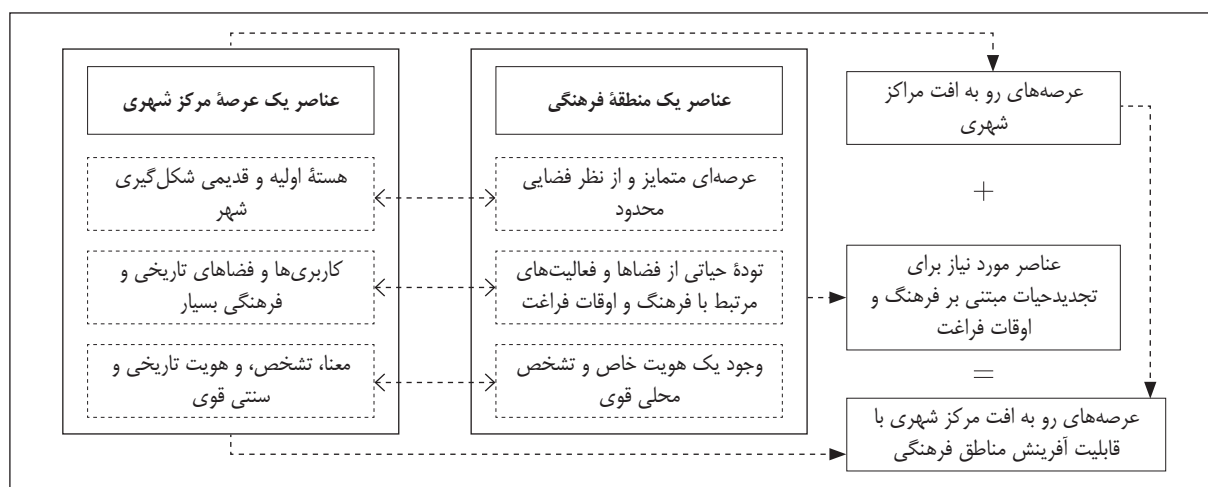
۲.۳. ارائه مدل مفهومی معیارها^{۸۱} و نشانگرها^{۸۲} آفرینش مناطق فرهنگی در یک عرصه مرکز شهری

با توجه مباحث مطرح در اصول مفهوم تجدید حیات مرکز شهر در جدول «ت ۵»، عناصر و عوامل کاربردی در مفهوم تجدید حیات مبتنی بر فرهنگ و اوقات فراغت، و گونه‌بندی منابع فرهنگی و اوقات فراغت مورد استفاده در آفرینش مناطق فرهنگی، مدل مفهومی معیارها و نشانگرهای محتوایی و رویه‌ای آفرینش مناطق فرهنگی در یک عرصه مرکز شهری - به تفکیک مؤلفه‌های سه‌گانه فرم، کارکرد و فعالیت، و معنا - به صورت نمودار «ت ۱۳» ارائه می‌شود.

۴. جمع‌بندی

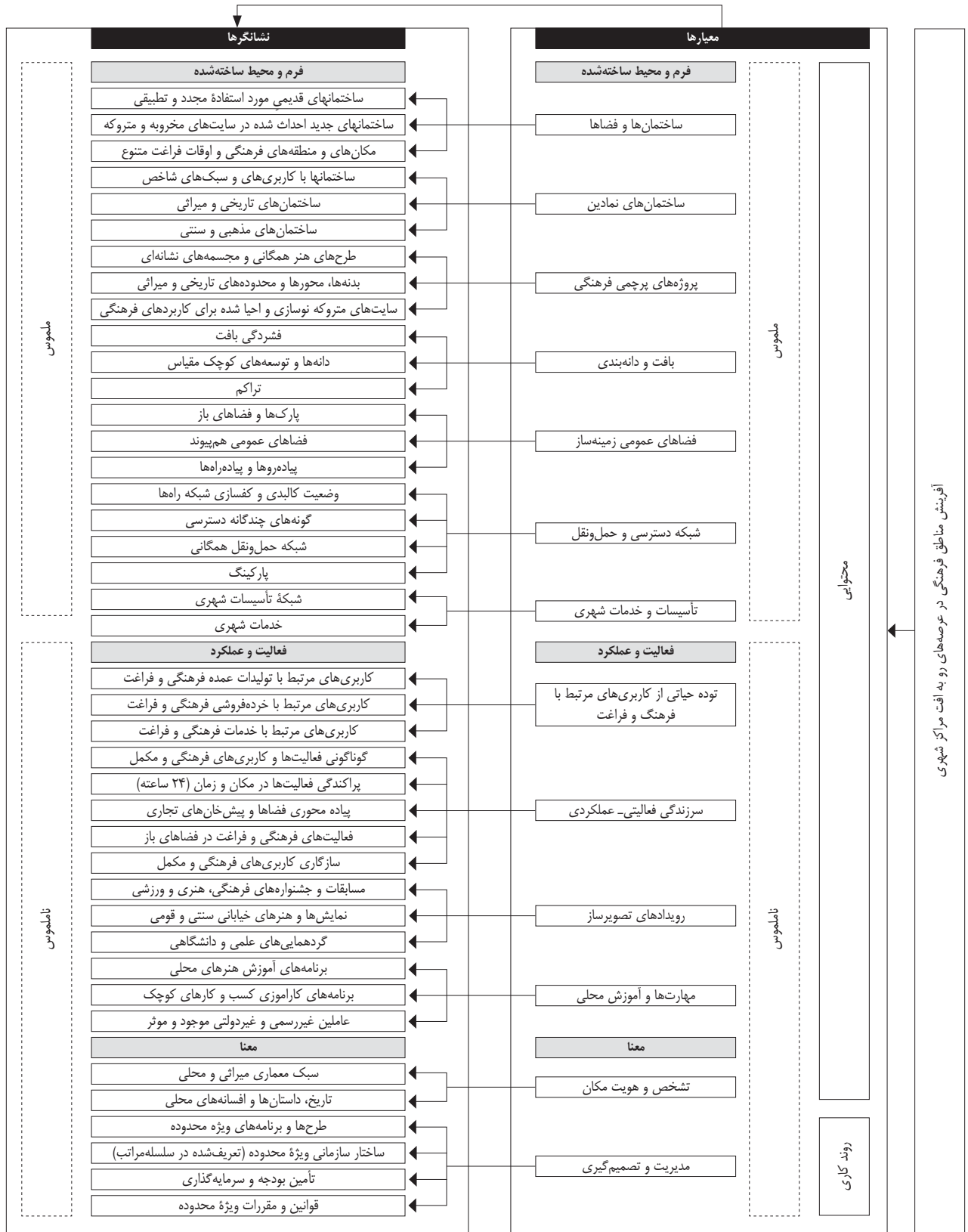
عرصه‌های مرکزی شهرها، این هسته‌های ارزشمند اولیه و تاریخی - میراثی شهرها، از اواخر دهه ۱۹۷۰ تا کنون، در نتیجه روندها و فرایندهای حومه‌نشینی و شهرنشینی معکوس ناشی از توسعه حمل‌ونقل در عصر صنعتی، تغییرات ساختار بازارها و تمرکز اقتصادی^{۸۳} در عصر پسا صنعتی و جهانی شدن، و تقاضاهای جدید ناشی از نیروهای مؤثر بر تغییر سبک زندگی و جوامع، به مشکلات متعددی به لحاظ کالبدی، اجتماعی، و اقتصادی مبتلا شده‌اند.

همچنین هم‌زمان با عصر پسا صنعتی و ظهور اقتصاد فرهنگی و مبتنی بر گذران اوقات فراغت، توجه به فعالیت‌های مرتبط با این دو حوزه، محرک توسعه اقتصادی شهرها و بخشی از جنبش جدید در شهرهایی شده است که به دنبال رونق، شکوفایی، و ارتقای موقعیت رقابتی^{۸۴} خود در عرصه‌های مختلف هستند. در چنین شهرهایی، فعالیت‌های فرهنگی و اوقات فراغت با کارکرد محرک توسعه در بخش‌های مختلف تجارت و کسب‌وکار، منبعی برای تقویت گردشگری، میزبانی رویدادها و افزایش شهرت و اعتبار شهری، وسیله‌ای برای ایجاد هویتی مشترک و غنی، ایجاد غرور مکان^{۸۵}، درک اجتماعی، کمک به



- 81. criteria
- 82. indicators
- 83. economic concentration
- 84. competitive position
- 85. pride of place

ت ۱۲. مدل مفهومی عرصه‌های رو به افت مرکز شهری با قابلیت ایجاد مناطق فرهنگی، مأخذ: نگارندگان، بر مبنای ادبیات پژوهش.



آفرینش مناطق فرهنگی در عرصه‌های رو به افق مراکز شهری

در عرصه‌های مرکزی شهرها، از سوی دیگر است.^{۸۹} یک برنامه تجدید حیات مبتنی بر فرهنگ و اوقات فراغت، از عناصر و عوامل گوناگونی بهره می‌گیرد که از این میان توسعه «مناطق» یا «خوشه‌های» فرهنگی، جامع‌ترین ابزار کاربردی این‌گونه از تجدید حیات است که به طور ضمنی، سایر عناصر و عوامل کاربردی آن را در بطن خود دارد و از منابع ملموس و ناملموس بی‌شماری بهره می‌گیرد. همچنین بیشتر نظریات و تجربیات موفق تجدید حیات مبتنی بر فرهنگ و اوقات فراغت در مراکز شهرها، بر مفهوم مناطق فرهنگی تمرکز دارند. در واقع، عناصر مورد نیاز برای آفرینش مناطق فرهنگی- یعنی عرصه‌ای متمایز و از نظر فضایی محدود، یک توده مهم و حیاتی از فضاها و فعالیت‌های مرتبط با فرهنگ و اوقات فراغت، و یک هویت و تشخص خاص و قوی محلی- در تناظر با عناصر موجود در عرصه‌های مرکزی شهرها، و گزینه‌ای مناسب برای بهره‌گیری از توان‌ها و قابلیت‌های این عرصه‌ها جهت تجدید حیات کالبدی، اجتماعی و اقتصادی آن‌هاست.

شکل‌گیری حس همبستگی، تعلق خاطر و اعتماد بین مردم، افزایش ظرفیت سرمایه انسانی و اجتماعی، و بهبود مهارت‌های زندگی و ظرفیت‌های نهادی، در پاسخ به تغییرات ناشی از صنعتی‌زدایی و جهانی شدن محسوب می‌شود.^{۸۶} طی دو دهه گذشته، استفاده از منابع فرهنگی محلی^{۸۷} و فعالیت‌های گذران اوقات فراغت مرتبط با آن، به منزله تسهیلگر تجدید حیات شهری، تبدیل به گرایشی فراگیر در مداخلات شهری در کشورهای مختلف جهان و بخصوص در بطن اقتصاد جهانی^{۸۸} شده است. در این راستا، توجه به فعالیت‌های مرتبط با فرهنگ و اوقات فراغت، با کارکرد محرک فرایند تجدید حیات و توسعه عرصه‌های رو به افت مراکز شهری، ناشی از بازتعریف فرهنگ و اوقات فراغت به منزله سرمایه و مولد فعالیت‌های اقتصادی و ابزاری مهم در ارتقای فرصت‌های توسعه و مزیت رقابتی شهرها از سوی، و همچنین وجود پتانسیل‌های فرهنگی اجتماعی، اقتصادی، و کالبدی تاریخی و میراثی جاذب گردشگر

منابع و مأخذ

Toronto: Artscape Inc., 2007.

Austin City Council. *Implementation Manual of Downtown Revitalization*, Vermont Land: Use Education & Training Collaborative, 2007.

Binns, L. *Capitalising on Culture: an Evaluation of Culture-led Urban Regeneration Policy*, Futures Academy, Dublin Institute of Technology, 2005.

Bradbury, K.L., et al. *Urban Decline and Future of American Cities*, USA: Brookings Inst Press, 1982.

Carter, T. & C. Polevychok. *Comprehensive Neighbourhood Studies: Characterizing Decline*, Canada Research Chair in Urban Change and Adaptation, The Institute of Urban Studies, Canada, 2003.

CLG. *Town Centre Regeneration*, London: UK Department for Communities & Local Government, 2006.

آشوری، داریوش. تعریف‌ها و مفهوم فرهنگ، تهران: مرکز اسناد فرهنگی آسیا، ۱۳۵۷.

مرکز آمار ایران. طبقه‌بندی فرهنگ و فراغت ایران، تهران: معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی ریاست جمهوری، مرکز آمار ایران، ۱۳۸۸.

مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران. شهر، مصرف فرهنگی و تحلیل نسلی: مطالعه‌ای در شهر تهران، گزارش شماره ۱۷۰، ۱۳۹۲.

موسوی خورشیدی، راضیه. برنامه‌ریزی راهبردی تجدید حیات شهری مبتنی بر فرهنگ و اوقات فراغت در مراکز شهرها، مورد مطالعاتی محله ارگ پامنار در منطقه ۱۲ شهر تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی شهری، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۹۳.

Abbott, C. "Downtown", in Caves, R. W (ed.), *Encyclopedia of the City*, New York: Routledge, 2005.

Artscape. *Space-making in Culture-led Regeneration*,

86. Miles & Paddison, *ibid*, pp. 833-839.

87. local cultural resources

88. globalising economy

89. Evans & Shaw, *The Contribution of Culture to Regeneration in the UK: A Review of Evidence*, p. 5.



- Park, G. *Cultural Development on the Quayside and Increased Local Tourism: How to Interpret the Relationship between them?*, A Paper Presented in University of Leicester, UK, 2010.
- Paumier, C. *Creating a Vibrant City Centre: Urban Design and Regeneration Principles*, Washington D.C.: Urban Land Institute, 2004.
- Roberts, P. "The Evolution, Definition and Purpose of Urban Regeneration", in Roberts, P. and H. Sykes (eds.), *Urban Regeneration: A Handbook*, London: SAGE Publication, 2000.
- Sacco, P.L. & G.T. Blessi. *Urban Regeneration, Culture and Happiness. Bridging Communities through Cultural Policies: A Theoretical Framework*, A Paper Presented in IUUV University, Venice, 2007.
- Smith, A. & I.K. Strand. "Oslo's new Opera House: Cultural Flagship, Regeneration Tool or Destination Icon?", in *European Urban and Regional Studies*, 18(1) (2011), pp. 93-110.
- Smyth, H. *Marketing the City: The Role of Flagship Development in Urban Regeneration*, London: E & F N Spon Press, 1994.
- Tallon, A. *Urban Regeneration in the UK*, London: Routledge, 2010.
- UNEP. *Guidelines for Urban Regeneration in the Mediterranean Region*, Priority Actions Programme, Regional Activity Centre, Split, Croatia, 2004.
- UNIDO. *Creative Industries and Micro & Small Scale Enterprise Development: A Contribution to Poverty Alleviation*, Vienna: United Nations Industrial Development Organization, 2007.
- URBACT Culture Network. *Culture & Urban Regeneration: The Role of Cultural Activities & Creative Industries in The Regeneration of European Cities*, Lille: The URBACT Culture Network, 2006.
- Walks, R. "Central City", in Caves, R.W. (ed.), *Encyclopedia of the City*, New York: Routledge, 2005.
- Wu, W. "Cultural Strategies in Shanghai: Regenerating Cosmopolitanism in an Era of Globalization", in *Progress in Planning*, 61(2004), pp. 159-180.
- Cowan, R. *The Dictionary of Urbanism*, UK: Streetwise Press, 2005.
- Deffener, A. "Culture", in Caves, R.W. (ed.), *Encyclopedia of the City*, New York: Routledge, 2005.
- Dundar, S.G. "Rise of Culture & Fall of Planning in Izmir, Turkey", in *Journal of PASOS*, 8(3) (2010), pp.51-66.
- Evans, G. & P. Shaw. *Literature Review: Culture and Regeneration*, Arts Research Digest, Issue 37, 2006.
- Evans, G. & P. Shaw. *The Contribution of Culture to Regeneration in The UK: A Review of Evidence*, A Report to the DCMS, London Metropolitan University, 2004.
- Evans, G. "Measure for Measure: Evaluating the Evidence of Culture's Contribution to Regeneration", in *Urban Studies*, 42(5-6) (2005), pp.1-25.
- Freestone, R. & C. Gibson. "City Planning and The Cultural Economy", A Paper Presented to The City Future Conference, Chicago, 2004.
- Keating, M. & M. de frantz. "Culture-led Strategies for Urban Regeneration: A Comparative Perspective on Bilbao", in *IJIS Journal*, 16(3) (2004), pp.187-194.
- Lang, T. *Insights in the British Debate about Urban Decline and Urban Regeneration*, Working Paper, Leibniz-Institute for Regional Development and Structural Planning, Erkner, 2005.
- Lin, C.Y. & W.C. Hsing. "Culture-led Urban Regeneration and Community Mobilisation: The Case of the Taipei Bao-an Temple Area, Taiwan", in *Urban Studies*, 2009, pp. 137- 1342
- McCarthy, J. *Encouraging Culture-led Regeneration*, A Paper Presented at the EURA Conference, Dundee, Scotland, UK, 2002.
- _____. "Promoting Image and Identity in 'Cultural Quarters': the Case of Dundee", in *Local Economy*, 20(3) (2005), pp. 280-293.
- Miles, S. & R. Paddison. "Introduction: The Rise and Rise of Culture-led Urban Regeneration", in *Urban Studies*, 42(5-6) (2005), pp. 833-839.
- Montgomery, J. "Cultural Quarters as Mechanisms for Urban Regeneration. Part I: Conceptualising Cultural Quarters", in *Planning, Practice & Research*, 18(4) (2003), pp. 293-306.