

توسعه کارآفرینی در شهرهای خلاق با رویکرد کارآفرینی فرهنگی

ابولقاسم عربیون^۱، فاطمه سادات موسوی میاندهی^۲

^۱دانشیار و عضو هیات علمی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران arabiun@ut.ac.ir

^۲دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی دانشگاه تهران fatemehmoosavi@ut.ac.ir

چکیده - شهر به عنوان خاستگاه تمدن بشری همواره مورد توجه نظریه پردازان و اندیشمندان علوم مختلف بوده است. شهر خلاق دارای یک سری ویژگی های مهم است که در طراحی شهر به آن ها توجه می شود. طراحی این شهرها به صورت همه جانبه و چند بعدی است. در طراحی این شهرها پارامترهایی مثل نگرش همه جانبه به مسائل ایمنی و امنیت، مسائل اقتصادی، نگرش همه جانبه به مسائل زیرساخت های ارتباطی و اطلاعاتی و ... وجود دارد این مقاله به بررسی توسعه کارآفرینی در شهرهای خلاق و اهمیت پرداختن به کارآفرینی فرهنگی به عنوان شاخصی برای بهبود، توسعه و ارتقای شهرها به عنوان شهر خلاق می پردازیم. کلید واژه- شهر خلاق، کارآفرینی، کارآفرینی فرهنگی

۱- مقدمه

شهرها پس از عبور از دوران صنعتی گرایش به سمت ایجاد محیط های انسانی تر پیدا کردند، نظریه های زیادی برای پاسخگویی به این نیاز مطرح شدند که نظریه شهر خلاق به عنوان یکی از کاراترین و انسانی ترین آنها مورد استقبال متخصصان شهری واقع شد. در اواسط دهه ۱۹۹۰، زمانی که ایده شهر خلاق به عنوان منادی یک استراتژی تجدید حیات برای شهرهای صنعتی قدیمی مطرح شد، برنامه ریزان توسعه اقتصادی و شهری در جوامع به طور فزاینده ای به فرهنگ و هنر به عنوان ابزار توسعه توجه نمودند. مراکز هنرهای نمایشی و تصویری، جشنواره ها، هنرهای عمومی، مراکز فرهنگی و هنری جامعه به عنوان راهکارهایی برای احیای مراکز شهری تخلیه شده، جدل گردشگران، حفظ ساختمان های تاریخی و سنت های فرهنگی، برنامه ریزی و ساخته شدند. این اقدامات ثبات و حل مشکلات جامعه را به دنبال داشته است [۱].

شهر خلاق دارای یک سری ویژگی های مهم است که در طراحی شهر به آن ها توجه می شود. طراحی این شهرها به صورت همه جانبه و چند بعدی است یعنی متخصصان باید به بیش از ۳۰ گرایش، هم زمان، که در طراحی شهر دخالت دارد توجه کنند.

در طراحی این شهرها پارامترهایی مثل نگرش همه جانبه به مسائل ایمنی و امنیت، مسائل اقتصادی، نگرش همه جانبه به مسائل زیرساخت های ارتباطی و اطلاعاتی و ... وجود دارد.

افرادی که در این شهرها زندگی می کنند افرادی هستند که از لحاظ رفاهی و شغلی تامین خواهند بود. این شهرها بر مبنای حقیقت طراحی می شوند و سهولت دسترسی و بهره برداری از امکانات شهر برای تمام افراد شهر وجود دارد.

هدف اصلی این مقاله پاسخ به این پرسش است که مفهوم شهر خلاق به چه معنایی است؟ چه شهرهایی خلاق محسوب می شوند؟ طبقات خلاق کدام اند؟ و شهرهای خلاق چگونه می توانند در توسعه کارآفرینی موثر باشند؟

۲- مبانی نظری

۲-۱- خاستگاه نظری مناطق و شهرهای خلاق

اولین بار "دبور" در سال ۱۹۶۷ مبحثی با عنوان "شهر تماشایی یا شهر نمایش" مطرح کرد. نظر او ظهور پیش از موعد ایده‌ی تلفیق فضای اقتصادی و فرهنگی در مقیاس انسانی - به ویژه در موضوعاتی نظیر فضاهای مولد جدید، مجموعه‌های فرهنگی و به نمایش در آوردن محیط‌های بصری که در مادر شهرهای اصلی سراسر جهان بسیارند- می باشد [۲].

اولین کسی که بحث مناطق و شهرهای خلاق را مطرح کرد، ریچارد فلوریدا است. او در سال ۲۰۰۲ اولین کتاب خود را با عنوان "Creative class" به چاپ رساند و پس از آن در سال ۲۰۰۵ کتاب دیگری را برای تقویت موضوعش منتشر کرد. در سال ۲۰۰۷ نیز آقای آلن اسکات با استفاده از ادبیاتی که ریچارد فلوریدا مطرح کرده بود، مباحثی را در ارتباط با شهرها و مناطق خلاق مطرح می کند [۲].

۲-۲- شهر خلاق

نظریه شهر خلاق ۱، توان بالقوه‌ای را برای تقویت و بازسازی فرهنگ محلی، هویت و کیفیت زندگی ارائه می کند. به زعم مدیریوس، دیدگاه و نظریه شهر خلاق پاسخی است به تغییرات اجتماعی که خود وابسته به تغییرات تکنولوژیکی محصولات و افزایش روزافزون اهمیت تبادل اطلاعات در دنیای پست مدرن است. در این شهرها تلاش برای آن است که مسائل تکنولوژیکی و اقتصاد در فرهنگ محلی و بین المللی، به عنوان پاسخی به امر جهانی شدن ۳، سرمایه گذاری و تمرکز کنند، ضمن اینکه هر دو موضوع توسعه اقتصادی و ارتقای کیفیت زندگی امری اساسی برای ساخت شهر خلاق است [۳].

هنوز تعریف مشخصی از شهر خلاق وجود ندارد. در عین حال بردفورد پیشنهاد می کند که شهرهای خلاق با مردمی پویا، با تجربه و خلاقیت و نوآوری، جایی که ایده‌ها تقویت شده و مردم در تمام بخش‌های زندگی با هم تلاش می کنند تا جامعه خودشان را به مکان بهتری برای زندگی، کار و بازی تبدیل کنند. بر این اساس، شهرها ظرف‌های خلاقیت هستند و همیشه چرخ‌های حرکت، تمرکز، هدایت انرژی خلاق بشر بوده اند. تئوری شهر خلاق ارتباط بین خلاقیت فرهنگی و نوآوری تکنیکی یا توسعه با تکنولوژی پیشرفته را پیشنهاد می کند و ضمن پیشنهاد پارادایمی جدید معتقد است که به پدیده‌های اقتصادی از منظر اجتماعی و فرهنگی نگریسته شود. همچنین با ایجاد توازن بین تفکرات کلان شهری، محلی و همچنین باز تعریف مدیریت و برنامه ریزی شهری بر پایه مشارکت افراد، نهادهای مردمی، تشکیلات غیر دولتی، صاحبان مشاغل و حرفه‌ها و مدیران شهری از جمله موارد مهم در این نگاه است.

در این رویکرد مفاهیم نوینی مطرح می شوند که شامل نوآوری به جای تکرار، طراحی به جای ساخت، ایجاد ارزش افزوده بیشتر در مقابل تلاش برای کاهش هزینه‌ها، تلفیق ایده‌ها در برابر جدائی نظرات، در پی نتایج بهتر بودن و نه صرفاً جذب و استفاده بیشتر امکانات و منابع و نیز بهره‌گیری از تفکر و فناوری و هنر ساخت شهر می باشد [۴]. لندری مفهوم شهر خلاق را از چهار منظر مورد بررسی قرار می دهد؛

الف: شهر خلاق از منظر زیر ساخت‌های فرهنگی و هنری

ب: شهر خلاق از منظر اقتصاد خلاق

ج: شهر خلاق از منظر طبقه خلاق

د: شهر خلاق از منظر ترویج فرهنگ خلاقیت.

در جهان امروز برخی شهرها که دارای خصوصیات پیشینه تاریخی، طرح ساختاری مناسب، پروفایل اقتصادی صحیح، زیر ساخت‌های حمل و نقل عمومی و خصوصی، تامین نیازهای خدماتی مصرف کننده و تولید کننده و ارتباط با سایر نقاط جهان از طریق تله کامیونیکیشن و دیگر ارتباطات هستند، می توانند با تکیه بر این ملزومات به ترکیب و تلفیق ابعاد مختلف اقتصاد و فرهنگ در گونه‌ای

از نظم منطقی انسانی بپردازند [۵].

۲-۳ انواع شهر خلاق [۶]

شهر خلاق به صورت متنوع و وسیع به کار رفته است. در یک مفهوم شهر های خلاق، شهرهایی هستند که قادرند راه حل های جدیدی برای مشکلات روزمره شان ارائه دهند. مفهوم دیگر شهرهای خلاق، بر تولیدات فرهنگی متمرکز است؛ یعنی تولید کالاها و خدمات فرهنگی با فعالیت هایی در ارتباط قرار می گیرند که مرکز خلاقیت به حساب می آیند. مفهوم دیگر بر ظرفیت و توانایی شهر بر جذب سرمایه انسانی خلاق تاکید میکند. در بسیاری از متون مربوط به شهر خلاق، فهم پایداری و پنیایی های جریان کاربرد دانش مورد تاکید قرار گرفته است. مفهوم شهرهای خلاق، با بسیاری از مفاهیم دیگر پیوند خورده است. از جمله ی آن می توان به صنایع خلاق، صنایع فرهنگی، فعالیت های فرهنگی و فعالیت های هنری، شهر و اقتصاد دانایی اشاره نمود [۷]. نویسندگانی چون چالرز لندری ریچارد فلوریدا و ریچارد کیوز و... سهم بارزی در گسترش و پیشرفت این مفاهیم در دهه ی ۱۹۹۰ به بعد داشته اند. به طور کلی چارچوب نظری این نوشتار بر دو محور اساسی شهرهای خلاق بنا شده است [۸]. نخست، محوریت مفهوم شهر خلاق بر اساس این ایده است که خلاقیت محوری برای توسعه شهر است. این محور در ارتباط با " رویکرد محیط نوآور" و رشد و توسعه ی اقتصادی شهرها مورد بررسی قرار می گیرد. دوم، مفهوم شهر خلاق به عنوان مکانی دارای ظرفیت جذب سرمایه های انسانی یا منابع انسانی خلاق.

از دیدگاه هاسپرز (۲۰۰۳) شهر خلاق دارای انواع زیر است [۹]:

الف) شهرهای فناورانه- نوآور

چنین مکان هایی به عنوان زادگاه توسعه فناوری جدید و حتی گاهی به عنوان مراکز تحولات واقعی فناوری عمل کرده اند.

ب) شهرهای فرهنگی- فکری خلاقیتی که " شهرهای فرهنگی- فکری" از خودشان نشان می دهند، کاملاً متفاوت از آن چیزی است که در شهرهای فناورانه- نوآور می بینیم. این شهرها در دوره هایی از تاریخشان شاهد مجادله بین محافظه کاران و گروه کوچکی از رادیکالیست ها (که به نوآوری تمایل داشتند) بودند. نتیجه ی این مجادله ها، عکس العمل های خلاق بود که عمدتاً توسط اندیشمندان، فیلسوفان و هنرمندان رخ می داد. این انقلاب خلاق، مثل یک آهن ربای جاذب برای شهر عمل می کرد.

ج) شهرهای فرهنگی- فناورانه

سومین دسته از شهرهای خلاق، " شهرهای فرهنگی- فناورانه" هستند. در اصل، این نوع شهرها ترکیبی هستند از ویژگی های عمده ی دو نوع شهری که قبلاً به آنها پرداختیم. در واقع، شهرهای فرهنگی- فناورانه، فناوری و فرهنگ را با هم ترکیب می کنند. این نوع شهرها در گذشته از صنایع با اصطلاح فرهنگی هم چون صنعت فیلم در هالیوود (۱۹۲۰) و همتای هندی اش (بالیوود) در شهر بمبئی، موسیقی در ممفیس و مد در پاریس و میلان حاصل شده اند.

د) شهرهای فناورانه- سازمانی

آخرین دسته از شهرهای خلاق " شهرهای فناورانه- سازمانی" هستند. خلاقیت در چنین شهرهایی، در گرو فراوانی تعداد بازیگران محلی است که برای مسائل مربوط به زندگی شهری در ممقیاس بزرگ راه حل های سازمانی ارائه می دهند. در این زمینه می توان به فراهم سازی آب برای جمعیت، تامین زیر ساخت ها، حمل و نقل و مسکن اشاره کرد.

۲-۴ ارکان شهر خلاق [۱۰]

مردم، بنگاه های اقتصادی، فضاها، پیوندها و چشم انداز ۵ رکن اصل شهرهای خلاق می باشند که توجه به این ارکان برای ایجاد و توسعه شهرهای خلاق آینده حیاتی است.

مردم

در شهرهای خلاق باید شرایط و فعالیت هایی مد نظر قرار گیرند که به ظهور هنرمندان آینده منجر شوند، به موفقیت کارکنان خلاق در کلیه بخش های اقتصادی بیانجامد، باعث شوند مصرف کنندگان خواهان کالاهای فرهنگی باشند و محیط جذاب برای افراد خلاق ایجاد شود. آموزش نقشی حیاتی را در شکل گیری افراد خلاق بازی می کنند و باعث پیشبرد التزام ها و مشارکت های اجتماعی می شوند.

بنگاه های اقتصادی

خلاقیت الب به ایجاد فرصت های اقتصادی می انجامد و کارآفرینان فرهنگی، کسب و کاهرای خلاق را شروع میکنند و آنها را رشد می دهند. تجاری سازی ایده های نوآورانه و خلاق مسبب اشتغال زایی و تولید ثروت در شهرهای خلاق است. همچنین باید در نظر داشت که چگونه بنگاه های اقتصادی خلاق از پشتیبانی کارآفرینانه، آموزش و مربیگری، انکوباتورها و مراکز همگرا استفاده می برند. کلیه منافع اقتصادی که بنگاه های اقتصادی سالم و خلاق کسب می کنند، تجاری سازی است. در شهرهای خلاق، فراوانی استعداد های خلاق پیشران اصلی صنایع و اقتصاد منطقه است.

فضا

یک ارتباط قوی بین فضا و خلاقیت وجود دارد. افراد خلاق نیاز به فضایی برای زندگی، کار، الهام بخشی و نمایش کارهای خود دارند. فضاهای یک شهر، اعم از طبیعی و مصنوعی، باعث برانگیختگی، انطباق و بیان خلاقیت ساکنین خود می شوند. فضاهای خلاق باید امید بخش و توانمند ساز باشند زیرا خلاقیت نیازمند فضاهایی است که در آن بتواند رشد و فعالیت کند، تفکر و نوآوری نماید، تجمع و پرورش یابد و نهایتا پیشرفت کند.

پیوندها و ارتباطات

یک محیط شهری که به دنبال برانگیختن و پشتیبانی از خلاقیت است، باید بتواند بسیاری از اقدامات مجزا را نیز به هم پیوند دهد. این پیوندها اغلب اوقات توسط سازمان هایی رهبری می شود و توسعه می یابد که ماموریت و چشم اندازشان خلاقیت است. پشتیبانی از این پیوندها نیز توسط سازمان های واسطی صورت می پذیرد که فعالیت های مجزا را سازماندهی و از منابع موجود به نحو موثر استفاده می کنند. اکولوژی خلاقیت یک شهر برای ایداری و ثبات باید به خوبی و به نحوی یکپارچه گردد تا هنرمندان، صنایع خلاق، سازمان های دولتی، برنامه های سرمایه گذاری و جامعه محققین بتوانند به صورتی مولد و اثر بخش با یکدیگر ارتباط متقابل داشته باشند. شهرهای خلاق به زیر ساخت های پیوند دهنده ای نیاز دارند تا از اکولوژی خلاقیت آنها پشتیبانی نمایند.

چشم انداز و آوازه

در شهرهای خلاق، بیان و اظهار یک چشم انداز قوی و خلاقانه باعث رشد استعدادها خواهد شد و پشتیبانی از خلاقیت را به صورت گسترده ای در شهر هدایت کرده، نظم می بخشد. این چشم انداز داستان شهر را در سراسر جهان بازگو می کند، آوازه آن را در جهان خلق می کند و به پیشبرد گردشگری، صادرات و سرمایه گذاری در شهر می انجامد.

۳- کارآفرینی

از کار آفرینی تعاریف مختلف ارائه شده است. دانشمندان علوم اجتماعی، روانشناسی، اقتصادی و مدیریت هر یک تعاریف خاصی از کارآفرینی دارند. اما آنچه در اکثر آنها می توان مشاهده کرد این نکته است که کارآفرینان محور توسعه اقتصادی بوده و با تخریب روش های کهن و ناکارآمد قبلی و جایگزینی آنها با شیوه های کارآمد و نوین به نظام اقتصادی پویایی و حیات می بخشند [۱۱]. مهترتی و جلالی (۱۳۹۱)، در مدل مفهومی که در شکل ۱ نشان داده شده است توسعه کارآفرینی در شهر های خلاق را بیان کرده اند:



شکل ۱- مدل مفهومی توسعه کارآفرینی در شهر خلاق [۱۲]

همانطوری که در این مدل مشخص شده، و با توجه به توضیحاتی که ارائه گردید، تمرکز جمعیت که یکی از ارکان شهر خلاق می باشد، گستره وسیعی از روابط انسانی را به وجود می آورد که از طریق حجم زیادی از افکار و اطلاعات گوناگون مبادله شده، باعث بروز خلاقیت و نوآوری می گردد که در اصل هیچ شهری خلاق نمی گردد، مگر اینکه جمعیتش خلاق باشند. از سوی دیگر یک شهر یا جمعیت متنوع (کارآفرینان، هنرمندان و...) فرصت مناسبی برای دستیابی به عقاید تازه و نوآوری ها فراهم خواهد ساخت و این عقاید تازه است که شهر را به یک مکان پرورش دهنده ی واقعی روح کارآفرینی تبدیل خواهد نمود، و عنوان شد که یک شهر با پویایی و تحرک بالا و همچنین در موقعیتی ناپایدار باعث خواهد شد تا بیشتر تهییج گردد تا به سمت خلاقیت حرکت نماید. بدیهی است که یکی از خروجی های مهم خلاقیت کارآفرینانی خواهند بود که خود منشا توسعه اقتصادی برای هر کشور هستند [۱۲].

باید هرچه بیشتر از این واقعیت آگاه بود که کارآفرینی در گستره ی فرهنگ و هنر که بازتاب دهنده ارزش های فرهنگی هر جامعه است، برآیند یک فرآیند تولید منطقی ویژه است که باید شناسایی شود. بنابراین پیام های برخاسته از صنعت داد و ستد فرهنگی بی اثر نیست و به تغییر نگرش ها و جهان بینی ها می انجامد. آنها به گونه ی مستقیم یا غیر مستقیم مبلغ افکار، عقاید و ارزش های ایدئولوژیک تولید کنندگان آن پیامند. در جهانی که آگاهانه یا ناآگاهانه، سرگرم تبادل فرهنگی است، فرهنگی که به عنوان یک نیاز اجتماعی رفتار سازی می کند، یکی از راه های پاسداری از هویت و فرهنگ ملت ها تقویت صنعت فرهنگی از راه بها دادن به کارآفرینی فرهنگی به عنوان ابزار توسعه ی فرهنگ است. گذشته از آن، صنایع فرهنگی از معدود راه های ممکن برای رها ساختن هنر از بن بست اقتصادی است [۱۳]. یکی از راهکارهای توسعه کارآفرینی در شهرهای خلاق توجه به کارآفرینی فرهنگی با توجه به بستری است که ایجاد شهر خلاق در اختیار مسئولین قرار می دهد، می باشد. کارآفرینی فرهنگی با رویکرد خلاقیت و نوآوری یا تخریب خلاق در فرهنگ جامعه نه در محصولات فرهنگی یا به عبارتی دیگر ایجاد چیزی ارزشمند در فرهنگ جامعه شناسایی می شود. لذا در اینجا به ارائه تعریف و اهمیت کارآفرینی فرهنگی به عنوان راهکاری برای توسعه کارآفرینی در شهرهای خلاق می پردازیم.

۴- کارآفرینی فرهنگی [۱۴]

فرهنگ از دیدگاه کارآفرینی مبتنی بر ساختارها و کارکردهای این بخش است. " بر حسب دیدگاه کارکردی، فرهنگ در هم آمیختگی بیرونی فعالیت های مستقل است." [۱۵]. از آنجا که کارآفرینی، به معنای " ارزش آفرینی " (ارزش های اقتصادی، اخلاقی،



هنری، فرهنگی) است، لذا " کارآفرینی فرهنگی " به گونه فشرده به معنای مدیریت روندها و فرآیندهای تولید و عرضه خدمات و کالاهای فرهنگی و هنری است به گونه ای که نوآورانه به احیای و آفرینش ارزش فرهنگی بپردازد. ارزش فرهنگی همیشه دربرگیرنده ارزش اقتصادی نیست، اما ارزش اقتصادی می تواند در برگیرنده ارزش فرهنگی نیز باشد [۱۶].

کارآفرینان فرهنگی این تصور را که هنر حوزه ای ذاتا خود شکوفا و خود کفاست را نمی پذیرند. کارآفرینان فرهنگی تنها با محتوا آفرینی ارضا نمی شوند بلکه آنها می خواهند ر فرآیند بازاریابی و بهره برداری از محتوایی که ایجاد می کنند، سهیم باشند. بنابراین، در حوزه فرهنگی، اقدام کارآفرینانه فرهنگی، به معنای کارآفرینی فرهنگی، فرآیند ایده پردازی، فرصت شناسی و ایجاد کسب و کارها و تاسیس مراکز و بنگاه های تولید و عرضه کالاها و تاسیس مراکز و بنگاه های تولید و عرضه کالاها و خدمات فرهنگی است. به عبارتی کارآفرینی فرهنگی، فرآیندی است که با یک ایده فرهنگی آاز و به یک کسب و کار فرهنگی منتهی می شود.

به لحاظ تاریخی می توان تمایلات کارآفرینانه را در بسیاری از هنرمندان و تولید کنندگان فرهنگی در اروپای قرون وسطی، تا مجریان نمایش و مدیران اجرایی قرن پیشین را مشاهده کرد. در این حالت، تولیدات فرهنگی در گفتمان فرهنگی، به سمت و سوی محصول تجاری کشیده شده و راه اندازی کسب و کارهای فرهنگی را رونق بخشیده است. در نیمه اول قرن بیستم و بخصوص با توجه به تاثیرات جنگ، روشنفکران، فلاسفه و هنرمندان، خود را بسیار ناتوان، مایوس و بی تاثیر در جوامع صنعتی شده و رقابت وحشتناک قدرت های اقتصادی، برای به دست آوردن بازارهای جهانی، می دیدند. تاثیرات این روند در تفسیر آنان از هنر و اثر هنری گذاشته شده است. آثار هنری پیچیده تر شدند، مرزهای بین اثر هنری و غیر هنری مبهم و ناروشن شده و این گونه بوده است که آثار هنری فقط در پی ترغیب حس لذت طلبی و خط ذهنی مخاطب نبوده و بلکه می خواستند مخاطب را حیرت زده نمایند.

به این ترتیب سبک ها و مکاتبات فرهنگی و هنری شکل می گیرند و فعالیت های فرهنگی و هنری به گونه ای دیگر برای بقاء خود تلاش می نمایند. با این دید، کارآفرینی فرهنگی، شکل دیگری به خود می گیرد. هنر تئاتر به واسطه ارتباط مستقیم با تماشاگر، سریع تر از سایر فعالیت های فرهنگی و هنری جایگاه خود را در جامعه باز می نمایند. پیدایش مکاتب گوناگون تئاتری مانند رومانتیک گرایی، واقع گرایی، واقع گرایی اجتماعی، واقع گرایی انتقادی- اجتماعی و تئاتر سیاسی گواه صادقی بر این معنا است. در این معنا کارآفرینی فرهنگی، به شکل انتقال مفاهیم اخلاقی نظیر انسانی کردن جامعه، حقیقت یابی زندگی انسانی و تیسیر بنیادی انسان در جامعه و جهان ظاهر می شود.

به مرور، عرصه های دیگر فعالیت های فرهنگی و هنری شکل بارزتری به خود می گیرند. شناسایی نیاز مخاطبان و ارائه تولید انبوه برخی آثار فرهنگی، زمینه های ایجاد کسب و کار فرهنگی را باعث می شود. پیامد تولید آثار دیداری و نوشتاری، ایجاد کسب و کار فرهنگی است. در این معنا کارآفرینی فرآیند شناخت فرصت ها و کشف ایده هایی است که به کسب و کار فرهنگی منجر می شود. کارآفرین فرهنگی نیز در قلمرو فعالیت های فرهنگی از لحاظ اصول و شیوه ها و پیامدهای اقدام کارآفرینانه خود به کارآفرینان عرصه صنعت و خدمات و تجارت شباهت می یابد ولی به لحاظ محتوای فعالیت ها، کارآفرین فرهنگی در یکی از حوزه های نمایش، سینما و نقاشی، چاپ و نشر کتاب، روزنامه، مجلات و قلمروهای مشابه فعالیت می نماید.

در نظریه کارآفرینی فرهنگی، فرهنگ و هنر به شکل مستقیم در قالب تولید فرهنگی ابراز وجود می کند. پس تعریف کلی کارآفرینی بر مبنای رویکرد اقتصادی، عبارت از فرآیند تولید کالاهای اقتصادی با استفاده از عوامل مختلف تولید می باشد. از دیدگاه محقق کارآفرینی فرهنگی به معنای فرآیند تولید کالاها و خدمات فرهنگی با استفاده از عوامل مختلف تولید و خدمات است و می تواند به گونه ای ویژه، ایده های فرهنگی را به سرانجام برساند. اتصال کارآفرینی فرهنگی در تولید و توزیع صنعت موسیقی از مثال های بارز آن است. کارآفرینان فرهنگی با استفاده از رشد و توسعه شیوه های جدید تحویل و مصرف، بر ارزش محصولات خود می افزایند. علاوه بر ارزش محتوای موسیقی، ویژگی صنعتی آن شامل نحوه استفاده از موسیقی، تجربه خرید (انتخاب و قابلیت دسترسی) و تجربه شنیداری آن (کیفیت صدا، انتقال پذیری) می باشد، به مزایای اصلی این صنعت در کارآفرینی فرهنگی معطوف می نماید.

بدین لحاظ، همانگونه که "شومپتر" کارآفرینی را موتور حرکت و توسعه اقتصادی و به عبارتی توسعه ارزش اقتصادی می داند، کارآفرینی فرهنگی موتور حرکت و توسعه اقتصاد فرهنگ و ارزش آفرینی فرهنگی قلمداد می شود.

کارآفرینی فرهنگی راهکاری برای ارزش آفرینی فرهنگی در شهرهای خلاق است از آن جهت که در شهر خلاق وجود زمینه هایی برای پرورش ایده های و به کارگیری این ایده ها در راستای تولید کالا و خدمات منجر به ظهور شکل خاصی از اقتصاد شده است که تحت عنوان اقتصاد خلاق از آن تعبیر می گردد. [۱۷]

توسعه صنایع فرهنگی با توسعه اقتصادی و کیفیت فرهنگ ملی و عمومی یک کشور ارتباط تنگاتنگی دارد. به باور گیسبون و فری استون، اشکال برنامه ریزی فرهنگ محور مشتمل بر نوسازی فرهنگ شهری، ارتقای فرهنگ گردشگری شهری، ایجاد نواحی فرهنگی و ارتقای صنایع فرهنگی می باشد. به اعتقاد تروسبای صنعت فرهنگی مشتمل بر موسیقی، تئاتر، صنایع بصری، مهارت ها و بسیاری از هنرهای جدید همچون رایانه، نرم افزارها و بازی های رایانه ای است [۱۸].

اقتصاد خلاق را می توان در صناعی مثل، انتشارات، طراحی و دیگر صنایع فرهنگی جست و جو کرد. با کمی اغماض می توان اقتصاد خلاق را اقتصاد دانش بنیان نیز دانست، چرا که در اقتصاد دانش بنیان نیز زیر بنای تولید و عامل اصلی تولید، دانش و ایده است.

صنایع فرهنگ محور (صنایع خلاق) مزایای اقتصادی مستقیمی برای شهرها به همراه دارند. به این معنا که اینگونه صنایع، شغل تولید می کنند، سرمایه گذاری جذب می کنند و اقتصاد محلی را از طریق گردشگری شکوفا می سازند. همچنین به علت آنکه صنایع فرهنگ محور کیفیت زندگی را ارتقا می بخشند، بنابراین خدمات رفاهی را غنی می سازند و نیروی کار حرفه ای را جذب می کنند [۱۹].

۵- نتیجه گیری

نظریه شهر خلاق، توان بالقوه ای را برای تقویت و بازسازی فرهنگ محلی، هویت و کیفیت زندگی ارائه می کند که میتواند نقش موثری در پویایی و رشد شهرها و به تبع آن مدیریت شهری ایفا نماید. شهرهای خلاق مردمی پویا، با تجربه و خلاق، جایی که ایده ها تقویت شده و مردم در تمام بخش های زندگی با هم تلاش می کنند تا جامعه ی خودشان را به مکان هایی بهتر برای کار و زندگی تبدیل نمایند.

در این مقاله عنوان شد که شهر خلاق با تکیه بر مردم و بنگاه های اقتصادی به عنوان ارکان اصلی خود و از دیگر سو، از طریق تنوع جمعیت باعث تقویت خلاقیت می شود که یکی از صفات مشخص و مهم کارآفرینان است و نقش اساسی در توسعه اقتصادی جامعه دارد.

به همین دلیل به مسئولیت شهری توصیه می شود که ضمن توجه به این موضوع، زمینه های رشد افراد کارآفرین را فراهم نمایند تا در کنار ایجاد مزیت رقابتی در میان سایر شهرها از نظر جذب نیروی انسانی، شاهد پویای محیط نیز باشیم. این مهم با فراهم نمودن شرایط لازم برای تبدیل شدن شهرها به شهر خلاق که در آنها کارآفرینان امکان رشد و نمو داشته باشند محقق می گردد.

شهر خلاق منزلی برای خلاقیت هنری، نوآوری های علمی و فناوری و صدای فرهنگ های رو به رشد است. در شهر خلاق، فرهنگ و هنر جایگاه خاص خود را پیدا می کند و صنایع فرهنگی با استفاده از خلاقیت شهروندان رو به رشد است.

طرح مسئله کارآفرینی فرهنگی می تواند پس از بررسی های کافی و تامل درباره ی سازه های نظری آن، از سوی اندیشمندان فرهنگی و اقتصادی مورد توجه بیشتری قرار گیرد. این توجه می تواند پیش درآمد تحول بنیادی در ارتباط با کارآفرینی به عنوان زیر ساخت لازم توسعه شهرهای خلاق باشد.

۶- مراجع

[۱] Markusen, Ann. ۲۰۰۶. Cultural Planning and the Creative City. Paper presented at the annual American Collegiate Schools of Planning meetings, Ft.Worth, Texas, November

[۲] Scott, A. J. (2006), Creative Cities: Conceptual Issues and Question, Journal of urban affairs, Vol 28, pp 1-17

[۳] Medeiros, N. (۲۰۰۵). Planning of Creativity: The case study of Winnipeg Exchange District, master degree project, Faculty of environment design

[۴] Landry, Charles, (۲۰۰۸). The creative City: It is Origin and Future urban design, Spring ۲۰۰۸, Issue ۱۰۶, p ۱۵

[۵] خسروی، ندا (۱۳۸۹)؛ اندیشه خلاق، شهر خلاق، ماهنامه پژوهشی، آموزشی شهرداری ها، سال یازدهم، شماره ۱۰۰؛ صفحه ۱۱۳.

[۶] ربانی خوراسکانی، علی؛ ربانی، رسول؛ ادیبی سده، مهدی؛ موذنی، احمد (۱۳۹۰)؛ بررسی نقش تنوع اجتماعی در ایجاد شهرهای خلاق و نوآور مورد مطالعه شهر اصفهان؛ جغرافیا و توسعه، بهار ۱۳۹۰؛ شماره ۲۱.

[۷] Costa, Pedro and Miguel, Magalhaes. Bruno Vasconcelos . Gustavo Sugahara. (۲۰۰۷) "A discussion on the governance of Creative Cities : some insight for policy action". Norwegian Journal of Geography . Vol ۶۱.

[۸] هاسپرزر، گرت جان؛ ترجمه حسین آبادی، سعید (۱۳۹۰)؛ شهرهای خلاق مکان های پرورش یافته در اقتصاد دانش؛ آموزش جغرافیا؛ دوره ۲۵؛ شماره ۳؛ بهار ۱۳۹۰.

[۹] Hoserperd, G.J.(2003). Creative cities, breeding places in the knowledge economy, knowledge technology and policy. 143-162

[۱۰] محمدی، کمال؛ مجیدفر، فرزانه (۱۳۸۹). دوران شهرهای خلاق. ماهنامه پژوهشی، آموزشی شهرداری ها، سال یازدهم، شماره ۱۰۰

[۱۱] عربیون، ابوالقاسم؛ شایع ثانی، محمد مهدی (2016). عوامل موثر بر فرهنگ کارآفرینی و بهبود خلاقیت و نوآوری در سازمانهای دولتی. سومین کنفرانس بین المللی مدیریت در قرن 21، رم، ایتالیا. www.3icm21.com

[۱۲] مهارتی، یعقوب؛ جلالی، آزاده (۱۳۹۱). مدل مفهومی توسعه کارآفرینی در شهرهای خلاق. اولین همایش ملی مدیریت و کارآفرینی، خوانسار

[۱۳] سلجوقی، خسرو (۱۳۸۸). فرهنگ کارآفرینی، کارآفرینی فرهنگی، اهمیت، ضرورت و جایگاه. فصلنامه علوم اجتماعی. شماره ۲۳. بهمن ۱۳۸۸. صفحه ۵۸-۷۵

[۱۴] کیاسی، سهیلا؛ برومند، زهرا (۱۳۸۸). بررسی و ارزیابی راهبردهای کارآفرینی فرهنگی (موسسه های فرهنگی و هنری کشور) و ارائه مدل مطلوب. مجله مدیریت فرهنگی. سال سوم. شماره ششم. زمستان ۱۳۸۸. صفحه ۷۵-۹۴.

[۱۵] محسنی، مجید؛ بخشنده، فرهاد (۱۳۷۷). ضرورت و جایگاه برنامه فرهنگی-کتاب اصول طراحی و برنامه های فرهنگی، انتشارات محیا.

[۱۶] براتلو، فاطمه (۱۳۸۶). کارآفرینی فرهنگی: پیام هایی برای بومی سازی، نشریه سیاسی اقتصادی، شماره ۲۳۸. صفحه ۲۳۷.

[۱۷] قربانی، رسول؛ حسین آبادی، سعید؛ طورانی، علی (۱۳۹۲). شهرهای خلاق، رویکردی فرهنگی در توسعه شهری. فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق خشک. سال سوم. شماره یازدهم. بهار ۱۳۹۲. صفحه ۱-۱۸.

[۱۸] Throsby, David, (2008). Economics and Culture, Cambridge University Press.

[۱۹] نیت مقدم، صالحه؛ عبدی جمایران، علی؛ طاهری، نبی اله (۱۳۹۳). جایگاه صنایع فرهنگی در شهر خلاق. اولین همایش ملی شهرهای خلاق و توسعه پایدار. اصفهان. ایران.