

نقش نظریه شهر خلاق^۱ در پویش اقتصاد فرهنگی و زندگی شهری

حجت‌الله حاجی حسینی^۲

حسن اشتری^۳

حافظ مهدنژاد^۴

چکیده

در عصر پسامدرن، اقتصاد فرهنگی نقش حائز اهمیتی در توسعه اقتصادی شهرهای جهان دارد. شاهد این امر، حضور پررنگ متغیرهای اقتصاد فرهنگی در برنامه‌های تحول اقتصادی شهرهای جهان است. در همین راستا در سده بیست و یکم، جذب نخبگان و استعدادهای خلاق به یکی از مهم‌ترین ابزارهای شهرها برای رشد و بالندگی اقتصادی تبدیل شده است.

روش‌شناسی این مقاله توصیفی-تحلیلی با بهره‌گیری از تحلیل محتوای جدیدترین منابع لاتین است، مؤلفه‌های این نوشتار مشتمل بر نقش اقتصاد فرهنگی در پویش شهرها، پیشینه نظریه طبقه خلاق، مفهوم نظریه طبقه خلاق و شهر خلاق، مؤلفه‌های نظریه شهر خلاق، عناصر شهر خلاق، دیدگاه‌های منتقدان و مخالفان نظریه طبقه خلاق و در نهایت ویژگی‌های دو نمونه عملیاتی شهر خلاق یعنی شهر ملبورن و شهر تورنتو ارائه شده است.

نتایج پژوهش نشان‌دهنده آن است که جذب نخبگان منجر به خلاقیت، نوآوری و جهش اقتصادی شهرها می‌شود، و این امر به پویش اقتصاد فرهنگی شهرها می‌انجامد. در کانون و تمرکز نظریه شهر خلاق، موضوع‌هایی از قبیل؛ فناوری، استعداد و تسامح و تساهل است، چنانچه در جهان به شدت رقابتی امروز، آن دسته از شهرها موفق به جذب نخبگان می‌شوند که از تنوع، تسامح و تساهل بیشتری برخوردار باشند. نقش طبقه خلاق در پویش اقتصاد فرهنگی مربوط به متغیر تسامح و تساهل است؛ به این معنا که شهرها با ترویج فرهنگی باز، چند ملیتی، تکثرگرا و تسامح‌گرا قادر به جذب نخبگان و به تبع آن پیشرفت و توسعه اقتصادی می‌شوند.

کلیدواژه‌ها: اقتصاد فرهنگی، طبقه خلاق، شهر خلاق.

1. Creative City

۲. دانشیار سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران، پژوهشکده فناوری‌های نوین؛ Hojat.hajihoseini@gmail.com

۳. دانشجوی دکتری آینده پژوهی دانشگاه تهران؛ Hasan_ashtari@yahoo.com

۴. دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه تهران؛ Mahdnejad2012@gmail.com

فعالیت‌های فرهنگی و هنری، که در گذشته فرض می‌شد اثرات جانبی روی شکوفایی اقتصادی دارند، امروزه جایگاه بسیار مهمی از جانب سیاستگذاران و سرمایه‌گذاران عمومی کسب کرده‌اند. لارندی^۱ بر محیط فرهنگی به عنوان مجموعه‌ای از زمینه‌های اقتصادی و نهادی تأکید می‌کند و در این زمینه، کانون توجه فلوریدا بر فضای کالبدی محیط از قبیل مکان‌های عمومی، مدنی و رستوران‌ها متمرکز شده است (Roberts, 2006: 331). به سخن دیگر، در بررسی شیوه‌هایی که در آن نهادها و فرایندهای فرهنگی بر جنبه‌های سیاسی و اقتصادی جامعه تأثیر داشته‌اند، علاقه روزافزونی به فرهنگ شکل گرفته است. به موازات زمینه فرهنگی فعالیت‌های اقتصادی، ابعاد اقتصادی فرهنگ، دیدگاه مهمی است که جهش فرهنگی را بر مبنای علوم اجتماعی تعریف می‌کند. حقیقت امر آن است که عتیقه‌ها و هنرهای با کیفیت بالا و بسیار گران نشان‌دهنده اقتصاد خدماتی و کالاهای فرهنگی و خصوصی هستند (به نقل از کیم و شورت، ۱۳۸۹). جیمسون^۲ (۱۹۹۱) معتقد است که در آخرین مرحله سرمایه‌داری، مفاهیم و معانی نمادین تعیین‌کننده ارزش اقتصادی کالاها هستند. به اعتقاد جیمسون در فرهنگ مصرفی فرانوگرایی، راهبرد تحمیل نمادگرایی، معانی، ارزش‌ها و عواطف روی کالاها موجب ابهام در مرز بین تصور این کالاها و واقعیت عینی‌شان شده است (Jameson, 1991). اندیشمندی نظیر سارون زوکین و آلن اسکات نیز بر اهمیت ارزش نمادین تولیدات تأکید کرده‌اند، و به اعتقاد آنها تولیدات نشان‌دهنده ایده‌ها و صاحبان شرکت‌ها است. در این میان، اهمیت شهرها به عنوان مراکز خلاقیت و نوآوری به شدت توجه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان را به خود جلب کرده است؛ به این معنا که در این عصر، دانش و خلاقیت جایگزین منابع طبیعی و کارایی نیروی کار فیزیکی به عنوان منبع ایجاد ثروت و رشد اقتصادی شده‌اند. در این عصر نوین، سرمایه انسانی یا خلاق به عمده‌ترین عوامل مؤثر بر تولید تبدیل شده‌اند. به گفته پائول رابرت "عمده‌ترین عامل رشد، مشتمل بر یکپارچگی در اقتصادی نیست که حاوی تعداد زیادی از افراد باشد، بلکه یکپارچگی در اقتصادی است که دربرگیرنده میزان بسیار بالایی از سرمایه انسانی و خلاق است" (به نقل از مشکینی و همکاران، ۱۳۹۳). در این میان ظهور نظریه طبقه خلاق و شهر خلاق موجب اهمیت یافتن روزافزون اقتصاد فرهنگی در پژوهش‌ها و تحقیقات علوم شهری و به خصوص اقتصاددانان شهری شده است؛ چنانکه به حق باید گفت در اقتصاد دانش‌محور سده بیست و یکم، خلاقیت نقش حائز اهمیتی در افزایش توان رقابتی شهرها دارد. در این میان ریچارد فلوریدا در سال ۲۰۰۲ نظریه شهرخلاق را مطرح کرد. بر مبنای این نظریه، نخبگان یا طبقه خلاق به سکونت در شهرهایی گرایش دارند که از تنوع، تساهل و تسامح چشمگیری برخوردار است و از نظر کیفیت محیط شهری و استانداردهای طراحی از سطح بالایی برخوردار باشند. از آن جایی که این نظریه به تازگی در محافل علمی جهان مطرح شده و در

1. Larandi
2. Jameson

متون شهری کشور به طور بایسته مورد کاوش قرار نگرفته است. بر همین مبنا هدف کلی این مقاله تبیین و تحلیل نقش نظریه طبقه خلاق در پویای اقتصاد فرهنگی و زندگی شهری به منظور بسط این مفهوم در جامعه علمی کشورمان و همچنین تبیین نقش غیرقابل انکار نخبگان در توسعه کشورها و ضرورت توجه به حفظ نخبگان و استعدادهای خلاق است.

روش پژوهش

روش‌شناسی این مقاله توصیفی-تحلیلی با بهره‌گیری از تحلیل محتوای جدیدترین منابع لاتین است، مؤلفه‌های این نوشتار مشتمل بر نقش اقتصاد فرهنگی در پویای شهرها، پیشینه نظریه طبقه خلاق، مفهوم نظریه طبقه خلاق و شهر خلاق، مؤلفه‌های نظریه شهر خلاق، عناصر شهر خلاق، دیدگاه‌های منتقدان و مخالفان نظریه طبقه خلاق و در نهایت نمونه عملیاتی شهر خلاق یعنی تورنتو است. به طور کلی پژوهش حاضر به دنبال پاسخ‌گویی به پرسش‌های زیر است:

۱. فرهنگ چگونه به یک بخش اقتصاد شهری تبدیل شده است؟
۲. مفهوم، عناصر کلیدی و عمده‌ترین متغیرهای شهر خلاق چیست؟
۳. مهم‌ترین انتقادهای وارده بر نظریه شهر خلاق چیست؟

اهمیت اقتصاد فرهنگی

در سالیان اخیر بحث در مورد رقابت‌پذیری مناطق از "متغیرهای مکانی سخت" (نظیر انباشت اقتصادی، سطوح اجاره‌داری، قابلیت دسترسی به فضاهای اداری، قابلیت دسترسی، تسهیلات فنی و ترافیکی، سیستم‌های مالیاتی ملی و محلی) به سمت "متغیرهای مکانی نرم" تغییر جهت داده است. از این متغیرهای مکانی نرم می‌توان امکانات مسکونی، خدمات رفاهی فرهنگی و زیبایی‌شناختی، جست‌وجوی سبک‌های بدیل زندگی، تنوع قومی و نژادی، چشم‌اندازهای زیبای فرهنگی و ایجاد مکان‌های عمومی برای اهداف تفریحی و تجاری را برشمرد (Bontje and Musterd, 2009: 844). صنایع فرهنگی حدود پنجاه و چهار دسته کلی را در برمی‌گیرد که در چهارده شاخه اصلی طبقه‌بندی شده است. از جمله صنایع فرهنگی می‌توان به رادیو و تلویزیون، نشر، هنر و ادبیات، موسیقی، تبلیغات و مشاوره، آژانس‌های خبری (خبرگزاری‌ها)، تئاتر، هنرهای تجسمی، طراحی مد لباس، موزه‌داری، صنایع ضبط، بازتولید و انتشار نوارها و سی‌دی‌های صوتی، جواهرآلات و ساعت، عتیقه‌فروشی، گردشگری و جهانگردی، صنعت ورزش، موزه‌ها و گالری‌های هنری، فستیوال‌ها و جشنواره‌های فرهنگی هنری، صنایع دستی، صنعت معماری، دانشگاه‌ها، دانشکده‌های هنر و هنرستان‌های هنری، تالارهای هنری، سینما و ویدئو (تولید و توزیع هر نوع فیلم و ویدئو) و ... اشاره کرد. هسته اصلی اقتصاد خلاق شامل تبلیغات، معماری، هنرها و ابزارهای عکاسی، هنرهای تجسمی و عملکردی، موسیقی، ناشران، بازی‌های کامپیوتری، ابزارهای نرم‌افزاری و برقی، رادیو و تلویزیون است (Pratt, 1997; Kloosterman, 2004). "صنایع فرهنگی" به طیفی از

کسب و کارهای انتفاعی (تجاری) اطلاق می‌شود که مواد اولیه آنها را خلاقیت هنری و فرهنگی انسان تشکیل می‌دهد. صنایع فرهنگی را "صنایع محتوایی" نیز می‌نامند که در نقطه مقابل "صنایع فیزیکی" قرار می‌گیرد. در واقع به ابزار و فرایندهای تبدیل دانش و منابع فرهنگی به محصولات، کالاها و خدمات، یعنی ابزار و شیوه‌هایی که به وسیله آنها، یک فرهنگ می‌تواند ارزش اقتصادی و اجتماعی خود را نشان دهد، صنایع فرهنگی گفته می‌شود. بایستی دانست که توسعه صنایع فرهنگی با سطح توسعه اقتصادی و کیفیت فرهنگ ملی و عمومی یک کشور ارتباط تنگاتنگی دارد. به باور گیسون و فری استون اشکال برنامه‌ریزی فرهنگ‌محور، مشتمل بر نوسازی فرهنگ شهری، ارتقای فرهنگ گردشگری شهر، ایجاد نواحی فرهنگی و ارتقای صنایع فرهنگی است (شورت، ۱۳۸۸: ۱۲۳). به اعتقاد تروسبای صنعت فرهنگی مشتمل بر موسیقی، رقص، تئاتر، هنرهای بصری، مهارت‌ها و بسیاری از رویه‌های جدید نظیر هنر ویدئو، هنر نمایش، کامپیوتر و هنر چندرسانه‌ای است (Throsby, 2001: 112).

اسکات^۱ موارد دیگری مشتمل بر مدهای سطح بالا، رسانه‌های خبری، جواهرات، تبلیغات و معماری، صنایع ورزشی، ورزش‌های حرفه‌ای، بهداشت و صنایع وابسته به آن را نیز به این فهرست افزوده است (Scot, 2006). خدمات گردشگری از جمله بخش‌های ارزنده اقتصاد فرهنگی است. در حقیقت، گردشگری شهری در زمره فعالیت‌های اصلی اقتصاد فرهنگی قرار گرفته می‌شود. رشد سریع گردشگری اثبات‌کننده این مطلب است که گردشگری تنها مختص به مکان‌های تاریخی، طبیعت‌های شگفت‌انگیز یا سایر جذابیت‌های بی‌نظیر نیست، بلکه ایجادکننده رویدادها، تصویرها، سنت‌ها و معانی است که گردشگران بالقوه را نیز به سمت خود جذب می‌کنند. مارکوسن و اسپروک^۲ (۲۰۰۶)، در پژوهشی تاریخی و تطبیقی درباره ۲۹ منطقه مادرشهری دارای بیشترین هنرمند ایالات متحده آمریکا، ارزیابی بسیار جامع‌تری تحت عنوان "مزیت هنرمندان"^۳ برای اقتصاد منطقه‌ای را پیشنهاد کرده‌اند. استدلال آنها بر آن است که کارهای هنرمندان خلاق موجب افزایش و تقویت طراحی، تولید، و بازاریابی تولیدات و خدمات در سایر بخش‌ها شده است. فعالیت‌های فرهنگی و هنری موجب نوآوری در بسیاری از سطوح اقتصاد شهری شده است که با میلیون‌ها دلار سرمایه‌گذاری نمی‌توان به آن دست یافت. صنایع فرهنگی در شهرهای جهانی و سایر شهرهای بزرگ تمرکز یافته‌اند. به حق می‌توان ادعا کرد که صنایع فرهنگی کمک بسیار زیادی به اقتصاد شهرهای لس‌آنجلس و پاریس کرده است. مفهوم "وابستگی مسیری"^۴ برای تحلیل تولیدات فرهنگی نظیر نوآوری‌های فناورانه مورد استفاده قرار گرفته می‌شود. نظریه‌های وابستگی مسیری معتقدند که رویدادهای تاریخی کوچک

1. Scott
2. Markusen and Schrock
3. Artistic Dividend
4. Path Dependence

یا مزیت‌های موقعیتی بر نتایج کلان اقتصادی تأثیر می‌گذارد که موجب حق انحصاری بر مسیرهای ویژه‌ای برای توسعه می‌شود. گرچه بر این نظریه انتقادهایی نظیر داشتن دیدگاه ساختاری بیش از حد به توسعه اقتصادی محلی می‌شود، اما این نظریه بر موفقیت بی‌نظیر پاریس در ترویج مدها، نیویورک در تبلیغات و لس‌آنجلس در سرگرمی‌های تصویری هیجان‌انگیز تأثیری الهام‌بخش داشته است. نقش‌های عمده این شهرها در این صنایع موجب شهرت آنها شده و مزیت این شهرها بر کیفیت تولیدات و تصاویر نمادین آنها است (به نقل از کیم و شورت، ۱۳۸۹). صنایع فرهنگی و خلاق بین سال‌های ۲۰۰۳-۱۹۹۳ به میزان ۱۸ درصد بیشتر از اقتصاد اروپا رشد کرده‌اند و بر ارزششان به میزان ۱۹ درصد افزوده شده، و اشتغال در این بخش بین سال‌های ۲۰۰۴-۲۰۰۲ به میزان ۸٫۱ درصد رشد کرده است. در اروپا، صنایع خلاق دارای نیروی استخدامی بیشتری نسبت به صنایع ماشینی، برق، گاز و مواد شیمیایی هستند (KEA European Affairs, 2006). افزون بر این، به طور مسلم در لندن صنایع فرهنگی و خلاق سومین صنعت بزرگ به حساب می‌آیند (GLA Economics, 2004). در راستای پاسخ به پرسش اول این پژوهش، فعالیت فرهنگی به عنوان صنعتی تعریف می‌شود که پدیدآورنده اشتغال، درآمدهای مالیاتی و تأثیرات چندجانبه است. تروسیای^۱ در مورد اهمیت اقتصاد فرهنگی نوشته است:

"حقیقت امر آن است که اشخاص و شرکت‌ها، کالاها و خدمات را برای فروش و مبادله یا به سخن ساده‌تری برای کسب سود تولید می‌کنند، و مجموعه‌ای از فعالیت‌ها را بر حول تولیدات ویژه، انواع تولیدکنندگان، مکان‌ها و غیره ایجاد می‌کنند که می‌تواند به عنوان یک صنعت در نظر گرفته شود. با این وجود، باید پذیرفت که در عمل کاربرد اصطلاح "صنعت" برای هنر و فرهنگ روی فرایندهای اقتصادی متمرکز می‌شود که به وسیله آن خدمات و کالاهای فرهنگی ساخته، بازاریابی، پخش و در نهایت به مصرف‌کنندگان فروخته می‌شوند، همچنین شرکت‌ها و اشخاص مجموعه‌ای از فعالیت‌ها را درباره تولیدات ویژه، انواع صنایع، موقعیت‌ها و غیره ایجاد می‌کنند که می‌توان به آنها عنوان صنعت اطلاق کرد. معنای جدید "صنعت فرهنگی"، پتانسیل اقتصادی تولیدات فرهنگی برای ایجاد خروجی، اشتغال و درآمد و برآورده ساختن رضایت تقاضاهای مصرف‌کنندگان است، گرچه سایر اهداف مهم‌تر ممکن است توسط فعالیت‌های هنرمندان صورت پذیرد. در حقیقت بسیاری از هنرمندان در محدوده بخش فرهنگی از فعالیت‌های فرهنگی پدیدآورنده سود اقتصادی استقبال می‌کنند" (Throsby, 2001:111).

از آنجایی که طبقه خلاق مهم‌ترین رکن اقتصاد فرهنگی هستند و در پیدایش، توسعه، تکامل و بارور شدن اقتصاد فرهنگی نقش حائز اهمیت دارند، در ادامه این نوشتار به بیان نظریه طبقه و شهر خلاق و نقش آنها در پویای اقتصاد فرهنگی مبادرت شده است.

نظریه طبقه خلاق

فلوریدا، عقیده سرمایه‌انسانی، متشکل از حرفه‌ای‌های مشغول در صنایع مدرن، صنایع خدماتی پیشرفته و پژوهشی، را با افزودن حرفه‌ای‌های مربوط به هنر و فرهنگ به آن را بسط داد. او این افراد را به عنوان "سرمایه خلاق" معرفی کرد، به گونه‌ای که این اصطلاح نسبت به "سرمایه انسانی" بیشتر توجه رسانه‌های جمعی را به سمت خود جذب کرده است. به طور کلی، شناخت نظریه طبقه خلاق مستلزم تبیین پیشینه، مفهوم، شاخص‌ها، اصول، متغیرهای کلیدی، نقش سرمایه خلاق در رشد اقتصاد و نقاط قوت و ضعف آن است که در ادامه به شرح مبسوط آنها پرداخته شده است.

پیشینه نظریه طبقه خلاق

شهرها خاستگاه خلاقیت هستند. آنها از گذشته‌های دور ابزاری برای تحرک، تمرکز و مجرای انتقال انرژی خلاقیت انسان بوده‌اند. شهرها این انرژی را به نوآوری‌های تکنیکی و هنری، اشکال جدید تجارت و صنایع و نمونه‌های در حال رشد اجتماع و تمدن تبدیل کرده‌اند. شایسته یادآوری است که چنین ایده‌ای به عنوان ایده بنیاد ستیز و نوین محسوب نمی‌شود، بلکه سالیان درازی است که چنین ایده‌هایی وجود داشته و نمودهای بارز آن در آتن، رم، ونیز، فلورانس، لندن، پاریس، برلین، نیویورک، سانفرانسیسکو، بولتون، سیاتل، تورنتو، دوبلین، هلسینکی و سیدنی وجود داشته است (Florida, 2005). مفهوم طبقه خلاق فلوریدا موضوع جدیدی نیست: پیشینه سرمایه‌انسانی مدت زمانی طولانی است که بر رابطه بین افراد بسیار خیره، استعدادهای با تحصیلات عالی و رشد شهری تأکید کرده است (Glaeser et al, 1995). جین جاکوبز^۱ (۱۹۶۹)، مدت‌ها پیش خواهان توجه هرچه بیشتر به نقش شهرها در جذب و اولویت‌بخشی به افراد مستعد، نخبه و خلاق شده بود. او بر نقش حائز اهمیت افراد خلاق در سازماندهی فعالیت‌های اقتصادی در شهرها توجه کرد. جاکوبز بر این باور است شهرها نقش مهمی در توسعه اقتصادی دارند و آن نقش را از طریق تحرک دانش جدید به سرانجام می‌رسانند، مقیاس شهرها و تنوع ساکنان آنها به وجود آورنده تعاملاتی است که موجب تولید ایده‌های نو می‌شود. به سخن دیگر، تنوع بازیگران اقتصادی در شهرها و سطوح بالای تعاملات آنها موجب ارتقای تولید، توسعه بهره‌وری‌ها و فناوری‌های جدید می‌شود. از نظر جاکوبز، شهرها خاستگاه تنوع و تمایز خلاقیت و نوآوری بوده‌اند؛ و اینکه شهرهای بزرگ، مکان‌هایی هستند که در آنها افراد با هر گونه پیش‌زمینه و سابقه‌ای برای تبدیل ایده‌هایشان به نوآوری و ثروت پذیرفته می‌شوند.

به اعتقاد جین جاکوبز (۱۹۶۹) جریان مستمر نوآوری‌های ایجاد شده توسط تمرکز جغرافیایی افراد خلاق با ایده‌ها و حرفه‌های متنوع عامل اصلی رشد سریع صنعت پوشاک نیویورک و کل اقتصاد این شهر در سده نوزدهم و اوایل سده بیستم است (Romer, 1989). ادوین اولمن نیز به نقش استعداد

1. Jane Jacobs

یا سرمایه انسانی در کتاب کلاسیکش در مورد "توسعه منطقه‌ای و جغرافیای انباشت" تأکید کرده است. رابرت لوکاس نیز دستاوردهای خلاقانه مرتبط با خوشه‌بندی افراد مستعد یا سرمایه انسانی را به عنوان نیروی محرکه رشد و توسعه شهرها معرفی کرده است. او بر این باور است که عملکرد شهرها در جمع‌آوری و سازماندهی نیروی انسانی موجب رشد حیرت‌انگیز اقتصادهای نیرومند بیرونی می‌شود که از آنها به عنوان "سرمایه انسانی بیرونی" نام برده است. بر همین مبنای، او نتیجه‌گیری کرد که این اقتصادها موجب افزایش بهره‌وری و ارتقای رشد شهری می‌شوند. ایک آندرسون و پیر دسروشرز^۱ (به نقل از کیم و شورت، ۱۳۸۹) اظهار کرده‌اند که توانایی تربیت و تقویت خلاقیت و جذب افراد خلاق نقش بسیار مهمی در توسعه منطقه‌ای دارد. نظریه جدید رشد، که توسط رومر مطرح شد، نیز بر رابطه بین دانش، سرمایه انسانی و رشد منطقه‌ای تأکید کرده است.

مفهوم نظریه طبقه خلاق و شهر خلاق

مفهوم نقش استعدادهای خلاق در توسعه اقتصادی شهر در کتاب‌های ریچارد فلوریدا (۲۰۰۵)، (۲۰۰۲) به طور کامل تشریح شده است. فلوریدا^۲ (۲۰۰۲) ظهور طبقه اجتماعی جدیدی به نام طبقه خلاق را تشریح کرده است که اقتصاد خلاق جدید را رهبری می‌کند؛ او هشدار داد که اقتصاد آمریکا در رقابت جهانی بر سر استعدادهای خلاق ممکن است متحمل شکست شود. با وجود اینکه نظریه فلوریدا به تازگی مطرح شده است، اما پژوهشگران شهری و جغرافیدانان به دقت آن را مورد بررسی قرار داده‌اند. تز اصلی فلوریدا بر ظهور "طبقه خلاق" متمرکز شده است، گروهی که به نظر او بیش از ۳۸ میلیون آمریکایی یا به عبارتی ۳۰ درصد نیروی کاری آمریکا را دربرمی‌گیرد؛ این افراد ۵۰ درصد درآمد این کشور را به خود اختصاص می‌دهند.

ریچارد فلوریدا نظریه شهر خلاق را بر اساس سه متغیر عمده (موسوم به سه T) پایه‌گذاری کرده است که عبارتند از: فناوری^۳، استعداد^۴ و تساهل و تسامح^۵. فناوری به واسطه فراهم ساختن فرصتهایی برای کسب دانش بیشتر نقش مهمی در رشد اقتصادی دارد. استعداد دربرگیرنده آن دسته از افرادی است که واقعاً اندیشه‌های ابداع‌گرانه و نوآورانه‌ای دارند. تسامح دربرگیرنده فرهنگی باز و متنوع بر مبنای قومیت، نژاد و جهت‌گیری جنسی است (Bounds, 2009:188). در جدول شماره (۱) کلیدی‌ترین متغیرهای شهر خلاق تبیین شده است.

بیشتر ادبیاتی که در زمینه شهرهای خلاق و نوآور نگارش یافته‌اند، تنها به نقش خلاقیت در رشد و شکل‌دهی به شهر نپرداخته‌اند، بلکه بیشتر بر این تأکید دارند که با حذف محدودیت‌ها و

1. Pier desroshez
2. Richard Florida
3. Technology
4. Talent
5. Tolerance

موانع (فیزیکی، اجتماعی، فرهنگی و...) از شهرها، خلاقیت به نیروی محرکه رشد و توسعه اقتصادی شهرها، مناطق و ملت‌ها تبدیل خواهد شد. مفهوم شهر خلاق، مفهومی متنوع و وسیع است. در یک مفهوم، شهرهای خلاق؛ شهرهایی هستند که قادرند راه‌حل‌های جدیدی برای مشکلات روزمره‌شان ارائه دهند. مفهوم دیگر شهرهای خلاق بر تولیدات فرهنگی متمرکز است؛ یعنی تولید کالا و خدمات فرهنگی با فعالیت‌هایی در ارتباط قرار می‌گیرد که مرکز خلاقیت به حساب می‌آیند. مفهوم دیگر بر ظرفیت و توانایی شهر بر جذب سرمایه انسانی خلاق تأکید می‌کند. در بسیاری از متون مربوط به شهر خلاق، فهم پایداری و پویایی‌های جریان کاربرد دانش مورد تأکید قرار گرفته است. مفهوم شهرهای خلاق با بسیاری از مفاهیم دیگر پیوند خورده است؛ از جمله آن می‌توان به صنایع خلاق، صنایع فرهنگی، فعالیت‌های فرهنگی و فعالیت‌های هنری شهر و اقتصاد دانایی اشاره کرد (ربانی خوراسکانی و همکاران، ۱۳۹۰). صنعت شهرها و مناطق خلاق مشتمل بر صنایع فرهنگی، چندرسانه‌ای و خدمات برتر و در مقیاس حوزه‌های محلی بیشتر در صنایع دستی و بومی خلاصه می‌شود (رفیعیان و همکاران، ۱۳۸۹).

عناصر کلیدی که برای پدیدآمدن شهرهای خلاق مطرح شده‌اند به این شرح است: شبکه‌ای از تولیدکنندگان منطقه‌ای، بازار نیروی کار محلی یعنی تکنسین‌ها و کارگران خلاق که در یک منطقه استقرار دارند و می‌توانند در شکل‌گیری توسعه خلاقیت در شهر و منطقه اثرگذار باشند و رقابت و همکاری بین مجموعه‌ای از شهرها که بتوانند عنصر خلاقیت را به منطقه و شهر تزریق کنند (رفیعیان، ۱۳۹۰: ۱۳). افزون بر این از جمله ویژگی‌های شهر خلاق این است که مکانی جذاب برای کار کردن و زندگی شهروندان خود (به ویژه نسل جوان)، مکانی جذاب برای گردشگران، توانمند در شکوفایی بخش‌های مختلف اقتصادی (از راه به کارگیری فناوری و مدیریت صحیح آن) و همچنین مرکز جذب بنگاه‌های مختلف اقتصادی نوظهور (خوشه‌ها و مراکز تحقیقاتی به ویژه در زمینه فناوری‌های برتر) باشد. بر همین اساس راهبرد شهر خلاق، ایفای نقش رهبری در بین تمام اجزای سیستم شهری است و طوری جهت‌گیری شده تا در پیدا کردن روش‌های کارآمد برای ایجاد یک محیط همکاری و برهم‌کنشی و دعوت از شهروندان برای مشارکت در فعالیت‌های فرهنگی مناسب باشد (ابراهیمی، ۱۳۸۷).

جدول شماره ۱: کلیدی ترین متغیرهای شهر خلاق

<p>فناوری</p>	<p>نظر اقتصاددانان مدت‌های مدیدی مبتنی بر این فرض بوده است که فناوری کلید رشد اقتصادی است. رابرت سلو^۱ به خاطر پژوهش در همین زمینه و تأکید بر فناوری به عنوان نیروی محرکه رشد اقتصادی، جایزه نوبل را از آن خود کرد. پائول رمر^۲ اقتصاددان دانشگاه استنفورد^۳ بر این باور است که رشد فرایندی درون‌زا بوده و مبتنی بر شکوفایی و گردآوری مداوم دانش انسانی است. فناوری به معنای عملکرد و نقش نوآوری و تمرکز صنعت فناوری پیشرفته در یک منطقه است.</p>
<p>استعداد</p>	<p>استعداد دومین متغیر عمده فرمول فلوریدا است. رابرت لوکاس^۴ معتقد است که رشد حاصل "سرمایه انسانی" است. این دیدگاه مطابق با نظریه ادوارد گلیسر^۵ اقتصاددان دانشگاه هاروارد است. بر اساس این دیدگاه، نقش اصلی شهرها در تقویت سرمایه اجتماعی نهفته است. بر مبنای این دیدگاه، نقش شهرها این است که سرمایه اجتماعی را یکجا جمع‌آوری و آن را تقویت کنند و اینگونه کسانی که سرمایه اجتماعی بیشتری از بقیه دارند رشد سرمایه اجتماعی سریع‌تری خواهند داشت. لوکاس از عملکرد تقویت سرمایه انسانی در شهرها به عنوان "بیگانگی" جین جاکوبز نام می‌برد و می‌گوید که جاکوبز به خاطر این ایده لایق جایزه نوبل بوده است. به این مفهوم، شهرسازی عنصر کلیدی رشد بهره‌وری و نوآوری است. استعداد نیز معادل افراد دارای مدرک لیسانس و بالاتر است.</p>
<p>تساهل و تسامح</p>	<p>عامل سوم مشتمل بر تساهل و تسامح است که عاملی کلیدی در توانمند ساختن مکان برای به حرکت درآوردن و جذب فناوری و استعداد است. اقتصاددان‌ها همیشه برخی از اشکال فناوری و استعداد را به عنوان محرک‌های مهم رشد اقتصادی در نظر می‌گیرند، اما باید برای تسامح و تساهل، نیز به اندازه عوامل مرسوم‌تر تولید مانند مواد خام اهمیت قائل شد. با توجه به این دیدگاه، به یک مکان ذخایر فناوری و استعدادها خاص اعطا می‌شود که هر دو نرخ‌های رشد و نوآوری مکان را تضمین می‌کنند. اما منابعی مانند فناوری، دانش و سرمایه انسانی ذخایر ثابت نیستند، بلکه جریان‌های ناپایداری هستند. فناوری و استعداد عوامل محرک مهمی هستند که به مکان‌ها وارد و خارج می‌شوند و این پرسش را برای ما به وجود می‌آورد که: چه چیزی توانایی برخی مکان‌ها را برای جذب نخبگان و استعدادها خلاق تضمین می‌کند؟ پاسخ عقلی این پرسش در تنوع، تسامح و تساهل نهفته است. در این نظریه، تساهل و تسامح به معنای تعصب کورکورانه نداشتن، پذیرش همه نوع افراد، پذیرش و تنوع در تمام قومیت‌ها، نژادها و سبک‌های زندگی است.</p>

منبع: با تلخیص و تغییر شکل از فلوریدا، ۲۰۰۵

به طور کلی، طبقه خلاق در مکان‌هایی ریشه می‌دواند که دارای این سه متغیر سرنوشت‌ساز باشد. هر کدام از این سه عامل دارای اهمیت هستند، اما شرط کافی نیستند. یک مکان به منظور جذب افراد، ایجاد نوآوری و تحول اقتصادی باید هر سه متغیر را دارا باشد (Florida, 2005). همچنین فلوریدا شاخص نوآوری^۶ را ابداع کرد، که تراکم هنرمندان، نویسندگان و بازیگران، طراحان، موسیقیدانان، کارگردانان، نقاشان، تندیس‌سازان و عکاسان در یک منطقه را اندازه‌گیری می‌کند. این شاخص به طور

1. Robertsolow
2. Poul Romer
3. Stanford
4. Robert Lucas
5. Edward Gleaser
6. Bohemian Index

مستقیم تولیدکنندگان هنر را از طریق استفاده از داده‌های آماری معتبر می‌شمارد. شاخص بوهیمیان پیش‌بینی‌کننده قوی همه چیز از پایه فناوری پیشرفته یک منطقه تا جمعیت کلی و رشد اشتغال آن به حساب می‌آید. به منظور فهم بهتر شهر خلاق، در جدول شماره (۲) مبادرت به بیان شاخص‌های شهر خلاق و در جدول شماره (۳) مفهوم طبقه و شهر خلاق شده است.

جدول شماره ۲: شاخص‌های شهر خلاق

منظر	شهری مملو از نشانه‌ها، نمادها، المان‌ها و چشم‌اندازهای متنوع که در عین کثرت وحدتی یکپارچه دارند
هنر	ارتقای هنرهای جدید و تقویت میراث‌های هنری قدیمی شهر
تنوع	شهری مملو از نژادها و قومیت‌های مختلف جهان و به غایت جهانگردپذیر
فضاهای عمومی	وجود پارک‌های متعدد، ساخت و ارتقای مکان‌های عمومی و فضاهای مدنی جدید
آموزش عالی	تعدد دانشگاه‌ها و مراکز علمی و پژوهشی در شهر

Source: Vanolo, 2008: 377

جدول شماره ۳: مفهوم طبقه خلاق از دیدگاه ریچارد فلوریدا

(فلوریدا، ۲۰۰۴: ۸)	طبقه خلاق کسانی هستند که در علم و مهندسی، معماری و طراحی، آموزش، هنر، موسیقی و تئاتر مشغول هستند و عملکرد اقتصادی آنها مشتمل بر خلق ایده‌های جدید، فناوری جدید و مضامین خلاقانه نوین است. این افراد درگیر حل مسائل پیچیده‌ای هستند که نیازمند اندیشه مستقل و سطوح بسیار بالایی از سواد و سرمایه انسانی است.
(کیب و شورت، ۲۰۰۸)	به اعتقاد فلوریدا، طبقه خلاق به دو گروه از مردم تقسیم می‌شود. گروه اول متشکل از "هسته فوق‌العاده خلاق" است که مشتمل بر طیف وسیعی از جمله دانشمندان، مهندسان، استادان دانشگاهی، شاعران، رمان‌نویسان، هنرمندان، بازیگران، هنرپیشه‌ها، طراحان و معماران، نویسندگان آثار غیر داستانی، ویراستاران، شخصیت‌های فرهنگی، گروه مشاوران، پژوهشگران، تحلیلگران و سایر نخبگان است. گروه دوم شامل حرفه‌ای‌های خلاق است که در طیف وسیعی از صنایع دانش‌محور نظیر بخش‌های مدرن، خدمات مالی، خدمات بهداشتی و حقوقی و مدیریت تجاری کار می‌کنند. فلوریدا اظهار داشته است که گروه اول اشکال یا طراحی‌های جدیدی را پدید می‌آورند که به سرعت قابل انتقال و بی‌نیاهیت مفیدند، درحالی که گروه دوم در حل کردن مسائل خلاق درگیر هستند.
(فلوریدا، ۲۰۰۴: ۸)	طبقه خلاق مشتمل بر آنهایی است که در کارهای دانش‌محور مشغول هستند از جمله اینکه هنرمندان، دانشمندان، تحلیلگران، مدیران تجاری و نوآوران در زمره آنها هستند.
(فلوریدا، ۲۰۰۵: ۳۴)	نظریه سرمایه خلاق فلوریدا معتقد است که افراد خلاق موجب قدرتمند شدن شهر و رشد اقتصادی ناحیه‌ای می‌شوند و این مردمان مکان‌هایی را برای زندگی ترجیح می‌دهند که دارای ویژگی‌هایی نظیر خلاقیت و نوآوری، متنوع و تسامح باشد.
(یونت و مسترد، ۲۰۰۹: ۸۴۵)	فلوریدا، طبقه خلاق را به افراد فوق‌العاده ماهر در صنایع خلاق و صنایع دانش‌محور نظیر متخصصان حقوق، اقتصاد، فناوری اطلاعات و آموزش عالی اطلاق کرد. او بر این باور است که ما در حال وارد شدن به عصر خلاق هستیم که در آن تعدد و تکثر اندیشه‌های مختلف موج می‌زند. فلوریدا با ارجاع به جاکوب (۱۶۹۱) نوشته است که مردم نخبه و خلاق آن، شهری را برای زندگی ترجیح می‌دهند که دارای تنوع و فضایی تسامح‌گرا باشد

طبقه خلاق به شدت تحت تأثیر کیفیت زندگی منطقه و قابلیت دسترسی به اشتغال هستند؛ اما تنوع سبک زندگی، امکانات فراغتی و رفاهی و کیفیت محیطی نقش بیشتری در جذب افراد به سکونت در شهرها دارند. تنوع فرهنگی و جمعیتی نشانگر اجتماعی باز و تسامح‌گرا است. وجود تسهیلات فرهنگی، مجتمع‌های ورزشی حرفه‌ای، پایداری محیط و دسترسی به فعالیت‌های فراغتی نظیر مسیرهای دوچرخه‌سواری و پارک‌های عمومی نقش حائز اهمیتی در جذب نخبگان دارند (Bounds, 2009:188). نظریه خلاقیت قائل به نقش گسترده‌تر فرهنگ است و اینکه انسان پتانسیل‌های نامحدود دارد و کلید رشد اقتصاد منوط به توانمند ساختن و شکوفا کردن این پتانسیل است. لازمه این شکوفاسازی منوط به وجود فرهنگی باز است، فرهنگی که تبعیض قائل نمی‌شود، مردم را محدود نمی‌سازد و به شکل‌های گوناگون به خانواده و هویت انسانی اعتبار می‌بخشد. به این معنا که فرهنگ از طریق تحمیل امکانات، ایجاد خلاقیت انسانی عمل نمی‌کند، بلکه بنا را بر تسهیل و تحریک این خلاقیت‌های انسانی می‌گذارد. افزون بر این فرهنگ باز در سطح گسترده‌تری برای کارآفرینی، توسعه اقتصادی و نوآوری وابسته به اجتماع فراهم می‌سازد (Florida, 2005). در مجموع، عناصر تشکیل‌دهنده نظریه شهر خلاق مشتمل بر فناوری، چندفرهنگ‌گرایی، تسامح و تساهل، وجود محیط فرهنگی تکثرگرا، محیط‌های اجتماعی باز از نظر فرهنگی و افزایش فرصت‌های تعاملات اجتماعی است (Vanol, 2008:372). افزون بر این، انگیزش این طبقه تنها به واسطه پاداش‌های مادی نیست، بلکه آنها طرفدار زندگی در مکان‌های "با کیفیت"، "خلاق"، "هیجان‌انگیز" و دارای تساهل و تسامح هستند (Vanolo, 2008:370). بر همین مبنا می‌توان گفت که امروزه، خلاقیت به عنصر بسیار مهمی در برنامه‌ریزی شهری و سیاست‌های بازاریابی شهری در سراسر جهان تبدیل شده است. ظهور این ایده در ساده‌ترین شکل ممکن به منزله مرحله متمایزی در توسعه سرمایه‌داری محسوب می‌شود، چنانکه بر اساس آن نیروی اصلی اقتصاد دیگر ابزارهای فناوری و سازمانی نیست، بلکه انسان است (Vanolo, 2008:370). توصیه فلوریدا به حکومت‌های شهری در مورد ضرورت نوسازی اقتصادی با این پرسش آغاز می‌شود: "در جهانی که مردم به شدت متحرک هستند، چرا و به چه دلیلی آنها شماری از شهرها را در مقایسه با سایر شهرها برای زندگی و کار انتخاب می‌کنند؟" (Florida, 2005:33).

او می‌نویسد که پروژه‌های نوسازی مراکز شهری و انگیزه‌های تجاری برای وسوسه کردن شرکت‌هایی مورد استفاده قرار می‌گیرد که نیازمند جذب افراد بسیار خلاق نیستند. در عوض، مردم مکان‌هایی را برای زندگی ترجیح می‌دهند که دارای خصایصی نظیر نوآوری، تنوع و تسامح فرهنگی باشند.

در همین راستا فلوریدا اظهار می‌دارد: "در حالی که اقتصاددانان و دانشمندان اقتصادی توجه بسیار زیادی را به چگونگی مکان‌یابی شرکت‌ها مبذول داشته‌اند، آنها خواست‌ها و علایق مردم را در این مورد نادیده انگاشته‌اند. این پرسشی اساسی است که من به دنبال پاسخ به آن هستم. در مصاحبه‌ها و گروه‌های کانونی همین پرسش را از مردم پرسیده‌ام: مردم می‌گویند که ملاحظات اقتصادی و سبک

زندگی مهم هستند، و آنها ترکیبی از این دو عامل را در نظر می‌گیرند، در حقیقت، مردم تصمیم‌های حرفه‌ای یا حرکت‌های جغرافیایی را اتخاذ نمی‌کنند که نظریه‌های استاندارد می‌گویند: آنها کورکورانه در پی شغل به مکان‌ها نمی‌روند. در عوض، به نظر می‌رسد افراد بسیار تحصیلکرده به مکان‌هایی می‌روند که متنوع و بزرگ باشد. نه تنها پژوهش‌های کیفی من این موضوع را به اثبات می‌رساند، بلکه تحلیل‌های آماری نیز بر این گرایش صحنه می‌گذارد" (Florida, 2005). همچنین او در پاسخ به این پرسش که چرا محیط‌های شهری می‌بایست دارای تنوع و تساهل باشند؛ چنین پاسخ می‌دهد "چنین شهرهایی به صورت جهان‌وطن عمل می‌کنند. به این معنا که برای پذیرش ایده‌های جدید، باز و گشوده هستند. آنها پذیرای سبک‌های زندگی غیرمتعارف هستند و افراد با استعداد را جذب می‌کنند که برای نوآوری بسیار مهم هستند" (Gossling&Rutten,2007).

چگونه یک شهر سنتی خود را به شهری خلاق تبدیل می‌کند؟ فلوریدا در کتاب خود (۲۰۰۲) در مورد طبقه خلاق موفقیت شماری از مراکز خلاق نظیر آستین^۱، بوستون، سان فرانسیسکو، سیاتل و واشنگتن دی سی را تحسین کرده است. عقیده او بر آن است که موفقیت این شهرها مرهون سه محور کلیدی استعداد، فناوری و تسامح است. این شهرها، با توجه به موقعیت‌های جغرافیایی و مؤسسه‌های پژوهشی محلی‌شان از شهرهای متوسط آمریکا و بسیاری از شهرهای جهان دارای جایگاه بهتری هستند. افزون بر این، مارکوسن^۲ (۲۰۰۶) بر مبنای پژوهشی تجربی در مورد اثر هنرمندان خلاق روی رشد شهری مدعی شد که اولویت‌های سیاسی، فرهنگی و مکانی هنرمندان، جزء کلیدی طبقه خلاق فلوریدا، نسبت به اولویت‌های سیاسی، فرهنگی و مکانی دانشمندان، مهندسان، مدیران و حقوقدانان بسیار متفاوت است. همچنین توسعه محیط خلاق ایده‌آل برای تمام طیف سرمایه خلاق در بهترین حالت ممکن امری بعید و محال است. فلوریدا، توسعه فرهنگ شهری متنوع را به عنوان مؤثرترین شیوه در راستای جذب افراد بسیار خبره و ماهر و همچنین رشد اقتصادی پیشنهاد کرده است. او برای حمایت از این بحث، شماری از شهرهای آمریکایی را بر اساس شاخص‌های شهر خلاق از جمله فارغ‌التحصیلان دانشگاهی و کارگران صنعتی نرم‌افزارهای کامپیوتر از طرف دیگر مقایسه کرده است. در این راستا، شهرهای ساحلی بزرگ دارای مؤسسه‌های پژوهشی و فرهنگ‌های متنوع نظیر سان خوزه، سیاتل و بوستون بالاترین رتبه را به دست آورده‌اند (جدول ۴). در این پژوهش به ترتیب شهرهای سانفرانسیسکو، آستین، بوستون، سن دیگو، سیاتل، رالی - دورهام، هوستون، واشنگتن، نیویورک، دالاس - فورت وورث، مینیاپولیس، سنت پاول، لس آنجلس، آتلانتا، دنور و شیکاگو رتبه اول تا پانزدهم را به دست آورده‌اند، که امتیاز بهره‌وری آنها به ترتیب برابر با ۰.۵۷، ۰.۲۸، ۰.۱۵، ۰.۱۵، ۰.۱۰۰۸، ۰.۹۹۶، ۰.۹۸۰، ۰.۹۶۴، ۰.۹۶۲، ۰.۹۶۰، ۰.۹۴۲، ۰.۹۴۰، ۰.۹۴۰ و ۰.۹۳۵ است.

در مجموع می‌توان شهری را ۱۰۰ درصد خلاق نامید که سیاست‌گذاری خود را وقف کمک به

1. Austin
2. Markosen

اجتماعات در به فعلیت رساندن تمام پتانسیل‌های بالقوه ایده‌های خلاق به وسیله تشویق اصول مندرج در جدول زیر نماید.

جدول شماره ۴: اصول شهر خلاق

پروورش خلاقیت و پاداش برای آن	هر کس بخشی از زنجیره ارزشمند خلاقیت است. خلاقیت می‌تواند در هر زمان و هر مکان رخ دهد، چنانکه می‌توان نمود آن را در جامعه مشاهده کرد.
سرمایه‌گذاری در اکوسیستم خلاق	اکوسیستم خلاق مشتمل بر هنر و فرهنگ، کنسرت‌های موسیقی، رستوران‌ها، هنرمندان و طراحان، نوآوران، کارآفرینان، فضای مناسب، محله‌های پر جنب‌وجوش، معنویت، آموزش و پرورش، تراکم، فضاهای عمومی و مکان‌های سوم (محیطی اجتماعی که جدای از دو محیط معمول یعنی خانه و کار است. در واقع به لنگرگاه‌های زندگی اجتماع، تسهیل کردن و شکوفا ساختن تعاملات خلاقانه اطلاق می‌شود) است.
گسترش تنوع و کثرت	این امر منجر به شکوفایی خلاقیت، نوآوری و تأثیر مثبت اقتصادی است. وجود افراد با زمینه‌ها و تجربه‌های مختلف به تنوع عقاید، آراء، افکار، استعدادها و دیدگاه‌ها کمک می‌کند و این موضوع به غنی‌تر شدن جامعه منجر می‌شود. چنانکه به دنبال آن آراء و اندیشه‌ها شکوفا و جامعه‌ای ارزشمند ساخته می‌شود.
شکوفایی خلاقیت	پشتیبانی از اتصال دهنده‌ها و نکات اشتراکی؛ همکاری برای رقابت در راه‌های جدید و شرکت دادن تمام افراد در بازی از اصول بی‌بدیل شهر خلاق است.
ارزش ریسک‌پذیری	به معنای تبدیل شرایط نه به شرایط آری؛ سرمایه‌گذاری در فرصت‌سازی و نه فقط حل مشکل؛ استعداد خلاق، فناوری و انرژی برای جامعه و به چالش کشیدن خرد سنتی است.
اصالت‌بخشی	افزودن ارزش‌های جدید بر شهر و تمرکز بر آن دسته از دارائی‌ها که در شهر منحصر به فرد است، به گونه‌ای که باید جامعه‌ای متفاوت به نظر آید.
سرمایه‌گذاری در ساخت و کیفیت مکان	در حالی که ویژگی‌های ارثی از قبیل آب‌وهوا، منابع طبیعی و جمعیت مهم هستند، اما دیگر ویژگی‌های حیاتی مانند مراکز هنری و فرهنگی، فضاهای سبز و باز، مراکز شهری پر جنب‌وجوش و مراکز آموزش بایستی ساخته و تقویت شود. این موجب خواهد شد جامعه رقابتی‌تر از هر زمان دیگری به دلیل ایجاد فرصت‌های بیشتر شود.
از میان برداشتن موانع خلاقیت	از آن جمله می‌توان به عقب‌ماندگی، تحمل نداشتن، انزوا، پراکنش، فقر، مدارس نامطلوب، انحصارطلبی، زوال اجتماعی و تخریب زیست‌محیطی اشاره کرد.
مسئولیت‌پذیری برای تغییر جامعه	به گونه‌ای که افراد جامعه را جزء لاینفک خود ببینند و از هیچ کوششی برای تغییر به سمت آینده‌ای بهتر دریغ نوزند.
تضمین حق خلاقیت	کسب اطمینان از اینکه هر شخص، به خصوص بچه‌ها، حق خلاقیت دارند. بالاترین کیفیت آموزش و پرورش مادام‌العمر برای توسعه و حفظ افراد خلاق به عنوان مهم‌ترین منبع جوامع امری حیاتی است.

نقش سرمایه خلاق در رشد اقتصاد

پیدایش اقتصاد خلاق موجب تغییر شیوه‌هایی شده است که شهرها و مناطق به واسطه آنها مزیت رقابتی را ایجاد و حفظ می‌کردند. کلید موفقیت در عصر صنعتی آسان و مشتمل بر هزینه‌های کلی انجام کسب و کار بوده است. در دوره تولید انبوه، مناطق از طریق مزیت‌های طبیعی در دارا بودن منابع خدادادی، دسترسی به وسایل حمل‌ونقل، هزینه و بهره‌وری نیروی کار فیزیکی مزیت‌های رقابتی ایجاد می‌کردند. شرکت‌ها به منظور کاهش هزینه‌ها، مکان‌هایی را برمی‌گزیدند که قیمت زمین در آنجا پایین، دارای نیروی کار ارزان یا بهره‌وری زیاد و همچنین دارای شرایط تجاری و آگاه از هزینه‌ها بود. اما در اقتصاد خلاق، مزیت رقابتی به مناطقی تعلق می‌گیرد که می‌توانند به سرعت استعداد، منابع و توانایی لازم را به حرکت درآورند و آنها را به نوآوری در ایده‌های جدید کسب‌وکار و محصولات تجاری تبدیل کنند و مناطق را به سمتی هدایت سازند که از طریق توانایی‌هایشان مزیت رقابتی ایجاد کنند. بر همین اساس مزیت رقابتی به مناطقی رهنمون می‌شود که می‌توانند بهترین استعداد را پرورش، حفظ و جذب کنند. امروزه، توانایی جذب سرمایه انسانی یا افراد مستعد و خلاق موجب ایجاد مزیت‌های منطقه‌ای می‌شود: مناطقی که دارای افراد خلاق هستند، همواره پیروز می‌شوند. به اینگونه کیفیت مکان یک شهر یا منطقه به عنوان نقطه محوری مزیت رقابتی، جایگزین متغیر دسترسی شده است. بنابراین کیفیت ویژگی‌های مکان به استراتژی محوری مناطق در راه توسعه صنایع فناوری پیشرفته تبدیل شده است. مطالعات صورت گرفته بر رابطه بین سرمایه خلاق - رشد منطقه‌ای صحه گذاشته‌اند. ایتن و اک استاین^۱، بلک^۲ و هندرسون^۳ بر این باورند آن دسته از کارگرانی که در کنار افراد خلاق کار می‌کنند، مولدتر و کارآمدتر می‌شوند. راج^۴ از راه مطالعات تجربی دریافته است که هم دستمزدها و هم اجاره مسکن در شهرهایی بیشتر است که دارای سطوح تحصیلی بالاتری هستند. ادوارد گلیسر و همکارانش رابطه‌ای قوی بین سرمایه خلاق و رشد شهری یافته‌اند؛ به این معنا که شهرهای دارای جمعیت باسوادتر، میزان بالاتری از رشد جمعیت طی گذشت زمان دارند (Florida, 2005). به طور کلی طبقه خلاق به افرادی اطلاق می‌شود که توانایی ابداع اشکال جدید و بسیار ارزشمند فعالیت‌های اقتصادی دارند. بنابراین افراد خلاق رشد اقتصادی را از طریق ایجاد نوآوری‌های فناورانه، پیشرفت اندیشه‌های علمی و دانش فزاینده پدید می‌آورند. چنانکه تمرکز بالای طبقه خلاق به منزله رشد اقتصادی شهر به حساب می‌آیند (Bounds, 2009:188).

1. Eaton and Eckstien
2. Black
3. Henderson
4. Rauch

دیدگاه منتقدان و موافقان نظریه شهر خلاق

مفهوم طبقه خلاق؛ تشویق‌ها و انتقادهای تندی را در زمینه توسعه اقتصادی شهری برانگیخت. به طور عمده تحسین‌های مثبت رسانه‌ها بر حول اصطلاح "استعدادهای خلاق" منعکس شد. گاه جهان‌شمولی در دوایر معینی است که معتقدند زمان جراحی اقتصادی گذشته است. از طرف دیگر، منتقدان از رشته‌های مختلف دانشگاهی ظاهر شده‌اند. ادعای شماری از آنها بر آن است که "اقتصاد اطلاعاتی" ۱ و "اقتصاد دانش‌محور" ۲، که نقش‌های پردازش اطلاعات و تولید دانش را در انباشت سرمایه تعریف می‌کنند، از لحاظ نظری مفاهیمی منطقی هستند. هدف از استفاده از این اصطلاحات نمایش این مطلب است که توسعه‌های جدید در فناوری اطلاعات موجب افزایش ظرفیت برای تولید و سود بردن از دانش جدید می‌شود. می‌توان گفت از سال‌های گذشته به لحاظ اقتصادی رقابت شهرها، مناطق و کشورها بر سود بردن از صنایع دانش‌بنیان در زمینه پژوهش، توسعه و نوآوری بوده است. در حقیقت، شهرهای صنعتی بسیار زیادی در آمریکای شمالی و اروپای غربی در تلاش برای توسعه چنین صنایعی بوده‌اند، اما در این راه موفقیت‌چندانی حاصل نکرده‌اند. مفهوم اقتصاد خلاق ممکن است موجب برانگیختن موجی از بحث‌های سیاست‌گذاری رسانه‌ای و سیاسی شود، بدون اینکه فرصت‌های شغلی مناسبی را برای کارگران صنعتی بیکار پیشنهاد کند. مجله‌های خبری از جمله نیوزویک ۳ و مجله ماهانه آتلانتیک، واکنش مثبتی به نظریه سرمایه خلاق داشته‌اند و مقاله‌های کوتاه متعددی از فلوریدا یا در مورد او منتشر کرده‌اند. منتقدان نظریه طبقه خلاق فلوریدا از مسیرهای متفاوتی به نقد آن همت گماشته‌اند. به باور آنها، تأکید بیش از حد بر نخبه‌گرایی و فقدان موشکافی و پیچیدگی دانشگاهی در این نظریه مشهود است (Markusen and Schrock, 2006).

به طور کلی مهم‌ترین انتقادهای وارده بر نظریه طبقه خلاق عبارتند از:

۱. اختلاف‌های درآمدی بین طبقه خلاق و آنهایی که در بخش‌های خدماتی و صنعتی مشغول هستند منجر به موضوع‌هایی نظیر مسکن قابل استطاعت، توسعه نامتوازن و نابرابر و پدیده پراکنده‌رویی شهری (رشد غیرنظام‌مند و پراکنده گونه به سمت نواحی حومه‌ای) شده است. همچنین تقسیم طبقاتی به واسطه حضور فزاینده آن دسته از کارگران با دستمزد کمی که در بخش‌های خرده‌فروشی و فراغتی به منظور برآورده ساختن نیازهای رفاهی طبقه خلاق کار می‌کنند، به طور روزافزونی تشدید می‌شود؛
۲. دوقطبی شدن سیاسی تشدید می‌شود، چرا که این گروه‌ها از لحاظ منزلت اجتماعی و اقتصادی در دو دنیای متفاوت زندگی می‌کنند؛

1. Informational Economy
2. Knowledge-based Economy
3. Newsweek

۳. منتقدان بر این باورند که هیچ ارتباطی بین رشد اقتصادی و طبقه خلاق وجود ندارد. در واقع، فناوری مدرن، سرمایه انسانی بالا و مهاجرت فزاینده شاخص‌های بهتری برای رشد محسوب می‌شوند. افزون بر این، نگرش طبقه خلاق به رشد اقتصادی بیشتر روی علایق سبک زندگی به جای مسائل اجتماعی متمرکز می‌شود (Bounds, 2010:188).
۴. تأکید بیش از حد بر نخبه‌گرایی، داده‌های نامتجانس و طبقه‌بندی ابهام‌آمیز از جمله انتقادهای مطرح شده در مورد این نظریه است (Scot, 2006 and Markusen and Schrock, 2006).
۵. به باور جامی پک^۱ تلاش‌های کلی این نظریه - که به طور روزافزونی فرصت‌های شهری را ناشی از ظرفیت جذب و حفظ طبقه متحرک "خلاق" دانسته است، به تنوع عمده توسعه اقتصادی معطوف شده است - و به همین علت برای مدیران شهری سراسر جهان به موضوع جذابی تبدیل شده است. با وجود این، ایده شهر خلاق آخرین پدیده سیاستگذاری است که انعکاس‌گر دیدگاه نئولیبرال‌ها، تجارت‌گرایان و دیدگاه‌های طبقات بالا و متوسط در مورد حاکمیت شهری است. به گونه‌ای که راهبردهای خلاقیت به آرامی در راستای برنامه‌های توسعه نئولیبرال حرکت می‌کنند و این برنامه‌های نئولیبرال بر اساس رقابت بین شهری، نوسازی، مصرف طبقه متوسط و بازاریابی مکانی طرح‌ریزی شده‌اند (Peck, 2005:740).

ویژگی‌های نمونه‌های عملیاتی شهر خلاق

(۱) تورنتو، کانادا

شماری از ایده‌های کلیدی نظریه طبقه خلاق در پروژه‌های توسعه شهری به کار رفته است. شهرداران شهرهای صنعتی بزرگ ژاپن، از جمله اوزاکا و یوکوهاما، به تازگی اقدام‌های مربوط به شهر خلاق را آغاز کرده‌اند با این امید که مبنای اقتصادی شهر خود را متنوع سازند و زندگی شهروندانشان را از راه فعالیت‌های فرهنگی توسعه و پیشرفت دهند. مدیران شهری برلین و دوبلین توسعه محیط خلاق را در سیاست‌های توسعه خود گنجانده‌اند. حکومت‌های شهری به پژوهشگران و مشاوران خود مأموریت داده‌اند تا مزیت‌های جذب سرمایه خلاق و همچنین چالش‌های شهرهایشان برای تبدیل شدن به مراکز خلاق را شناسایی کنند. از جمله این موارد می‌توان به "استراتژی‌های تورنتو برای پروژه شهرها و فضاهای خلاق" اشاره کرد که توسط برنامه‌ای در مورد جهانی‌شدن و سیستم‌های نوآوری منطقه‌ای در دانشگاه تورنتو به انجام رسیده است. بر اساس این برنامه، تورنتو برای تبدیل شدن به شهری خلاق، باید روی چهارده مأموریت راهبردی متمرکز شود، که از جمله مهم‌ترین آنها می‌توان به سرمایه‌گذاری فزاینده در مؤسسه‌های هنری و فرهنگی اشاره کرد (جدول شماره ۵).

جدول شماره ۵: راهبردهای پیشنهادی تورنتو برای شهر خلاق

طبقات پروژه	فرصت‌های راهبردی برای عمل
مردم	<ol style="list-style-type: none"> ۱. تضمین این موضوع که تمام جوانان به اندیشیدن خلاق تشویق شده‌اند؛ ۲. توسعه برنامه خلاق برای جوانان؛ ۳. تغییر اجتماع محلی؛ ۴. سرمایه‌گذاری روی خلاقیت و هنر در آموزش عمومی.
کارآفرینی	<ol style="list-style-type: none"> ۱. ایجاد شرایطی که به کارآفرینان و مؤسسه‌های مالی امکان ریسک دهد؛ ۲. افزایش حمایت از بخش‌هایی که در حال به دست آوردن توجه بین‌المللی هستند؛ ۳. تشویق شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران تمام بخش‌ها به اندیشیدن خلاق؛ ۴. فراهم کردن حمایت از کارآفرینان تخصصی و توسعه مهارت‌های شغلی برای صنایع خلاق؛ ۵. افزایش سرمایه "ریسکی" خلاق و فرهنگی؛ ۶. پیشرفت تورنتو به عنوان مرکز طراحی؛ ۷. توسعه مرکز همگرایی نوآوری و خلاقیت.
فضایی	<ol style="list-style-type: none"> ۱. دستیابی به تعادل بین مؤسسه‌های فرهنگی عمده و حمایت توده‌های مردم؛ طراحی و فضایی که برای کار و زندگی خلاق مطلوب و پایدار است؛ ۲. فراهم کردن فضای خلاق پایدار و مطلوب؛ ۳. ایجاد صندوق سرمایه‌گذاری پرداخت وام برای توسعه خلاق؛ ۴. حمایت از توسعه راهبرد نواحی ساحلی؛ ۵. تحرک بخشیدن به زیرمجموعه شهری-راوینز تورنتو^۱؛ ۶. حمایت از تشکیل هیئت داوران برای ارزیابی اقدام‌ها.
ارتباطی	<ol style="list-style-type: none"> ۱. فراهم کردن زیرساخت‌های سازمانی که فعالیت‌های خلاق موجود و منابع را به هم پیوند دهد؛ ۲. توسعه زیرساخت‌های جدید که به منظور ارتباط دادن و پیشرفت تورنتوی خلاق ایجاد شده‌اند؛ ۳. فراهم کردن بودجه‌های ثابت و مستمر برای پروژه‌های خلاق.

Source: Program on Globalization and Regional Innovation System, University of Toronto, 2006.

۲) ملبورن، استرالیا

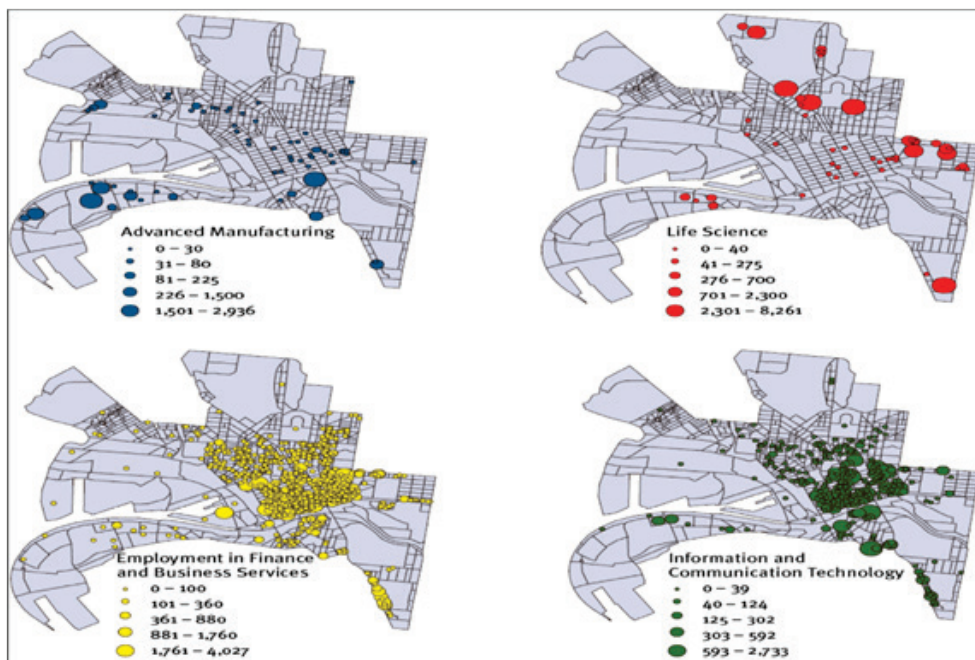
استرالیا یکی از کشورهای جهان است که به سرعت در حال رشد در زمینه اقتصاد دانش محور است، چنانکه بین سال‌های ۲۰۰۴ تا ۲۰۰۷ اقتصاد استرالیا از رتبه سیزدهم به رتبه دهم در رتبه‌بندی اقتصاد جهانی دست یافته است. همچنین در سال ۲۰۰۶ استرالیا در زمینه "شاخص میزان مطالعه در شبکه جهانی" به رتبه پانزدهم رسید؛ این شاخص برای تعیین پیشرفت ملی در مورد فناوری اطلاعات و ارتباطات^۱ در اقتصاد جهانی به کار برده می‌شود. در زمینه "شاخص رقابت‌پذیری جهانی" نیز به رتبه نوزدهم دست یافته است. در زمینه دانش و فناوری ارتباطات و اطلاعات نیز استرالیا یکی از پیشرفته‌ترین کشورهای جهان به حساب می‌آید و تجلی این موضوع را می‌توان در شهرهای این کشور مشاهده کرد. در این راستا ملبورن یکی از عمده‌ترین شهرهای دانش محور این کشور است. ملبورن بر اساس جمعیت و اقتصاد پس از سیدنی دومین شهر استرالیا است. به گونه‌ای که جمعیت منطقه مادرشهر ملبورن، پایتخت ایالت ویکتوریا، ۳/۶ میلیون نفر و جمعیت شهر ۷۲۰۰۰ نفر است. زمینه‌های پیشرفت این شهر از زمان تدوین "استراتژی ویکتوریای سده بیست و یکم" در سال ۱۹۹۶ آغاز شد. هدف اصلی این استراتژی "سرمایه‌گذاری و اشتغال‌زایی در بخش دانش" بود. "استراتژی ویکتوریای سده بیست و یکم" در سال ۱۹۹۹ اصلاح و به "استراتژی ویکتوریای جهانی" تبدیل شد. و سپس به "ویکتوریا شهر ارتباط‌سازی" تغییر نام داد. این استراتژی بر مواردی به این شرح تأکید کرد: ساخت جامعه‌ای دانش‌محور؛ رشد صنایع آینده؛ شکوفا ساختن تجارت در زمینه فناوری اطلاعات^۲؛ تجهیز اجتماعات به فناوری‌های ارتباطی؛ پیشرفت زیرساخت‌ها و افزایش دسترسی و ارتقاء سیاست‌های جدید. از دیگر طرح‌های مهم می‌توان به طرح "استراتژی مادرشهر ۲۰۳۰" و "طرح شهر ملبورن ۲۰۱۰" اشاره کرد؛ هدف این دو طرح شکل دادن به آینده ملبورن به عنوان شهری ثروتمند، خلاق، نوآور، فرهنگ‌گرا، جذاب، مردم‌محور و پایدار بود. به طور خلاصه، ملبورن در زمینه عوامل و عناصر کلیدی شهر دانش محور اقدام‌های زیر را انجام داده است.

1. ICT
2. IT

جدول شماره ۶: اقدام‌های شهر ملبورن

<p>۱. استفاده از اینترنت بین سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۰۱ در ملبورن از ۴۱ درصد به ۶۱ درصد رسیده است و ۷۰ درصد ارتباطات به صورت پرسرعت بوده است؛</p> <p>۲. ۵۰ هزار نفر در زمینه آموزش و دسترسی به اینترنت خدمات دریافت کرده‌اند؛</p> <p>۳. ۱۴۶ مورد از مدارس ملبورن به اینترنت دسترسی دارند؛</p> <p>۴. ۶ مرکز در این شهر در زمینه آموزش اینترنت برای تجارت فعال هستند.</p>	<p>فناوری و ارتباطات</p>
<p>۱. طی سده بیستم، اقتصاد ملبورن به طور عمده مبتنی بر فعالیت‌های تولیدی و صنعتی بوده است، اما در هزاره جدید مرکز این شهر مملو از تحلیلگران تجاری، متخصصان کامپیوتر، متخصصان حقوقی، مدیران مالی، اصحاب رسانه، مدیران فناوری اطلاعات و ارتباطات، مدیران برنامه‌ریز و سیاست‌گذاران است؛</p> <p>۲. توسعه ملبورن به عنوان دروازه ورودی فناوری زیستی در استرالیا و منطقه آسیای آرام؛</p> <p>۳. جذب صنایع دانش محور راهبردی به سمت ملبورن و حمایت و تسهیل نوآوری در این شهر؛</p> <p>۴. ارتقای رشد در زمینه آموزش عالی، بهبود سرزندگی و گزینه‌های زندگی در ملبورن؛</p> <p>۵. توسعه و ارتقاء ملبورن به عنوان مکانی که ملبورن را به عنوان شهری فرهنگ‌محور تبدیل کند؛</p> <p>۶. توسعه و رشد ملبورن در زمینه نیروهای ماهر و متنوع از نظر منطقه‌ای، ملی و ماهر به منظور جذب پروژه‌های جهانی؛</p>	<p>خوشه‌های توسعه شهری و روابط فضایی</p>
<p>۱. شهر ملبورن به منظور ساختن یک اقتصاد قدرتمند توسعه دانش و نوآوری را تشویق و حمایت می‌کند و در این راستا به رشد دانش و نوآوری، سرمایه‌گذاری در محیط طبیعی و انسان‌ساخت به منظور نشان دادن ملبورن به عنوان محیطی جذاب برای طبقه خلاق و مکان کلیدی صنعت دانش‌ساز^۱ اهمیت ویژه‌ای می‌دهد؛</p> <p>۲. سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های فرهنگی، نوآورانه و دانش‌منا از جمله مهم‌ترین اولویت‌های شهر ملبورن است. شاهد این امر؛ ساخت موزه ملبورن، مرکز هنرهای معاصر استرالیا، گالری ملی ویکتوریا، نوسازی کتابخانه ایالتی و شرکت تئاتر ملبورن است.</p>	<p>زیرساخت‌های فرهنگی و خلاقیت</p>
<p>۱. هشت دانشگاه بزرگ در این شهر وجود دارد و این نشانگر نقش تعیین‌کننده نهادهای آموزشی و دانشجویان در این شهر است؛</p> <p>۲. اعضای خارجی و بومی دانشگاه‌های این شهر، ۵ درصد کل جمعیت ملبورن را تشکیل می‌دهد؛</p> <p>۳. تعداد دانشجویان خارجی در دانشگاه‌های ملبورن در سال ۲۰۰۲، برابر با ۳۳۰۶ نفر بوده است و رتبه آن در جذب نخبگان خارجی پس از شهرهای نیویورک، لندن، لس آنجلس، سیدنی، سانفرانسیسکو و بوستون بوده است.</p>	<p>سرمایه انسانی</p>
<p>۱. وجود سهم بالایی از طبقه خلاق در این شهر نشان‌دهنده توانایی بالای ملبورن در زمینه ایجاد و استفاده از دانش در سراسر این شهر است، به گونه‌ای که هم اکنون بیش از نیمی از افراد شاغل در این شهر جزء طبقه خلاق محسوب می‌شوند؛</p> <p>۲. در سال ۲۰۰۴، ۳۸ درصد کارکنان این شهر را افراد خلاق مشتمل بر مدیران و متخصصان تشکیل داده است؛</p> <p>۳. تعداد کارکنان در بخش خدمات تجاری و مالی در سال ۲۰۰۶، ۵۳۸۱۰ نفر بوده است؛</p> <p>۴. ملبورن صنعت فیلم‌سازی را نیز به اوج رسانده است؛ به گونه‌ای که در این بخش ۷۰ درصد طبقه خلاق فرهنگی در آن مشغول هستند (۲۵۳۲۴ نفر).</p>	<p>طبقه خلاق</p>

شکل ۲: خوشه‌های دانش‌محوری در شهر ملبورن (Melbourne City, 2006: 7)



نتیجه‌گیری

شهرها طی تاریخ به طور پیوسته آستن تغییر و تحولات بنیادی تمدن بشر بوده‌اند؛ و به گفته پارک "شهرهای بزرگ همیشه فرهنگ‌ها و نژادها را به تحلیل برده‌اند. از تعاملات آشکار و نهانی که آنان در مرکزیتش قرار داشته‌اند، نسل‌های جدیدتر و انواع جدیدتر اجتماعات بیرون آمده‌اند". بر همین مبناء، هم اکنون شهر؛ مکانی است که در آن ترکیبات نوینی از فرهنگ‌ها و اقتصادها، در حال ظهور و توسعه است. فرهنگ به کالایی تجاری برای اقتصاد شهرها و اقتصاد فرهنگی تبدیل شده است. امروزه موزه‌های ارزشمند در شهرها، ماشین‌های تولید کسب درآمد هستند که موجب ایجاد رستوران‌ها، همکاری موزه‌ها، حمایت مالی، برنامه‌ریزی و نمایشگاه‌های بسیار قوی و علامت‌های تجاری و نمایندگی انحصاری می‌شوند. به ویژه موزه‌های نوین در ارتباط با فضاهای دیدنی و چشم‌انداز شهری معماران مشهور، نوسازی شهری و پیشرفت اقتصادی هستند. اکنون ارتقای فرهنگ گردشگری شهری، به عنوان چشم‌انداز برای بسیاری از طرح‌های توسعه شهری به ویژه برای شهرهای با کارکرد و عملکرد اولیه صنعتی برای جایگزینی و کاهش صنعت در نظر گرفته می‌شوند. در همین راستا در سده بیست و یکم، جذب نخبگان و استعدادهای خلاق به یکی از مهم‌ترین ابزارهای شهرها برای رشد و پیشرفت اقتصادی تبدیل شده است. در این راستا، ریچارد فلوریدا نظریه شهر خلاق را بر اساس سه متغیر فناوری، استعداد و تساهل و تسامح پایه‌گذاری کرده است. به اعتقاد فلوریدا فرهنگ تسامح‌گرا

و باز، عامل اصلی موفقیت اقتصادی جدید شهرها است. چنانکه استعداد‌های خلاق به مناطقی مهاجرت می‌کنند که دارای درجه‌های بالایی از روشنفکری اجتماعی، تنوع و خلاقیت هستند. نظریه خلاقیت قائل به نقش گسترده‌تر فرهنگ و پتانسیل‌های نامحدود انسان است و کلید رشد اقتصاد منوط به توانمند ساختن و شکوفا کردن این پتانسیل در نظر گرفته می‌شود. لازمه این شکوفاسازی منوط به وجود فرهنگی باز است، فرهنگی که تبعیض قائل نمی‌شود، مردم را محدود نمی‌سازد و به شکل‌های گوناگون به خانواده و هویت انسانی اعتبار می‌بخشد؛ و در یک کلمه فرهنگی متنوع، تکثرگرا و تسامح‌گرا است. به این معنی و مفهوم، فرهنگ نه از طریق تحمیل امکانات ایجاد خلاقیت انسانی بلکه به واسطه تسهیل و تحریک خلاقیت‌های انسانی، عمل می‌کند. همچنین فرهنگ باز در سطح گسترده، عاملی برای کارآفرینی، توسعه اقتصادی و نوآوری وابسته به اجتماع است. افزون بر این، سیستم فرهنگی یک شهر مشتمل بر انبوهی از سازمان‌ها، مراسم‌ها و فستیوال‌هاست که مستعد خلاقیت‌ها و کارآفرینی‌هاست و شهر را قادر می‌سازد تا استعداد‌های خود را در راستای ارتباط مردم، ایده‌ها و تشکله‌ها به کار ببندد. فرهنگ به منزله عاملی کلیدی در کیفیت زندگی شهروندان یک شهر خلاق محسوب می‌شود، چرا که علاوه بر ارتقای کیفیت زندگی شهروندان، عاملی برای جذب گردشگران و بالابردن ارزش اقتصادی در زنجیره اقتصادی شهر است. به طور کلی می‌توان گفت در شهرهای خلاق مجموعه‌ای از صنایع فوق مدرن و تسهیلات و امکانات فرهنگی، علمی و پژوهشی به منظور جذب نخبگان وجود دارد. به سخن دیگر، افراد نخبه به شهرهایی جذب می‌شوند که از "تنوع و سرزندگی و غنای فرهنگی" بیشتری برخوردارند. این افراد خلاق هسته موفقیت شهر دانش‌محور هستند، به گونه‌ای که ایجاد، جذب و حفظ این افراد در شهر موجب ساخت و شکوفایی "پایه مبتنی بر دانش" شهر و تشویق تجارت‌ها و حرفه‌های جدید می‌شود. ارزش‌های مرتبط با عناصر فرهنگی شهر موجب شکوفا ساختن نوآوری، خلاقیت و ابتکارات ارزشمند می‌شود. چنانکه توسعه شهر خلاق مستلزم تقویت و بسط صنایع فرهنگ‌محور در شهر است. در مجموع می‌توان گفت که فرهنگ به بخش مهمی از اقتصاد شهرها تبدیل شده است. صنایع فرهنگ‌محور، که امروزه از آنها به عنوان صنایع خلاق نام برده می‌شود، مزایای اقتصادی مستقیمی را برای شهرها به همراه دارند. به این معنا که اینگونه صنایع، شغل تولید و سرمایه‌گذاری را جذب می‌کنند و اقتصاد محلی را از طریق گردشگری شکوفا می‌سازند. همچنین به علت آنکه صنایع فرهنگ‌محور کیفیت زندگی را ارتقاء می‌بخشند، بنابراین خدمات رفاهی محلی را غنی می‌سازند و نیروی کار حرفه‌ای جوان را جذب می‌کنند.

منابع

- ابراهیمی، م. (۱۳۸۷). نشست شهر خلاق: مفاهیم، سیاست‌ها، مطالعه موردی از شهرهای موفق و ناموفق. مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران. تهران: فرهنگسرای نیاوران.
- ربانی خوراسگانی، ع؛ ربانی، ر؛ ادیبی سده، م؛ مودنی، ا. (۱۳۹۰). بررسی نقش تنوع اجتماعی در ایجاد

- شهرهای خلاق و نوآور (مورد مطالعه: شهر اصفهان)، فصلنامه جغرافیا و توسعه، شماره ۲۱، صص ۱۸۰-۱۵۹.
- رفعیان، م. (۱۳۹۰). درآمدی بر مناطق و شهرهای خلاق، مجله شهرداری‌ها، سال یازدهم، شماره ۱۰۰، صص ۱۲-۱۵.
- رفعیان، م.؛ بمانیان، م. ر.؛ رفعیان، م. (۱۳۸۹). شناسایی پهنه‌های زمینه‌ساز توسعه خلاق بافت‌های فرسوده با رویکرد گردشگری در برنامه‌ریزی شهری (نمونه موردی: محله امامزاده یحیی، ناحیه ۲ منطقه ۱۲ تهران)، دو فصلنامه مدیریت شهری، سال یازدهم، شماره ۲۵، صص ۲۵۷-۲۳۵.
- شورت، ج. ر. (۱۳۸۸). نظریه شهری ارزیابی انتقادی. ترجمه دکتر کرامت‌الله زیاری و حافظ مهدنژاد و فریاد پرهیز، چاپ اول. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- کیب، ی. ه. و شورت، ج. ر. (۱۳۸۹). شهرها و نظام‌های اقتصادی. ترجمه ابوالفضل مشکینی، فریاد پرهیز، علیرضا غلامی و حافظ مهدنژاد، تهران: انتشارات مرکز مطالعاتی و تحقیقاتی شهرسازی و معماری. مشکینی، ا.؛ حاتمی‌نژاد، مهدنژاد ح.؛ پرهیز، ف. (۱۳۹۳). شهر خلاق. تهران: انتشارات آراد.
- Bontje, M., Musterd, S. (2009). Creative industries, creative class and competitiveness: Expert opinions critically appraised, *Geoforum* 40 (2009) 843–852. Commission DG5, Brussels.
- Florida, R. (2004). *The Rise of the Creative Class: And How it's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life* (Paperback). Basic Books, New York.
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, New York: Basic Books.
- Florida, Richard, 2005, *Cities and the Creative Class*, New York: Routledge.
- GLA Economics. (2004). *Measuring Creativity: 2004 Update of the GLA's Creative Industry Economic Data*. Greater London Authority, London.
- Glaeser, E. L., Scheinkman, J. A., Shleifer, A. (1995). Economic growth in a cross-section of cities, *Journal of Monetary Economics*, 36(1), pp. 117–143.
- Gossling, T., Rutten, R. (2007). Innovation in regions, *European planning studies*, Vol. 15, No. 2.
- Jameson, Fredric, 1991, *Postmodernism, or, the Cultural Logic of Late Capitalism*, Durham, NC: Duke University Press.
- KEA European Affairs. (2006). *The Economy of Culture in Europe*. European
- Kloosterman, R.C., (2004). Recent employment trends in the cultural industries in Amsterdam, Rotterdam, The Hague and Utrecht: a first exploration. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie* 95 (2), 243–252.

- Markusen, A., Schrock, G. (2006). The artistic dividend: urban artistic specialization and economic development implications, *Urban Studies*, 43(10), pp. 1661–1686.
- Peck, J. (2005). Struggling with the creative class, *International Journal of UrbanRegional Research*, 29(4), pp. 740–770.
- Pratt, A.C., (1997). The cultural industries production system: a case study of employment change in Britain, 1984–91. *Environment and Planning A* 29 (11), 1953–1974.
- Roberts. (2006). Marion From ‘creative city’ to ‘no-go areas’– The expansion of the night-time economy in British town and city centres, *Cities*, Vol. 23, No. 5, p. 331–338, 2006.
- Romer, P. (1989). Endogenous Technological Change. *Journal of Political Economy*. 98, 5, 1990: S71-S102.
- Sasaki, M. (2004). The role of culture in urban regeneration, paper presented in Universal Forum of Cultures, Barcelona ,www.barcelona2004.org/esp/banco_delconocimiento/docs/PO_22_EN_SASAKI.pdf
- Scott, Allen J. (2006). Creative Cities: Conceptual Issues and Policy Questions. *Journal of Urban Affairs*, 28(1):1–17.
- Throsby, David, 2001, *Economics and Culture*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Vanolo, A. (2008). The image of the creative city: Some reflections on urban branding in Turin, *Cities* 25 (2008) 370–382.