

ارتقای فرصت حضور و مشارکت مردم با استفاده از معرفی گونه‌های فضای عمومی شهر خلاق* (نمونه موردی شهر یزد)

کیومرث ایراندوست**، مصطفی غلامی زارچی^۱

^۱ دانشیار دانشکده هنر و معماری، گروه شهرسازی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران.

^۲ کارشناس ارشد شهرسازی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران.

(تاریخ دریافت مقاله: ۹۳/۹/۵، تاریخ پذیرش نهایی: ۹۴/۲/۲)

چکیده

امروزه مشارکت شهروندان، نیاز اساسی برای دستیابی به شهر خوب و پایدار است. افزایش علاقه‌مندی برای حضور در فضای عمومی و افزایش برهم‌کنش اجتماعی و بروز خلاقیت شهروندان برای مشارکت گروه‌های اجتماعی می‌تواند بسیار مفید باشد. این مقاله، با روشی توصیفی و تحلیلی و با رویکردی کمی و کیفی، ضمن بررسی ابعاد مختلف فضای عمومی در شهر یزد، گونه‌های فضای عمومی با قابلیت و عملکرد جدید بر پایه شاخصه‌های شهر خلاق، زمینه ارتقای حضور شهروندان را معرفی و ارزیابی نموده است؛ در این راستا بر مبنای روش مقایسه‌ای، شاخصه‌ها و معیارهای مبنا برای تشخیص وضعیت فضای عمومی خلاق یزد ارائه شده است. تحلیل اختلافی-ارزشی و یکنواخت معیارهای به دست آمده از جمله سلسله مراتب فضای عمومی، فضای چندمنظوره و مستعد و پاسخگوی نیاز مردم، فعالیت و مشاغل نزدیک به هم، فضای مهیج و فرهنگ مشارکت نشان می‌دهد که شهر یزد را می‌توان به عنوان شهری با پتانسیل شهر خلاق برای معرفی گونه‌های جدید فضای عمومی در نظر گرفت. این بررسی نشان می‌دهد که کارکرد فضاهای عمومی، ارتباطی، شکل دهنده محله، مسکونی، چندمنظوره، شکوفا کننده استعداد مردم، تقویت کننده روابط اجتماعی، مهیج، پاسخگو، آگاهی دهنده و اعتقادی بوده است. این فضاها می‌تواند انگیزه حضور مردم برای افزایش مشارکت عمومی در مدیریت شهر را فراهم کند.

واژه های کلیدی

شهر خلاق، فضای عمومی، برهم‌کنش اجتماعی، مشارکت، شهر یزد.

* این مقاله برگرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد نگارنده دوم با عنوان «برنامه‌ریزی فضای عمومی برای افزایش مشارکت مردم (مطالعه موردی شهر یزد)» می‌باشد که با راهنمایی و نظارت نگارنده اول انجام گرفته است.
** نویسنده مسئول: تلفکس: ۰۸۷-۳۳۶۶۲۹۶۳، E-mail: k.irandoost@uok.ac.ir

مقدمه

فضای شهری امری گریزناپذیر و ضروری به نظر می‌رسد. جامعه امروز در عصر خلاقیت قرار دارد و اگر فضاهای شهری پاسخگوی نیازهای عصر خلاقیت نباشد، کارآمدی خود را از دست خواهد داد. شهری زنده و پویا است که همگام با توسعه و رشد در علوم مختلف، بتواند ظرفیت‌های لازم را برای ارائه ابتکارات و خلاقیت‌ها و استعداد‌های مردم داشته باشد. توجه به طبقه قشر خلاق در شهر، برای رهبری و پشتیبانی از این فعالیت‌ها، باعث ظهور جنبش شهر خلاق گردید. بنیان شهر خلاق که بر مبنای عقایدی چون فرهنگ، هنر، برنامه‌ریزی و صنایع فرهنگی گذاشته شده، می‌تواند رویکرد مناسبی برای بازآفرینی فضای شهر یزد و ارائه گونه‌های فضای عمومی منبعث از فضاهای قدیم باشد. برنامه‌های فرهنگی به‌مانند یک هدف مشترک می‌توانند مردمی با خواسته‌ها و گروه‌های سنی و جنسی متنوع را گرد هم آورند؛ اما تنها برنامه‌های فرهنگی برای این امر کافی نیست و لازم است که گونه‌های مختلف فضای عمومی متناسب با برنامه‌های فرهنگی و نیاز گروه‌های اجتماعی وجود داشته باشد. گونه‌های مختلف فضای عمومی اگر دارای محیطی خلاق باشد، فرصت مناسبی برای شکل‌گیری جنبش‌های اجتماعی و مردمی ایجاد می‌کند. جنبش‌های اجتماعی، سرمایه اجتماعی مورد نیاز برای فرآیند مشارکت را فراهم می‌آورد. تأثیر متقابل شهر خلاق و فضای عمومی را می‌توان از آنجا که فضای عمومی، موتور محرکه شهر خلاق نام‌برده شده است، درک کرد. چرا که شاخصه‌ها و معیارهای یک شهر خلاق، به‌خوبی سازگار و قابل اجرا در فضای عمومی است. این شاخصه‌ها می‌توانند گونه‌های جدیدی از فضای عمومی با توجه به خصوصیات فرهنگی و اجتماعی هر شهر که محور جنبش شهر خلاق است، را ایجاد کند. با توجه به مباحث مطرح شده، هدف از مقاله حاضر، بازتعریف و ارائه الگوهای جدیدی از فضای عمومی، متناسب با شرایط فرهنگی و اجتماعی امروز شهری چون یزد است. این برنامه‌ریزی باعث می‌شود که شهری مبتنی بر ویژگی‌ها و شاخصه‌های شهر خلاق و یادآور گذشته‌ای باشد که آینده‌های روشن در افق شهر متعالی می‌سازد.

فضاهای عمومی شامل مکان‌هایی برای مناسبات و روابط بیرونی، برهم‌کنش‌ها، تغییرات و رویارویی‌های اجتماعی است که گروه‌های مختلف با خواسته‌ها و علایق متفاوت گرد هم می‌آیند. فرهنگ، عادات، رسوم و بینش و پیشینه اجتماعی مردم را می‌توان در فضای عمومی هر شهری مانند شهر یزد جستجو کرد. شهر یزد با مجموعه فضاهای عمومی تاریخی و همچنین با رشد و توسعه بدون توجه به خصوصیات بافت قدیم در قسمت جدید، نمونه بسیار خوبی به‌عنوان شهری با فضاهای شهری متنوع است. دید کهنگی به فضاهای عمومی بافت قدیم و غیرعملکردی به بافت جدید، باعث شده است تا برهم‌کنش‌های اجتماعی در فضای عمومی اندک شود و برای مردم فرصت کمتری برای حضور پایدار در فضای عمومی فراهم آید. حضور و مشارکت گروه‌های اجتماعی ساکن در شهر، در برنامه‌ها و طرح‌های مختلف دستگاه‌های دولتی، عمومی و خصوصی، بیش از پیش دارای اهمیت است. حال آنکه شهروندان به‌مثابه مالکان اصلی شهر، باید همواره در فرایندهای مختلف برنامه‌ریزی، اجرا و مدیریت شهر حضور داشته باشند و به شهر و مکان زندگی خود هویت دهند. مشارکت نیاز به حضور مردم دارد و حضور، مقدمه شکل‌گیری مشارکت مردم در امور شهری است. اگر مکان و فضایی برای حضور و افزایش حس اعتماد همگانی فراهم آید، حضور و مشارکت فراهم‌شدنی است. خصوصیات فضای عمومی شهر یزد، بسیار جالب توجه است. خصوصیتی که زمینه‌ساز خصوصیات اجتماعی و فرهنگی برای امور مختلف بوده است. در یزد با دو فضای شهری مواجه هستیم: ۱- فضایی در بافت قدیم با کیفیت فضایی بالا و کیفیت کالبدی پایین ۲- فضایی در بافت جدید با کیفیت فضایی پایین و کیفیت کالبدی در بعضی موارد مناسب. مسئله اساسی فراموشی فضاهای شهری در بافت قدیم و عدم توجه به پتانسیل‌های این فضا برای توسعه‌های آتی شهر است. حال آنکه این فضاها نیز در حال نابودی و فرسودگی هستند. احیا و مناسب‌سازی فضاهای عمومی مختلف در دو بافت قدیم و جدید یزد برای افزایش سرزندگی، پویایی و تسهیل فرآیند حضور و مشارکت مردم در

۱. پیشینه و مبانی موضوع

۱.۱. شهر خلاق

نیز در قالب تغییر پارادایم‌ها و الگوهای توسعه شهری در دوران پساصنعتی رخ داده، توجه زیادی را در جامعه دانشگاهی و متصدیان شهری در چند دهه اخیر به خود جلب کرده است؛ چرا که توانسته است چشم‌اندازها و راهبردهایی را برای ارتقای توسعه اقتصادی در شهرها ارائه دهد. این نظریه، فرصت‌هایی را برای پرداختن به مقوله اقتصاد فرهنگی در پاسخگویی به نیازهای بخش‌های خلاق شهر از سویی و مخاطبان این‌گونه

نظریه شهر خلاق و پیدایش سیاست‌گذاری‌های مداخله‌گر در بافت‌های شهری با چشم‌انداز این نظریه (البته در چارچوب کلان بازآفرینی فرهنگ مبنا) به دلیل توجه متناسب به ابعاد اجتماعی-اقتصادی از یک سو و ظرفیت‌های محلی از سوی دیگر، در میان سیاست‌گذاران و متخصصان شهری مورد استقبال گسترده‌ای واقع شده است. شهر و طبقه خلاق که پیدایش آنها

محصولات (گردشگران) از سوی دیگر فراهم کرده است. در واقع این سرفصل، چشم‌انداز وسیع‌تری را پیش روی شهرها قرار داده که در آن تأکید بر اهمیت فرهنگ به عنوان عامل توسعه، مستقل از دیگر عوامل کلاسیک توسعه شهری است. در این عامل جدید توسعه شهر، ایده آن است که فعالیت‌ها با فرهنگ و خلاقیت مرتبط است و به همان میزان تراکم فرصت‌های ارائه محصولات را برای شهرها به همراه دارد (Navarro Yanez, 2013, 213). اولین جایی که مفهوم شهر خلاق به طور مشخص در قالب یک سند نظریه‌ای ارائه شد، در کار بیانچینی و لندری (۱۹۹۵) بود. تا آن زمان خلاقیت در معنایی گسترده و عام مورد توجه بود؛ اما پس از این، خلاقیت در چارچوب این پرسش تعریف می‌گردید که چگونه نوآوری می‌تواند به شهرها در حل مشکلاتشان کمک کند. ایده فرهنگ به عنوان موتور محرکه توسعه خلاق شهر و عاملی جهت ارائه تصویری نمادین از شهر در سازوکار جهانی اقتصاد و بازآفرینی شهری متکی بر فرهنگ در اواخر دهه ۱۹۸۰ و اوایل ۱۹۹۰ وارد شد. در این دوران، واژه خلاقیت با تأکید اتحادیه اروپا بر اجرای برنامه پایتخت فرهنگی اروپا، بار معنایی متکی بر فرهنگ یافت و فعالیت‌های مرتبط با برنامه مذکور تا اواخر دهه ۱۹۹۰ میلادی در چارچوب علمی شهر خلاق در اروپا، با پتانسیل‌های بازآفرینانه، نگاه حاکم بر برنامه پایتخت فرهنگی اروپا رواج کامل یافت. در این رویکرد، تأکید اساسی بر بهبود شهر از طریق مداخلات خلاقانه فرهنگی بود. پس از این دوره، مفهوم خلاقیت با معرفی مفهوم جدید صنایع خلاق (DCMS, 1998, 32) و پس از آن، طبقه خلاق (Florida, 2002, 5)، جنبه‌های نوینی از خلاقیت اقتصادی و فناوریانه در توسعه شهری را نمایان کرد. پذیرش واژه صنایع خلاق، تمرکز مفهومی را به سمت تولید محصولات فرهنگی / خلاق و زیرساخت‌های مورد نیاز برای این گونه صنایع برد (Montgomery, 2005, 34). بر اساس این تعریف، شهر خلاق می‌تواند به عنوان شهری با بالاترین حضور بالفعل طبقه خلاق تعریف گردد. فلوریدا پیشنهاد می‌کند برای جذب این گروه، شهرها باید فرهنگ، تنوع فرهنگی و زیرساخت‌های لازم برای آن را ارتقا دهند (شبانای و ایزدی، ۱۳۹۳، ۶۶). ریس، در تبیین مفهوم شهر خلاق تأکید می‌کند که در شهر خلاق، توانایی ارتباط افراد و فضاها وجود دارد، ارتباطی که به هویت شهری مرتبط است و درک از ساخت و ساز گذشته تا آینده در آن مهم است. از نگاه وی، شهر خلاق به عنوان یک نقطه جذاب برای طبقه خلاق محسوب می‌شود؛ به عبارت دیگر، شهرها باید محیط‌های مهیجی را برای تمام مردم ایجاد کنند؛ که در این روند، فرهنگ، سرمایه باارزشی در شهر خلاق است؛ و از نظر کالبدی، معیارهایی را از نگاه کسانی چون ورگان^۱ ارائه می‌کند که معتقد است شهر خلاق باید تمیز، سبز و امن باشد (Reis, 2009, 45)؛ اما معیارهای ارائه شده، تنها محیطی و کالبدی نیستند چنانکه فلوریدا، شهر خلاق را بر اساس سه متغیر عمده (موسوم به سه T) پایه‌گذاری کرده است که عبارت‌اند از: فناوری، استعداد و تساهل و تسامح. فناوری به واسطه فراهم ساختن فرصت‌هایی برای کسب دانش، نقش مهمی در رشد اقتصادی دارد. استعداد

دربرگیرنده آن دسته از افرادی است که واقعاً اندیشه‌های ابداع‌گرایانه و نوآورانه‌ای دارند. تسامح دربرگیرنده فرهنگی باز و متنوع بر مبنای قومیت، نژاد و جهت‌گیری جنسی است. به طور کلی طبقه خلاق در مکان‌هایی ریشه می‌دواند که دارای این سه متغیر سرنوشت‌ساز باشند. هر یک از این سه عامل اهمیت دارند؛ اما به تنهایی شرط کافی نیستند و یک مکان به منظور جذب افراد، ایجاد نوآوری و تحول اقتصادی باید هر سه متغیر را دارا باشد (Ashtari & Mahdneghad, 2012, 41). چالرز لندری در کتاب «شهر خلاق، الزاماتی برای نوآوری شهری»، اهمیت محیط خلاق از منظر حل مشکلات شهری را بیان می‌کند. او در جستجوی مسیرهای نوین در بازیابی بافت‌های فرسوده شهری، بر تجاری‌سازی که نیروی خلاق فرهنگ و هنر می‌تواند برآزادسازی انرژی درونی این بافت‌ها داشته باشد، تأکید می‌نماید. او همچنین برای هم‌زیستی فرهنگ‌های مختلف، واکاوی هویت شهر را ارائه می‌دهد و به موازات پیش بردن چنین رویکردی، شهر پایدار را نیز همین مسیر می‌بیند (شبانای و ایزدی، ۱۳۹۳، ۶۸). نکته مهم دیگر این است که همیشه ظرفیت فرهنگی و خلاقانه هر شهر، بسیار بیشتر از آن است که ما در ابتدا تصور می‌کنیم. این به مفهوم درک این نکته است که شهروندان عادی، در صورتی که فرصت‌های کافی در اختیار داشته باشند، می‌توانند کارهای فوق‌العاده انجام دهند. شهر خلاق، مکانی برای رشد خلاقیت‌ها، جایگاهی برای خلاقیت‌های هنری، نوآوری‌های علمی و فناوریانه، صدای فرهنگ‌های روبه رشد، شهری با قابلیت جامه عمل پوشاندن به همه پتانسیل‌های خلاق خود، پیش‌تاز در فعالیت‌های فرهنگی، هنری و شهری پویا از لحاظ یادگیری فرهنگی است؛ بنابراین می‌توان ابعاد مورد نیاز عناصر حیاتی شهر خلاق را در فضای عمومی شامل هویت شهری، محیط مهیج، محیط مستعد فعالیت، فناوری در زمینه‌های مختلف، محل‌های اجتماع و همکاری، فضای تمیز، سبز و سایر موارد برشمرد. ضمن اینکه همان‌طور که در مباحث مرتبط با شهر خلاق مطرح شد، دو مفهوم اقتصاد و برنامه‌های فرهنگی، همراه با طبقه خلاق شهر، بسیار حیاتی است. شهر خلاق، شهری است که نشان‌دهنده فرم و مفهوم شهر آینده است. این شهر، زندگی گروهی بالنده را به ارمغان می‌آورد، مقیاس اقتصادی مرتبط با منابع، اطلاعات، تبادل عقیده‌ها، تمرکز سرمایه، نزدیکی مشاغل و فرصت‌های شغلی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. شهر خلاق این ویژگی‌ها را شناسایی می‌کند و به آنها انسجام می‌بخشد و افراد و شرکت‌هایی که به مسایلی چون: ارزش‌های فرهنگی، اجتماع، انصاف، نوآوری، جنس و نژاد و برابری مذهبی اهمیت می‌دهند را تشویق می‌کند. اصول دموکراتیک و شمول‌گرایی فرهنگی، از ویژگی‌های عمومی آگاهانه و سنجیده شهر خلاق است (Reis et al., 2009, 44). با توجه به ارکان و ابعاد و عناصر حیاتی شهر خلاق، راهبرد شهر خلاق، ایفای یک نقش رهبری در بین تمام اجزای سیستم شهری است که در پیدا کردن روش‌های کارآمد برای ایجاد یک محیط منسجم، متعادل و دعوت‌کننده‌ی شهروندان برای مشارکت در فعالیت‌های فرهنگی باشد (ابراهیمی، ۱۳۸۷،

۱۹. در مجموع کاربرد واژه خلاقیت در حوزه شهری و مرتبط با موضوع این پژوهش در حوزه فضای عمومی در چارچوب مفاهیم زیر خلاصه می‌شود:

- ۱- شهر خلاق منبع جدید برای حل مسئله توسعه شهر
- ۲- تأکید بر صنایع فرهنگی، طبقه خلاق به سمت فضای شهری با اقتصاد رقابتی و فرهنگی
- ۳- فضای شهری مهیج، مستعد، امن، مبتنی بر فناوری
- ۴- اهمیت ارتباط محیط و انسان در فضای شهر
- ۵- رشد اقتصادی و فناوریانه شهر در فضای شهری
- ۶- زندگی گروهی، فرصت‌های اجتماعی و شغلی و تبادل افکار و عقیده در فضاهای شهری

چشم‌انداز شهر خلاق که در مباحث فوق بیان شد، تأکید بر خلاقیت در عرصه‌های شهری برای توسعه فرهنگی و اقتصادی در چالش‌های شهری دارد. شهر خلاق در معنای عمیق خود برای شهروندان حق حضور را فراهم می‌سازد؛ زیرا حق حضور در شهر، حق فعالیت برای ساخت شهری متفاوت، به نحوی که به تقویت ظرفیت فضاهای باز شهری و خلق فضای عمومی بی‌واسطه وابسته است (مارکوس و دیگران، ۱۳۹۲، ۹۰)، کمک می‌کند. حق حضور، سرآغاز و انگیزه‌ای برای افزایش مشارکت است که در این مشارکت، سه فعالیت مجزای پراکندن اطلاعات، جمع‌آوری اطلاعات و ارتقای یک گفتگو تشخیص داده می‌شود (Carmona, 2003, 220)؛ بنابراین رویکردی با اولویت ارائه حق حضور برای مردم در فضاهای شهری براساس چشم‌انداز خلاق شهر، الگوی گونه‌هایی از فضای عمومی در آینده شهر را متضمن می‌سازد. بروسیک در کتابی با عنوان آزادی و خلاقیت بیان می‌کند ما می‌توانیم تفکر خلاق را از راه دخیل کردن تمام افراد ذینفع در خلق یک اثر پرورش دهیم. هرچقدر به سمت استفاده از مشارکت بهره‌وران در تولید یک اثر کالبدی پیش رویم، به این معناست که به توسعه تفکر خلاقانه در یک جامعه بها داده‌ایم (سعیدی، ۱۳۸۹، ۷).

۲.۱. گونه‌های فضای عمومی

در مفهوم گسترده، فضای عمومی مکانی است که در دسترس همگان باشد و شامل گونه‌های متفاوت از پارک ملی گرفته تا تالارها و مراکز شهری است. به‌طور معمول، فضاهای شهری، به مثابه مکان عمومی مکان‌های تجمع افراد و گذران اوقات فراغت است. در تمام شهرها، فضاهایی چون میدان‌های باز، فضاهای بسته، پارک‌ها و فضاهای سبز، بلوارها و پارک‌های خطی، خیابان‌های بازسازی‌شده و فضاهای عمومی ارتباطی را می‌توان بازشناخت (Shaftoe, 2008, 80-75). روی هم رفته، برای فضاهای عمومی، با نگاه افزایش و ایجاد فعالیت و برهم‌کنش اجتماعی، کنگ و یوشیمی^۲ فضای عمومی را به چهار بعد تقسیم می‌کنند:

۱. فضاهای عمومی که با بنیانی در طبیعت و خاطرات یک مکان ثابت رشد کرده‌اند (محلی).
۲. فضاهایی با هویتی چندگانه در میانه جهانی شدن

(هویت‌های چندگانه)

۳. فضاهای عمومی که هویت‌های چندگانه را رد می‌کند و سعی به تمرکز در یک هویت منحصربه‌فرد بر اساس ملیت‌گرایی، نژاد (هویت منحصربه‌فرد)

۴. فضاهای عمومی بر مبنای حاکمیت جهانی که در عمل به منظور نابودی سه نوع دیگر فراتر از جمع ملی موجود می‌رود (جهانی) (Okano, 2010, 511).

گولیک^۳، سه نوع فضای عمومی را تعریف کرده و ادعا می‌کند که بسیاری از منتقدان، این سه فضا را با یکدیگر اشتباه می‌گیرند: - **اراضی و مستغلات عمومی**: بر اساس تعریف سنتی، جایی است که دولت رسماً مالک فضاست.

- **فضای عمومی نشانه‌شناسانه**: شکل‌گرفته از هویت‌های فضایی که رقابت بر سر فضای شهری و نیز تبعیض در آن را ترغیب می‌کند. - **قلمروی عمومی**: فضای جمعی که شهروندان در آنجا قادرند به تعاملات اجتماعی و سیاسی بپردازند (Gulick, 1998, 141-135). دینس و کتل با استفاده از درگیری اجتماعی با فضا و درک آن، پنج دسته فضای مختلف را شناسایی نمودند که کاملاً از هم جدا نبوده و ممکن است دوطرفه یا یکدیگر سازگاری‌هایی نیز داشته باشند: - **مکان‌های روزانه**^۴: طیفی از فضاهای محلی تکراری که تا حدی نقش قلمروی عمومی و مکان‌های روزمره تعاملات اجتماعی را ایفا می‌کند.

- **مکان‌های معنا**^۵: از فردی به فرد دیگر متفاوت بوده و با معانی خاص هر مکان در ارتباط است.

- **محیط‌های اجتماعی**^۶: به واسطه طراحی و نوع کاربری‌های موجود در فضا، تعاملات اجتماعی میان کاربران را ترغیب می‌کند. - **مکان‌های خلوت و خصوصی**^۷: فرصتی برای تنهایی، یا ارتباطات یک گروه دوستانه کوچک فراهم می‌کند.

- **فضاهای منفی**^۸: جایی که برخی از جنبه‌های رفتارهای ضد اجتماعی بروز می‌کند (Cattella, 2006, 26-31).

در بسیاری از موارد، بی‌توجهی به فضای عمومی و برنامه‌ریزی‌های نادرست، باعث کاهش ماهیت عملکردی فضاهای عمومی شده است. گونه‌های موجود معرفی شده، بیشتر بر اساس ماهیت وجودی و اجباری محیطی و زیستی شهری است. مامفورد به همبستگی اجتماعی و ارتباطات متقابل چهره به چهره، تحرک فکر و اندیشه و اهمیت زیباشناختی فضاهای شهری تأکید دارد و ارتباطات یکجانبه و خودمحوری‌های سودجویانه را نفی می‌کند (شارع‌پور، ۱۳۸۹، ۱۹۵). اگرچه وجود فعالیت‌های زیاد در یک فضا خود دلیلی جهت حضور مردم در فضا و افزایش فرصت مشارکت است (رفعیان، ۱۳۹۱، ۲۸۸)؛ اما برای اجتماعی شدن فضای عمومی، حس همبستگی، هویت، اعتماد و ویژگی‌های اجتماعی و از این دست موارد باید باشد. حس همبستگی، اشاره به احساساتی مانند احساس تعلق، با هم بودن، انسجام و هویت دارد. تعلق به مکان از احساس تعلق ناشی می‌شود که از وابستگی به گروه‌های اجتماعی شکل می‌گیرد. به گونه‌ای که ارتباط ایجاد شده بین افراد و مکان‌ها را تعریف می‌کند (Shamsuddin, 2008, 400). احساس تعلق به یک

برنامه‌ریزی فرهنگی

۱۱- ارتباطات و تعاملات مردمی به صورت مطلوب از طریق ایجاد رابطه مطلوب بین انسان و کالبد با توجه به مباحث مطرح شده، در جدول ۱، شاخصه‌های فضای عمومی خلاق شهر برای افزایش حضور مشخص شده است که فضاهای عمومی شهر یزد را مورد بررسی قرار داده و کمبودها و نیازمندی‌های شهر خلاق با گونه‌های جدید معرفی می‌شود.

۳. روش تحقیق

روش پژوهش حاضر توصیفی-تحلیلی از نوع کاربردی است که چارچوب مفهومی آن با بررسی متون، نشریات، کتب داخلی، خارجی تدوین و ارائه شده است. جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز با استفاده از طرح‌های فرادست، برداشت مکانی و همچنین مصاحبه با افراد مطلع در مورد داده‌های مورد نیاز جمع‌آوری می‌شود.

۱.۳. تحلیل داده‌ها

تحلیل داده‌ها با استفاده از روش سوات^۴ به صورت یکنواخت جمع‌بندی و با روش تحلیل اختلافی و ارزشی معیارهای موجود مقایسه می‌شود. داده‌ها در این بخش شامل داده‌های مربوط به داده‌های میدانی و مطالعاتی می‌باشند.

۳.۱.۱. تحلیل اختلافی ارزشی

ارزیابی ترکیبی معیارها نسبت به یکدیگر و تأثیر متقابل آنها بر عملکرد با توجه به لازمه‌های شهر خلاق که نیازمند انسجام بخش‌های مختلف است، کمک می‌کند تا مؤلفه‌های جدول سوات (ضعف، فرصت، قوت، تهدید)، با یکدیگر به صورت ترکیبی مقایسه شوند. بدین صورت که با توجه به معیارهای تعیین شده در جدول سوات، عملکرد هر معیار با عملکرد معیار دیگر مقایسه شده و واکنش و کنش هر کدام در گذشته و حال در قالب

محل، در نتیجه یک فرایند پیچیده است که شامل کیفیت عینی به محل، سلامت روانی و جسمانی فرد، تعریف ذهنی خود فرد از همسایه و محل است (Young, 2004, 26-28).

۲. چارچوب نظری

شهر خلاق با تأکید بر فضاهای همسایگی و شهری، هویت مندی، ایجاد زمینه استفاده از فناوری در فضا، کشف استعداد مردم و کالبدی مبتنی بر فرهنگ و فضاهای جمعی، فضاهای عمومی درخور حضور مردم را فراهم می‌کند و گونه‌های معرفی شده را به عنوان پایه‌ای برای شکل‌گیری هویت فرهنگی و اجتماعی استفاده می‌کند و در نهایت، عملکرد تعریف شده‌ای را در سطوح مختلف، در فضای عمومی تعیین می‌کند. ساختار شهر خلاق ویژگی‌هایی دارد که شالوده فضای عمومی با قابلیت حضور بالای مردم را دارد. این ویژگی‌ها با توجه به مباحث مورد بررسی و ساختار معین شده شهر خلاق شامل موارد زیر است:

- ۱- شهر خلاق، پیشرفت‌های اجتماعی را در قالب نهادهای اجتماعی و فرهنگی سرعت می‌بخشد.
- ۲- در این شهر غلبه یکی بر دیگری وجود ندارد و فرصت برای تمامی اقشار و گروه‌ها به یک میزان وجود دارد.
- ۳- محله‌هایی متنوع و فضاهای مستعد
- ۴- فعالیت‌ها و کاربری‌ها متناسب با مقیاس عملکرد و شکوفاکننده استعداد مردم
- ۵- فضاهای عمومی با ظرفیت بالای تجمع
- ۶- دسترسی مناسب و ارتباط‌دهنده فضاهای عمومی
- ۷- دارای محله‌های با هویت و منسجم که یک اجتماع محلی منسجم را امکان‌پذیر می‌سازد.
- ۸- تنوع فعالیتی و فضایی با برنامه‌ریزی خلاقانه
- ۹- وجود عرصه اجتماعی باز و مردم‌سالار برای بیان عقاید و ابراز نظرات مردمی
- ۱۰- مشارکت در برنامه‌های شهری و محلی از طریق

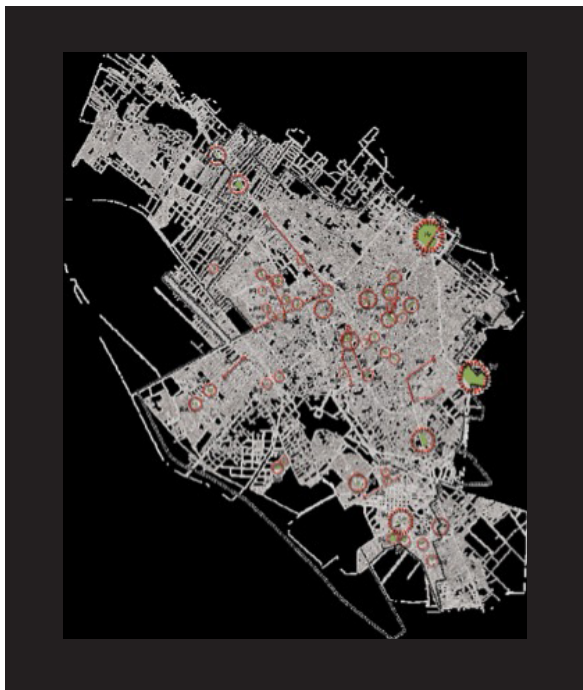
جدول ۱- رابطه شهر خلاق و مشارکت محور در ابعاد مختلف.

معیار واحد	شاخصه‌ها	
عناصر عملکردی شکل‌دهنده محل و شهر A	وجود عرصه‌های عمومی به صورت سلسله‌مراتبی از سطح محله تا جامعه	شهر خلاق
فضاهای شکوفاکننده استعداد مردم B	وجود فضاهای چندمنظوره و مستعد فعالیت‌های مختلف	
	فضا توانایی پاسخ‌دهی به استعداد‌های مردم را داشته باشد	
	فضا امکان تشکیل اجتماعات خودجوش را در اختیار مردم بگذارد	
	عملکردها و مشاغل نزدیک و ایجاد فرصت‌های شغلی برای مردم	
	فضای شهر و محله ارائه‌دهنده یک محیط مهیج برای مردم شهر و محله	
فرهنگ مشارکت D	جایگاه فرهنگ، ارزش‌ها و برنامه‌های فرهنگی زمینه‌ساز مشارکت	

و عرصه‌های عمومی در دو قسمت شامل: ۱- دسترسی‌ها و ۲- اماکن عمومی، بررسی می‌شود. نظام دسترسی‌ها در بافت قدیم شهر یزد دارای سلسله‌مراتب عملکردی مشخصی است. دسترسی‌ها با پوشش مجموعه اماکن عمومی، باعث شکل‌گیری سلسله‌مراتبی از فضاهای عمومی شده است. این سلسله‌مراتب فضایی در شهر یزد شامل فضای ۱- نیمه‌خصوصی ۲- نیمه عمومی ۳- عمومی ۴- کاملاً عمومی است (تصویر ۳). در بافت جدید، سلسله‌مراتب دسترسی‌ها مناسب نیست و جای خالی بعضی از دسترسی‌ها مشاهده می‌شود. این فضاها در بافت جدید شامل: ۱- نیمه عمومی ۲- کاملاً عمومی می‌باشند (تصویر ۴).

۲.۴. فضاهای شکوفا کننده

شهر خلاق از طریق ایجاد فضاهای توانا بر شکوفا ساختن استعداد های مردم، می‌تواند فراهم‌کننده‌ی مشارکت مردم باشد. تأکید اصلی فضاهای مستعد روی فضاهای عمومی است. برای بررسی فضاهای شکوفا کننده استعداد مردم در شهر با توجه به مطالعات و نتایج حاصل از شهر خلاق در فضای عمومی و نیمه عمومی چهار شاخص وجود دارد. این شاخص‌ها شامل ۱- وجود فضاهای چندمنظوره و مستعد فعالیت‌های مختلف، ۲- فضا توانایی پاسخ‌دهی به استعدادهای مردم را داشته باشد، ۳- امکان تشکیل اجتماعات خودجوش را در اختیار مردم قرار دهد، ۴- عملکردها و مشاغل نزدیک و فرصت‌های شغلی برای مردم فراهم آورد. این شاخص‌ها بر ایجاد محیطی خلاق دلالت داشته و مردم فرصت باهم بودن بیشتری داشته و می‌توان از این خصوصیات برای مشارکت استفاده کرد.



تصویر ۲- فضای عمومی در یزد (طرح تفصیلی یزد).

عملکرد مثبت سیستم مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. این ارزیابی در سه مؤلفه اختلافی، ارزشی و نسبتاً ارزشی بیان می‌شود. تعریف نقاط ارزشی و اختلافی و نسبتاً ارزشی بدین صورت است که: اختلافی: در مؤلفه اختلافی، مقایسه عوامل چهارگانه، نشان از کاهش سطح عملکرد مثبت سیستم دارد. O ارزشی: در این مؤلفه، مقایسه هر یک از عوامل چهارگانه با یکدیگر، نشان از افزایش عملکرد مثبت برنامه دارد. ● نسبتاً ارزشی: در این مؤلفه، مقایسه عوامل چهارگانه، نشان وضعیت آستانه وضعیت خطر برای برنامه را دارد. ●

۴. یافته‌های پژوهش

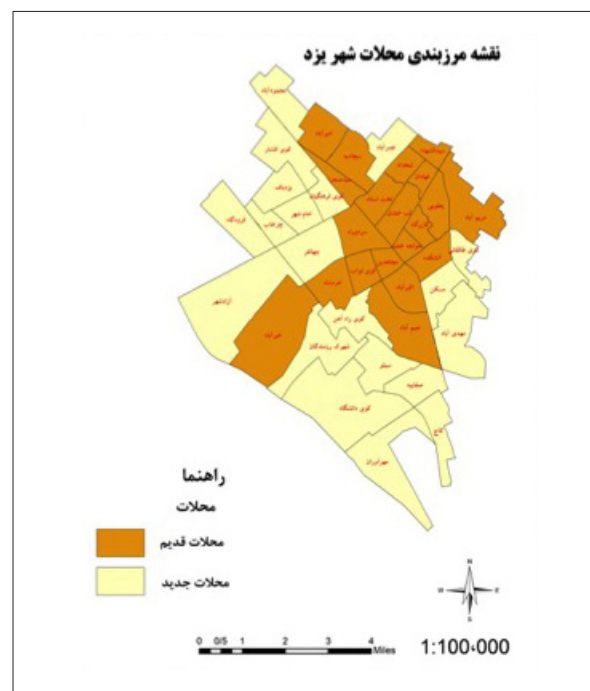
یافته‌های پژوهش حاصل از تحلیل شاخصه‌های شهر خلاق در فضای عمومی است. یزد، شهری با جمعیت تقریباً ۳۸۵ هزار نفر که دارای دو بافت کاملاً متفاوت شامل ۲۰ محله قدیم و ۲۰ محله جدید است (تصویر ۱). تصویر ۲، فضاهای عمومی شهر را نشان می‌دهد.

۱.۴. عناصر عملکردی شکل دهنده شهر و محله

شاخصه‌های این معیار شامل سلسله‌مراتب فضایی در عرصه و میدان‌های عمومی از محله تا سطح جامعه است. این شاخصه‌ها در دو قسمت محله‌های قدیم و محله‌های جدید مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۱.۱.۴. سلسله‌مراتب فضایی

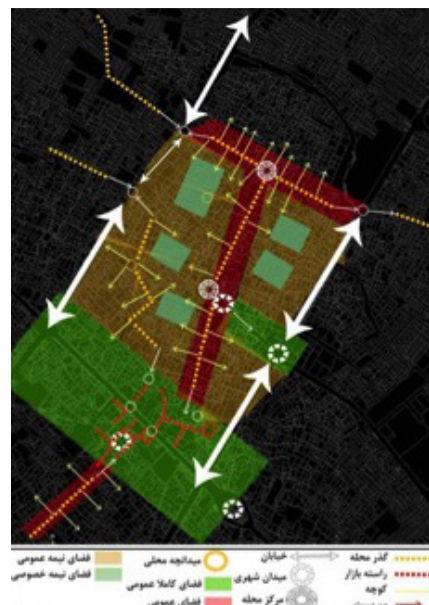
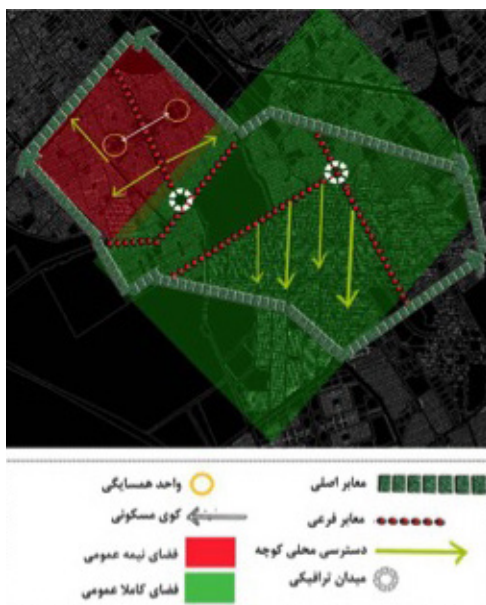
جهت بررسی سلسله‌مراتب فضایی عرصه‌ها و فضای عمومی شهر یزد، به عملکردها توجه شده است. در این وضعیت، فضاها



تصویر ۱- محله‌های شهر یزد برگرفته از طرح تفصیلی.

جدول ۲- سلسله مراتب فضاها و عرصه‌های عمومی شهر یزد.

سلسله مراتب عمومی بودن فضا	سلسله مراتب فضایی		عرصه عمومی
	بافت جدید	بافت قدیم	
در بافت قدیم، اولین محل به فضای غیرخصوصی است و برای واحدهای مسکونی یک فضای عمومی و برای افراد خارج از اهالی این واحدها نیمه خصوصی است.	-	بن بست	دسترسی‌ها
در بافت قدیم بعد از بن بست قرار دارد و محل عبور اهالی محل و دسترسی به واحدهای مسکونی است؛ که یک فضای نیمه عمومی برای کل شهر و فضای عمومی برای اهالی محل محسوب می‌شود. در بافت جدید کوچه اولین محل از فضای خصوصی به عمومی است؛ که عملکرد آن برای تمامی محله و همچنین برای کل شهر یکنواخت می‌باشد. لذا این فضا یک فضای عمومی محسوب می‌شود.	کوچه	کوچه	
گذر در بافت قدیم بعد از کوچه سومین فضای دسترسی محسوب می‌شود. این فضا که محل عبور و دسترسی به عناصر محله است، به علت خاص بودن هر عنصر برای اهالی محله و همچنین ایجاد نوعی دسترسی بین دو محله که دو محله متفاوت شاید باشند، فضایی نیمه عمومی محسوب می‌شود. خیابان فرعی برای مردم دسترسی یکنواخت داشته و فضایی عمومی محسوب می‌شود.	خیابان فرعی	گذر	
راسته بازار فضایی برای اتصال چندین مغازه و راسته است این فضا با عملکردی به صورت عمومی برای بیشتر مردم یک فضای کاملاً عمومی محسوب می‌شود.	-	راسته بازار	
خیابان اصلی محل عبور و حرکت کلیه مردم و فضای کاملاً عمومی محسوب می‌شود.	خیابان	خیابان	
کوی مسکونی به علت دسترسی از طریق چند بن بست و کوچه برای اهالی غیر ساکن به صورت نیمه خصوصی است. میدانچه‌های بافت قدیم برای اهالی محل یک فضای عمومی محسوب می‌شود. در بافت جدید دارای عملکرد یکنواخت و دسترسی تقریبی همه فراهم است	کوی مسکونی	میدانچه کوی مسکونی	
در بافت قدیم به صورت یک فضای نیمه عمومی عمل می‌کند در واحد همسایگی بافت جدید با وجود عملکردهایی مثل بوستان به صورت نیمه عمومی عمل می‌کند.	واحد همسایگی	واحد همسایگی	
مجموعه مرکز محله نیز به علت خدمت‌رسانی برای مردم محله به صورت خاص در بافت قدیم فضای نیمه عمومی محسوب می‌شود.	-----	مجموعه مرکز محله	
مجموعه محله در قالب مجموعه محله‌ها با عناصر مختلف مثل راسته‌ها دارای عملکرد عمومی است. در بافت جدید این عملکرد نیز فضایی کاملاً عمومی محسوب می‌شود.	محله	مجموعه محله	
مجموعه شهر برای مردم به صورتی کاملاً عمومی است و حتی برای اهالی غیر ساکن در شهر شهر نیز در بافت جدید این شرایط را دارا می‌باشد و کاملاً عمومی است.	شهر	مجموعه شهر	



یزد را مشاهده نمود و با استفاده از مساحت و تعدد این فضاها در هر محله با استفاده از سیستم GIS، وضعیت هر محله را تحلیل کرد. تصویر ۶، محله‌های دارای فضاهای مستعد در سطح موجود نسبت به یکدیگر را نشان می‌دهد؛ اما وضعیت مناسب برای هیچ‌یک از محله‌ها وجود ندارد.

۳.۲.۴. توانایی فضا در تشکیل اجتماعات خودجوش مردم

یکی از شاخصه‌های شهر خلاق، وجود فضا و مکان‌های مناسب برای ایجاد تجمعات خودجوش مردم است. این فضاها با تجمع مردم می‌تواند سرمایه اجتماعی لازم برای مشارکت پایدار را فراهم آورد. تجمع، دامنه‌ای گسترده‌تر از مفهوم سیاسی را در بر می‌گیرد. فضاهایی که می‌تواند باعث تجمع مردم شود شامل فضاهای زیر است:

۱. فضاهای مسیرهای پیاده و دوچرخه
 ۲. فضاهای تفریحی سبز و بوستان‌های شهری
 ۳. میدان‌های شهری و محلی
 ۴. رستوران، غذاخوری و فضای روبروی این اماکن
 ۵. فضاهای عمومی در فضاهای اداری
- مهم‌ترین خصوصیت این فضاها در یزد، وجود قابلیت استفاده برای حرکت به سمت شهر خلاق است که حضور معنی‌دار مردم را قابل تأمین می‌کند (جدول ۴).

۴.۲.۴. عملکردها و مشاغل نزدیک و فرصت‌های شغلی

منظور از عملکردها و مشاغل نزدیک به هم، فضاهایی است که در محیط باز کوچک تا بزرگ در میدان‌ها و فضاهای خطی ایجاد می‌شوند. این فضاها، باعث حضور هر چه بیشتر مردم در شهر شده؛ که شامل فضاهای زیر باشند:

۱. فروشگاه‌های بزرگ
 ۲. روز بازارها و بازارهای فصلی
- فضای تجاری به صورت بازارچه‌های مختلف وجود دارد اما

۱.۲.۴. فضاهای چندمنظوره و مستعد فعالیت‌های مختلف

فضاهای چندمنظوره مربوط به فضاهایی است که دارای یک فعالیت رسمی بوده و توانایی ایجاد فعالیت‌های مختلف دیگر در کنار آن باشد. این فضاها شامل فضاهای زیر است.

- ۱- ایستگاه‌ها و پایانه‌های حمل‌ونقل
- ۲- مسیرهای پیاده
- ۳- مرکز تجاری محله
- ۴- فضاهای تاریخی و گردشگری (جدول ۳).

۲.۲.۴. توانایی پاسخ‌دهی فضا به استعداد‌های مردم

مدیریت شهری در راستای ارتقای توان عمومی و آفرینش شهر خوب موظف به برنامه‌ریزی برای این فضاها است. استعداد‌های مردم در

قالب عملکردهای زیر در فضای عمومی می‌تواند مورد توجه قرار گیرد:

- ۱- ورزشی: توانایی مردم در رشته‌های مختلف ورزشی نیاز به محیط تعریف شده در سطح محلی و شهری دارد. فضاهای ورزشی یزد کمتر به صورت محلی است. در حالی که سطح پنهان استعدادها را شناسایی می‌کند.

۲- فضاهای علمی: فضاهای علمی شامل دانشگاه و آموزشی و پارک‌های علم و فناوری است. در یزد این سطح مشارکت و فضاها در سطح مناسبی قرار دارد.

۳- مکان‌های تأمین‌کننده امکانات مجازی: این مکان‌ها در یزد بسیار ضعیف است.

۴- فضاهای فرهنگی و هنری: این فضاها با توجه به نیاز فعالیت‌های هنری مانند موسیقی به فضاهای آموزشی لزوم ایجادشان در شهر و محله‌های یزد می‌باشد.

۵- شکوفاکننده استعداد معلولین و نابینایان: برای جلوگیری از انزوای آنها در سطح شهر و محله لازم است.

۶- فضاهای اقتصادی: این فضاها در یزد بالاتر از حد مطلوب وجود دارد؛ نیاز به تنوع در ارائه خدمات دارد.

با توجه به تصویر ۵، می‌توان مکان‌های مستعد در محله‌های

جدول ۳- بررسی وضعیت فضاهای چندمنظوره در شهر یزد.

فضا	وضعیت عملکردی در شهر	تصویر
مسیرهای پیاده‌رو	پیاده‌روهای شهر یزد مانند بسیاری از شهرهای ایران به صورتی ساده بدون تنوع فضایی و بدون مبلمان لازم از جمله مبلمان تجمع‌پذیر است. پیاده‌روها تنها برای دسترسی به مغازه‌ها و عبوری است اما فضای لازم در بعضی نقاط گرهی وجود ندارد.	
مرکز تجاری محله	تقویت حس هم‌جواری، ایجاد حرکت پیاده، وجود تنوع و همچنین تأمین نیازهای مبتنی بر عادات مصرفی مردم می‌تواند باعث ایجاد شهر بر اساس محله و نوعی تعلق به محله را شود. مراکز محله تجاری در بافت قدیم همان بازارچه‌های قدیمی؛ که حرکت پیاده و تجمع را تقویت می‌کند؛ اما در بافت جدید با قرارگیری بازارها در لبه خیابان این مزیت‌های از بین رفته است.	
فضاهای تاریخی-گردشگری	این فضاها در قالب باغ‌های تاریخی، بازارها، خانه‌های تاریخی و سایر ابنیه تاریخی وجود دارد. تنوع عملکردی با تغییر کاربری به سفره‌خانه، قهوه‌خانه، مراکز اداری، مراکز آموزشی مثل دانشکده‌ها و کتابخانه، موزه و... توانسته است به نوعی عملکردهای متنوعی را ایجاد کند.	
پایانه حمل‌ونقل	یک پایانه برون‌شهری و شش پایانه حمل‌ونقل عمومی با بیشترین رفت‌وآمد جمعیت، قابلیت استفاده از حضور مردم را حائز اهمیت ساخته است؛ اما برنامه‌ای برای استفاده از حضور مردم نیست.	

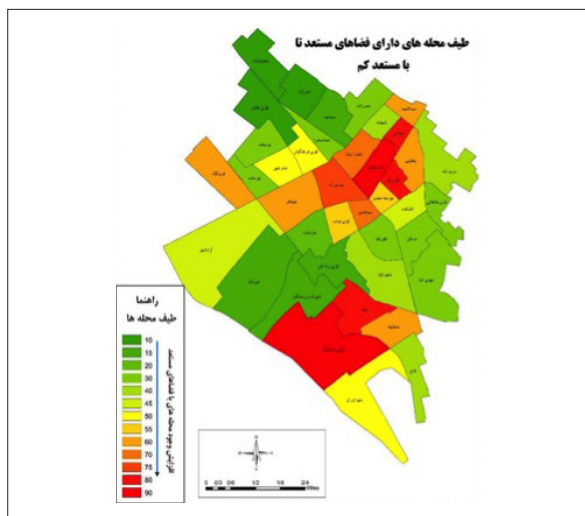
- ۴. خیابان‌ها و اتوبان‌ها و پل‌ها
 - ۵. سالن‌های اجرای موسیقی و تالارهای جشن
 - ۶. میدان‌های شهر
 - ۷. موزه‌ها
- فضاهای شهر یزد در بررسی‌ها دارای عملکرد مناسبی برای دارا بودن خصوصیات مورد نیاز شهر خلاق نیست.

۳.۴. فرهنگ مشارکت

شامل معیارهای: جایگاه فرهنگ و ارزش‌ها و برنامه‌های فرهنگی زمینه‌ساز مشارکت مردم، است.

بازار فصلی جز خیابان قیام و روز بازار در یزد وجود ندارد.
۵.۲.۴. فضای شهر و محله ارائه‌دهنده یک محیط مهیج برای مردم شهر و محله
 فضاهای مهیج جهت پویایی محل و پرورش خلاقیت مردم در راستای طرح‌های شهری مناسب است. فضاهای مهیج می‌تواند باعث جلوگیری از زندگی یکنواخت و افزایش کیفیت مکان زندگی مردم شود. این فضاها شامل:

- ۱. سینما و تئاتر
- ۲. پارک‌های شادی و تفریحی
- ۳. استادیوم‌های ورزشی



تصویر ۶- تحلیل وضعیت برخورداری محله‌های یزد به فضای مستعد.



تصویر ۵- فضاهای مستعد در شهر یزد.

جدول ۴- وضعیت فضاهای ایجادکننده تعاملات خودجوش و تأثیر روی مشارکت مردم شهر یزد.

تصویر	وضعیت در یزد	فضا
	- پیشینه مناسب در استفاده از دوچرخه - تلاش‌هایی برای افزایش فرهنگ دوچرخه ایجاد شد ولی نتایج مثبتی نداشت. نبود مسیر مخصوص دوچرخه و پیاده راه در شهر- استفاده از خیابان برای راهپیمایی‌های دولتی - در قسمت جدید اندک فضاهایی برای شادی یا اعتراض شکل گرفته.	مسیرهای پیاده و دوچرخه
	در محله‌ها، فضایی با این ویژگی وجود ندارد. در بوستان‌های شهر پارک کوهستان و بزرگ شهر و آزادگان، دروازه قرآن در چهارگوشه یزد این امکان را با کیفیت مناسب می‌تواند ایجاد کند.	فضاهای سبز و بوستان‌ها
	میدان‌های شهر برای تشکلات خودجوش در فضای قدیم و جدید در سطح شهر وجود دارد. این فضاها در بافت قدیم معمولاً دولتی و در بافت جدید مردمی هستند. کیفیت و هویت فضایی در ذهن مردم برای این عملکرد در ذهن مردم یزد باعث شده تشکیل اجتماعات خودجوش ساده اتفاق بیفتد.	میدان‌های شهری
	این فضا معمولاً در مسیر پیاده‌راه‌ها و میدان‌های شهری دیده می‌شوند. در شهر یزد چنین فضایی وجود ندارد.	رستوران
	یکی از شاخصه‌های شهر یزد، همان‌طور که در نقشه کاربری اراضی دیده شد، وجود سایت اداری در محدوده بلوار دانشجو است. این مجموعه، فضاهای عمومی که قابلیت جمع شدن کارکنان و کارمندان به منظورهای مختلف را داراست؛ اما به لحاظ کیفیت فضایی این فضا در سطح مناسبی نیست.	فضاهای عمومی در فضاهای اداری
	میدان‌های محلی همان‌طور که در مباحث قبلی اشاره شد در محله‌های بافت قدیم وجود دارد و در بافت جدید طراحی مناسبی دیده نمی‌شود.	میدان‌های محلی

این جدول نشان می‌دهد که عملکرد این معیارها با یکدیگر نسبت به هم ارزشی هستند. به طوری که عملکردشان مکمل یکدیگر است. در صورت ارائه راهبرد در معیار A، می‌بایست معیار B در نظر گرفته شود؛ و راه حل‌ها به صورت چندبعدی تعیین شود.

جدول ۶- تحلیل ترکیبی ارزشی اختلافی.

معیار	A	B	D
A	●	●	●
B	●	●	●
D	●	●	●

۱.۳.۴. جایگاه فرهنگ و ارزش‌ها و برنامه‌های فرهنگی
زمینه‌ساز مشارکت مردم
ارزش‌ها و فرهنگ مردم یزد در مشارکت و استفاده از فضای عمومی تأثیرگذار است (جدول ۵).

۴.۴. تحلیل اختلافی ارزشی

چهار معیار مشخص شده و به صورت منفرد مورد بررسی قرار گرفت. با توجه به اینکه شهر خلاق دارای فضاهایی منسجم با عملکرد مکمل یکدیگر است، نیاز به تحلیل این معیارها در ارتباط با یکدیگر دارد. نتایج این تحلیل در جدول ۶ قابل مشاهده است.

جدول ۵- وضعیت فرهنگ و ارزش‌های اجتماعی در فضای عمومی شهر یزد

ارزش‌ها و فرهنگ مردم	ابعاد ارزشی و فرهنگی	نمود عینی و کالبدی	نیازهای تقویت‌کننده فضای عمومی
مراسم مذهبی مردم شهر یزد	مشارکت اقتصادی، اجتماعی، مشارکت در مدیریت و ذهنیت اعتقادی و ایمانی	حسینیه و مسجد، امامزاده، آتشکده، میدانچه‌ها و معابر	
تحصیلات	مشارکت نخبگان مشارکت فرهنگی	کانون‌های علمی، پارک علم و فن آوری، کتابخانه‌ها و دانشگاه	نیاز به حضور افراد متصدی تهیه طرح‌های توسعه شهری در این مراسم بیان اتفاقات توسعه شهر و مشکلات شهر در این فضاها با ابزار مختلف
روابط سازمان‌یافته اجتماعی	تعاملات اجتماعی به صورت فرهنگی آگاهی از روابط مختلف اجتماعی	دانشگاه پارک‌های محلی	
عضویت در گروه اجتماعی	فعالیت‌های انسانی، مذهبی، فرهنگی، اقتصادی	مسجد بسیج	

نتیجه

قدیم که در طیف فضای نیمه خصوصی، نیمه عمومی، عمومی و کاملاً عمومی است و شامل کوی مسکونی با بن بست و کوچه، واحد همسایگی با میدانچه، محله با مرکز محله و گذر و بازار و شهر با راسته‌های بازار و میدان‌های شهری است؛ اما در بافت جدید، سلسله‌مراتبی دیده نمی‌شود و تنها فضای نیمه عمومی و کاملاً عمومی وجود دارد. این ویژگی می‌تواند باعث ایجاد مشارکت‌های متنوع در سطوح مختلف به صورت زیرمحله‌ای، محله‌ای و شهری شود. سایر خصوصیات فضای عمومی یزد به صورت زیر است:

- فضاهای عمومی چندمنظوره مثل پایانه‌های خط واحد و اماکن گردشگری وجود دارد اما شرایطی برای تنوع استفاده به وجود نیامده است.
- فضای محله بافت قدیم از شرایط خوبی برخوردار است.
- استفاده از فرصت حضور مردم با استفاده از مشاغل نزدیک در فروشگاه‌های بزرگ در یزد وجود دارد.
- فضای مهیج در مدیریت و برنامه‌ریزی شهر نادیده گرفته شده است.
- دو فضای مناسب و پاسخگو در شهر یزد را می‌توان تشخیص داد که پارک کنار شهرداری و فضای روبروی استانداری است.

شهر خلاق با رویکردی فرهنگی، تأکید بر اقدامات مردمی دارد. برنامه‌ریزی فرهنگی در شهر خلاق با استفاده از ایجاد ارتباط چندسویه بین مردم و مدیران شهری و همچنین نخبگان و طبقه خلاق اجرایی می‌شود. جذابیت محیطی و عملکردی با استفاده از فضای عمومی، راهکار شهر خلاق برای اجرای برنامه‌های فرهنگی است. نکته کلیدی این امر، ایجاد فرصت حضور و برقراری ارتباطات پایدار در چارچوب برنامه‌های فرهنگی است؛ بنابراین شهر خلاق فضای عمومی را پیشنهاد می‌دهد که تنوعی از فرصت‌ها را در اختیار گروه‌های مختلف قرار دهد. روابط همسایگی، محله‌ای و شهری در شهر خلاق به خوبی شکل می‌گیرد و فضاهای عمومی دارای این ویژگی‌ها قابل تعریف و بیان هستند. مطابق با شاخصه‌هایی که مشخص شد و در شهر یزد مورد بررسی قرار گرفت، می‌توان یزد را شهری معرفی کرد که زمینه‌های فضای عمومی برای ایجاد شهر خلاق در آن وجود دارد. فضاهای موجود در یزد که در جدول ۷ نشان داده شد، پتانسیل مناسبی برای ایجاد زمینه حضور مردم را دارد؛ اما وجود فضا کافی نیست بلکه نیاز به احیا و مناسب‌سازی است. یافته‌های به دست آمده در شهر یزد، دلیل بر سلسله‌مراتبی بودن فضای عمومی در محله

جدول ۷- ظرفیت‌های فضای عمومی شهر یزد.

مکان و موقعیت فضای عمومی	ظرفیت فضای عمومی
در محله‌های قدیم و تعدادی از محله‌های جدید	فضای عمومی محله مسکونی
میدان امیرچخماق، سایر میدان‌ها، بازارهای قدیمی در مرکز شهر و بوستان‌های بزرگ	فضای عمومی شهری
در محدوده بافت جدید شهر، در نقاط گرهی و بازار خان در مرکز شهر	فضای عمومی تجاری
در محدوده مجتمع ادارات شهر یزد به صورت پارکینگ، خیابان و حرکت پیاده	فضاهای عمومی اداری
فضای دانشگاه یزد و دانشگاه آزاد، پارک علم و فناوری و تعدادی مدارس بزرگ	فضاهای عمومی علمی
مساجد و حسینیه‌ها موجود در محله‌ها به ویژه محله‌های قدیم	فضای عمومی مذهبی
شامل بناهای تاریخی و اماکن سنتی در محله‌های قدیم	فضای عمومی گردشگری
شامل بن بست، کوچه، گذر، راسته بازار و خیابان و پل‌های عابر پیاده و سوار و پایانه‌ها	فضاهای عمومی ارتباطی
میدان اطلسی، نعل اسبی، خیابان‌های بین این میدان‌ها در محدوده صفائیه و فضای روبروی استانداری یزد	فضای تجمعات خودجوش

جدول ۸- گونه‌های فضای عمومی برای ایجاد شهر خلاق.

وظیفه	ویژگی فضا	گونه فضای عمومی
ایجادکننده ارتباط بین فضای خصوصی و عمومی به صورت سلسله‌مراتبی با ایجاد فضای ارتباط نیمه‌خصوصی تا فضای عمومی کامل	دارای سلسله‌مراتب دسترسی با ایجاد گشادگی فضایی به صورت میدان و مسیر	ارتباطی
ایجاد همکاری و یکپارچگی اجتماعی در محله با افزایش حس تعلق	فضای عمومی هویت‌ساز محله	شکل دهنده محله
وظیفه این فضا	فضای رسمی دارای عملکرد تعریف شده مانند بازار	رسمی و غیررسمی
ارتباط بیشتر همسایگان در واحدهای آپارتمانی و کوی‌های مسکونی	بین واحدهای مسکونی مثل فضای بازی و جمعی	کوی مسکونی
استفاده از قابلیت حضور مردم برای فعالیت‌های جانبی است که در حین توقف مردم این قابلیت	فضایی با فعالیت اصلی که می‌توان فعالیت‌های فرعی را در کنار آن قرارداد. مثل مراکز گردشگری	چندمنظوره
کشف و استفاده از استعداد‌های مردم است که وضعیت مشارکت بر اساس موضوع	این فضا بر مبنای استفاده از استعداد‌های مردم است مثل فضاهای فرهنگی هنری	شکوفای کننده استعداد مردم
افزایش سطح آگاهی و اطلاع مردم از وضعیت یکدیگر و مشاهده تحولات شهری	افزایش تعاملات اجتماعی شده و تجمعات مردم را هدف قرار می‌دهد مثل پیاده‌راه	تقویت‌کننده روابط اجتماعی
کاهش خستگی‌های ناشی از زندگی روزمره‌ای در سطح محله	برای افزایش شادابی جامعه و فضایی نوآورانه	مهیج
امکان تجمع مردم برای مطالبات و مشاهده برنامه‌های سازمانی	فضای عمومی در مراکز شهری	پاسخگو
افزایش سطح آگاهی مردم و حق بیان نظر.	میدان‌ها، کنار نمایشگاه‌ها و فضاهای با قابلیت عبور و مکث	ارائه نظرات و آگاهی‌دهنده
تقویت و استفاده از پتانسیل حضور مردم در مراسم مذهبی	فضایی که اعمال مذهبی در آن نمودار می‌شود	اعتقادی

را معرفی کرد که در هر شهر با توجه به ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی، نمودهای خلاقیت برای تنوع مشارکت و پیشرفت را حاصل کند. این گونه‌های فضای عمومی جدید عملکردی است و تأکید بر شکل دهی شهر بر اساس این گونه از فضاهای عمومی دارد که انسجام محله‌ها و مردم و اجزای مختلف شهر را امکان پذیر می‌کند. این گونه‌های جدید را می‌توان در جدول ۸ خلاصه کرد.

فضاهای مشخص شده در یزد با استفاده از خصوصیات شهر خلاق کشف شد که چندان مورد توجه قرار نگرفته است؛ اما شهر خلاق به سادگی بیان می‌دارد که فضاهای موجود در شهر یزد، قابلیت‌های مشارکتی را داشته و می‌تواند با اصلاحات و بهینه‌سازی تبدیل به فضای علاقه‌مند طبقه خلاق و مردم شود؛ بنابراین به طور کلی می‌توان گونه‌های جدیدی از فضای عمومی

پی‌نوشت‌ها

DCMS (1998), the Creative industries mapping document, London: Department of Culture, *Media and Sport*, 32.

Florida, R. L. (2002), *the rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life*, NY: Basic Books, New York.

Gulick, J. (1998), The "disappearance" of public space: an ecological Marxist and Lefebvrian approach in A. Light and J. Smith (eds) *The Production of Public Space*, Oxford, Rowman and Littlefield. 141-135.

Montgomery, John (2005), Dublin, Sheffield, Manchester and Adelaide: Cultural quarters as mechanisms for urban regeneration, In Charlesworth, Esther Ruth. *Cityedge: Case Studies in Contemporary Urbanism*, Routledge, Oxford, 34.

Navarro Yáñez, Clemente (2013), Do 'creative cities' have a dark side? Cultural scenes and socioeconomic status in Barcelona and Madrid (1991-2001), *Cities*, 35, p 213.

Okano, H; Samson, D (2010), Cultural urban branding and creative cities: A theoretical framework for promoting creativity in the public spaces, *Cities*, 27, pp10-15.

REIS, A.C & KAGEYAMA, P (Org.) (2009), *Creative City Perspectives*, 1st Edition, Garimpo de Soluções, São Paulo, 12-20.

Shaftoe, Henry (2008), *Convivial Urban Spaces Creating Effective Public Places*, Earth scan in the UK and USA, London, Sterling, VA, 15.

Shamsuddin, Shuhana; Norsidah, Ujang (2008), Making Places: The Role of Attachment in Creating the Sense of Place for Traditional Streets in Malaysia, *Habitat International*, 32, pp 399-400.

Young, Anne F; Anne Russell and Jennifer R. Powers (2004), The Sense of Belonging to a Neighborhood: Can it be measured and is it Related to Health and Well-being in Older Women?, *Social Science and Medicine*, 59, pp 26-28.

- 1 Vergan.
- 2 Kang & Yoshimi.
- 3 GU Lick.
- 4 Everyday Places.
- 5 Places of Meaning.
- 6 Social Environments.
- 7 Places of Retreat.
- 8 Negative Spaces.
- 9 SWOT.

فهرست منابع

- ابراهیمی، مهرا (۱۳۸۷)، نشست شهرخلاق؛ مفاهیم، سیاست‌ها، مطالعه موردی از شهرهای موفق و ناموفق، مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهری شهر تهران، فرهنگسرای نیاوران، تهران.
- رفیعیان، مجتبی و حسینی‌پور، علی (۱۳۹۱)، نظریه، شهر، فضا، مدیریت شهری، چاپ اول، انتشارات طحان، تهران.
- سعیدی، هادی (۱۳۸۹)، شهرخلاق، مجله شهرداری‌ها، شماره ۱۰۰، صص ۵-۱۱.
- شبانلی، امیرحسین و ایزدی، محمد سعید (۱۳۹۳)، رویکردی نوین به بازآفرینی شهرخلاق، نقش جهان، سال چهارم، شماره دوم، صص ۶۳-۷۳.
- مارکوس، پیتر و دیگران (۱۳۹۲)، در جستجوی شهر عدالت‌محور، مترجم: هادی سعید رضوانی و محبوبه کشمیری، نشر شهر، تهران.
- Ashtari, H & Mahdneghad, H (2011), *Creative city, Creative class*, Tisa Pub, Tehran.
- Carmona, Mathew; Claudio, de Magalhaes; Leo, Hammond (2003), *Public Space The management dimension*, Routledge. 220.
- Cattell, V; Dinesb, N; Geslerc, W, and Curtisd, S (2008), Mingling, observing, and lingering: Everyday public spaces and their implications for well-being and social relations, *Health & Place*, 14, 544-561.