

## مدل مفهومی توسعه کارآفرینی در شهرهای خلاق

یعقوب مهارتی<sup>۱\*</sup>، آزاده جلالی<sup>۲</sup>

۱. دکتری مدیریت کارآفرینی، گروه مدیریت دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد

۲. دانشجوی شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه فردوسی مشهد

[maharati2001@yahoo.com](mailto:maharati2001@yahoo.com)

### چکیده

در تحول اقتصادهای دانش محور، شهرها و مقوله مدیریت شهری، نقش کلیدی را به خصوص در دودهم گذشته ایفا کرده‌اند. نظریه شهرخلاق، توان بالقوه ای را برای تقویت و بازسازی فرهنگ محلی، هویت و کیفیت زندگی ارائه می کند که می تواند نقش موثری در پویایی و رشد شهرها و به تبع آن مدیریت شهری ایفا نماید. شهرهای خلاق با مردمی پویا، با تجربه و خلاق، جایی که ایده ها تقویت شده و مردم در تمام بخش های زندگی با هم تلاش می کنند تا جامعه ی خودشان را به مکان هایی بهتر برای زندگی و کار تبدیل نمایند، نقش اساسی در رشد و توسعه هر کشوری خواهند داشت. هدف از نگارش این مقاله، که در نوع خودش تازگی خاصی دارد، رسیدن به مفهومی است که شهرها در صورت داشتن شرایط لازم و با فراهم نمودن بستر مناسب می توانند در تربیت کارآفرینان موثر باشند، که خود نتیجه زیربنای رشد و توسعه اقتصادی و همچنین رشد اشتغال را در بر خواهد داشت. این مقاله با مرور ادبیات موردنظر و همچنین با برقراری ارتباط منطقی و تئوریک بین مفاهیم یادشده نشان می دهد که شهرخلاق با تمرکز، تنوع و پویایی و تحرک می تواند زمینه ساز بروز خلاقیت در ارکان خود (مردم، بنگاه های اقتصادی و ...) باشد.

واژه های کلیدی: شهر خلاق، تنوع، خلاقیت، طبقه خلاق، کارآفرینی

## ۱. مقدمه

فلسفه شهر خلاق آن است که در هر شهری همیشه ظرفیتی بسیار بیشتر از آنچه ما در وهله اول تصور می‌کنیم، وجود دارد. اگر بتوانیم شرایطی فراهم کنیم که مردم بتوانند براساس تخیلات بلندپروازانه فکر، برنامه ریزی و عمل کنند و فرصت‌های توسعه به طور مداوم تکامل یابد، می‌توانیم به تحقق شهر خلاق نزدیک‌تر شویم. مبحث شهر خلاق و ارتباط آن با کارآفرینی یکی از مهم‌ترین بحث‌های امروز دانشمندان و صاحب‌نظران این رشته است که در کشور ما به هر دو مقوله کمتر پرداخته شده است. بی‌شک فراهم نمودن شرایط و امکانات لازم برای بروز شهرهای خلاق از جمله عواملی خواهد بود که بر رشد و توسعه اقتصادی کشورها اثر مضاعف و مفیدی خواهد داشت. از سوی دیگر مقوله کارآفرینی که خود از عوامل تاثیر گذار بر رشد و ایجاد شغل بوده و در این مقاله از خروجی‌های شهرهای خلاق می‌باشد، خواهد توانست گامی مهم و اساسی در توسعه کشورها ایفا نماید. بنابراین پرداختن به این موضوع امری ضروری است. از این رو هدف اصلی پژوهش دستیابی به پاسخ پرسش‌های اصلی می‌باشد، سوالاتی همچون، شهرهای خلاق چگونه می‌توانند در توسعه کارآفرینی موثر باشند؟ شهرهای خلاق کدام‌اند؟ و چگونه می‌توانیم مزیت‌های رقابتی و ظرفیت‌های موجود در شهرها را به سمت خلاقیت بیشتر پیش ببریم؟ طبقات خلاق کدام‌اند؟ و ارتباط شهر خلاق با کارآفرینان به عنوان طبقات خلاق چگونه است؟

## ۲. پیشینه تحقیق

اولین بار "دبور" در سال ۱۹۶۷ مبحثی با "عنوان شهر تماشایی یا شهر نمایش" مطرح کرد. نظر او ظهور پیش از موعد ایده تلفیق فضای اقتصادی و فرهنگی در مقیاس انسانی به ویژه در موضوعاتی نظیر فضاهای مولد جدید، مجموعه‌های فرهنگی و به نمایش در آوردن محیط‌های بصری می‌باشد که در کلان‌شهرهای اصلی سراسر جهان نیز به چشم می‌خورد (رفعیان، ۱۳۸۹: ۱۲). تئوری شهر خلاق با مطالعات گسترده‌ی افرادی چون آندرسون (۱۹۸۵)، مالمبرگ و زندر (۱۹۹۶)، کورترایت (۲۰۰۱) نیز حمایت شد (Songmei, 2005: 19). پیتر هال (۱۹۹۸، ۲۰۰۰) در کتاب شهرها در تمدن، فرهنگ، خلاقیت و نظم شهری و هم‌چنین کتاب شهرهای خلاق و توسعه اقتصادی و لندری (۲۰۰۰) در کتاب شهر خلاق، راهکارهایی برای خلاقان شهری در شهرها، به موضوع شهر خلاق پرداخته‌اند. هاسپرز (۲۰۰۳) مقاله‌ای را تحت عنوان شهرهای خلاق، مکان‌های پرورش یافته در اقتصاد دانش، به چاپ رسانید، در عین حال اولین کسی که بحث مناطق و شهرهای خلاق را مطرح کرد، ریچارد فلوریدا بود. او در سال ۲۰۰۲ اولین کتاب خود را با عنوان طبقات خلاق به چاپ رساند و پس از آن در سال ۲۰۰۵ کتاب دیگری را برای تقویت موضوعش منتشر کرد. در سال ۲۰۰۷ نیز آن اسکات با استفاده از ادبیاتی که ریچارد فلوریدا مطرح کرده بود، مباحثی را در ارتباط با شهرها و مناطق خلاق مطرح نمود (رفعیان، ۱۳۸۹: ۱۲ و ۱۳).

## ۳. مبانی نظری

در این بخش به چارچوب تئوریک و نظری موضوع اشاره می‌گردد و با توضیح مختصری در خصوص شهر خلاق، ارکان و شرایط آن، به مفهوم کارآفرینی و در نهایت به ارتباط بین شهر خلاق و کارآفرینی پرداخته می‌شود.

### ۳-۱. شهر خلاق

در تحول اقتصادهای دانش‌محور، شهرها و مقوله مدیریت شهری، نقش کلیدی را به خصوص در دو دهه گذشته ایفا کرده‌اند. سیاستگذاران کلان، شهرداری‌ها، سازمان‌های بین‌المللی، بنگاه‌های فناورانه (تکنولوژیک) و فناوری برتر به این جریان واقف بوده و سعی دارند تا این پدیده را تقویت کنند. در جهان امروز برخی شهرها که دارای پیشینه تاریخی، طرح ساختاری مناسب، سابقه اقتصادی صحیح، زیرساخت‌های حمل‌ونقل عمومی و خصوصی، تامین نیازهای خدماتی مصرف‌کننده و تولیدکننده و ارتباط با سایر

نقاط جهان از طریق ارتباط از راه دور هستند، می توانند با تکیه بر این ملزومات به ترکیب ابعاد مختلف اقتصاد و فرهنگ در گونه ای از نظم منطقی انسانی بپردازند که این همان مفهوم شهر خلاق است (رفیعیان، ۱۳۸۹: ۱۲).

نظریه شهر خلاق، توان بالقوه ای را برای تقویت و بازسازی فرهنگ محلی، هویت و کیفیت زندگی ارائه می کند (Medeiros, 2005: 15). به زعم مدریوس، دیدگاه و نظریه ی شهر خلاق پاسخی است به تغییرات اجتماعی که خود وابسته به تغییرات تکنولوژیکی محصولات و افزایش روزافزون اهمیت تبادل اطلاعات در دنیای پست مدرن است. در این شهرها تلاش بر آن است که مسائل اجتماعی و اقتصادی در فرهنگ محلی و بین المللی، به عنوان پاسخی به امر جهانی شدن، سرمایه گذاری و تمرکزکنند ضمن اینکه هر دو موضوع توسعه ی اقتصادی و ارتقای کیفیت زندگی، امری اساسی برای ساخت شهر خلاق است. مدریوس (۲۰۰۵) معتقد است که هنوز تعریف مشخصی از شهر خلاق وجود ندارد، در عین حال برد فورد (۲۰۰۴)، نقل شده در مدریوس، (۲۰۰۵) پیشنهاد می کند که "شهرهای خلاق با مردمی پویا، با تجربه و خلاقیت و نوآوری، جایی که ایده ها تقویت شده و مردم در تمام بخش های زندگی با هم تلاش می کنند تا جامعه ی خودشان را به مکان هایی بهتر برای زندگی، کار و بازی تبدیل کنند" (ص ۱۵).

لندری (۲۰۰۰) بیان می کند که نظریه شهر خلاق به سادگی، راه جدید انجام کارها است. که مرتبط با مدیران شهری است و دیدگاه های بروکراسی و خارج از رده ی برنامه ریزی و توسعه ی اقتصادی، موانع موجود خلاقیت و نوآوری هستند. اکثرشان مرتبط با مردمی است که مشوق خلاقیت هستند و تشخیص می دهند که مقدس دانستن فرهنگ محلی یک مکان، کلید ایجاد تمایزات فرهنگی در هماهنگی توده های فرهنگی است. شهر خلاق، شهری است که این حوادث و پدیده ها در آن اتفاق می افتد (Medeiros, 2005: 15-16). شهرها ظرف های خلاقیت هستند و همیشه چرخ های حرکت، تمرکز، هدایت انرژی خلاق بشر بوده اند. بیشتر ادبیاتی که در زمینه های شهرهای خلاق و نوآور به نگارش در آمده اند، تنها به نقش خلاقیت در رشد و شکل دهی به شهر نپرداخته اند، بلکه بیشتر به این تاکید دارند که با حذف محدودیت ها و موانع (فیزیکی، اجتماعی، فرهنگی، و...) از شهرها، خلاقیت تبدیل به نیروی محرکه ی رشد و توسعه ی اقتصادی شهرها، مناطق و ملت ها خواهد شد (خوراسگانی، ۱۳۹۰: ۱۶۰).

مفهوم شهر خلاق به صورت متنوع و وسیع به کار برده می شود. در یک مفهوم شهرهای خلاق، شهرهایی هستند که قادرند راه حل های جدیدی برای مشکلات روزمره شان ارائه دهند. مفهوم دیگر شهرهای خلاق، بر تولیدات فرهنگی متمرکز است؛ یعنی تولید کالاها و خدمات فرهنگی با فعالیت هایی در ارتباط قرار می گیرند، که مرکز خلاقیت به حساب می آیند. مفهوم دیگر بر ظرفیت و توانایی شهر بر جذب سرمایه انسانی خلاق تاکید می کند (خوراسگانی، ۱۳۹۰: ۱۶۱).

تئوری شهر خلاق ارتباط بین خلاقیت فرهنگی و نوآوری تکنیکی یا توسعه ی با تکنولوژی پیشرفته را پیشنهاد می کند و ضمن پیشنهاد پارادایمی جدید معتقد است که به پدیده های اقتصادی از منظر اجتماعی و فرهنگی نگریسته شود. با این وجود هنوز مطالعات تجربی و تئوری که اهمیت رابطه ی بین تنوع اجتماعی و فرهنگی و وجود گروه های با تکنولوژی برتر را اثبات کند، به چشم نمی خورد (Songmei, 2005: 20).

لندری (۲۰۰۶)، به نقل از کیقبادی، فخرایی، علوی و زواری، (۱۳۸۷) مفهوم "شهر خلاق" را از چهار منظر مورد بررسی قرار می

دهد:

الف- شهر خلاق، از منظر زیرساخت های هنری و فرهنگی، ب- شهر خلاق از منظر اقتصاد خلاق، ج- شهر خلاق از منظر حضور طبقه خلاق، د- شهر خلاق از منظر ترویج فرهنگ خلاقیت  
در پژوهش حاضر شهر خلاق از منظر طبقه خلاق که شامل کارآفرینان و سایر افراد نوآور می باشد، مورد بررسی قرار می گیرد.

### ۳-۲. انواع شهر خلاق

ما در تاریخ به انواع گوناگونی از شهرهای خلاق بر می خوریم. تشخیص اینکه چه شهرهایی خلاق هستند، در کتاب شهرها در شهرنشینی پیتر هال که در سال ۱۹۹۸، به چاپ رسیده است، بیان می شود. شهر خلاق پدیده ایست که امکان دارد در دوره ای وجود داشته باشد، اما هیچ محیط شهری برای همیشه به صورت خلاق عمل نمی کند. از دیدگاه هاسپرز (۲۰۰۳)، انواع شهر خلاق عبارتند

از: شهرهای تکنولوژیکی - نوآور، فکری - فرهنگی، فرهنگی - فناورانه و فناورانه- سازمانی (ص ۱۴۷) که در ادامه هریک به طور مختصر توضیح داده می شود.

### ۳-۲-۱. شهرهای فناورانه- نوآور

چنین مکان هایی به عنوان زادگاه توسعه فناوری جدید و حتی گاهی به عنوان مراکز تحولات واقعی فناوری عمل کرده اند. از نمونه های تاریخی در این زمینه می توان از شهرهای منچستر قرن ۱۹ (صنعت نساجی)، گلاسکو (کشتی سازی)، برلین (وسایل الکتریکی) نام برد. شهرهای فناورانه- نوآور در دهه ی اخیر، عمدتاً در مناطقی چون دره ی "سلیکن" در ایالت متحده و "اکسبریج" در بریتانیا قرار گرفته اند.

### ۳-۲-۲. شهرهای فرهنگی - فکری

خلاقیتی که شهرهای فرهنگی- فکری از خود نشان می دهند، کاملاً متفاوت از آن چیزی است که در شهرهای فناورانه- نوآور می بینیم. این شهرها در دوره هایی از تاریخشان شاهد مجادله بین محافظه کاران و گروه های کوچکی از رادیکالیست ها (که به نوآوری تمایل داشتند) بودند. نتیجه این مجادله ها، عکس العمل های خلاق بود که عمدتاً توسط اندیشمندان، فیلسوفان و هنرمندان رخ می داد. این انقلاب خلاق عمدتاً توسط یک آهن ربای جاذب برای شهر عمل می کرد. از نمونه های تاریخی این شهرها، شهرهای یونان باستان و فلورانس هستند. هم چنین شهرهای لندن (تئاتر) و پاریس (نقاشی) در قرن هفدهم، وین (علوم و هنر) و برلین (تئاتر) در قرن نوزدهم، و شهرهای دانشگاهی چون کمبریج، بوستون، تولوز و هایدلبرگ به عنوان نمونه های معاصر نوع فکری- فرهنگی شهر دانش هستند.

### ۳-۲-۳. شهرهای فرهنگی - فناورانه

دراصل، این نوع شهرها ترکیبی هستند از ویژگی های عمده ی دو نوع شهری که قبلاً به آنها پرداختیم. در واقع، شهرهای فرهنگی- فناورانه، فناوری و فرهنگ را با هم ترکیب می کنند. این نوع شهرها در گذشته از صنایع با اصطلاح فرهنگی همچون صنعت فیلم در هالیوود (۱۹۲۰) و همتای هندی اش (بالیوود) در شهر بمبئی، موسیقی در ممفیس و مد در پاریس و میلان حاصل شده اند. نمونه هایی از این نوع شهر در دهه ۱۹۹۰ شهر تورنتو (چند رسانه) آستین و منچستر (موسیقی) و هامبورگ (گذران اوقات فراغت و رسانه های گروهی) است. حال (۱۹۹۸) و اسکات (۲۰۰۰) تعداد زیادی از شهرهای خلاق از این نوع را برای قرن ۲۱ پیش بینی کردند و آینده ای درخشان برای مکان هایی که توانایی ویژه ای در پیوند اینترنت و چندرسانه با فرهنگ دارند (مانند موزه های مجازی) تصور کرده اند.

### ۳-۲-۴. شهرهای فناورانه- سازمانی

آخرین دسته از شهرهای خلاق، شهرهای فناورانه- سازمانی هستند. خلاقیت در چنین شهرهایی، درگرو فراوانی تعداد بازیگران محلی است که برای مسائل مربوط به زندگی شهری در مقیاس بزرگ راه حل های سازمانی ارائه می دهند. در این زمینه می توان به فراهم سازی آب برای جمعیت، تأمین زیرساخت ها، حمل و نقل و مسکن اشاره کرد. از نمونه شهرهایی که توانسته اند، چنین ابتکاراتی از خود بروز دهند، می توان روم عصرسازار (آبگذرها)، لندن و پاریس قرن ۱۹ (سیستم راه آهن زیرزمینی) و نیویورک در حدود سال ۱۹۰۰ (احیای بندرگاه ها) نام برد. شهرهای بالتیمور و فیلادلفیا (احیای شهر از طریق برانگیختن بخش خصوصی)، آنتروپ (احیای ناحیه بندرگاهی) و پاریس (سیستم حمل و نقل مرکب از تراموا، قطار سبک و اتوبوس) نمونه های بارز اخیر این نوع خلاقیت هستند.

### ۳-۳. شرایط لازم برای شهر خلاق

نکته ی مهم در مورد خلاقیت این است که خلاقیت از طریق کار یدی سخت حاصل نمی شود، بلکه لوازم و شرایط خاصی را می طلبد. پس وهم و خیال است که فکر کنیم کسی می تواند خلاقیت یا ساخت و شکل دهی یک شهر دانش محور را تحمیل کند. از این رو تا وقتی این شرایط در شهری وجود نداشته باشد نمی تواند به شهر خلاق تبدیل شود. این شرایط عبارت اند از: تمرکز، تنوع و تحرک (ناپایداری) (حسین آبادی، ۱۳۹۰: ۳۱)، که مختصراً هر کدام از این شرایط توضیح داده می شود.

#### ۳-۳-۱. تمرکز

خلاقیت شهری در وهله ی اول به حضور تعداد قابل توجه جمعیت در یک مکان معین بستگی دارد. "تمرکز جمعیت" گستره ی وسیعی از روابط انسانی را به وجود می آورد که از این طریق حجم زیادی از افکار و اطلاعات گوناگون مبادله می شود. تمرکز از نظر اقتصاددانان موجب صرفه های اقتصادی می شود. ولی ما که به هدف خلاقیت، دانش و نوآوری در جامعه ی انسانی توجه می کنیم، معتقدیم که هیچ شهری خلاق نمی شود، مگر اینکه جمعیتش خلاق باشند. شهری که جمعیت زیادی را در خود جای داده است، شانس زیادی برای تولید عقاید خلاق دارد ولی این به معنای آن نیست که منحصرأ شرط خلاقیت است (حسین آبادی، ۱۳۹۰: ۳۱). تمرکز تنها افزایش تعداد مردم نیست بلکه بیشتر شدن تعاملات آنهاست. تمرکز جمعیت بیشتر مردم در مکان مشخص منجر به ملاقات های مکرر و ارتباطات میان افراد و در نتیجه تولید ایده های جدید می شود (Hospers, 2003: 149).

#### ۳-۳-۲. تنوع

دومین عاملی که موجب برانگیختن خلاقیت شهری می شود، عامل "تنوع" است. در بحث خلاقیت شهری، تنوع نه تنها در شهروندان، دانش، مهارت ها و فعالیت هایشان، بلکه در پروژه های شهری، مانند طرح های ساختمانی نیز در نظر گرفته می شود. از نظر "جین جیکبز" روزنامه نگار آمریکایی، یک شهر با جمعیت متنوع (خانواده ها، کارآفرینان، هنرمندان، مهاجرین، سالمندان، دانشجویان و...) می تواند با دسترسی به این حجم زیاد و متنوع اطلاعات و مهارت ها، سود کند. در شهری با این ماهیت، همه گونه فرصت مناسب برای شهروندان به منظور تعامل اجتماعی با هم، مبادله ی اطلاعات، دستیابی به عقاید تازه و نوآوری ها، وجود دارد (حسین آبادی، ۱۳۹۰: ۳۱). تنوع ساکنین محلی، تعاملات بیشتری را برمی انگیزد که خود ایده های جدیدی را تولید می کند (Songmei, 2005: 19).

جیکوبز به لزوم تنوع شهری تاکید دارد و آن را نه تنها از دیدگاه اجتماعی مهم می داند بلکه زیربنای اقتصاد شهری محسوب می کند. وی تاکید دارد که در یک محدوده با تنوعی از مصرف کنندگان و متصدیان، صاحبان مشاغل می توانند در امکانات یکدیگر شریک شوند و از منفعت ناشی از تنوع دسترسی، دانش، توانایی عملی و مهارت ها بهره گیرند (قهرمانی، ۱۳۸۴: ۶۷). ایده ی "اندیشه های نو باید در ساختمان های قدیمی به کار روند" می تواند در مناطق شهری گسترش یابد تا تبدیل به یک مکان پرورش دهنده واقعی روح کار آفرینی، نوآوری و به طور خلاصه شهر خلاق شوند. بنابراین جیکوبز خلاقیت را به عنوان عامل پدیدار گشته از تنوع شهری رشد یافته از بستر تاریخ می داند (قهرمانی، ۱۳۸۴: ۶۷). به این ترتیب از نظر جیکوبز چنین شهری می تواند مکانی مساعد برای کارآفرینی، خلاقیت و ابتکار باشد. به طور خلاصه، تنوع به پویایی و بنابر این زندگی شهری پر رونق می انجامد. اخیراً عقاید وی به صورت تجربی مورد آزمون قرار گرفته و صحت آن ها اثبات شده است. یکی از نتایج مهم این مطالعات آن است که عملاً نواحی شهری دارای تنوع در ایالات متحده و اروپا، نسبت به شهرهای همگن (از نظر اقتصادی، اجتماعی و فضایی)، نرخ رشد بالاتری را نشان می دهند (Hospers, 2003: 150).

### ۳-۳-۳. پویایی و تحرک

تمرکز و تنوع در یک مکان مشخص برای ایجاد شهر خلاق ضروری است اما کافی نیست. برخی شهرها این دو شرط را دارند، ولی هنوز شهر خلاق نیستند. اگر به گذشته برگردیم، درمی یابیم که در دوره ی بحران، مجادله و آشفتگی، شهرها بیشترین خلاقیت را از خود نشان می دهند. برخی ها این پویایی و تحرک را به عنوان موقعیتی فوق العاده برای خلاقیت شهری قلمداد می کنند. اساس این عامل بنیادین نوسانات کوچکی است که می تواند تغییرات متعددی ایجاد کند. در واقع ناپایداری باعث می شود شهر خود را در موقعیت حساس ببیند و خواه ناخواه به سمت خلاقیت تهییج شود (حسین آبادی، ۱۳۹۰: ۳۱).

### ۳-۴. ارکان شهرهای خلاق

محمدی و مجید فر (۱۳۸۹) معتقدند که افراد مستعد و نوآور رکن اصلی شهرهای خلاق بوده و این توانمندی را دارند که روح خلاقیت را به شهرهای خود بدمند. ولی این توانمندی زمانی از قوه به فعل می رسد که به خوبی مدیریت گردد. مردم، بنگاه های اقتصادی، فضاها، پیوندها و چشم انداز، پنج رکن اصلی شهرهای خلاق می باشند. آنان معتقدند که برای ایجاد و توسعه شهرهای خلاق باید راهبردهایی را به اجرا درآورد که ضمن پشتیبانی از ارکان ذکر شده، شهر را به سوی یک آینده خلاق سوق دهند (ص. ۱۶).

ارکان شهر خلاق به همراه راهبردهای آن در جدول زیر خلاصه گردیده است.

جدول ۱- ارکان و راهبردهای شهر خلاق

ارکان شهر خلاق	راهبردها
مردم	توسعه ظرفیت خلاقیت در کلیه سطوح آموزش عمومی سرمایه گذاری در برنامه ریزی اجتماعی خلاقیت پشتیبانی از برنامه های خلاق در آموزش عالی برنامه ریزی فعالیت ها و رخدادهای فرهنگی راهبردهای جذب و نگهداری استعدادها
بنگاه های اقتصادی	فراهم نمودن شرایطی برای بنگاه های اقتصادی به صورتی که این بنگاه ها بتوانند ریسک ها را بپذیرند افزایش حمایت از بخش هایی که مورد توجه بین المللی هستند الهام بخشی و تشویق کلیه بنگاه ها و کارآفرینان در تمام بخش های اقتصادی برای این که خلاقانه فکر کنند توسعه و بهبود آموزش و مربیگری در زمینه مهارت های کسب و کار پشتیبانی از کارآفرینی خلاقانه توسعه مراکز رشد (انکوباتورها) حمایت از خوشه ها یا بخش های خلاق حمایت از نمایش محصولات خلاق توسعه ظرفیت خلاقیت در سایر صنایع حمایت تخصصی از کسب و کارهای خلاق ایجاد مراکز همگرایی افراد خلاق
فضاهای شهری	ایجاد فضاهای باثبات و مطمئن برای هنرمندان ایجاد و بهبود فضاهای خلاقانه شهری
پیوندها و ارتباطات	ایجاد یک بدنه رهبری برای شهر خلاق

تقویت واسطه ای ارتباطی برای پیوند فعالیت های خلاقانه فعلی شهر شبکه سازی افزایش توجه به خلاقیت در ساختارهای موجود ایجاد مکانیسم های تامین منابع مالی برای پروژه های خلاقانه	
تجلیل از پیشرفت های خلاقانه توسعه فرهنگ خطر پذیری توسعه حمایت چند سطحی سیاسی برای فعالیت های خلاقانه پیشبرد وفاق اجتماعی بازاریابی، ترفیعات و پیام رسانی	چشم انداز و آوازه ی شهر

### ۳-۵. طبقات خلاق

ری و اندرسون (۲۰۰۰) پیشنهاد طبقه خلاق را در مطالعاتشان ارائه کرده اند که آنان چگونه به خلاقان فرهنگی مبدل می شوند. آنان بیان کردند که مردم به عنوان آگاهان محیطی و فعالان اجتماعی هستند که علاقه مند به توسعه فردی و کیفیت های جنسیتی و نژادی هستند (Medeiros, 2005:1). فلوریدا (۲۰۰۲) دیدگاهش را کمی فراتر برده و بیان می کند که مردم در طبقه ی جدید محرکان اقتصاد فراصنعتی هستند. او بیان می کند که طبقه ی خلاق به عنوان فردی است که اندازه ای از خلاقیت را در کسب و کار روزانه اش به کار گیرد که شامل: هنرمندان، وکیلان، طراحان و دانشمندان، تحلیل گران مالی، و شغل های متنوعی که مربوط به تکنولوژی اطلاعات می شوند (Hospers and Dalm, 2005 : 8).

طبقه ی خلاق گروهی از کارکنان علمی و هنری حرفه ای که حضورشان به ویژه در مناطق شهری موجب پویایی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی می شود. به طور مشخص تر، طبقه خلاق مشتمل بر تمامی افرادی است که در زمینه های علوم و مهندسی، معماری و طراحی، آموزش، انواع هنرها، موسیقی و ... کار می کنند و کارکرد اقتصادی شان خلق ایده های جدید، فناوری های جدید و محتوای جدید است.

در رویکرد فلوریدا، طبقه ی خلاق هم چنین شامل یک گروه بزرگ تر از حرفه ای های خلاق در زمینه ی کسب و کار، امور مالی، و مشاوران حقوقی (مانند وکلای دادگستری) نیز می شود. این افراد خواه هنرمند باشند یا مهندس، موسیقی دان باشند یا دانشمندان رایانه، نویسنده باشند یا کارآفرین، یک ویژگی خلاق مشترک دارند که به خلاقیت، تفرد، تفاوت و شایستگی ارج می نهند. در یک کلام، اینان افرادی هستند که از طریق خلاقیت، تولید ارزش افزوده ی اقتصادی می کنند. ارزش های طبقه ی خلاق عبارت اند از تفرد، شایسته سالاری، تنوع و بازبودگی (کیقبادی و همکاران، ۱۳۸۷، ۳۵).

فلوریدا نشان داد که اجبار طبقه ی خلاق این است که نگرش و عقیده های مشابه در ارتباط با کار، هویت، ارزش، رفتار و کیفیت زندگی به اشتراک بگذارند. به عنوان یک گروه، آنان برای تنوع و به خصوص فردیت ارزش قائل می شوند. فلوریدا مسئله ای را که بر تاثیر تکنولوژی در کاهش اهمیت جغرافیا اشاره دارد، نمی پذیرد و بیان می کند که مکان بسیار مهم است و صنایع خلاق در مکان هایی یافت می شوند که گروه هایی از افراد خلاق در آنجا زندگی کنند (Medeiros, 2005:18).

خلاقیت متضمن توانایی تلفیق و ترکیب است. چیزی مثل تغییر در داده ها، ادراک ها و اطلاعات برای اینکه چیز جدید و مفیدی به دست آید. فلوریدا خاطر نشان می کند که ما در حال ورود به عصر خلاق هستیم، عصری که خلاقیت در آن به فاکتور اصلی در اقتصاد تبدیل می شود. او برای رشد اقتصادی نظریه ۳ تی را ارائه می دهد؛ سه فاکتور اقتصادی که در زبان انگلیسی با حرف T آغاز می شوند: فناوری (technology)، استعداد (talent) و تحمل (tolerance). به موازات بحث های مطروحه، کارآفرین خلاق نیز پیدا شد تا معرف افراد موفق و مستعدی باشد که از تبدیل ایده ها به محصولات یا خدمات خلاق برای جامعه برخوردارند (Hospers and Dalm, 2005 : 9). در این قسمت در خصوص کارآفرینی و نقشی که عوامل محیطی در بروز فعالیت های کارآفرینانه و مخصوصا نقشی که در بروز خلاقیت، که از ویژگی های اصلی کارآفرینان است، دارد خواهیم پرداخت.

### ۳-۶. کارآفرینی

کارآفرینی، واژه ای است نو که از معنی کلمه اش نمی توان به مفهوم واقعی آن پی برد. این واژه به جای کلمه Entrepreneurship به کار می رود که در اصل از کلمه فرانسوی ENTREPRENDEUR به معنای متعهد شدن نشأت گرفته است. بعضی از دانشمندان نظیر شومپتر، کارآفرین را مهم ترین عامل توسعه اقتصادی دانسته اند. وی معتقد است کارآفرین یک مدیر صاحب فکر و ابتکار است که همراه با خلاقیت، ریسک پذیری، هوش، اندیشه و وسعت دید، فرصتهای طلایی می آفریند. او قادر است که با نوآوری ها تحول ایجاد کند و یک شرکت زیان ده را به سوددهی برساند.

در واقع، هنوز هم تعریف کامل و جامع که مورد پذیرش همه ی صاحب نظران قرار گیرد از واژه کارآفرینی ارائه نشده است، لیکن در این بین تئوری و تعاریف اقتصاددان مشهور اتریشی به نام جوزف شومپتر از کارآفرینی و نقش کارآفرینان در فرآیند توسعه؛ مورد توافق و ارجاع اکثر محققین در این زمینه است. بر طبق نظر وی کارآفرین نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی و موتور توسعه می باشد و نقش وی عبارت است از نوآوری یا ایجاد ترکیب های تازه از مواد. شومپتر مشخصه اصلی کارآفرین را "نوآوری" می دانست و کار یک کارآفرین را "تخریب خلاق" تعریف کرد. وی در کتاب "نظریه اقتصاد پویا" اشاره می کند که تعادل پویا از طریق نوآوری و کارآفرینی ایجاد می گردد و این ها مشخصه ی یک اقتصاد سالم هستند.

آنچه که مسلم است رابطه بین کارآفرینی و رشد اقتصادی امری اثبات شده و مسلم است. فایول (۲۰۰۷) و همچنین رینولد، هی، و کمپ (۱۹۹۹) تاثیر و معنی دار بودن کارآفرینی را بر رشد و توسعه اقتصادی در تمامی کشورها و در قرن حاضر امری اثبات شده می دانند. به طوری که ایرونیو (۲۰۰۲) با تایید موضوع یاد شده، رشد اقتصاد آمریکا را متکی بر کارآفرینی و نوآوری خوانده و بر لزوم توجه به آن تاکید می نماید. هندرسون (۲۰۰۲) نیز نقش معنی داری را برای کارآفرینان در فعالیتهای اقتصادی و ایجاد شغل قایل می باشد. لذا در شهرهای خلاق شاهد بروز و ظهور کارآفرینانی هستیم که نقشی حیاتی در فعالیت های اقتصادی کشور ایفا می نمایند. فیت (۲۰۰۱) و زهرا (۲۰۰۷) اعتقاد دارند کارآفرینی از سایر رشته ها و زمینه های علمی در مباحث نظری بهره گرفته است که این تئوری ها نیز اغلب ناکافی، متضاد با هم و غیر کامل هستند. ادوارد (۲۰۰۸) معتقد است که اغلب تئوری ها در زمینه کارآفرینی متعلق به انگیزش و مدیریت است تا کارآفرینی. کانینگهام و لیسچرون (۱۹۹۱) معتقدند که هر نوع فعالیت تحقیقاتی در زمینه کارآفرینی می تواند در شش مکتب فکری طبقه بندی گردد که هر کدام از آنها شرایط و کاربرد های خاص خود را دارد. در اولین و دومین مکتب فکری مشخص شده توسط آنان که به مکتب فکری "ابرمرد" و "ویژگی های روان شناختی" معروف است و با تحقیق حاضر سنخیت دارد.

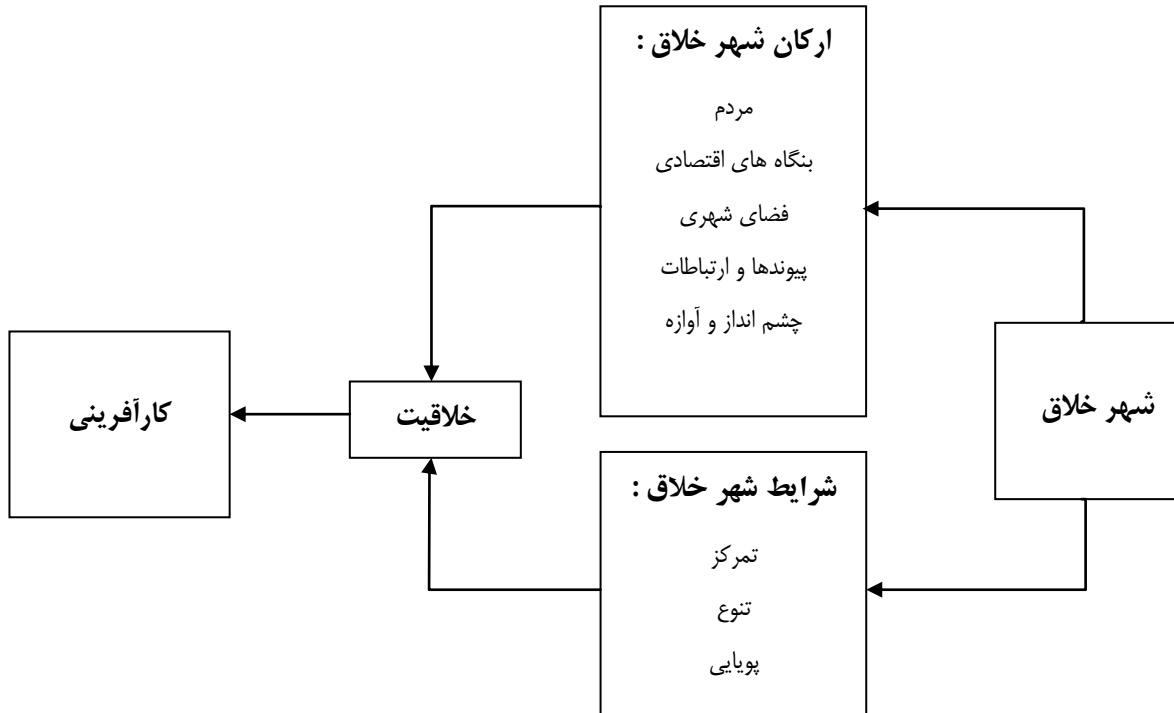
محققین معتقد هستند ویژگی های شخصیتی کارآفرینان معمولا مورد توجه بوده و به عنوان عامل موفقیت آنان شناخته می شود و اکثر محققین موفقیت آن ها را منتسب به این صفات می دانند. به گفته این محققین توصیف کارآفرینان در مکتب فکری "ابرمرد" آنان را همانند شخصی معرفی می کند که قادر هستند مفاهیم و افکاری را ارایه نمایند که دیگران قادر به انجام آن نیستند و برای آن ها غیره منتظره و عجیب به نظر می رسد. در تایید این بحث سایر محققین از جمله هوگس (۱۹۸۶) و سیلور (۱۹۸۵) معتقد هستند که کارآفرینان دارای ویژگی ها و صفاتی هستند که آن ها را از دیگران متمایز می سازد. سایر تئوریسین های روانشناسی نیز (به عنوان مثال؛ کرومی، ۱۹۹۴؛ لاپسینقور و باقی، ۱۹۸۷، به نقل از ادوارد ۲۰۰۸) این مورد را تایید نموده و معتقدند که کارآفرینان افرادی هستند که با دارا بودن ویژگی های شخصیتی خاص، افراد را کمک می کنند تا به حداکثر فرصت های ممکن دسترسی پیدا کنند. مکتب فکری دوم بر ویژگی های روانشناختی کارآفرینان تاکید خاصی دارد. این مکتب فکری معتقد است که کارآفرینان ارزش ها و باورهای کمیاب و خوبی در راستای کار و زندگی خود دارا هستند که در بین سایرین کمتر پیدا می شود. یکی از ویژگی های اصلی شخصیتی کارآفرینان خلاقیت می باشد به طوری که می توان گفت که کارآفرینی به خلاقیت نیاز دارد.

باکس، واتس، و هیسریچ (۱۹۹۴) معتقدند که چالش عمده پیش روی محققین کارآفرینی این است که عوامل شخصیتی به تنهایی نمی تواند تعیین کننده موفقیت کارآفرینان باشد. در موافقت با این نظر گاس (۱۹۸۲)، پرسنل (۱۹۹۹) (به نقل از سان، ۲۰۰۴) میگویند که بررسی عوامل محیطی در کنار سایر عوامل مورد بحث نتایج معنی داری در پیش بینی موفقیت کارآفرینان ایفا خواهد نمود.

در کنار این ها، واندروورف و براش (۱۹۸۹) پیشنهاد می کنند که علی رغم پیچیدگی های موجود و وجود چشم انداز های متعدد کارآفرینی، محققین بایستی در کنار عوامل شخصیتی عوامل محیطی را نیز اضافه نمایند تا تحقیقات در این خصوص نتیجه بخش باشد. عوامل محیطی مخصوصا نقش بسیار معنی داری در پیش بینی موفقیت یک شرکت دارد (Lumpkin & Dess, 1996). مطالب زیادی



در خصوص رابطه بین کارآفرینی و عوامل محیطی در ادبیات موضوع تحقیق وجود دارد (Benzing, et al., 2009). ایرویف (۲۰۰۲) معتقد است در جایی که بحث کارآفرینی مطرح است شرایط محیطی در آن نقش اساسی خواهد داشت. کردنائیج، زالی، هومن و شمس (۱۳۸۶) معتقدند که یکی از عوامل مهم تاثیرگذار بر بروز خلاقیت در کارآفرینان تاثیر محیط شهری می باشد. استرنبرگ و لوپارت (۱۹۹۰) (به نقل از کردنائیج و همکاران، ۱۳۸۶ ص. ۸۸) نظریه خلاقیت را مبتنی بر رویکرد کاملا چند متغیری ارایه کرده اند که یکی از مهم ترین متغیرها بافت محیطی است و تاثیر فوق العاده ای بر بروز خلاقیت دارد. با توجه به نظریات ارایه شده مبرهن است که شهرهای خلاق به عنوان محیط فعالیت مردم نقش اساسی در بروز خلاقیت و به تبع آن افراد کارآفرین خواهد داشت. مدل مفهومی و تئوریک تحقیق در شکل شماره ۱ قابل رویت می باشد.



شکل ۱- مدل تئوریک مساله

همان طوری که در مدل مفهومی تحقیق مشخص است و با توجه به توضیحاتی که ارایه گردید تمرکز جمعیت که یکی از ارکان شهر خلاق می باشد، گستره وسیعی از روابط انسانی را بوجود می آورد که از طریق حجم زیادی از افکار و اطلاعات گوناگون مبادله شده، باعث بروز خلاقیت و نوآوری می گردد که در اصل هیچ شهری خلاق نمی گردد، مگر اینکه جمعیتش خلاق باشند. از سوی دیگر یک شهر با جمعیت متنوع (کارآفرینان، هنر مندان و...) فرصت مناسبی برای دستیابی به عقاید تازه و نوآوری ها فراهم خواهد ساخت و این عقاید تازه است که شهر را به یک مکان پرورش دهنده واقعی روح کارآفرینی تبدیل خواهد نمود، و عنوان شد که یک شهر با پویایی و تحرک بالا و همچنین در موقعیتی ناپایدار باعث خواهد شد تا بیشتر تهییج گردد تا به سمت خلاقیت حرکت نماید. بدیهی است که یکی از خروجی های مهم خلاقیت کارآفرینانی خواهند بود که خود منشا برکات زیادی برای هر کشور می باشند.

## ۴. روش تحقیق

پژوهش مورد نظر از نوع تحلیلی-اسنادی بوده و سعی نموده است که از طریق بررسی و تحلیل مطالعات، نظریه ها و تئوری های مرتبط با شهر خلاق، طبقات خلاق و ویژگی ها و ارکان آن، و هم چنین بررسی کارآفرینی و مکاتب و نظریه های آن، به ارتباط منطقی میان این دو مقوله دست می یابد.

## ۵. نتیجه گیری و پیشنهادات

هدف اصلی از انجام این تحقیق فراهم کردن شرایط لازم برای شهرهای ایران به خصوص کلان شهرها می باشد تا با برداشتن گام های لازم خود را تبدیل به شهر خلاق نمایند. به عبارت دیگر این تحقیق به دنبال پاسخگویی به این سوال بود که ارکان شهر خلاق کدام اند؟ و چه شرایطی برای بروز این چنین شهرهایی لازم است؟ آیا شهرهای خلاق می توانند زمینه ساز ظهور کارآفرینان باشند یا نه؟ و در نهایت آیا کلان شهرهای ایران ظرفیت و شرایط لازم را خواهند داشت یا نه؟

با بررسی و تحلیل که در این مقاله صورت گرفت، ضمن شناسایی ارکان و شرایط شهرهای خلاق، ارتباط منطقی و تئوریک بین این قبیل شهرها و کارآفرینی برقرار گردید. نتایج این تحقیق نشان می دهد که شهر خلاق با تکیه بر مردم و بنگاه های اقتصادی به عنوان ارکان اصلی خود و از سوی دیگر، از طریق تنوع جمعیت باعث تقویت خلاقیت می شود که یکی از صفات مشخص و مهم کارآفرینان است و نقش کلیدی و اساسی در رشد و توسعه اقتصادی دارد. لذا به مسئولین و دست اندرکاران شهرها توصیه می گردد تا ضمن توجه به این مهم، زمینه ساز رشد افرادی را فراهم سازند تا ضمن ایجاد مزیت رقابتی در بین سایر شهرها به لحاظ جذب منابع انسانی، شاهد پویایی محیط با حضور افراد کارآفرین باشند و این محقق نخواهد شد مگر با فراهم نمودن شرایط لازم برای تبدیل این شهرها به شهری خلاق که در آن افراد کارآفرین پرورش پیدا نمایند. در این مقوله و برای رسیدن به نتایج قطعی تر و منسجم تر، مطالعات میدانی لازم است که محققین در تلاشند به این مهم در آینده پرداخته و راهکارهای عملی برای رسیدن شهرها (به ویژه شهر مشهد) به شهر خلاق ارائه نمایند.

## ۶. منابع و مآخذ

- ۱- رفیعیان، محسن، درآمدی بر مناطق شهرهای خلاق، ماهنامه پژوهشی، آموزشی شهرداری ها، جلد ۱۰۰، ۱۳۸۹، صص ۱۲-۱۵
- 2- Songmei, L. (2005). High tech spatial concentration human capital, agglomeration economics, location theories and creative cities, department of urban and public affairs, college of business and public administration, university of Louisville, Kentucky, august.
- 3- Hall, P. (1998). *Cities in Civilization: culture, innovation and urban order*. Weidenfeld, London.
- 4- Hall, P. (2000). Creative cities and economic development, *Urban Studies*. 37, 639-469.
- 5- Landry, Ch. (2000). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*, Comedia/Earthscan, London,
- 6- Hospers, G.J. (2003). Creative cities, breeding places in the knowledge economy, *knowledge, technology & policy*. 143-162
- 7- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class—and how it is transforming leisure, community and everyday life*, New York.

8- Scott A.J. (2006). *Creative cities: Conceptual issues and policy questions*, University of California, Los Angeles,

9- Medeiros N. (2005). *Planning for creativity: the case study of Winnipeg's Exchange District*, master degree project, faculty of environmental design.

۱۰- ربانی خوراسگانی، علی؛ ربانی، رسول؛ ادیبی سده، مهدی؛ موذنی، احمد، بررسی نقش تنوع اجتماعی در ایجاد شهرهای خلاق و نوآور مورد مطالعه: شهر اصفهان، نشریه جغرافیا و توسعه، شماره ۲۱، ۱۳۹۰، صص ۱۵۹-۱۸۰

۱۱- کیقبادی، مرضیه؛ فخرایی، مرضیه؛ علوی، سارا؛ و زواری، عبدالمجید، شناخت صنعت فرهنگی (از صنایع فرهنگی تا صنایع خلاق، مرور ادبیات موضوع، همراه با نگاهی به وضعیت صنایع فرهنگی کشورهای پنج قاره ی جهان)، اندیشکده صنعت و فناوری (اصف)، استانداری قم، انتشارات اداره کل تبلیغات اسلامی قم، ۱۳۸۷

۱۲- هاسپرز، گرت جان، ترجمه سعید حسین آبادی، شهرهای خلاق، مکان های پرورش یافته در اقتصاد دانش، مجله رشد آموزش جغرافیا، شماره ۳، ۱۳۹۰، صص ۲۶-۳۵

۱۳- قهرمانی، هومن، جین جیکوب در پنجره دیدگاهش، دوماه نامه پیام مهندس، شماره ۲۸، ۱۳۸۴، صص ۶۵-۶۸

۱۴- محمدی، کمال و مجیدفر، فرزانه، دوران شهرهای خلاق، ماهنامه پژوهشی، آموزشی شهرداری ها، جلد ۱۰۰، ۱۳۸۹، صص ۱۶-۲۱

15- Hospers, G.J. Dalm, V.R., (2005). How to create a creative city ? The viewpoints of Richard Florida and Jane Jacobs, foresight. 7, 8-12.

16- Fayolle, A. (2007). *Entrepreneurship and new value creation: The dynamic of the entrepreneurial process*. Cambridge: Cambridge University Press. Hughes, J. R. T. (1986). *The vital few: American economic progress and its protagonists*. New York: Oxford University Press.

17- Reynolds, P. D., Hay, M., & Camp, S. M. (1999). *Global entrepreneurship monitor: 1999 Executive report*. Kansas City: Ewing Marion Kauffman Foundation.

18- Erofeev, D. A. (2002). *Personal, organizational, and environmental factors as predictors of entrepreneurial success within a franchising company in the personnel service industry*. Unpublished PhD, Central Michigan University, United States, Michigan.

19- Henderson, J. (2002). Building the rural economy with high-growth entrepreneurs. *Federal Reserve Bank of Kansas City Economic Review*, 87(3), 45-70.

20- Fiet, J. O. (2001). The theoretical side of teaching entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 16(1), 1-24.

21- Zahra, S. A. (2007). Contextualizing theory building in entrepreneurship research. *Journal of Business Venturing*, 22(3), 443-452.

22- Edwards, C. C. (2008). *Assessing entrepreneurship and African American women: Factors of success*. Unpublished PhD, North central University, United States, Arizona.

23- Cunningham, J. B., & Lischeron, J. (1991). Defining entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 29(1), 45-61.

24- Silver, D. A. (1985). *Entrepreneurial megabucks: The 100 greatest entrepreneurs of the last twenty five years*. New York: John Wiley and Sons.

25- Box, T., Watts, L., & Hisrich, R. (1994). Manufacturing entrepreneurs: An empirical study of the correlates of employment growth in the Tulsa MSA and Rural East Texas. *Journal of Business Venturing*, 9(3), 261-270.

26- Gasse, Y. (1982). *Commentary elaboration: Elaborations on the psychology of the entrepreneur*. In C. A. Kent, D. L. Sexton & K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 58-71). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

27- VanderWerf, P. A., & Brush, C. G. (1989). Achieving empirical progress in an undefined field. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 14(2), 45-58.

28- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.

29- Benzing, C., Chu, H. M., & Kara, O. (2009). Entrepreneurs in Turkey: A factor analysis of motivations, success factors, and problems. *Journal of Small Business Management*, 47(1), 58-91

۳۰- کردنائیج، اسدالله؛ زالی، محمد رضا، هومن، حیدرعلی، شمس، شهاب الدین، ابزار سنجش ویژگی های شخصیتی کارآفرینان ایرانی. تهران: تربیت مدرس، ۱۳۸۶