

ترجمه انگلیسی این مقاله نیز تحت عنوان:  
A Restudy of Culture-Led Regeneration Approach in Creative City Buiing  
Developing an Analytical Framework for the Regeneration of Cultural and  
Creative Quarter در همین شماره مجله به چاپ رسیده است.

## بازخوانی رویکرد بازآفرینی فرهنگ-مبنا در ساخت شهر خلاق (تدوین چارچوب تحلیلی بازآفرینی قطب خلاق و فرهنگی)\*

مریم پورذکریا<sup>۱</sup>، سمیه فدایی نژاد بهرامجردی<sup>۲\*</sup>

۱. کارشناس ارشد مرمت ابنیه و بافت‌های تاریخی، دانشکده معماری، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، ایران.  
۲. استادیار دانشکده معماری، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، ایران.

تاریخ دریافت: ۹۷/۰۷/۰۲ تاریخ اصلاح: ۹۸/۰۲/۳۱ تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۳/۲۷ تاریخ انتشار: ۹۸/۰۸/۰۱

### چکیده

**بیان مسئله:** شهرها مکانی برای پیشبرد خلاقیت و توسعه به حساب می‌آیند. محدوده فرهنگی شهرها تجلی‌گاه ابعاد گوناگون مردمانی است که هویت فرهنگی آن را به ثبت رسانده‌اند. فعالیت‌های صورت‌گرفته در فضاهای عمومی محدوده‌های شهری نقش مؤثری در رشد خلاقیت‌های جمعی ایفا می‌کند. برای پشتیبانی از این فعالیت‌ها، توجه بسیاری از صاحب‌نظران به طبقه خلاق در شهرها معطوف شده است که به ظهور جنبش شهر خلاق منجر شد. اساس شهر خلاق بر مبنای عقایدی همچون فرهنگ، هنر و صنایع فرهنگی گذاشته شده است. هدف پژوهش: هدف اصلی پژوهش شناسایی مؤلفه‌های مؤثر در ارتقای فرهنگ جامعه است به منظور پاسخ‌گویی به این سؤال اصلی تحقیق که «اصول و معیارهای بازآفرینی فرهنگی در شهر خلاق از طریق ایجاد قطب خلاق و فرهنگی کدام‌اند؟». این پژوهش سعی دارد تا با بررسی نظریات مطرح‌شده در حوزه صنایع خلاق و فرهنگی و رویکرد بازآفرینی فرهنگ-مبنا، معیارهای مؤثر در ارتقای محدوده‌های شهری را به منظور ایجاد قطب خلاق شناسایی کند.

**روش پژوهش:** با راهبرد کیفی و مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای، نظریات مرتبط با حوزه مورد مطالعه بازخوانی و از طریق راهبرد استدلال منطقی، معیارهای اصلی بازآفرینی قطب خلاق و فرهنگی گزینش و نمودار ارتباط محتوایی بازآفرینی فرهنگ-مبنا و شکل‌گیری شهر خلاق ترسیم شده است. نتیجه‌گیری: با توجه به تحلیل‌های صورت‌گرفته معیارهای بازآفرینی محدوده‌های فرهنگی در قالب چارچوب تحلیلی پژوهش ارائه شده است. نتایج نشان می‌دهد که، با وجود مخالفت‌ها و پیامدهای غیرمنتظره، راهکارهایی نظیر رونق اقتصاد فرهنگی، افزایش تسهیلات و ارتقای گردشگری خلاق به سرزندگی اجتماعی فضاهای عمومی و مشارکت شهروندان طبقه خلاق در توانمندسازی خودشان منجر خواهد شد. **واژگان کلیدی:** بازآفرینی فرهنگ-مبنا، شهر خلاق، قطب خلاق، صنایع فرهنگی، صنایع خلاق.

### مقدمه و بیان مسئله

متخصصان و برنامه‌ریزان شهری از سیاست‌گذاری‌های گوناگون به منظور مداخله در بافت‌های شهری با

\* این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد مریم پورذکریا با عنوان «بازآفرینی مکان‌های تاریخی به‌مثابه قطب خلاق فرهنگی، نمونه موردی: کاروانسرای بازار بزرگ رشت» به راهنمایی دکتر سمیه فدایی نژاد در دانشکده معماری پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، است.  
\*\* نویسنده مسئول: ۰۹۱۲۵۴۸۸۹۴۹، sarafadaei@ut.ac.ir

چشم‌انداز شهر خلاق، به دلیل توجه به ابعاد اجتماعی-اقتصادی و همچنین ظرفیت‌های محلی، استقبال کرده‌اند. در این چشم‌انداز، فرهنگ به عنوان عامل توسعه، مستقل از دیگر عوامل، مطرح می‌شود. ایده توسعه شهر خلاق آن است که فعالیت‌های هنری با فرهنگ و خلاقیت مرتبط باشد و فرصت‌های ارائه محصولات فرهنگی در شهرها فراهم شود (Landry).

و به‌کارگیری فرهنگ در برنامه‌ریزی شهری مورد توجه متفکران و نظریه‌پردازان قرار گرفته است که تا امروز این مباحث ادامه دارد. کتاب‌های متعددی از جمله طبقه‌خلاق فلوریدا (Florida, 2005) و شهر خلاق لاندری (Landry, 2008) در توسعه این نظریات تأثیر فراوانی داشته است. در ادامه مباحث این کتاب‌ها، پژوهشگران دیگری نیز به مفاهیم بازآفرینی فرهنگ-مبنا و شهر خلاق پرداخته‌اند. ایوانز و شاو (Evans & Shaw 2004) در مقاله «سهام فرهنگ در بازآفرینی» به طبقه‌بندی بازآفرینی و فرهنگ، بازآفرینی فرهنگی و بازآفرینی فرهنگ-مبنا می‌پردازند. بردفورد (Bradford, 2004) در مقاله «شهر خلاق» خود با اشاره به بازآفرینی فرهنگی در شهر خلاق از اهمیت تنوع فرهنگی و درک متقابل فرهنگی از طریق آموزش و مشارکت جامعه هدف سخن می‌گوید. فورد (Foord, 2009)، با ارائه مروری از پژوهش‌های صنایع خلاق، به کارآفرینی خلاق در قطب‌های فرهنگی شهری و نقش آن در حفظ هویت شهری اشاره می‌کند. اسکات (Scott, 2006, 2010) در مقاله «اقتصاد فرهنگی و زمینه خلاق» خوشه خلاق را به عنوان شبکه فرهنگی نظام‌مندی از صنایع خلاق و فرهنگی در یک منطقه تعریف کرده است. کانگ (Kong, 2014) در مقاله «از صنایع فرهنگی تا صنایع خلاق» از نقش اقتصاد فرهنگی در کشورهای در حال توسعه سخن گفته است و اقتصاد خلاق را ترکیبی از فرهنگ و فناوری می‌داند. سایر پژوهشگران مانند پرت (Pratt, 2000)، پک (Peck, 2005) و گروداک (Grodach, 2012) با بیان مشکلات ناشت‌گرفته از سیاست‌های صنایع خلاق نظیر نئولیبرالیسم، اعیان‌سازی، اختلاف طبقاتی و ازبین‌رفتن مشاغل کم‌درآمد بازآفرینی فرهنگی را راهکاری به منظور تقویت اقتصاد فرهنگی از طریق مشارکت ذی‌نفعان و سرمایه‌داران می‌دانند. در دو دهه اخیر سازمان‌های بین‌المللی همانند یونسکو توجه مضاعفی به بحث فرهنگ و توسعه آن از طریق مفاهیمی مانند تنوع فرهنگی و صنعت فرهنگی یا خلاق داشته‌اند (UNESCO, 2005) و جلسات متعددی در این زمینه برگزار کرده‌اند. در این بخش مفاهیم صنایع خلاق و فرهنگی و نقش آن‌ها در توسعه اقتصاد فرهنگ و اکاوی می‌شود.

### از صنایع خلاق<sup>۱</sup> تا صنایع فرهنگی<sup>۲</sup>

اصطلاح «صنایع خلاق» را نخستین بار دولت استرالیا در سال ۱۹۹۴ م. در استراتژی توسعه ملی ملت خلاق<sup>۳</sup>

(2008, 31). ناحیه فرهنگی شهرها، به علت قدمت تاریخی و وجود عناصر ارزش تاریخی، موقعیت مناسب ارتباطی، قرارگیری بازار اصلی شهر و قلب تپنده اقتصادی آن دارای ارزش و جایگاه منحصر به فردی در ساختار فضایی-کارکردی شهر است (Ratiu, 2013). در شهرهای خلاق، ارتباط مستقیمی بین امکانات و دارایی‌های شهری در جذب سرمایه‌های اجتماعی-انسانی خلاق در زمینه اقتصاد شهری به وجود می‌آید، به گونه‌ای که با استفاده از این سرمایه‌های خلاق می‌توان رشد و توسعه شهری را پیش‌بینی کرد (Florida, 2012). امروزه در مباحث آکادمیک به طور گسترده به پدیده قطب‌های فرهنگی و خلاق و بررسی این محدوده‌ها پرداخته می‌شود، از مرکز تاریخی شهر، سایت‌های میراث صنعتی، جوامع و شهرک‌ها تا مراکز خرید فرهنگی، رسانه‌های دیجیتال و شهردانش‌ها (Evans, 2009b, 32). از این رو، پژوهش حاضر در پی ارتقای بازآفرینی فرهنگ-مبنا در شهر خلاق به منظور توسعه قطب خلاق فرهنگی است. این پژوهش سعی دارد با شناسایی معیارهای مؤثر در توسعه محدوده‌های فرهنگی به ویژه مراکز شهری براساس بازخوانی نظریات و اسناد مرتبط، بستری را فراهم کند که بتوان، با ایجاد محیط‌های فرهنگی-مشارکتی خلاق، فضاهای عمومی جمعی را ارتقا بخشید. بدین منظور ابتدا تعاریف مختصری از حوزه‌های گوناگون خلاقیت آورده شده است تا میزان همگرایی این مفاهیم طبقه‌بندی شود (تصویر ۱). در ادامه، انسجام این مفاهیم در کنار نظریات گوناگون بازآفرینی فرهنگ-مبنا و شهر خلاق به طور گسترده‌تر نشان داده شده و تلاش شده است تا این مفاهیم یکپارچه‌سازی شوند و معیارهای مؤثر شناسایی (تصویر ۲). در انتها، ارتباط این معیارها به صورت چارچوب تحلیلی ترسیم شده است (تصویر ۳).

### پیشینه پژوهش و مبانی نظری

موضوع اقتصاد فرهنگی و ایجاد قطب خلاق و فرهنگی در شهرها مبحثی است که به سهم خود جریانی نوپا در جهان محسوب می‌شود و بیشتر مطالعات صورت‌گرفته در این زمینه مربوط به چند دهه اخیر است (Bradford, 2004; Evans, 2009a, 2009b; Florida, 2005, 2012; Foord, 2009; Grodach, 2012; He, 2014; Kong, 2014; Landry, 2008; Markusen, 2014; Peck, 2005; Pratt, 2000, 2008; Ratiu, 2013; Scott, 2006, 2010). در دهه ۱۹۹۰ م. در اعتراض به سیاست‌های بازسازی و اعیان‌سازی، مباحث بازآفرینی

فیلم، ویدیو و عکاسی، نرم‌افزار، بازی‌های رایانه‌ای و نشر الکترونیکی، موسیقی، هنرهای نمایشی و بصری، چاپ و نشر، تلویزیون و رادیو، پوشش می‌دهند.

### شهر خلاق<sup>۷</sup> و خلاقیت شهری

ایده «شهر خلاق» را نخستین بار لاندردی در اواخر دهه ۱۹۸۰ م. مطرح کرد (Landry, 2008). فلسفه شهر خلاق لاندردی بر پایه تخیل مردم، به‌منزله بزرگ‌ترین منبع هر شهر، استوار است. خلاقیت می‌تواند از هر منبعی باشد. در نتیجه، فلسفه شهر خلاق فرض می‌کند که همیشه پتانسیل خلاق بیشتری در یک مکان وجود دارد (Baycan, 2011, 25). در این شهر، فرهنگ، به دلیل بخشیدن ویژگی‌های انحصاری و یگانگی به یک مکان، اصلی‌ترین نقش را ایفا می‌کند (بسته‌نگار و حسنی، ۱۳۹۷). شهر خلاق، به طور کلی، به چهار صورت درک و استفاده می‌شود: ۱. شهر خلاق به‌مثابه نقطه مرکزی زیرساخت‌های صنایع خلاق و فرهنگی؛ ۲. شهر خلاق به‌مثابه مکان فعالیت اقتصاد خلاق؛ ۳. شهر خلاق مترادف طبقه خلاق مؤثر؛ و ۴. شهر خلاق به‌مثابه مکانی برای پرورش فرهنگ خلاقیت (Fusco Gi-rard, 2011). مفهوم «خلاقیت شهری» می‌تواند ابعاد گوناگون خلاقیت را، از خلاقیت اجتماعی و اقتصادی تا خلاقیت فن‌آوری و نوآوری، ترکیب کند. بنابراین خلاقیت شهری به تمام مفاهیم دیگر خلاقیت شامل جامعه خلاق، صنایع خلاق، محیط خلاق<sup>۸</sup> و شهر خلاق اشاره دارد (Baycan, 2011, 24). در سیر شکل‌گیری مفهوم بازآفرینی فرهنگ-مبنا و نیروی محرکه فرهنگ و خلاقیت، نظریات گوناگونی در حیطه‌های مختلف بررسی شده است. شهر خلاق، صنایع خلاق و فرهنگی و نیروی کار خلاق دارای بیشترین اشتراک در بین نظریه‌ها ارزیابی شده است. مؤلفه‌های اصلی‌ای که نظریه‌پردازان این حوزه مطرح کرده‌اند به شرح جدول ۱ است.

فلوریدا (۲۰۰۲)، با نسبت‌دادن واژه «طبقه خلاق»<sup>۹</sup> به جامعه مورد بحث، به عنوان سرمایه/ استعداد خلاق (قره‌بگلو و کارگر، ۱۳۹۵)، سرمایه انسانی (Markusen, 2014) یا خلاقیت انسانی (Ratiu, 2013) اشاره می‌کند و استدلال می‌کند که افراد خلاق نیروی محرکه یا منبع اصلی رشد اقتصادی منطقه‌ای هستند (Florida, 2012). او ادعا می‌کند که جمع‌آوری سرمایه خلاق و ادغام صحیح امکانات فرهنگی کلید اصلی پیشرفت اقتصاد و بازسازی مؤثر شهری است، به ویژه در مراکز شهرها که افراد خلاق تمایل به حضور در این مکان‌ها دارند (Florida, 2005).

مطرح کرد. سپس در سال ۱۹۹۷ م. اداره فرهنگ، رسانه و ورزش بریتانیا (DCMS) تلاش کرد تا از طریق ایجاد نیروی کار در زمینه صنایع خلاق شناخته‌شده مباحثی نظیر توسعه پایدار را گسترش دهد (DCMS, 2001). پیروان آن‌ها از نهادهای محلی-شهری (مانند پروژه برلین خلاق) گرفته تا سازمان‌های بین‌المللی سراسر جهان (مانند برنامه شبکه شهرهای خلاق یونسکو<sup>۱۰</sup>) توجه مضاعفی به ارتقا و توسعه صنایع خلاق نشان دادند و امروز جهان خود را در جریان جنبش خلاق<sup>۱۱</sup> می‌یابد (He, 2014, 17). اصطلاح خاص «صنعت خلاق» در مرکز اقتصاد خلاق<sup>۱۲</sup> قرار گرفته است. این شکل جدید از اقتصاد با عناصر فرهنگی و تکنولوژیک و با تکیه بر خلاقیت و نوآوری تعریف می‌شود. بحث در مورد صنایع فرهنگی در دهه ۱۹۴۰ م. با کاری انتقادی علیه صنعتی‌شدن و کالیبراسیون فرهنگ، سرمایه‌داری و محرومیت هنرمندان آغاز شد. دیدگاهی مثبت‌تر با اشاره به سرگرمی تجاری-صنعتی در دهه ۱۹۷۰ م. در اولین تحقیق در مورد اقتصاد فرهنگی ظاهر شد (Kong, 2014). متعاقباً، در کنوانسیون حفاظت و ارتقای تنوع عبارات فرهنگی یونسکو در سال ۲۰۰۵، تعریف صنایع فرهنگی عبارت است از «آن دسته از صنایعی که نقشی در معامله کالاها و خدمات فرهنگی داشته‌اند و سهمی از فعالیت‌های فرهنگی برای یک ویژگی و هدف خاص و بیان عبارات فرهنگی، بدون در نظر گرفتن ارزش تجاری آن‌ها، را دارا هستند» (UNESCO, 2005).

مرز بین صنعت فرهنگی و صنعت خلاق بسیار مبهم است. اقتصاددانان فرهنگی، مانند دیوید تروسبی (۲۰۰۸)، تمایز بین صنایع خلاق و صنایع فرهنگی را نشئت‌گرفته از دشواری ارائه تعریفی معین از دو مفهوم «فرهنگ» و «خلاقیت» و ترکیب این تعاریف می‌دانند (Flew & Cunningham, 2010). در اکثر موارد، یکی مترادف دیگری است. به این ترتیب استفاده از «صنعت فرهنگی و خلاق» مطرح شد (UNCTAD & UNDP, 2008) و در این مقاله نیز همین مفهوم به کار می‌رود. از دیدگاه DCMS، صنایع خلاق این‌گونه تعریف می‌شود: «آن دسته از صنایعی که منشأ خود را در خلاقیت، مهارت و استعداد فردی می‌بینند و همچنین آن‌ها که پتانسیل ایجاد شغل و ثروت از طریق تولید و استفاده از اموال معنوی را دارا هستند» (DCMS, 2001). این تعریف به منزله تعریف مرجع در حوزه صنایع خلاق در این پژوهش انتخاب شده است. با توجه به گزارش DCMS، صنایع خلاق بخش‌های گوناگونی را، شامل تبلیغات، معماری، بازار هنرها و عتیقه، صنایع دستی، طراحی، طراحی مد،

تحلیل متون و اسناد، مانند گزارش‌ها، مقالات پژوهشی و وب‌سایت‌ها برای یادگیری دانش توزیع‌شده یا خصوصی است (Hammarberg, Kirkman & Lacey 2016). به طور کلی مطالعات انجام‌شده در پژوهش حاضر در راستای پاسخگویی به این سؤال تمرکز یافته است که «اصول و معیارهای بازآفرینی فرهنگی در ساخت شهر خلاق از طریق توسعه قطب خلاق و فرهنگی کدام‌اند؟». به منظور پاسخگویی به این سؤال، نخست نظریه‌ها و متون مرتبط با بازآفرینی فرهنگی به همراه نظریه‌ها و سیاست‌های مربوط به خلاقیت، صنایع خلاق و فرهنگی، با راهبرد استدلال منطقی، بازخوانی و واکاوی می‌شوند. در بخش دوم، با توجه به یافته‌های پژوهش، چارچوب تحلیلی بازآفرینی محدوده‌های شهری همچون قطب خلاق و فرهنگی، براساس اهمیت و

واژه خلاقیت در توسعه بخش‌های گوناگون فرهنگی، از جمله سیاست‌ها و استراتژی‌های فرهنگی در سطح ملی و بین‌المللی، کاربرد دارد (جدول ۲). این بخش‌ها شامل اقتصاد خلاق، صنایع خلاق / صنایع فرهنگی، خوشه‌های خلاق (زیرساخت‌های فیزیکی خلاق در شهرها)، شهر خلاق، قطب / محیط / منطقه خلاق و طبقه خلاق بوده و به ترتیب حوزه جغرافیایی-فرهنگی دربرگیرنده از کلان تا خرد است که در تصویر ۱ نشان داده شده‌اند.

### روش انجام پژوهش

در این مقاله از روش پژوهش کیفی بهره برده شده است. تکنیک‌های تحقیق کیفی شامل مصاحبه نیمه‌ساختاریافته، جست‌وجوی دیدگاه‌ها به موضوعی متمرکز و تجزیه و

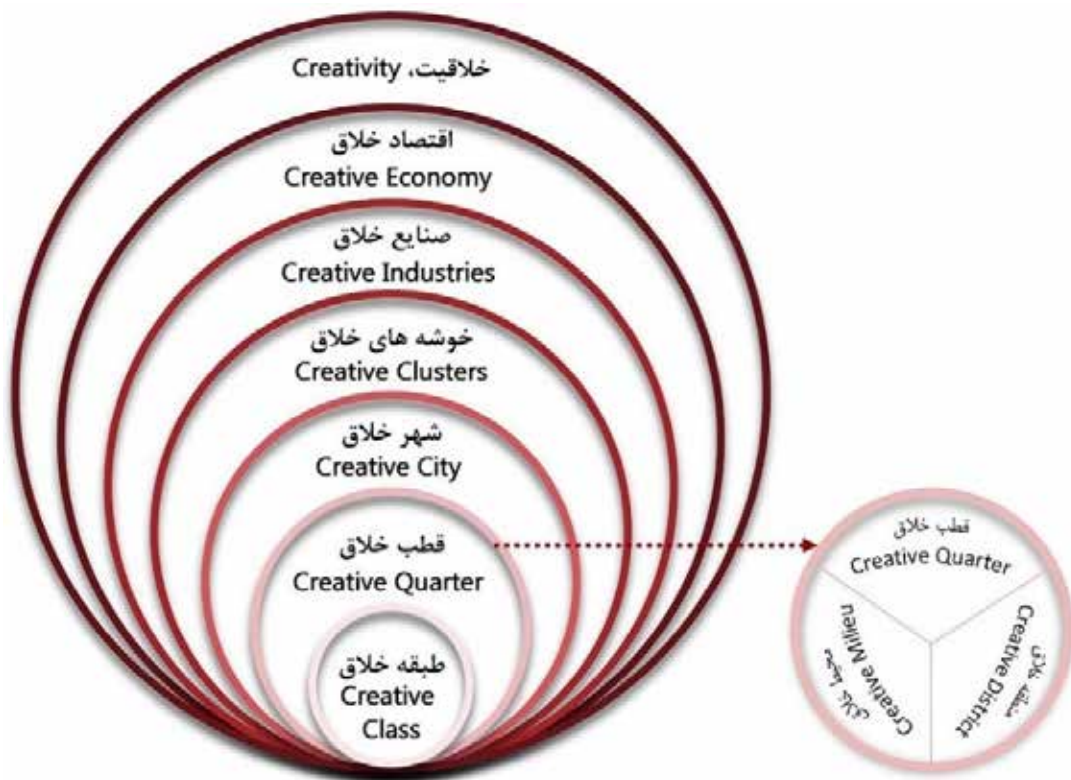
جدول ۱. نظریه‌پردازان حوزه بازآفرینی فرهنگ-مبنا و قطب خلاق و فرهنگی. مأخذ: نگارندگان.

نام نظریه‌پرداز	سال	مؤلفه‌های اصلی شهر خلاق
اندی سی. پرت	۲۰۰۰	شهر خلاق، محیط خلاق، ساختار اجتماعی خلاقیت، صنایع خلاق (Pratt, 2000)
ریچارد فلوریدا	۲۰۰۵	نیروی محرک مردم خلاق (Florida, 2005)، سرمایه خلاق، طبقه خلاق (Florida, 2012)
جو فورد	۲۰۰۶	ارزش اقتصادی، هویت شهر و کیفیت شهری، خلاقیت و محتوای فرهنگی (Foord, 2009)
آلن جی. اسکات	۲۰۰۶، ۲۰۱۰	نیروی کار خلاق (Scott, 2006)، توسعه پایدار (Scott, 2010)
چارلز لاندری	۲۰۰۸	مردم و سازمان‌های خلاق، محیط خلاق، فرهنگ خلاقیت، پتانسیل صنایع فرهنگی، مراکز نوآوری شهرها (Landry, 2008)
آلبرتو وانولو	۲۰۰۸	هنر، تنوع، فضای عمومی (Vanolo, 2008)
گرائم ایوانز	۲۰۰۹	اقتصاد خلاق، جذب مصرف فرهنگی، قطب فرهنگی (Evans, 2009b)، ارتقای زندگی شهری (Evans, 2009a)
ماسایوکی ساساکی	۲۰۱۰	خلاقیت هنری و فرهنگی، رفاه اجتماعی، حاکمیت خلاق، کیفیت زندگی (Sasaki, 2010)
لوییجی فاسکو جرارد	۲۰۱۱	شهر خلاقیت-مبنا، کارآفرینان خلاق، کیفیت زندگی، فعالیت خلاق (Fusco Girard, 2011)
توزین بایکان	۲۰۱۱	سودآوری صنایع خلاق، خلاقیت و فضا (Baycan, 2011)
جینلیائو هی	۲۰۱۴	تولید و مصرف فرهنگی، سازماندهی فرهنگی تولید، اقتصاد فرهنگی شبانه، بازار محلی، خوشه خلاق (He, 2014)

جدول ۲. حوزه و رویکرد مداخله بخش‌های گوناگون خلاق و فرهنگی، مأخذ: نگارندگان.

بخش	حوزه مداخله	رویکردهای مداخله	رویکردهای متناظر
اقتصاد خلاق	ملی، منطقه‌ای، شهری، محدوده شهری	نئولیبرالیسم (بازار آزاد)، کارآفرینی	
صنایع خلاق	ملی، منطقه‌ای، شهری، محدوده شهری	نئولیبرالیسم (بازار آزاد)، کارآفرینی، سیاست فرهنگی	برندسازی، گردشگری خلاق/فرهنگی،
خوشه‌های خلاق	منطقه‌ای، شهری	نئولیبرالیسم، کارآفرینی، بازآفرینی فرهنگ-مبنا	ارتقای کیفیت زندگی،
شهر خلاق	شهری	بازآفرینی شهری (فرهنگ-مبنا و خلاق-مبنا)، برنامه‌ریزی فرهنگی	تولید و مصرف فرهنگی،
قطب خلاق (محیط خلاق / منطقه خلاق)	محدوده شهری	بازآفرینی فرهنگ-مبنا، بهسازی، نوسازی، باززنده‌سازی، بازسازی	اعیان‌سازی
طبقه خلاق	ملی، منطقه‌ای، شهری، محدوده شهری	توانمندسازی	





تصویر ۱. طبقه‌بندی بخش‌های گوناگون حوزه خلاق و فرهنگی از کلان تا خرد. مأخذ: نگارندگان، براساس مطالعات انجام‌شده در زمینه خلاقیت و صنایع خلاق و فرهنگی.

«مرمت و حفاظت شهری» مطرح شد. این رویکرد را می‌توان شامل اقداماتی دانست نظیر ۱. طراحی و ساخت یا استفاده مجدد از ساختمان یا ساختمان‌هایی برای استفاده عمومی و یا تجاری؛ ۲. احیای فضاهای عمومی؛ و ۳. معرفی برنامه‌ای از فعالیت‌هایی که سبب تغییر برند مکان می‌شود (Evans & Shaw, 2004).

در راستای تحقق رویکرد بازآفرینی در ایران، می‌توان به سند ملی راهبردی احیا، بهسازی، نوسازی و توانمندسازی بافت‌های فرسوده و ناکارآمد شهری (۱۳۹۳) به منزله چارچوب یکپارچه ملی اشاره کرد (وزارت راه و شهرسازی، ۱۳۹۳). در این سند مستقیماً به عبارت «قطب خلاق و فرهنگی» یا «صنایع خلاق» اشاره نشده است، اما چند هدف مهم برای رویکرد «بازآفرینی پایدار» در محدوده‌های فرهنگی تعریف شده که عبارت است از ۱. ارتقای فرهنگ شهروندی، مشارکت و همکاری نهادهای محلی؛ ۲. بهبود وضعیت اجتماعی ساکنان و ایجاد فرصت‌های اشتغال؛ ۳. احیای میراث فرهنگی-تاریخی و هویت فرهنگی شهرها. همچنین در این سند رویکرد بازآفرینی در کنار رویکردهای بهسازی و توانمندسازی محدوده‌های فرهنگی شهری قرار گرفته و از واژه فرهنگ در کنار مفاهیمی چون میراث،

رابطه میان زیرمعیارها و شاخص‌های بازآفرینی فرهنگی با معیارهای اصلی «قطب خلاق» و «صنایع خلاق و فرهنگی»، ارائه شده است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پژوهش مطالعات کتابخانه‌ای است.

### یافته‌های پژوهش

• جایگاه فرهنگ در بازآفرینی، بازآفرینی فرهنگ-مبنا<sup>۱</sup> شهرهای اروپایی هم‌زمان با دگرگونی‌های اقتصادی در شهرها فرهنگ را به منزله ابزار و سرمایه مادی شهر مورد توجه قرار دادند. در دهه‌های اخیر، تلاش‌هایی به‌منظور نگهداری مکان‌های فرهنگی-تاریخی صورت گرفت و مشارکت اجتماع محلی و شهروندان در فرآیند حفاظت و بازآفرینی به رسمیت شناخته شد (حنای و فدائی‌نژاد، ۱۳۹۰، ۲۰). در واقع، بازآفرینی شهری، به نوعی، به نوسازی و بهسازی بافت‌های شهری اشاره می‌کند و به دنبال احیای فرآیندهای رو به زوال اقتصادی، اجتماعی، و کالبدی در محدوده شهری است که بازار آزاد و نیروهای آن به تنهایی قادر به احیای آن نیستند (شفیعی و مرادیان، ۱۳۹۴، ۱۴۱). در دهه ۱۹۹۰ م. انگاره بازآفرینی فرهنگ-مبنا و استفاده از سرمایه‌های فرهنگی همچون گزینه‌ای موفق در عرصه

هویت، زندگی شهروندی و اقتصاد یاد شده است. با ورود عامل فرهنگ و صنایع خلاق در بازآفرینی شهری، در نگاهی کلی، سه نوع الگو برای درآمیختن فرهنگ و بازآفرینی شهری وجود دارد (لطفی، ۱۳۹۰، ۵۰؛ Evans, 2009a) که بازآفرینی فرهنگ-مبنا یا بازآفرینی مبتنی بر فرهنگ یکی از آنهاست. فرهنگ و هنرها به‌مثابه کلیه خروجی‌های خلاق شامل هنرهای بصری، موسیقایی، تئاتر، رسانه، طراحی و رقص است (Goldberg-Miller & Heimlich, 2017, 124). فعالیت‌های فرهنگی می‌توانند، با جذب طبقه متوسط و فروشنندگان به منطقه، مشتریان جدیدی را ایجاد کنند. سرمایه‌گذاری فرهنگی و نهادهای هنری، به‌مثابه معیارهای توسعه اقتصادی، جایگاه مهمی نزد سیاست‌گذاران و سرمایه‌گذاران کسب کرده‌اند (ایزدی، هادیانی، حاجی‌نژاد و قادری، ۱۳۹۵، ۴۶۳-۴۶۴). از این رو، به صنایع فرهنگی و خلاق همچون عامل دربرگیرنده تمام تولیدات فرهنگی و هنری در بازآفرینی شهری نگریسته می‌شود.

### بازآفرینی قطب خلاق و فرهنگی<sup>۱۱</sup>

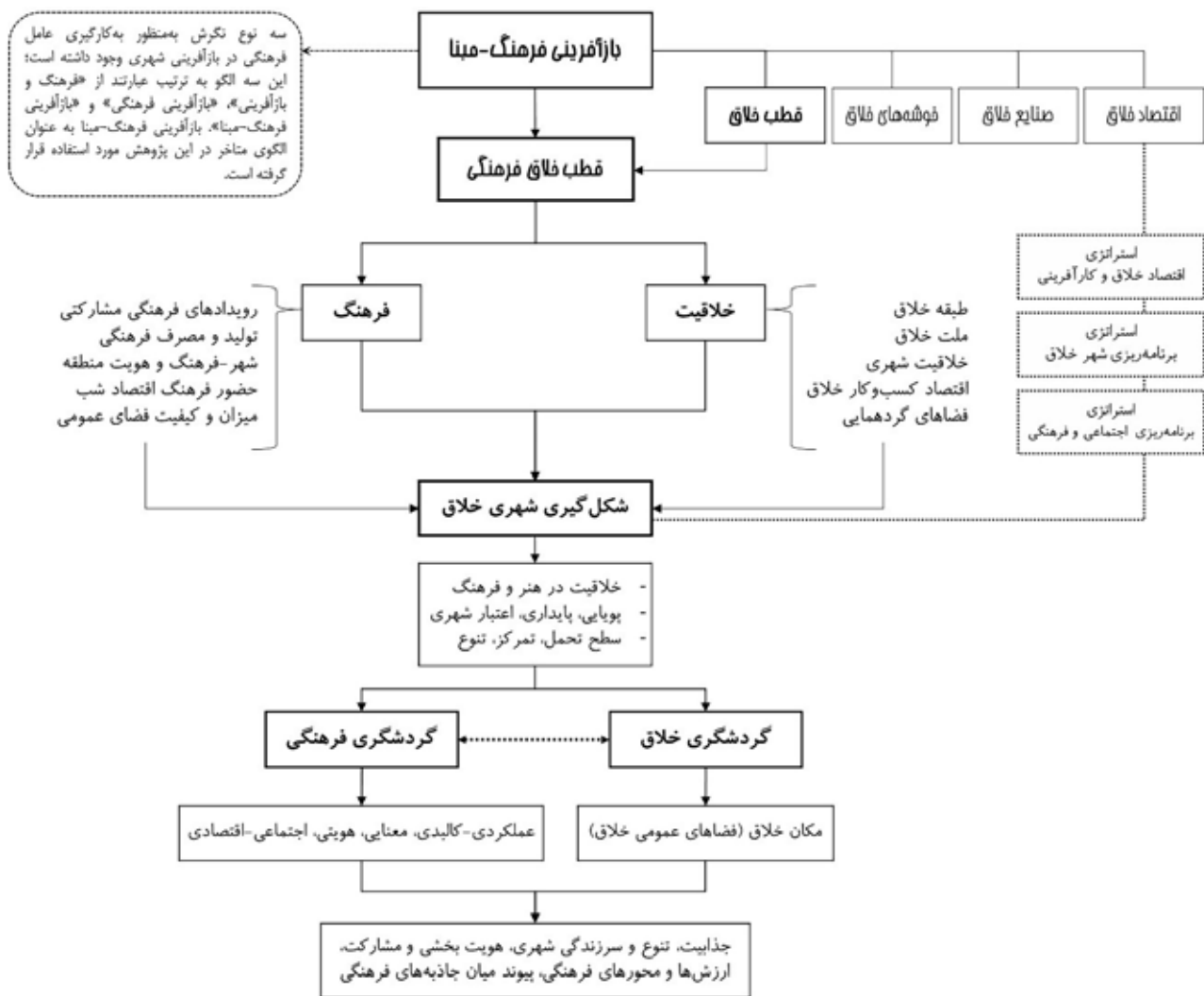
از طریق بازآفرینی فرهنگی، طرح شهر خلاق متعاقباً منافع متقابلی را در ایجاد فضاهای فرهنگی، نشانه‌های شهری و رویدادهای بین‌المللی، به منظور تحریک افزایش املاک و رشد اقتصادی، به کار می‌گیرد (Grodach, 2012). به طور خلاصه می‌توان گفت قطب‌های فرهنگی یا مناطق خلاق ناشی از بازآفرینی فرهنگ-مبنا طی چند سال گذشته، به طور فزاینده‌ای، همچون مکان تجمع گروه‌های اجتماعی با قومیت‌ها و سبک‌های زندگی متفاوت و به منزله کاتالیزوری برای ارتقای صنایع خلاق در استراتژی‌های بازآفرینی شهری گسترش یافته‌اند (Cooke & Lazzeretti, 2008). در واقع می‌توان گفت رویدادهای فرهنگی و شبکه‌های بین‌المللی فرصت‌های اقتصادی را برای آن دسته از شهرها فراهم می‌کنند که برای بازآفرینی خود به عنوان «برند شهر خلاق» آماده‌اند (He, 2014, 36).

وجود خوشه‌های خلاق در ارتباط نزدیک با زمینه‌های فرهنگی شهری محلی (Pratt, 2000)، از یک طرف، به دلیل فضای نوآورانه خود استعدادها و سرمایه‌گذاری‌ها را از نقاط دیگر شهر جذب می‌کنند (Florida, 2012) و از طرف دیگر، همچون نوش‌دارویی برای گسترش منظر شهر و برنامه‌های بازآفرینی با هدف ساخت شهرهای خلاق به کار گرفته می‌شوند (Evans, 2009b). اسکات (Scott, 2006) با به‌کاربردن واژه «زمینه خلاق»<sup>۱۲</sup> خوشه خلاق را گروهی از شرکت‌های مرتبط در شبکه‌ای منسجم تعریف می‌کند که در قالب مجموعه‌ای از مؤسسات، زیرساخت‌ها و کانال‌های

ارتباطی در فاصله‌های مختلف جغرافیایی گسترده شده‌اند (Ibid). بازآفرینی فضاهای شهری، در جایی که خوشه‌های خلاق قرار دارند، از طریق سه مدل اقتصاد فرهنگی دنبال می‌شود: «تولید فرهنگی»، «مصرف فرهنگی» و «اقتصاد فرهنگی شبانه». خوشه‌های خلاق مراکز شهری را به بازسازی اقتصادهای مرکزی شهری، راه‌اندازی پروژه‌های عظیم شهری و ارتقای تصویر درون‌شهری قادر می‌سازند (Hutton, 2010) (تصویر ۲).

بازآفرینی فرهنگ-مبنا به طور مستقیم با ساخت-مکان<sup>۱۳</sup> مرتبط است و به بازآفرینی قطب‌های فرهنگی یا مناطق خلاق<sup>۱۴</sup> منجر می‌شود (Cooke & Lazzeretti, 2008) (تصویر ۲). قطب‌های فرهنگی طی دو دهه اخیر به طور گسترده‌ای همچون مکانیسم‌های ترکیب‌کننده ترویج صنایع خلاق با اهداف بازآفرینی شهری توسعه یافته‌اند (Murray, Adams & Champion, 2007). به طور کلی می‌توان گفت قطب‌های فرهنگی با پنج معیار طبقه‌بندی می‌شوند: ۱. فعالیت‌های فرهنگی صورت‌گرفته (هماهنگ با یکدیگر یا مصرف‌کننده)؛ ۲. نحوه تأمین منابع مالی (دولتی یا خصوصی مبتنی بر بازار آزاد)؛ ۳. میزان مداخله (محیط‌هایی با فرهنگ بسته که تغییر در آنها سخت ممکن است یا فضاهای باز شهری که با جذب اقتصاد خارجی با هویت فرهنگی متفاوت همراه است)؛ ۴. رویکرد سازمانی (برنامه‌ریزی بالا به پایین یا الهام‌گرفته از مردم)؛ ۵. جایگاه شهری (محدوده‌های میراث فرهنگی در مرکز شهر یا محدوده‌های حاشیه فضاهای سنتی) (Landry, 2008).

گردشگری فرهنگی و خلاق<sup>۱۵</sup> به نوعی از گردشگری یادگیری و تجربه جاذبه‌ها و کالاهای فرهنگی ملموس و ناملموس دارد (ایمانی خوشخو و شهرابی فراهانی، ۱۳۹۷). در موارد بسیاری، گردشگری فرهنگی به دلیل وجود فضاها و فرصت‌هایی برای عرضه منابع جدید، نظیر جاذبه‌ها و مناطق میراث فرهنگی، اقتصاد فرهنگی جدید و اشتغال‌زایی، همچون پتانسیلی برای بازآفرینی این گونه نواحی دیده شده است (نوریان و فلاح‌زاده، ۱۳۹۴، ۴۴). ارتباط اولیه مفهوم ترکیبی گردشگری فرهنگی و خلاقیت از طریق ارزیابی فعالیت‌های خلاق مانند شرکت در اجراها و صنایع دستی خلاق انجام شد (Chang, Backman & Huang, 2014, 403). تعریف گردشگری خلاق عبارت است از «تجربیات اصیل و مشارکتی‌ای که موجب پرورش پتانسیل خلاق و استعداد گردشگران از طریق تعامل با جوامع بومی و ویژگی‌های فرهنگی مکان می‌شود» (Richards, 2011). گردشگری خلاق و فرهنگی در شهرها



تصویر ۲. ارتباط محتوایی مفاهیم بازآفرینی فرهنگ-مبنا و شکل‌گیری شهر خلاق. مأخذ: نگارندگان.

فرهنگی و تولید فضای خلاق محسوب می‌شوند و امروزه در استراتژی‌های بازآفرینی شهری اهمیت فراوانی یافته‌اند.

### بحث و نتیجه‌گیری

در این مقاله، نقش صنایع خلاق در شکل‌گیری شهر خلاق و به‌کارگیری رویکرد بازآفرینی فرهنگ-مبنا در خلق قطب‌های فرهنگی خلاق بررسی شده است. خلاقیت و فرهنگ با حضور در بخش‌های مختلف سیاست‌های فرهنگی ملی، منطقه‌ای و شهری واژگان جدیدی نظیر اقتصاد خلاق فرهنگی، صنایع خلاق و فرهنگی، خوشه خلاق، شهر خلاق، قطب خلاق و فرهنگی و طبقه خلاق را وارد رویکردهای توسعه شهری کرده است. در این پژوهش، تعریف هرکدام از این نظریه‌ها و زیرمجموعه‌ها به منزله

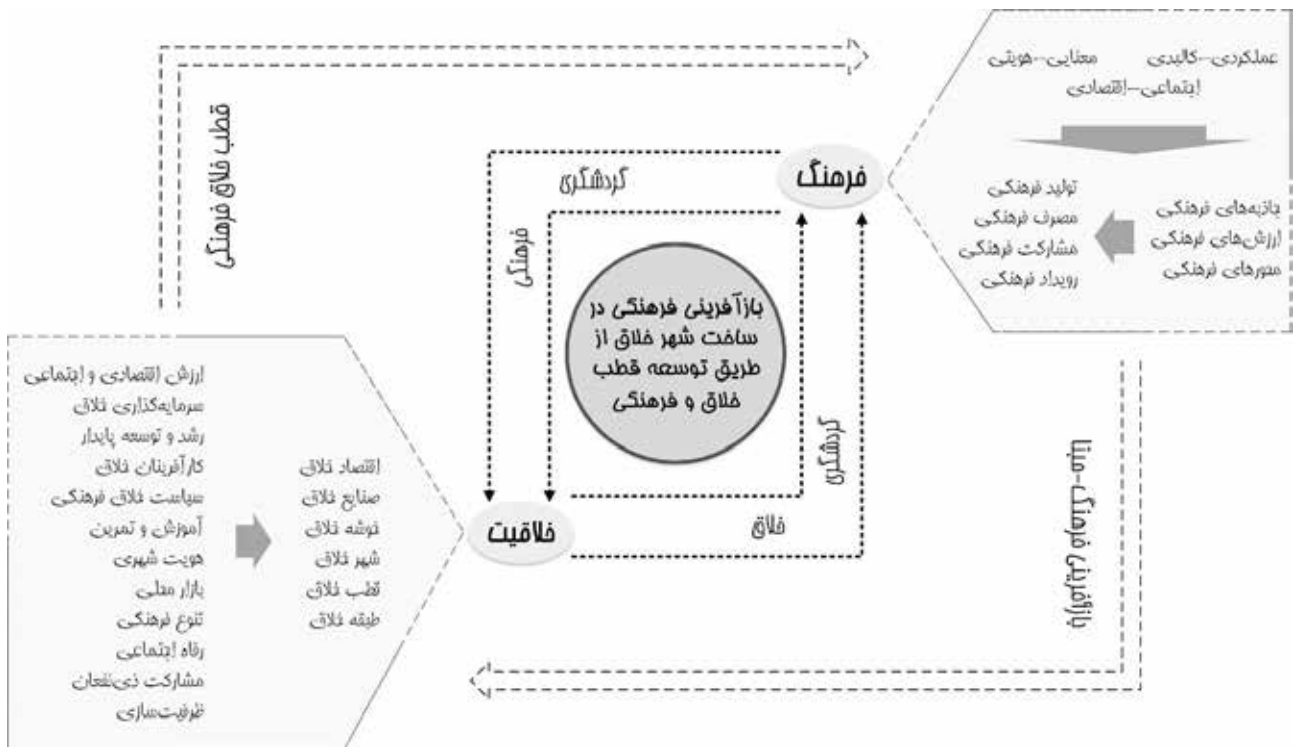
به دلیل توسعه کالای فرهنگی جدید در زیرمجموعه صنایع خلاق و فرهنگی و رشد اقتصاد فرهنگی از اهمیت بالایی برخوردار است.

مداخلات سیاست مبتنی بر فضا یا مکان، از جمله آموزش مهارت‌ها و پشتیبانی کسب‌وکار خلاق، نقش مهمی را در تولید قطب‌های خلاق ایفا می‌کنند (Foord, 2009). به دلیل ارتباط فرهنگ و هنر، می‌توان از محدوده‌های مراکز شهری هم‌چون مکان‌هایی برای ایجاد قطب خلاق و فضاهای مشارکتی-فرهنگی بهره برد. محدوده‌های فرهنگی شهری به دلیل دارا بودن ارزش‌های فرهنگی، از جمله میراث فرهنگی، کاربری‌ها و رویدادهای فرهنگی‌ای چون تئاتر و کنسرت روباز، بازارهای فرهنگی بومی و فضاهای باز عمومی، مناطق مناسبی برای برگزاری گردهمایی‌های

این پژوهش، با بازخوانی و واکاوی مفاهیم فرهنگ و خلاقیت، در پی تدوین چارچوب تحلیلی بازآفرینی فرهنگی در ساخت شهر خلاق به منظور توسعه قطب خلاق و فرهنگی است (تصویر ۳). با توجه به بازخوانی متون مرتبط، این سیاست به جنبه‌های مختلف فرهنگی-اجتماعی، اقتصادی و کالبدی محدوده‌های فرهنگی شهری توجه دارد. در سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌های فرهنگی، به منزله اصلی‌ترین رویکرد مداخله، زمینه‌های گوناگونی نظیر جنبه‌های نمادین و هویت فرهنگی شهر، ارزش‌های فرهنگی مردم بومی، ارزش‌آفرینی اقتصادی، سرمایه‌گذاری درونی و مشارکت ذی‌نفعان مورد توجه قرار می‌گیرد. شناسایی و تعیین اصول و معیارهای بازآفرینی قطب خلاق و فرهنگی نقش به‌سزایی در متعادل‌سازی و تدوین راهبردها، سیاست‌ها و اجرای اقدامات بازآفرینی فرهنگی صنایع خلاق دارد. همان‌گونه که گفته شد، در فرآیند بازآفرینی فرهنگ-مبنا، مدیریت فرهنگی صنایع خلاق محصول فرآیند تعامل و تعادلی میان رویکردهای فرهنگی و خلاق با هدف دستیابی به اتفاق نظر و تعادل میان مؤلفه‌های «فرهنگ» و «خلاقیت» است. در نتیجه چارچوب تحلیلی پژوهش با توجه به مؤلفه‌های اصلی پژوهش به منظور سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و اقدامات شهری در تصویر ۳ نشان داده شده است.

پایه راهبردهای فرهنگی آورده شده است. از یافته‌های پژوهش می‌توان دریافت که جوامع خلاق با فرهنگ‌های گوناگون به حضور در ناحیه فرهنگی شهرها تمایل دارند. این ناحیه‌ها با ارائه امکانات متنوع فرهنگی نظیر سینما، کافه و رستوران، رویدادهای فرهنگی و بازارهای صنایع تولیدی خلاق سعی در جذب کارآفرینان خلاق دارند. در استراتژی بازآفرینی فرهنگ-مبنا، این تولید و مصرف فرهنگی از طریق افزایش گردشگری فرهنگی و خلاق باعث رشد اقتصادی جوامع محلی خواهد شد.

بازآفرینی فرهنگ-مبنا، که در زیرمجموعه بازآفرینی شهری قرار می‌گیرد، در عین توجه به کالبد و اقتصاد منطقه، دارای ابعاد فرهنگی-اجتماعی است. فرهنگ، خود، پتانسیل‌های گوناگونی نظیر سنت‌های فرهنگی، هویت شهری و برنامه‌های مشارکتی گردشگری را به شهر ارائه می‌دهد. گردشگری فرهنگی یا گردشگری خلاق در بازآفرینی فرهنگ-مبنا به توسعه محیطی فرهنگی یا به نوعی قطب خلاق و فرهنگی منجر می‌شود. شکل‌گیری شهر خلاق به حوزه‌هایی مانند فضاهای عمومی خلاق، خوشه‌های خلاق، و بازآفرینی مرکز شهر وابسته است و بر تجربه متقابل شهروندان و بازدیدکنندگان و توسعه پتانسیل‌های فرهنگی تکیه دارد.



تصویر ۳. چارچوب تحلیلی بازآفرینی فرهنگ-مبنا در ساخت شهر خلاق. مأخذ: نگارندگان.



- Baycan, T. (2011). Creative Cities: Context and Perspective. In L. Fusco Girard, T. Baycan, & P. Nijkamp (Eds.), *Sustainable City and Creativity: Promoting Creative Urban Initiatives*. USA: Ashgate Publishing Company, pp. 15-54.
- Bradford, N. (2004). *Creative Cities: Structured Policy Dialogue Report*. Ottawa: Canadian Policy Research Networks, Retrived from [http://works.bepress.com/neil\\_bradford/54](http://works.bepress.com/neil_bradford/54)
- Chang, L. L., Backman, K. F. & Huang, Y. C. (2014). Creative Tourism: a Preliminary Examination of Creative Tourists' Motivation, Experience, Perceived Value and Revisit Intention, *International Journal of Culture, Touris, and Hospitality Research*, 8(4), 401-419.
- Cooke, P. & Lazzeretti, L. (2008). *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*. Cheltenham: Edward Elgar.
- DCMS (2001). *Creative Industries Mapping Document* (2nd ed.). London: DCMS.
- Evans, G. (2009a). Creative Cities, Creative Spaces and Urban Policy, *Urban Studies*, 46(5-6), 1003-1040.
- Evans, G. (2009b). From Cultural Quarters to Creative Clusters: Creative Spaces in the New City Economy', *In The Sustainability and Development of Cultural Quarters: International Perspectives*. Stockholm: InSTITUTE of Urban History, pp. 32-59.
- Evans, G. & Shaw, P. (2004). *The Contribution of Culture to Regeneration in the UK: a Review of Evidence, A Report to the Department for Culture Media and Sport*. London: Metropolitan University.
- Flew, T. & Cunningham, S. (2010). Creative Industries after the First Decade of Debate. *Information Society*, 26(2), 113-123.
- Florida, R. (2005). *Cities and the Creative Class*. New York: Routledge.
- Florida, R. (2012). *The Rise of the Creative Class* (10th Ann. Ed.), New York: Basic Books.
- Foord, J. (2009). Strategies for Creative Industries: an International Review, *Creative Industries Journal*, 1(2), 91-113.
- Fusco Girard, L. (2011). Creativity and the Human Sustainable City: Principles and Approaches for Nurturing City Resilience, In L. Fusco Girard, T. Baycan & P. Nijkamp (Eds.), *Sustainable City and Creativity: Promoting Creative Urban Initiatives*. USA: Ashgate Publishing Company, pp. 55-96.
- Goldberg-Miller, S. B. D. & Heimlich, J. E. (2017). Creatives' Expectations: The Role of Supercreatives in Cultural District Development. *Cities*, 62, 120-130.
- Grodach, C. (2012). Before and after the Creative City: The Politics of Urban Cultural Policy in Austin, Texas. *Journal of Urban Affairs*, 34(1), 81-97.
- Hammarberg, K., Kirkman, M. & Lacey, S. De (2016).

### پی‌نوشت‌ها

1. creative industries
2. cultural industries
3. creative nation
4. (UNESCO Creative Cities Network (UCCN)
5. creative movement
6. creative economy
7. creative city
8. creative milieu
9. creative class
10. culture-led regeneration
11. cultural & creative quarter
12. creative fields
13. place-making
14. creative districts/hubs
15. cultural & creative tourism

### فهرست منابع

- ایزدی، پگاه؛ هادیانی، زهره؛ حاجی‌نژاد، علی و قادری، جعفر. (۱۳۹۵). واکاوی زمینه‌های تحقق‌پذیری رویکرد بازآفرینی شهری فرهنگ‌محور (بافت تاریخی-فرهنگی شهر شیراز). *جغرافیا*، ۱۴(۵۱)، ۴۶۱-۴۸۲.
- ایمانی خوشخو، محمدحسین و شهرابی فراهانی، مهدیه. (۱۳۹۷). ارائه چارچوب مفهومی ادراک گردشگران فرهنگی از سفر با تأکید بر معنویت (مطالعه موردی: اصفهان). *باغ نظر*، ۱۵(۶۸)، ۴۹-۵۸.
- بسته‌نگار، مهنوش و حسنی، علی. (۱۳۹۷). رواداری، راهبردی معنوی یا معنویتی راهبردی در توسعه گردشگری خلاق. *باغ نظر*، ۱۵(۶۰)، ۳۷-۵۰.
- حناچی، پیروز و فدائی‌نژاد، سمیه. (۱۳۹۰). تدوین چارچوب مفهومی حفاظت و بازآفرینی یکپارچه در بافت‌های فرهنگی-تاریخی. *نشریه هنرهای زیبا: معماری و شهرسازی*، ۴۶، ۱۵-۲۶.
- شفیعی دستجردی، مسعود و مرادیان بروجنی، پیمان. (۱۳۹۴). مدل‌سازی روش مکان‌گزینی در بازآفرینی محلات فرسوده شهری (مطالعه موردی: محدوده زینبیه اصفهان). *اقتصاد و مدیریت شهری*، ۱۲(۱۲)، ۱۳۷-۱۵۴.
- قره‌بگلو، مینو و کارگر، طناز. (۱۳۹۵). بینشی نوین در خوشه‌های خلاق شهری (پتانسیل‌های فضای واسط میدان نقش‌جهان و دانشگاه هنر اصفهان به عنوان مکان جاذب طبقه خلاق). *باغ نظر*، ۱۳(۴۵)، ۴۳-۶۰.
- لطفی، سهند. (۱۳۹۰). بازآفرینی شهری فرهنگ-مینا: تأملی بر بن‌مایه‌های فرهنگی و کنش بازآفرینی. *نشریه هنرهای زیبا، معماری و شهرسازی*، ۴۵، ۴۷-۶۰.
- نوریان، فرشاد و فلاح‌زاده، سجاد. (۱۳۹۴). بازآفرینی بافت قدیم شهر آمل مبتنی بر استراتژی توسعه گردشگری و برنامه‌ریزی راهبردی سناریویی. *هنرهای زیبا، معماری و شهرسازی*، ۲۰(۳)، ۴۳-۵۸.
- وزارت راه و شهرسازی (شرکت عمران و بهسازی شهری ایران). (۱۳۹۳). *سند ملی راهبردی احیا، بهسازی و نوسازی بافت‌های فرسوده و ناکارآمد شهری*. با همکاری وزارت کشور، سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور، سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، شورای عالی استان‌ها. بازیابی شده در ۱۳۹۶/۷/۲۲.

Qualitative Research Methods: When to Use Them and How to Judge Them. *Human Reproduction*, 31(3), 498-501.

- He, J. (2014). *Creative Industry Districts, An Analysis of Dynamics, Networks and Implications on Creative Clusters in Shanghai*. Switzerland: Springer.
- Hutton, T. A. (2010). *The New Economy of the Inner City: Restructuring, Regeneration and Dislocation in the Twenty-First Century Metropolis*. London: Routledge.
- Kong, L. (2014). From Cultural Industries to Creative Industries and back? Towards Clarifying Theory and Rethinking Policy. *Inter-Asia Cultural Studies*, 15(4), pp. 593-607.
- Landry, C. (2008). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators (2nd ed)*. London: Comedia, Earthscan.
- Markusen, A. (2014). Creative Cities: A 10-Year Research Agenda. *Journal of Urban Affairs*, 36(Supp. 2), 567-589.
- MRUD. (2014). *National Strategy Document on Revitalizing, Upgrading, Renovating and Enabling Deteriorated and Underutilized Urban Fabrics*. Tehran: Iran Ministry of Roads and Urban Development.
- Murray, K., Adams, D. and Champion, K. (2007). *Developing Creative Cities: a Perspective from the UK*. Paper presented to the HKIP & UPSC Conference: When Creative Industries Crossover with Cities. Hong Kong.
- Peck, J. (2005). Struggling with the Creative Class. *International Journal of Urban and Regional Research*, 29(4), 740-770.

- Pratt, A. C. (2000). New Media, the New Economy and New Spaces. *Geoforum*, 31(4), 425-436.
- Pratt, A. C. (2008). Creative Cities: The Cultural Industries and the Creative Class. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 90(2), 107-117.
- Ratiu, D. E. (2013). Creative Cities and/or Sustainable Cities: Discourses and Practices. *City, Culture and Society*, 4(3), 125-135.
- Richards, G. (2011). Creativity and Tourism: The State of the Art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225-1253.
- Sasaki, M. (2010). Urban Regeneration through Cultural Creativity and Social Inclusion: Rethinking Creative City Theory Through a Japanese Case Study. *Cities*, 27(Supp. 1), S3-S9.
- Scott, A. J. (2006). Creative Cities: Conceptual Issues and Policy Questions. *Journal of Urban Affairs*, 28(1), 1-17.
- Scott, A. J. (2010). Cultural Economy and the Creative Field of the City. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 92(2), 115-130.
- UNCTAD & UNDP (2008). *Creative Economy Report*. Geneva and New York.
- UNESCO (2005). *Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*. Paris: UNESCO.
- Vanolo, A. (2008). The Image of the Creative City: Some Reflections on Urban Branding in Turin. *Cities*, 25(6), 370-382.

**COPYRIGHTS**

Copyright for this article is retained by the author(s), with publication rights granted to the Bagh-e Nazar Journal. This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



نحوه ارجاع به این مقاله

پورذکریا، مریم و فدایی نژاد بهرامجردی، سمیه. (۱۳۹۸). بازخوانی رویکرد بازآفرینی فرهنگ-مبنا در ساخت شهر خلاق (تدوین چارچوب تحلیلی بازآفرینی قطب خلاق و فرهنگی). باغ نظر، ۱۶ (۷۷)، ۵-۱۴.

DOI: 10.22034/bagh.2019.148078.3766

URL: [http://www.bagh-sj.com/article\\_95616.html](http://www.bagh-sj.com/article_95616.html)

