



المكان الابداعي: تعريفه وسماته

المكان الابداعي: تعريفه وسماته

نور الهدى احسان جاسم العوادي
أ.م.د. نادية عبد المجيد السلام
جامعة بغداد/مركز التخطيط الحضري والاقليمي

البريد الإلكتروني Email : nora76142@gmail.com

الكلمات المفتاحية: مكان ابداعي، تنمية المدينة ، استراتيجيات، تخطيط حضري.

كيفية اقتباس البحث

العوادي، نور الهدى احسان جاسم، نادية عبد المجيد السلام، المكان الابداعي تعريفه وسماته،
مجلة مركز بابل للدراسات الانسانية، ٢٠٢١، المجلد: ١١، العدد: ١ .

هذا البحث من نوع الوصول المفتوح مرخص بموجب رخصة المشاع الإبداعي لحقوق التأليف والنشر (Creative Commons Attribution) تتيح فقط للآخرين تحميل البحث ومشاركته مع الآخرين بشرط نسب العمل الأصلي للمؤلف، ودون القيام بأي تعديل أو استخدامه لأغراض تجارية.

مسجلة في
ROAD

مفهرسة في
IASJ

The creative place: definition and features

Prof. Nadia Abdul Majeed
Al Salam

Nour AL Huda Ihsan
Jasim ALawadi

Center of urban and regional planning
University of Baghdad

Keywords :Creative place ,city development, Strategies, Urban planning.

How To Cite This Article

ALawadi, Nour AL Huda Ihsan Jasim , Nadia Abdul Majeed Al Salam,
The creative place: definition and features, Journal Of Babylon Center
For Humanities Studies, Year :2021, Volume:11, Issue 1.

This is an open access article under the CC BY-NC-ND license
(<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)



[This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

Abstract

Cities today face many social, economic and cultural challenges represented by forms of deterioration and loss of material and non-material cultural assets. Old ways in solving the problems of cities are no longer useful. Therefore, the necessity to find new ways of development has emerged to solve urban problems based on an understanding the characteristics that ensure cities to retain their identity and Advancement of their local communities.

In recent years, a growing trend has emerged of using the urban cultural resources for economic revitalization ,the idea of economic growth based on creativity has become popular among policymakers around the world, since creativity is embodied in people, the concept of creative place emphasizes the role of people as an important economic resource for cities more than past approaches, The creative places encourage to take advantage from places to suit creative needs such as demonstrating culture and knowledge or leading to creative thinking and improving the quality of life.



The creative place is a multi-dimensional concept has emerged for a new generation of urban places, as a way to development of cities and societies by harnessing people's imagination and talents in order to achieve economic, social and cultural development in creative ways to create opportunities and improve the quality of life and solving the urban problems in creative ways. It has been recently proven that the creative place can be a new urban element that builds the identity of a successful city and enhances and raises the value of places by providing new ways of doing things.

Creative places are encouraged to take advantage of the characteristics of urban environments and the cultural and human resources they have to improve the quality of life and welfare of societies. Creating creative places can lead to the generate three types of impacts, which are the urban impact by urban renewal and reuse of unused spaces and improving the image of the city and enhancing its identity and a sense of belonging, and the social impact that represented by encouraging the social interaction with an environment of tolerance and openness to cultural, ethnic or religious diversity ,and economic impact that represented by activating new ways for the economic development of cities and attracting investments.

This paper attempts to clearly define what is the creative place? What are the forms that could be creative places? What are the features of creative places? How can it be a successful city development strategy?.

المستخلص

تواجه البلديات والمدن اليوم العديد من التحديات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية متمثلة بأشكال من التدهور وفقدان الأصول الثقافية المادية وغير المادية وان الاساليب القديمة لم تعد تنفع في حل مشاكل المدن ،هنا تأتي الحاجة الملحة الى ايجاد طرق جديدة لحل المشاكل الحضرية وخلق سبل جديدة للتنمية تقوم على اساس فهم الخصائص التي تكفل احتفاظ المدن بمكانتها وهويتها والنهوض بمجتمعاتها المحلية .

ففي الآونة الأخيرة، برز اتجاه متزايد في استخدام الموارد الثقافية الحضرية من أجل التنشيط الاقتصادي وأصبحت فكرة النمو الاقتصادي القائم على الإبداع شائعة بين صناع السياسة حول العالم، وبما أن الإبداع يتجسد في الأشخاص، فإن مفهوم المكان الإبداعي يؤكد على دور الناس كمورد اقتصادي مهم للمدن اليوم أكثر من النهج السابقة ،حيث تشجع الأماكن





الإبداعية على الاستفادة من أو تهيئة بيئات لتلائم الاحتياجات الإبداعية مثل إظهار الثقافة والمعرفة أو تفضي إلى التفكير الإبداعي وتحسين نوعية الحياة.

فالمكان الإبداعي مفهوم متعدد الأبعاد لجيل جديد من الأماكن الحضرية كوسيلة للنهوض بالمدن والمجتمعات من خلال تسخير خيال الناس ومواهبهم بهدف تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية بطرق إبداعية لخلق الفرص وتحسين نوعية الحياة ومعالجة المشاكل الحضرية بطرق إبداعية حيث أثبت حديثاً أن المكان الإبداعي يمكن أن يكون عنصراً حضرياً جديداً يبني هوية مدينة ناجحة ويعزز ويرفع من قيمة الأماكن بإتاحة طرق جديدة لرؤية الأشياء وفعلها حيث تشجع الأماكن الإبداعية على الاستفادة من خصائص البيئات الحضرية وما تملكه من موارد ثقافية وموارد بشرية لتحسين المعيشة وجودة الحياة والرفاهية للمجتمعات حيث يمكن أن يؤدي خلق الأماكن الإبداعية إلى توليد ثلاث أنواع من التأثيرات وهي التأثير الحضري متمثلاً بالتجديد الحضري من خلال إعادة استخدام المساحات المهجورة وتحسين صورة المدينة وتعزيز هويتها والإحساس بالانتماء للمكان، والأثر الاجتماعي من خلال تشجيع التفاعل الاجتماعي بأجواء من التسامح والانفتاح على التنوع بأشكاله ثقافي أو عرقي أو ديني والأثر الاقتصادي وذلك بتحفيز طرق جديدة للتنمية الاقتصادية للمدن وجذب الاستثمارات .

ويهدف البحث الى تسليط الضوء على هذا المفهوم وتحديد بصورة واضحة ما المقصود بالمكان الإبداعي؟ وماهي الاشكال التي من الممكن ان تكون عليه الاماكن الإبداعية؟ وماهي سمات الاماكن الإبداعية؟ وكيف يمكن ان تكون استراتيجية ناجحة لتنمية المدن .؟

١- مقدمة

ان مفهوم المكان الإبداعي هو نهج جديد لمفهوم قديم انطلق من رؤية اطلقها تشارلز لاندرى وهو اول من كتب عن نظرية المدينة الإبداعية في كتابه (The creative city: A Toolkit for urban innovators): انه ليس بإمكاننا حل مشاكل المدن في القرن الواحد والعشرين بمفاهيم و أيدولوجيات القرون السابقة، حيث برزت الفكرة كفكرة حضرية اقتصادية بالدرجة الاولى حيث كتب رينشارد فلوريدا في كتابه (the rise of creative class) في هذا الخصوص: ان الإبداع البشري هو المورد الاقتصادي الذي لا ينضب فالمدن بطبيعتها (حواضن الإبداع) وان المدن التي يمكنها ان تسخر وتشجع الإبداع داخل سكانها وصناعاتها وانشطتها سوف تزدهر فهي الاماكن التي يجب ان تكون فيها الروابط بين الناس والابتكارات والمرافق والوظائف والفرص قوية وفعالة.



وان تحرير الامكانيات التي ينطوي عليها الاقتصاد الابداعي يفترض النهوض بكل الطاقة الإبداعية الكامنة في المجتمعات بما في ذلك استخدام الموارد والمهارات والمعارف المحلية وأشكال التعبير الإبداعي والثقافي المتنوع، وتأكيد الهوية المميزة للامكان التي ينمو و يزدهر فيها هذا الاقتصاد وتحسين نوعية الحياة في الأماكن التي تعتمد هذا الاقتصاد والذي تتجاوز منافعه كثيرا الدائرة الاقتصادية وحدها مساهما في الوقت نفسه في تعزيز الاندماج الاجتماعي والتنوع الثقافي والاستدامة البيئية.

هذا النموذج المفاهيمي أكدته اللجنة العالمية للأمم المتحدة المعنية بالثقافة والتنمية في ١٩٩٦ م خالصة إلى القول (إن التنمية المنفصلة عن سياقها الإنساني أو الثقافي ماهي إلا نمو خال من الروح) وبأن(الثقافة هي منبع تقدمنا وطاقتنا الإبداعية) ، وتم تأكيد هذا النهج في الدراسة التحليلية للأمم المتحدة ٢٠١٣ بعد نجاح مجموعة البرامج الإنمائية التي قادتها حول العالم خصوصا في البلدان النامية، واثبتت التجارب انه عندما يكتسي الإبداع والثقافة رداءً اقتصادياً يتحولان إلى عاملين محركين للتنمية البشرية المستدامة وبيسران تفتح الحياة الإنسانية بكل أشكالها وتعد الحياة الثقافية بمظاهرها المعبرة احد هذه الاشكال.

وقد برز مفهوم(الامكان الابداعية) في الآونة الأخيرة ضمن أدبيات التخطيط الحضري كرد على المشاكل والتحديات التي تواجهها المدن اليوم مثل الاستبعاد الاجتماعي والثقافي و المكاني والعنف، والتفاوت في الاستثمار والتدمير، وفقدان الأصول الثقافية المادية وغير المادية وهجرة السكان بأعداد كبيرة فبرزت الحاجة لإستراتيجية تنموية يكون محورها الإنسان تحفز الابداع والتجديد من اجل تحقيق النمو والتنمية الشاملين والمنصفين والمستدامين وصار موضع نقاش واسع النطاق في الطروحات الاكاديمية حول العالم وفي الخطابات والسياسات العامة للمناطق الحضرية على مستويات مختلفة من الحكومات المحلية الى المؤسسات الدولية الكبرى كالاتحاد الأوروبي ومنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية ومنظمة الأمم ،ويضم عدد من الامكان والمجتمعات الابداعية يستند على افتراض أن الناس العاديين يمكنهم أن يحدثوا الأشياء الغير العادية إذا حصلوا على الفرصة المناسبة ليتمكنوا من التفكير والتخطيط والتصرف بشكل ابداعي لخلق الفرص ومعالجة المشاكل الحضرية المستعصية بطرق ابداعية وخلق سبل جديدة للتنمية تقوم على اساس فهم الخصائص التي تكفل احتفاظ المدن بمكانتها وهويتها والنهوض بمجتمعاتها المحلية.

ولحدثة المفهوم هناك ندرة في الدراسات والطروحات التي تتناول مفهوم (المكان الابداعي)بصورة شاملة، نتيجة لذلك تبلورت مشكلة البحث في: (عدم وجود اطار معرفي متكامل

المكان الابداعي: تعريفه وسماته

حول تعريف مفهوم المكان الابداعي واهم سماته) ويهدف البحث الى (الوصول الى تعريف واضح للمكان الابداعي وتحديد اهم سماته) اما فرضية البحث (يعتبر المكان الابداعي وسيلة ناجحة لتنمية المناطق الحضرية والمدن التي اصابها التخلف والتدهور وتتميز بأرضية ثقافية وانفتاح اجتماعي وثقافي وديني).

٢- تعريف المكان الابداعي

لقد أدى الإبداع الإنساني إلى دفع العديد من الثقافات والمجتمعات إلى التقدم اقتصادياً وتكنولوجياً وايضا سياسياً وروحياً إلى حد ما في المجتمعات التي تسهل الإبداع وتقدم لمواطنيها تجارب وإمكانيات غير محدودة في العديد من الاقتصادات والبيئات المبتكرة⁽¹⁾، ويعرف الإبداع بأنه " أي فعل أو فكرة أو منتج يغير وضعاً او موقفاً معيناً، أو يحول وضعاً موجوداً إلى وضع جديد" و الشخص المبدع هو "ذلك الشخص الذي تغير أفكاره أو أفعاله حالة معينة أو ينشئ مجالاً او وضعاً جديداً"⁽²⁾.

ويعتبر تشارلز لاندرى* Charles Landry اول من اسس للمفهوم انطلاقاً من فكرة ان المناهج القديمة لم تعد تنفع فلا يمكننا حل مشاكل القرن الحادي والعشرين بعقلية القرن التاسع عشر فقد تغيرت ديناميكيات المدن والنظام الحضري العالمي بشكل كبير للغاية، وعرف المكان الابداعي بأنه (طريقة جديدة للتخطيط الحضري الاستراتيجي ليتمكن الناس من أن يفكروا ويخططوا ويتصرفوا بطريقة ابداعية في المدينة)، لجعل المدن أكثر حيوية وقابلية للعيش من خلال تسخير خيال الناس ومواهبهم والسعي إلى فتح "بنك أفكار" لتحرير الإمكانيات التي ستنشأ منها الابتكارات من اجل اماكن افضل للعيش ومدن أكثر إنسانية وأكثر إنتاجية⁽³⁾. يؤكد هذا التوجه على ان المكان الابداعي كأداة للتنمية العمرانية الذي يعتبر البيئة المبنية هي المنصة والقاعدة التي يُعتمد عليها في تطور البيئة الابداعية للمدينة .

* Charles Landry تشارلز لاندرى وُلد في ١ يوليو ١٩٤٨ في المملكة المتحدة، العمر (٧٠ عاماً) الخبير في التخطيط الحضري ذو نفوذ دولي في استخدام الخيال والإبداع في التغيير الحضري. وهو حالياً زميل في أكاديمية روبرت بوش في برلين. اخترع مفهوم المدينة الإبداعية في أواخر الثمانينات. يركز نهجه على كيفية قيام المدن بتهيئة الظروف المواتية للناس والمنظمات للتفكير والتخطيط والتصرف بخيال لحل المشكلات وتطوير الفرص. أصبحت الفكرة حركة عالمية وغيرت طريقة تفكير المدن في قدراتها ومواردها.

<http://charleslandry.com/about-charles-landry/biography/>

وعُرف ريتشارد فلوريدا* المكان الابداعي من منظور اقتصادي "بأنه المساحات الحضرية التي تتجمع فيها الموارد البشرية الابداعية وتعتبر هذه التجمعات وسيلة لتحسين البيئة الابداعية وتعزيز الاقتصاد المحلي من خلال جذب الفئة الابداعية" (من الموهوبين وذوي التعليم العالي) لتعبئة الطاقة الإبداعية البشرية وتركيزها وتوجيهها وتحويل هذه الطاقة إلى ابتكارات تقنية وفنية وأشكال جديدة من التجارة والصناعات عالية التقنية، ونماذج متطورة للمجتمع والحضارة⁽⁴⁾.

يؤكد هذا التوجه على ان المكان الإبداعي ذو ديناميكية قوية للقطاع الإنتاجي الاقتصادي الإبداعي له القدرة على جذب الكفاءات الإبداعية .

وعُرف أيضاً من منظور اجتماعي على انه "نوع جديد من المساحات الحضرية حيث تقوم مجموعات المجتمع الابداعي بتعزيز وإدارة مزيج من المبادرات الإبداعية في مجالات الفن والثقافة والاقتصاد والإنتاج والخدمات الاجتماعية والتجديد الحضري"⁽⁵⁾، وهذه المبادرات هي نتاج إبداعي حضري خاص مستمد من مشاكل المدن وإمكانياتها وما تتطلبه من استجابة خاصة من خلال التركيز على الثقافة كوسيلة لتوليد الثروة والوظائف والهوية و تعزيز روح المواطنة وتحسين حياة الناس⁽⁶⁾.

بالتالي هناك عدة توجهات لتعريف الاماكن الابداعية بعضها من وجهة نظر تخطيطية وبعضها من منظور اقتصادي وبعضها من منظور اجتماعي وبشكل عام تعرف الاماكن الابداعية بأنها جيلاً جديداً من المساحات الحضرية يمتلك فلسفة وأيديولوجيا تركز على إنشاء جسور مع الإبداع لحل المشكلات التي تواجهها المجتمعات وترتكز على تكامل الأبعاد الثقافية والاجتماعية والعمرانية والاقتصادية وتبني استراتيجيات تهدف الى تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية بطرق ابداعية لخلق الفرص وتحسين نوعية الحياة عن طريق تعزيز القدرة الإبداعية للمجتمعات.

٣- مستويات الاماكن الابداعية

تتنوع مستويات الاماكن الابداعية وتتراوح بين المبنى الواحد الى مدينة بأكملها تم تنظيمها في مستويين رئيسيين من المستوى الموقعي الى المستوى الحضري من الأماكن في المدينة التي يمكن تكييفها لاستخدامها كأمتلة للأماكن الإبداعية . وكما يلي:

* ريتشارد فلوريدا Richard Florida وهو باحث في الدراسات الحضرية الأمريكية يركز على النظرية الاجتماعية والاقتصادية. حصل فلوريدا على درجة الدكتوراه من جامعة كولومبيا عام ١٩٨٦ ويعمل حالياً أستاذاً ورئيساً لمعهد مارتن للرخاء في كلية روتمان للإدارة بجامعة تورنتو. https://en.wikipedia.org/wiki/Richard_Florida

١-٣ المستوى الموقعي

يكون على مستوى منطقة محددة ويضم عنصرين هما (البنية والشارع) يتكامل هذين العنصرين بشكل يتلاءم مع ما يحيط بهما من الفضاءات الحضرية الأخرى المشيدة والمفتوحة ويضم ثلاث أنواع من الأماكن بالتدرج وهي كالتالي:

١-١-٣ الأماكن الثالثة الإبداعية Creative third places

يوضح عالم الاجتماع * Ray Oldenburg، في كتابه (The great good place) ان الحياة تقع في ثلاثة مواقع: المنزل والعمل والمكان الثالث وعرف (المكان الثالث) بأنه مصطلح يستخدم لوصف مساحات التجمع المجتمعية مثل المقاهي ومحلات بيع الكتب والمؤسسات الأخرى حيث يلتقي الناس للتفكير والاستراحة و الهروب من هموم الحياة اليومية (7)، إذ توفر الأماكن الثالثة مساحة عامة جيدة معززة بمزيج واسع من التنوع المجتمعي الثقافي ويضيف أنه يرى بأن المجتمع المحلي يعمل بشكل أفضل عندما يتشارك الناس معًا وسائل الراحة المشتركة (8)، مما يعزز فكرة أن المقاهي توفر اتصالات وتواصل أفضل داخل المجتمع المحلي وبالتالي تعزز العلاقات العامة مما يؤدي إلى زيادة الاختلاط بين الناس وتبادل الأفكار التي يمكن أن تحفز التفكير الإبداعي (9) ويشابه هذا الطرح ما يصفه Landry في كتابه (The intercultural city)، والذي يشجع التبادل الثقافي، ويؤكد أن المجتمعات المتنوعة أكثر نجاحًا من الناحية الاقتصادية والاجتماعية لأنها تعزز التنوع في تبادل الأفكار والابتكار (10).

حيث تعتبر المقاهي المستقلة مؤسسات فريدة من نوعها، تمتاز بأنها صغيرة الحجم ومعروفة ومتجذرة في المنطقة المحلية وتلبي الاحتياجات المحددة للسكان المحليين وتوفر مساحة عامة أفضل للتفاعل الاجتماعي والجمع بين المجتمعات المحلية (11).

اذن تتنوع الأماكن الثالثة كالمقاهي او المكتبات توفر منصة أقوى لدعم الإبداع في المدينة من خلال خلق مساحة أكثر مواتية للمناقشات الإبداعية، وتتسم هذه الأماكن باحتواء أطياف المجتمع من اعراق وثقافات وديانات متنوعة، وهي مساحة عامة للتفاعل والتواصل الاجتماعي

* Ray Oldenburg راي أولدنبرغ :- هو عالم اجتماع أمريكي عُرف بالكتابة حول أهمية أماكن التجمعات العامة غير الرسمية لمجتمع مدني فاعل، تشيع فيه الديمقراطية والمشاركة المدنية، وهو الذي صاغ مصطلح (المكان الثالث third place) ولديه مؤلفات في هذا المجال أشهرها (Celebrating The Third Place The Great Good Place)، وُلد في ٧ نيسان عام ١٩٣٢ وتخرج من جامعة Minnesota.

تعزز فكرة الاختلاط وتبادل الأفكار التي تحفز التفكير الإبداعي مما يعزز التبادل الثقافي والتنوع في تبادل الافكار وبالتالي تحفز التفكير الابداعي والتواصل والذي يخلق جواً من الاصاله والاحساس بالمكان وايجاد اجواء تحفز الالهام وابتكار فعاليات ثقافية او فنية او علمية او مبادرات تتعلق بمناقشة مشاكل محلية وايجاد حلول ابداعية لها مباني متجذرة في المنطقة المحلية مؤسسات فريدة من نوعها صغيرة الحجم تلبي الاحتياجات المحددة للسكان المحليين.

٣-١-٢ المركز الابداعي The creative hub

يعكس المركز الابداعي نهجاً لتنظيم العمل ظهر في العديد من القطاعات والمنظمات، وخلال السنوات العشرة الاخيرة أصبحت فكرة تلك المراكز منتشرة علي نطاق واسع وهي تحمل في طياتها توجه ديناميكي لتجميع المواهب والمهارات المختلفة لغرض تعزيز وتحفيز الابتكار حيث لعبت المملكة المتحدة دوراً كبيراً في دفع عملية تطوير المراكز الإبداعية ومعظم مدنها تضم عددًا هائلاً من هذه المراكز⁽¹²⁾، وقدم مركز الادوات الابداعية التابع للمجلس الثقافي البريطاني تعريفاً وهو ان "المركز الابداعي عبارة عن مكان، قد يكون ماديا أو معنويا يجمع أفراد مبدعين وهو حلقة وصل توفر المكان والدعم الضروريين لأغراض التشبيك وتطوير المشروعات وتحقيق المشاركة المجتمعية في القطاعات الابداعية والثقافية وقطاع التكنولوجيا"⁽¹³⁾.

وتتسم المراكز الابداعية بانها متنوعة وغير متماثلة تقع فكرة التنوع في الصميم من مفهوم المراكز الابداعية وغالبا ما تكون جزءا من السياقات الثقافية وخصوصية الاماكن التي تتواجد ضمنها وليس مجرد صورة مبنى منعزل فقد يشغل المركز مكانا واحدا، لكن الانشطة التي يدعمها تنتشر عبر العديد من المؤسسات والشبكات المحلية، تدعم مجتمعات تمارس أنشطة غير هادفة للربح وأخرى تجارية، وأنشطة كبير الحجم وأخرى صغيرة، وأنشطة تمارس بدوام كامل وأنشطة لا تمارس بدوام كامل، وأن مجموعة المراكز الابداعية المنتشرة تشكل شبكة تحفز نمو الصناعات الابداعية على المستويين المحلي والاقليمي، وهو ما سيوفر المزيد من فرص العمل وفرص التعليم والعديد من الفرص في المجالات الاخرى⁽¹⁴⁾، يكمن مبدأ العمل في المركز الابداعي انه قائم على مفهوم الحشد التعاوني، وتوفر هذه النسخة المصغرة من تجميع أماكن البيع بالتجزئة و الاستوديوهات الإبداعية فرصاً للناس من المجالات الإبداعية المختلفة وبمختلف الاهتمامات ليختلطوا بأعضاء من الجمهور والزائرين والعلماء وبدوره يهيئ المشهد لتبادل حركي ونشط للأفكار والثقافة⁽¹⁵⁾.

المكان الإبداعي: تعريفه وسماته

مما يولد العديد من التأثيرات منها دعم الشركات الناشئة، توفير الوظائف ومنتجات وخدمات جديدة والاستثمارات المستقبلية سواء على المستوى العام او التجاري، تنمية المواهب والاحتفاظ بها، التعليم غير النظامي والمشاركة والتدريب والانعاش والاحياء المتمثل في اعادة استخدام الابنية القديمة الصناعية او التراثية، وتعد هذه الاماكن من محفزات جودة الحياة والمرونة (16).

يظهر ذلك في مركز روكو في مدينة شيفيلد بأنكلترا الذي افتتح عام ٢٠١٥ تم تأهيل المبنى الذي يقع في مركز المدينة والذي كان سابقا سبع منازل قديمة من طراز العمارة الجورجية ليصبح مأوى لثلاثين استوديو إبداعي وأماكن عمل تشاركي ومكتبة ومحل للتصميم المعاصر ومقهى ومعارض فنيه و مكان للمبدعين ويضم أربعة عاملين بدوام كامل وعشرة عاملين بدوام جزئي، و ثمان وسبعون عضواً يمتلكون أسهماً وعشرون مستأجراً، ويعد بمثابة وطن للمصممين والفنانين والمبدعين للبدء بالمشاريع الإبداعية و يبتكرون ويقدمون رأس مال ذو ملكية جماعية على هيئة الأدوات التي يحتاجها المستأجرون للإبداع وللتصنيع يتم استكمالها من خلال فتح طريق للأسواق عبر أماكن البيع بالتجزئة والمعارض الفنية (17)، واقامة صلات مع المنظمات ذات القيم المشتركة والعديد منهم شركات اجتماعية أو جمعيات خيرية والتي تعمل مع مجموعات مجتمعية حول العالم والشركات الإبداعية لإخراج منتجات ثقافية وإبداعية (18).



شكل (١) يوضح مركز Roco الإبداعي في شيفيلد /انكلترا
Source(WWW.THEROCO.ORG ,visited at 12-11-2019)

اذن تتسم المراكز الابداعية بتنوع احجام المباني وتتراوح بين مبنى بطابق واحد او متعدد الطوابق او اكثر من مبنى اذ قد تكون عبارة عن استوديو يضم تجمع صغير من الافراد او مبنى على نطاق اوسع قد يحتوي على مرافق كالمقاهي ودور السينما واماكن للتصنيع ومحلات واماكن لأقامة المعارض ، تتنوع في نوع وحجم الانشطة التي تدعمها أنشطة غير هادفة للربح وأخرى تجارية، وأنشطة كبير الحجم وأخرى صغيرة، وأنشطة تمارس بدوام كامل وأنشطة لا تمارس بدوام كامل وتتنوع الصناعات الابداعية على المستويين المحلي والاقليمي التي تحفز نموها شبكة المراكز الابداعية مما يولد المزيد من فرص العمل وفرص التعليم والعديد من الفرص في المجالات الاخرى وتدعم الممارسات الابداعية المتخصصة وتضع أنظمة خاصة وتقدم للمشروعات الابداعية المصغرة فرصة التكامل مع الاطراف الأخرى لغرض الحصول على الموارد الهامة مثل الادوات والخدمات المتخصصة أو مصادر الالهام لتطوير المشروعات والاعمال ،وان حدود المراكز الابداعية ليست بالحدود الجامدة بل لها عدة منافذ، فمجموعة الأنشطة التي يضمها المركز تمتد ما بين ما يهدف الي الربح وما لا يهدف الى الربح، وما هو رسمي وما هو غير رسمي وكذلك عمليات الانتاج والاستهلاك ومع الدعم المناسب يمكن للمراكز أن تمثل أفضل ألوان الابتكار المفتوح ومثالا للإبداع المحلي ، وتتسم بالتفاعل الاجتماعي اذ انها قائمة على مفهوم الحشد التعاوني الذي يوفر فرصاً للناس من المجالات الإبداعية المختلفة وبمختلف الاهتمامات ليختلطوا بأعضاء من الجمهور والزائرين، والعلماء والمبدعين والمواهب والشركات الناشئة وبدوره يهيئ المشهد لتبادل حركي ونشط للأفكار والثقافة اضافة الى انها تعد اماكن التقاء وتفاعل ومشاركة وتبادل الافكار والخبرات ودعم المشاريع الصغيرة في القطاعات الابداعية والثقافية والتكنولوجية وتشكل شبكة مترابطة لدعم نمو الصناعات الابداعية والثقافية ومرتبطة بالأسواق المحلية والاقليمية وعلى المستوى العالمي من خلال إقامة صلات تربطها بالمنظمات والمراكز الابداعية العالمية، وتتسم بالخصوصية وبهويتها المميزة حيث تكون جزءاً من السياقات الثقافية.

٢-٣ المستوى الحضري Urban level

تتجسد الاماكن الابداعية على المستوى الحضري بالساحات العامة التي تمثل فضاء المعيشة على مستوى المدينة والشوارع الابداعية والانهار الابداعية والاحياء الابداعية وتجمعات الصناعات الابداعية والثقافية، وكما يلي:

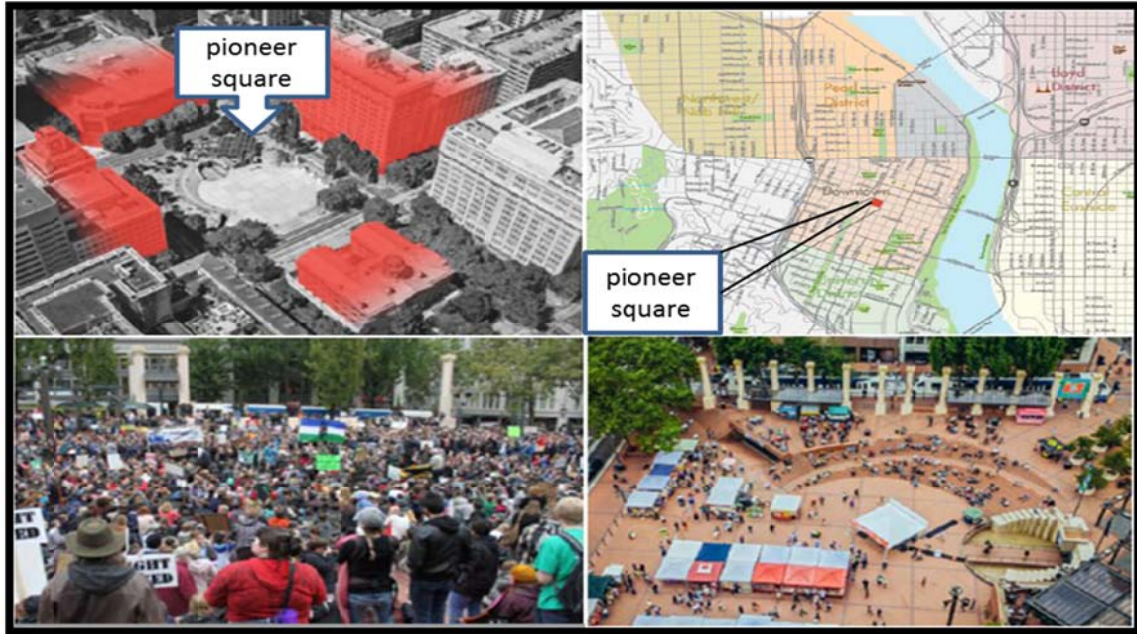
١-٢-٣ فضاء المعيشة الحضري Urban living room

غرفة المعيشة living room هي المكان حيث تحدث الحياة واللقاء بالعائلة او الاستمتاع مع الضيوف، اذ يُعدّ فضاء المعيشة قلب المنزل، وبالمقابل فإن الساحات العامة يجب ان تكون قلب المدينة، ويعتبر هذا الامر مهماً لجميع المدن، لكنه بالغ الاهمية للمدينة الإبداعية، حيث ان التفاعلات والتواصل التي توفرها تلك الساحات تساهم في ادامة وتجديد ابتكارية المدن الإبداعية، اذ تعد البيئة المحيطة والخبرة محفزات رئيسية لإلهام الناس خاصة في الصناعات الإبداعية مثل الاعمال والفعاليات المرتبطة بالفن والثقافة والكتابة والتصميم وأيضاً في الصناعات الإبداعية الأكثر علمية ويمكن للساحة العامة الجيدة أن تساهم في ذلك من خلال تهيئة بيئة تشجع على الإبداع⁽¹⁹⁾.

تعتبر الساحات العامة منصة متعددة الوظائف قابلة للتكيف مع رؤى المدينة والاحتياجات النفسية والاجتماعية للزوار، وتتجلى الدوافع الاجتماعية للناس للالتقاء في مناطق للمشاة في البيئة الحضرية -التي تشكلت تقليدياً أو بطريقة حديثة بما يعزز علاقة الإنسان مع البيئة الحضرية ويخلق الشعور بالانتماء إلى مكان ما والحرية في اختيار الطريقة لقضاء وقت الفراغ في المدينة، والبقاء فترة اطول فيها وبالتالي تكمن اهمية الساحات العامة في الجو العاطفي الذي تنشؤه و هذا يمتح الزوار الدافع للأنشطة الحيوية ويحفزهم على قضاء المزيد من الوقت في الخارج ليكونوا مبدعين يتجمعون و يلتقون لرؤية الأحداث الاجتماعية المرتبطة بالثقافة، أو فن الطهو أو الاسترخاء في المناسبات الاجتماعية⁽²⁰⁾.

وكمثال على ذلك (Pioneer square) في مدينة Portland في الولايات المتحدة والتي تعتبر فضاء المعيشة بالنسبة للمدينة (Portland's living room) لسبب انها مشغولة بالأحداث والناس من السياح والمحليين، نابضة بالحياة دائماً سواء أكان ذلك حفلاً موسيقياً أو احتجاجاً أو وقت غداء او فعاليات اجتماعية ثقافية، محاطة بالمكاتب والمطاعم والمقاهي ومحلات التسوق مما يساهم في ان تكون مملوءة بالناس في جميع الاوقات اضافة الى خطوط النقل الرئيسية التي تتوقف عند الساحة والمدرجات التي تسمح لمئات الزوار بالجلوس مما يجعله مكاناً نابضاً بالحياة ومتنوع يجعل الناس يشعرون بالراحة لقضاء الوقت فيه⁽²¹⁾.





شكل (٢-٣) يوضح pioneer square الذي يعتبر فضاء المعيشة لمدينة بورتلاند (Portland's living room)

Source: (Borchardt, Aaron, et al, The creative city connecting place people and identity in Glasgow and Portland ,Mackintosh school of architecture, The Glasgow school of art, 2015, p, p:118, 122)

تتسم فضاءات المعيشة الحضرية بالتنوع فهي مساحات متعددة الوظائف قابلة للتكيف مع رؤى المدينة والاحتياجات النفسية والاجتماعية للزوار وتنوع الزوار والمستخدمين الفعاليات المرتبطة بالفن والثقافة الصناعات الابداعية الاكثر علمية استعمالات الارض حولها كالمكاتب والمطاعم والمقاهي ومحلات التسوق اضافة الى انها تشجع التفاعل الاجتماعي و تشكل منصة توفر التفاعلات والتواصل من خلال الاجواء العاطفية التي تنشؤها والتي تدفع المستخدمين للتفاعل والمشاركة في الاحداث الاجتماعية المرتبطة بالثقافة وقضاء وقتنا اطول فيها ، غالبا ما تتسم بالميزات المعمارية واحتواؤها معالم معمارية مميزة قد تكون تاريخية او معاصرة او تكون هذه الاماكن بحد ذاتها معلما مميذا للبيئة الحضرية واحتواؤها على المناظر الطبيعية الفريدة اضافة ان الفعاليات والانشطة الجماعية في هذه الاماكن يعزز علاقة الانسان مع بيئته الحضرية مما يخلق الشعور بالانتماء للمكان والفخر المحلي وهو ما يمنحها هوية مميزة.

٢-٢-٣ الشارع الابداعي Creative street

يمكن للشارع أن يلعب دورا مهما في دعم ونمو الصناعات الابداعية والثقافية من خلال احتضان المؤسسات والشركات والمنظمات داخل مبانيه وإدارتها ضمن بنيتها التحتية، وتختلف

المكان الإبداعي: تعريفه وسماته

هذه المؤسسات من حيث الحجم والنطاق (المراكز الثقافية الكبيرة) التي غالباً ما (تتحول إلى الداخل بعيداً عن الشارع على مساحة داخلية) إلى وحدات ريادية صغيرة الحجم مثل المقاهي ووحدات البيع بالتجزئة⁽²²⁾، ويعتبر الشارع أكبر منصة في المدينة تحتضن الأنشطة في الهواء الطلق (كالأنواع الجديدة من حياة الشوارع المنظمة والأحداث كالمهرجانات الجاز والمهرجانات المسرحية والحفلات الموسيقية والمسيرات الثقافية) حيث يصبح الشارع في هذا المجال منصة للتخصصات الإبداعية للمدينة لتشكيل ومشاركة الأعمال والفعاليات الإبداعية والثقافية مع مستخدمي الشارع⁽²³⁾.

يعتبر الشارع للكثيرين بأنه أحد الممتلكات العامة وهذا من شأنه ان يشجع ويرحب بالاستخدام المتنوع والابداعي من قبل سكان المدينة ويرتبط ارتباطاً وثيقاً بأهمية المشاركة والتفاعل المدني وأن الخصائص المعمارية، مثل وجود أثاث الشوارع وقابليته للاستخدام، والمساحات التي لديها القدرة على العمل كمنصة، ونقاط محورية للتجمعات، والأماكن التي يمكن استخدامها للتبادل التجاري والاجتماعي، وبهذا يمكن أن يصبح الشارع مرفقاً للمدينة، مما يسمح بحدوث مجموعة واسعة من الأنشطة⁽²⁴⁾.

ويوضح تشارلز لاندرى (ان المشاركة تأتي من ان هناك شعوراً بالانتماء تجاه المستقبل المشترك حيث يشعر كل فرد أن لديه شيئاً ما للمساهمة في تشكيل هذا المسعى المشترك وصنعه وخلقها)⁽²⁵⁾، في حين أن هذه المشاركة لا يجب أن تتعلق فقط بأحداث كبيرة أو تاريخية والرغبة في مقابلة أشخاص آخرين ومشاهدة ما يجري ورؤية الشباب والكبار والاستمتاع بعروض الفنانين في الشوارع، وانما بإنشاء شوارع عامة نابضة بالحياة ومرحبة وتصبح المشاركة المدنية الإبداعية وغير الرسمية جزءاً من الحياة اليومية العادية للمجتمع⁽²⁶⁾، وإذا كان الشارع يضم مؤسسات إبداعية متميزة ويحتضن الأحداث التي تخص السكان المحليين فسيكون هناك شعوراً بالهوية لشارع ممثل ثقافة المدينة ككل⁽²⁷⁾.

اذن يمكن أن تكون الشوارع (واجهات للثقافة والإبداع والمجتمع) وذلك من خلال الاستخدامات الإبداعية للشارع التي يتم تشكيلها من قبل السكان المحليين والتي تنطلق من ثقافة وأرث واحتياجات تلك المجتمعات، وتنتم هذه الأماكن بالتنوع في احجام الابنية و استعمالات الارض من الأنشطة الترفيهية واماكن العمل والتسوق وغيرها من وسائل الراحة وتنوع الصناعات الإبداعية من خلال احتضان المؤسسات والشركات الإبداعية والمرافق الثقافية والإبداعية الى احتضان الأنواع الجديدة من حياة الشوارع المنظمة كالمهرجانات والمسيرات الثقافية، وتظهر هويتها المميزة من خلال الخصائص المعمارية للأبنية، وطبيعة تصميم الشارع (اثاث الشوارع،

نقاط الالتقاء ومساحات تجمع وغيرها) اضافة الى ان احتضان المؤسسات الإبداعية والأحداث التي تخص السكان المحليين يجعله مكان ممثل لثقافة المدينة مما يخلق شعوراً بالهوية والانتماء للمكان وان تنفس حياة جديدة في المجتمعات وابتكار انواع جديدة من الفعاليات المرتبطة بالمشاركة والتفاعل والترابط والاحساس بالمكان يخلق شعوراً بالانتماء المشترك للماضي والحاضر والمستقبل وهذا ما يمنح الشوارع هويتها المميزة ،اضافة الى انها اماكن تتسم بالتفاعل الاجتماعي لأنها تعد أكبر منصة في المدينة تحتضن الانشطة والفعاليات المجتمعية التي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بأهمية المشاركة والتفاعل المدني الذي يشجع ويرحب بالاستخدام المتنوع والابداعي من قبل سكان المدينة مما يخلق اجواء المشاركة والتفاعل والتواصل المجتمعي .

٣-٢-٣ النهار الابداعية Creative rivers

كانت المياه مورداً بشرياً أساسياً للتغذية والري والنقل وسبب وجود المستوطنات البشرية الأولى و بالتالي تعد جزءاً هاماً من الحضارة وشاهداً على الأحداث والتطورات التي تمر بها المدن⁽²⁸⁾، وتعتبر الواجهات المائية Waterfronts بيئات طبيعية مميزة تمنح المدينة طابع خاص، اذ تساهم الانهار في تشكيل وتحسين صورة المدينة ودعم اضافة قيمة للاقتصاد المحلي وزيادة قيمة الارض بالإضافة إلى تحسين الوضع البيئي للمدينة و منح المواطنين مساحة طبيعية نابضة بالحياة في بيئة حضرية مزدحمة⁽²⁹⁾ .

نظراً لتزايد الاهتمام بالثقافة وتزايد شعبية البيئات الفنية فإن الواجهات المائية تعتبر حاضنات ممتازة للتجمعات الحضرية للأنشطة الإبداعية والثقافية معترف بها على نطاق واسع لتلعب دوراً مهماً في جذب المدينة للسياحة والاستثمار الداخلي⁽³⁰⁾ .

وفي سياق سياسة التنمية الحضرية المستدامة ،أصبحت إعادة هيكلة الواجهة النهرية أو ما يطلق عليه بطريقة أخرى "التطوير" أو "التجديد" أو "إعادة التأهيل" امراً جوهرياً للنهوض بالأماكن ،ففي العديد من الواجهات المائية في العالم تم إعادة تطويرها باستخدام نموذج متعدد الاستخدامات يعتمد على الأنشطة الترفيهية والسكن والمكاتب والمحلات التجارية والمطاعم والمقاهي وفضاءات لتشجيع اقامة الفعاليات الجماعية والمهرجانات والفنادق والعديد من المرافق ذات الصلة بالواجهة المائية⁽³¹⁾ .

تعد الواجهات المائية التاريخية أماكن ابداعية ذات هوية مميزة اذا ما روعي في تطويرها تراثها الثقافي وماضيها ،اذا تنطوي على الكثير من السمات لا تتعلق فقط بالبيئة المبنية والبنية التحتية وانما تعد أماكن عالمية متعددة الثقافات ومتعددة الأعراق ،وبوابات رائدة لتبادل السلع والأفكار ،تشهد وتحتضن أشكال متعددة من التفاعل الإنساني والأعمال التجارية والاجتماعات

المكان الإبداعي: تعريفه وسماته

واللقاءات المجتمعية والتبادل والتواصل، فهي أماكن فريدة من نوعها مزيج من تقاليد التراث الثقافي المادي وغير المادي المتعلقة بالمياه فهذه البيئات الجذابة ذات الإحساس القوي بالمكان تعد مغناطيس للسياحة، وإذا ما تم استغلالها بشكل صحيح فإنها تحقق ليس فقط فوائد اقتصادية فحسب ولكنها تساعد أيضاً في تعزيز هوية المدينة وتحسين صورتها (32).

تعد الواجهات المائية أماكن إبداعية ثقافية حضرية تتسم بالتنوع في استعمالات الأرض يولد فعاليات متنوعة و يخلق مساحات إبداعية مميزة تجذب على مدار السنة المزيد من المبدعين والزوار مما يشجع السياحة الإبداعية ويجعلها أماكن تنبض بالحياة وان تشجيع وتركيز الصناعات الإبداعية والفنون والمؤسسات الثقافية وأماكن التعليم العالي والمؤسسات البحثية ودعم الضيافة والمرافق الترفيهية وانشاء اسواق للأعمال التجارية والسياحية والثقافية بما في ذلك أماكن الاستراحة والفنون والجولات التراثية على أساس التراث الثقافي للواجهة المائية، تنمي وتحيي السياحة الثقافية الحضرية، جذابة للمواطنين والزوار والمستثمرين من ثقافات وأعراف وخلفيات متعددة، فهي أماكن تشجع التواصل والتفاعل المجتمعي والإنساني وتحتضن الفعاليات الثقافية كالمهرجانات والمعارض الفنية وغيرها من الفعاليات وتوفر فرصاً للمواطنين والزوار للتفاعل مع بيئة حيوية حضرية فريدة من نوعها تشكل مزيجاً من التقاليد الثقافية المادية وغير المادية المرتبطة بالمياه وان التنوع في استعمالات الأرض والأنشطة والصناعات والمستخدمين من خلفيات متنوعة يمنحها هوية مميزة جذابة للمبدعين وهي أماكن تعزز من الإحساس بالانتماء لها نابعا من التفاعل والتواصل بين المستخدم والبيئة الحضرية حوله .

٣-٢-٤ المحلات والاحياء الإبداعية Creative neighborhoods

ان الانتقال من فترة الازدهار الصناعي إلى مرحلة ما بعد الصناعة شوه مناطق حضرية بأكملها وترك وراءه ليس فقط مواقع صناعية مهجورة، و جعل العديد من السكان عاطلين عن العمل وتحولت الأحياء المزدهرة سابقا الى أحياء متهدمة، ولكن هذا الواقع فتح أيضاً آفاقاً غير متوقعة، حيث تم إعادة استعمال بعض هذه الأماكن المهجورة وتحويلها إلى استخدامات جديدة وبدأت حياة جديدة تدريجياً (33). ومن هذه المحلات:

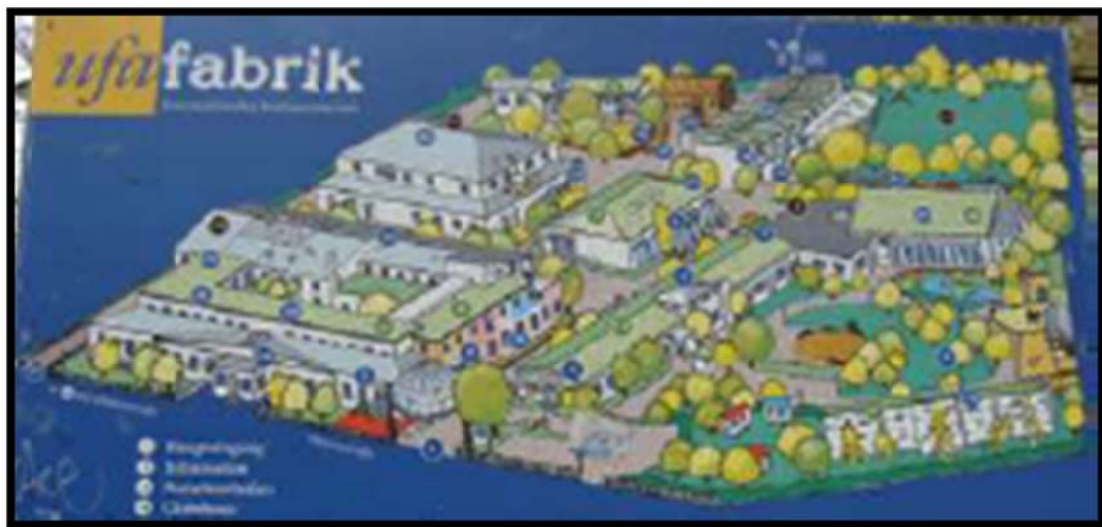
أولاً/ المحلات الإبداعية الناتجة من المبادرات المحلية :

ان إعادة استخدام المساحات المهجورة يساعد في التجديد الحضري المستدام ويعزز الشعور بالهوية والانتماء، حيث يمكن أن يكون وسيلة تطوير المساحات المهجورة إلى أماكن إبداعية وعنصر رئيسي في استراتيجيات التجديد الحضري المستقبلية، لأنها تعطي حياة جديدة ومعنى جديداً لتلك المساحات وتساعد على إعادة تقديم التاريخ والذاكرة الجمعية

(Sepe,2009,p:146)، وبالتالي تكون عوامل محفزة للتجديد الحضري، تعد هذه المبادرات مربحة لجميع أصحاب المصلحة المعنيين فلا يتعين على السلطات دفع جميع المصاريف المرتبطة بالتجديد، وفي الوقت نفسه تشجع المبادرات الاجتماعية والاقتصاد المحلي، إذ يتمتع المواطنون المشاركون في جهود التجديد بمزايا اقتصادية (مثل انخفاض الإيجارات والمعاملة المالية التفضيلية)، حيث تؤدي مبادرات ترميم المباني المهجورة وإعادة تدويرها بدلاً من تدميرها واستبدالها الى الحفاظ على أجزاء من التاريخ والذاكرة الجمعية والهوية الحضرية وبالنظر إلى هذا، فإن دعم الحكومات المحلية والمركزية لهذا النوع من المبادرات يمكن أن يشجع التجديد الحضري المستدام (34).

ففي محطة Ufafabrik وهي تجمع سكني في برلين يعد نموذجاً حقيقياً لاستخدام الثقافة والابداع في التنمية الحضرية لخلق جو متكامل للعيش والعمل، وهي بمثابة قرية حضرية متعددة الاستخدامات تتكون من حوالي عشرة مبان، متصلة بطرق للمشاة ويضعة مساحات خضراء مفتوحة، حيث كانت في السابق استوديوهات لشركة (Ufa film) لإنتاج الافلام ويعود تاريخ بناؤها لعام ١٩١٧ (35).

تتميز Ufafabrik بالاكفاء الذاتي اقتصادياً، بفضل الموارد المالية الناتجة عن الترويج لورش العمل وغيرها من الأنشطة المقدمة لعامة الناس ويتم مشاركة الدخل الناتج بين جميع الأعضاء، ويتم تشكيل المشاريع من خلال الاعتماد على المبادرة الذاتية واستخدام الموارد الشخصية ومن خلال عائدات الفعاليات الثقافية التي نظمها والتبرعات والقروض الخاصة والائتمان من أحد البنوك التعاونية المجتمعية (36).



شكل (٢-٥) نموذج ثلاثي الابعاد لمخطط الموقع UfaFabrik في برلين

المكان الإبداعي: تعريفه وسماته

Source: (Franqueira, Teresa, Creative Places for Collaborative Cities, Milano, Politecnico di Milano, Indigo Department, PhD in Industrial Design and Multimedia Communication, 2009, p:69)

يعتبر نموذج Ufafabrik نهجاً محلياً متكاملًا وشاملاً للتنمية المستدامة والتوجه نحو المفاهيم الحضرية الجديدة برؤية هادفة للعيش والعمل مع الثقافة والإبداع والمجتمع، حيث تم اختيارها في عام ٢٠٠٤ من قبل برنامج المونث للأمم المتحدة بأنها "أفضل الممارسات في مجال تحسين البيئة المعيشية" best practice in improving the living environment، وتتبع أنظمة مستدامة مثل أنظمة إنتاج الطاقة المتجددة وتُعدّ واحدة من أكبر أنظمة الطاقة الشمسية في برلين، وأنظمة الأسطح الخضراء وإعادة الاستخدام المحلي لمياه الأمطار وغيرها، إضافة إلى مجموعة واسعة من الأنشطة ذات الأهداف الاجتماعية و الإنتاج الثقافي التي تتيح إمكانية المشاركة في العديد من العروض والمبادرات الإبداعية التي تعتمد الثقافة والإبداع⁽³⁷⁾.



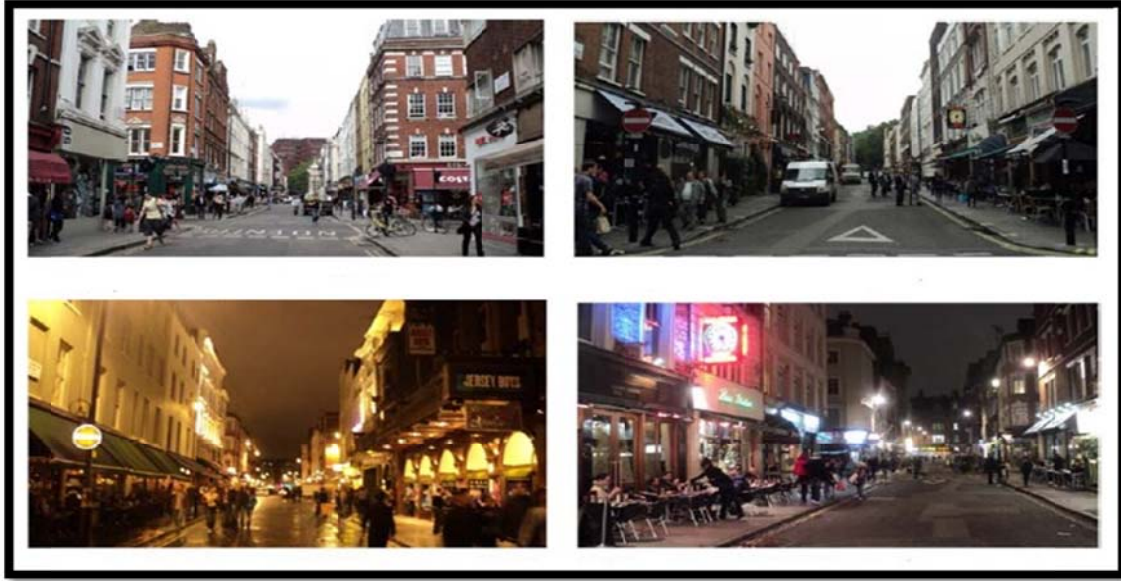
شكل (٢-٦) يوضح جوانب بعض من الفعاليات والمكان في Ufafabrik

Source: (Franqueira, Teresa, Creative places for collaborative cities, Milano, Politecnico di Milano 2009, p:70)

ثانياً/ المحلات والاحياء الناتجة من التخطيط الاستراتيجي والمبادرات والتمويل الحكومي:

تعرف بتجمعات الصناعات الثقافية الإبداعية Cultural and creative industries clusters وهي التجمعات الجغرافية للسلع والخدمات الإبداعية والثقافية والمنظمات الإبداعية المترابطة والمتقاربة من حيث المهن الإبداعية والمواهب والتي لديها العديد من الفوائد الاقتصادية لكل من العمال والشركات الإبداعية من خلال إنتاج المعرفة والأفكار الإبداعية وتبادلها وتعزيز الإنتاج الابتكاري⁽³⁸⁾، تعتبر هذه التجمعات الإبداعية أساليب استراتيجية "لتجميع وإدارة العمل الإبداعي" من أجل تعزيز القدرة التنافسية في الاقتصاد الإبداعي و كوسيلة لجذب الموهوبين من الخارج كما أنها توفر فرصاً تجارية للمؤسسات الإبداعية الناشئة⁽³⁹⁾.

ففي الحي الثقافي الابداعي Soho - London المختص بصناعة الافلام والمخطط له استراتيجياً وهو عبارة عن تجمع لشركات الأفلام والفيديو وشركات التوزيع والإنتاج والمؤثرات البصرية، إذ ان صناعة الأفلام في سوهو لها تأثير كبير على البيئة الحضرية حيث إنها تساعد في صناعة المكان من خلال إضافة نشاط إلى المنطقة وبناء صورة إيجابية وتعزيز حيوية المكان من خلال توفير الموارد البشرية الشابة الموهوبة، وتجديد المباني، وتعزيز الروابط المجتمعية⁽⁴⁰⁾.



شكل (٢-٧) يوضح حي Soho في لندن

Source:(Durmaz, S. Bahar, Creative clusters and place-making: analysing the quality of place in Soho and Beyoglu. PhD diss., University of Nottingham 2012,p:121)

تتشرك الأحياء السكنية الابداعية وتجمعات الشركات الإبداعية Creative clusters بمجموعة سمات بتتبع الصناعات الابداعية والانشطة والفعاليات الثقافية وتنوع المبادرات الاجتماعية تنوع الموارد البشرية الموهوبة وتنوع الشركات الابداعية وتتميز بتنوع استعمالات الارض وتنوع الانشطة ذات الاهداف الاجتماعية والاقتصادية والترفيهية وموطنا لابتكار السلع والخدمات والمنتجات الابداعية والثقافية او ايجاد وحلول جديدة لمشاكل الحياة اليومية وتتسم بالتفاعل الاجتماعي لأنها توفر اجواء تشجع المشاركة في العديد من العروض والمبادرات الإبداعية التي تعتمد الثقافة والابداع اضافة الى التفاعل والتعاون بين الشركات الإبداعية لإنتاج المعرفة والأفكار الابداعية وتبادلها وتعزيز الإنتاج الابتكاري، وتظهر هويتها المميزة من خلال تشجيعها المشاركة والتعاون والتنافس مما يحسن جودة الحياة و يعزز روح المواطنة والاحساس

بالانتماء للمكان اضافة الى ان اعادة استخدام المساحات المهجورة من التراث الصناعي او مناطق تراثية يسهم في خلق معنى وحياء جديدين للمكان واستعادة تاريخ المكان والذاكرة الجمعية مما يخلق شعورا بالانتماء للمكان.

3-2-5 المدينة الإبداعية *The creative city*

ان مجموعة الاماكن الإبداعية بمقاييسها الموقعية والحضرية تكون المدينة الإبداعية فهي مزيج من المستويين الموقعي والحضري، وعرف Charles Landry "المدينة الإبداعية" بأنها "عبارة عن مجموعة من أدوات الابتكار الحضرية"، وقادرة على إيجاد حلول للمشاكل اليومية (على سبيل المثال، حلول مبتكرة لنظام التعليم المحلي، وشبكات النقل، إلخ) وخلق بيئة إبداعية تركز على رؤية جديدة للتنمية الحضرية، فالمدينة الإبداعية هي الحاضنة او المجمع الحضري التي تشكل فيها الأنشطة الثقافية جزءاً من اقتصاد المدينة وتلعب دوراً رائداً في أداء المدينة إنها مدينة ذات إمكانات اجتماعية وبنية تحتية ثقافية جاذبة للمستثمرين⁽⁴¹⁾.

فالمدينة الإبداعية هي ذلك المكان الذي يشجع ويدمج ثقافة الإبداع في كيفية عمل أصحاب المصلحة في المناطق الحضرية من خلال تشجيع الإبداع واستخدام الخيال في المجالات العامة والخاصة والمجتمعية وتوسيع بنك الأفكار الخاص بالاحتمالات والحلول المحتملة لأي مشكلة حضرية مما يولد خيارات متعددة يتم اختيار وتطبيق ما يلئم الواقع فتتسأ الابتكارات الحضرية⁽⁴²⁾.

تنتم المدينة الإبداعية بالتسامح الاجتماعي والانفتاح على التنوع وتمتلك صورة وقيمة رمزية اذ لكل مدينة ابداعية "قصة" وتراث ثقافي، تضم مجموعات متنوعة من المبدعين والشركات والمؤسسات مدينة تشجع التفاعل المجتمعي والتواصل وجها لوجه اما مخطط لها او لقاءات غير مخطط لها في "الاماكن الثالثة" على سبيل المثال او من خلال شبكات التواصل الاجتماعي داخل المدينة وبينها وبين المدن الإبداعية الاخرى على المستوى الوطني والعالمي، تنتم بتنوع وظائف واحجام المباني وحياء الشوارع النابضة بالحياة وتمتلك مساحات عامة متنوعة وصديقة للمشاة والأحياء الأصيلة المهرجانات الثقافية مرافق رياضية خارجية حدائق مرافق تعليمية مكتبات متخصصة متاجر متخصصة مقاهي متنوعة والمطاعم التعاون بين السلطات المحلية والشركات واصحاب المصلحة من المجتمعات المحلية⁽⁴³⁾.

تترابط المدن الإبداعية مع بعضها من خلال الشبكات الإبداعية الغرض من هذه الشبكات التواصل وتبادل الخبرات والمعرفة في الصناعات الإبداعية حتى تتمكن المدن المشاركة من تحسين سياساتها المحلية وأشهر هذه الشبكات هي شبكة المدن الإبداعية التابعة لليونسكو التي



تأسست عام ٢٠٠٤ وتضم حالياً اكثر من ١١٦ مدينة عضو تعتبر إبداعية في واحدة او اكثر من المجالات الابداعية الهدف من ذلك هو التركيز على الإبداع كعنصر أساسي في التنمية الاجتماعية والاقتصادية المحلية للمدن الأعضاء، تستخدم الشبكات أيضاً لأغراض العلامات التجارية، اذ ان كون المدينة عضواً ضمن شبكة ابداعية عالمية مثل اليونسكو تساعد في تحسين صورة المدينة وبالتالي جذب الاستثمارات والزوار اضافة الى ان الانضمام الى شبكات المدن الابداعية تجعل السكان أكثر حماساً للعيش في المدينة مما يعزز رأس المال الاجتماعي للمدينة (44).

فالمدينة الابداعية اماكن تتسم بالتسامح والانفتاح على التنوع والتعايش مع الاختلافات تحتضن نسيج مجتمعي متنوع ومجموعات متنوعة من المبدعين وتشجع تنوع استعمالات الارض ثقافية ترفيهية مرافق تعليمية ومساحات عامة متنوعة وصديقة للمشاة ومرافق وبنى تحتية ابداعية جاذبة للمبدعين والشركات الابداعية مما يضيف اجواء التنافس والتبادل والتعاون والانتاج على المدينة يجعل منها مدينة نابضة بالحياة وموطناً للابتكارات في كل المجالات والانشطة والفعاليات وطرق التواصل ،مدينة تشجع التفاعل المجتمعي والتواصل وجها لوجه اما لقاءات مخطط لها او غير مخطط لها وتتفاعل وتتواصل المدن الابداعية مع بعضها من خلال تجمعات وندية عالمية ومؤتمرات دورية ابرزها رابطة اليونسكو للمدن الابداعية لتبادل الخبرات والتعاون والتعلم من تجارب المدن الاخرى لتحسين حياة المجتمعات ولكل مدينة ابداعية لكل مدينة ابداعية تراث ثقافي وقصة وقيمة رمزية تخلق هوية خاصة تميزها عن غيرها تجذب الزوار والمبدعين والمواهب.

٤- سمات الاماكن الابداعية

مما سبق ادركنا ان مستويات الاماكن الابداعية بمختلف مقاييسها من المستوى الاصغر (البنائية) الى المستوى الاكبر (المدينة) تشترك بثلاث سمات رئيسية، وهذه السمات هي (التنوع، التفاعل الاجتماعي، الهوية المميزة) وسنتناول هذه الخصائص بشيء من التفصيل:

٤-١ التنوع

يُعرّف التنوع بأنه تواجد أو تعايش عدد من المجموعات الاجتماعية والاقتصادية والديموغرافية والعرقية والثقافية ضمن مكان او منطقة معينة مثل مدينة أو حي (45)، ويعتبر التنوع سمة رئيسية للاماكن الابداعية لان التنوع يحفز الابداع ويقود الى الابتكار الذي يعد عنصراً أساسياً في نجاح العملية الابداعية (46).



المكان الإبداعي: تعريفه وسماته

ويمكن في تنوع المعالم الثقافية وتشمل الموارد الثقافية الحضرية بما في ذلك الهندسة المعمارية والمناظر الطبيعية الحضرية أو المعالم المميزة المعاصرة على مستوى الابنية والمواقع ايضا بالإضافة الى المواقع والابنية التراثية والاثريّة⁽⁴⁷⁾، وتنوع الفعاليات الثقافية والمهرجانات والمعارض والمسيرات⁽⁴⁸⁾، وتنوع المؤسسات والبنى التحتية الثقافية والتي تضم الاماكن الثقافية التقليدية (المسارح والمتاحف و دور السينما وقاعات الحفلات الموسيقية والمعارض) ،اضافة الى المكتبات والمراكز المجتمعية والحدائق التي تحدث فيها الفعاليات الفنية والثقافية ،مثل المهرجانات والمسيرات وأسواق الفنون التي تمثل جوانب مهمة في المشهد الثقافي للمجتمع⁽⁴⁹⁾ .

تتنوع الصناعات الابداعية والثقافية التي تنتج محتوى على شكل سلع أو خدمات "تجمع بين إنشاء وإنتاج وتسويق المحتويات ذات الطبيعة الثقافية غير المادية " ووفقاً لليونسكو إن العامل المهم هو أن هذه الصناعات تؤدي دوراً رئيسياً في تعزيز ودعم التنوع الثقافي⁽⁵⁰⁾، ولا تقتصر فقط على الاشكال التقليدية للعمل الثقافي كالمسرح والموسيقى والافلام وإنما شركات الخدمات أيضاً مثل الدعاية التي تبيع مهاراتها الإبداعية إلى شركات أخرى وعمليات التصنيع التي تغذي الإنتاج الثقافي ومبيعات التجزئة للسلع الإبداعية تحاك مع بعضها لإنتاج اشكال جديدة من الثقافة التجارية⁽⁵¹⁾، وتصنف الأونكتاد *UNCTAD الصناعات الابداعية والثقافية إلى أربع مجموعات واسعة تشمل: التراث والفنون ووسائل الإعلام والإبداعات الوظيفية وتنقسم هذه المجموعات بدورها إلى تسع مجموعات فرعية⁽⁵²⁾، كما موضح في الجدول (١):

جدول (١) يوضح تصنيف الصناعات الابداعية والثقافية حسب تعريف الاونكتاد

١- التراث الثقافي	٢- الفنون
<ul style="list-style-type: none"> التعبير الثقافي التقليدي ويشمل: الفنون الحرفية- المهرجانات والاحتفالات المواقع الثقافية وتشمل: المواقع الاثرية- المتاحف- المكتبات- المعارض... الخ 	<ul style="list-style-type: none"> الفنون البصرية وتشمل: الرسم- النحت - التصوير الفنون الاستعراضية: الموسيقى- السيرك- المسرح- الدمى المتحركة- الرقص الشعبي

* UNCTAD (United nations conference of trade and development) لأونكتاد مؤتمر الامم المتحدة للتجارة والتنمية وهي هيئة حكومية دولية دائمة أنشأتها الجمعية العامة للأمم المتحدة في عام ١٩٦٤ ويقع مقرها الرئيسي في جنيف ، سويسرا وهي جزء من المجموعة الانمائية للامم المتحدة .
[/https://unctad.org](https://unctad.org)

٣- وسائل الاعلام	٤- الابداع الوظيفي
<ul style="list-style-type: none"> • اعمال النشر والطباعة: الكتب- الاعلام- المجلات .. الخ • اوجه النشاط السمعي والبصري: التلفاز - المذياع-السينما- المسجلات 	<ul style="list-style-type: none"> • نشاط التصميم ويشمل: الديكور, الكرافيك , المجوهرات-الازياء • نشاط الاوساط الحديثة: المحتوى الرقمي - البرمجيات-العباب الفيديو و الصور المتحركة • الخدمات الابداعية: الدعاية والاعلان -الهندسة المعمارية- البحث والتطوير

Source (Levickaitè,2015,p:25)

ويتمثل التنوع الاجتماعي بتعدد الانتماءات الدينية والعرقية والثقافات الفرعية ويشمل تعدد اللغات ايضا والتنوع الديموغرافي للسكان (تنوع الفئات العمرية ونسبة السكان المقيمين) من غير جنسية البلد الام الى السكان المحليين) (53).

ويتمثل تنوع استعمالات الارض في تعدد الاستعمالات السكنية والتجارية والثقافية والمؤسسية والخدمية والإنتاجية، حيث يتم دمج هذه الوظائف في مستويات مختلفة وكمثافات مختلفة وفي مجموعات مختلفة مما يمكن العيش والعمل والاسترخاء والذهاب للتسوق في مكان واحد، وتنوع احجام المباني والفضاءات المفتوحة ووسائل النقل وتنوع خيارات السكن (54)، بالتالي تقليل استخدام السيارة وتشجيع النقل العام والنقل التشاركي (السيارات المشتركة) والصديق للبيئة وتدعم تنوع وسائل النقل العام كالقطارات والحافلات والترام والدراجات او سيراً على الاقدام بحيث يمكن الانتقال بسلاسة من نموذج إلى آخر (55)، اضافة الى الطرق الاخرى للنقل كالنقل النهري والجوي والتي تعزز سهولة الوصول للأماكن والأحداث و ترابط المدينة داخلياً ومع المدن الاخرى (56).

وتشجع الاماكن الابداعية تنوع خيارات السكن للسكان والوافدين من سكن واطى الكلفة الى سكن عالي الكلفة ومن السكن العمودي الى السكن المنفرد يراعى فيها الاستدامة والقرب المكاني من وسائل وطرق النقل وتوفير مواقف السيارات والمرافق الاخرى كالخدمات الترفيهية والصحية ، فالأماكن الابداعية هي اماكن صحية اذ ان لن يكون الناس مبدعين اذ لم يكونوا اصحاء وبالتالي تتسم بتنوع الخدمات الصحية واتاحتها للجميع (57).

و تتميز الاماكن الابداعية باحتوائها بيئة تعلم مرنة، اذ تتنوع طرق التعلم الابداعي والثقافي حيث ان تعليم القنون والثقافة يعزز إبداع الطلاب بالتالي تعزز من ادراك المواطنين لمشاكل مجتمعهم وتقديم حلول لهذه المشاكل ،ويشمل التعليم الرسمي في المدارس والمدارس المهنية والجامعات والمعاهد (58)، تشجع الاماكن الإبداعية أيضاً التعلم غير الرسمي ويمكن أن يكون



المكان الابداعي: تعريفه وسماته

ذلك من خلال الأندية الثقافية والمؤسسات البحثية ومراكز الشباب أو حتى الاماكن غير الرسمية مثل المقاهي (59).

جدول (٢) يلخص التنوع في الاماكن الابداعية

الاعراق والقوميات		التنوع	
الانتماءات الدينية			
اللغات			
الاجانب			
الفئات العمرية			
المناظر الطبيعية الحضرية			
التراثية والاثريه	المواقع والابنية والمعالم المعمارية		المعالم الثقافية
المعاصرة			
كالمسارح والمتاحف و دور السينما وقاعات الحفلات وغيرها			المؤسسات والبنية التحتية الثقافية
تقليدية			الصناعات الابداعية والثقافية
معاصرة			
الاستعمالات السكنية والتجارية والثقافية والترفيهية والخدمية والإنتاجية والفضاءات المفتوحة		استعمالات الارض المختلطة	
سكك حديد-سيارات-دراجات-مشاة	نقل بري	النقل	
نقل نهري			
نقل جوي			
متعدد ومنفرد		السكن	
واطئ الكلفة ومتوسط وعالي الكلفة			
المدارس- الجامعات- المعاهد- المؤسسات والمراكز البحثية		الرسمي	التعليم
مدارس-جامعات مراكز الشباب -المؤسسات البحثية ومراكز البحوث		غير الرسمي	
اماكن التجمعات غير الرسمية كالمقاهي والاندية		الرسمي	
الخدمات الترفيهية والخدمات الصحية			

المصدر: اعداد الباحثة اعتمادا على ما سبق من طروحات

٤-٢ التفاعل الاجتماعي

يشير إلى التفاعلات الإيجابية والتبادلات و"الترباط" بين الأفراد والشركات والمجتمعات و الاتصالات الاجتماعية والعلاقات التي تربطهم داخل الشبكات الاجتماعية بما في ذلك المواطنة النشطة، مثل هذه الاتصالات هي موارد مهمة للأماكن الابداعية حيث أنها توفر للناس والشركات الدعم المتبادل والائتمان من أنواع مختلفة⁽⁶⁰⁾.

ويشير الى طبيعة العلاقات الاجتماعية والانفتاح على التنوع والتسامح تجاه الاختلافات(على سبيل المثال بين الشباب والمسنين) او العدالة الاجتماعية او المساواة بين الجنسين، والمجتمعات الثقافية(قد تختلف بالانتماءات الدينية او العرقية او بين السكان المحليين والوافدين من الزوار سواء مواطنين او اجانب) والذي يولد الاحساس بالأمان والتحرر من الخوف مما يعزز الشعور بالمواطنة ويشجع التفاعلات الإيجابية والتبادلات و "الترباط" بين الأفراد والمجتمعات⁽⁶¹⁾، وتجدر الاشارة الى أنه يمكن للتسامح والتلاحم بين مختلف الفئات الاجتماعية، يشير الى مدى الاندماج الاجتماعي و مشاركة المجتمع في الفعاليات والمهرجانات والاحداث المرتبطة بالثقافة والابداع⁽⁶²⁾، اضافة الى ارتياد الاماكن التي تحتضن الأنشطة المتعلقة بالتعلم والرياضة والمساواة الاجتماعية والإبداعية الأخرى التي يمكن أن تجمع الناس من مجتمعات مختلفة مما يساعد على تقوية الشبكات الاجتماعية غير الرسمية إلى جانب المنتديات الرسمية الموجودة لتعزيز التفاهم والثقة المتبادلين بين المجموعات (كالمدارس، الجامعات، مراكز ثقافية، مقاهي وغيرها)⁽⁶³⁾.

ويظهر التفاعل الاجتماعي بين الشركات الابداعية ويساعد في ذلك القرب المكاني بين الشركات مما يسهل التعاون التجاري مع بعضها بطرق مختلفة والتعلم الجماعي وفي النهاية تكوين مجموعات صناعية قوية (تجمع بين التعاون والمنافسة) من خلال التقارب الجغرافي الذي يعزز التفاعل الاجتماعي والاتصال المباشر ونقل جميع أنواع المعرفة وتبادل الخبرات⁽⁶⁴⁾.

وتحدث هذه التفاعلات الاجتماعية اما من خلال التواصل وجهاً لوجه أو من خلال تكنولوجيا المعلومات و شبكات الاتصال الأوسع نطاقاً، وبالتالي المساعدة في تجارة السلع والخدمات، وقد تتضمن هذه الشبكات شبكات اجتماعية مثل النوادي والاجتماعات المنتظمة في المقاهي أو الجمعيات غير الرسمية، او شبكات المصالح المشتركة مثل نوادي الأعمال أو اتحادات التسويق أو الشركات بين القطاعين العام والخاص التي تشمل هياكل الدعم المالي والأجهزة التي يمكن من خلالها الجمع بين الموارد والأفكار العامة والخاصة للأشخاص وتسخير إبداعاتهم⁽⁶⁵⁾.

جدول (٣) يلخص التفاعل الاجتماعي في الاماكن الابداعية

المكان الابداعي: تعريفه وسماته

اعراق او ديانات او قوميات		التفاعل الاجتماعي
السكان المحليين والاجانب		
الشباب والمسنين		
العدالة الاجتماعية		
المساواة بين الجنسين		
الشركات الابداعية		
مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الالكترونية	شبكات الانترنت وتكنولوجيا المعلومات	
نوادي الاعمال، اتحادات التسويق وغيرها	مؤسسات المصالح المشتركة	
كالمهرجانات والمسيرات	الفعاليات الثقافية الدورية	
الجامعات، المدارس، معاهد ومراكز ثقافية، مهنية .. الخ	اماكن التعلم الرسمي	
الجامعات، المدارس، معاهد مراكز ثقافية، مهنية، مقاهي، الساحات العامة .. الخ	اماكن التعلم غير الرسمي	

المصدر: اعداد الباحثة اعتمادا على ما سبق من طروحات

٤-٣ الهوية المميزة

تتميز الاماكن الابداعية بامتلاكها هوية متميزة لان الابداع يساعد على تنمية الثقافة والهوية بسبب الابتكارات المتولدة التي تشكل الهيئة التي تكون عليها الاماكن⁽⁶⁶⁾. من الناحية الاجتماعية يمكن أن تتكون من مزيج من هويات متنوعة في أجزاء مختلفة من المدينة والتي تعبر عن نفسها في أنماط الحياة المتنوعة، لذلك يعد التسامح والانفتاح على التنوع جانباً أساسياً لتسخير الهويات في الاماكن الابداعية⁽⁶⁷⁾، إذ يعد التنوع أحد الأصول المهمة باعتباره عاملاً إيجابياً وقوة يثري الحياة اليومية والاجتماعية لأنه يخلق بيئة ممتعة وقادرة على مواجهة التحديات وبالتالي يعد جزءاً من الهوية المحلية، ومن الناحية الثقافية تكمن تميز الهوية من خلال تراثها الثقافي المادي بما في ذلك المؤسسات الثقافية والمواقع والابنية التراثية والاثريّة والابنية والمعالم المعمارية المعاصرة المميزة وغير المادي كالطعام والازياء والاعاني واي تقاليد اخرى اذ تمثل الاساس لخلق قيمة جديدة وصورة جديدة تحيي تراث الاماكن وتخلق هوية مميزة لها⁽⁶⁸⁾.

تتميز الاماكن الابداعية بالأجواء والمشاهد المرتبطة بالثقافة والابداع والمهرجانات والاحداث الدورية والحفلات وغيرها من الفعاليات الثقافية والاحداث التشاركية⁽⁶⁹⁾، حيث تعزز

الاماكن الابداعية العلاقات الاجتماعية التي توفر للناس أماكن اللقاء والمشاركة، مما يؤدي إلى تقوية الروابط الاجتماعية من حولهم وبالتالي، فإن هذه الأماكن تصبح محورا للحياة الاجتماعية داخل الحي مما يخلق الترابط بين الناس والبيئة الحضرية فيخلق لديهم الاحساس بالانتماء إلى المكان استناداً إلى الاهتمامات والفعاليات المشتركة وأسلوب الحياة⁽⁷⁰⁾.

تبرز الهوية الثقافية المحلية في التصاميم والصناعات المحلية الابداعية من خلال مشاريع تجارية إبداعية أو أحياء تنتج سلعاً وخدمات تحمل خصائص مميزة مرتبطة بالمكان لا يمكن انتاجها في أماكن أخرى، إضافة للأنشطة التجارية الابداعية التي تضم الأعمال التجارية المحلية الكبيرة تُنتج سلعاً وخدمات ثقافية كاستوديوهات السينما أو دور النشر وغيرها، والمشاريع التجارية الصغيرة والمتوسطة الحجم في قطاع العمل الإبداعي⁽⁷¹⁾.

جدول (٤) يلخص سمة الهوية المميزة في الأماكن الابداعية

اعراق وقوميات		الهوية المميزة
انتماءات دينية		
لغات		
اجانب		
العمارة	التراث الثقافي	
الازياء		
الطعام		
الحرف التقليدية		
الأغاني والطقوس وغيرها من الموروثات المتناقلة شفهيًا		
المؤسسات الثقافية		
التقليدية	الصناعات الابداعية	
المعاصرة كالأعمال السينمائية والنشر والتصميم وغيرها		
المهرجانات والمسيرات والحفلات... الخ	الفعاليات الثقافية الدورية	
التراثية والاثريّة	الابنية والمواقع والمعالم	
المعاصرة		

المصدر: اعداد الباحثة اعتمادا على ما سبق من طروحات

٥- الاستنتاجات

• لدينا جيلاً جديداً من المساحات الحضرية يمتلك فلسفة وأيديولوجيا تركز على إنشاء جسور مع الإبداع لحل المشكلات التي تواجهها المجتمعات، وترتكز على تكامل الأبعاد الثقافية والاجتماعية





والعمرانية والاقتصادية ككل حيث تعمل كمساحات للابتكار والابداع والمعرفة والمشاركة والتعلم والتعاون فتتولد الابتكارات وتسهم في تنمية المناطق الحضرية واستدامتها .

•تتنوع مستويات الاماكن الابداعية من المبنى الواحد الى مدينة بأكملها حيث تتدرج من المستوى الموقعي الذي يضم (الاماكن الثالثة الابداعية والمراكز الابداعية)والتي تكون مبنى بطابق واحد او مبنى متعدد الطوابق والمستوى الحضري والذي يضم(فضاء المعيشة الحضري والشارع الابداعي والانهار الابداعية والمحلات والاحياء الابداعية والتي تتكون اما محلات ابداعية (تنتج من المبادرات المحلية او المحلات والاحياء مخطط لها استراتيجياً من مبادرات وتمويل حكومي) ثم المدينة الابداعية) .

•مستويات الاماكن الابداعية بمختلف مقاييسها من المستوى الاصغر (البنائية) الى المستوى الاكبر (المدينة) تشترك بثلاث سمات رئيسية، وهذه السمات هي (التنوع، التفاعل الاجتماعي، الهوية المميزة).

•هناك اتجاه متزايد في استخدام الموارد الثقافية الحضرية من أجل الإنعاش الاقتصادي والاماكن الابداعية هي إحدى الوسائل الناجحة لجذب الاستثمارات الداخلية والخارجية وجذب السياح والمبدعين ورأس المال المتنقل.

• يؤدي خلق الاماكن الابداعية إلى توليد ثلاث انواع من التأثيرات وهي التأثير الحضري متمثلاً بالتجديد الحضري من خلال اعادة استخدام المساحات المهجورة وتحسين صورة المدينة وتعزيز هويتها والإحساس بالانتماء للمكان، والأثر الاجتماعي من خلال تشجيع التفاعل الاجتماعي بأجواء من التسامح والانفتاح على التنوع بأشكاله ثقافي او عرقي او ديني والأثر الاقتصادي وذلك بتحفيز طرق جديدة للتنمية الاقتصادية للمدن وجذب الاستثمارات.

الهوامش

1-De Miranda Paulo C, et al. Creativity: people, environment and culture, the key elements in its understanding and interpretation. Science and Public Policy. 2009,p:523.

2-Csikszentmihalyi, Mihaly, Flow and the psychology of discovery and invention,1996,p:28.

3-Landry, Charles ,The creative city: A toolkit for urban innovators, 2000,p:xi.

4-Florida, Richard,Cities and the creative class,2005,p:1.

5-Franqueira, Teresa, Creative Places for Collaborative Cities: Strategies to enable the convergence of groups of people and organizations for a sustainable urban reactivation,2009,p:35.

6-Franqueira, Teresa, Ibid, p,p:17,34.

7-Oldenburg, Ray,The great good place: Cafés, coffee shops, community centers, beauty parlors, general stores, hangouts, and how they get you through the day,1989,p-p:44-45.

8-Oldenburg, Ray,Ibid,p-p:11-12.





- 9-Borchardt, Aaron,etal,The creative city connecting place people and identity in Glasgow and Portland,2015,p:131.
- 10-Landry, Charles, and Wood, Phil, The intercultural city: planning for diversity advantage,2007,p:317.
- 11-Borchardt, Aaron,etal,p:131.
- 12-Dovey, Jon,etal, Creative Hubs: Understanding the New Economy,2016,p:7.
- 13-Dovey, Jon,etal,Ibid,p:8.
- 14-Gill, Rosalind, etal, Creative Hubs In Question: Place, space and work in the creative economy,2019,p-p:89-91.
- 15-Dovey, Jon,etal,Ibid,p:38.
- 16-Gill, Rosalind, etal,Ibid,p:157.
- 17-Dovey, Jon,etal,Ibid,p-p:38-40.
- 18-Gill, Rosalind, etal,Ibid,p:160.
- 19-Borchardt, Aaron,etal,Ibid,p:125.
- 20-Bašová, & Štefancová , Creative Parameters of Urban Spaces,2016,p-p:58-59.
- 21-Borchardt, Aaron,etal,Ibid,p-p:117-119.
- 22-Borchardt, Aaron,etal,Ibid,p:92.
- 23-Gehl,jan,a changing street life in a changing society,1989,p:17.
- 24-Borchardt, Aaron,etal,Ibid,p:97.
- 25-Landry, Charles, and Wood, Phil, Ibid,p:34.
- 26-Gehl,jan,Ibid,p:8.
- 27-Borchardt, Aaron,etal,Ibid,p:92
- 28-Kostopoulou,Stella,On the Revitalized Waterfront: Creative Milieu for Creative Tourism,2013,p:4850.
- 29-Borchardt, Aaron,etal,Ibid,p:66.
- 30-Kostopoulou, Stella ,Ibid,p:4584.
- 31-Sepe, Marichela, Urban history and cultural resources in urban regeneration: a case of creative waterfront renewal,2013,p-p:599-600.
- 32-Kostopoulou, Stella ,Ibid,p:4586.
- 33-Franqueira, Teresa, Ibid, p-p: 34-35.
- 34-Franqueira, Teresa, Ibid, p:137.
- 35-Alovjanović, Monika, Being Alternative: Social Embeddedness of Grassroots Sustainability Culture in Berlin,2012,p:30.
- 36-Franqueira, Teresa, Ibid, p: 71.
- 37-Alovjanović, Monika ,Ibid,p-p:33-35.
- 38-Wong, How Yan, The Attractiveness of Moving to a Creative Cluster,2012, p:31.
- 39-Wong, How Yan ,Ibid,p-p:32-33.
- 40-Durmaz, Bahar, Creative clusters and place-making: analysing the quality of place in Soho and Beyoglu,2012, p:121.
- 41-Moldoveanu, &Ioan-franc, Creative cities - A model of sustainable city planning,2016,p:2.
- 42-Reis,&Peter,Creative city perspectives,2009,p:13.
- 43-Romein, &,Trip ,Key elements of creative city development: An assessment of local policies in Amsterdam and Rotterdam,2009,p:4.
- 44-Gathen, Constanze, Benefits of Networks within Cultural and Creative Industries,2016, p-p:15-16.
- 45-Barberis, Eduardo, et al, Divercities: dealing with urban diversity,2017, p:11.
- 46-European Union, European Regional Development Fund,Culture as a factor for economic and social innovation report,2012,p:15
- 47-Landry, Charles,Creative Cities: the Toolkit for Urban Innovators,2008,p:xxx.

- 48-Jackson, etal, Cultural vitality in communities :Interpretation and Indicators,2006, ,p:44.
- 49-Jackson, etal ,Ibid,p:14.
- 50-Levickaitè, Rasa, Modelling of the creative economy sustainable development,2015, ,p:20.
- 51-BOP Consulting, Mapping the Creative Industries:A Toolkit, Creative and Cultural Economy,2010, p-p:15-17.
- 52-Levickaitè, Rasa, Ibid,p:25.
- 53-Hartley, John, et al,CCI-CCI Creative City Index,2012,p:118.
- 54-Vorontsova, etal, The development of urban areas and spaces with the mixed functional use, 2016,p:1997.
- 55-Landry, Charles,Ibid,2008,p:72.
- 56-Hartley, John, et al,Ibid,p:47.
- 57-Landry, Charles,Ibid,2008,p:35.
- 58-KEA European affairs, The Impact of Culture on Creativity,2009 ,p:109.
- 59-Abouldahab, etal, Creative City Framework: Assessing Cairo City's Creativity,2017, p:7.
- 60-Turok,Ivan, The connections between social cohesion and city competitiveness,2007, p:5.
- 61-Turok,Ivan,Ibid,p-p:5-6.
- 62-Sailer, Kerstin,Creativity as social and spatial process, 2011 ,p:7.
- 63-Turok,Ivan,Ibid ,p:16.
- 64-Comunian, Roberta,Rethinking the creative city: the role of complexity, networks and interactions in the urban creative economy,2011,p:1170.
- 65-Landry, Charles,Ibid,2008,p:133.
- 66-Landry, Charles,Ibid,2008,p:xxv.
- 67-Landry, Charles,Ibid,2008,p:118.
- 68-Barberis ,etal,Ibid, p-p:117-188.
- 69-Hartley, et al,Ibid, p:77.
- 70-Barberis ,etal,Ibid p:73.
- 71-UNESCO ,UNDP, Creative economy: Widening local development pathways,2013, p-p:140-142.

المصادر

- 1) Abouldahab, Salma Mohammad, etal, Creative City Framework: Assessing Cairo City's Creativity,1st International Conference on Towards a Better Quality of Life, Technische Universität Berlin Campus El Gouna, Egypt, 2017.
- 2) Alovjanović, Monika, Being Alternative: Social Embeddedness of Grassroots Sustainability Culture in Berlin, Master thesis, Central European University,Bodapest,2012.
- 3) Barberis,Eduardo,etal, Divercities: Dealing with Urban Diversity ,The Case of Milan, Utrecht University, Faculty of Geosciences, Utrecht, 2017.
- 4) Bašová, Silvia &Štefancová, Lucia, Creative Parameters of Urban Spaces, International Journal of Arts and Commerce, Vol. 5 No. 2, 2016.
- 5) BOP Consulting, Mapping the Creative Industries:A Toolkit, Creative and Cultural Economy", series 2, The British Council,London,2010.
- 6) Borchardt, Aaron,etal,The creative city connecting place people and identity in Glasgow and Portland,MSA publications, The mackintosh school of architecture, The Glasgow school of art, Glasgow, Glasgow, 2015.
- 7) Comunian, Roberta,Rethinking the creative city: the role of complexity, networks and interactions in the urban creative economy, Urban studies. 2011;48(6).





- 8) Csikszentmihalyi, Mihaly, Flow and the psychology of discovery and invention, Vol. 56, New York: Harper Collins; 1996 Apr.
- 9) De Miranda Paulo C, et al. Creativity: people, environment and culture, the key elements in its understanding and interpretation. Science and Public Policy. 2009 Aug 1;36(7).
- 10) Dovey, Jon,etal, Creative Hubs: Understanding the New Economy , City University of London (in association with University of West of England, REACT, Creative works London, and The Watershed, London, 2016.
- 11) Durmaz, Bahar, Creative clusters and place-making: analysing the quality of place in Soho and Beyoglu, Doctoral dissertation, University of Nottingham, 2012.
- 12) European Union, European Regional Development Fund,Culture as a factor for economic and social innovation report, European Regional Development Fund,Culture as a factor for economic and social innovation programm,2012.
- 13) Florida, Richard,Cities and the creative class, First edition, Routledge. New York, London, 2005.
- 14) Franqueira, Teresa, Creative Places for Collaborative Cities: Strategies to enable the convergence of groups of people and organizations for a sustainable urban reactivation ,Unpublished PhD Thesis, University of Milano, Milano, 2009
- 15) Gathen, Constanze, Benefits of Networks within Cultural and Creative IndustriesThe Case of the UNESCO Creative Cities Network with a Particular Focus on Gastronomy,Mid Sweden university, Holmgatan, 2016.
- 16) Gehl,jan,a changing street life in a changing society, places Journal .. 1989 ,volume 6(1).
- 17) Gill, Rosalind,etal,Creative Hubs In Question: Place, space and work in the creative economy, Springer.London, 2019
- 18) Hartley, John, et al,CCI-CCI Creative City Index,Final report,ARC centre of excellence for creative industries and innovation, Brisbane, Australia, 2012.
- 19) Jackson, Maria Rosario, etal, Cultural vitality in communities :Interpretation and Indicators,Report, Culture, Creativity, and Communities Program, The Urban Institute, Washington,2006.
- 20) KEA European affairs, The Impact of Culture on Creativity,A Study prepared for the European Commission,Directorate-General for Education and Culture, 2009.
- 21) Kostopoulou, Stella,On the Revitalized Waterfront: Creative Milieu for Creative Tourism , Department of Economics, Aristotle University of Thessaloniki, Thessaloniki 54124, Greece, Sustainability ,2013,5. no. 11.
- 22) Landry, Charles ,The creative city: A toolkit for urban innovators, First edition, Earthscan, London, 2000.
- 23) Landry, Charles,Creative Cities: the Toolkit for Urban Innovators ,Second edition, Earthscan, London,2008.
- 24) Landry, Charles, and Wood, Phil, The intercultural city: planning for diversity advantage ,Earthscan London, 2007.
- 25) Levickaitè, Rasa, Modelling of the creative economy sustainable development, PhD diss., Vilnius Gedimino technikos universitetas, 2015.
- 26) Barberis, Eduardo, et al, Divercities: dealing with urban diversity ,The case of Milan,Report, Faculty of Geosciences, Utrecht University, Utrecht, 2017.
- 27) Moldoveanu, Maria&Ioan-franc, Valeriu, Creative cities - A model of sustainable city planning, Peter Lang Academic Research-Peter Lang GmbH publisher, Frankfurt, 2016.
- 28) Newbigin, John(2010), *the Creative Economy:An Introductory Guide*, Creative and Cultural Economy series 1, British Council,London.

- 29) Oldenburg, Ray, The great good place: Cafés, coffee shops, community centers, beauty parlors, general stores, hangouts, and how they get you through the day, Paragon House Publishers, Paragon. 1989.
- 30) Reis, Ana Carla Fonseca, and Peter Kageyama ,Creative city perspectives, 1st. Edition ,Garimpo de Soluções & Creative City Productions, São Paulo, 2009.
- 31) Romein, Arie, and Trip Jan Jacob, Key elements of creative city development: An assessment of local policies in Amsterdam and Rotterdam , Madrid, City Futures' 09, 4-6 June, 2009.
- 32) Sailer, Kerstin, Creativity as social and spatial process ,Facilities, 2011, 29, no. 1-2 .
- 33) Sepe, Marichela (2009), *Creative urban regeneration between innovation, identity and sustainability*, International Journal of Sustainable Development, 12(2-4), 144-159.
- 34) Sepe, Marichela, Urban history and cultural resources in urban regeneration: a case of creative waterfront renewal ,Planning Perspectives, 2013, 28. no. 4.
- 35) Turok, Ivan, The connections between social cohesion and city competitiveness, chapter in OECD ,Competitive Cities in the Global Economy, Paris, 2007.
- 36) UNESCO ,UNDP, Creative economy: Widening local development pathways, Report, special edition, United Nations Development Program, New York, 2013.
- 37) Vorontsova, A. V., et al, The development of urban areas and spaces with the mixed functional use, 2016, Elsevier, Procedia Engineering ,1.150 .
- 38) Wong, How Yan, The Attractiveness of Moving to a Creative Cluster, Master Thesis, Cultural Economics & Cultural Entrepreneurship, Erasmus University ,Rotterdam, 2012.

