

بازآفرینی شهری فرهنگ مینا: تأملی بر بُن مایه های فرهنگی و کنش بازآفرینی

دکتر سهند لطفی*

استادیار گروه شهرسازی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران.
(تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۹/۲۶، تاریخ پذیرش نهایی: ۸۹/۱۲/۲)

چکیده:

«بازآفرینی فرهنگ- مینا» را می توان اصلی ترین رویکرد بازآفرینی شهری در دو دهه اخیر دانست. کاربست فرهنگ در جایگاهی راهبردی، و با هدف دستیابی به سازو کاری اقتصادی و پررونق که می تواند متضمن اهداف توسعه ای باشد و چهره ای فرهنگ گرا برای شهرها ترسیم کند، رویه ای است که در چارچوب بازآفرینی شهرها به آن اهمیت فراوانی داده شده است. بازآفرینی فرهنگ مینا، با طرح مفاهیم پایه ای مانند استفاده از حوزه های نوآورانه اقتصادی و آنچه صنایع خلاق نامیده می شود، به این نکته اساسی می رسد که می توان در بافت های درونی و هسته های مرکزی شهرها، با اطمینان به نتایج فرآیند بازآفرینی، از رهیافت فرهنگی و ویژگی های مثبت آن بهره جست. این رهیافت، به کالبد دیروز احترام می گذارد و ساختارهای نو را در همخوانی با ساختارهای دیروز، به این ترکیب می افزاید و محتوا و کارکردی را ارائه می دهد که روستا ساخت آن جریان فرهنگی و اجتماعی، و زیرساخت آن، سازو کاری کاملاً اقتصادی و پر بازده است. چنین نگاهی موجب رسیدن به نوعی همگرایی در هدف و وسیله بازآفرینی شهری می شود. در این مقاله که بدایتی بر مبحث اساسی بازآفرینی فرهنگ میناست، از نگاهی نظری و نظریه ای به باز شناسی ابعاد رهیافت فرهنگ- مینا در بازآفرینی شهری پرداخته شده است.

واژه های کلیدی:

بازآفرینی فرهنگ- مینا، بازآفرینی شهری، فرهنگ، مکان محوری، رویدادمدراری.

مقدمه

در رسیدن به رونق اقتصادی و از این طریق، فراهم آوردن امکان توسعه یکپارچه، هدایت می‌کند. در کنار چنین رهیافتی، می‌توان دید که طی گذاری بطی، نوع انتخابی که بازآفرینی شهری به آن دست می‌زند، بیشتر به سوی استفاده از ابعاد بدیع محتوایی شهر و ترجیح دادن بالقوگی‌های برخاسته از ساحت محتوایی شهر نسبت به توسعه‌هایی است که دخل و تصرف گسترده کالبدی را دستمایه حصول اهداف خود قرار می‌دهند. به تأویل بهتر، اگر نگاهی به سیر گونه‌گونی رهیافت‌های بازآفرینی شهری شود، توجه به جنبه‌های برخاسته از لایه‌های انباشت تاریخی و استفاده از اندوخته‌های پیشینه‌ای و فرهنگی، نسبت بسیار قابل توجه‌تری از نگاه‌های مرتبط با بازآفرینی شهری را شامل می‌شود. به همین دلیل، می‌توان تفوق رویکرد فرهنگی در بازآفرینی شهری را به نوعی از شرایط امروزی مرمت شهری به شمار آورد. به نظر می‌رسد، استفاده از بازآفرینی شهری «فرهنگ مبنا» و اشاعه آن توانسته هم به نیازهای توسعه‌ای شهرها در معنای بسیط خود پاسخ دهد، و هم موجب صیانت از میراث شهری و حفاظت از ساختارها و کارکردهای تاریخی و هویت آفرین شهری باشد.

سیر تحول مرمت شهری در دهه‌های اخیر، سرانجام این جریان را به سازماندهی و گردهم آوردن اقدامات خود در چارچوب بازآفرینی شهری رسانده است. بازآفرینی شهری، به مثابه روایتی فراگیر و یکپارچه از مرمت شهری، جریانی است که از یک سو به تمامی وجوه و محدودیت‌های امر توسعه در بطن شهر موجود توجه می‌کند و از سوی دیگر، به تدارک فرصت و استفاده از هر فرصتی برای تبدیل ساختن آن به ابزار یا راهی برای رسیدن به توسعه می‌پردازد. در این میان، بازآفرینی، نیروهای محرکه و دستاویزهای متنوعی را به عنوان محور یا هدف خود برگزیده و یا به تعبیری با استفاده از رویکردهای گوناگون، فرصت‌های متنوع توسعه ای را فراروی خود قرار داده است. به این ترتیب و طی مدت زمانی که از آغاز تکوین جریان بازآفرینی در شهرها می‌گذرد، تعداد و فراوانی رویکردهای مرتبط با آن، بسیار گسترده بوده است. (جدول ۱).

انتخاب هر یک از این رویکردها، به معنای این نیست که بازآفرینی، از سایر جنبه‌های مرتبط با توسعه شهری چشم پوشیده است، بلکه نوعی انتخاب، این جریان را به سوی بهره برداری هر چه بهتر از بالقوگی‌های موجود و بازتعریف سازوکارهای فراموش شده شهر

جدول ۱- با تأمل در منابع و بازخوانی سیر تحول جریان بازآفرینی شهری، می‌توان رویکردهای اصلی را که تا به امروز برای بازآفرینی شهری وجود داشته است، در شش محور اصلی خلاصه کرد؛ نکته قابل تأمل درباره رویکرد فرهنگی به بازآفرینی شهری، زیرمجموعه‌های آن، و اشتراکی است که بازیرمجموعه‌های محور اقتصادی دارد (پسوندها «مبنا» در تمامی عناوین از ترکیب واژه اصلی و پسوند led تولید می‌شود).

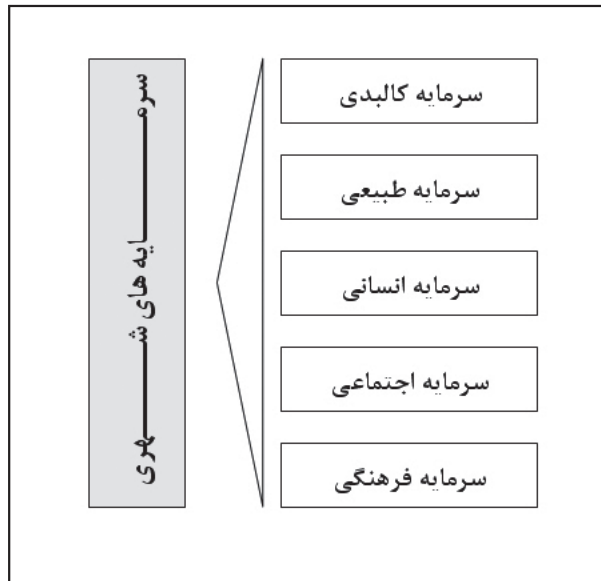
| فرهنگ | محیط زیست | طراحی | اقتصاد | اجتماع | قانون |
|---------------|------------------|-----------------|------------------|---------------|-------------------|
| * فرهنگ-مبنا | * محیط زیست-مبنا | * طراحی-مبنا | * مالکیت-مبنا | * جامعه-مبنا | * بخشی خصوصی-مبنا |
| * هنر-مبنا | * خیابان-مبنا | * خیابان-مبنا | * خرده فروش-مبنا | * تفریح-مبنا | * مبنا |
| * میراث-مبنا | * کرانه ای-مبنا | * پروژه-مبنا | * بازار-مبنا | * ورزش-مبنا | * دولت-مبنا |
| * رویداد-مبنا | * مرکز شهر-مبنا | * مرکز شهر-مبنا | * تجارت-مبنا | * رویداد-مبنا | |
| * حفاظت-مبنا | * کرانه ای-مبنا | * کرانه ای-مبنا | * مسکن-مبنا | * المپیک-مبنا | |
| * سرگرمی-مبنا | * مسکن-مبنا | * مسکن-مبنا | * مصرف-مبنا | * آموزش-مبنا | |
| * المپیک-مبنا | * حفاظت-مبنا | * حفاظت-مبنا | * سرگرمی-مبنا | * سلامت-مبنا | |
| * آموزش-مبنا | * سکونت-مبنا | * سکونت-مبنا | * المپیک-مبنا | * مهاجر-مبنا | |
| * مصرف-مبنا | | | * ورزش-مبنا | * سکونت-مبنا | |
| * ورزش-مبنا | | | * رویداد-مبنا | | |

مأخذ: (نگارنده با تلفیق برداشت‌های حاصل از بازخوانی منابع)

فرهنگ و کاربست رویکرد فرهنگی در بازآفرینی

و بارزه‌های فرهنگی مختص به خود، شناخته می‌شده است. ولی آنجا که سخن از معرفی دوباره فرهنگ به عنوان عامل توسعه مطرح می‌شود، می‌باید به شرایط شهری دوران معاصر اشاره کرد. شرایطی که فرهنگ را به عنوان برابرنهادی بر جریان اقتصاد محور توسعه قرار می‌دهد. می‌توان گفت از دهه ۱۹۷۰ میلادی، بسیاری از شهرهای اروپایی، شاهد نوعی تجدید ساختار ناخواسته شدند

حضور فرهنگ به عنوان عاملی که از یک سو ریشه در تاریخ دارد، و از سوی دیگر با آرزوها، خواسته‌ها و باورهای انسان‌ها در هم آمیخته و نوعی ویژگی منحصر به فرد را برای هر اجتماع انسانی شکل می‌دهد، بُعدی ازلی دارد (مامفورد، ۱۳۸۵). فرهنگ و بازنمودهای فرهنگی، همواره به عنوان جزئی جدایی ناپذیر از مناسبات شهر محسوب شده، و هر شهری [و دیاری] با فرهنگ



نمودار ۱- فرهنگ به عنوان یکی از سرمایه‌های شهری.
 ماخذ: (نگارنده با برداشت از Sacco and blesii, 2007)

سیر تحول رویکرد فرهنگی در باز آفرینی شهری

برداشتی که از مفهوم «فرهنگ» و وارد کردن آن در جریان توسعه‌های شهری وجود داشته، طی چند دهه با نوعی دگرگونی و استحاله همراه بوده‌است. بین دهه‌های ۱۹۴۰ تا ۱۹۶۰ میلادی، که آن را دوره «هنرهای پیش از الکترونیک» می‌دانند، فرهنگ را عرصه‌ای تلقی می‌نمودند جدای از اقتصاد و تولید، و حتی متنافر با آن؛ این همان دوره‌ای است که به زعم برخی، مرمت شهری همچنان نگاه بازسازنده دارد، و همچنان اثرات جنگ‌های جهانی تأثیر می‌پذیرد (Bianchini, 1999, 37). طی دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ میلادی، فرهنگ ابزاری است در خدمت اهداف اجتماعی و سیاسی، و هنوز هیچ نقش‌پذیری در عرصه اقتصادی ندارد. اما از دهه ۱۹۹۰ میلادی، که برخی آن را «دوران مشارکت» می‌نامند، فرهنگ به عنوان ابزاری در خدمت باز آفرینی اقتصادی و کالبدی شهر مورد استفاده قرار می‌گیرد، و از آن در سیاست‌گذاری‌های شهری استفاده فعال می‌شود (Kong, 2000, 386-7).

در نگاهی دیگر به سیر تحول فرهنگ در عرصه توسعه شهری، می‌توان به برداشت‌های سه‌گانه از ترکیب فرهنگ و اقتصاد استفاده کرد (نمودار ۲). در آغاز و طی دهه‌های ۱۹۴۰ تا ۱۹۸۰ میلادی، از واژه ترکیبی «صنعت فرهنگ» برای نشان دادن نوعی از امکان کسب درآمد اقتصادی از طریق اشاعه نوعی «فرهنگی» یا «فرهنگ انبوه» استفاده می‌شد؛ این همان مفهومی است که توسط اندیشمندانی مانند آدورنو به چالش کشیده می‌شود، و بار معنایی منفی پیدا می‌کند (Adorno, 1991). در مرحله بعدی، و پس از جهشی در این انکار، مفهوم «صنایع فرهنگی» مطرح

که دلایل آن را جابجایی صنایع و به تبع آن اشتغال، مهاجرت طبقه متوسط شهری به حومه‌ها، تغییر الگوی اشتغال، توسعه مراکز خرید در خارج از شهرها و افزایش مالکیت و وابستگی به خودروی شخصی دانسته‌اند (Binns, 2005, 1). تبعات چنین جریانی، بروز فقر، بزهکاری و بیکاری در مراکز شهری بود و می‌توان انگیزه ظهور باز آفرینی شهری با رویکرد بکارگیری عامل فرهنگ و «صنایع خلاق» را در همین واقعیت جستجو کرد (Bianchini, 1993).

برداشتی که در این مقطع از امر توسعه شهری وجود داشت، همچنان ریشه در رهیافت‌های مبتنی بر انواع «توسعه مجدد» و تغییر چهره شهرها از طریق جایگزین کردن مظاهر نو و عامه پسند به جای آثار بر جای مانده از دوره‌های پیشین حیات شهری بود. این رویکرد، به نحو بسیار گسترده‌ای در «آبادگری»های دهه‌های اخیر که در دل بافت درونی شهرها به اجرا درآمده، مشهود است. تعریفی که باز آفرینی شهری را، اصطلاحی می‌داند در نشان دادن «تغییراتی که از طریق طراحی دوباره، بازسازی و تنظیم مجدد زمین به دست می‌آید» (Vickery, 2007, 13)، همین وجه از اقدامات توسعه‌ای را مدنظر دارد. به همین ترتیب هم هست که توسعه املاک و مستغلات، مسکن، مجتمع‌های اداری و تجاری و ... تا مدت‌ها، محوریت‌های مهمی از جریان باز آفرینی را شامل می‌شده‌اند. ولی دیری نپایید که در برداشت‌های تازه‌ای که از امر ایجاد رونق دوباره در مراکز شهری به دست داده شد، شهرسازان، مدیران شهری و آبادگران به این نتیجه رسیدند که ساختن برج‌های اداری و مجتمع‌های تجاری، پاساژها و فروشگاه‌ها به تنهایی برای زنده کردن مرکز شهری کارآمدی ندارند (Hannigan, 1998, 47).

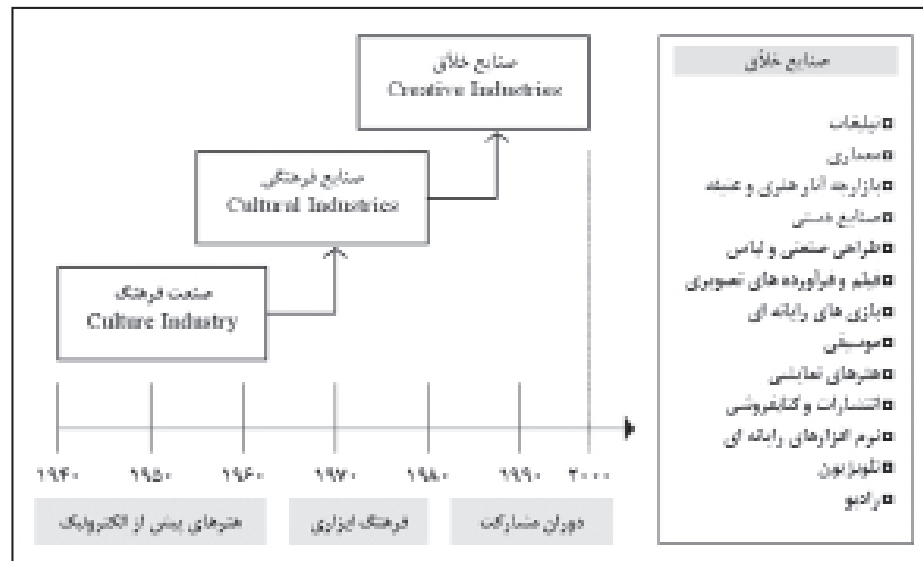
در چنین شرایطی، تحلیلی از شرایط شهری و بالقوگی‌های هفته در سازوکار فرهنگی شهرها، عاملی شد تا باز تعریفی از امر توسعه برای شهرها شکل بگیرد. در این برداشت تازه، از این واقعیت که شهرها برای دوره‌های طولانی، عرصه‌های تولید فرهنگ و بسترهای نوآوری‌های فرهنگی بوده‌اند و ذائقه هنری، سلیقه و گرایش به انواع مُد [اسلوب گرایی]، در آنها تکوین یافته است، بهره‌برداری شده و از آنجایی که علیرغم تغییر بسیاری از سازوکارهای اقتصادی، جریان ایجاد ذائقه و تغییر مُد، بیش از همیشه در آن‌ها حضور دارد، بر امکان استفاده از همین نقش تاریخی به عنوان راهبردی اساسی در ادامه حیات شهرها، تأکید گردیده است (Harvey, 1982, XI-XII). در پاسخی به رویکردهای قبلی که محوریت باز آفرینی را توسعه مستقیم اقتصادی قرار می‌دادند، به این نکته اصلی اشاره می‌شود که باز آفرینی شهری‌ای که از عامل فرهنگ بهره‌نماید، موفقیتی نخواهد داشت (Hughes, 1998, 2)؛ این به معنای امکان توسعه اقتصادی از طریق باز آفرینی فرهنگی است، حال آنکه باز آفرینی با رویکرد صرفاً اقتصادی، به مانند آنچه در آبادگری‌های مراکز شهری و توسعه‌های مجدد به چشم می‌خورد، الزاماً پایبندی به مسائل تاریخی و فرهنگی نداشته و نمی‌تواند با اهداف فرهنگی سازگاری داشته باشد (Bas-sett, 1993, 1785). به این ترتیب است که فرهنگ، به عنوان یکی از سرمایه‌های شهری شناخته شده (Sacco et al., 2007, 4)، و جایگاه خود را در جریان باز آفرینی شهری پیدا می‌کند (نمودار ۱).

برای استفاده از عامل فرهنگ به عنوان ابزار بازآفرینی همراه بوده است (Garcia, 2004, 1). به تعبیری، از این مقطع به بعد، بازآفرینی هدف اصلی خود را همگرا نمودن دو جریان فرهنگ و اقتصاد قرارداد است (Bianchini, 1999, 37) و این نکته بسیار بااهمیتی است. از این پس، تحلیل‌های گوناگونی درباره نقش و اهمیت رویکرد فرهنگی در بازآفرینی شهری به دست داده شده، و می‌توان گفت «بازآفرینی شهری فرهنگ-مبنا» به رهیافتی اساسی در حوزه مرمت و حفاظت شهری تبدیل

شده است (CCN, 2010, 8) (جدول ۲).

الگوهای اثرگذاری فرهنگ بر بازآفرینی شهری

با وارد شدن عامل فرهنگ و صنایع خلاق در بازآفرینی شهری، می‌باید به تحلیل الگوهای کاربست فرهنگ در برنامه‌ریزی و بازآفرینی پرداخت. در نگاهی کلی، سه نوع الگو برای شرکت‌دادن عامل فرهنگ در بازآفرینی شهری وجود داشته است؛ این سه الگو به ترتیب عبارتند از «فرهنگ و بازآفرینی»، «بازآفرینی فرهنگی» و «بازآفرینی فرهنگ - مبنا» (DCMS, 2004, 5). طرح این سه الگو،



نمودار ۲- سیر تحول برداشت و کاربست مفهوم فرهنگ و پیدایش صنایع خلاق.

گردید. در این مقطع و به تدریج، برداشت مثبتی از آمیزش فرهنگ با جریان توسعه اقتصادی پدیدار شد (McGuigan, 2010, 122-123)، و فرهنگ جزئی از راهبرد برنامه ریزی ملحوظ گردید. از این پس می‌توان شاهد کاربست بیش از پیش مفهوم و مصادیق پردامنه فرهنگ در بازآفرینی شهری بود تا بدانجا که طی گزارشی که در انگلستان تهیه شد، استفاده از «صنایع خلاق» به عنوان نوآورانه‌ترین روش استفاده از عامل فرهنگ در بازآفرینی شهری معرفی می‌گردد (DCMS, 2004). به این ترتیب است که طی سه دهه اخیر، تلاش‌هایی که برای تبدیل کردن شهرهای دیروز، با محوریت فعالیت‌های صنعتی و تولیدی، به شهرهای امروز با محوریت فعالیت‌های خدماتی، صورت گرفته، با تمایل بسیار

جدول ۲- دستاوردهای برنامه ریزی فرهنگ - مبنا و فایده‌های استفاده از رویکرد فرهنگی در بازآفرینی.

| |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▣ مبارزه با جدایی‌گزینی‌های اجتماعی ▣ مبارزه با جغرافیای «ناکجاآباد» و فراهم آوردن فرصت‌های طراحی برای ایجاد فرور مکان ▣ توانمندسازی اجتماعی از طریق درگیر کردن اجتماع و در اختیار گرفتن مالکیت فعالیت‌های محلی ▣ پشتیبانی از سیاست‌های فرهنگی مردم-محور با توجه به فهم بهتر توجه مردم اجتماع می‌دهند یا تمایل به انجام آن دارند ▣ حمایت از ایجاد تشکل‌ها ▣ سیاست‌گذاری بر پایه یک نظام پژوهش محور ▣ ارتقاء و توسعه برنامه‌ها و خدمات متعلق به بازارهای جامعه ▣ ارتقاء ارتباط و همکاری میان بخش هنر و سایر کارکردها ▣ یکپارچه‌سازی تأثیرگذار فرهنگ با جامعه - ارتقاء آگاهی نسبت به ظرفیت‌ها و بالقوه‌های هنر و فعالیت‌های فرهنگی در توسعه‌های اقتصادی و اجتماعی ▣ باز کردن و نشان دادن هنر-نهادهای هنری و فعالیت هنرمندان ▣ ارتقاء کیفیت دسترسی به فعالیت‌های فرهنگی و هنری و گسترش مخاطبان این فعالیت‌ها ▣ ارتقاء زیرساخت‌ها و امکانات فرهنگی ▣ حفظ و ارتقاء میزان مشارکت مالی بخش خصوصی و دولتی در زمینه فعالیت‌های فرهنگی و ادغام پژوهش‌های مرتبط با توسعه فرهنگ-محور |
|--|

استفاده های عمومی و اداری مورد طراحی یا استفاده دوباره قرار می‌گیرند؛ از فضاهای شهری استفاده‌های تازه‌ای صورت می‌گیرد و رویدادها و فعالیت‌های جدیدی که می‌تواند در آینده موجب شهرت و محبوبیت مکان‌ها شود، پیشنهاد می‌گردد.

گذار از «بازآفرینی فرهنگی» به «بازآفرینی فرهنگ مینا»، دلایل و انگیزه‌هایی دارد که وجه اقتصادی آن نیز در این میان قابل توجه است. پرهزینه و زمان بر بودن بازآفرینی فرهنگی از یک سو و تأکید بازآفرینی فرهنگ- مینا بر رویدادمداری و ترویج فعالیت‌های فرهنگی همزمان با احیاء و حفاظت از میراث شهری از سوی دیگر، اصلی ترین عامل این گذار بوده است (Landry et al., 1996, 9-10). طی این گذار، از انتخاب و به کارگیری عناصر محدود فرهنگی، به جریان یکپارچه بازآفرینی شهری و آفرینش مکان می‌رسیم که در آن به تفرج، تجارت، تقاضاها و خواسته‌های جامعه در محیطی رقابتی پرداخته می‌شود (Evans, 2003, 428). این سیر تحول در رویکردهای مرتبط با فرهنگ در بازآفرینی، علاوه بر نمایش گذاری تدریجی و صعودی، یادآور این نکته مهم نیز هستند که برای شکل گیری رهیافت فرهنگی در جریان بازآفرینی، نوعی حرکت بطئی و فرآیند تطبیق پذیر نمودن جریان توسعه با رویدادها و انگیزه های مبتنی بر فرهنگ وجود دارد که می‌تواند در جایگاه خود، تعریف کننده شیوه ای برای رسیدن گام به گام به شرایط «بازآفرینی فرهنگ مینا» باشد. فرآیند بازآفرینی شهری فرهنگ- مینا، اهداف زیر را دنبال می‌کند:

اشاعه گردشگری فرهنگی، افزایش میزان بهره‌برداری مفید از فضاهای شهری، کاهش میزان فرسودگی کالبدی، ارتقاء وجهه [تصویر] شهری، جذب سرمایه گذاری‌ها، اشتغال‌زایی، کاستن از حجم صدمه رسانی به محیط شهری (DCMS, 2004, 14).

مکان- محوری در بازآفرینی شهری فرهنگ- مینا

در بازتعریف بازآفرینی شهری فرهنگ- مینا، مفهوم «مکان» نقشی کلیدی دارد. آنچه «بازآفرینی شهری فرهنگ- مینا» در جستجوی آن است با ساحت های کالبدی، کارکردی و تصویری مکان (Montgomery, 1998) انطباق پذیر است و از همین رو می‌تواند یکی از اصلی ترین اهداف «بازآفرینی شهری فرهنگ- مینا» را دستیابی به مصادیق مکانی در بازه‌های فضایی پرتعداد دانست (Ward, 1998). به این ترتیب، سه بارزه اصلی را می‌توان برای «بازآفرینی شهری فرهنگ- مینا» مورد توجه قرار داد؛ بارزه‌هایی که هر یک، نشان از وجهی از نیل به مصداق مکان در دل جریان مرمت و حفاظت شهری دارند.

الف - «بازآفرینی شهری فرهنگ- مینا» و تعریف «محدوده های فرهنگی»

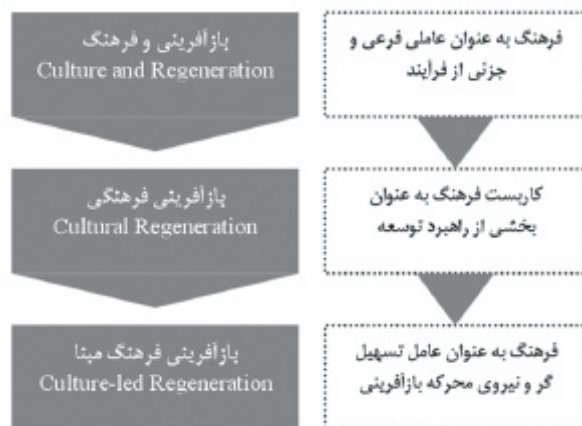
هرچند تقسیم‌بندی مشخصی برای تعیین مقیاس و محدوده عمل طرح های شهری با محوریت فرهنگ وجود دارد^{۱۳}

به نوعی با روند تکاملی برداشت از فرهنگ که پیشتر به آن اشاره شد، سازگاری دارد (نمودار ۳).

مفهوم «فرهنگ و بازآفرینی» نشان دهنده استفاده از امکانات یا رویدادهای پراکنده و کوچک مقیاس فرهنگی به عنوان حرکت هایی نه چندان مرتبط با بدنه اصلی و جانمایه بازآفرینی شهری است؛ به معنای بهتر، در این نگاه بازآفرینی با رویکرد اصلی آبادگری، فرهنگ را صرفاً نوعی «کاربری» قلمداد می‌کند که در چارچوب برنامه‌ریزی شهری، می‌تواند سطوحی را به خود اختصاص دهد، به همین منوال هم، در طرح های پیشنهادی، سهمی از کاربری‌ها به فرهنگ اختصاص می‌یابد و رتبه‌ای این رویکرد در ساختن تک‌عناصری مانند موزه‌ای در کنار یک مجموعه تجاری، یا وارد شدن جریان‌های خودجوش برای برپایی برنامه های هنری یا طراحی مبلمان شهری، به چشم می‌آید.

در نگاه دوم که عنوان «بازآفرینی فرهنگی» را بر خود دارد، کارکردهای فرهنگی خود را به عنوان جزئی از راهبردهای توسعه‌ای می‌شناسانند. در چارچوب نگاه سه‌گانه «زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی» به توسعه، فرهنگ می‌تواند نیرویی در جهت درگیر ساختن، یا ارتقاء هر کدام از این عوامل باشد، و موجب رونق اقتصادی، سرزندگی اجتماعی و برقراری کیفیت زیست محیطی گردد. در این رویکرد، پروژه‌های فرهنگی گسترده‌ای قابلیت تعریف دارند که در بسیاری مواقع به سوی توسعه مجدد با رویکرد فرهنگی نیل می‌یابند و نیازمند صرف هزینه های کلان و مدت زمان طولانی برای رسیدن به اهداف خود هستند. به این ترتیب، می‌توان از نوعی سیاست گذاری فرهنگی در برنامه های شهری نام برد که با «برنامه‌ریزی فرهنگی» قرابت بسیاری پیدا می‌کند.

سراخر، «بازآفرینی شهری فرهنگ- مینا»، که رویکردی امروزی و یکپارچه نگر است، فعالیت‌ها و رویدادهای فرهنگی را به مثابه عامل تسهیل گر^{۱۴} و نیروی محرکه بازآفرینی شهری قرار می‌دهد. در این رویکرد، «رویدادمداری»^{۱۵} محوریت بازآفرینی را تشکیل می‌دهد و رویدادهای فرهنگی از جنبه اقبال عمومی بسیاری برخوردارند. در جریان بازآفرینی فرهنگ مینا، معمولاً مجموعه ای از بناها به منظور



نمودار ۳- سیر گذار الگوهای اثرگذاری فرهنگ بر بازآفرینی شهری.

جدول ۳- بارزه های مکانی محدوده های فرهنگی.

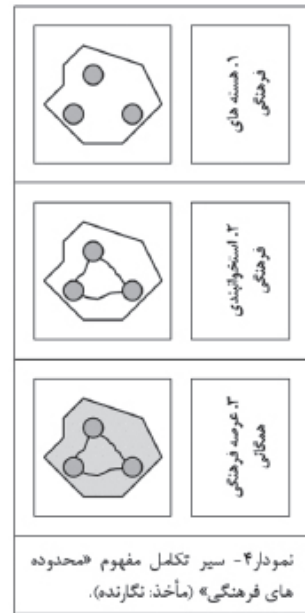
| کارکردی |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> □ تنوع کاربری های اصلی و فرعی □ سمت و تنوع رویدادها و مکان های فرهنگی □ حضور اقتصاد خردفروشی شامل فرهنگ خانه □ قوت بناها های اقتصادی کوچک و کسب و کار خانگی □ دسترسی به تأمین کننده ها و منابع آمیزش |
| قابلیت |
| <ul style="list-style-type: none"> □ زیاده کاری و ریخت شناسی همگن □ انبساط و تطبیق پذیری نظام ساختاری □ توانمندی منظر خیابانی |
| خیابانی |
| <ul style="list-style-type: none"> □ تعداد و کیفیت فضاهای شهری □ چتره های فعال |
| معنا (و تصویر) |
| <ul style="list-style-type: none"> □ فضاهای مهم برای گروه های آین و دیار □ برهم ریزی از حس تاریخ گذشته و پیشرفت حال و آینده □ هویت و تصویرسازی محدوده □ وجود شبکه ها و طرحی قابل تعمیم □ شناخت پذیری |

ب - «باز آفرینی شهری فرهنگ - مبنا» و رویدادهای فرهنگی

بُعد دیگر «باز آفرینی شهری فرهنگ - مبنا» با تأکید بر کارکردهای ویژه و برپایی انواع رویدادهای فرهنگی به منصفه ظهور می رسد. در برنامه ریزی برای فعالیت هایی که قابلیت بروز در محدوده های فرهنگی را دارند، نوعی از استقرار کاربری های پربازده اقتصادی در ارتباط مستقیم با جریان غالب فرهنگی مدنظر قرار داده می شود.^{۱۷} به تعبیری، رویدادمداری، اصلی ترین عامل تحرک در باز آفرینی شهرها شناخته می شود و تمایل بسیاری در آماده کردن شهرها برای پذیرش انواع رویدادها وجود دارد (Richards and Palmer, 2010). دستمایه این تحرک پذیری، نشان دادن قابلیت ها و ویژگی های فرهنگ محلی در چارچوب شهر امروزی است. فرآیندی که موجب پذیرش دوباره شهر فراموش شده و فرسوده دیروز می گردد. حضور هنر در شهر و برپایی انواع فستیوال های هنری، راهبردی فراتر از اندیشیدن راه حل های کوتاه مدت برای رکود اقتصادی و مشکلات اجتماعی شهرهاست (Quinn, 2005). در چنین فضایی، پیش بینی توسعه های مبتنی بر فعالیت های پرچمدار هنری، رویدادهای مهم فرهنگی در هسته درونی شهرها، پیوستار این رویدادها به پیش زمینه های تاریخی و میراثی به منظور توسعه گردشگری فرهنگی و باز زنده سازی فضاهای شهری مورد توجه قرار می گیرد و فرآیندی شکل می گیرد که هدف آن بازیابی سرمایه های فرهنگی - هنری و کارگیری دوباره آن در باز آفرینی فضاهای شهری است (John-son, 2009). درباره رویدادمداری فرهنگی، باز آفرینی فرهنگ - مبنا به این نکته اصلی توجه دارد که رویدادهای فرهنگی، کاربردی تفننی و به مانند آنچه هانیگان در کتاب خود به آن پرداخته، فانتری ندارند (Hannigan, 1998) و «فرهنگی» بودن رویدادها و فعالیت ها به تنهایی

(Dreeszen, 1997). اما

باز آفرینی شهری فرهنگ - مبنا، با تعریف محدوده های که می توان در برداشتی عام آن ها را «محلها یا محدوده های فرهنگی» نامید (Roodhouse, 2006)، دست به تعیین مقیاس فضایی - کالبدی برای اقدامات خود می زند (جدول ۳). اگر به ویژگی تعریف محدوده در باز آفرینی فرهنگ - مبنا توجه شود، می توان نوعی سیر تکامل در باز تعریف عرصه حضور فرهنگ در شهر را تشخیص داد. مفهوم «محدوده های فرهنگی» همزمان با سیر تحول



برداشت و کاربست عامل فرهنگ و پیدایش صنایع خلاق، دچار تحول در مقیاس گردیده است. در این سیر، گذاری از «هسته های فرهنگی» به «استخوانبندی فرهنگی»، و از «استخوانبندی فرهنگی» به «عرصه فرهنگی همگانی» روی داده است (نمودار ۴).

این ظرف کالبدی، فضای مناسبی برای پذیرش اقتصادهای نوآورانه و رویدادهایی است که نیروی محرکه اصلی باز آفرینی، و موجد رونق اقتصادی این محدوده ها می شوند (Goskin and Muderrisoglu, 2005). محدوده های فرهنگی تعریف شده، معمولاً جزئی از بافت های مرکزی و درونی شهرها هستند؛ ویژگی ها و پیشینه تاریخی، میراث کالبدی و ذخیره ساختمانی متناسب با نیاز کارکردهای فرهنگی در این بخش از شهرها، موجب می شود تا شرایط مناسب تری برای تعریف محدوده های فرهنگی مهیا باشد^{۱۸} (Montgomery, 2003).

معیار دیگری که در تعریف محدوده های فرهنگی نقش اساسی دارد، «میراث» است. در تعریف نهادینه ای که سازمان فرهنگی ملل متحد [یونسکو] از مفهوم میراث فرهنگی ارائه داده است، هرگونه عنصر یادمانی، مجموعه ای از بناها و یا سایت واجد ارزش های تاریخی، زیبایی شناسانه، باستان شناسانه، قوم نگارانه انسان شناسانه در زمره میراث قرار داده می شود^{۱۹} (UNESCO, 1972). با این تعریف، واضح است که بافت درونی و میانی شهرها، می توانند در شمول چنین تعریفی قرار بگیرند و مآلاً جزئی از محدوده های فرهنگی قلمداد شوند. پیرو چنین تعبیری از مفهوم میراث، اصلی ترین توجه باز آفرینی فرهنگ - مبنا در بخش کالبدی، به حفاظت و مرمت بافت و بناهای با ارزش تاریخی و قابل بازگرداندن به چرخه حیات شهری، و احیاء ذخائر ساختمانی بخش های تاریخی و بافت درونی شهرهاست. به همین دلیل باز آفرینی به صورت چارچوبی مفهومی برای طراحی شهری ایفای نقش می کند (Vickery, 2007, 45) و «حفاظت از میراث^{۱۶}» ابزار و لازمه باز آفرینی شهری پایدار شمرده می شود (Chohan and Ki, 2005).

آن فرهنگ، عامل نوشدن اقتصاد و بازآفرینی کالبد است (Scott, 2000, 9). در این فرآیند، می‌باید نوعی پاسخ مثبت از سوی مدیریت شهری به جریان اصالت بخش وجود داشته‌باشد؛ این فرصت رایگان و بسیار مثبتی برای رهایی دادن هسته های شهری از گرداب بی سرانجام فرسودگی‌ها، و قدم نهادن در راه دستیابی به کیفیت محیط شهری است.

ج- بازآفرینی فرهنگ- مینا و دستیابی به تصویری بهتر برای شهر

ارتقای کیفیت کالبدی و استفاده دوباره از میراث معماری و فراهم آوردن بستری برای پذیرش رویدادهای فرهنگی و فعالیت‌های مبتنی بر فرهنگ و هنر، موجب می‌شود تا تصویر و وجهه بهتری برای شهرها شکل بگیرد (Richards and Wilson, 2004). حاصل هم‌افزایی کالبد و کارکرد در بازآفرینی فرهنگ مینا، خود را به صورت زنجیره شکل گرفته‌ای از مکان‌ها نشان می‌دهد و ترجمان بارمعناهای شهری در محیط کالبدی، با کمک عناصر نشانه‌ای و تاریخی، دقیقاً بر همان برون‌دادی دلالت می‌نماید که مفهوم و زمینه محتوایی «بازآفرینی» بر پایه آن نضج گرفته است. فرآیند شکل گرفتن تصویری دوباره، قوی تر از قبل و تا حد ممکن منحصر به فرد (Evans, 2003, 423)، هم پاسخی است به همسانی تصویر شهرها^{۲۱}، و هم نشان از میزان موفقیت بازآفرینی و نزدیک شدن به مرزی است که در آن شهر، نقشی «شمایی»^{۲۲} پیدا می‌کند و نام شهر، مترادف با محور فرهنگی طرح شده در جریان بازآفرینی می‌شود (Miles, 2005).

بازآفرینی فرهنگ مینا، برای رسیدن به این هم‌افزایی، بیشترین بهره‌را از «منابع فرهنگی مکان»^{۲۳} تحصیل می‌کند. نگاهی به فهرست منابع فرهنگی مکان، نشان می‌دهد که رویکرد فرهنگ مینا، تا چه حد به قابلیت‌های گوناگون موجود در محدوده مورد اقدام خود اهمیت می‌دهد و چگونه مجموعه این بالقوگی‌ها را در چارچوبی واحد به خدمت می‌گیرد (Bianchini and Ghiraldi, 2007, 2) (جدول ۴). رسیدن به این مرتبه، شهرها را وارد رقابتی نزدیک در به دست آوردن جایگاهی برتر و تصویری جذاب تر می‌کند، و بدین ترتیب، گردونه‌ای از بازیابی و رقابت میان شهرها آغاز می‌شود که با تعریف شمار متنوعی از طرح‌های پرچمدار در دل فرآیند بازآفرینی فرهنگ- مینا موجبات برتری شهرها را فراهم می‌سازد (Smyth, 2005).

جدول ۴- منابع فرهنگی مکان.

- فعالیت‌ها و نهادهای فرهنگی-هنری
- حضور فرهنگ جوانان، اقلیت‌های قومی و سایر زمینه‌های علاقمندی شامل جشنواره‌های محلی و رویدادها و گرامینداخت‌ها
- میراث ملموس و ناملموس شامل باستانشناسی، خوراک، تاریخ محلی، گویش‌ها و آیین‌ها
- گنجینه داده‌های محلی (شامل تصویر، حکایت، داستان، افسانه، موسیقی، سفرنامه، برداشت‌های گوناگون و ...)
- محیط طبیعی و انسان ساخت شامل فضاهای باز و عمومی
- کیفیت و تنوع مکان‌های اجتماعی شدن مانند بازارهای خیابانی، اغذیه‌فروشی‌ها، کافه‌ها، رستوران‌ها
- نهادهای و بسترهای محلی برای نوآوری‌های فرهنگی و علمی مانند دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی خصوصی
- فهرست تولیدات، مهارت‌ها و بالقوگی‌های محلی در زمینه صنایع دستی، خدمات و ...

مأخذ: نگارنده با برداشت از (Bianchini and Ghiraldi, 2007)

مورد توجه نیست و آنچه اهمیت اساسی دارد، جنبه رقابتی فعالیت‌ها و بازدهی اقتصادی آنهاست.

برای آنکه بستر غبار گرفته بافت‌های تاریخی و درونی شهرها که اکثراً از رهگذار سرآمدن دوران تولیدات صنعتی و یا فرسودگی‌های کالبدی ناشی از فرآیند مهاجرت‌های درون شهری، و جایگزینی طبقه فقیر جامعه در این پهنه‌ها، تبدیل به مجموعه آشفته‌ای از ساختارهای فرسوده، و محتوای ناسازگار با صنایع خلاق و رویدادهای فرهنگی گردیده بودند، آماده پذیرش نقش‌های تازه شوند، فرآیند دیگری رخ می‌نماید. فرآیندی که می‌توان معادل «اصالت بخشی»^{۲۴} را برایش در نظر گرفت، به همراه نگهداری میراث فرهنگی، جریانی را شکل می‌دهد که از نگاه سازمان اسکان بشر، مانع از میان رفتن هویت‌های تاریخی و خاطره جمعی شهرها می‌شود^{۲۵} (UN-HABITAT, 2004, 35-37). اصالت بخشی که در این تعبیر از آن، امری خودجوش و حاصل کنشی اجتماعی است و حرکتی از پیش برنامه ریزی شده نیست (ibid)، طی روندی مستمر، موجب به وقوع پیوستن نوعی تغییر محتوایی در بطن بافت شهری می‌شود که طی آن، «اصالت بخشان»^{۲۶} که گروه‌های اجتماعی فرهنگ‌گرا و صاحب تحصیلات را شامل می‌شوند، با رغبت و میلی که نسبت به یادگارهای گذشته و آثار و میراث معماری و تاریخی بر جای مانده در بافت‌های درونی شهرها دارند، در این پهنه‌ها ساکن می‌شوند. اینان، مطابق با ذائقه و برداشتی که از مفهوم هنر، فرهنگ و تاریخ دارند، بازگرداندن حالت اصلی معماری بناهای واجد ارزش را، به نوکردن آن‌ها ترجیح می‌دهند؛ و از نگاه اجتماعی، رفتارها، عادت‌ها و سلیقه‌های جمعی را ارتقاء می‌دهند (Rofe, 2003). ارتقای کیفی که از این طریق حاصل می‌شود، بسیاری از کاربری‌های تازه را جایگزین استفاده‌های ناصحیح از ذخیره‌های ساختمانی موجود می‌کند، و به تدریج، انباشتی از «سرمایه فرهنگی» در بافت ایجاد می‌شود.

در محاسبات اقتصادی نیز، این چرخه، موجب افزایش ارزش معنوی و سپس بهای زمین در این پهنه‌ها می‌شود و این، عامل جذب سرمایه‌گذاری‌های اقتصادی تازه‌ای است که به دلیل وجود درآمد و بازدهی اقتصادی کافی، آمادگی تطبیق‌پذیری با شرایط بازآفرینی فرهنگ- مینا را پیدا می‌کند. از همین جاست که جریان سود محور بازار اقتصادی آزاد، دست به تنظیم مجدد خود می‌زند و سازوکار درآمدزایی جدیدی برای آن تعریف می‌شود که در

از نمونه‌های بارز محدوده‌هایی است که با استفاده از یک محل تاریخی و تکیه بر بالقوگی‌های موجود در آن، توانسته است جریان برنامه‌ریزی شهری را متقاعد سازد که نوع اقدام و نگرش به محدوده‌های تاریخی - فرهنگی می‌باید متضمن ابقاء ساختارهای دیرآشنا و تدارک کارکردهایی متجانس با اصالت‌های نهفته در آن باشد؛ اصالت‌هایی که وجود یک بنیان اجتماعی و کارکردی مانند فعالیت جامعه هنرمندان در شکل‌گیری آن نقشی اساسی ایفا کرده‌است. با آغاز جریان بازآفرینی شهری در پاریس پس از وقایع سال ۱۹۶۸، دهکده مونمارتر به عنوان اولین دهکده - محله فرهنگی - هنری در نقشه استخوانبندی فرهنگی پاریس شناخته می‌شود. از این مقطع، مونمارتر تبدیل به یک «مقصود» مهم و در عین حال مستقل در استخوانبندی شهر پاریس می‌گردد، و با آمیختن طیف متنوعی از فعالیت‌های رسمی و غیررسمی مرتبط با هنرهای تجسمی، نمایشی، خیابانی^{۳۱}، مفهومی^{۳۲} و چیدمانی^{۳۳}، به یکی از سرزنده‌ترین و در همین حال پربازده‌ترین محدوده‌های فرهنگی جهان شکل می‌دهد. در این تجربه، این فرهنگ است که خود را به عنوان بهترین گزینه به جریان بازآفرینی شهری می‌شناساند و به همین واسطه نقشی درون‌زا دارد.

ولی در شکلی گسترده و پرشمول‌تر، فرهنگ به طور معمول نیروی محرکه‌ای بیرونی برای احیاء و نجات هسته‌های شهری ناکارآمد بوده‌است. به این معنا از فرهنگ، صنایع فرهنگی، صنایع خلاق و انواع رویدادها به عنوان عاملی برای به گردش درآوردن چرخ از حرکت ایستاده حیات شهری استفاده شده‌است. در چنین حالتی، عامل فرهنگ را می‌توان واجد کیفیت برون‌زایی برای بازآفرینی شهری تلقی کرد. در این چارچوب می‌توان به فرآیند بازآفرینی فرهنگ - مبنا در محله بازارهای تاریخی شهر بوستون اشاره کرد؛ جایی که اولین تجربه بازآفرینی شهری فرهنگ - مبنا در آمریکای شمالی رقم خورد، و الگویی از توسعه شهری مبتنی بر وارد آوردن عامل خارجی فرهنگ به دست داد. در نمونه بوستون، بر خلاف نمونه مونمارتر، فرهنگ به عنوان نسخه بازآفرینی به ساختار شهر تزریق شده، و به این تعبیر امری خودانگیخته و درون‌زا نبوده‌است. طی دوران رونق تاریخی، بوستون با ساختاری عمدتاً اندامواره، شهری تجاری و صنعتی بوده‌است؛ شهری منکی به باراندازها، کارگاه‌های صنعتی و بازار تجارت قاره‌ای. کوین لینچ درباره این ساختار اندامواره می‌گوید: «این ناحیه به سبب قدمت، سابقه تاریخی و قدری لطف اروپایی که واجد آن است، در میان شهرهای آمریکایی تا اندازه‌ای غیرمعمولی است؛ شامل هسته مرکزی داد و ستد شهر [اشاره به محله بازار بوستون^{۳۴}] و چندین قسمت مسکونی متراکم می‌شود^{۳۵}» (لینچ، ۱۳۷۴، ۳۹). در سال‌های دهه ۱۹۵۰، همان زمانی که کوین لینچ مفهوم نقشه ذهنی و سیمای شهر را بر ساختار شبه اندامواره بوستون استوار می‌ساخت، جریان بازسازی و توسعه مجدد گسترده، اصلی‌ترین «گره»‌های این شهر را تخریب نمود^{۳۶}، و با ایجاد بزرگراه [یا شریان] مرکزی^{۳۷}، آثار چندانی از بافت اندامواره شهر بر جای نگذاشت و تنها محله بازار قدیمی با بناهای اصلی و تاریخی‌اش بر جای ماند^{۳۸}. در دوره

در همین شرایط، استفاده ابزاری از تصویر شکل گرفته برای شهرها، روندی را شکل داده‌است که به آن در اصطلاح «نشان‌گذاری مکان^{۳۹}» اطلاق می‌شود. از این نگاه، مکان‌ها محصولی هستند که ویت و ارزشمندی آن‌ها می‌باید طراحی و بازاریابی شود (MUF، 2001، 64). «نشان‌گذاری مکان»، که یکی از عوامل مهم تضمین موفقیت سرمایه‌گذاری در بازآفرینی فرهنگی است با رویکردی میان‌رشته‌ای، مکان‌ها را به مثابه واقعیت‌هایی چندوجهی پیش‌روی قرار می‌دهد و از ترکیب نقش فرهنگی - هنری مکان‌ها با مجموعه‌ای از نام و نشان‌های تجاری، به تلفیقی کارآمد از بُن‌مایه‌های فرهنگی و محرک‌های اقتصادی دست می‌یابد. البته باید گفت که برخی از تأثیرگذارترین اندیشمندان این زمینه، به عامل خودانگیختگی در بازنمود مکان تأکید ورزیده و پیشنهاد و طراحی از پیش تعیین شده نقش اقتصادی مکان‌ها را، نقض جریان درونزای شکل‌گیری مکان تلقی نموده‌اند (Murray، 2001، 71). به نظر بیانچینی، «نشان‌گذاری مکان»، می‌باید فرآیندی خلاقانه و مبتنی بر درون‌مایه‌های فرهنگی هر زمینه جغرافیایی باشد، و نمی‌باید برای آن فرآیندی کوکی^{۴۰} و قاعده‌مند قائل شد. از نگاه او، «نشان‌گذاری مکان» می‌باید جنبه‌های محلی را در بگیرد^{۴۱} (Bianchini، 1999). به این ترتیب، فرهنگ در تمامی ابعاد مکان‌بودگی تأثیرگذار می‌گردد، و فرآیند تکوین مکان نوعی ترجمان کالبدی - فضایی و کارکردی فرهنگ در زمینه شهری می‌شود.

تجربه دوسویه فرهنگ - مبنایی

با نگاهی به تجربه بازآفرینی شهری فرهنگ - مبنا و سیر تحول رهیافت فرهنگی در بازآفرینی، می‌توان جریان دوسویه کاربست عامل فرهنگ را تشخیص داد؛ در این چارچوب، فرهنگ می‌تواند نقشی «درون‌زا» یا «برون‌زا» داشته باشد. شاید بهتر باشد تا این موضوع در دو نمونه جهانی که با همین هدف مورد تدقیق و تحلیل قرار گرفته‌اند شرح داده شود^{۴۲} (تصویر ۱). زمانی که از فرهنگ به عنوان عاملی درون‌زا یاد شود، نوعی بالقوگی در اثر سابقه‌ای از حضور جریان فرهنگ راه را بر به کارگیری ابزار فرهنگی در بازآفرینی هموار می‌کند و به تعبیری حاصل توانایی‌های محیط برای پذیرش و اشاعه کارکردهای فرهنگی و صنایع خلاق است. مثالی از این حالت، دهکده شهری مونمارتر^{۴۳} در پاریس است. پیشینه مونمارتر به عنوان یکی از هسته‌های تمرکز هنرمندان، به سه دهه پایانی قرن نوزدهم و زمانی باز می‌گردد که جمعی از مشهورترین نقاشان سبک امپرسیونیسم^{۴۴} در این دهکده تازه الحاق شده به «پاریس بزرگ» رحل اقامت افکندند. در بازخوانی سیر تکوین مونمارتر به مثابه محله‌ای فرهنگی، سه مرحله اصلی قابل تشخیص است: اول، مرحله شناخته شدن دهکده مونمارتر به مثابه محله هنرمندان؛ دوم، تثبیت هسته‌ای فرهنگی - هنری با مقیاس کارکردی فرامحله‌ای، فراشهری و سرآخر فراملی؛ و سوم، ایجاد دهکده‌ای شهری با محوریت اقتصاد مبتنی بر فرهنگ و رویدادهای فرهنگی - هنری با مقیاس کارکردی بین‌المللی. مونمارتر



تصویر ۱- نقش دوسویه عامل فرهنگ در بازآفرینی شهری؛ در دهکده مونمارتر (بالا)، فعالیت‌های فرهنگی-هنری، پیشینه‌ای طولانی دارد و عاملی درون‌زا محسوب می‌شود؛ از همین بالقوگی برای بازآفرینی شهری و ایجاد یک دهکده شهری سرزنده بهره‌گرفته شده است. در محله بازار شهر بوستون (پائین)، فرهنگ به عنوان عاملی برون‌زا به منظور احیاء ساختارهای تاریخی و ایجاد مرکز شهری پررونق و سرزنده به مجموعه وارد شده است.

سرگرمی‌اند^{۴۰}، جهت سرمایه‌گذاری‌هایی را که تا قبل از این بر توسعه املاک و مستغلات و مالا تخریب و پاکسازی شهر موجود به نفع ایجاد ساختارهای جدید بود را به سوی بهره‌برداری از بُن‌مایه‌های فرهنگی، و استفاده از میراث تاریخی شهرها به عنوان عامل دستیابی به مراکز پررونق شهری سوق می‌دهد^{۴۱}. برای این منظور،

گذار از نوسازی به بازآفرینی و آنچه درباره بوستون به گذار «بازسازی شهری» به «احیاء محله‌های تاریخی» نامیده شده است (Brown et al., 2009, 72). جیمز رُوژ^{۳۹}، یکی از بارزترین چهره‌های آبادگری آمریکا تعریف جدیدی از سرمایه‌گذاری پرسود در شهرها را ارائه می‌دهد. رُوژ با بیان عبارت مشهور «شهرها [مایه]

راهبرد و پذیرش سیاست‌های مرتبط بازآفرینی مدنظر است، عامل فرهنگ می‌باید نقشی بینابینی داشته باشد؛ اگر درون زاست تقویت شود و به اشکال تازه و به روز شده‌ای از فعالیت‌ها دست یابد و اگر نیست، جستجویی برای یافتن آثار هرچند اندکی از مبادی فرهنگی، تاریخی، آئینی و هنری زمینه اقدام بازآفرینی صورت پذیرد تا عامل برون‌زای فرهنگ به مثابه مؤلفه انسجام بخش این بارقه‌های پراکنده، وارد چرخه بازآفرینی شود. در این چارچوب، ترجیح بازآفرینی فرهنگ - مبنا بر آن است که دامنه اقدام خود را بر ایجاد شهرهای خیالی محدود نگرداند و دستمایه‌هایی واقعی، باورپذیر و قابل استفاده را از زمینه استخراج و به صورت‌های متکثر و هماهنگ با جریان اقتصاد و سرمایه به آن بازگرداند.

به مجموعه بازار تاریخی با تغییری بنیادین در کارکرد، عنوان «میدان» بازار جشنواره‌ای^{۴۲} داده می‌شود. در فضای مرکب میدان بازار، عرصه برای برگزاری آئین‌ها و رویدادهای فرهنگی و هنری فراهم می‌شود (تصویر ۱)، و مصداق سرگرم‌کنندگی شهر با ایجاد فضایی منعطف و قابل استفاده برای انواع رویدادها و جشنواره‌ها تحقق می‌یابد^{۴۳}. این تجربه، آبادگران شهری را متقاعد ساخت که می‌توانند با احیاء و استفاده تطبیق یافته از ساختارهای تاریخی، مراکز شهری به مراتب سرزنده‌تر و از لحاظ اقتصادی پرونق‌تری را برای شهرها ایجاد نمایند.

به این ترتیب می‌توان چنین برداشت کرد که رهیافت فرهنگی، کیمیای بازآفرینی شهری قرار می‌گیرد؛ ولی تا آنجا که تدوین

نتیجه

که عاملی برای بازدهی اقتصادی فضاهای شهری و مکان‌ها قرار می‌دهد، اصلی‌ترین دلیل امکان‌پذیری و دوام چنین رهیافتی است. به این ترتیب، بازآفرینی فرهنگ مبنا، بدون آنکه در عنوان اشاره‌ای به اقتصاد داشته باشد، مهم‌ترین بخش از اقتصاد مبتنی بر خدمات را به شهرها ارائه می‌کند و بیشترین میزان تولیدات فرهنگی و اشتغال را فراهم می‌نماید. در همین حال، به این دلیل که رویکرد فرهنگی بر تداوم تاریخی و استفاده هرچه بهتر از میراث فرهنگی و معماری تأکید می‌ورزد، امر حفاظت و احیاء آثار و بافت تاریخی، به سرفصلی جدایی‌ناپذیر از این فرآیند بدل می‌شود و این مزیت را دارد که رونق اقتصادی و بازگشت سرمایه، نه در انجام طرح‌های توسعه مجدد و تخریب و دوباره‌سازی‌ها، که با حفاظت، احیاء، مرمت و معاصرسازی حاصل می‌شود.

پدیده فرهنگ، طی فرآیندی تدریجی، از مفهومی جانبی در برنامه‌ریزی به رهیافتی پایه‌ای در جریان مرمت شهری تبدیل شده، و در کامل‌ترین شکل ممکن و به عنوان محور اساسی بازآفرینی شهری خود را در قالب «بازآفرینی شهری فرهنگ - مبنا» تثبیت نموده است. آنچه «بازآفرینی شهری فرهنگ - مبنا» را از رویکردهای پیشین مرمت شهری متمایز می‌گرداند و آن را اصلی‌ترین رهیافت بازآفرینی شهری امروز قرار می‌دهد، استفاده‌ای است که از مفهوم فراگیر فرهنگ و رویدادهای فرهنگی، به عنوان تسهیل‌کننده جریان بازآفرینی و عامل رونق اقتصادی در قالب انواع فعالیت‌های مرتبط با هنر و فرهنگ صورت می‌گیرد. اینکه رویکرد فرهنگ مبنا، ظرفیت پذیرش کارکردهای اقتصادی را دارد و جریان حفاظت و ابعاد فرهنگی توسعه را نه در تقابل،

جدول ۵- جمع بست نظری روایت‌های بازآفرینی فرهنگ - مبنا.

| عبارت اقدام محتوایی | عبارت اقدام گالیدی | هوزه کاربست فرهنگ | نیوه کاربست فرهنگ | روایت بازآفرینی | یازده تاریخی |
|--------------------------|-----------------------------------|----------------------|-------------------|----------------------|-----------------------------|
| حمایت تبدیل | حفاظت تک بنا اقدام | هسته فرهنگی | صنعت فرهنگ | بازآفرینی و فرهنگ | پرده اول (۱۹۷۰-۱۹۵۰) |
| استفاده مجدد انطباق | حفاظت بافت ارتقاء | استخوانبندی فرهنگی | صنایع فرهنگی | بازآفرینی فرهنگی | پرده دوم (۱۹۹۰-۱۹۷۰) |
| رویدادمحوری زمانوارگی | توسعه عرصه همگنی حفاظت - احیاء | عرصه فرهنگی همگنی | صنایع خلاق | بازآفرینی فرهنگ مبنا | پرده سوم (۱۹۹۰ تا امروز) |

استقرار طیفی متنوع از کارکردهایی که جلوه‌ای پذیرفتنی و رقابت پذیر به هسته‌های شهری می‌بخشند، از ویژگی‌های مهم چنین رویکردی است. به نظر می‌رسد رهیافت فرهنگ - مبنا در بازآفرینی شهری، راه خود را از میان بسیاری از تجربه‌های دو دهه اخیر مرمت شهری هموار ساخته، و امروز به عنوان رهیافتی تثبیت شده در عرصه اقدامات شهرسازانه شناخته می‌شود. از آنجایی

به این معنی، از تاریخ، فرهنگ و میراث شهری، به شکلی فعال استفاده می‌گردد و جریان استفاده دوباره و تطبیق یافته^{۴۴} از ساختارهای موجود، در کنار تبدیل نمودن این جریان به اسلوبی تازه از زندگی در شهر، جریان حیات به آن بخش از شهر که با تعبیری چون فرسودگی و رهاشدگی از آن‌ها یاد می‌شود، باز می‌گردد. فرآیند جایگزینی و ارتقاء کیفی تدریجی استفاده‌کنندگان از فضاها، و

فرآیندهایی نظیر «نشان گذاری مکان»، بیشترین بازده اقتصادی را به همراه خواهند داشت. به ارزیابی در اختیار فعالیت‌های اقتصادی ناسازگار قرار داد، که سود مقطعی دارند و صدمه ای همیشگی به میراث شهری وارد می‌سازند، تضمینی بر کیفیت «بازآفرینی شهری فرهنگ- مبنا» است. در فرآیند بازآفرینی فرهنگ مبنا، مطابق با تمام ویژگی‌های برشمرده، تعادل مؤثری میان جریان توسعه و امر حفاظت برقرار است، و در همین حال، قابلیت دستیابی به سطوح قابل قبولی از هماهنگی میان دستاوردهای امروز و اندوخته‌های دیروز وجود دارد، و این غایت آرزومندی جریان مرمت شهری امروز است.

که رویارویی دو عامل اقتصاد بازار و زمینه فرهنگی- تاریخی در حال اضمحلال بسیاری از بافت‌های درونی شهرها، در سازوکاری سنتی، مشکل ظاهراً غیرقابل حلّی برای بسیاری از شهرها [از جمله شهرهای ایران] بوده است، رسیدن به نسخه ای برای پاسخگویی به جریان غیرقابل توقف سرمایه، در عین برقراری امکان حفاظت از ساختارهای تاریخی و به کارگیری دوباره آن‌ها، راه حل ارزشمندی برای شهرسازی و مرمت شهری به شمار می‌رود^۴. دانستن اینکه بافت درونی و هسته‌های مرکزی شهرهای امروز، جایگاه چه طیفی از کارکردهای شهری‌اند و توجه به این نکته که نمی‌باید این جایگاه را، که در صورت فراهم آوردن زمینه‌های لازم، و وارد شدن به

پی‌نوشت‌ها:

موضعی و محدوده‌های فرهنگی؛ ۸- برنامه ریزی برای بخش فرهنگ به‌عنوان زیرمجموعه‌ای از طرح جامع شهری و ناحیه ای (افقی و عمودی) می‌شود. نگاه کنید به:

Dreeszen, C. (1997), *Community Cultural Planning Handbook: A Guide for Community Leaders*, Washington, DC: Americans for the Arts & the Arts Extension Service, University of Massachusetts.

۱۴ البته این به معنای تمرکز و فقدان یکپارچه‌نگری در رهیافت بازآفرینی شهری نیست، زیرا برای نمونه در بازآفرینی فرهنگ محور شهر گلاسکو، از این شهر به عنوان «شهر دوگانه» (Dual City) یاد شده، و بازآفرینی شهری فرهنگ محور در مرکز، و نوسازی کالبدی در حاشیه‌های مسکونی شهر که همواره سرریز جمعیت و مسائل و مشکلات شهر را به خود جذب نموده‌اند، پیشنهاد گردیده است. نگاه کنید به:

Mooney, G. (2004), «Cultural Policy as Urban Transformation? Critical Reflections on Glasgow, European City of Culture 1990», *Local Economy*, Vol. 19, No. 4, 327-340, November 2004.

۱۵ اضافه شدن مفاهیمی چون «میراث ناملموس» به این تعریف پایه‌ای، ماهیت اساسی آن را دستخوش دگرگونی و وارونگی نمی‌کند.

16 Heritage Conservation.

۱۷ فعالیت «صنایع خلاق» در هسته‌های تاریخی شهرهای انگلستان موجب ایجاد یک و نیم میلیون فرصت شغلی و ۶۰ میلیارد پوند درآمد سالانه برای انگلستان بوده است. نگاه کنید به:

CDMS (Department for Culture Media and Sport) (2004), *The Contribution of Culture to Regeneration in The UK*, London Metropolitan University, London.

18 Gentrification

۱۹ باید توجه داشت که موضوع «اصالت بخشی» از موضوعات چالش‌برانگیز توسعه در محدوده‌های شهری بوده است. نوعی از اصالت بخشی که در مقاله به آن اشاره گردیده، تابع تعریف عام، و تحلیل‌های مبنی بر پیامدهای اجتماعی- اقتصادی تحمیل‌شونده بر قشر آسیب‌پذیر سکنی گرفته در محدوده‌ای شهری نیست، بلکه بازگرداندن حیات به قاعده شهری، و قرار دادن بافت واجد ارزش تاریخی شهرها در موقعیت مطلوب و مطابق با استحقاق آن است. واقعیت این است که فرآیند استقرار اقشار فرودست در

۱ تقسیم‌بندی ارائه شده، حاصل جمع بست برداشت‌های است که از منابع متعدد مرتبط با بازآفرینی شهری به دو زبان اصلی انگلیسی و فرانسه و طی چند سال گذشته به انجام رسیده است؛ بدین معنی، هرچا اثری از جریان بازآفرینی شهری با روایت‌های گوناگون آن وجود داشته، ویژگی‌های برآمده از زمینه اقدام، صورت مسئله‌های طرح شده و انگیزه‌های اصلی مداخله شهرسازانه، موجب تعریف هریک از این عناوین بوده است. سرآخر اینکه مانند هر شیوه نامگذاری متداول، امروزه از بعضی از این عناوین مانند «بازآفرینی فرهنگ- مبنا» بیشتر استفاده می‌شود. نگاه کنید به: لطفی، سه‌د (۱۳۸۷)، حفاظت و بازآفرینی شهری: مفاهیم و شرایط، رساله دکتری شهرسازی، دانشکده شهرسازی، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران.

2 Creative Industries.

3 Redevelopment.

4 Pre-electronic arts.

5 Culture Industry.

6 Mono-culturalism.

7 Mass culture.

8 Cultural Industries.

۹ اشاره به کتابی با همین نام که به تأثیرات پراکنده رویی و افول کیفیت کالبدی و کارکردی شهرهای آمریکا می‌پردازد. رویکرد فرهنگی به بازآفرینی، پاسخی است به اینچنین شرایط شهری. نگاه کنید به:

Kunstler, J. Howard (1993), *The Geography of Nowhere: The Rise and Decline of America's Man-Made Landscape*, Free Press.

10 Catalyst.

11 Eventfulness.

12 Vandalism.

۱۳ مطابق با این تقسیم‌بندی، طرح‌های مبتنی بر رهیافت فرهنگی شامل ۱- طرح جامع و تفصیلی فرهنگی؛ ۲- چهارچوب فرهنگی؛ ۳- طرح فرهنگی تک محوری؛ ۴- برداشت و بازتاب کیفیت‌های فرهنگی؛ ۵- طرح‌های با محوریت تخصصی هنر؛ ۶- طرح‌های موضوع فرهنگی؛ ۷- طرح‌های

این مطالعه، هر دوی این میدان‌ها تخریب شدند و جای خود را به مجموعه میدان و بنای عظیم شهرداری بوستون دادند.

37 Central Artery.

۳۸ طبق طرح نوسازی شهر در همین دوره، ساختمان شهرداری بوستون در مجاورت همین بخش ساخته می‌شود، هرچند که به دلیل نگاه توسعه‌ای مرسوم در نیمه قرن گذشته، ارتباط معنادار و قابل استفاده‌ای با مجموعه تاریخی شهر برقرار نمی‌کند. در این دوره، سازوکار تاریخی مجموعه بازارهای بوستون، عملاً از کار افتاده است و چگونگی استفاده از این محدوده در ابهام قرار دارد. در مقایسه‌ای میان تصاویر قبل و بعد از مراحل انجام این عملیات گسترده، می‌توان مشاهده کرد که ساختار تاریخی برجای مانده چگونه در محاصره ساختمان‌های بلند مرتبه، بزرگراه مرکزی و ساختمان و میدان شهرداری قرار گرفته‌اند.

39 James Rouse (1914-1996).

۴۰. Cities are fun!: عبارتی که روی جلد مجله تایم به تاریخ ۲۴ آگوست ۱۹۸۱ آمده و جیمز روز را به همراه طرح هایش برای شهرهای بزرگ آمریکا معرفی کرده است.

۴۱ روز که خود زمانی از طرفداران بازسازی‌های شهری گسترده بوده است، معتقد است که در این مقطع تاریخی، کسی به شهرهای آمریکایی اعتقادی ندارد، و علیرغم اینکه محیط‌های شهری زشت و عاری از مبادی فرهنگی و تاریخی‌اند، مردم در نوعی مدهوشی به سر برده و به آن عادت کرده‌اند. روز اشاره می‌کند که دوران نوسازی شهری به سر آمده و باید مراکز روبه فرسودگی شهرها را با احیاء بناها و هسته‌های تاریخی، و ایجاد فضاهای شهری و مکان‌های عمومی پر جنب و جوش زنده نمود. نگاه کنید به:

Zoglin, Richard (1996), «The Urban Renewer : James Rouse (1914-1996)», Time Magazine, April 22, pp.

42 Festival Marketplace.

۴۳ با تأکید بر اصالت ساختارهای موجود، بازارهای شمالی و جنوبی، معتبرترین مرکز خرده‌فروشی شهر می‌شوند، و فضای بازار کوئینسی که همواره مرکز تجارت مواد غذایی بوده است، با بهره‌گیری از تنوع در فرهنگ و میراث تغذیه ملل، به عنوان بخشی از میراث ناپیدای شهری (Intangible Urban Heritage)، به متنوع‌ترین مجموعه از اغذیه‌فروشی‌های آمریکای شمالی تبدیل می‌شود. بنای تالار فنیول که گهواره آزادی نامید شده است، اعتبار نمادین و تاریخی خود را در ارتباط با فضای میدان بازار باز می‌یابد، و به مرکزی برای گردهم‌آیی‌های آئینی تبدیل می‌شود.

44 Adaptive Re-use.

۴۵ پرداختن به موضوع خاص شهرهای ایران، و بررسی تطبیق‌پذیری رهیافت بازآفرینی فرهنگ مینا در این زمینه‌های شهری، دامنه‌ای گسترده‌تر از بحث کنونی را دربر می‌گیرد، و در مقاله‌های دیگری به صورت ادامه‌ای بر این موضوع مورد توجه و مذاقه قرار خواهد گرفت. با طرح مفهوم «بازآفرینی شهری فرهنگ- مینا»، این شائبه نیز به تدریج از اذهان زدوده خواهد شد که «حفاظت» و «توسعه» به معنای عام، با هم تنافر دارند، و توجه به ساختارهای موجود و بافت درونی شهرها، مترادف با نوعی واپس‌گرایی یا مقابله با جریان توسعه است.

فهرست منابع:

لفی، سهیل (۱۳۸۷)، حفاظت و بازآفرینی شهری: مفاهیم و شرایط، رساله

بافت‌های درونی شهرها، فارغ از علل و عوامل مترتب بر آن، فرآیند نامطلوب و آسیب‌زنده‌ای بوده، و علیرغم هزینه‌های احتمالی جابجایی ساکنان فقیر این محدوده‌ها، برای رسیدن به اهداف بازآفرینی شهری، چاره‌ای جز طی این فرآیند نیست. برای اطلاع بیشتر نگاه کنید به:

Zukin, S. (1987), "Gentrification: Culture and Capital in the Urban Core", Annual Review of Sociology, Vol. 13, pp. 129-147.

20 Gentrifiers.

۲۱ کالوینو در کتاب شهرهای نامرئی درباره‌ی این همسانی چنین می‌گوید: «اگر به هنگام ورود به شهر، نام آن را که با حروف درشت نوشته بودند، ندیده‌بودم، گمان می‌بردم در همان فرودگاهی که هواپیمایم از زمین برخاسته بود، به زمین نشسته‌ام. کالاهای بسته‌بندی‌ها و علامت‌هایی را که خیابان‌های مرکز شهر، پیش چشمانم می‌نهادند، تفاوتی نکرده بود [...] فقط نام فرودگاه‌ها عوض می‌شود» (Calvino, 1974: 128).

۲۲ Icon: تا آنجایی که از واژه «بازآفرینی شمالی» برای انتقال این مفهوم استفاده شده است. نگاه کنید به:

Miles, S. (2005), "Our Tyne": Iconic Regeneration and the Revitalisation of Identity in Newcastle Gateshead", Urban Studies, Vol. 42, No. 5/6, 913-926.

23 Cultural resources of the place.

24 Place Branding.

25 Mechanical.

۲۶ به مانند تعبیری که پُل کله از هنر ارائه می‌کند (هنر، آنچه مرئی است را بازتولید نمی‌کند، بلکه به تولید آنچه مرئی خواهد شد، می‌پردازد)، بازارایی مکان می‌باید برای رسیدن به کیفیت منحصر به فرد بودن، از بازتولید [و بازنمایی] کیفیت‌های موجود در محل که خود منحصر به فرد بوده‌اند، شروع کند.

۲۷ بررسی این نمونه‌ها، برگرفته از پژوهشی میدانی است که در راستای پوشش موضوع بازآفرینی شهری در بطن شهرهای اروپایی و آمریکایی به انجام رسیده است؛ این پژوهش بخشی از مطالعات نگارنده درباره جریان بازآفرینی و نوزایی شهری است، و برداشت‌های مورد استفاده در این مقاله طی سال‌های ۲۰۰۲-۲۰۰۳ و ۲۰۰۸-۲۰۱۰ جمع‌آوری گردیده است.

28 Montmartre.

۲۹ چهره‌هایی مانند پیسارو، رُنوآر، وِن‌گوگ، تولوزلوترک، سِزان، دوگا، سیسله و بسیاری دیگر.

30. Le Grand Paris.

31. Street Art.

32. Conceptual Art.

33. Installation Art.

34. Market District.

۳۵ ویژگی‌های برشمرده توسط لینچ، البته با نگاهی امروزی، نشان‌دهنده بالقوگی این بخش از شهر بوستون برای بهره‌مندی از جریان بازآفرینی است.

۳۶ میدان Scollay و میدان Adams از گره‌های مهم شهر بوستون تا سال‌های دهه ۱۹۵۰ میلادی بوده‌اند، و لینچ میدان Scollay را جزئی از نقشه ذهنی عموم شهروندان بوستون قرار می‌دهد. به فاصله‌ای کوتاه از

- Evans, G. (2005), Measure for Measure: Evaluating the Evidence of Culture's Contribution to Regeneration, *Urban Studies*, Vol. 42, Nos. 5/6, 1–25, May 2005.
- Garcia, B. (2004), Cultural Policy and Urban Regeneration in Western European Cities: Lessons from Experience, Prospects for the Future, *Local Economy*, Vol. 19, No. 4, pp. 312–326, November.
- Gökşin, A. and Müderrisoğlu, B. (2005), *Urban Regeneration: a Comprehensive Strategy for Creating Spaces for Innovative Economies*, 41st ISoCaRP Congress, İstanbul.
- Hannigan, J. (1998), *Fantasy City: Pleasure and profit in the postmodern metropolis*, Routledge: London and New York.
- Harvey, D. (1982), *foreword to Zukin*, pp. xi–xii in Zukin, S. (1982), *Loft Living: Culture and Capital in Urban Change*, John Hopkins University Press, Baltimore.
- Hughes, R. (1998), *Culture Makes Communities*, Conference, Leeds: Joseph Rowntree Foundation, 13 February.
- Johnson, Louise C. (2009), *Cultural Capitals: Revaluing the Arts*, Remaking Urban Spaces, Ashgate Publishers.
- Kong, L. (2000), Culture, Economy, Policy: Trends and Developments, *Geoforum*, Special issue on Cultural Industries and Cultural Policies, 31(4), pp. 385–390.
- Kunstler, J. Howard (1993), *The Geography of Nowhere: The Rise and Decline of America's Man-Made Landscape*, Free Press.
- Landry, Ch., Greene, L., Matarasso, F. and Bianchini, F. (1996), *The Art of Regeneration: Urban Renewal through Cultural Activity*, A Comedia Report, Comedia, London.
- McGuigan, J. (2010), *Cultural Analysis*, SAGE Publications Inc.
- Montgomery, J. (1998), Making a City: Urbanity, Vitality and Urban Design, *Journal of Urban Design*, 3, pp. 93–116.
- Montgomery, J. (2003), Cultural Quarters as Mechanisms for Urban Regeneration. Part 1: Conceptualising Cultural Quarters, *Planning, Practice & Research*, Vol. 18, No. 4, November, pp. 293–306.
- Mooney, G. (2004), Cultural Policy as Urban Transformation? Critical Reflections on Glasgow, European City of Culture 1990, *Local Economy*, Vol. 19, No. 4, 327–340, November 2004.
- Murray, Ch. (2001), *Making Sense of Place: New Approaches to Place Marketing, Bournes Green: Comedia (in association with the International Cultural Planning and Policy Unit, De Montfort University, Leicester)*.
- Quinn, B. (2005), Arts Festivals and the City, *Urban Studies*, Vol. 42, No. 5-6, pp. 927–943.
- Richards, G. and Palmer, R. (2010), *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation*, Elsevier.
- Richards, G. and Wilson, J. (2004), The Impact of Cultural Events on City Image: Rotterdam, Cultural Capital of Eu-
- دکتری شهرسازی، دانشکده شهرسازی، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران.
- لینچ، کوین (۱۳۷۴)، سیمای شهر، ترجمه دکتر منوچهر مزینی، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
- مأمورد، لوئیس (۱۳۸۵)، فرهنگ شهرها، ترجمه عارف اقوامی مقدم، مرکز مطالعاتی و تحقیقاتی شهرسازی و معماری، تهران.
- Adorno, Theodor W. (1991), *The Culture Industry: Selected essays on mass culture*, Routledge, London and New York.
- Atkinson, R. (2000), The hidden costs of gentrification: Displacement in central London, *Journal of Housing and the Built Environment*, Vol. 15, No. 4, pp. 307–326.
- Atkinson, R. (2003), Domestication by Cappuccino or a Revenge on Urban Space? Control and Empowerment in the Management of Public Spaces, *Urban Studies*, Vol. 40, No. 9, 1829–1843, August.
- Basset, K. (1993), Urban cultural strategies and urban regeneration: a case study and critique, *Environment & Planning A*, 25(12), pp. 1773–1789.
- Bianchini, F. (1993), Remaking European cities: the role of cultural policies, in: Bianchini, F. and Parkinson, M. (eds.) (1993), *Cultural Policy and Urban Regeneration: The West European experience*, Manchester University Press, Manchester.
- Bianchini, F. and Ghilardi, L. (2007), Thinking culturally about place, in *Place Branding and Public Diplomacy*, Vol.3, Number 4, October, Palgrave journals.
- Binns, L. (2005), *Capitalising on Culture: An Evaluation of Culture-led Urban Regeneration Policy*, Futures Academy, Dublin Institute of Technology.
- Brown, L. J., Dixon, D. and Gillham, O. (2009), *Urban Design for an Urban Century: Placemaking for People*, New Jersey: John Wiley & Sons.
- Calvino, I. (1974), *Invisible cities*, Picador, London.
- CDMS (Department for Culture Media and Sport) (2004), *The Contribution of Culture to Regeneration in The UK*, London Metropolitan University, London.
- Chohan A. Y. and Ki, Pang Wai (2005), *Heritage Conservation a tool for Sustainable Urban Regeneration*, 41st ISoCaRP Congress, İstanbul.
- Creative City Network (CCN) (2010), *Cultural Planning Toolkit*, A Partnership between 2010 Legacies Now and Creative City Network of Canada, Vancouver, Canada.
- Dreeszen, C. (1997), *Community Cultural Planning Handbook: A Guide for Community Leaders*, Washington, DC: Americans for the Arts & the Arts Extension Service, University of Massachusetts.
- Evans, G. (2003), Hard-Branding the Cultural City - From Prado to Prada, *International Journal of Urban and Regional Research*, Volume 27.2, June, pp. 417–440.

rope 2001, *Urban Studies*, Vol. 41, No. 10, pp. 1931–1951.

Rofe, M.W. (2003) I Want to be Global: Theorising the Gentrifying Class as an Emergent Elite Global Community, *Urban Studies* 40/12, pp. 2511-2526.

Roodhouse, S. (2006), *Cultural Quarters: Principles and Practice*, Cromwell Press, Bristol.

Sacco, P. Luigi and Blessi, G. Tavano (2007), Urban Regeneration, Culture and Happiness; Bridging Communities through Cultural Policies: A Theoretical Framework, *Policy for Happiness*, Siena, June 15 – 16.

Scott, A. J. (2000), *The Cultural Economy of Cities*, Essays on the Geography of Image-Producing Industries, Sage, London.

Smyth, H. (2005), *Marketing the City: The role of flagship developments in urban regeneration*, Spon Press, London.

Steven Miles (2005), Our Tyne: Iconic Regeneration and the Revitalisation of Identity in Newcastle Gateshead, *Urban Studies*, Vol. 42, No. 5/6, pp. 913–926.

UNESCO (1972), *Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage*, Adopted by the General Conference at its seventeenth session, Paris, 16 November.

UN-HABITAT (2004), *The state of the world's cities: globalization and urban culture*, Earthscan.

Vickery, J. (2007), The Emergence of Culture-led Regeneration: A policy concept and its discontents, *Centre for Cultural Policy Studies University of Warwick Research Papers* No. 9, Series Editors: Oliver Bennett and Jeremy Ahearn.

Ward, S. (1998), *Selling places: the marketing and promotion of towns and cities* (Studies in History, Planning & the Environment), Spon Press, London.

Zukin, S. (1987), Gentrification: Culture and Capital in the Urban Core, *Annual Review of Sociology*, Vol. 13, pp. 129-147.