|  |  |
| --- | --- |
| راهکارهای بازآفرینی تم شهری با رویکرد نظریه شهر خلّاق (نمونه موردی: منطقه 12 تهران بزرگ)  **محمد جواد نجفي منش**1**،**  **یوسف اشرفی**2   1. دانشجوی کارشناسی ارشد رشته برنامه ریزی شهری دانشگاه آزاد واحد تهران جنوب 2. استادیار گروه برنامه ریزی شهری دانشگاه آزاد واحد تهران جنوب | |
| Urban Theme Recreation Strategies Using the Theory of Creation City Case Study (Case Study: District 12 of Greater Tehran)  Mohammad Javad Najafi Manesh 1, ashrafi Yousef 2,   1. M.Sc. Student in Urban Planning, Azad University, South Tehran Branch 2. Assistant Professor, Department of Urban Planning, Azad University, South Tehran Branch | |
|  | |
| *E mail: Najafii\_mohammad@yahoo.com\** | |
| **چکیده** |  |

باز آفرینی شهری، به مثابه روایتی فراگیر و یکپارچه از مرمت شهری، جریانی است که از یک سو به تمامی وجوه و محدودیت های امر توسعه در بطن شهر موجود توجه می کند و از سوی دیگر، به تدارک فرصت و استفاده از هر فرصتی برای تبدیل ساختن آن به ابزار یا راهی برای رسیدن به توسعه می پردازد. فلسفه شهر خلاق آن است که در هر شهری همیشه ظرفیتی بسیار بیشتر از آنچه مادر وهله اول تصور می کنیم، وجود دارد و جایگاه شهر به عنوان محل شکل گیری بسترهای جامعه دانایی و یکی از الزامات اساسی تشکیل خوشه های علم و فناوری و حفظ سرمایه های انسانی خلّاق (طبقه خلاق) بسیار ضروری و مهم است. بنابراین در عصری که تنوع فرهنگی و اقتصادی رو به رشد است، خیابان ها، میادین، پارک ها و سایر فضاهای عمومی هسته اصلی بلوک های ساختمانی سکونت گاه ها، جهت برقراری تعاملات و ایجاد سرزندگی در زندگی شهری را تشکیل می دهند، لذا با باز آفرینی فضاهای شهری با اهداف جدید و نو می توانیم به حفظ حیات و درخشش شهرهایمان در دنیای اقتصادی جدید بپردازیم. بر این اساس پژوهش حاضر به صورت کیفی و به شیوه توصیفی- تحلیلی انجام شده است و داده ها و اطلاعات موردنیاز پژوهش، حاصل مطالعات کتابخانه ای، برداشت ها و گاه مطالعات میدانی است. با بررسی «خیابان های اصلی منطقه 12 تهران» به عنوان نمونه موردی پژوهش و فضای شهری با پتانسیل جذب گروه خلاق هنرمندان، مشخص می شود که برای جذب و حفظ طبقه خلاق فوق، وجود فعالیت هایی ویژه که مورد علاقه آنها است و ایجاد بستر کالبدی مناسب جهت وقوع چنین فعالیت هایی در فضا، که باعث تعاملات اجتماعی آنان با مردم شود، ضرورت دارد. لذا پژوهش فوق به دنبال چگونگی ایجاد چنین زمینه ای است تا از طریق آن موجب باز آفرینی فضای شهری فوق در تمام ابعاد اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی شده و به الگو و قطبی محرک برای سایر فضاها، تبدیل گردد تا در نهایت به توسعه این منطقه از تهران منجر شود.

**واژه­هاي کليدي**

بازآفرینی شهری، فضای شهری، شهر خلاق، سرمایه های انسانی، گروه خلاق هنرمندان

**Abstract**

Urban redevelopment, as a comprehensive and integrated narrative of urban restoration, is a process that on the one hand addresses all aspects and constraints of development within the existing city and, on the other hand, provides opportunities and opportunities for conversion. Making it deals with the tool or the way to achieve development. The philosophy of the creative city is that in every city there is always a lot more capacity than we first imagined, and the city's position as a place for the foundations of the knowledge society and one of the essential requirements of forming clusters of science and technology and preserving capital. The human creation (the creative class) is very necessary and important. Thus, in an era of growing cultural and economic diversity, streets, squares, parks, and other public spaces are at the core of residential building blocks for interaction and vitality in urban life, Creating Urban Spaces With New and New Goals We can preserve the lives and shine of our cities in the new economic world. Accordingly, the present study was conducted in a qualitative and descriptive-analytical manner and the data and information required for the research are derived from library studies, surveys and sometimes field studies. By examining "Main Streets of Tehran District 12" as a case study of urban space with the potential to attract a creative group of artists, it is found that to attract and retain the above creative class, there are special activities that interest them and create a physical context. It is necessary for such activities to take place in space, which will enable them to interact with people in the community. Therefore, this research seeks to create such a context through which it redefines the urban space in all economic, cultural and social dimensions and becomes the driving force for other spaces to eventually develop this area of Tehran will lead.

**Keywords:** Urban regeneration, urban space, creative city, human capital, creative group of artists

**مقدمه**

در این بخش با تکیه بر نظریات اندیشمندان شهرسازی به تعاریف گوناگون از کلیدواژه های تحقیق شامل « فضای شهری»، «بازآفرینی شهری» و «نظریه شهر خلاق» می پردازیم. هر کدام از تعاریف ارائه شده به وجهی از ابعاد موضوعات فوق اشاره دارند، سعی بر این بوده است که با کنار هم قرار دادن تعاریف مختلف، تحلیلی در مورد آنها شکل بگیرد که بتواند به عنوان چارچوب نظری در طراحی مورداستفاده قرار گیرد. فضای شهری دارای ویژگی هایی ارتباطی بوده و بخشی از ارگانیسم زنده شهر است که با شرایط اجتماعی، اقتصادی و فنی در حال تغییر، مرتبط است و در توسعه یک شهر، این فضاها به عنوان عرصه رویدادها، ملاقات ها و تجلی اجتماعی و هویتی شهروندان نقش مهمی را ایفا می کنند. بنابراین برای توسعه و بازآفرینی شهرها می توان از فضاهای شهری آغاز کرد. بازآفرینی شهری فرایندی است که به خلق فضای شهری جدید با حفظ ویژگی های اصلی فضایی (کالبدی و فعالیتی) منجر می گردد. در این راستا رویکرد شهر خلّاق پاسخی مناسب برای باز آفرینی و توسعه شهرها در جهان امروز می تواند باشد؛ زیرا شهرهای امروزی دیگر با سرمایه های اقتصادی سنتی قادر به حیات نخواهند بود و می بایست برای رقابت به دنبال زمینه های متنوع تری باشند تا بتوانند با خلاقیّت به توسعه خود بپردازند.

در قسمت تجربیات جهانی، به دنبال ارائه نمونه ها و تجارب عملی در رابطه با پروژه های باز آفرینی فضاهای شهری هستیم که با رویکرد تئوری «شهر خلّاق» به دنبال احیای فضاهای شهری خود و در نهایت توسعه شهر بوده اند. در انتخاب نمونه ها چند آیتم مشترک **شامل:** مقیاس پروژه، گروه هدف برای جذب و حفظ، وهدف پروژه در نظر گرفته شده است تا تجارب ارائه شده قابل قیاس با یکدیگر بوده و در نهایت نیز قابل بهره گیری برای ارائه مدل مفهومی جهت طراحی نمونه موردی پژوهش حاضر باشند.

**فضای شهری، مفهوم و ویژگی ها**

**تعریف و مفهوم فضا**

فضا یک مقوله بسیار عام است و تمام جهان هستی را پر می کند و ما را در تمام طول زندگی احاطه کرده است. فضا می تواند چنان نازک و وسیع به نظر آید که احساس وجود بعد از بین برود و یاچنان مملو از وجود بعدی باشد که به هر چیزی در حیطه خود مفهومی خاص بخشد. فضای سه بعدی قابلیت جالب توجهی در بالا بردن کیفیت زندگی ما دارد و یک عنصر اساسی در طراحی شهری است و موضوع طراحی شهری مربوط به فضاهای بین ساختمان ها است.( رضازاده و عباس زادگان، ۶۷: ۱۳۸۷ ) آمیختگی مفهوم فضا با این پیچیدگی ها، سبب شده است تا متفکران نتوانند تعریف کاملی از آن بیان نمایند. به نظر می رسد این که مفهوم فضا در چه حوزه و حیطه ای اعم از جامعه شناسی، انسان شناسی، معماری، شهرسازی ، حقوق و... به کار برده شده است، معنی خاص خود را می یابد. در علوم اجتماعی فضا با فعالیت های انسان ها به عنوان کنشگران اصلی در سیستم های شهری امروز گره خورده است.(فکوهی وقوامی فرد، مجله الکترونیکی، ۱۳۸۳).

فضا مفهومی به خودی خود بدیهی نیست. این مفهوم معنایی به مراتب گسترده تر از تعریف نسبتاً ساده ی فضای فیزیکی یا طبیعی که به طور ضمنی در مباحث مطرح می شود و به ابعاد سه گانه ی جهان بیرونی یعنی به تواترها، جدایی ها و فاصله های میان افراد و اشیا اطلاق می شود، دارد.(فکوهی، ۲۶۱: ۱۳۸۳ ) هر کاری که انسان انجام می دهد دارای یک جنبه فضایی نیز هست به عبارتی هر عملی که انجام می شود احتیاج به فضا دارد.فضا از طریق عناصر محدود کننده آن قابل شناسایی است و شخصیت آن تابع چگونگی و نظم حاکم بین این عناصر است.

از نظر راپاپورت نظریاتی که در مورد مفهوم فضا به عنوان بعد مهمی از محیط به ویژه در ارتباط با روابط انسانی ارائه می شود، مختلف است. برخی فضا را تعیین کننده ی روابط انسانی می دانند که به جبریون معروف اند. بعضی فضا را بعد مادی جامعه فرض می کنند و روابط اجتماعی را در شکل دادن به آن مؤثر می دانند. بعضی معتقدند فضا امکانات و محدودیت هایی ایجاد می کند که مردم بر اساس معیارهای فرهنگی خود آن را | انتخاب می کنند. (تولایی، ۷: ۱۳۷۲) بنابراین می توان این گونه استنباط نمود که فضا یک مفهوم نسبی و مهم است که مرزهای تحلیل آن نامحدود است. فضا گستره ای است سرشار از معانی، نمادها و نشانه های گوناگون. فضا در کنار مفهوم زمان نقش فوق العاده مهمی در حوزه ی انسان شناسی ایفا می کند. یک مسئله ی حائز اهمیت در هر پژوهش مرتبط با فضای شهری این است که محقق چه نوع رویکردی نسبت به آنجا دارد. تاکنون تقسیم بندی های گوناگونی در خصوص انواع فضاها از سوی تحلیل گران مختلف ارائه شده است، برای نمونه به برخی از این دسته بندی ها اشاره می گردد: فضای انسانی و غیر انسانی، فضای قدسی و ناقدسی، فضای رفتاری، تجربی، حسی، روان شناختی، شناختی، ذهنی، فرهنگی، خیالین، الکترونیک، فضای شهری و ....(فکوهی، 45: 1383 )

**تعریف و مفهوم فضای شهری**

فضای شهری یکی از عناصر ساخت فضایی شهر است که همراه با تاریخ یک ملت در ادوار مختلف به وجود می آید، شکل می گیرد و دگرگون می شود. این عنصر که فعالیت های مختلف فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی یا سیاسی همواره در آن جریان داشته، همیشه با قلب تاریخ شهر می تپیده و سرگذشت شهر رارقم می زده است. چون بیشتر فضاهای شهری با ارزش به دوران های گذشته تعلق دارد، بنابراین نباید گمان کرد که فضای شهری عنصری است قدیمی و شهر امروز بدان نیازی ندارد. (توسلی و بنیادی، ۷: ۱۳۸۶)

شهر ترکیبی است از فضاهای عمومی و خصوصی که به گونه ای پیچیده در یکدیگر تداخل یافته اند. فضاهای خصوصی (بر خلاف شیوه زیستی روستایی) در فاصله ای اندک از فضاهای عمومی قرار گرفته اند (پاکزاد، ۱۳۸۵: ۸۰-۷۷) و به این ترتیب افراد می توانند به سرعت در این فضاها، جابه جا شوند. این امر می تواند هم نوعی امتیاز، هم نوعی مشکل در شهر به حساب آید. امتیاز از آن رو که فرد می تواند خصوصی بودن را برای خود انتخاب کرده و تنها در مواردعلاقه مندی خود وارد فضای عمومی شود. (نوربرگ شولتز، 1354: 80)ورود به فضای عمومی در شهر لزوما سبب از میان رفتن ناشناسی افراد نخواهد شد زیرا تماس ها در فضاهای عمومی شهر، تماس هایی اتفاقی و کوتاه مدت و گذرا هستند. بنابراین حفظ تعادل و مرز میان این دو فضا به گونه ای که هیچکدام در دیگری مداخله نکند، می تواند شهر را به شکل آرمانی نگه دارد. (فکوهی، 244: 1386) فضای شهری چیزی نیست جز فضای زندگی روزمره ی شهروندان که هر روز به صورت آگاهانه یا نا آگاهانه در طول راه، از منزل تا محل کار ادراک می شود.(پاکزاد، 32: 1376) فضای شهری به عنوان یکی از زیر مجموعه های مفهوم فضا، از مقوله ی فضا مستثنی نیست. بدین معنی که ابعاد اجتماعی و فیزیکی شهر رابطه ای پویا با یکدیگر دارند. در واقع فضای شهری مشتمل بر دو فضای اجتماعی و فیزیکی می شود.(مدنی پور، ۴۸: ۱۳۷۹) یک فضای شهری را می توان بر مبنای رویکردهای مختلف محیطی، جغرافیایی، معماری و ... مطالعه و بررسی کرد. فضای شهری ، عرصه ی ایفای نقش بازیگرانی است که هر یک به عنوان کنشگرانی از جامعه ی خود محسوب می شوند. نقش های مثبت و گاهی منفی، نقش های پررنگ و گاهی کمرنگ، نقش های عام و گاهی خاص. فضای شهری به مفهوم صحنه ای است که فعالیت های عمومی زندگی شهری در آن ها به وقوع می پیوندند. خیابان ها، میادین و پارک های یک شهر فعالیت های انسانی را شکل می دهند. این فضاهای پویا در مقابل فضاهای ثابت و بی تحرک محل کار و سکونت اجزای اصلی و حیاتی یک شهر را تشکیل داده. شبکه های حرکت، مراکز ارتباطی، وفضاهای عمومی بازی و تفریح را در شهر تأمین می کنند. (بحرینی، ۳۱۳: ۱۳89) فضای شهری بستر مشترکی است که مردم فعالیت های کار کردی و مراسمی را که پیوند دهنده ی اعضای جامعه است، در آن انجام می دهند و صحنه ای است که بر روی آن نمایش زندگی جمعی، در معرض دید قرار می گیرد. فضای شهری فضایی است که در آن با غریبه ها سهیم هستیم، مردمی که در اقوام، دوستان یا همکار ما نیستند. فضایی است برای سیاست، مذهب، دادوستد و ورزش، فضایی برای هم زیستی مسالمت آمیز و برخوردهای غیر شخصی در واقع می توان فضاهای شهری را معادل عرصه های عمومی نیز توصیف نمود.(صالحی، ۸۹: ۱۳۸۷) فضاهای شهری بخشی از فضاهای باز و عمومی شهرها هستند که به نوعی تبلور ماهیت زندگی جمعی می باشند، یعنی جایی که شهروندان در آن حضور دارند. «فضای شهری صحنه ای است که داستان زندگی جمعی در آن گشوده می شود. فضایی است که به همه مردم اجازه می دهد که به آن دسترسی داشته باشند و در آن فعالیت کنند. در این فضا فرصت آن وجود دارد که برخی مرزهای اجتماعی شکسته شوند و برخوردهای از پیش تدوین نیافته به وقوع بپیوندند و افراد در یک محیط اجتماعی جدید با هم اختلاط یابند . ( ۱۹۷۲: ۱۰۹ (Lynch نکته کلیدی در موفقیت فضای عمومی، وجود یک بستر تبادل است. بدون حضور فعالیت های اقتصادی در سطوح و لایه های مختلف نمی توان فضای موفق شهری ایجاد کرد. از آنجا که تبادل فقط در فعالیت های تجاری خلاصه نمی شود فضاهای عمومی شهر بایستی امکان ایجاد ارتباطات اجتماعی و فرهنگی را نیز فراهم آورند (کارمونا و همکاران، ۱۹۵: ۱۳۸۸ ( فضاهای شهری بخشی از فضاهای باز و عمومی شهرها هستند که به نوعی تبلور ماهیت زندگی جمعی می باشند، یعنی جایی که شهروندان در آن حضور دارند. « فضای شهری صحنه ای است که زندگی جمعی در آن گشوده می شود. فضایی است که به همه مردم اجازه می دهد که به آن دسترسی داشته باشند و در آن فعالیت کنند. فضای شهری امروزی حاصل نگرش توام به هر دو بعد فرم (کالبد) و عملکرد (محتوا) ست و ضرورت؛ فضای شهری را نه فقط باید از طریق ویژگیهای زیبایی شناختی آن بلکه باید از طریق تحليل مشخصه های محتوای آن مورد بازشناسی قرار داد. بنابراین در بررسی و تحلیل تاثیرات آن نیز این دو فاکتور ملاک عمل خواهد بود.(توسلی، ۲۵: ۱۳۷۶)

**تعریف باز آفرینی**

واژه باز آفرینی در لغت به معنای « باز تولید یا ترمیم طبیعی بخشی از یک تمامیت زنده که در معرض نابودی قرار گرفته است، می باشد. (لطفی، ۷۹: ۱۳۹۱) باز آفرینی شهری یک رویکرد جامع، یکپارچه و کل نگر است که سه هدف سه ای (3E) (اقتصاد، برابری و محیط) را در بر می گیرد. با حفظ رقابت اقتصادی، کاهش نابرابری، حفاظت و نگهداری محیط زیست که حاکی از نسل جدیدی از مشارکت ها برای توسعه سیاست ها شامل شکل های نوآورانه ای از بخش های خصوصی - عمومی و سازمانهای غیردولتی می باشد.(۲۰۰۱,( Gibsonهمچنین دکتر حبیبی در مقاله ای با عنوان «فضای انتزاعی و فضای اجتماعی»، باز آفرینی را اقدامی جهت استفاده مجدد از کالبد موجود که بلا استفاده مانده است، تعریف می نماید. (حبیبی، مقصودی، ۲۲: ۱۳۸۱)

**تجدید نسل به عنوان راهبردی برای مرمت و حفاظت شهری**

درباره پدیده های مربوط به امور انسانی و اجتماعی، تجدید نسل، همانطور که در قسمت قبل گفته شد، ممکن است با تغییرات ناگهانی ودفعی همراه باشد، و یا بطئی و آرام باشد، لذا مرمت و حفاظت شهری ای که از شرایط اجتماعی وروح زمانه عقب مانده است، هرگز نخواهد توانست بر مشکلات پیش روی خود فائق آید. در عصر «تجدید نسل» شهری می باید شکل بگیرد که در درجه اول پاسخگوی شرایط تازه شهر ها در مناسبات نوین و بین المللی، و در وهله بعد، بر آوردکننده خواسته ها و نیازهای افراد نسل جدید باشد. (لطفی، ۱۳۹۱: ۷۹ )

**جایگاه هنرشهری در باز آفرینی و توسعه خلاق فضاهای شهری**

شبکه منطقه ای شهرهای خلاق که در اکتبر سال ۲۰۰۴ توسط یونسکو در صد و هفتاد مین مجمع عمومی شروع بکار نمود و هدف آن کمک به بازیابی پتانسیل های اقتصادی، اجتماعی و صنایع فرهنگی در راستای رشد هوشمند است که توسط نیروهای محلی برپا می گردد تا شعار “جهانی بیندیشیم و محلی عمل کنیم" را به نتیجه برساند، متشکل از هفت زمینه بوده که هر شهر با توجه به انرژی و ظرفیتی که به صنایع خلّاق اختصاص می دهد اولویت خود را در رابطه با آن انتخاب می کند. این هفت زمینه اولویت های فعالیتی شهرهای خلّاق را تشکیل می دهند که شامل ادبیات، سینما، موسیقی، مهارت و هنر فولک، طراحی، هنرهای رسانه ای و تغذیه می باشند. (۲۰۰۱,Casanovas)

هنری که ما در فضای عمومی می یابیم، بیش از دیگر گرایشات هنری و زیباشناختی تبیین کننده و نشان دهنده موقعیت اجتماعی و فرهنگی جامعه در زمان خود می باشد. اقدامات صورت گرفته در این زمینه به تشکيل تصویر ویژه ای از شهر و علامت های قابل شناخت در آن کمک می کند. هنر در مکان های عمومی روابط بین مردم را تحت تأثیر قرار داده و باعث ارتقاء سطح سلامتی و تمول جامعه می شود.(۲۰۰۳(Worth:

درفرایند بهره گیری از هنر نباید این نکته فراموش شود که فضای عمومی یک موزه یا گالری برای نمایش گذاشتن آثار هنری نیست، زیرا در این صورت این فضا محلی برای به نمایش گذاشتن توانایی و افتخارات یک فرد خواهد بود، نه فضایی برای به نمایش گذاشتن افتخارات، خاطرات و ابعاد اجتماعی - فرهنگی یک جامعه. (مرادی، ۸۳: ۱۳۸۶) بستر تحقق هنر شهری، عرصه های عمومی شهر است. صحنه هایی که جریان زندگی شهری در آن به وقوع می پیوندد نه تنها جنبه های کالبدی متناظر با آن همچون عبور و مرور و حمل و نقل را مدنظر قرار می دهد، بلکه جایی است که مکث در آن اتفاق می افتد و زندگی شهری به نمایش در می آید. بخش مهمی از تعاملات اجتماعی و فرهنگی در فضاهای شهری محقق می شود، بنابراین نقش فضاهای شهری در تقویت بنیان های اجتماعی و فرهنگی شهر بسیار دارای اهمیت است. بر این اساس هنر شهری در این فضاها از اهمیت اساسی برخوردار بوده و با جذب طیف وسیعی از گروه های اجتماعی، حس هم گرایی و تعامل مستقيم شهروندان را با وجود بینش ها، احساس ها، خواسته ها و گرایش های مختلف تقویت می کند. همچنین هنر محیطی با آشتی دادن مردم با فضاهای عمومی شهری، بحران خالی شدن عرصه های عمومی از حضور مردم و کاهش کنش های اجتماعی - که امروزه اغلب کلان شهرها دچار آن شده اند - بهبود می بخشد.

**مفهوم شهرها، خوشه ها و حوزه های خلاق شهری**

مفهوم حوزه های خلاق به وسیله مورخان شهری به نام های گونرتورنكيوست و آك آندرسون توسعه پیدا کرد. تورنكيوست تعریف خود از حوزه های خلاق را در سال ۱۹۷۸ میلادی مطرح کرد و اظهار نمود که در چنین حوزه هایی ۴ ویژگی کلیدی جریان دارد: 1. اطلاعات (که باید قابل مبادله و داد و ستد درونی باشد)، ۲.دانش (نهادهای کار و داده محور)، ۳. صلاحیت در فعالیت های خاص، خلاقیت، که هر سه ویژگی دیگر رابرای خلق محصولات، ایده ها و فرآیندها به یکدیگر می پیوندند. چنین مکان هایی به عنوان حوزه تجمع یافته ای از تخصص های خلاق شناخته می شوند. به طور کلی، هنرمندان و افراد خلاق و توانا نیز به مکان هایی با تنوعی از داد و ستدها و تجارت ها و تنوعی از برخوردها و آشفتگی ها جذب می شوند. ( ۲۰۰۸: ۳۰۲ ,Montgomery) آندرسون در تعریف خود از حوزه های خلاق اظهار می دارد که این گونه حوزه ها، توانایی های نیمه ناخود آگاه و بالقوه افراد و گروه هارابرای تولید فعالیت های جدید در عرصه هنر، تکنولوژی وعلم، توسعه می دهند. چنین مکانهایی تمایل به گوناگونی های فرهنگی (سلیقه و ترجیحات، بیشتر از تنوع قومی و نژادی موردنظر است)، غنی شدن در زمینه دانش، داشتن اندوخته ای از مهارت ها و شایستگی ها و اتصال مناسب با زیرساخت ها ارتباطی رادارند. چنین مکان هایی همچنین گرایش به مکان های نسبتا فشرده با قابلیت دگرگونی هاو نوآوری ها را دارا می باشند که از عناصر کوچک مقیاس گوناگون در مجاورت یکدیگر به وجود می آیند. در این مسیر، حوزه های خلاق، ظرفیت هایی را برای آموختن، نوآوری، به کار بستن مهارت های از قبل موجود و توسعه امکانات جدید در آن را به وجود می آورند. چارلز لندری نیز حوزه های خلاق را محیط های کالبدی به صورت مکان یا مجموعه ای از ساختمان ها می داند که توده های حیاتی کارآفرینان، منفکران، فعالیت های اجتماعی، هنرمندان، قدرت کارگزاران و یا دانش آموزان در این محیط بی حد و حصر به فعالیت می پردازند، یعنی در زمینه ای بین المللی و جایی که مراودات چهره به چهره، ایده های نو، دستاوردهای انسان ساخت، محصولات، خدمات و سازمان هارا خلق می کند و به موفقیت های اجتماعی و اقتصادی در عصر اقتصاد خلاق ودانش - محور، منجر می شود. این حوزه ها می توانند یک یا مجموعه ای از ساختمان هاباشد یا یک خیابان، یک منطقه و حتی کل شهر (۱۳۳& Landry, ۲۰۰۸ : xvi ) در یک جمع بندی کلی، می توان تعاریف و ویژگی های اصلی و مشترک شهر ها، حوزه ها و خوشه های خلاق را، این چنین دسته بندی کرد:

1. این گونه مناطق توانایی توسعه و بهبود خلاقیت ها و ایده های نیمه ناخود آگاه و بالقوه افراد و گروه ها به منظور تولید و توسعه فعالیت ها، فرآیندها، ایده ها و دستاوردهای انسان ساخت جدید در زمینه هنر، تکنولوژی وعلم می باشند.
2. توده های حیاتی کارآفرینان، متفکران، هنرمندان، کارگزاران و یا دانش آموزان و فعالیت های اجتماعی به این گونه محیط ها جذب می شوند زیرا در آنجا قادر به فعالیت و انجام مراودات چهره به چهره و داشتن توعى از برخوردها و دستاوردها در راستای دستیابی به موفقیت های محیطی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی جامعه هستند.
3. بستری است گسترده و مطمئن به منظور رویارویی و گفتمان دانش و ایده های خلاقانه افراد، با همستانها وهمچنین شرکت ها و بنگاه های تجاری با یکدیگر.
4. ظرفیت های محیطی برای آموختن، غنی شدن در زمینه دانش، نوآوری، تهیه اندوخته ای از مهارت ها و شایستگی ها، به کار بستن مهارت های از قبل موجود و توسعه امکانات جدید را فراهم می آورند.
5. چنین مکان هایی به عنوان حوزه تجمع یافته ای از تخصص های خلاق منحصر به فرد و دارای صلاحیت، شناخته می شوند.
6. شامل چرخه ارزشی تولید مصرف است که به وسیله پشتیبانی تکنولوژی و زیر ساخت های تخصصی و جذب هنرهای خلاق و مهارت ها و خلاقیت های فردی و جمعی به موارد تولید و مصرف صنایع فرهنگی وخلاق منجر می گردد.
7. پذیرای گوناگونی های فرهنگی ای هستند که بیان خلاقیت در تمامی ابعاد آن، مورد تشویق قرار می گیرد.
8. به هنر به دلیل اهمیت زیبایی شناختی و آموزشی، برای پرورش قوه ادراك وارتباطات و همچنین توسعه اقتصادی - اجتماعی و رفع نیازهای روحی، احترام گذاشته می شود.
9. مردمان می توانند در زندگی روزمره خود از فعالیت ها و کنش های خلاق در حوزه های خلاق، بهره مند گردند.
10. معمولا به حوزه های کالبدی و یا حتی مجازی با ساختار اتصالی و ارتباطی مناسب و قلمروهای فشرده متشکل از عناصر کوچک مقیاس در مجاوریکدیگر با قابلیت دگر گونی، انعطاف پذیری و نوآوری بالا برخوردارند.

**نقش خلّاقیت در بازآفرینی شهری**

شهر خلّاق مرکز تبدیل ایده به ثروت است و در واقع رویکردی فرهنگی در توسعه شهری بشمار می آید. فرهنگ به عنوان عنصر اصلی توسعه در شهرهای خلاق است. در فرآیند جهانی شدن که امروزه تمامی شهرها با آن روبرو هستند و به رقابت با یکدیگر برای دستیابی به آینده ای پایدار می پردازند، نیازمند متخصصین هستند و این گروه در مکانهایی مستقر می شوند که از نظر فرهنگی، اجتماعی، نهادی واقتصادی دلچسب باشند. بنابراین مؤلفه های فوق و شهرهای خلاق تأثیری دوسویه بر یکدیگر داشته و از این طریق موجب توسعه وحيات شهرها می شوند. (قربانی و دیگران، ۱۳۹۲) ارتباط بین خلاقیت و سطح توسعه شهری، شناخت نقش و اهمیت توسعه سرزمینی و افزایش قدرت رقابت از طریق جذب طبقه خلاق منجر به ظهور دیدگاه های متنوعی در این زمینه شده است. حداقل سه بعد عمده وجود دارد که می تواند رابطه بین خلاقیت و توسعه شهری را مطرح سازد: 1- اعتقاد به لزوم سرمایه گذاری در توسعه شهری در جهت ایجاد خلاقیت که شامل توسعه ابزارهای خلاق و راه حل هایی است، که به بافت فرهنگی و اقتصادی اجتماعی جدید کمک نماید. ۲- تأكید به بخش ها، فعالیت ها و صنایع خلاق به عنوان پایه های ساختاری توسعه شهری. به عبارتی دیگر با اعتقاد به این که فعالیت های خلاق و فرهنگی نقشی اساسی در اقتصادهای در حال رشد دارد ، ضروری است که توسعه شهری به عنوان موتور اقتصادی جامعه دانش محور عمل کند. ٣- دفاع از لزوم جذب مهارت های خلاق با منابع انسانی خلاق. (قربانی و دیگران، ۶: ۱۳۹۲)

**جدول1– معیارهای سنجش شهر خلّاق برای پژوهش پیش رو**

|  |  |
| --- | --- |
| معیارهای مکانی | معیارهای غیر مکانی |
| تامین حرکت و دسترسی مناسب وسريع | آموزش رسانه و هنر. |
| کیفیات مکان | قابلیت داشتن دانش زیاد (مراکز نوآوری، تحقیقاتی) |
| هویت و اصالت | وجود سرمایه انسانی خلّاق. |
| تنوع و گوناگونی( اجتماعی، فعالیتی،....) | پرورش کودکان و نسل های آینده. |
| شیوه زندگی | حمایت از حقوق و فرهنگ شهروندی. |
| مكان مراودات و زندگی اجتماعی (مکانهای سوم) |  |
| زیبایی و چشم اندازهای غنی  مکان های ۲۴ ساعته و سرزنده |  |
| مراکز فرهنگی و هنری |  |
| مسابقه برگزاری رویدادهای فرهنگی و هنری (مانند جشنواره) |  |

**جدول2-جمع بندی معیارهای مدل مفهومی پژوهش**

|  |  |
| --- | --- |
| نظام های طراحی | معیارهای مورد بررسی |
| **نظام حرکت و دسترسی** | سلسله مراتب و جهت حرکت و دسترسی |
| گره های ترافیکی و میزان سهولت دسترسی |
| جهت حرکت سواره |
| وضعیت ورودی ها و تقاطع ها |
| وضعیت حمل و نقل همگانی |
| وضعیت پارکینگ های عمومی |
| مقاطع عرضی |
| **نظام کاربری زمین و فعالیّت** | نوع کاربری ها |
| میزان تنوع فعالیت ها |
| الگوی زمانی استفاده کاربری ها |
| مقیاس عملکردی فعالیت ها |
| فعالیت های مورد علاقه گروه خلاق |
| **نظام زیست محیطی** | نظام سایه اندازی و آسایش اقلیمی پیاده |
| آلودگی های زیست محیطی |
| سیستم دفع آبهای سطحی |
| **نظام فرم کالبدی و منظر شهری** | قدمت ابنیه |
| تعداد طبقات |
| نظام ارتفاعی و محصوریت فضایی |
| کیفیت پیاده روها |
| نسبت توده و فضا |
| کیفیت دید و منظر |
| **نظام استخوان بندی فضاهای همگانی** | میزان خاطره انگیزی |
| میزان تنوع اجتماعی فضاها  میزان انعطاف پذیری فضاها و برگزاری رویدادهای متنوع |

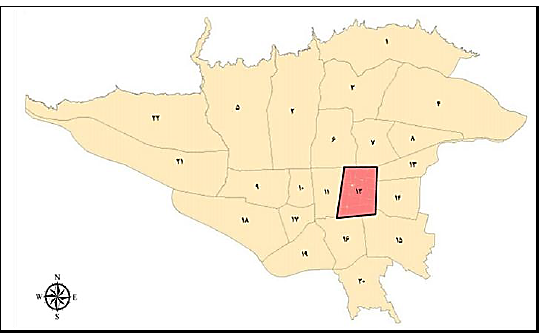
**بررسی معیارهای غیر مکانی مطرح شده توسط یونسکو برای پیوستن به شبکه شهرهای خلاق**: شبکه منطقه ای شهرهای خلاق يونسکو معیارهایی را برای پیوستن به این شبکه شهری در نظر می گیرد که کیفیت و وضعیت این معیارها در منطقه 12 تهران به شرح زیر می باشد : ۱) تجربه میزبانی جشنواره ها و رویدادهای موسیقی در سطح ملی یا بین المللی و ساختارهای ساده و غیر رسمی آموزش موسیقی، و این در حالی است فضاها و زیر ساخت های این منطقه از تهران شرایط کالبدی مناسبی ندارد و همچنین پاسخگوی جمعیت شهر در دوره برگزاری جشنواره ها نیست. همچنین بسیاری دیگر از جشنواره های استانی مانند: جشنواره هنرستان های هنرهای زیبا، جشنواره فرهنگی وهنری ، جشنواره فرهنگی و هنری دانشجویان فنی وحرفه ای، و... در این منطقه از تهران انجام می شود. وجود گروههای تأتر و موسیقی مختلف در تهران نشان دهنده پتانسیل و نیروی خلاق موجود در استان تهران و منطقه 12 می باشد. این گروه ها برخی مواقع به صورت سازمانی و با حمایت دولتی و برخی اوقات به صورت خصوصی به اجرای برنامه های خود می پردازند. همچنین وجود آموزشگاه های موسیقی و فرهنگی و هنری متنوع و دانشکده هنر دانشگاه هنر تهران عامل پیوند بیشتر هنرمندان با استان این منطقه می باشد که چنین پتانسیل هایی از لحاظ آکادمیک می توانند ارتباطی قوی تر و پایدارتر میان شهر تهران و منطقه 12 وهنر به عنوان عامل خلاق توسعه شهر و فضاهای شهری، برقرار سازند.

ارتقاء صنعت موسیقی در تمام شکل هایش امکانات فنی و تکنولوژیکی و استودیوهای موسیقی): شهر تهران همواره از سال های دور محل تجمع هنرمندان موسیقی و مکانی برای ضبط موسیقی های مجاز وزیر زمینی بوده است و استودیوهای ضبط موسیقی بسیاری نیز در آن وجود دارد. مدارس موسیقی، هنرستان ها، آکادمی ها و موسسات آموزش عالی ویژه موسیقی : آموزشگاه های موسیقی مختلفی در سراسر شهر وجود دارند که آموزش انواع آلات موسیقی و آواز و سولفژدر آنها ارائه می شوند که از لحاظ آکادمیک به تغذیه نیروی خلاق هنرمند می پردازد.

**منطقه 12 شهرداری تهران**

منطقه ۱۲ یکی از مناطق قدیمی شهر تهران محسوب می شود که در مرکز شهر تهران واقع شده است. مساحت این منطقه معادل 91/ 16 کیلومتر مربع (۱۳۷۰ هکتار و معادل 2/3درصد محدوده تهران) شامل 6 ناحیه و ۱۳ محله است. از مهمترین ویژگی های آن قرار گرفتن بازار بزرگ و اصلی شهر تهران و بسیاری از مراکز و نهادهای دولتی، وزارتخانه ها، شهرداری و شورای شهر تهران و ... در این منطقه است. منطقه ۱۲ از طرف شمال به خیابان انقلاب اسلامی، از جنوب به خیابان شوش، از شرق به خیابان ۱۷ شهریور و از غرب به خیابان وحدت اسلامی محدود شده است. منطقه دارای نقاط عطف میدان فردوسی، پیچ شمیران، لاله زار، پل چوبی، میدان امام حسین (ع)، از سمت شمال و نقاط عطف خیابان جهان پهلوان تختی، یخچال، میدان هرندی و میدان شوش از سمت جنوب، از سمت غرب به نقاط عطف میدان تاریخی حسن آباد( هشت گنبدان)، چهارراه ابوسعید، میدان وحدت اسلامی و از سمت شرق به نقاط عطف میدان خراسان، خیابان شهید کفایی امانی ، خیابان خورشید، خیابان مجاهدین زیر گذر امیرکبیر و اتوبان شهید محلاتی، میدان شهدا محدود می شود.

**نقشه شماره1-موقعیت منطقه 12 در شهر تهران**

****

**سنجش معیارهای تحقیق با پرسشنامه**

**سنجش عام معیار های کیفیت طراحی شهری و فضای شهری خلاق**

یکی از فرضیات تحقیق مورد نظر که موجب انتخاب منطقه 12 تهران به عنوان نمونه موردی شد، سرزندگی و علاقه جمعیت انبوهی به استفاده از این فضا بود. بنابراین در پرسشنامه اول که بین استفاده کنندگان فضا (مردم عادی) پخش شد، در درجه اول سوالاتی در باب انتخاب منطقه مورد نظر به عنوان فضای مراجعه مردم و میزان علاقه آنها به این منطقه پرسیده شد، سپس به بررسی و سنجش معیارهای کیفیت طراحی شهری و فضای شهری خلاق در وضع موجود منطقه 12 در قالب سوالات چهار گزینه ای پرداخته شد. پرسشنامه فوق بین ۵۰ نفر به صورت تصادفی در فضای شهری مورد بررسی پژوهش، توزیع گردید. در این میان ۴۰ مورد آنها به طور کامل پر شده وبرگشت داده شد. پرسشنامه فوق شامل دو گونه سوال می باشد، گونه اول به ارزیابی نظرات پرسش شونده در قالب پاسخ های بله وخیر می پردازد و گونه دوم که به صورت چهار گزینه ای می باشد، از مخاطب خواسته شده که میزان رضایت خود و میزان کیفیت خیابان های منطقه 12 را در معیارهای پرسش شده با علامت زدن یکی از گزینه های خیلی زیاد، زیاد، متوسط وكم مشخص کند. نتایج حاصل از پرسشنامه به شرح جدول زیر می باشد:

**جدول شماره 3 –سنجش عام معیارهای کیفیت طراحی شهری و فضای شهری خلّاق**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| میزان رضایت  معیارها | خیلی زیاد | زیاد | متوسط | کم | جمع خیلی زیاد و زیاد | جمع متوسط و کم |
| سرزندگی | 32 | 8 | - | - | 40 | - |
| هویت و معنا | 29 | 6 | 5 |  | 35 | 5 |
| گوناگونی | - | - | 11 | 29 | - | 40 |
| دسترسی | - | - | 19 | 21 | - | 40 |
| زیست محیطی | 2 | 21 | 16 | 1 | 23 | 17 |
| میزان مشارکت | - | - | 11 | 29 | - | 40 |

**معیار سرزندگی** در قالب سوال هایی چون میزان خاطره انگیزی و سرزنده بودن، معیارهویت و معنا در قالب وقوع رویدادها و مراسم های ملی و مذهبی، معیار گوناگونی با میزان پاسخ دهی به گروه های سنی مختلف و میزان تنوع کاربری ها، پرسیده شد. همانطور که در جدول فوق مشخص است، نتایج حاصل از پرسشنامه نشان می دهد که ۱۰۰ درصد پاسخ دهندگان به سرزندگی خیابان های منطقه مورد مطالعه، ۵۷ درصد به میزان کیفیت زیست محیطی منطقه و خیابان های آن و ۸۷ درصد به میزان هویت و معنادر فضا پاسخ خیلی زیاد یا زیاد داده اند. در مورد معيارهای گوناگونی که در قالب تنوع گروه های استفاده کننده و تنوع کاربری ها و فعالیت ها پرسیده شد، همچنین میزان کیفیت و سهولت دسترسی سواره و پیاده و میزان مشارکت مردم در فعالیت ها جهت سنجش میزان حس تعلق به مکان نیز ۱۰۰ درصد پاسخ دهندگان پاسخ متوسط یا خیلی کم داده اند.

**سنجش معیار حس تعلق:** جهت بررسی معیار فوق در پرسشنامه از مخاطبین دو سوال پرسیده شد. سوال اول در مورد علاقه آن ها به خیابان های منطقه 12 بود و از آنها خواسته شد تا دلیل علاقه و یا عدم علاقه خود را توضیح دهند. سوال دوم در مورد میزان مشارکت مردم در فعالیت های انجام گرفته در خیابان های مذکور، بخصوص در زمینه فرهنگی و هنری، بود که سوال فوق در قالب پرسش چهار گزینه ای مطرح شد. نتایج بدست آمده از سوالات فوق نشان می دهد که استفاده کنندگان بخصوص آنها که ساکن هستند خیابان های اصلی منطقه 12 شامل: بهارستان، پانزده خرداد، دروازه دولت و شمیران و... رادوست دارند و علت آن را سرزندگی آن و وجود مغازه های فراوان در آن ذکر نموده اند و در مورد میزان مشارکت اكثرا به عدم وجود چنین مشارکتی اشاره نموده اند.

**سنجش معیار خوانایی:** جهت بررسی معیار فوق و شناخت نقاط شاخص و خوانا که بیشتر در ذهن استفاده کنندگان از فضا قرار گرفته، نقشه کروکی مختصری از خیابان های مورد در پرسش نامه ارائه شد و از مخاطبین خواسته شد تا مکان ها و یا ساختمان هایی که بیشترین مراجعه را دارند و یا محل هایی که برای قرار ملاقات های خود انتخاب می کنند را روی نقشه کروکی مشخص کنند. در بررسی های صورت گرفته مشخص شد که اکثر مخاطبان مسجد جامع، محل ایستگاه تاکسی ها، محل استقرار دستفروش ها، نمایشگاه ها، پارک های موجود، سینما و کلانتری را به عنوان نقاط شاخص مشخص کرده اند. با توجه به بررسی های صورت گرفته مشخص می شود که خیابان های اصلی منطقه 12 از لحاظ کیفیات سرزندگی، هویت و معنا، زیست محیطی، خوانایی و حس تعلق در وضعیت نسبتاً مناسبی قرار دارد و با تقویت، هدایت و کنترل پتانسیل های موجود می توان به اهداف رویکرد باز آفرینی خلاقانه دست یافت. در مورد معيارهای دسترسی، گوناگونی و مشارکت مردمی نیز خیابان های مورد مطالعه دارای وضعیت مناسب و پاسخده ای قرار ندارد لذا در این حوزه ها نیازمند اقداماتی هستیم که ممکن است به مدت زمان طولانی تر و اقدامات بیش تری برای تغییر و رسیدن به اهداف باز آفرینی فوق نیازمند باشد. بنابراین در تدوین سیاست های اجرایی برای پروژه بیش ترین اقدامات در راستای ایجاد و یا بهبود کیفیات فوق خواهند بود.

**سنجش معیارهای فضاهای شهری جاذب طبقه خلاق، گروه هنرمندان در پژوهش حاضر:** در این بخش به تهیه پرسشنامه ای برای سنجش و بررسی معیارهای فضاهای شهری خلاق جاذب طبقه خلاق پرداخته شد. پرسشنامه فوق که میان هنرمندان شهر تهران منطقه12 به عنوان گروه خلاق هدف در این پژوهش توزیع گردید، شامل سوالاتی مشترک از پرسشنامه اول و پرسش هایی در مورد نوع و کیفیت فعالیت های جاذب طبقه خلاق ، که توسط فلوریدا در مقدمه تحقیق مطرح شد، در خیابان های مورد بررسی می باشد. پرسشنامه فوق در بین هنرمندان ساکن و یا هنرمندانی که در منطقه 12 به فعالیت هنری می پردازند، توزیع شد که از بین ۳۰ پرسش نامه فوق تمامی آنها تکمیل شدند و قابل بررسی بودند. پرسش شوندگان از میان افراد حاضر در پاتوق های هنرمندان و یا آموزشگاه های فرهنگی وهنری که دارای مدرک دانشگاهی هنر بودند و یا به انجام فعالیت هنری حرفه ای به صورت شخصی و یا حرفه ای می پرداختند، انتخاب شده اند. پرسشنامه فوق نیز شامل دو گونه سوال می باشد، گونه اول به ارزیابی نظرات پرسش شوندگان در قالب پاسخ های بله وخير می پردازد و گونه دوم به سنجش میزان علاقه به دسته ای از فعالیت ها و کیفیت آنها در خیابان در قالب سوالات چهار گزینه ای می پردازد.نتایج بخش اول پرسشنامه مربوطه به شرح جدول زیر می باشد:

**جدول شماره 4 -سنجش معیارهای فضاهای شهری جاذب طبقه خلّاق**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| میزان رضایت  معیارها | خیلی زیاد | زیاد | متوسط | کم | جمع خیلی زیاد و زیاد | جمع متوسط و کم |
| سرزندگی | 23 | 7 | - | - | 30 | - |
| هویت و معنا | 3 | 6 | 10 | 11 | 9 | 21 |

کیفیت سرزندگی و هویت و معنا در قالب سوال هایی چون میزان خاطره انگیزی و سرزنده بودن و میزان مشارکت و تعاملات فرهنگی وهنری مردم در خیابان های منطقه 12 پرسیده شد. با توجه به جدول فوق ۱۰۰ درصد هنرمندان، به میزان کیفیت سرزندگی پاسخ خیلی زیاد یا زیاد دو ۷۰ درصد آنها به میزان هویت و معنا در خیابان های اصلی پاسخ متوسط یاکم داده اند. همانطور که در فصل دوم به آن اشاره شد، ریچاردفلوریدا جهت جذب طبقه خلاق به شهرها و فضاهای شهری دسته ای از فعالیت ها را عنوان می کند که گروه خلاق بیشترین علاقه به شرکت در آنها رانشان می دهند. لذا در این بخش از پرسشنامه به میزان علاقه هنرمندان به وقوع چنین فعالیت هایی، در قالب پاسخ های چهار گزینه ای خیلی زیاد، زیاد، متوسط و کم پرداخته شد. سپس در مورد کیفیت و امکان انجام این فعالیت ها در خیابان های اصلی منطقه 12 از پرسش شوندگان خواسته شد که به هر فعالیت در فضای فوق نمره ای از ۱ تا۶ بدهند. فعالیت های مطلوب گروه خلاق از نظر فلوریدا شامل موارد زیر می گردند: 1. اولویت گروه خلاق شامل فعالیتهای فضای باز، همه شمول، مشارکتی و تفریحات فعال است. ٢. از امکانات مورد تاکید گروه خلّاق وجود فعالیت های موسیقی (شرکت در کنسرت های موسیقی در فضاهای بسته و باز و همگانی و وجود موسیقی در فضاهای همگانی، رستورانها و...) و مکان های متنوع صرف غذا می باشد. نتایج پرسشنامه مربوطه نیز به شرح جدول زیر می باشد:

**جدول شماره 5**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| فعالیتها  علاقه | خیلی زیاد | زیاد | متوسط | کم | مجموع خیلی زیاد و زیاد | اولویت بندی بر مبنای جذابیت | میانگین نمره خیابان | اولویت بندی اقدام بر مبنای کیفیت |
| قدم زدن در مجتمع تجاری | 5 | 20 | 5 | - | 25 | 3 | 4/1 | 4 |
| گذراندن اوقات فراغت در فضای سبز | 17 | 8 | 5 | - | 25 | 3 | 2/1 | 3 |
| پیاده روی و قدم زدن | 15 | 10 | 5 | - | 25 | 3 | 7/2 | 7 |
| ملاقات با دوستان در خارج از خانه | 10 | 8 | 5 | 7 | 18 | 5 | 7/4 | 9 |
| رستوران و کافی شاپ | 21 | 5 | 4 | - | 26 | 2 | 5/2 | 6 |
| تئاتر و گالری | 30 | - | - | - | 30 | 1 | 1 | 1 |
| نشستن و تماشا | 18 | 8 | 4 | - | 26 | 2 | 06/2 | 5 |
| فروشگاه فرهنگی | 26 | 4 | - | - | 30 | 1 | 1/1 | 2 |
| تماشای ویترین مغازه ها | 22 | 4 | 4 | - | 26 | 2 | 8/4 | 10 |
| حضور در مراسم | 20 | 4 | 6 | - | 24 | 4 | 4/3 | 8 |

**جمع بندی بررسی ها و تحلیل نمونه مورد مطالعه در قالب جداول امکانات و محدودیت ها**

در این قسمت به دسته بندی مطالعات انجام گرفته در خیابان های مورد پژوهش در قالب جداول امکانات و محدودیت ما در5 نظام مورد مطالعه می پردازیم. ستون امکانات، بیانگر فرصتها وقوت های وستون محدودیت ها، به بیان تهدیدها و ضعف ها می پردازد.

**جدول شماره 6-تحلیل امکانات و محدودیت ها / نظام حرکت و دسترسی**

|  |  |
| --- | --- |
| امکانات | محدودیت ها |
| وجودیافت شطرنجی و ایجاد مسیرها و تقاطع های فراوان عرض کافی معبر با توجه به موقعیت آن در سلسله مراتب دسترسی و الگوی مطرح شده در طرح جامع | تراکم جمعیتی زیادو ازدحام و شلوغی معبر |
| کم بودن عرض معبر نسبت به ترافیک عبوری و وجود  ترافیک سنگین سواره و ازدحام پیاده |
| امکان ایجاد انتخاب های گوناگون برای مسیر سواره (بافت شطرنجی) |
| عدم رعایت سلسله مراتب دسترسی با توجه به عملکرد خیابان |
| وجود گره های ترافیکی در تقاطع مسیر با برخی خیابان ها |
| امکان دسترسی آسان پیاده به دليل وجودایستگاه های وفلکه اول تاکسی در مسیر خیابان. |

**جدول شماره 7 – تحلیل امکانات و محدودیت ها / نظام کاربری زمین و فعالیت ها**

|  |  |
| --- | --- |
| امکانات | محدودیت ها |
| وجود انواع مغازه های پوشاک و بوتیک در طول مسیر خیابان | عدم پاسخگویی به انواع نیازهای گروه های سنی مختلف |
| برگزاری رویدادها و مراسم های جشن و عزاداری | اختصاص بیش تر طول خیابان ها به مغازه های پوشاک |
| انعطاف پذیری خیابان و برگزاری نماز اعیاد مذهبی در خیابان | کمبود وجود کاربری های ۲۴ ساعته در خیابان |
| عبور خیابان از بلوک های مسکونی محدوده وایفای نقش مرکز محله خطی | کمبود کاربری های سرویس دهنده به کاربری های موجود نظیر: رستوران و کافه |
| خدمات دهی خیابان در مقیاس محله تا فرامنطقه | وجود کاربری مسکونی غالب در اطراف خیابان |
| وجود تعداد معدودی کافه و رستوران و فست فود در لبه خیابان | وجود کاربری های تجاری با قیمت زمین نسبتا بالا |
| وجود سینما در خیابان |  |
| وجود مجتمع های تجاری بزرگ و شناخته شده در سطح منطقه و شهر |
| وجود فعالیت های هنری مانند اجرای موسیقی خیابانی توسط هنرمندان در برخی نقاط |

**جدول شماره 8 – تحلیل امکانات و محدودیت ها – نظام زیست محیطی**

|  |  |
| --- | --- |
| امکانات | محدودیت ها |
| شیب مناسب خیابان بری هدایت آب های سطحی | آبگرفتگی معبر در انتهای جنوبی خیابان ها. |
| پاکیزگی نسبی خیابان و رسیدگی شهرداری به جمع آوری زباله ها  امکان استفاده از پوشش گیاهی متنوع به خاطر آب و هوای این منطقه از تهران | وجود آلودگی در برخی بخش های مسیر جوی ها.  عدم وجود پوشش گیاهی در کل مسیر خیابان  عدم وجود پوشش سایه در بیشتر خیابان ها |
|  | ریختن زباله مخصوصا در ایام نوروز به دلیل افزایش تجمع مردم و دستفروشان |
| عدم کفایت سطل های زباله از لحاظ ظرفیت و تعداد |

**جدول شماره 9 – نظام فرم کالبدی و منظر شهری**

|  |  |
| --- | --- |
| امکانات | محدودیت ها |
| توجه بیشتر شهرداری در سال های اخیر به چراغانی خیابان و رسیدگی به کنار پیاده روها  کیفیت نامناسب غالب پلاک ها  ساماندهی نمای برخی مغازه ها و نوسازی آن ها توسط مالکین  تجمع برخی پلان های ریردانه و فرسوده و تبدیل به پاساژ  وجود نقطه دیدیه عنصر شاخص طبیعی (کوه) و ایجاد منظر مطلوب.  وجود برخی مغازه های خام به عنوان نقاط شاخص و خوانا  امکان ساماندهی نماها وجداره با همکاری مالكین  عدم یخ زدگی معبر زمستان به دلیل عبورومرور زیاد و تابش آفتاب | وجود پلاک های فرسوده با نمای نامطلوب درلبه خیابان  عدم کیفیت کف سازی پیاده رو در برخی بخش ها  پلکانی بودن پیاده روها در بعضی قسمت ها  عدم توجه به معلولین و کم توانایان وکودکان و بانوان در طراحی پیاده روها  عدم پیوستگی در کفسازی پیاده روها  عدم توجه به خط آسمان بناها  وجود انواع الحاقات در برخی جداره ها و اغتشاش بصری نما  عدم توجه به ارزش وجود ديديه عنصر شاخص طبیعی کوه در خیابان ها در طراحی ها  عدم توجه به ایجاد هماهنگی در طراحی نماها  عدم خوانایی برخی مغازه ها به دلیل ریزدانگی و کوچک بودن دهانه ورودی آنها  كمبود وجود المان و عناصر شاخص باهویت در طول مسیر خیابان  استفاده نامناسب ازبرخی بالکن ها وطبقات دوم مغازه ها  محل نصب تابلو، مبلمان، سطل زباله، باغچه... |

1-به منظور پشتیبانی از فعالیت های هنرمندان و ایجاد تعامل بین آنان و مردم، کاربری های فرهنگی و هنری در خیابان ها تعریف شود. همچنین فعالیت هایی از قبیل : نقاشی و تئاتر خیابانی، برگزاری نمایشگاهها و جشن های هنری و فرهنگی در فضاهای باز اتفاق خواهد افتاد تا با مشارکت مردم و هنرمندان به عنوان بازیگران اصلی فعالیت ها به سرزندگی وایفای نقش فرهنگی و هنری در خیابان دست یابیم. بستر لازم جهت چنین فعالیت هایی در سطح اول در میدان های اصلی مسیرها و در سطح دوم در خرده فضاهایی که به عنوان گره های فعالیتی در طول مسیر در نظر گرفته شده اند، مهیا شود.

2-جهت ساماندهی دستفروشان، فضایی برای استقرار آنان در طول مسیر خیابان در نظر گرفته شود و با ایجاد چادرهای متحرک این فضا تفکیک شود و به حل معضل تداخل فعالیت ها و عبور و مرور عابران پرداخته شود.

3- جهت افزایش سطح فضاهای باز و سبز که موردعلاقه طبقه خلاق می باشد، با تخریب برخی پلاک های ریزدانه و فرسوده در انتهای خیابان ها اقدام به ایجاد فضایی سبز و مکث برای استفاده کنندگان شود. علت انتخاب این نقطه ها، شاخص شناخته شدن آن در پرسشنامه ها که به عنوان محل قرار مخاطبان معرفی شده است.

4-در راستای تئوری شهر خلاق، خیابان مورد مطالعه به دلیل تعریف نقش فرهنگی - هنری برای آن، به توسعه فضاهای هنری در قالب آموزشگاه ها، آتلیه ها و گالری های هنری در طول مسیر خیابان، پرداخته شود تاضمن ایجاد بستر برای هنرمندان به عنوان گروه خلاق پژوهش حاضر، موجب ایجاد جذابیتی نو در کنار جاذبه موجود خیابان، که صرفا برای خرید پوشاک استفاده می شود، برای مردم عادی استفاده کننده از فضا شود.

5-در تقاطع معابر فرعی هر خیابان، استفاده از المان جهت معرفی شخصیت های فرهنگی و هنری منطقه 12به منظور تاکید بر نقش خیابان و ارتقای آگاهی شهروندان از پتانسیل های موجود در شهر ، پیشنهاد می شود. همچنین در محل المان های فوق پیشنهاد می شود فعالیت های فرهنگی و تجاری همگام تعریف شود مانند : کاربری های تجاری صرفا جهت فروش اجناس هنری و فرهنگی، گالری ها و آتلیه های طراحی و....

6- ایجاد رستوران ها و کافه های متعدد در طول مسیر خیابان های این منطقه از شهر که با سرریز فعالیت های خودداخل فضای باز به سرزنده تر شدن و ایجاد فعالیت دیدن و دیده شدن منجر می شوند.

7-جهت ایجاد تباین فضایی و تناسب بین فضاهای مکث و حرکت ، اقدام به عقب نشینی برخی پلاکها و ایجاد فضاهایی با فعالیت های جمعی جهت افزایش خاطره انگیزی و سرزندگی خیابان، پیشنهاد می شود.

**نتیجه گیری**

در پژوهشی که به آن پرداختیم که باز آفرینی شهری را بر اساس نظریه خلّاق و بر اساس میزان سرزندگی، محبوبیت، نقش کار کردن آن در منطقه 12 تهران و میزان جذب طبقه خلاق انتخاب شد، با مطالعه و بررسی تطبیقی نمونه مورد پژوهش با توجه به معیارهای مدل مفهومی حاصل شده، مشخص شد که فضای شهری فوق با توجه به معیارهای پژوهش از پتانسیل مطلوبی جهت جذب طبقه خلاق برخوردار است. جذب و حفظ گروه خلاق در فضا برای توسعه فضا و ماندگاری حیات جمعی و تعاملات اجتماعی در آن نیازمند تمهیداتی است که می توان از طریق اقدامات طراحی شهری به آن دست یافت و خیابان مذکور را تبدیل به فضای شهری سرزنده و پاسخده به نیازهای استفاده کنندگان کرد. در این راستا با توجه به نتایج بدست آمده، اهداف و سیاست های طراحی مطابق با معیارهای پژوهش، مشخص شد و در نهایت به ارائه آلترناتیوها، گزینش آلترناتیو برترو طرح نهایی پرداختیم. در طرح فوق اساسا به دنبال تعریف نقش و عملکردی با هدف نو که همان جذب گروه خلاق هنرمندان و استفاده از توانایی آنان در باز آفرینی فضا و سرزندگی آن می باشد، بودیم. با چنین تعریف جدیدی می توانیم شاهد رویدادها و فعالیت هایی نو باشیم که می توانند خیابان های مورد مطالعه را تبدیل به قطبی تجاری، فرهنگی و تفریحی برای گذران اوقات فراغت شهروندان و ایجاد تعامل دوسویه میان مردم و هنرمندان کرده و در نتیجه شاهد فواید اقتصادی که به فراخور چنین حضوری بوجود خواهند آمد، باشیم. پس از تحلیل های انجام گرفته در نمونه مورد مطالعه مشخص شد که « منطقه دوازده تهران ، با توجه به موقعیت ویژه ای که در حوزه کاربری ها و دسترسی برای منطقه ایفا می کند، روزانه با انبوهی از مراجعه کنندگان روبه روست که به منظور فعالیت هایی از قبیل خرید، تماشای مغازه ها و گذران اوقات خود و یا دسترسی به حوزه بلافصل به این منطقه و مخصوصاً خیابان های آن مراجعه می کنند. خیابان های این منطقه از لحاظ اقتصادی با توجه به ویزگی های منحصر به فرد منطقه 12 و نوع کاربری پلاک های آن که در لبه تماما تجاری می باشند، دارای ارزش بالا و ویژه اقتصادی است که در کنار پتانسیل حضور استفاده کنندگان در فضا می تواند با برنامه ریزی و طراحی هدفمند تبدیل به محور تجاری - تفریحی بانقش مکمل فرهنگی - هنری، برای مردم و گروه خلاق هنرمندان گردد و موجب جذابیت برای طبقه خلاق موجود و در نتیجه شکوفایی و بازآفرینی فضای شهری فوق در تمامی ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شود.

پژوهش حاضر می تواند به عنوان نمونه ای بومی از پژوهش در زمینه« نظریه شهر خلّاق» مورد استفاده سایر پژوهش ها قرار گیرد. و به ارائه راه حلّی جدید برای «بازآفرینی شهری»، برای شهرهای ما در جهان رقابتی امروز باشد.

**منابع**

1. بحرینی، حسین (۱۳۸۷)؛**فرایند طراحی شهری**، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ هشتم.
2. توسلی، محمود، (۱۳۸۶).طراحی فضای شهری، انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات شهرسازی و معماری.
3. توسلی، محمود.(۱۳۶۹). اصول و روش های طراحی شهری و فضاهای مسکونی در ایران، انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات شهرسازی و معماری.
4. تولایی، نوین، (۱۳۷۲)، فضای شهری و روابط اجتماعی و فرهنگی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ی هنرهای زیبا، دانشگاه تهران.
5. حبیبی، محسن، مقصودی، ملیحه، (۱۳۸۱)، مرمت شهری: تعاریف، نظریه ها، تجارب، منشورها و قطع نامه های جهانی، روشها و اقدامات شهری، انتشارات دانشگاه تهران.
6. فرزین پاک، شهروز، (۱۳۸۶)، **بانک یوکوهاما،** ماهنامه شهرداریها، سال ۱۱ام، شماره ۱۰۰، اداره کل راه و شهرسازی استان تهران.
7. فلوریدا، ریچارد(۱۳۹۰)**شهر خلاق**، ترجمه:ابراهیم انصاری، انتشارات جامعه شناسان. چاپ دوم.
8. فکوهی، ناصر، (۱۳۸۳)، **انسان شناسی شهری**، تهران، نی، چاپ چهارم.
9. قربانی، رسول، آبادی، سعید(۱۳۹۲). **شهرهای خلاق، رویکردی فرهنگی در توسعه شهری، مطالعات جغرافیایی مناطق خشک،** سال سوم، شماره ۱۱، ۱-۱۸.
10. کارمونا، ماتیو و هیت، تیم و تنر، اک و تيسدل، استیون، (۱۳۸۸)،**مکان های عمومی، فضاهای شهری**، ترجمه فریبا قرائی، مهشید شکوهی، زهرا اهرى و اسماعیل صالحی، تهران، دانشگاه هنر.
11. گروتر، یورگ، (۱۳۸۶). **زیبایی شناسی در معماری**، ترجمه: جهانشاه پاکزاد، عبدالرضا همایون، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
12. لطفی ، سهند، (۱۳۹۱)، **تبارشناسی بازآفرینی شهری**، از بازسازی تانوزایی، تهران، انتشارات آذرخش.
13. مدنی پور، علی، (۱۳۹۲)**طراحی فضای شهری**، ترجمه: فرهاد مرتضایی، انتشارات سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری تهران.
14. مرادی، سلمان.(۱۳۸۶). **هنر عمومی و تلفیق آن با فضای شهری**، فصلنامه باغ نظر، سال چهارم، شماره، 90-۸۱
15. موسوی، میرنجف (۱۳۹۳)، **رتبه بندی محلات سردشت از نظر حرکت به سوی خلاقیت، جغرافیا و آمایش شهری و منطقه ای**، شماره ۱۰، ۳۸-۴۸.
16. نوربرگ شولتز، کریستیان، (۱۳۵۴)،**هستی، فضا و معماری**، ترجمه ی محمد حسن حافظی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
17. هدمن، ریچارد، بازو سکی، اندرو.(۱۳۸۷) **مبانی طراحی شهری**، ترجمه:راضیه رضازاده و مصطفی عباس زادگان، دانشگاه علم و صنعت.
18. Gibson, Micheal and Kocabas, Arzu (۲۰۰۱) “**London:Sustainable RegenerationChallenge and Response"**. Paper presented to the Rendez-vous
19. Casanovas,M,(۲۰۰۱), **'Public Art and its integration in the Urban Environment**", Urban Regeneration A challenge for Public art,university of Barselona
20. Worth, Margareth, (۲۰۰۳), **creating significance through public space'**,Public art &urban design.
21. Florida,Richard(۲۰۰۲)**''The Rise of Creative Class’’**,New York, Basic Books
22. Montgomery, Jolun(۲۰۰۸) “**The New Wealth of Cities**", USA, Ashgate.
23. Rothwell, R(1991) " **External networking and innovation in small and medium sized manufacturing firins in Europe**" Theclinovation ,۱۱،۲،۹۳-۱۱.
24. Landry et al (۱۹۹۸) fiorn (Barry, A (۱۹۹۳) **''The Impact of Ideas in** Intersity December-January.
25. Li, Mimi,(2003)."**Urban Regeneration Through Public Space:A case study in Squares in Dalian,china**”, Waterloo, Ontario University, Canada.