



معاونت توسعه فناوری و مطالعات سینمایی

طرح پژوهشی
«الزامات ایجاد شهر خلاق سینمایی»

مجری: فرناز سربندی

زمستان ۱۴۹۹

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فهرست

۶	فصل اول: کلیات
۱۳	فصل دوم: ادبیات نظری و پیشینه
۷۹	فصل سوم: روش شناسی
۸۵	فصل چهارم: یافته‌ها، بحث و نتیجه‌گیری
۱۴۳	فهرست منابع
۱۵۱	پیوست:

چکیده:

هدف این پژوهش شناسایی الزامات ایجاد شهر سینمایی خلاق در ایران است. با توجه به این هدف، از روش کاربردی به لحاظ هدف، روش توصیفی برای تحلیل و از روش کمی و کیفی برای جمع‌آوری داده‌ها بهره گرفته شده است. در واقع برای شناسایی شاخص‌ها و مؤلفه‌های شهر خلاق سینمایی، با چهار نفر از صاحب‌نظران این حوزه که شامل مسئولان سینمایی سابق و نیز افراد صاحب‌نظر در این زمینه بودند، به روش گلوله‌برفی مصاحبه شد و سیاست‌های سایر کشورها که دارای شهر خلاق سینمایی بودند مورد بررسی و مطالعه قرار گرفت. در نهایت فهرستی از شاخص‌ها تدوین شد. برای بررسی اسناد بالادستی از روش تحلیل محتوا استفاده شده است که اسناد بالادستی همچون سند چشم‌انداز، سیاست‌های کلی نظام و اصول سیاست فرهنگی کشور مورد بررسی قرار گرفت. در نهایت با استفاده از روش تحلیل شکاف الزامات شهر خلاق سینمایی ارائه شد و در قالب مدل سیستمی راهبردهایی برای تدوین و تنظیم شده است. با توجه به نتایج به نظر می‌رسد که زمینه‌های ایجاد شهر سینمایی خلاق در ایران و به طور خاص تهران وجود دارد که انتخاب تهران می‌تواند به دلیل وجود زیرساخت‌های مناسب‌تر نسبت به سایر شهرهای کشور و سابقه حضور سینما و فیلم‌سازی در این شهر از حدود بیش از یکصد سال قبل باشد. علاوه بر آنکه مهم‌ترین جشنواره سینمایی (فجر) در سطح بین‌المللی در شهر تهران برگزار می‌شود که برای انتخاب این شهر به عنوان شهر سینمایی خلاق بسیار حائز اهمیت است. روشن است که در سایر شاخص‌ها و زمینه‌ها همچون اقتصاد خلاق و سرانه فضاهای سینمایی و فرهنگی، تولید و اکران و نیازمند سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی جدی مسئولان هستیم تا به شرایط مطلوب برای ایجاد شهر سینمایی خلاق و دستیابی به اقتصاد خلاق در حوزه سینما موفق گردیم.

واژگان کلیدی: صنایع خلاق، شهر خلاق، سینما، شهر خلاق سینمایی، اقتصاد خلاق، سیاست‌گذاری

فرهنگی

فصل اول: کلیات

مقدمه

صنایع خلاق و به تبع آن اقتصاد خلاق، در دهه‌های اخیر به عنوان حوزه‌ای جدا و مورد توجه برای اقتصاددانان، متخصصان آمار، متخصصان فرهنگ و تصمیم‌گیران و سیاست‌گذاران بوده است. مفهوم صنایع خلاق به منظور سیاست‌گذاری عمومی هنوز بسیار جوان است و همه دولت‌ها هنوز نیاز به پرداختن به این بخش را احساس نکرده‌اند. با وجود فناوری‌های نوینی چون اینترنت، تجارت الکترونیک و ... که باعث تسهیم، تجارت و مصرف آسان‌تر کالاها و خدمات فرهنگی نسبت به گذشته شده است، جهانی شدن تأثیر قابل توجهی بر صنایع خلاق داشته است. بنابراین یکی از ضروریات سیاست‌گذاری فرهنگی توجه و تمرکز بر صنایع خلاق و زیرساخت‌های مرتبط با این حوزه است. اصطلاح «صنایع خلاق» نسبت به صنایع فرهنگی، مجموعه گسترده‌تری را شامل می‌شود که در بردارنده کالاها و خدمات ناشی از صنایع فرهنگی و آنچه وابسته به نوآوری است (از جمله بسیاری از پژوهش‌ها و نرم‌افزارها). صنایع خلاق، صنایعی هستند که در آن تولیدات یا خدمات، شامل عناصر پایدار فعالیت‌های هنری یا خلاق می‌شود، از جمله فعالیت‌هایی چون معماری و تبلیغات. وجه تمایز کالاهای فرهنگی و خلاق می‌تواند مبنایی برای تشخیص صنایع فرهنگی از صنایع خلاق باشد. کالاهای فرهنگی، علاوه بر ارزش تجاری، دارای ارزش فرهنگی هم هستند، اما کالاهای خلاق صرفاً با هدف تولید ارزش تجاری خلق می‌شوند. آنچه این دو را در یک گروه قرار می‌دهد، آن است که تولید هر دو مستلزم سطح معینی از خلاقیت است (UNESCO, 2006).

از جمله مفاهیم بسیار مهم در حوزه خلاقیت و صنایع خلاق، مفهوم شهر خلاق است که به عنوان یک مکان با شکوفایی قوی هنر و فرهنگ، خلاقیت و نوآوری با سناریوی چهارگانه سرمایه انسانی خلاق، کیفیت زندگی، زمینه‌های نوآوری و سرمایه اجتماعی در جهت به‌کارگیری شاخص‌های توسعه پایدار است (ضرابی، موسوی و باقری، ۱۳۹۳). یکی از بسط‌های نظریه فلوریدا مفهوم «شهر خلاق»^۱ و توسعه فرهنگی شهر بر اساس خلاقیت‌ها و فرهنگ شهر است. اگر نظریه فلوریدا بر مؤلفه‌های فرهنگی برای توسعه شهر، به منظور جذب «طبقه خلاق» یا کارگران ماهر و با تحرک مکانی بالا و دارای دانش تأکید می‌کند، رویکرد شهر خلاق بر فضای شهر، به مثابه هدف اصلی توسعه فرهنگی تمرکز دارد. این رویکرد اساساً مبتنی بر راهکارهای توسعه فرهنگی یونسکو بوده و بر این امر تأکید می‌کند که هر شهر باید بر اساس بهترین عناصر تاریخی، موقعیت جغرافیایی و منابع انسانی، سیاست‌گذاری‌های فرهنگی خاص خود را تدوین و اجرا کند (Florida, 2005). بر این اساس خلاقیت فرهنگی فرایندی است که به ما کمک می‌کند تا رویاهای فرهنگیمان را جامه عمل بپوشانیم. واربانوا ابعاد شهرهای خلاق را چنین برمی‌شمرد: ۱. میراث و حافظه جمعی، ۲. فضاهای ملاقات و هنر همگانی، ۳. هوشیاری شهری، ۴. فرهنگ به مثابه نیروی محرک اقتصادی، ۵. شهروند فرهنگی، ۶. توسعه اجتماعات شهر و ۷. توسعه شخصی و اجتماعی جوانان (Varbano, 2007). شهرهای خلاق در حوزه‌های گوناگون صنایع خلاق مطرح هستند که یکی از آنها شهرهای خلاق سینمایی است. صنعت سینما و فیلم از جهات گوناگون فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی بسیار مهم و تأثیرگذار است، بنابراین کشورهای بسیاری در این حوزه سیاست‌گذاری‌های قابل توجهی دارند و سرمایه‌گذاری‌های کلانی نیز برای آن انجام می‌دهند. این شهرها علاوه بر ظرفیت‌های گفته‌شده به لحاظ توسعه گردشگری نیز دارای اهمیت هستند.

سینما یکی از اجزای صنایع خلاق و فرهنگی محسوب می‌شود. سینما یک رسانه دیداری شنیداری مبتنی بر فناوری است که به وسیله آن فعالیت اقتصادی صورت می‌گیرد و همچنین قابلیت استفاده هنری دارد. همچنین علاوه بر کارکردهای عام رسانه‌ای از جمله اطلاع‌رسانی، سرگرمی و آموزش، دارای کارکردهای دیگری است که برخی از آنها خاص سینماست (آزاد ارمکی و امیر، ۱۳۸۸: ۱۰۶). بر اساس پژوهش‌های انجام‌شده سیاست‌گذاری‌های مربوط به سینما در ایران، این صنعت را به جایگاه مطلوب نرسانده است و به دلایل

گونگون سیاست‌گذاری‌ها ناموفق عمل کرده‌اند (سربندی، ۱۳۹۸). اما ظرفیت‌های موجود در این صنعت که آن را از جهات بسیاری حائز اهمیت ساخته است، در حال حاضر می‌تواند نقش بسیار مهمی در شکوفایی اقتصاد کشور ایفا نماید و این علاوه بر تأثیرگذاری‌های چشمگیر آن در حوزه‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و مدیریت شهری است. بنابراین در این پژوهش در نظر است به الزامات ایجاد شهر خلاق سینمایی در کشور پرداخته شود.

بیان مسئله

صنایع فرهنگی و خلاق در دهه‌های گذشته بسیار مورد توجه صاحب‌نظران و نیز سیاست‌گذاران بوده است. در شرایط کنونی با وجود تحریم‌های اقتصادی و نیز تأکید مسئولان و سیاست‌گذاران کشور بر اقتصاد بدون نفت، اقتصاد خلاق از اهمیت دوچندان برخوردار است. صنایع فرهنگی در سال‌های اخیر به یکی از دکترین‌های اصلی توسعه در کشورهای پیشرفته تبدیل شده است. تا کنون بسیاری از کشورهای دنیا سرمایه‌گذاری‌های گسترده‌ای بر این صنایع داشته‌اند و صنعت فرهنگی شکل گرفته توانسته است ارزش اقتصادی فراوانی تولید کند. به عنوان نمونه بر اساس مطالعات انجام‌گرفته، حدود یازده درصد تولید ناخالص داخلی ایالات متحده آمریکا و حدود ده درصد تولید ناخالص داخلی کره جنوبی از محل صنایع فرهنگی است. آمارها در کشور ایالات متحده نشان می‌دهد (۲۰۱۵):^۱ به طور کلی در ایالات متحده، ۷۰۲,۷۷۱ تجارت و کسب‌وکار با هنر و صنایع خلاق در ارتباط است و ۲/۹ میلیون نفر در این ارتباط مشغول به کار هستند. در فرانسه وسعت تولیدات در زمینه‌های کتاب، فیلم و انواع محصولات فرهنگی به طور مداوم افزایش داشته و تولید و توزیع این محصولات وجهه بین‌المللی یافته است. صنعت تبلیغات انگلستان بزرگ‌ترین بازار اروپایی این صنعت است و انگلستان تصمیم دارد به قطب اصلی توسعه صنایع فرهنگی در قاره اروپا تبدیل شود. در سال ۲۰۰۶ یکی از مهم‌ترین نمایشگاه‌های بین‌المللی صنایع فرهنگی در چین برگزار شد. حوزه فرهنگی کره جنوبی دارای اقتصادی پویاست. بیشترین درآمد کشور هند در حوزه‌های سینما و تولید نرم‌افزارهای رایانه‌ای است. سرمایه‌گذاری در صنایع تفریحی و فرهنگی از جمله مهم‌ترین اولویت‌های فرهنگی دولت استرالیا محسوب

^۱ http://www.americansforthearts.org/sites/default/files/pdf/2015/by_program/reports_and_data/research_studies_and_publications/creative_industries/2015_United_States_Color.pdf

می‌شود. بر اساس مطالعه‌ای که توسط ارنست یانگ انجام گرفته است، ۳۴ درصد درآمد جهانی صنایع خلاق و فرهنگی در آسیا و اقیانوسیه، ۳۲ درصد در اروپا، ۲۸ درصد در آمریکای شمالی، ۶ درصد در آمریکای لاتین و ۳ درصد در آفریقا و خاورمیانه است.

متأسفانه سهم درآمد و تولید ناخالص داخلی ایران از صنایع خلاق و فرهنگی در مقایسه با سایر کشورها بسیار ناچیز است. چنانکه برای مثال فروش گیشه‌های سینما در سال ۱۳۹۶ در ایران در حدود ۱۸۰ میلیارد تومان بوده است (معاونت فناوری و توسعه سازمان سینمایی، ۱۳۹۷) و تولید ناخالص داخلی کشور نیز در حدود ۳۶۲ میلیارد تومان برآورد شده است (سریندی، ۱۳۹۸) و با توجه به تولید ناخالص داخلی در سال ۱۳۹۵ یک میلیون و سیصد و هفتاد و پنج هزار و هشتصد و هفتاد و نه میلیارد تومان (۱۳۷۵۸۷۹۹ میلیارد ریال) (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۶) بوده است که سهم سینما ناچیز است. این شرایط در سایر حوزه‌های صنایع خلاق نیز صدق می‌کند.

با مطرح شدن صنایع خلاق و مبحث خلاقیت، واژه‌ها و اصطلاحات بسیاری متولد شده‌اند که برای مثال می‌توان به شهر خلاق، طبقه خلاق، سرمایه خلاق و ... اشاره کرد. از جمله موضوعات مطرح در صنایع خلاق، شهرهای خلاق هستند که نه تنها به لحاظ اقتصادی، که از جنبه‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی نیز از اهمیت فراوانی برخوردارند. هرچند در دوره صنعتی سرمایه انسانی از اهمیت بسیاری برخوردار بود، اکنون با مطرح شدن اقتصاد دانش‌بنیان، سرمایه خلاق جایگزین آن شده است که مرتبط با افراد و نیروی انسانی خلاق است (Durmaz, Yigitcanlar & Velibeyoglu, 2008). شهرهای خلاق، انواع گوناگونی را شامل می‌شوند که این طیف و گستره به گستردگی تمامی زیرشاخه‌های صنایع خلاق است که تمامی صنایع فرهنگی و نیز سایر صنایع همچون ورزش، خوراک و ... را نیز شامل می‌شود. از جمله صنایع مورد توجه در این طیف گسترده سینماست که از جهات گوناگون فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی برای کشورها دارای اهمیت بسزایی است.

موضوع سینما در کشور ما قدمت بسیاری دارد و از زمان ورود دوربین فیلم‌برداری به ایران مطرح است. سینما و سیاست‌گذاری‌های مربوط به سینما در دوره‌های پیش و پس از انقلاب اسلامی دستخوش تغییرات و تحولاتی شده است. اما آنچه مسلم است در گام دوم انقلاب باید با نگاه رو به جلو از این ظرفیت بسیار تأثیرگذار بیشترین استفاده را برد. در این پژوهش سعی خواهد شد به این پرسش اصلی پاسخ داده شود که

الزامات شهر خلاق سینمایی در کشور چیست و در این راستا به سیاست‌گذاری‌های انجام‌شده تا کنون، اسناد بالادستی و نیز تجربیات کشورهای موفق در این حوزه پرداخته می‌شود.

اهمیت و ضرورت پژوهش

یکی از ویژگی‌های جامعه امروز، این است که به شدت خواهان تحول و توسعه است. شروع و تداوم توسعه بدون داشتن فرهنگی پویا و توسعه‌یافته ممکن نیست. از طرف دیگر فرهنگ جامعه در بسیاری از زمینه‌ها دچار فقدان شرایط و پیش‌نیازهای فرهنگی لازم برای توسعه است. بنابراین می‌توان گفت که اولویت و نقطه شروع برای نیل به توسعه، توسعه فرهنگی است. توسعه بخش فرهنگی ابعاد گوناگونی دارد، ولی ساده‌ترین و اساسی‌ترین بعد آن، توسعه محصولات فرهنگی با محتوایی متناسب با توسعه است. اقتصاد فرهنگ و خلاق پاسخی به این نیاز است (موسائی، ۱۳۹۳: ۹-۸). علاوه بر این، در سال‌های اخیر حجم تولید کالاهای فرهنگی افزایش تصاعدی داشته و فرهنگ به بخشی بسیار مهم در اقتصاد دنیا تبدیل شده است. این باور وجود دارد که تولید و فروش کالاهای فرهنگی نیز، چه در سطح جهان و چه در کشورهای مختلف افزایش خواهد داشت و مشارکت گسترده در بخش فرهنگی جهانی می‌تواند فرصت‌هایی را برای بهبود شرایط زندگی در آینده فراهم کند. اقتصاد فرهنگ و خلاق می‌تواند این آینده را شکل دهد (اینارسون، ۱۳۹۷). صنایع فرهنگی و خلاق محور اقتصاد خلاق و را تشکیل می‌دهند که سینما یکی از بخش‌های بسیار بااهمیت هم از جنبه اقتصادی و هم از لحاظ فرهنگی است.

از جمله رویکردهای توسعه فرهنگی، شهرهای خلاق هستند و یکی از انواع شهرهای خلاق، شهرهای خلاق سینمایی محسوب می‌شوند. شهرهای خلاق سینمایی فرصت‌های بسیاری را پیش روی کشور قرار می‌دهد که از جمله آن می‌توان به رونق اقتصاد سینما، رونق گردشگری فرهنگی، تعامل و دیپلماسی فرهنگی و ... اشاره کرد. بنابراین نتایج این پژوهش می‌تواند مورد توجه سیاست‌گذاران حوزه سینما، گردشگری، مدیریت شهری و ... قرار گیرد.

اهداف پژوهش:

هدف اصلی: تبیین الزامات ایجاد شهر خلاق سینمایی در ایران در راستای دستیابی به شکوفایی اقتصاد

خلاق (اقتصاد فرهنگ)

اهداف فرعی:

۱. شناسایی مؤلفه‌ها و شاخص‌های شهر خلاق سینمایی

۲. شناسایی ظرفیت‌های موجود در اسناد بالادستی برای ایجاد شهر خلاق سینمایی

۳. شناسایی سیاست‌های فرهنگی در کشورهای دارای شهر خلاق سینمایی

۴. شناسایی الزامات ایجاد شهر خلاق سینمایی در ایران

۵. ارائه راهکارهایی برای ایجاد شهر خلاق سینمایی در کشور

سؤال‌های پژوهش:

سؤال اصلی: الزامات ایجاد شهر خلاق سینمایی در ایران به منظور دستیابی به شکوفایی و رونق اقتصاد

خلاق کدامند؟

سؤالات فرعی:

۱. مؤلفه‌ها و شاخص‌های شهر خلاق سینمایی کدامند؟

۲. اسناد بالادستی چه ظرفیت‌هایی را برای ایجاد شهر خلاق سینمایی مهیا کرده است؟

۳. کشورهای موفق در زمینه شهر خلاق سینمایی چه سیاست‌ها، راهکارهای و راهبردهایی را به کار

گرفته‌اند؟

۴. الزامات ایجاد شهر خلاق سینمایی در کشور کدام است؟

۵. چه راهکارها و راهبردهایی را می‌توان برای ایجاد شهر خلاق سینمایی ارائه کرد؟

فصل دوم:
ادبیات نظری و پیشینه

مقدمه

این فصل از چند بخش اصلی تشکیل شده است. در ابتدا به طور مفصل به مبانی نظری مرتبط با مباحث خلاقیت از جمله شهر خلاق، صنایع خلاق و اقتصاد خلاق پرداخته می‌شود. مسلم است که بیش از همه مباحث مرتبط با خلاقیت به مفهوم شهر خلاق و ادبیات مرتبط با آن پرداخته می‌شود. سپس پیشینه پژوهش‌های انجام گرفته در داخل کشور و خارج کشور مرور و در نهایت چارچوب نظری ارائه می‌گردد.

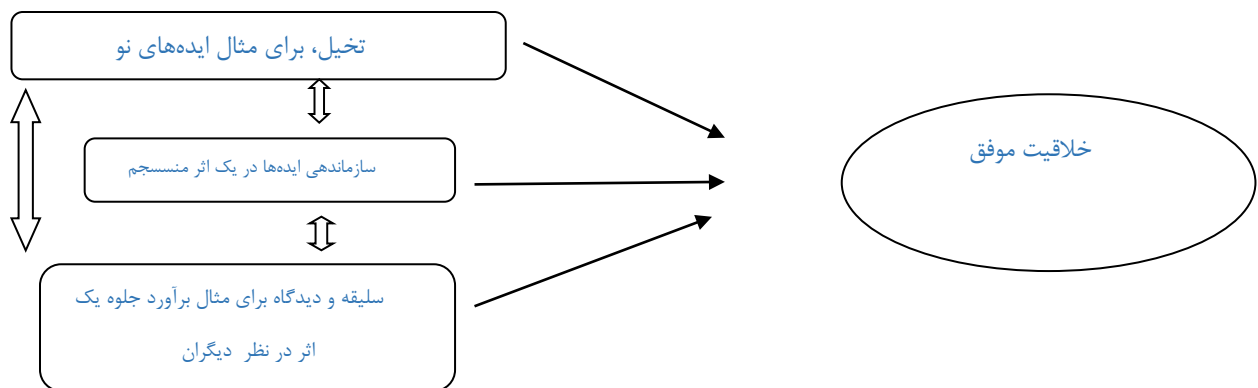
۱. مبانی نظری

خلاقیت^۱

خلاقیت را توانایی بشری برای استفاده از تصورات خود و خلق راه‌حل‌هایی برای مشکلات پیچیده تعریف کرده‌اند (Kupers, Van Dijk & Wermser, 2018). علاوه بر این، خلاقیت یکی از ابعاد با اهمیت اغلب شاخه‌های علم است که شامل علوم اجتماعی نیز می‌شود. در علم اقتصاد نیز مفهوم خلاقیت بسیار مطرح می‌شود، چنانکه در مورد مفهوم نوآوری نیز چنین است و پیشران توسعه فناورانه و تکنولوژیکی به شمار می‌آید. تغییرات در فناوری یک اصل است و نوآوری البته مفهومی با اهمیت در علم اقتصاد به شمار می‌آید (اینارسون، ۱۳۹۷). در واقع خلاقیت موضوعی گسترده است که همواره مورد توجه صاحب‌نظران قرار داشته است. اجماعی منطقی درباره تعریف خلاقیت وجود دارد که خلاقیت مفهومی نوین و اختصاصی است. البته مؤلفه‌های دیگری همچون کیفیت بالا، شگفت‌انگیز بودن، زیبایی‌شناختی و اصالت و خلق اثر و محصول برای آن برشمرده شده است (Kaufman & Glăveanu, 2019). خلاقیت صرفاً مرتبط بودن با تازگی و پذیرندگی ره‌اشده نیست.

تأثیرگذاری در خلاقیت به معنای داوری و دانستن زمان انعطاف‌پذیری و پذیرندگی یا تمرکز و ایستادگی و عدم پذیرش است (Landry, 2012). از آنجایی که خلاقیت سبب افزایش و ارتقای دانش می‌شود، مفهومی کلیدی و اساسی در اقتصاد فرهنگ به شمار می‌آید. فرهنگ و خلاقیت مفاهیمی تفکیک‌ناپذیر هستند، به‌ویژه در ارتباط هنر و تولیدات هنری، حال چه در مورد کتاب، فیلم، موسیقی باشد یا سایر اشکال آن. خلاقیت شرط لازم برای تلاش و فعالیت هنری است (اینارسون، ۱۳۹۷).

از اواخر قرن بیستم خلاقیت و فرهنگ در بخش‌های گوناگون از جمله اقتصاد در هم تنیده شده‌اند. خلاقیت مستلزم چیزی بیش از الهام صرف است و دارای سه خصوصیت است که در نمودار زیر نمایش داده شده است.



نمودار ۱-۲. مؤلفه‌های خلاقیت موفق (اینارسون، ۱۳۹۷)

چنانکه در نمودار بالا نمایش داده شده است، خلاقیت با قوه تخیل آغاز می‌شود که به بروز ایده‌های نو می‌انجامد. دیگر آنکه باید دارای این کیفیت باشد تا ایده‌ها را بتواند سازمان‌دهی کند. تنها داشتن ایده نو کافی نیست؛ بلکه ایده باید برای تبدیل شدن به یک کلیت منسجم سازمان‌دهی شوند. سوم، سلیقه و ذائقه است که به توانایی هنرمندان برای دریافت و فهم این مهم بازمی‌گردد که چه بخشی از اثر آنها باید حفظ شود و چه بخش‌هایی باید کنار گذاشته شود یا اینکه دید و نگرش دیگران در مورد آن چگونه است؛ این توانایی توسعه یک محصول از مرحله تخیل به نقطه‌ای را شامل می‌شود که یک اثر در انظار دیگران قرار می‌گیرد و دارای انسجام درونی می‌گردد. این با توجه به این حقیقت که هنرمندان پیش‌تر و فراتر از زمان خود هستند، پیچیده‌تر می‌شود، بنابراین استعداد آنها تا مدت‌ها بعد مورد تحسین و توجه قرار نمی‌گیرد و این زمانی است که منتقدان و مردم بتوانند به حد درک و دریافت آن برسند. این سه عامل که بر یکدیگر تأثیر و تعامل دارند (چنانکه در نمودار نیز نشان داده شده است که فلش‌ها جهت دوسویه دارند) روی هم رفته به خلاقیت منجر می‌شوند.

اگرچه نمودار ۱-۲ خصوصیات فردی تخیل، سازماندهی و سلیقه را نشان داده است، عوامل دیگری هم هستند که نقشی تأثیرگذار دارند، مانند عوامل محیطی و اجتماع پیرامونی که اثر خلاق در آن اجرا و ایجاد شده است. از دید و نگرشی وسیع و فراخ، خلاقیت به عنوان یک نظام اجتماعی یا فرایندی محسوب می‌شود که به پیرامون فرد خلاق وابسته است (اینارسون، ۱۳۹۷).

خلاقیت و دانش سبب ظهور و پیدایش مفاهیمی شده‌اند که بسیار مورد توجه صاحب‌نظران و سیاست‌گذاران شهری قرار گرفته است که از جمله آنها می‌توان به شهر خلاق، طبقه خلاق، سرمایه خلاق، اقتصاد خلاق، صنایع خلاق و زیست‌بوم خلاق اشاره کرد.

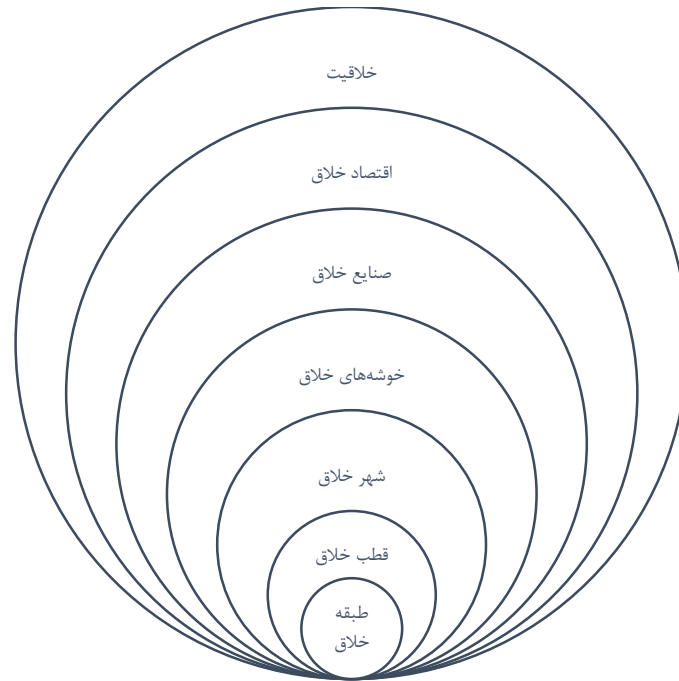
«زیست‌بوم خلاق» مکانی است - مجموعه‌ای از ساختمان‌ها، بخشی از شهر یا تمام آن و یا یک منطقه - که دارای پیش‌شرط‌های لازم در زمینه زیرساخت‌های سخت و نرم ایجاد موجی از ایده‌ها و نوآفرینی‌ها می‌باشد. «شهر خلاق» از طریق رویکرد برنامه‌ریزی و طراحی (چه ذاتی و طبیعی و چه منتج از سیاست) ایجاد می‌شود و دارای صنایع خلاق به عنوان اهرم اصلی اقتصاد، جامعه خلاق به عنوان اساس و مشخصه مکان اجتماعی و فرهنگی است. «طبقه خلاق» اصطلاحی است که برای متخصصان شاغل در بخش‌های تجاری با بازدهی خلاق (برای مثال فیلم، موسیقی، کتاب و ...) به کار گرفته شده است. گروه خلاق، اجتماع خلاق یا طبقه خلاق نیز به عنوان منبع «سرمایه خلاق» توصیف شده‌اند که دارایی اصلی یک شهر برای رشد اقتصادی محسوب می‌شوند (Durmaz & Platt, 2016). در ادامه به برخی از مفاهیم مرتبط با خلاقیت به تفصیل پرداخته می‌شود. پیش از آن در نمودار پیش رو طبقه‌بندی بخش‌های گوناگون حوزه خلاقیت نمایش داده شده است:

۱ creative milieu

۲ creative city

۳ creative class

۴ creative capital











نمودار ۲-۲. طبقه‌بندی بخش‌های گوناگون حوزه خلاقیت (پورذکریا و فدایی‌نژاد، ۱۳۹۸)

اقتصاد خلاق

پارادایم اقتصاد خلاق بر این مبناست که خلاقیت، دانش و دسترس‌پذیری اطلاعات ابعاد مهمی هستند که سبب رشد و توسعه اقتصادی می‌شوند. اقتصاد خلاق دو مفهوم خلاقیت و نوآوری را در هم ادغام کرده است، خلاقیت جست‌وجو برای ایده‌های تازه، توانایی دیدن راه‌حل‌های جدید و نگاه متفاوت به وقایع روزمره است. در عین حال نوآوری شیوه‌ای برای استفاده از ایده‌های خلاق است. در اقتصاد خلاق، خلق‌کننده عامل اصلی و تولیدکننده کالاهای مدرن و رقابتی است. در این پارادایم، فرهنگ به عنوان مهم‌ترین عامل اقتصاد و به مانند موتوری در نظر گرفته می‌شود که شرایط مناسب را برای فعالیتهای اقتصادی مهیا می‌سازد و نه یک پیامد صرف یا محصولی از چرخه اقتصادی. بنا بر نظر لویکیت و ریمرز (۲۰۱۱) ویژگی‌های اقتصاد خلاق عبارتند از:

۱. استفاده از اطلاعات برای خلق محتوا و ۲. نیاز ایجادشده تحت تأثیر روابط متقابل و کنشی مشتری و خالق کالا. تأثیر اقتصاد خلاق هنگامی در بالاترین حد است که در خلق ارزش سازمان‌ها و مدیریت سرمایه فکری به کار گرفته می‌شود (Jurene & Jureniene, 2017). در واقع اقتصاد خلاق مبتنی بر سرمایه ایده‌هاست تا سرمایه مادی و بر اساس فناوری اطلاعات و ارتباطات توسعه می‌یابد (Levickaitė, 2011). دیدگاهی که بر تعامل میان

فرهنگ و اقتصاد تمرکز و تأکید دارد در اصطلاح اقتصاد فرهنگ بیان شده است. این شیوه نگرش به دلیل اینکه دربرگیرنده شیوه‌های گسترده‌تری از فهم از فرهنگ است بسیار اهمیت دارد، چراکه نشان می‌دهد چگونه هویت‌ها و زندگی با تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات آمیخته هستند. همچنین نشان می‌دهد که آنچه به عنوان «اقتصاد» از آن نام می‌بریم، وابسته به فرایندهای اجتماعی و روابط فرهنگی است. در این معنا اقتصاد خود بخشی از فرهنگ محسوب می‌شود. برداشتهای و تعاریف متعددی از اصطلاح «اقتصاد فرهنگ» در محافل دانشگاهی وجود دارد. یکی از این تعاریف که ارتباط نزدیکی با مفهوم صنایع فرهنگی دارد، عبارت است از: اقتصاد فرهنگ تمامی بخش‌های سرمایه‌داری مدرن را که تقاضای مصرف‌کنندگان را برای سرگرمی، تزیینات، آراستگی و نمودهای اجتماعی و ... مربوط می‌شود، پوشش می‌دهد و دارای ارزش نمادین است (UNESCO, 2013: 23). گستره و تنوع اقتصاد خلاق بر اساس چارچوب سال ۲۰۰۹ یونسکو برای آمار فرهنگی در نمودار پیش رو نمایش داده شده است. همان‌طور که در نمودار نیز قابل مشاهده است، اقتصاد خلاق بر محور صنایع خلاق است، بنابراین پرداختن به موضوع صنایع خلاق به طور مفصل لازم و ضروری است.

اقتصاد خلاق							
بر اساس چارچوب یونسکو برای آمار فرهنگی							
قلمروهای مرتبط		قلمروهای خلاق					
ورزش و تفریح ورزش حرکات جسمانی پارک‌های تفریحی اردو	گردشگری خدمات مسافرتی و گردشگری میهمان‌داری و سکونت	طراحی و خدمات خلاق طراحی مد گرافیک طراحی داخلی طراحی محوطه خدمات معماری خدمات تبلیغاتی	رسانه‌های شنیداری دیداری و تعاملی فیلم و ویدئو تلویزیون و رادیو پخش اینترنتی بازی‌های رایانه‌ای و آنلاین	کتاب و انتشارات کتاب روزنامه و مجله سایر اقلام چاپی کتابخانه (و کتابخانه مجازی) نمایشگاه کتاب	هنرهای تجسمی و صنایع دستی هنرهای زیبا عکاسی صنایع دستی	نمایش و آئین هنرهای نمایشی موسیقی جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها و جشن‌ها	میراث فرهنگی و طبیعی موزه‌ها (و موزه‌های مجازی) مکان‌های باستانی و تاریخی محوطه‌های فرهنگی میراث طبیعی
							
میراث فرهنگی ناملموس		میراث فرهنگی ناملموس (سنت‌ها، نموده‌ها، آداب، زبان و رفتارهای اجتماعی شفاهی)					
آموزش و پرورش		آموزش و پرورش					
آرشیو و نگهداری		آرشیو و نگهداری					
تجهیزات و حمایت		تجهیزات و حمایت					

نمودار ۳-۲. گستره و تنوع اقتصاد خلاق (unesco, 2013)

صنایع خلاق

مفهوم صنایع خلاق در استرالیا در سال ۱۹۹۴ با گزارشی با عنوان «ملت خلاق: راهبرد فرهنگی کشورهای مشترک‌المنافع» مطرح شد که در موضوع هنر و فناوری ارتباطات بود. این مفهوم در پایان دهه ۱۹۹۰ مورد پذیرش قرار گرفت. گسترش مفهوم لیبرالی از سیاست فرهنگی در بریتانیا در دهه ۱۹۹۰ به گسترش ایده و حوزه فعالیت‌های خلاق انجامید. علاوه بر این، ارتباط میان حوزه‌های فرهنگ و فناوری بسیار پیچیده بود و درک سنتی از بخش فرهنگی و نیز طبقه‌بندی آن، انعطاف‌پذیری لازم را برای پوشش ارتباطات چندگانه میان خلاقیت، ارزش فرهنگی، فناوری و اقتصاد را نداشت. اصطلاح «صنایع خلاق» مجموعه گسترده‌تری را شامل می‌شود که در بردارنده کالاها و خدمات ناشی از صنایع فرهنگی و آنچه وابسته به نوآوری است (از جمله بسیاری از پژوهش‌ها و نرم‌افزارها). صنایع خلاق، صنایعی هستند که در آن تولیدات یا خدمات، شامل عناصر پایدار فعالیت‌های هنری یا خلاق می‌شود، از جمله فعالیت‌هایی چون معماری و تبلیغات. به عبارتی، صنایع خلاق را می‌توان به عنوان صنایعی که کالاها و خدمات خلاق تولید می‌کنند و صنایع فرهنگی را به عنوان صنایعی که کالاها و خدمات فرهنگی تولید می‌کنند، تعریف کرد. بدین ترتیب صنایع فرهنگی زیرمجموعه‌ای از گروه گسترده‌تر صنایع خلاقند (تراسبی، ۱۳۹۳: ۱۶۱).

پیدایش صنایع خلاق در سال‌های اخیر به عنوان حوزه‌ای جدا و مورد توجه برای اقتصاددانان، متخصصان آمار، متخصصان فرهنگ و تصمیم‌گیران و سیاست‌گذاران، نشان‌دهنده آگاهی روزافزون آنها نسبت به نقش خود در حفظ تنوع در بازار است. مفهوم صنایع خلاق به منظور سیاست‌گذاری عمومی هنوز بسیار جوان است و همه دولت‌ها هنوز نیاز به پرداختن به این بخش را احساس نکرده‌اند. علاوه بر آنکه فناوری‌های نوینی چون اینترنت، تجارت الکترونیک و ... که باعث تسهیم، تجارت و مصرف آسان‌تر کالاها و خدمات فرهنگی نسبت به گذشته شده است، جهانی شدن تأثیر قابل توجهی بر صنایع خلاق داشته است (UNESCO, 2006). تعریف‌های متعددی از صنایع خلاق وجود دارد که در ادامه به طور مختصر به آنها اشاره شده است:

نخست، صنایع خلاق می‌تواند شامل معماری، آگهی‌های بازرگانی، بازی‌های رایانه‌ای، طراحی نرم‌افزار و خدمات مرتبط، هنرها و صنایع دستی، طراحی، فیلم‌سازی، لوح‌های فشرده ویدئویی، تلویزیون و رادیو، اجرای صحنه، مد، موسیقی، نشر و تجارت هنر و عتیقه‌جات باشد.

دوم، می‌توان تحقیقات و صنعت اسباب‌بازی را هم از جمله صنایع خلاق محسوب کرد. افزودن تحقیقات و صنعت اسباب‌بازی به صنایع خلاق با توجه به این واقعیت است که این موارد در زمره حقوق مالکیت معنوی قرار می‌گیرند و چنانکه پیش از این ذکر شد، چنین حقوقی در مطالعات صنایع خلاق نقش محوری دارند.

سوم، صنایع خلاق بر اساس چهار مشخصه عمده تعیین می‌شوند: میراث، هنرها، رسانه و خلق کاربردی. میراث به دو زیرشاخه تقسیم می‌شود: نمودهای فرهنگی سنتی مانند هنرها و صنایع دستی، جشنواره‌ها و مراسم‌ها و از سوی دیگر مکان‌های فرهنگی مانند مکان‌های باستانی، موزه‌ها و کتابخانه‌ها. هنر در قالب میراث و با ارزش‌های هویتی و مفاهیم نمادین به یادگار می‌ماند. هنرها به دو گروه هنرهای تجسمی مانند نقاشی، طراحی، عکاسی و عتیقه‌شناسی و هنرهای نمایشی چون موسیقی زنده، تئاتر، رقص، اپرا، سیرک و عروسک‌گردانی تقسیم می‌شوند. رسانه شامل نشر و رسانه‌های مکتوبی چون کتاب، روزنامه، مجله و سایر نشریات می‌شود و نیز محصولات شنیداری-دیداری مانند فیلم، تلویزیون و سایر رسانه‌ها را در برمی‌گیرد. خلق کاربردی، کالاها و خدماتی را شامل می‌شود که دارای اهداف کاربردی هستند، مانند طراحی، رسانه‌های نوین و خدمات خلاقه چون معماری و آگهی‌های بازرگانی. این تعریف از سوی یونسکو ارائه شده است و در سال‌های اخیر مورد پذیرش گسترده قرار گرفته است.

چهارم، تعریف صنایع خلاق به خود محصولات بازمی‌گردد و شامل صنایع خلاق می‌شود که به ساخت محصولات و ارائه خدمات فرهنگی و ارزش هنری می‌پردازند. این رویکرد با استفاده از اصطلاح «صنعت فرهنگ» محدود شده است. این صنعت هر آنچه را که وابسته به آگهی بازرگانی و بازاریابی، خبر رسانه، صنایع رادیو و تلویزیون، صنایع فیلم، صنعت اینترنت، صنایع موسیقی، نشر مکتوب و الکترونیک و بازی‌های رایانه‌ای است، پوشش می‌دهد.

پنجم، صنایع خلاق با نگاه به افراد و شغل و تخصص آنها می‌تواند تعریف شود. در علم اقتصاد، تولید در نظام اقتصادی به طور سنتی به سه دسته تقسیم شده است: تولید اولیه، تولید صنعتی و تولید خدماتی. این

رویکرد بعد جدیدی را به این دسته‌بندی افزوده که آن صنایع خلاق است و طبقه خلاق عبارتند از افرادی که در صنایع خلاق مشغول به کار و فعالیت هستند (اینارسون، ۱۳۹۷).

طبقه‌بندی صنایع خلاق

مدل‌های متعددی برای درک نظام‌مند ویژگی‌های ساختاری صنایع فرهنگی و صنایع خلاق ارائه شده است. استفاده از اصطلاح‌های صنایع فرهنگی و خلاق می‌تواند از بافتی به بافت دیگر متفاوت باشد. این در حالی است که در اکثر منابع به تسامح، این دو به جای هم به کار رفته و در اغلب موارد، منظور از صنایع خلاق همان صنایع فرهنگی است. جوامع معمولاً به دنبال تغییر شکل مدل‌های موجود برای ایجاد تناسب بیشتر با واقعیت فضا، فرهنگ و بازارهای خود هستند. مدل‌های گوناگونی برای طبقه‌بندی و دسته‌بندی صنایع خلاق و فرهنگی ارائه شده است که در ادامه به مدل‌های ارائه شده پرداخته شده است.

مدل وزارت فرهنگ انگلستان (DCMS)

این مدل از جنبش سال‌های دهه ۱۹۹۰ در انگلستان ایجاد شده است. هدف از این جنبش آن بود که اقتصاد بریتانیا دوباره موقعیت خود را به عنوان یک اقتصاد مبتنی بر خلاقیت و نوآوری بازابد. تقریباً تمامی شاخه‌های ذکر شده در این مدل را می‌توان فرهنگی دانست، اما دولت انگلستان ترجیح داده به جای صنایع فرهنگی از صنایع خلاق استفاده نماید (ملکی فر و کیقبادی، ۱۳۹۲: ۳۲).

مدل متون نمادین^۱

این مدل نوعی رویکرد به صنایع فرهنگی است که از سنت مطالعات انتقادی - فرهنگی رایج در اروپا پدید آمده است. در این مدل فرایندهایی که فرهنگ یک جامعه توسط آن شکل می‌گیرد و منتقل می‌شود، به تولید صنعتی، انتشار و مصرف متون یا پیام‌های سمبلیک نسبت داده می‌شود. به سخن دیگر، صنایع فرهنگی به مثابه

صنایعی در نظر گرفته می‌شوند که با تولید و انتشار متون و پیام‌های مختلف مورد مصرف جامعه، فرهنگ جامعه را شکل می‌دهند (همان).

مدل حلقه‌های هم‌مرکز^۱

صنایع فرهنگی و خلاق همچنین در نمودارهای دایره‌ای هم‌مرکز نمایش داده می‌شوند. یکی از مشهورترین این نمودارها توسط دیوید تراسبی^۲ ارائه شده است. این مدل مبتنی بر این اندیشه است که آنچه به صنایع فرهنگی تمایز می‌بخشد، ارزش فرهنگی نهفته در کالاهای فرهنگی است. بنابراین هر چه محتوای فرهنگی یک کالا یا خدمت بیشتر باشد، انتساب آن به صنایع فرهنگی شدیدتر است. این مدل تأکید دارد که ایده‌های خلاق در بطن هنرهای خلاق به شکل صدا، متن و تصویر پدید می‌آیند و سپس تأثیرهای آنها از طریق مجموعه‌ای از لایه‌ها یا حلقه‌های هم‌مرکز به بیرون سرایت می‌کند، در حالی که هر چه از مرکز این حلقه‌ها به سمت بیرون پیش می‌رویم نسبت محتوای فرهنگی به تجاری کاهش می‌یابد.

قبول تعریف عمومی کالاهای فرهنگی که پیش‌تر به آن اشاره شد، به ما اجازه می‌دهد مدلی از صنایع فرهنگی را که هسته مرکزی آن خاستگاه ایده‌های خلاق است، پیشنهاد کنیم. وقتی آن ایده‌های خلاق با مقادیر هر چه بیشتری از نهاده‌های دیگر ترکیب می‌شوند تا محصولاتی را در طیفی هر چه وسیع‌تر تولید کنند آن مدل جلب توجه می‌کند. به این ترتیب در هسته این مدل صنعت هنرهای خلاق با تعریف سنتی قرار دارند که عبارتند از: موسیقی، رقص، تئاتر، ادبیات، هنرهای تجسمی، صنایع دستی و اشکال جدیدتر کار مثل هنر، ویدئو، هنر اجرا، رایانه و هنر چندرسانه‌ای و از این قبیل. هر یک از این کارهای هنری را می‌توان به نوبه خود یک صنعت به حساب آورد و اغلب همین گونه به آنها نگاه می‌شود. به عنوان مثال، در صنعت موسیقی طیف وسیعی مشارکت دارند که شامل آهنگ‌سازان، نوازندگان، ناشران، شرکت‌های ضبط صدا، توزیع‌کنندگان، تبلیغ‌کنندگان، مغازه‌داران و مجموعه‌داران و مانند آنها می‌شود، هر چند که هسته این صنعت همچنان موسیقیدان خلاق خواهد بود.

^۱ concentric circles model

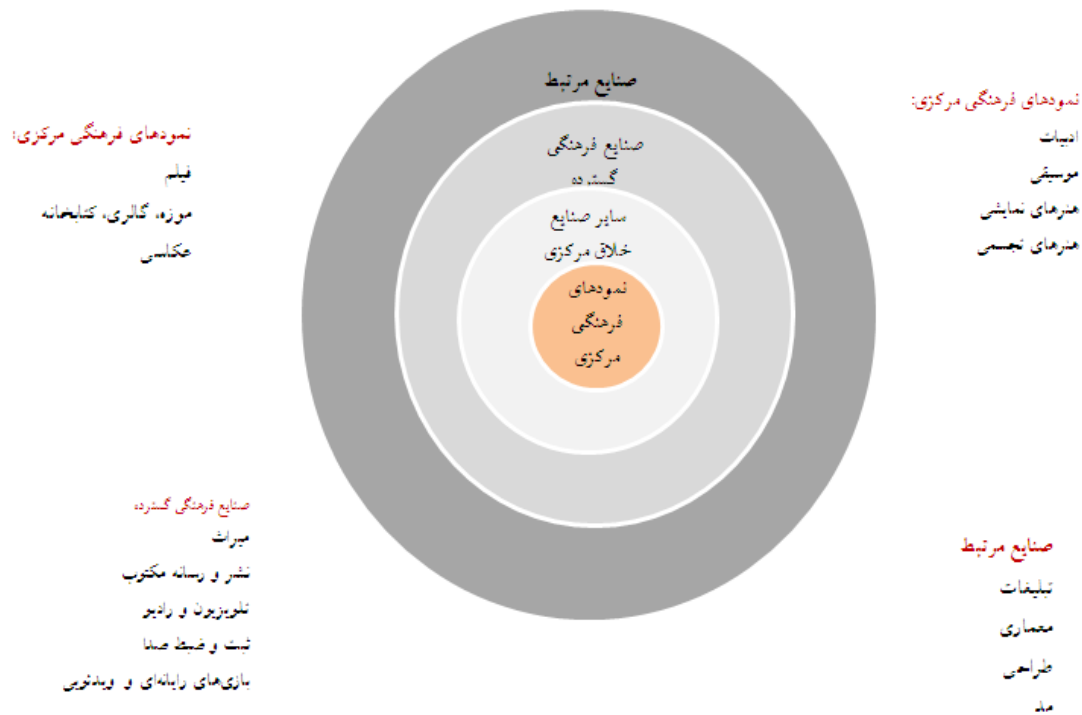
^۲ David Throsby

گروه بعدی در الگوی وسیع دایره‌های هم مرکزی که صنایع فرهنگی را تعریف می‌کنند، شامل صناعی می‌شود که ستانده آنها واجد شرایطی است که می‌توان نام کالای فرهنگی بر آن نهاد. این در حالی است که کالاها و خدمات غیرفرهنگی هم تولید می‌شود، به طوری که نسبت آنچه می‌توان کالاها و خدمات فرهنگی اولیه خواند، نسبتاً پایین‌تر از مورد هنرهای اصلی است. هرچند ترسیم مرزهای دقیق مشکل است، اما می‌توان گفت که این گروه انتشار کتاب و مجله، تلویزیون و رادیو روزنامه و فیلم را شامل می‌شود. در تمام این موارد، کالاها و خدمات فرهنگی و غیرفرهنگی هر دو در کنار هم تولید می‌شوند. اما منظور کردن فیلم در این طبقه‌بندی می‌تواند مشکل‌ساز باشد. عده‌ای فیلم را در گروه هنرهای اصلی و عده‌ای نیز آن را در گروه رسانه و سرگرمی جای می‌دهند. سرانجام اینکه در بعضی تعابیر، مرزهای صنایع فرهنگی تا آنجا گسترش یافته‌اند که صناعی را شامل می‌شوند که اساساً خارج از قلمرو فرهنگ عمل می‌کنند، اما می‌توان استدلال کرد که برخی از تولیدات آنها تا حدودی دارای محتوای فرهنگی است. این صنایع عبارتند از: ۱. تبلیغات (در برخی ابعاد کارکرد نیاز به

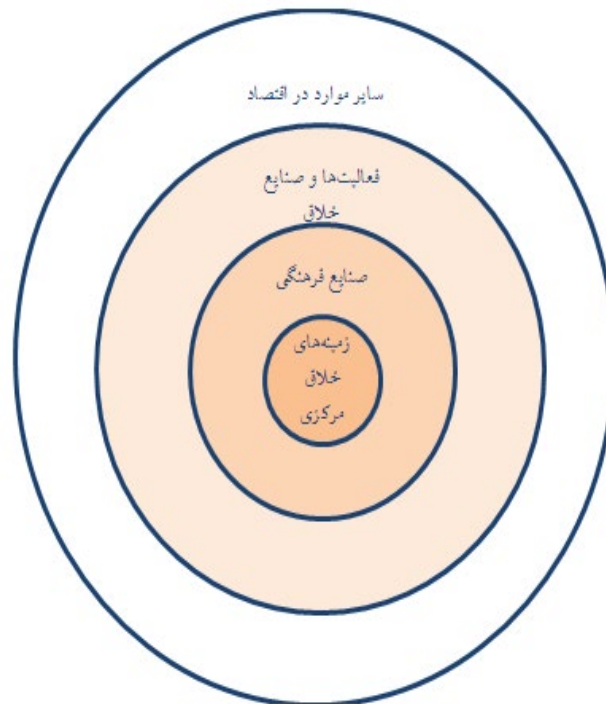
نهاد خلاق دارد)، ۲. گردشگری (برخی از بخش‌های بازار آن بر مبنای فرهنگی است) و ۳. خدمات معماری (طرح در ورای جنبه کاربری صرف ناظر بر کیفیت باشد) (تراسبی، ۱۳۹۲: ۱۴۵-۱۴۴).

نمودار ۴-۲. مدل‌سازی صنایع فرهنگی و خلاق: مدل حلقه‌های هم‌مرکز

دو نکته در ارتباط با نمودار قابل ذکر است. اولین نکته این است که مرز میان حلقه‌ها متخلخل و نفوذپذیر هستند و هر حلقه متوالی سرشار از سوگیری‌های نمادین و زیبایی‌شناختی است. دوم اینکه اصطلاح «هنرهای خلاق مرکزی» که در ابتدا برای حلقه مرکز در نظر گرفته شده بود، نباید موجب این برداشت شود که هنرمندان فردی در رأس یک سلسله‌مراتبی از خلاقیت تنها هستند. در آغاز زنجیره و سلسله ارزش فرهنگی، هنرمندان و فعالان خلاق اغلب در بخشی از اقدام گسترده‌تر قرار دارند که روند آن توسط مدیران، کارآفرینان، تولیدکنندگان و ... ابداع می‌شود. آنها وابسته به جوامع هستند. این به طور خاص در مورد جوامع غیرغربی صدق می‌کند که



در آن ایده مدرن‌گرایی افراد از قدرت‌های اعجاب‌آور نمودهای خودمختار قدرت بهره‌مند است که اغلب قابل کاربرد نیستند. در مقابل، نمودهای فرهنگی به عنوان یک روند اجتماعی - خود خلاقیت اجتماعی است - ظهور



می‌یابد که در بافت اجتماع توضیح داده می‌شود. بنابراین حلقه مرکزی باید «نمود فرهنگی مرکزی» نام‌گذاری شود.

مدل حلقه‌های هم‌مرکز دیگری توسط بنیاد کار^۱ بریتانیا پیشنهاد شده که در آن «ارزش‌های متجلی» در مرکز قرار گرفته است. این شامل عناصر متنوعی از جمله ارزش‌های زیبایی‌شناختی، اجتماعی، روانی، تاریخی، نمادین و صحیح است. این مدل میان صنایع فرهنگی و صنایع خلاق تمایز قائل شده و هر دو را در نظام اقتصادی به عنوان یک کل قرار داده است. مزیت دیگر این مدل، این است که ارتباط نزدیکی میان نمود خلاق و کپی‌رایت قائل شده است.

نمودار ۵-۲. مدل حلقه‌های هم‌مرکز بنیاد کار بریتانیا (۲۰۰۷)

مدل کپی‌رایت سازمان جهانی مالکیت (WIPO)

این مدل مبتنی بر صناعی است که مستقیم یا غیرمستقیم متضمن خلق، تولید، انتشار و توزیع کارهایی است که مشمول کپی‌رایت (حق نشر) هستند. در این مدل بین صناعی که در عمل مالکیت معنوی ایجاد می‌کنند و آنهایی که برای انتقال کالاها و خدمات فرهنگی عرضه می‌شوند، تفاوت وجود دارد. در میان مدل‌های ذکر شده و سایر مدل‌های موجود، اینکه بگوییم مدل درست و یا غلط وجود ندارد، بلکه هر مدل در جای خود می‌تواند درست و منطقی مورد استفاده قرار گیرد. در نمودار پیش رو جمع‌بندی مدل‌های مرتبط ارائه شده است.

نمودار ۶-۲. سیستم‌های طبقه‌بندی مختلف صنایع خلاق

۱. مدل DCMS	۲. مدل متون نمادین	۳. مدل حلقه‌های هم‌مرکز
تبلیغات معماری بازار هنر و عتیقه صنایع دستی طراحی مد فیلم و ویدئو موسیقی هنرهای نمایشی نشر نرم‌افزار تلویزیون و رادیو بازی‌های رایانه‌ای و ویدئویی	صنایع فرهنگی مرکزی: تبلیغات فیلم اینترنت موسیقی نشر تلویزیون و رادیو بازی‌های رایانه‌ای و ویدئویی صنایع فرهنگی جنبی: هنرهای خلاق صنایع فرهنگی بینابینی: ابزار الکترونیک روزمره مد نرم‌افزار ورزش	هنرهای خلاق مرکزی: ادبیات موسیقی هنرهای نمایشی هنرهای تجسمی صنایع فرهنگی مرکزی دیگر: فیلم موزه‌ها و کتابخانه‌ها صنایع فرهنگی گسترده: میراث نشر شنیداری تلویزیون و رادیو بازی‌های رایانه‌ای و ویدئویی صنایع مرتبط: تبلیغات معماری طراحی مد
۴. مدل کپی‌رایت WIPO	۵. مدل موسسه آمار یونسکو ^۱	۶. مدل آمریکایی هنر ^۲
صنایع کپی‌رایت مرکزی: تبلیغات فیلم و ویدئو موسیقی هنرهای نمایشی نشر نرم‌افزار تلویزیون و رادیو هنرهای تجسمی و گرافیکی صنایع کپی‌رایت نسبی: معماری لباس طراحی مد لوازم منزل اسباب‌بازی صنایع کپی‌رایت وابسته: ابزار بایگانی ابزار دیجیتالی روزمره ابزار موسیقی کاغذ تجهیزات عکاسی	صنایع حوزه فرهنگی مرکزی موزه‌ها، گالری‌ها و کتابخانه‌ها هنرهای نمایشی جشنواره‌ها هنرهای تجسمی و صنایع دستی طراحی نشر تلویزیون و رادیو فیلم و ویدئو عکاسی رسانه‌های ارتباطی صنایع حوزه‌های فرهنگی گسترده ابزار موسیقی ابزار صوتی معماری تبلیغات تجهیزات نشر نرم‌افزار سخت‌افزار شنیداری دپداری	تبلیغات معماری مکاتب و خدمات هنری طراحی فیلم موزه‌ها و باغ وحش موسیقی هنرهای نمایشی نشر تلویزیون و رادیو هنرهای تجسمی

^۱ UNESCO Institute for Statistics model

^۲ Americans for the Arts model

شهر خلاق

هر شهر دارای ظرفیت‌های منطقه‌ای و مکانی است که در هر روندی حائز اهمیت است که می‌توان آن را در طبقه‌بندی‌هایی بیان کرد. اقتصاد و فنی (برای مثال ساختارهای بخشی نظام اقتصادی، زیرساخت‌های نرم و سخت)، جمعیت‌شناختی اجتماعی و فرهنگی (تمامی شاخص‌های جمعیت‌شناختی، ساختار اجتماعی، فرهنگی و ...)، طبیعی و جغرافیایی (محیط زیست، آب، خاک، منابع معدنی و ...) و ظرفیت شهری. ظرفیت شهرها می‌تواند به عنوان تسهیلگر توسعه اجتماعی فرهنگی محلی مورد استفاده قرار گیرد و مؤلفه‌های آن عناصر منطقه‌ای سازی ارزشمندی برای بنگاه‌ها و کسب‌وکارها یا ساکنان محسوب می‌شود. در حال حاضر ظرفیت منطقه‌ای با سایر گروه‌ها همچون ظرفیت خلاقیت و نوآوری یک شهر یا منطقه تامین می‌شود که اهمیت روزافزونی یافته است (Vanva & Miskovicova, 2014). خلاقیت در موضوع شهر و به عبارتی شهر خلاق، متفاوت و پیچیده‌تر از خلاقیت در مورد افراد و سازمان‌هاست. به طور کلی می‌توان گفت که شهر خلاق به معنای مهیا ساختن پیش‌شرط‌هایی برای اندیشه، برنامه‌ریزی و عمل خلاقانه است (Landry, 2012). عبارت «شهرهای خلاق» اغلب همراه با حوزه فرهنگ است و انواع موقعیت‌های شهری عمدتاً مرتبط با تعدادی از محصولات فرهنگی را تشریح می‌کند (Moldoveanu & Ioan-Franco, 2016) بر اساس نظر لاندری (۲۰۰۰) خلاقیت برای حل مشکلات شهری بسیار اهمیت دارد. هنگامی که از شهرهای خلاق سخن به میان می‌آید، شهر بیش از آنکه یک سازواره و ماشین محسوب شود، اندام‌واره‌ای زنده و پویاست؛ شهرهای خلاق بیشتر به معنای شهرهایی هستند که بر شکوفایی، رفاه و انسانیت و نیز تجربه زندگی در شهر تمرکز دارند و نه صرفاً شهرهایی واجد زیرساخت، ساختمان و ... (Jurene & Jureniene, 2017). صاحب‌نظران بسیاری در مفهوم شهرهای خلاق مطالعه انجام داده‌اند، بر این ادعا هستند که شهرهای خلاق فرصتی برای خلق، دمیدن روح و سرزنده کردن فضاهای شهری برای شرکت موفقیت‌آمیز در رقابت جهانی هستند. به عبارتی، اصطلاح شهر خلاق تشریح‌کننده فضای شهری است که در آن فعالیت‌های فرهنگی مختلف جزء جدایی‌ناپذیر اقتصاد شهر و عملکرد اجتماعی است. اساس چنین شهرهایی اغلب زیرساخت‌های قدرتمند اجتماعی و فرهنگی است؛ شهرها تمرکز فوق‌العاده‌ای بر کارکنان خلاق دارند و برای سرمایه‌گذاری مهارت‌های فرهنگی جاذبه بسیاری دارند.

۱ Landry (1995; 2000; 2012), Hospers (2003), Levickaitė, Reimeris (2011), Černevičiūtė (2011), Makselis (2010), Wood, Landry (2007), Pratt (2008), Florida (2002), Costa et al. (2008), Smith, Warfield (2006)

شهرها صنایع خلاق را به خود نسبت می‌دهند، چراکه نشان‌دهنده وجود خلاقیت، زیست فرهنگی غنی و سازوگاری و تنوع است. برای شهر خلاق ویژگی‌های زیر را می‌توان برشمرد:

- مردم احساس می‌کنند که توانایی و فرصت بروز و ارائه استعدادهای گوناگون خود را دارند و این به مانند تسهیلگری برای جذب استعدادهای بیشتر به شهر عمل می‌کند.
- فرصت‌های یادگیری رسمی و غیررسمی باکیفیت بسیاری وجود دارد (آموزش در دسترس و روزآمد).
- ذهنیت «من می‌توانم» وجود دارد. مردم شهر را به مثابه منبعی از فرصت‌ها می‌بینند.
- وجود مکان‌هایی برای ملاقات و دیدار، گفت‌وگو و تبادل اطلاعات و دانش و نیز تفریح و

سرگرمی (Jurene & Jureniene, 2017)

شهرهای خلاق فرهنگی از زمان‌های دور وجود داشته‌اند، اما شهرهای خلاق امروزی شهرهایی نوآورانه هستند که در آن خلاقیت فرهنگی و نوآوری فناورانه به طور برابر برای بازسازی و پیشرفت مناطق شهری مورد استفاده قرار می‌گیرد (Moldoveanu & Ioan-Franco, 2016). به طور کلی می‌توان سه اصل کلی را در شهرهای خلاق برشمرد:

۱. در شهرهای خلاق، خلاقیت اصلی‌ترین ابزار برای توسعه شهر است و برای حل مشکلات (حمل و نقل، مسائل زیست محیطی و ...) از راه‌حل‌های خلاق بهره می‌برند. راه‌حل‌های اصلی که سبب افزایش رقابت در شهرهای خلاق می‌شود، حفظ جو و فضای خلاق و مدیریت خلاق شهر است.

۲. در شهرهای خلاق از صنایع خلاق و فعالیت‌های خلاق استفاده می‌شود. این مفهوم ارتباط نزدیکی به صنایع خلاق دارد. خلاقیت در اینجا به عنوان ابزاری برای خلق محصولات و خدمات فرهنگی است. راه‌حل‌هایی که رقابت شهرهای خلاق را افزایش می‌دهد، شامل تغییرات محیطی ویژه و فعالیت‌های سیاسی است که براساس رشد فرهنگ و سایر فعالیت‌های خلاق است که کیفیت زندگی و نیز ضرورت رقابتی بودن شهر را تعیین می‌کند.

۳. شهرهای خلاق مکان‌هایی هستند که با هدف سرمایه‌انسانی ایجاد شده‌اند. چنین مفهومی از شهرهای خلاق بر اساس رویکردی است که شهرهای خلاق (افراد کیفی و نوآور) طبقات خلاق را جذب می‌کنند.

بنابراین خلاقیت شهر به توانایی در آموزش، حفظ و جذب طبقه خلاق مرتبط است، چراکه طبقه خلاق افرادی را شامل می‌شود که دارای دانش و مهارت خلق و ایجاد ارزش افزوده و رقابتی بودن در اقتصاد هستند.

اسمیت و وارفیلد^۱ (۲۰۰۶) دو گرایش و جهت‌گیری را برای شهرهای خلاق قائلند: جهت‌گیری فرهنگی یا اقتصادی. بر اساس این تقسیم‌بندی، ارزش‌های متفاوتی را می‌توان در شهرهای مورد نظر مشاهده کرد. بنابر جهت‌گیری و گرایش فرهنگی، شهرهای خلاق به عنوان مکانی با فرهنگ و هنر غنی و شکوفا، عرضه، هنرمندی و تصویر خلاق محسوب می‌شوند. در عین حال دومین تصور این شهر را به عنوان مرکزیت نوآوری، خلاقیت و صنایع خلاق و فرهنگی رقابتی، ثبات اقتصادی و سازمان‌های هنری توصیف می‌کند. جهت‌گیری و گرایش مبتنی بر اقتصاد، خلاقیت را به عنوان ابزاری برای دستیابی به اهداف و توسعه اقتصادی در نظر می‌گیرد. عامل مهمی که منفعت اقتصادی شهرهای خلاق را تعیین می‌کند، فرصت استفاده از خلاقیت است. در شهرهای خلاق خلاقیت به طور متفاوتی به کار گرفته می‌شود، برای مثال به عنوان هدفی برای تشویق بازدیدکنندگان تجربه فرهنگی از طریق معرفی میراث فرهنگی یا از طریق اجراها و جشنواره‌های نمایشی. اهمیت روزافزون یک شهر خلاق بر نرخ اشتغال فرهنگی و هنری تأثیر دارد و این سبب‌رورش کیفیت زیست شهری و نیز روابط اجتماعی و هویت فرهنگی می‌گردد (Jurene & Jureniene, 2017).

جدول ۱-۲. تقسیم‌بندی شهرهای خلاق بر اساس جهت‌گیری

جهت‌گیری شهرهای خلاق	تمایل به فرهنگ	تمایل به اقتصاد
ارزش‌های شهرهای خلاق	ارزش‌های اصلی: هنر، فرهنگ و رفاه جامعه، دسترس‌پذیری و احاطه	ارزش‌های اصلی: پایداری اقتصاد شهری و رفاه از طریق صنایع خلاق
تعریف شهرهای خلاق	مکانی برای هنر و فرهنگ یکپارچه	مکانی برای نوآوری اقتصادی، استعداد‌های خلاق و صنایع خلاق

Jurene & Jureniene, 2017

رویکردهای گوناگونی نسبت به شهرهای خلاق می‌توان برشمرد؛ برخی بر صنایع خلاق (برای مثال فرهنگ، هنر و ...) تأکید دارند و برخی نیز دیدگاه بازاریابی گسترده‌تری را مطرح می‌کنند. در هر حال بحث‌های جدی و پژوهش‌های بسیاری در این موضوع انجام می‌شود و دولت‌ها در کشورهای مختلف در مفهوم شهر خلاق کارهای بسیاری را انجام می‌دهند. اما به طور کلی چهار رویکرد را می‌توان برای شهر خلاق برشمرد:

^۱ Smith and Warfield

۱. ارتقای زیست‌بوم خلاق و تحریک اقتصاد محلی (ایده طبقه خلاق)
۲. یک برنامه کار و دستورالعمل برای سیاست‌های فرهنگی و هنری دولت‌ها
۳. موضوع توسعه مناطق شهری (مانند توسعه دفاتر و شرکت‌های خلاق و..)
۴. ساختن شهر خلاق (نرم‌افزار، سخت‌افزار و سازمان‌افزار) (Nientied & Toto, 2010)

گونه‌شناسی شهرهای خلاق

شهرهای خلاق از ابعاد گوناگونی قابل تحلیل هستند، چراکه شهرها خلاقیت را به شیوه‌های گوناگونی به کار می‌گیرند. هاسپرز (۲۰۰۳) چهار نوع شهر خلاق را از هم متمایز کرده است:

۱. **شهرهای نوآور (تکنوپولی)**^۱: این شهرها مشخصه توسعه فناوری‌های نوین و انقلاب‌های فناورانه هستند. وجه تشابه شهرهای نوآور به لحاظ فناوری و نیز سایر انواع شهرهای خلاق این است که در حوزه‌های مختلفی دارای شایستگی هستند، تا حدی کنترل نشده هستند، افراد مستعد (طبقه خلاق) را جذب می‌کنند و ایده فردیت را حفظ می‌کنند. براساس نظر براون (۲۰۱۰) شهرهای نوآور به لحاظ فناورانه، مشخصه سرمایه خصوصی ناموجودی هستند که سبب ایجاد تنش اجتماعی می‌شود و فعالیت‌های افراد خلاق بیشتر به دانش فناورانه و اقتصادی مرتبط است تا عرضه هنر و خلاقیت خویش. نمونه این شهرها شهر دیترویت^۲ است که در آن صنعت حمل‌ونقل در سال ۱۹۹۰ تأسیس شد. همچنین منچستر دارای صنایع نساجی قدرتمندی است و گلاسگو در صنعت کشتی‌سازی دارای قدرت است. در حال حاضر شهرهای نوآور به لحاظ فناوری اغلب در سیلیکون ولی^۳ (ایالات متحده) و بریتانیا در پیرامون کمبریج و آکسفورد تأسیس شده‌اند. جوامع در چنین شهرهایی برای جذب طبقه خلاق به رقابت با سایر شهرهای جهانی می‌پردازند، بنابراین بیشتر تمرکز آنها بر برنامه‌ریزی شهری، کیفیت معماری، فضاها شهری و حمل‌ونقل عمومی است. علاوه بر این مراکز خرید، فروشگاه‌ها، کافه‌ها و مراکز تفریحی نیز تأکید دارند. به این شیوه یک شهر با ایجاد آینده اقتصادی و ارزش عمومی برای خویش بر ارزش‌های فرهنگی و هنری قیمت می‌گذارد.

۱ orgware

۲ Hospers

۳ Technologically innovative cities (technopoly)

۴ Detroit

۵ Silicon Valley

۲. **شهرهای فرهنگ و اندیشه:** این شهرها به لحاظ فرهنگی قدرتمند هستند و این باعث جذب افراد مستعد می‌گردد. در شهرهای فرهنگ و اندیشه خلاقیت از طریق هنرهای نمایشی و تجسمی بروز می‌یابد. دلایل عمده رونق شهرهای فرهنگ و اندیشه، جذب طبقه خلاق است. فلوریدا (۲۰۰۲) نخستین فردی است که ایده طبقه‌های خلاق را بیان کرده است. بر اساس نظر وی، هدف چنین شهری موفقیت و رقابت اقتصادی برای جذب افراد خلاق است که او آنها را طبقه خلاق می‌نامد. این نیروهای کار به سرعت رشد می‌کنند، از تحصیلات بالایی برخوردارند و دستمزد خوبی هم دریافت می‌کنند. به عقیده فلوریدا، طبقه خلاق سبب ارتقای شهر و توسعه اقتصادی می‌شوند، چراکه انتظارات طبقه خلاق را از سبک زندگی، نیازهای فرهنگی و سرگرمی تأمین می‌کنند. در هر حال پرات (۲۰۰۸) ایده فلوریدا را نقد کرده و اذعان می‌دارد که کارکنان خلاق (افراد) که در صنایع فرهنگی و خلاق کار می‌کنند (مهم‌تر از آن هستند که طبقه خلاق تعریف شوند. وی اظهار می‌دارد که شهر خلاق واقعی سبب بروز ایده‌هایی می‌شود که بر زندگی فرهنگی و اجتماعی ما تأثیرگذار است و دارای اکوسیستم زنده و پویای صنایع خلاق و کارکنان خلاق است. علاوه بر این او با تأکید بر اهمیت صنایع خلاق و فرهنگی، بر این ادعا است که این صنایع در کشورهایی رو به رشد است که افراد شاغل بیشتری نیز دارد.

۳. **شهرهای فرهنگی - فناورانه:** دارنده صنایع خلاق قدرتمند هستند (هالیوود با صنعت سینما، پاریس با صنعت مد و ...) و فناوری و فرهنگ را به هم پیوند داده‌اند. صنایع خلاق در چنین شهرهایی به موتوری برای خلق دوباره شهر و بازتوزیع جهانی تبدیل شده است که تأثیر مستقیمی بر رشد شهر دارد. علاوه بر این صنایع خلاق نه تنها به دلیل تأثیر در روند ایجاد کار و تولید، بلکه در این حقیقت که اساسی برای سایر صنایع و خدمات محسوب می‌شوند، اهمیت دارند. هالیوود و بالیوود نمونه‌های شهرهای فرهنگی - فناورانه هستند.

۴. **شهرهای فناورانه - سازمانی:** چنین شهرهایی مشخصه راه‌حل‌های مشکل شهر خلاق هستند. در این گونه، بر خلاف سایر انواع گفته شده، شرکت‌های تجاری با دولت محلی در ارتباط هستند و تصمیم‌های خلاق را اتخاذ می‌کنند. شهرهای فناورانه سازماندهی شده مشخصه مدیریت خلاق هستند که به هنگام وجود مشکلات در یک شهر به حل مشکل به شیوه خلاق اقدام می‌شود.

۱ Cultural-intellectual cities

۲ Cultural-technological cities

۳ Technological-organisational cities

اصطلاح خلاقیت به اندیشه‌ورزی، تصور و نوآوری بازمی‌گردد. تصور و فانتزی‌ها اساس خلاقیت هستند و آموزش به پیوند ایده‌ها و مشاهده آنها از دیدگاه تجربه‌محور کمک می‌کند. شهرهای خلاق هم به نوآوری و هم خلاقیت نیاز دارند. خلاقیت (تصور و فانتزی) به خلق ایده، خلق پیوندهای جذاب و یافتن راه‌حل‌های تازه کمک می‌کند، در حالی که نوآوری (و اندیشه‌ورزی) به انتخاب و به‌کارگیری ایده‌های جدید مرتبط است. حتی اگر یک شهر کانونی از تجمع افراد و نهادهای خلاق باشد که دارای ایده‌های جدید هستند بدون دارا بودن نیروهای انسانی سازمان‌دهی شده با مهارت‌های تحلیلی و مالی که بتوانند به به‌کارگیری راه‌حل‌های خلاق کمک کنند، به نتیجه نمی‌رسند. در شهرهای خلاق، خلاقیت، نوآوری و آموزش در کنار هم هستند (Jurene & Jureniene, 2017).

راه‌حل‌های رقابتی بودن شهر خلاق و خوشه‌های خلاق

منابع موجود راه‌حل‌های گوناگونی را برای رقابتی شدن شهر خلاق ارائه می‌دهند که سبب ضمانت عملکرد موفق آنها می‌شود. وانولو^۱ (۲۰۰۸) مشخصه‌های زیر را برای شهرهای خلاق برشمرده است:

- مکان مهمی برای دیدارها و گردهم‌آیی‌های مردمی (تنوع و توجه به فرهنگ‌های قومی مختلف و سازگاری ضروری است)
- هنرهای صحنه‌ای (هنرهای مردمی)
- زیست‌شبانیه (رستوران و مراکز مورد علاقه جوانان)
- فضاهای عمومی (پارک‌ها، فضاهای طبیعی و تجهیزات ورزشی در فضای باز)
- فرصت تحصیلات عالی برای جوانان و متخصصان (که به رقابتی بودن شهر می‌افزایند)
- رویدادهای مختلف به‌ویژه رویدادهای بزرگ ورزشی، کنسرت، جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های هنری. چنین رویدادهایی قدرت جذب بازدیدکنندگان بسیاری را از سراسر دنیا دارند. این ابزار قدرتمند ارتباطی می‌تواند برای گسترش ایده‌های شهر به بازدیدکنندگان و ساکنان مورد استفاده قرار گیرد.

ویژگی‌های شهر خلاق نشان می‌دهند که شهرهای خلاق باید شرایط لازم را برای پاسخگویی به نیازهای جوانان و ارتباطات خلاق مهیا کنند (Jurene & Jureniene, 2017).

در ادامه مهم‌ترین عناصر افزایش رقابتی بودن شهر خلاق بیان شده است:

۱. تمامی ساکنان شهر باید آموزش ببینند و خلاقیت خود را عرضه کنند (نه صرفاً هنرمندان، صنعت‌کاران و دانشمندان). بنابراین سیاست‌های شهری باید مبتنی بر تشویق خلق کالاها و خدمات سودمند فرهنگی و بهبود محیط اداره‌ها و کارخانه‌ها باشد.
 ۲. نهادهایی که فعالیت‌های خلاق را در حوزه‌های هنر و علم انجام می‌دهند (دانشگاه‌ها، مدارس فنی، نهادهای پژوهشی، کتابخانه‌ها و سایر سازمان‌های فرهنگی) باید به عنوان زیرساخت خلاق حمایتی نقش ایفا کنند.
 ۳. سیاست زیست‌محیطی برای ایفای نقش موفق شهرهای خلاق از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. این سیاست باید از میراث تاریخی حفاظت نماید، بنابراین محیط زیست شهر فضای زندگی بهتری را مهیا کند. چنین فضایی سبب تشویق خلاقیت ساکنان و کاهش تفاوت‌ها می‌شود.
 ۴. شهرها باید دارای اساس اقتصادی متوازن باشند. این به حفظ و ترغیب خلاقیت نیز کمک می‌کند.
 ۵. شهرهای خلاق باید دارای سیاست شهری باشند تا با هماهنگی با سیاست فرهنگی، صنعتی و زیست‌محیطی مبتنی بر مدیریت دموکراتیک سبب عمومیت یافتن خلاقیت گردد.
- و پینگ (۲۰۰۵) با تاکید بر اهمیت این هماهنگی و انسجام سیاست‌ها، اظهار می‌دارد که شهرها باید دارای نظام اداری، افراد و سازمان‌ها، مدارس و دانشگاه‌های خلاق باشند. خلاقیت و کاربرد آن در حوزه‌های عمومی، خصوصی و همگانی باید فراگیر گردد (Jurene & Jureniene, 2017). در جدول زیر عوامل موفقیت شهرهای خلاق بر شمرده شده است که در ادامه جدول، به شرح آن پرداخته می‌شود.

جدول ۲-۲. عوامل موفقیت شهرهای خلاق

عوامل موفقیت شهرهای خلاق						
همکاری دانشگاه‌ها و کسب‌وکارها	سرمایه‌گذاری	شرکت‌های بزرگ و متوسط	دانش و مهارت‌های پایه	سیاست‌گذاری	کیفیت خدمات و زیرساخت‌ها	تنوع و کیفیت مکان‌ها

Weiping, 2005

- ارتباط میان پژوهش‌های دانشگاهی عالی و کسب‌وکار: عمده جوامع خلاق در کنار دانشگاه‌هایی مستقر هستند که در آن آموزش و فعالیت‌های تجاری در فرهنگ بومی وارد شده است. دانشگاه‌ها به مکانی تبدیل می‌شوند

که در آن تحقیقات تخصصی انجام می‌شود، دانش در دسترس است و میان موضوعات علمی و کسب‌وکار هماهنگی وجود دارد. چنین موقعیت‌هایی می‌تواند به نوعی به محل رویش شرکت‌های استارت‌آپی تبدیل شود.

- **فرصت سرمایه‌گذاری خطرپذیر:** یک عامل مهم برای رشد بخش خلاق سرمایه‌گذاری در راستای توسعه و نوآوری به ویژه در حوزه پژوهش است. سرمایه‌گذاری خطرپذیر در اینجا به عنوان سرمایه‌گذاری منطقه‌ای در نظر گرفته شده است که با هدف حمایت از کسب‌وکارهای جدید و افراد تازه‌وارد در این حوزه انجام می‌شود. چنین سرمایه‌گذارانی معمولاً بر تجارت‌ها و کسب‌وکارهایی که در آن سرمایه‌گذاری داشته‌اند، نظارت دارند و برای حل مشکلات آن تلاش می‌کنند.

- **شرکت‌های بزرگ و متوسط:** این جنبه ارتباط بیشتری به توسعه خوشه‌های فرهنگی دارد. اساس یک خوشه فرهنگی یک یا دو شرکت هسته‌ای و سایر شرکت‌های حمایت‌گر (کوچک‌تر) است که فعالیت‌ها را با یکدیگر انجام می‌دهند. برای مثال مایکروسافت به ایجاد یک خوشه نرم‌افزاری در سیاتل کمک کرده است. وجود شرکت‌ها یا سازمان‌های هسته‌ای برای توسعه خوشه‌های فرهنگی اهمیت دارد، بنابراین برای توسعه شهرهای خلاق هم دارای اهمیت هستند.

- **دانش و مهارت پایه:** تقریباً در تمامی شهرهای خلاق تمرکز افراد تحصیل‌کرده وجود دارد. نقش دانش و مهارت در اقتصاد خلاق (که اساس ایده شهرهای خلاق است) اهمیت بسیاری دارد.

- **سیاست‌گذاری:** حتی اگر رفتار سیاسی تأثیری بر خلق و توسعه خوشه‌ها نداشته باشد، برخی نمونه‌های شهرهای خلاق نشان می‌دهند که سیاست شهری دارای نقش بنیادی است. برای مثال ممکن است مداخله دولت تاثیر بسیاری بر توسعه خوشه‌های نرم‌افزاری بگذارد. علاوه بر این سیاست‌شهری یا محلی ممکن است به ایجاد کسب‌وکارهای جدید، استارت‌آپ‌ها و ... بینجامد.

- **کیفیت خدمات و زیرساخت‌ها:** شهری که ساده‌ترین عمکردها و نقش‌های خود (برنامه‌ریزی و خدمات عمومی) را مدیریت می‌کند، برای شرکت‌های خلاق جذابیت بیشتری دارد. زیرساخت‌هایی مانند کتابخانه‌ها و آزمایشگاه‌های تخصصی برای شرکت‌ها اهمیت دارند. داشتن فرودگاه هزینه‌های سفرها را می‌کاهد، بنابراین سبب جذابیت شهرها برای مسافران می‌شود.

- **تنوع و کیفیت مکان‌ها:** محیط‌های طبیعی و شهری، تنوع ساکنان و زیست‌خیابانی فعال جنبه‌های مهمی از شهرهای خلاق هستند. چنین مکان‌هایی باید در انواع گوناگون وجود داشته باشند. افراد تحصیلکرده به سرگرمی‌های متنوع بیشتری نیاز دارند (Weiping, 2005).

مروری بر نظریه‌های شهر خلاق

ایده شهرهای خلاق از یک مدل شهری در پروژه‌های اتحادیه اروپا با عنوان «شهر فرهنگ اروپایی» یا «پایتخت فرهنگ اروپا» منشأ گرفته است. در این معنا خلاقیت از فرهنگ و هنر تفکیک‌ناپذیر است و برای خلق صنایع و فرصت‌های شغلی جدید و نیز حل مشکلات زیست‌محیطی و بی‌خانمانی به کار گرفته می‌شود. خلاصه آنکه، اقدامی چندجانبه به منظور احیای شهر محسوب می‌شد. آثار چارلز لاندی و ماسایوکی ساساکی^۱ موضوعات اقلیت‌ها، بی‌خانمان‌ها و شمول اجتماعی را در دیدگاه‌های مرتبط با شهر خلاق وارد کرد.

علاوه بر این، ریچارد فلوریدا پیشنهاد کرد که شهرهای آمریکا باید با سیاست‌گذاری در پی جذب افرادی باشد که آنها را «طبقه خلاق» نامید تا بتواند در صنایع خلاق نوین به پایداری برسد. وی همچنین شاخص‌های خلاقیت را که در هشت شاخص و سه زمینه «استعداد»، «فناوری» و «سازگاری» ارائه داد. این شاخص‌ها سبب ایجاد تحرک و جنبش در میان نظریه‌پردازان شهری و سیاست‌گذاران دنیا شد. در این میان، فلوریدا بیشتر بر سازگاری تأکید دارد. البته تأکید او بر برخی زیرشاخص‌های سازگاری، سبب برداشت نادرست از طبقه خلاق شد که آن را صرفاً شامل هنرمندان و همجنس‌بازان دانستند (Sasaki, 2011). بنا بر عقیده فلوریدا (۲۰۰۲، ۲۰۱۲) شهرهایی که در جذب، حفظ و ارائه امکانات و تسهیلات به طبقه خلاق ناکام هستند، از دستیابی به سطوح بالای رفاه و رشد اقتصادی نیز محروم می‌گردند. افراد طبقه خلاق، به‌ویژه شاغلان و فعالان این طبقه، که «فوق خلاق» نامیده می‌شوند، شهرهای پررونق و دارای زیرساخت‌های فناورانه پیشرفته (برای مثال دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی عمده) را ترجیح می‌دهند. چنین شهرهایی از مزیت تنوع و تاب‌آوری فرهنگی برخوردار است. بنابراین افراد خلاق تمایل بیشتری در ماندن در آن را دارند. در این شهرها امکانات فرهنگی مشوق خلاقیت و

فرصت‌ها و گفتمان خلاق برای شبکه‌های اجتماعی وجود دارد (برای مثال گالری‌ها، کافه‌ها و رستوران‌ها) (Moss, 2017).

نظریه‌های فلوریدا و لاندری اگرچه شباهت‌هایی دارند، اما رویکردهای نظری آنها متفاوت است. تمرکز لاندربیر عملی کردن خلاقیت و سیاست‌های احیا و بازسازی شهری است. او اظهار می‌دارد که خلاقیت افراد ساکن شهرها تعیین‌کننده موفقیت آینده شهرهاست و دریافته است که با وجود این واقعیت، نیاز به اندیشیدن درباره خلاقیت در سیاست شهری و عمل به آن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. نگاه لاندری به شهر خلاق در واقع به گونه‌ای است که در آن مردم برای استفاده از تصور و نوآوری در حل مسائل اجتماعی آزادی عمل دارند. ایده‌های فلوریدا از لاندری متفاوت است. فلوریدا اذعان دارد که طبقه خلاق در جوامع غربی و آمریکایی ظهور کرده‌اند. طبقه خلاق بر اساس نظر فلوریدا دارای اهمیت است، چراکه در یک نظام اقتصادی مبتنی بر خلاقیت، شهرها و مناطق دارای مردمان خلاق تحت قوانین توسعه اقتصادی جدید سربلند و موفق خواهند بود. چنانکه در اوایل دهه ۱۹۶۰ پیتر دراگر اصطلاح «کارکنان دانش» را در اقتصاد مطرح کرد که در آن رشد طبقه دانش دانشمندان و مهندسان وجود داشت (Atkinson & Easthope, 2007).

سایر نظریه‌پردازان اظهار داشتند که جذب مردمان طبقه خلاق به خودی خود سبب ایجاد شهر خلاق نخواهد شد. چنانکه آلن اسکات مدعی شده است که برای توسعه صنایع خلاق که موتور اقتصادی شهر خلاق محسوب می‌شوند، ناگزیر از داشتن نیروی کار گسترده با مهارت‌های خاص و صنایع ضروری برای حمایت از آن نیروها هستیم. اگر اقتصاد شهر توانمندی بازاریابی را نداشته باشد، او را از توسعه در بازار جهانی بازمی‌دارد و توسعه پایدار دست‌نیافتنی می‌گردد. آن مارکوسن نیز همانند اسکات بر اهمیت نقش بخش‌های فرهنگی و اقتصادی شهر در عصر کنونی که مبتنی بر اقتصاد دانش / اطلاعات محور است، تأکید دارد. در عین حال او با نقد فلوریدا، مطرح می‌کند که مباحث او فاقد نظریه توسعه کارآمد برای اقتصادهای محلی خاص است. مارکوسن بر این ادعا است که اگرچه نظریه‌های اقتصادی صادرات محور همانند نظریه توسعه برای اقتصادهای محلی بسیار مطرح بوده‌اند، در عصر اقتصادهای مبتنی بر دانش و اطلاعات، توسعه اقتصادی در صنایع وارداتی جایگزین مطلوب‌تر است.

۱ Allen Scott

۲ Ann Markusen

اندی پرات از صاحب‌نظران در حوزه سیاست‌های خوشه‌ای صنایع فرهنگی و خلاق، اظهار می‌دارد که کسب‌وکارهای کوچک و خانوادگی در صنایع فرهنگی از اهمیت برخوردار است. بنابراین برای به دست آوردن بازارهای دنیا، شایسته است این صنایع در شبکه‌ای از همکاری‌های افقی با یکدیگر قرار بگیرند. به عبارتی در صنایع خلاق که خلاقیت، مهارت و استعداد افراد شاهرگ حیاتی آن برای ایجاد یک خوشه است، داشتن یک زیست‌بوم و مکانی که خلاقیت در آن در جریان و شکوفایی باشد، ضروری است. در نظریه شهر خلاق زیست‌بوم خلاق و ساختار اجتماعی خلاقیت و در رأس آنها بافت اجتماعی، فرهنگی و جغرافیایی برای یکپارچگی مؤثر سیاست‌های صنعتی، شهری و فرهنگی حیاتی است. البته فلوریدا بر اهمیت زیست‌بوم اشاره دارد، اما به تحلیل عمیقی از بعد اقتصادی خوشه فرهنگی پرداخته است (Sasaki, 2011).

الزامات و پیش‌شرط‌های شهر خلاق

بی‌تردید برای ایجاد و نامیدن شهرها با عنوان شهر خلاق، الزامات و پیش‌شرط‌هایی ضروری است. صاحب‌نظران این حوزه الزاماتی را برشمرده‌اند که در اینجا الزامات ایجاد شهر خلاق از نگاه ساساکی (۲۰۱۱) اشاره می‌گردد:

۱. در یک شهر مجهز به نظام اقتصادی نه تنها هنرمندان و دانشمندان امکان خلاقیت را خواهند یافت، که کارگران و صنعتگران نیز می‌توانند در خلاقیت و تولید منعطف نقش داشته باشند و در این روند از تهدیدات دگرگونی جهانی در امان بمانند.
۲. داشتن امکاناتی نظیر دانشگاه‌ها، دانشکده‌های کاربردی و مؤسسات پژوهشی و نیز امکانات فرهنگی همچون تئاتر و کتابخانه. علاوه بر این، دارای بخش فعال غیرانتفاعی برای انجمن‌های همکاری و اصناف است که از طریق آنها حقوق کسب‌وکارهای صنعتی متوسط و کوچک مورد حمایت قرار گیرد. چنین شهری دارای محیطی است که در آن کسب‌وکارهای جدید بتوانند ایجاد شوند و به راحتی اثر و کار خلاق مورد حمایت قرار گیرد. در رأس همه اینها، شهر خلاق دارای زیرساخت‌های لازم برای حمایت از افراد و فعالیت‌های خلاق است.

۳. رشد صنایع، کیفیت زندگی شهروندان را بهبود می‌بخشد و خدمات اجتماعی قدرتمندی را برای آنها مهیا می‌سازد. بنابراین سبب تحریک توسعه صنایع جدید در حوزه‌های محیط زیست، رفاه، خدمات رسانه‌ای و هنر می‌شود. به عبارت دیگر، در چنین شهری توسعه متوازی از پویایی صنعتی و زیست فرهنگی وجود دارد که در آن تولید و مصرف در تناسب و هماهنگی قرار دارند.
۴. توسعه فضاهای تولید و مصرف الزام‌آور است و محیط زیست شهری مورد حفاظت قرار می‌گیرد. در چنین شهری فضاهای شهری زیبا سبب افزایش خلاقیت و حساسیت شهروندان می‌گردد.
۵. چنین شهری دارای سازوکار مشارکت شهروندان در اداره شهر است و ضامن تغییرپذیری و خلاقیت شهروندان است.
۶. مجهز به اداره اداره مستقل به لحاظ مالی که سبب پایداری اداره خلاق با وجود کارکنانی می‌گردد که در اجرای سیاست برتری دارند (Sasaki, 2011).

محمودی‌آذر و داودپور (۱۳۹۷) نیز در مقاله‌ای پژوهشی به پیش‌شرط‌های تحقق شهر خلاق اشاره داشته‌اند که عبارتند از:

- تحمل پذیرش تنوع؛ شهرهای خلاق محیط‌های بازی به شمار می‌روند که توانایی پذیرش گروه‌های مختلف انسانی با فرهنگ‌های مختلف را دارند.
- فراهم کردن بستر مناسب برای بروز ایده‌های ساکنان و تبادل ایده‌ها و در نهایت استفاده از آنها برای حل مشکلات و توسعه اقتصادی، اجتماعی و شهری
- دسترسی شهر خلاق به استعدادها و منابع انسانی و فکری (طبقه خلاق)
- دسترسی به فناوری‌های سطح بالا و اقتصاد خلاق
- قدرت و توان ویژه در مواجهه با بحران‌هایی چون فقر، بی‌خانمانی، بافت‌های فرسوده و ...
- وجود حکمرانی مطلوب (تعامل دولت محلی، نهادهای مردمی و بخش خصوصی)
- جایگاه ویژه فرهنگ در ابعاد مختلف شهر و نیز سیاست‌ها و برنامه‌های شهری و استفاده مؤثر از تمام منابع فرهنگی (محمودی‌آذر و داودپور، ۱۳۹۷).

لاندری (۲۰۰۸) نمود بیرونی شهر خلاق را از ترکیب و تلفیق عوامل متعددی می‌داند که مهم‌ترین آنها ارکان، اصول، زیرساخت‌ها و شاخص‌ها هستند (محمودی‌آذر و داودپور، ۱۳۹۷). در جدول زیر چارچوب شکل‌گیری شهر خلاق در چهار عنوان شاخص‌ها، اصول، ارکان و زیرساخت‌ها نشان داده شده است.

جدول ۳-۲. چارچوب شکل‌گیری شهر خلاق

زیرساخت‌ها	ارکان	اصول	شاخص‌ها
بسترهای دانش	مردم	پرورش خلاقیت و پاداش برای آن	سرمایه انسانی
صنایع با فناوری بالا	بنگاه‌های اقتصادی	سرمایه‌گذاری در اکوسیستم خلاق	سرمایه اجتماعی
بسترهای اجتماعی	فضا	گسترش تنوع و کثرت	زیرساخت
هنر و فرهنگ	پیوندها و ارتباطات	شکوفایی خلاقیت	فناوری
	جشم‌انداز و آوازه	ارزش ریست‌پذیری	مدارای اجتماعی
		اصالت‌بخشی	تنوع قومی
		سرمایه‌گذاری در ساخت و کیفیت مکان	انعطاف‌پذیری
		مسئولیت‌پذیری برای تغییر جامعه	ابتکار
		تضمین حق خلاقیت	خط‌پذیری
			رهبری

منبع: محمودی‌آذر و داودپور، ۱۳۹۷

شبکه شهرهای خلاق

شبکه شهرهای خلاق یونسکو^۱ در سال ۲۰۰۴ برای ارتقای همکاری با این شهرها و نیز همکاری میان شهرهایی ایجاد شد که خلاقیت به عنوان یک عامل استراتژیک در توسعه شهری آنها تعریف شده بود. در حال حاضر ۲۴۶ شهر این شبکه را تشکیل می‌دهند که در راستای یک هدف مشترک (در محوریت و کانون قرار دادن خلاقیت و صنایع فرهنگی در برنامه‌های توسعه در سطح منطقه‌ای و همکاری فعال در سطح بین‌المللی است) همکاری دارند (سند ماموریت شبکه شهرهای خلاق یونسکو)^۲. شهرهای خلاق با پیوستن به این شبکه، اقدام به اشتراک گذاشتن بهترین عملکردهای خود می‌کنند و در راستای محورهای زیر، همکاری‌های میان بخش‌های عمومی و خصوصی و نیز جامعه شهری را توسعه می‌دهند:

۱. تقویت ایجاد(خلق)، تولید، توزیع و انتشار فعالیت‌ها، کالاها و خدمات فرهنگی

^۱UNESCO Creative Cities Network (UCCN)

^۲https://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/Mission_Statement_UNESCO_Creative_Cities_Network_1.pdf

۲. توسعه قطب‌های خلاقیت و نوآوری و گستردن فرصت‌هایی برای خالقان و متخصصان بخش فرهنگی

۳. ارتقای دسترسی و مشارکت در زندگی فرهنگی به ویژه برای گروه‌ها و افراد آسیب‌پذیر،
حاشیه‌نشین

۴. هماهنگی و یکپارچه‌سازی کامل فرهنگ و خلاقیت در برنامه‌های توسعه پایدار

این شبکه هفت زمینه خلاق را در نظر گرفته است که عبارتند از: «صنایع دستی و هنرهای بومی»، «رسانه»، «فیلم و سینما»، «طراحی»، «خوراک‌شناسی (غذا)»، «ادبیات» و «موسیقی».

باید توجه داشت که شبکه شهرهای خلاق همراه و همکار ممتاز سازمان یونسکو محسوب می‌شود که نه تنها ابزاری برای بازتاب نقش خلاقیت به عنوان اهرمی برای توسعه پایدار هستند، فراهم‌کننده زمینه مساعدی برای عمل و خلاقیت به طور ویژه برای عمل به سند چشم‌انداز توسعه پایدار ۲۰۳۰ محسوب می‌شوند. یکی از اهداف اصلی شبکه شهرهای خلاق یونسکو عمل کردن به عنوان کارگاهی از ایده‌ها و تجربیات نوآورانه است که برای ایجاد و تبدیل سرمایه ظرفیت کامل فرهنگ و خلاقیت در نظر گرفته شده تا توسعه شهری پایدار حاصل شود. برای دستیابی به این هدف هر چهار سال یک بار شهرهای عضو ملزم به ارائه گزارش نظارتی و پایشی عضویت در موارد زیر هستند:^۱

• اثبات اقدام مستمر برای به کارگیری اهداف ماموریت شبکه شهرهای خلاق چه در سطح منطقه‌ای و

چه بین‌المللی

- تمدید عضویت با ارائه برنامه عملی برای سال‌های پیش رو
- کسب نظر درباره اثر تصمیمات اتخاذ شده
- تشویق توسعه پژوهش و مطالعات موردی درباره مفاهیم و تجربیات شهرهای خلاق
- جمع‌آوری و توزیع اطلاعات مرتبط با پیگیری‌های موثرتر فرایندها، نشان‌دادن موارد معین دستاوردهای شبکه شهرهای خلاق، مشخص کردن سیاست‌ها، استراتژی‌ها و به‌کارگیری‌های موثر و

صورت‌بندی مستند حمایت‌ها و به‌کارگیری برنامه‌های عملی جدید و در عین حال هشدار درباره

ظهور و بروز مشکلاتی درباره نقش فرهنگ و خلاقیت در توسعه پایدار شهری.

یونسکو مزایای پیوستن به شبکه شهرهای خلاق را چنین برشمرده است:

۱. تقویت وجهه و رهبری بین‌المللی: با آشکار سازی سیاست‌ها، استراتژی‌ها و فعالیت‌های نوآورانه در

راستای تحقق شهرهای خلاق و پایدار

۲. افزایش جاذبه منطقه‌ای و بین‌المللی شهر برای سرمایه‌گذاران و ذی‌نفعان اقتصادی، بازدیدکنندگان یا

متخصصان خلاق ماهر و تسهیل تدارک و تجهیز منابع مالی از بخش‌های خصوصی و عمومی

۳. ایجاد شبکه با سایر شهرهای خلاق از طریق رویدادها و طرح‌های مشترک برای تحریک و ترغیب

غنی‌سازی به اشتراک گذاشتن دانش و ایجاد مشارکت‌های خلاق

۴. ایجاد قدرت و نیروی فزاینده برای خلاقیت با جلب توجه عمومی نسبت به بخش خلاق شهر به عنوان

پیشران و تجهیز و تدارک تمامی ذی‌نفعان و گفت‌وگوی تربیتی میان مسئولان محلی، سازمان‌های

عمومی، خصوصی و تخصصی، دانشگاه‌ها و جامعه خلاق

۵. سوق دادن زمینه و جوامع خلاق محلی به سوی تدوین و ایجاد سیاست تشویقی و فضای اقتصادی و

اتصال و پیوند بیشتر متخصصان و کسب‌وکارهای خلاق محلی به شبکه‌ها و بازارهای بین‌المللی

چهار شهر از ایران در شبکه شهرهای خلاق عضویت دارند که عبارتند از: اصفهان و بندرعباس به عنوان

شهرهای صنایع دستی و هنرهای بومی، رشت به عنوان شهر خوراک‌شناسی و غذا و سنندج به عنوان شهر

موسیقی. البته در اواخر سال ۱۳۹۸ از سوی معاونت هنری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اقدامی در خصوص

ایجاد شبکه شهرهای خلاق فرهنگ و هنر ایران شده است که هنوز در مرحله ارزیابی شهرها برای اعطای نام

شهر خلاق در حوزه‌های گوناگون خلاقیت است.

شاخص‌های شهر خلاق

این بخش مروری است بر شاخص‌ها و مؤلفه‌های شهر خلاق از نگاه صاحب‌نظران. باید توجه داشت که شاخص‌های شهر را می‌توان به سه دسته خلاقیت و فرهنگ، شهرهای جهانی (شبکه‌ها و فناوری ارتباطات) و سایر رویکردها تقسیم‌بندی کرد (Hartly, Potts & MacDonald, 2012). در گروه دوم، خلاقیت در اولویت نخست قرار ندارد، بنابراین در این بخش از ذکر آنها به دلیل عدم ارتباط با شهرهای خلاق چشم‌پوشی می‌شود.

شاخص شهر خلاق فلوریدا

از نظر ریچارد فلوریدا شهرها باید بر ارائه تصویری از افراد مستعد متمرکز باشند تا تمرکز صرف بر ایجاد زیرساخت‌ها یا مکان‌های صنعتی. چارچوب ارائه شده توسط فلوریدا شامل سه زیرگروه استعداد، فناوری و سازگاری است. او تاکید دارد که شهرها با تعداد بیشتری از هنرمندان، موسیقی‌دانان، اساتید و دانشمندان، کارشناسان‌های تک، خارجی‌ها و ... از سطح توسعه اقتصادی بالاتری برخوردار خواهد شد. تعریف خلاقیت از منظر شاخص‌های فلوریدا به نسبت گسترده است و فراتر از صنایع خلاق است. در جدول زیر ابعاد و شاخص‌های شهر خلاق از نگاه فلوریدا ارائه شده است (Florida, 2005).

جدول ۴-۲. شاخص‌های شهر خلاق فلوریدا

شاخص	زیرشاخص
۱. استعداد	سرمایه انسانی (تعداد دانش‌آموختگان دانشگاه، رده‌بندی دانشگاه‌های محلی، تمرکز بر افراد دارای مدرک کارشناسی)
	طبقه خلاق (درصد کارکنان شناخته شده در طبقه خلاق و شغل‌های خلاق)
	پژوهشگران (تعداد افراد شاغل در بخش تحقیق و توسعه، هسته خلاق)
۲. فناوری	نوآوری
	نوآوری‌های تک
	صنعت‌های تک
۳. سازگاری	افرادی که در خارج از کشور زاده شده‌اند (درصد جمعیت خارجی‌ها، اندازه جمعیت دانش‌آموزان خارجی، تعداد مدارس بین‌المللی)
	شاخص تنوع
	شاخص هنردوستی (تمرکز افراد شاغل در فعالیت‌های هنری)

شاخص خلاقیت شاریپی^۱

این شاخص که در سال ۲۰۰۷ بر اساس ۲۰ شهر خلاق در انگلستان ارائه شده است، به طور خاص متمرکز بر بعد فرهنگی خلاقیت تا علمی و نوآورانه آن. در ادامه معیارهای کیفی و کمی آن ارائه شده است (Hartly, Potts & MacDonald, 2012):

- خروجی خلاقیت: شامل تعداد شهروندان شاغل در صنایع خلاق، تعداد ساکنان دارای شغل آزاد و جوایز خلاقیت
- سرمایه‌گذاری خلاقیت: سنجش سرمایه‌گذاری در خلاقیت
- تنوع جنسی، نژادی و فرهنگی
- وجود خرده‌فرهنگ‌ها
- پایداری: ظهور سنگ بنای خلاقیت مدرن
- هزینه زندگی: صنایع خلاق دستمزد کمی دارند
- مصرف خلاق در جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها، موزه‌ها و گالری‌ها
- آموزش و فناوری

شاخص جوامع خلاق

شاخص جوامع خلاق سیلیکون (۲۰۰۳) برای ارزیابی ظرفیت این منطقه برای دستیابی به نوآوری فناورانه و کسب‌وکار در زمینه خلاقیت و ارتباطات اجتماعی ارائه شده است. این شاخص‌ها در چهار دسته طبقه‌بندی شده‌اند (Hartly, Potts & MacDonald, 2012).

جدول ۵-۲. شاخص‌های جوامع خلاق

شاخص	زیرشاخص
۱. خروجی‌ها	زندگی فرهنگی سالم، خلاقیت گسترده‌محور، ارتباط اجتماعی در عین تنوع مردمان و سهم کیفیت زندگی
۲. مشارکت	مشارکت ساکنان در هنرها و فعالیت‌های فرهنگی از جمله میزان مشارکت افراد متنوع در کنار یکدیگر
۳. دارایی‌ها	آمیزه‌ای از دارایی‌های فرهنگی موجود در جامعه از جمله استعداد بخش خلاق (غیرانتفاعی، عمومی و خصوصی)، مکان‌ها و امکانات و کیفیت زیبایی‌شناختی فضای موجود
۴. محرک	ایجاد دارایی‌های فرهنگی و تشویق به ایجاد ارتباط با آنها از طریق آموزش هنری، رهبری، سرمایه‌گذاری و سیاست‌گذاری

شاخص خلاقیت اروپا

شاخص شهرهای خلاق در گزارش ارائه‌شده از سوی اتحادیه اروپا در سال ۲۰۱۹ که در خصوص ارزیابی شهرهای خلاق اروپا منتشر شده است در سه طبقه کلی دسته‌بندی شده است.

جدول ۶-۲. شاخص‌های خلاقیت اروپا

۱. تحرک فرهنگی:	۲. اقتصاد خلاق:	۳. توانمندسازی محیط:
۱-۱. مکان‌ها و امکانات فرهنگی	۱-۲. شغل‌های خلاق و دانش‌بنیان	۱-۳. سرمایه انسانی و آموزش
<ul style="list-style-type: none"> • مکان‌های دیدنی • موزه‌ها و گالری‌های هنری • سینماها • سالن‌های کنسرت • تئاترها 	<ul style="list-style-type: none"> • شغل‌های هنری، فرهنگی و سرگرمی • شغل‌های مرتبط با رسانه و ارتباطات • شغل‌های مرتبط با سایر بخش‌های خلاق 	<ul style="list-style-type: none"> • دانش‌آموخته‌های هنر و علوم انسانی • دانش‌آموخته‌های فناوری ارتباطات و اطلاعات • میانگین حضور در رتبه‌های دانشگاهی
۲-۱. مشارکت و جذابیت فرهنگی	۲-۲. مالکیت معنوی و نوآوری	۲-۳. گشوده بودن، تسامح و اعتماد
<ul style="list-style-type: none"> • گردشگران بیش از یک شبانه روز • بازدیدکنندگان موزه‌ها • تماشاگران سینما • رضایت از امکانات فرهنگی 	<ul style="list-style-type: none"> • اپلیکیشن‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات • اپلیکیشن‌های طراحی 	<ul style="list-style-type: none"> • جمعیت افرادی که در خارج از کشور متولد شده‌اند • تحمل و تسامح نسبت به خارجی‌ها • همبستگی افراد خارجی • اعتماد مردمی
	۳-۲. شغل‌های جدید در بخش‌های خلاق	۳-۳. پیوندهای بومی و بین‌المللی
	<ul style="list-style-type: none"> • شغل‌های مرتبط با هنرهای جدید، فرهنگ و سرگرمی • شغل‌های مربوط به رسانه‌ها و ارتباطات جدید • شغل‌های مربوط به کارآفرینی‌های در بخش‌های خلاق 	<ul style="list-style-type: none"> • دسترس‌پذیری پروازهای مسافری • دسترس‌پذیری راه‌آهن • دسترس‌پذیری جاده‌ای
		۳-۴. کیفیت حاکمیت
		<ul style="list-style-type: none"> • کیفیت حاکمیت محلی

European Union, 2019

شاخص خلاقیت هنگ کنگ

این شاخص توسط مرکز تحقیقات سیاست فرهنگی دانشگاه هنگ کنگ در سال ۲۰۰۴ ارائه شده است. در این شاخص پنج عامل در نظر گرفته شده است: ۱. خروجی خلاقیت، ۲. سرمایه ساختاری، ۳. سرمایه انسانی، ۴. سرمایه اجتماعی و ۵. سرمایه فرهنگی (Hartly, Potts & MacDonald, 2012).

جدول ۷-۲. شاخص خلاقیت هنگ‌کنگ

۱	خروجی‌های خلاقیت (اهمیت صنایع خلاق)
۲	پارامترهای سرمایه ساختاری/ نهادی که سبب خلاقیت می‌گردد (مالکیت معنوی، انگیزه‌های مالی، زیرساخت فناوری)
۳	سرمایه انسانی (به طور خاص کیفیت آموزشی)
۴	سرمایه اجتماعی منتج به خلاقیت (شامل سطح سازگاری و تنوع)
۵	سرمایه فرهنگی به عنوان مشارکت و عرضه فرهنگی (موزه‌ها و مکان‌ها) به عنوان عاملی برای تظاهر به خلاقیت

شاخص زندگی فرهنگی

بنا بر گزارشی درباره زندگی فرهنگی از سوی وزارت آموزش و فرهنگ فنلاند، شاخص‌های زندگی فرهنگی در ۶۲ شاخص ارائه شده است که آنها را می‌توان به سه دسته کلی تقسیم کرد:

- دسترس‌پذیری فرهنگی
- مشارکت فرهنگی
- تولید فرهنگی (Hartly, Potts & MacDonald, 2012)

شبکه خلاقیت^۱

رویکرد شبکه خلاقیت از گزارشی در سال ۲۰۱۰ در موضوع برنامه اقتصاد خلاق: زیرساخت گروه کارکنان گرفته شده است. در ادامه ده شرط زیرساختی برای رشد صنایع خلاق و رقابتی‌بودن از این گزارش ارائه شده است:

- طبقه جهانی: زیرساخت فرهنگی (گالری‌ها، موزه‌ها، سالن‌های کنسرت و رویدادها)
- خدمات حمایتی صنایع خلاق تخصصی (برای مثال برنامه‌های سرمایه‌گذاری و کسب‌وکار، نوآوری‌های شبکه کیفیت و توسعه حرفه‌ای مداوم)
- تسهیلات تخصصی و در دسترس برای بخش‌های مختلف صنایع خلاق (برای مثال مراکز رسانه‌ای، استودیوها و فضاها برای کاری)
- بخش آموزش عالی (انتقال دانش، برنامه‌های همگرایی و پیوند مستحکم میان بخش‌های خلاق و غیرخلاق)

- بخش آموزش و پرورش، به علاوه بخش قدرتمند یادگیری غیررسمی (خلاقیت فراگیر، تعیین مسیرهای شغلی، برنامه‌های هدایتی)
 - فضاهای همگرایی و ارتباط (برای ملاقات، مبادله و ایجاد ارتباط)
 - همکاری جهانی و نوآوری تجاری (برای مثال ارتباطات کسب‌وکارها و همکاری فراتر از رقابت)
 - مزیت تنوع
 - خوشه‌های خلاق در جایی که فرایندهای مصرف فرهنگی وابسته به همزی‌گری با فرایندهای تولید فرهنگی است
 - زیرساخت‌های فرهنگی در مرکز
- در این گزارش عوامل اصلی تاثیرگذار بر رابطه در حال تغییر میان افراد و سازمان‌های خلاق مورد اشاره قرار گرفته است:
- فناوری دیجیتال (برای مثال پادکست‌ها، کاروان‌های تعاملی، دانلودهای اجرا و اجراهای تعاملی)
 - فضاهای سوم (فناوری وای‌فای و دورکاری - فضای سوم میان کار و منزل)
 - برندسازی (با هدف افراد خلاق)
 - بین‌المللی‌سازی (برای مثال نمایشگاه‌ها و کاروان‌ها) (Hartly, Potts & MacDonald, 2012)

شاخص لاندری^۱

چارلز لاندری و جانانان هیامز^۲ شاخص‌های شهر خلاق را به عنوان ابزاری استراتژیک برای ارزیابی و سنجش شهرهای خلاق به قرار زیر ارائه کرده است:

۱. چارچوب سیاسی و عمومی
۲. منحصربه‌فرد بودن، تنوع، سرزندگی و نمایش
۳. گشوده بودن، سازگاری و تسامح و دسترس‌پذیری
۴. کارآفرینی، پایش و نوآوری

^۱Landry's Index

^۲Jonathan Hyams

۵. رهبری استراتژیک، چالاکی و چشم انداز
۶. استعداد و گستره یادگیری
۷. ارتباطات، پیوند و شبکه سازی
۸. مکان و مکان سازی
۹. رفاه و شرایط زندگی
۱۰. تخصص و تأثیرگذاری (Landry, 2013)

شاخص توسعه شهر خلاق

در این شاخص ها مؤلفه های توسعه و شاخص های شهر خلاق مورد نظر قرار گرفته که خلاصه آن در جدول زیر نمایش داده شده است:

جدول ۸-۲. شاخص های توسعه شهر خلاق

شاخص های رایج	شاخص	عامل
خلاقیت	پذیرندگی، سازگاری، درک تفاوت ها، حمایت از بخش داوطلبانه و اجتماعی، پیوستگی خارجی ها، حمایت از توانمندی محلی و بومی، خانواده دوستی، ارزش ها، گرایش ها، مداخله اجتماعی، روابط میان فردی، بنگاه های اجتماعی	محیط اجتماعی
	ارتباطی، کارکنان پذیرا و تحصیل کرده یک شهر، توانایی برای واگذاری برخی مسئولیت ها، کیفیت و تنوع خدمات عمومی، کیفیت زیرساخت نرم و سخت، حمایت از مداخله اجتماع، حمایت از مشارکت بخش خصوصی و عمومی، متخصص گرایی، ساختار بودجه محلی، بوروکراسی	بخش عمومی
همکاری	صنایع خلاق و فرهنگی، شرایط مناسب برای استارت اپ ها، شکل های نوین بنگاه ها و کسب و کارها (شبکه ها، خوشه ها، قطب ها و انکوباتورها)، فرصت های شغلی، سطح بیکاری، شرایط دستمزد، محیط نوآوری، تولید ناخالص داخلی، توسعه و تحقیق	محیط اقتصادی
	جشنواره ها، رویدادها، تنوع رستوران ها، محل های جلسات، شرایط مناسب برای عابران پیاده، اسکیت و دوچرخه، امکانات رفاهی	امکانات رفاهی
	پاکیزگی محیط محلی، ظرفیت جغرافیایی، میزان سروصدا و آلودگی در شهر، تعداد و کیفیت فضاهای سبز	محیط طبیعی
فرهنگ	تصویر یک شهر، تاریخ، اصالت، برندسازی شهر، میراث فرهنگی، هویت شهر	محیط نمادین
	شرایط خانه ها، طراحی شهری، استفاده از مناطق صنعتی متروکه	محیط ساخته شده

شاخص مولدوین و یان فرانک

در این شاخص پنج شاخص عمده برای شهرهای خلاق برشمرده شده است که عبارتند از: خلاقیت، نوآوری، سطح مدنیت، توسعه فکری و میزان اتصال که در ادامه به طور خلاصه تشریح شده است:

- خلاقیت^۱ به طبقه خلاق مرتبط است که شامل افراد شاغل در صنایع فرهنگی / خلاق، افراد مستعد، تحصیلکرده و توانا برای خلق و ایجاد شغل‌های نوآورانه می‌باشد.

- نوآوری^۲ که با معیارهای ورودی همچون آنچه در توسعه و تحقیق، سرمایه‌گذاری، اشتغال و معیارهای خروجی از جمله تعداد اختراعات سطح ملی، نشان‌دهنده فعالیت اقتصادی مبتنی بر علم و سایر شاخص‌های علمی است.

- مدنیت / سطح مدنیت^۳ به ظرفیت ارائه خدمات در یک منطقه یا موقعیت بازمی‌گردد، برای مثال تعداد شرکت‌ها در یک بخش خاص (خدمات حقوقی، بانکداری، خدمات عمومی، مالی و ...)

- توسعه معنوی و فکری^۴ به سرمایه انسانی و سطح دانش علمی بازمی‌گردد و نیز توانایی‌های فعالان و تولیدات آنها، تحصیلات و آموزش فرهنگی به عنوان یک فرایند مادام‌العمر

- میزان اتصال^۵ یا آنچه پیوند با شبکه جهانی می‌نامیم بیانگر تصمیم‌های با کیفیت برنامه‌ریزی شده درباره مدیریت مدرن و بلندمدت و روش‌های انگیزشی است. بنابراین نه تنها دانشمندان، بلکه مدیران عالی نیز باید بتوانند شرکت‌های سرمایه‌گذاری و تحقیق و توسعه را مدیریت مؤثر نمایند و از پس بخش‌های بازاریابی برآیند (Moldoveanu & Ioan-Franco, 2016).

به طور کلی با توجه به ادبیات موجود و شاخص‌های گوناگون ارائه شده در پژوهش‌های جهانی، ابعاد و شاخص‌های ارائه شده برای شهرهای خلاق به قرار زیر است (Rodrigues & Franco, 2018):

۱ creativeness

۲ innovation

۳ Urbanity/ urbanity level

۴ Intellectual development

۵ connectivity

جدول ۹-۲. جمع‌بندی ابعاد و شاخص‌های شهر خلاق

گردشگری	سرگرمی	فرهنگ
	اشتغال	خروجی‌های خلاق
	مشارکت	سرمایه فرهنگی
امکانات	منابع	مکان‌ها
	امکانات	سکونت‌پذیری
	دسترس‌پذیری	حمل و نقل
تنوع	سازگاری و تسامح	گشوده بودن (آزادی)
	شبکه‌ها	جهانی‌شدن
آموزش	استعداد	سرمایه انسانی
حمایت	تعهد	سرمایه اجتماعی
	نظارت	حکمرانی
	نظام اقتصادی	فعالیت کسب‌وکار
تحقیق و توسعه	نوآوری	کارآفرینی
	تحقیق و توسعه	فناوری اطلاعات و ارتباطات
	زیست‌بوم‌شناسی	محیط زیست

Rodrigues & Franco, 2018

ابعاد و شاخص‌های عملکرد شهرهای خلاق کنونی^۱

رودریگز و فرانکو (۲۰۱۸) در مقاله‌ای شاخص‌ها و ابعاد شهرهای خلاق کنونی را چنین برشمرده‌اند:

جدول ۱۰-۲. ابعاد و شاخص‌های عملکرد شهرهای خلاق کنونی

ابعاد	ابعاد فرعی	شاخص‌های کلی
خلاقیت	فرهنگ	فرهنگ و امکانات مشارکت فرهنگی و جذابیت
	اقتصاد خلاق	خلاقیت و اشتغال مالکیت معنوی و نوآوری
	اقلیم مطلوب	سرمایه انسانی و آموزش تسامح، اعتماد و پذیرندگی پیوندهای محلی و بین‌المللی حکمرانی
هوشمندی	حکمرانی	به‌کارگیری استراتژی دموکراسی
	زیرساخت‌ها و شبکه‌های فناوری ارتباطات و اطلاعات (ICT)	ارتباطات از راه دور حمل‌ونقل انرژی

ابعاد	ابعاد فرعی	شاخص‌های کلی
		محیط زیست حسگرها
	دسترسی به فناوری اطلاعات و ارتباطات	تعارف‌ها تحرک
	استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات	فناوری فردی عمومی
	اعتبار	فردی و عمومی
پایداری شهری	اقتصادی	رقابتی بودن فعالیت اقتصادی
	اجتماعی	جمعیت آموزش انسجام و همگرایی زیرساخت اجتماعی
	زیست‌محیطی	زیرساخت پایه انتشار و تولید آلودگی جوی اقتصاد دورانی ۱ شهرگرایی ۲

Rodrigues & Franco, 2018

ساختارها و متغیرهای خلاقیت شهری

پیربائلی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی ساختارها و متغیرهای خلاقیت شهری را به شرح زیر ارائه کرده‌اند:

جدول ۱۱-۲. مؤلفه‌ها و شاخص‌های خلاقیت شهری

کالبدی- فضایی	طبیعی- زیستی	اقتصادی- عملکردی	مدیریتی- نهادی	فرهنگی- اجتماعی
تنوع فضاهای عمومی شهر نمادها و والمان‌های متنوع میراث تاریخی و هویتی معماری	تنوع اقلیم تنوع ژئومورفولوژیکی محیط زیست سالم پهنه‌های آبی	اشتغال و رفاه شهروندان وجود سرمایه‌گذاری ثروت و رشد اقتصادی تنوع اقتصادی و خلاق	مدیریت شفاف و باثبات مدیریت یکپارچه مدیریت دموکراتیک و مشارکتی	منابع انسانی سرمایه اجتماعی مشارکت اجتماعی تمدن و تاریخ
مکان‌های گردشگری و تفریحی سرزندگی فضاها دانشگاه‌ها و مؤسسات پژوهشی کتابخانه‌ها و فرهنگستان‌ها موزه‌ها و نمایشگاه‌ها تنوع شبکه‌های ارتباطی شهر	تنوع عناصر طبیعی در فضاهای عمومی و خصوصی شهر	استقلال مالی و درآمدهای پایدار	مدیریت دانش‌محور مدیریت خلاق و جوان	تنوع فرهنگی و ادبی تنوع هنری وجود استقلال و آزادی آموزش و پرورش

۱ Circular economy

۲ Urbanism

شاخص‌های شهر خلاق ایرانی اسلامی

شهر خلاق ایرانی اسلامی بر اساس اصول کلی نظریه شهر خلاق، جایگاه اندیشه و جهان‌بینی ایرانی و اسلامی را برای رشد، توسعه، پیشرفت و تعالی شهر و شهرنشینان در چارچوب تحولات ساختارهای مکانی، فضایی، کالبدی، فیزیکی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی و ... مورد تأکید قرار می‌دهد (ملک‌آبادی، مرصوصی، علی‌اکبری و امینی، ۱۳۹۴).

جدول ۱۲-۲. شاخص‌های شهر خلاق ایرانی اسلامی

اصول شهر خلاق	اصول شهر خلاق ایرانی اسلامی
طبقه خلاق	برخورداری از بنیان‌های علمی، اخلاقی، مذهبی، انقلابی و ...
چشم‌انداز شهری	سرزندگی، زیست‌پذیری، هویت‌گرایی، انسان‌محوری، طبیعت‌گرایی، تقدس و ...
پیوندهای فرهنگی	ارتباطات خلاقانه، تعاملات اجتماعی، احساس تعلق، تعامل فرهنگی، هم‌زیستی، میراث تاریخی و ...
فضاهای شهری	جذابیت و زیبایی، معیارهای معنوی، کالبد بصری، معماری خلاقانه، انسان‌محوری و ...
اقتصاد شهری	کارآفرینی، صنایع فرهنگی، گردشگری شهری، محوریت بازار، کسب‌وکار اسلامی و ...

شاخص‌های شهر خلاق ایرانی

در این شاخص‌ها پژوهشگران پنج شاخص عمده را برای شهرهای خلاق ایرانی ارائه کرده‌اند:

جدول ۱۳-۲. شاخص‌های شهر خلاق ایرانی

شاخص	زیرشاخص
سرزندگی شهری	اصلاح تابلوها و نماهای ساختمان، ایجاد فضای کافی برای عبور عابران، تغییرات در نورپردازی خیابان، فرهنگ شهرنشینی مردم، دسترسی به مراکز فرهنگی و هنری، برگزاری مراسم و جشن‌های خیابانی (مذهبی و ...) و ...
مشارکت	مشارکت در مدیریت شهری، مشارکت در تهیه و اجرای طرح‌ها، بسترسازی برای مشارکت (امنیت روانی)، مشارکت در تدوین چشم‌انداز، استفاده از پیشنهادات مردم در اداره امور
کارایی و اثربخشی	عملکرد سازمان‌های خدمات‌رسانی، جمع‌آوری زباله و پاک‌سازی شهر، ارائه خدمات حمل و نقل مناسب، گسترش فضای سبز و آمادگی فضاهای ورزشی
تنوع شهری	وجود مؤسسات و سازمان‌ها، فضای سبز و آب‌نما، بناهای خاص (مذهبی و فرهنگی)، مراکز اوقات فراغت و تفریحی، فرصت‌های شغلی و مراکز خرید
تکنولوژی ارتباطی	استفاده آسان از اینترنت توسط همه شهروندان، دسترسی مناسب مردم به دفاتر پیشخوان، کیوسک‌های اطلاع‌رسانی در محل سکونت، دسترسی به عابر بانک و دسترسی به کافی‌نت‌ها

منبع: فتوحی، کلانتری و رجایی (۱۳۹۵)

شهر خلاق سینمایی

همان‌طور که بیان شد، شهرهای خلاق در گونه‌های صنایع دستی و هنرهای بومی، رسانه، فیلم، طراحی، خوراک‌شناسی، ادبیات و موسیقی تقسیم‌بندی شده‌اند. شهرهای خلاق سینمایی عضو شبکه شهرهای خلاق یونسکو بر اساس آخرین اعلام‌ها بر روی سایت این سازمان، شامل هجده شهر هستند (یازده شهر از اروپا، چهار شهر از آسیا، دو شهر از اقیانوسیه و یک شهر از آمریکای جنوبی). انگلستان و اسپانیا تنها کشورهایی هستند که دارای دو عضو شبکه شهرهای خلاق سینمایی هستند. ایران نماینده‌ای به عنوان شهر سینمایی خلاق در این شبکه ندارد. شهرهای خلاق سینمایی عضو شبکه شهرهای خلاق یونسکو عبارتند از:

۱. بمبئی (هندوستان)، ۲. صوفیه (بلغارستان)، ۳. پوتسدام^۳ (آلمان)، ۴. رم (ایتالیا)، ۵. بیتولا^۴ (مقدونیه)، ۶. ووچ^۵ (لهستان)، ۷. بریستول (انگلستان)، ۸. برادفورد (انگلستان)، ۹. سیدنی (استرالیا)، ۱۰. چینگ‌دائو^۶ (چین)، ۱۱. سارایوو (بوسنی)، ۱۲. بوسان (کره جنوبی)، ۱۳. تراسسا (اسپانیا)، ۱۴. وایادولید^۷ (اسپانیا)، ۱۵. ولینگتون (نیوزیلند)، ۱۶. گالوی (ایرلند)، ۱۷. سانتوز (برزیل) و ۱۸. یاماگاتا (ژاپن).^۸

شرط‌ها و شاخص‌های مورد قبول یونسکو برای نامیده شدن به شهر خلاق سینمایی عبارتند از:

۱. زیرساخت‌های مهم مرتبط با سینما مانند استودیو، فضاهای نمایشی و ...
۲. ارتباط مستمر و مستحکم با تولید، توزیع و تجاری‌سازی فیلم
۳. تجربه در برگزاری جشنواره‌های سینمایی، اکران و سایر رویدادهای مرتبط با فیلم و سینما
۴. طرح‌های مشارکتی در سطح منطقه‌ای، بومی و بین‌المللی
۵. میراث فیلم و سینما به شکل آرشیو، موزه، مجموعه‌های شخصی و یا مؤسسات فیلم‌سازی
۶. مدارس و مراکز تربیت و آموزش فیلم‌سازی

۱. film cities

۲. <https://en.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map>

۳. Potsdam

۴. Bitola

۵. Łódź

۶. Qingdao

۷. Valladolid

۸. <https://en.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map>

۷. تلاش برای انتشار فیلم‌های تولیدی در سطح ملی یا منطقه‌ای (یونسکو، ۲۰۱۴)

سیاست‌گذاری

در علوم و رشته‌های مختلف، از جمله مدیریت، اصطلاحاتی مانند سیاست‌گذاری یا خط‌مشی‌گذاری، برنامه‌ریزی و استراتژی گاه به جای یکدیگر به کار می‌روند که در واقع به لحاظ کاربرد و معنا متفاوت از یکدیگرند. هارولد لاسول خط‌مشی‌گذاری یا سیاست‌گذاری^۲ را یک برنامه طراحی شده از اهداف، ارزش‌ها و اقدامات می‌داند که دارای ویژگی‌های پایداری، آینده‌نگری، هدفداری، عمومیت‌یافتگی، گستردگی و نمایان‌گری است و دولت در کانون آن قرار می‌گیرد. الگوی تصمیمات یک سازمان را استراتژی مشخص می‌کند. پهنه استراتژی، سازمان و پهنه خط‌مشی‌گذاری، جامعه است، اما برنامه‌ریزی منتج از خط‌مشی‌گذاری و استراتژی است. برنامه‌ریزی^۳ به مجموعه‌ای از اقدامات طراحی شده به منظور گذر از وضع موجود و دستیابی به موقعیت مطلوب اطلاق می‌شود و ذیل خط‌مشی‌گذاری و راهبرد قرار می‌گیرد (حاجیان، ۱۳۹۱: ۹۲-۹۳). در نتیجه باید گفت که خط‌مشی‌گذاری فرهنگی^۴ به معنای خط‌مشی‌گذاری برای فرهنگ است و نه نگاه فرهنگی به خط‌مشی‌گذاری عمومی و این معنا با سیاست فرهنگی^۵ (نگاه ساختارگرایانه به سیاست، که سیاست را در وسیع‌ترین مفهوم ممکن به مثابه ستیز و دگرگونی هویت‌ها و ساختارهای اجتماعی درک می‌کند و حکایت از تغییر پارادایم در جامعه‌شناسی سیاسی دارد) و سیاست فرهنگ^۶ (ناظر به ابعاد سیاسی و نتایج رفتارها و شکل‌های مختلف فرهنگی، از جمله تبلیغات، سینمای عامه‌پسند و نیز قدرت اجتماعی فرهنگ) متفاوت است (آزاد ارمکی و منوری، ۱۳۸۹: ۴۹).

خط‌مشی طیف گسترده‌ای از اصول و بیانیه‌های سطح بالا و وسیع (از طریق فرایندهای سیاسی دولت اتخاذ شده) تا تصمیمات اداری ویژه (در بخش کوچکی از سازمان دولتی اتخاذ می‌شود) را شامل می‌شود. در واقع

https://web.archive.org/web/20141212000121/http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/Creative_cities_brochure_en.pdf
^۲ policymaking
^۳ Planning
^۴ Cultural policymaking
^۵ Cultural politics
^۶ Politics of culture

خط‌مشی را می‌توان شامل این موارد دانست: بیانیه‌های اساسی دولت یا کل بیانیه‌های دولت مانند قانون اساسی، دستورات پیچیده و گسترده که در قالب استراتژی برای حل مسائل اجتماعی یا اقتصادی بیان می‌شوند، بررسی برنامه‌ها یا قوانین و بازنگری (تغییر و اصلاح) دستورات و دستورالعمل‌ها برای موضوعات رویه‌ای یا اداری و استانداردهای عملیاتی یا قوانین تجاری (دانش‌فرد، ۱۳۹۵). از سوی دیگر، مطالعه خط‌مشی عمومی صرفاً از طریق بررسی اسناد رسمی تصمیم‌گیری‌های دولت که در قوانین، لوایح، مقررات و گزارش‌های رسمی قابل دسترس باشد، امکان‌پذیر نیست. خط‌مشی‌های عمومی و رای مباحث رسمی و تصمیم‌های اداری قرار دارند و این مدارک نمی‌توانند نشان‌دهنده علل اصلی انتخاب‌ها یا عدم انتخاب‌های دولت باشند (هاولت، رامش و پرل، ۱۳۹۵: ۱۶). بنابراین خط‌مشی عمومی پدیده‌ای متشکل از تصمیم‌های مختلف است که از سوی افراد و سازمان‌های مختلف حاضر در دولت اتخاذ می‌شود و این تصمیم‌ها متأثر از نظرات و دیدگاه‌های افراد دیگری است که در درون یا بیرون از دولت فعالیت می‌کنند (همان: ۲۰).

سیاست‌گذاری فرهنگی

سیاست هنری سنتی که مبتنی بر ارزش فرهنگی هنرهاست رسالت خود را بر مبنای سه هدف بیان می‌کند: ارتقای تعالی هنری، ترغیب کارهایی که ممکن است بدون کمک دولت، بازاری نداشته باشد و گسترش منافع ناشی از مصرف کالاهای هنری و مشارکت بیشتر مردم تا حد ممکن در جامعه. جهت‌گیری سیاست فرهنگی در دوره اخیر از تمرکز مستقیم با سابقه بلندمدت بر خود هنر، به سمت یک سیاست گسترده‌تر تغییر کرده است. در این فرایند سیاست هنری هم به منزله یک بخش خاص از سیاست فرهنگی متحول شده است. برای این تغییر دو منبع را می‌توان شناسایی کرد:

نخست «اقتصادگرایی» عمومی است که بر کل سیاست فرهنگی اثر گذارده است. این فرایند به طور مشخص درباره هنرها حداقل به دهه ۱۹۸۰ بازمی‌گردد. یعنی زمانی که اندازه بخش هنر به عنوان یک بخش از اقتصاد ملی برای تأکید بر اهمیت هنر به منزله یک موضوع مورد توجه دولت مطرح می‌شد. مطالعاتی که هدف آنها نشان دادن میزان بالای کمک اقتصادی صنایع هنری در ایجاد بازده و اشتغال در اقتصاد و یا اثرات اقتصادی ناشی از رخدادهای هنری محلی مانند جشنواره‌ها بود که در بسیاری از موارد به دلیل نقایص روش‌شناختی انتقاد می‌شد و برای توجیه حمایت‌های دولت به عنوان ابزاری بی‌اعتبار قلمداد می‌شد. دومین دلیل تغییر در

سیاست‌گذاری هنری از روند گسترش مدیریت بخش دولتی ناشی شده است. در کشورهای مختلف مفهوم ارزش عمومی^۱ به صورتی که توسط مارک مور^۲ و همکارانش در دانشگاه هاروارد بیان شده، به معنای ارائه خدمات بخش عمومی به شکل کارآمدتر و مسئولانه‌تر است (تراسبی، ۱۳۹۳: ۱۱۹-۱۱۸).

بی‌تردید بحث در خصوص اهداف سیاست هنری و چگونگی تفسیر آن، در دنیای در حال تغییر همچنان ادامه خواهد داشت. از یک سو آن دسته از عمل‌گرایان سیاسی که می‌خواهند هنرها را به یک حوزه سیاست عمومی گسترده‌تر وارد کنند به هنرستیزی متهم می‌شوند، در حالی که در طرف دیگر، به کسانی که طرفدار بازگشت به ارزش‌های ذاتی یا مطلق فرهنگ هستند، مَهر نخبه‌گرایی و خودکامگی زده می‌شود. در یک دنیای منطقی هیچ یک از این دو طرف نباید معلق باشند؛ بلکه به نظر می‌رسد در این حوزه هم مانند هر حوزه دیگر یک روش معقول و مترقی باید مبتنی بر شناخت جنبه‌های مختلف تجربه هنری باشد. اهداف متعالی هنر انکارنشدنی است، زیرا واقعیت این است که هنرها در زندگی اجتماعی، رشد صبر و شکیبایی، افزایش قدرت درک، تهییج تفکر خلاق، ایجاد درآمد و اشتغال و ... نقش دارد. ما این ویژگی‌های مختلف هنر را به عنوان ویژگی‌های قابل بیان با اصطلاحات ارزشی از طریق ارجاع به دوگانگی در فرایند ارزش‌گذاری نشان دادیم. وظیفه سیاست‌گذاران در این زمینه را می‌توان به منزله یافتن تعادل مطلوب میان تولید ارزش اقتصادی و ارزش فرهنگی حاصل از هنر و سپس اتخاذ تصمیمات مربوط به تأمین بودجه متناسب با آن تعبیر کرد (تراسبی، ۱۳۹۲: ۱۲۲-۱۲۱).

سیاست‌گذاری شهر خلاق

مفهوم شهرهای خلاق در میان برنامه‌ریزان شهری و سیاست‌گذاران و نیز دانشگاهیان علاقه‌مند حوزه شهری اهمیت روزافزونی یافته است. با وجود محل بحث بودن موضوع زیرگروه صنایع و طبقه خلاق، بی‌تردید بر تعداد حکمرانان شهری که تاکید بر خلاق خواندن شهرهایشان دارند، افزوده شده است (Atkinson & Easthope, 2007). ایده‌های شهر خلاق در زمینه دو تغییر اقتصادی عمده قابل درک است. نخست دغدغه شهرهایی برای

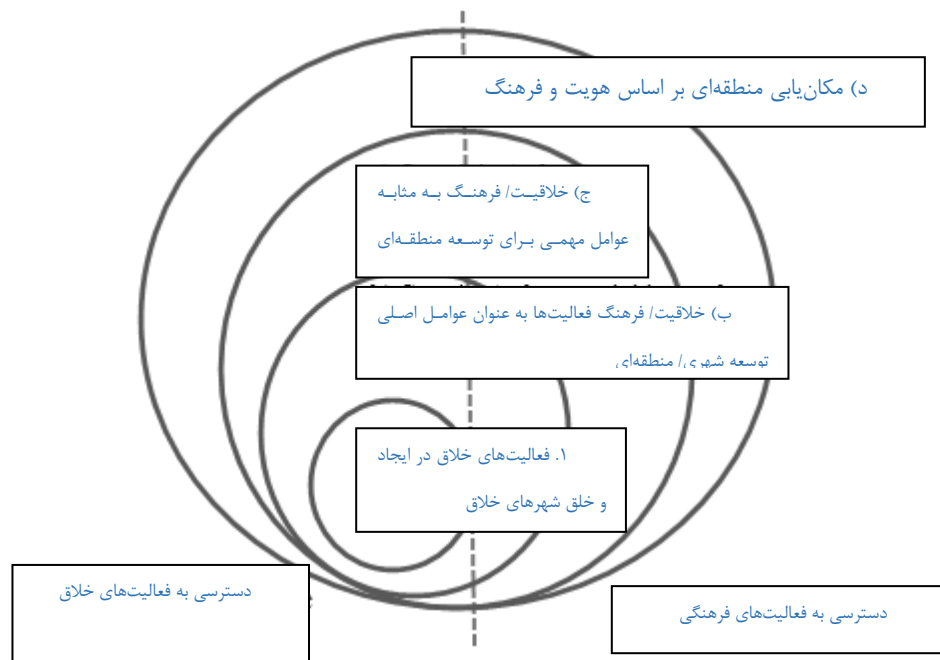
^۱ Public value

^۲ Mark Moore

بهره‌مندی از شرایط در حال تغییر در اقتصاد جهانی و دوم، شناخت اهمیت روزافزون اقتصاد خلاق در مقایسه با سایر بخش‌های اقتصادی.

نگاه راهبردی و استراتژیک مستلزم درک رقابتی از موضوعات توسعه و رشد اقتصادی و وابسته به درک و فهم از اقتصاد شهری و بر مبنای نیاز به ارتباط مزیتی با سایر شهرها، دولت‌ها و کشورهای جهان است. در واقع سیاست‌گذاری شهری در خصوص شهرهای خلاق باید در دو سطح دولت‌ها و شهرها صورت بگیرد (Atkinson & Easthope, 2007). به عقیده فلوریدا، سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران با ایجاد فضا برای تجربه در مناطق متروکه و بدون استفاده در کناره‌ها و حاشیه‌های مناطق مرکزی شهر می‌توانند در توسعه اقتصادی شهرها تسهیلگر باشند. در واقع سیاست‌گذاران می‌توانند با ارائه فرصت سبب بروز خلاقیت شوند (Hospers & van Dalm, 2005).

چهار گروه از اعمال و اجزای خاص نشان‌دهنده پایه‌ای برای سازماندهی طبیعی توسعه شهرهای خلاق ارائه شده است که در نمودار زیر مشخص شده‌اند.



نمودار ۷-۲. فعالیت‌های اصلی برای توسعه و استراتژی‌هایی برای مناطق خلاق (Jurene & Jureniene, 2017)

اولین و محدودترین گروه «فعالیت‌های خلاق به منظور ایجاد و خلق شهرهای خلاق» با استفاده از خلاقیت و فرهنگ و با هدف توسعه و زیست‌پذیری شهری آشکار می‌گردد. این ممکن است استفاده از خلاقیت برای توسعه شهری، تمرکز بر توسعه صنایع خلاق یا جذب طبقه‌ها و استعدادهای خلاق را دربرگیرد.

دومین گروه (گروه اول را نیز در برمی‌گیرد) «فعالیت‌های فرهنگی و خلاق به عنوان شاخصه‌های اصلی توسعه منطقه یا شهر» است که عناصر مختلف فرهنگ و خلاقیت را که در سیاست‌های شهری به منظور توسعه شهر یا منطقه به کار گرفته می‌شود، در بر گرفته است. این عناصر عبارتند از: استفاده از رویدادها، جشنواره‌ها، فضاهای فرهنگی (پایتخت‌های فرهنگ، نمایشگاه‌های بین‌المللی و ...)، اثر سازمان‌های توسعه محلی در توسعه فرهنگ و طراوت‌بخشی به شهر، بازسازی شهری، احیا، تجدید حیات شهری به مثابه ورودی مؤسسات و نهادها در توسعه خلاقیت

گروه سوم «خلاقیت و فرهنگ به عنوان عوامل مهم توسعه فعالیت منطقه‌ای» است که عناصر پیش‌گفته و نیز مکان‌ها یا شهرهای فرهنگ و خلاقیت را شامل می‌شود، استفاده از فضاهای داخلی برای فعالیت‌های فرهنگی، خوشه‌های فرهنگی، سیستم‌های نوآورانه و محیطی برای منابع فرهنگی، مناطق فرهنگی، مدل‌های سازمانی، مؤسسات و منابع فرهنگی نمادین (برای مثال مجموعه‌های موزه و ...)

چهارمین و گسترده‌ترین گروه که تمامی گروه‌های گفته‌شده را در برمی‌گیرد «هویت و موقعیت‌یابی منطقه‌ای فرهنگ محور» است. این به معنای خلق تصویر شهر یا است؛ هویت فرهنگی (و میراث) که در رقابتی و منحصر به فرد بودن موقعیت به کار می‌رود، خلق تصویر و بازاریابی شهری، ایجاد تصویر شهری (Jurene & Jureniene, 2017).

برای برنامه‌ریزی برای داشتن یک شهر خلاق باید بدانیم که شهر مورد نظر باید شبیه به چه چیزی باشد. یک مکان خلاق می‌تواند اتاق، ساختمان، خیابان، همسایگی و شهر خلاق باشد و یا منطقه شهری که آمیزه‌ای از تمامی اینهاست. چگونگی و کیفیت آنها چنین باید باشد: احساس راحتی و آشنا بودن، آمیزه مطلوبی از قدیمی و جدید بودن، تنوع و انتخاب و تعادل میان آرامش و پرنرژی بودن یا خطر و احتیاط (Landry, 2012).

شهر خلاق؛ دستور و برنامه سیاست‌گذارانه برای فرهنگ و هنر

تحت عنوان شهر خلاق طیفی از چارچوب‌های سیاست‌گذاری را می‌توان یافت. برخی از آنها بر برنامه‌ریزی فرهنگی شهری تمرکز دارند و به موزه‌ها، گالری‌ها، تئاترها، میراث فرهنگی، هنرمندان و صنایع فرهنگی و

خلاق می‌پردازند. شهرهایی همچون تورنتو در کانادا چارچوب‌های برنامه‌ریزی گسترده‌ای در خصوص شهر خلاق به عنوان یک نقطه آغاز در نظر دارند. برخی نیز بر سهم بخش‌های فرهنگی در اقتصاد خلاق شهری تمرکز دارند. تأکید این سیاست چنین است که این بخش باید سهم مهم‌تری در توسعه شهری داشته باشد. اما در این ارتباط سه نکته قابل توجه است: این بخش از منابع عمومی محدودی برخوردار است، دولت محلی به عنوان سیاست‌گذار شهر خلاق در نظر گرفته می‌شود و همکاری میان بخش‌های شهری، بخش‌های خصوصی و دولت در خصوص موضوع شهر خلاق بسیار محدود است (Nientied & Toto, 2010).

شهر خلاق؛ هدف توسعه فضای شهری

به طور خلاصه، شهر خلاق به مثابه هدف توسعه، به توسعه فضای شهری (برای مثال توسعه شرکت‌ها و دفاتر خلاق و ...) مرتبط است. رویکرد توسعه فیزیکی بر توسعه فضای شهری تمرکز دارد و در اساس درباره توسعه فضاهای جدید یا تبدیل فضای موجود به فضاهای مناسب برای صنایع خلاق است. توسعه فضای شهری معمولاً حاصل سیاست‌گذاری گسترده در حوزه توسعه شهری است، اما مداخلات فیزیکی در آن نقش مهمی دارد. این رویکرد در کشورهای اروپای شرقی بیشتر مورد توجه بوده است (مانند بایلو، پورتو و روتردام که سرمایه‌گذاری بسیاری برای صنایع خلاق آنها صورت گرفت و می‌تواند الگوی موفق برای سایر کشورها قلمداد شوند) (Nientied & Toto, 2010).

شهر خلاق؛ شکل نویسی از استراتژی‌سازی شهری

در این مفهوم ظرفیت متصور برای یک شهر باید به عنوان دارایی ارزشمند و ابزار مهم برنامه‌ریزی در نظر گرفته شود. این ایده برای توسعه محیطی است که در آن مردم (برنامه‌ریزان، سیاست‌گذاران، شهروندان، سازندگان و ...) فهم بیشتری نسبت به اندیشه، برنامه و عمل خلاق دارند. بنابراین شهرها برای ساکنان و شرکت‌ها جذابیت بیشتری دارد. اما سؤال اینجاست که از تصور، استعداد و دانش مردم چگونه می‌توان بهره‌برداری کرد. روشن است که راه‌حل خلاقیت نیست، بلکه ابزار و شیوه تفکر است. لانداری در این خصوص اظهار داشته است که خلاقیت به خودی خود راه‌حلی برای مشکلات شهری نیست، بلکه حداقل می‌تواند ایده‌ای برای تصمیم‌گیران باشد. علاوه بر این برای تحقق اندیشه و برنامه‌ریزی خلاق پیش‌شرط‌هایی لازم است

که عبارتند از: ویژگی‌های شخصی، رهبری، تنوع و استعداد، فرهنگ و هویت، فضاها‌های شهری و پویایی شبکه‌ای (Nientied & Toto, 2010).

در ایجاد شهرهای خلاق تصمیم‌گیران و سیاست‌گذاران باید نکات کلیدی زیری را به خاطر داشته باشند:

- شبکه‌های تولید: پیوندهای شبکه‌ای برای کارآفرینی و تولید با جریان آزاد اطلاعات تمایز می‌یابند و برای فرایندهای نوآوری شهرهای خلاق اهمیت دارند.

- بازارهای کار محلی: با ایجاد خوشه‌هایی از شرکت‌های مرتبط در یک حوزه خاص جغرافیایی، بازارهای کار محلی در پیرامون آنها شکل می‌گیرد. این موضوع اقتصاد جدید است که در آن بسیاری از رشته‌ها به شیوه‌های وابسته به نیروی انسانی تولید مرتبط می‌گردند. علاوه بر این ماهیت تجارت نیازمند انواع دانش و مهارت‌ها برای کارکنان است. این نشان‌دهنده تنوع چشمگیر در میان کارکنان اجتماعی است.

- زمینه خلاقیت: شهرهای خلاق در دنیای مدرن پیرامون سیستم‌های تولید تحت تأثیر شبکه‌سازی و بازارهای کار منعطف ایجاد می‌شوند. این ساختارها نیازمند چارچوب متناسب برای ارتباطات و تبادل و به دلیل تجربه مکرر شرکت‌ها در سنجش روند فرایندهای صنعتی و بهبود تولید است. سیالیت نظام‌های اقتصادی شهرها به معنای این است که کسب‌وکارها و کارکنان آنها با یکدیگر در ارتباط هستند و به این شیوه به سنجش نوآوری کمک می‌کنند (Vlachopoulou & Deffner, 2011).

به طور کلی استراتژی شهرهای خلاق متفاوت است؛ مهم‌ترین عنصر شهر شروندان و استراتژی‌هایی از جمله استفاده از سرزمین و فضای شهری است که نقش مهمی دارند. استراتژی شهر خلاق شامل فازهای زیر است که هر یک ابزارهای تحلیلی را نیز شامل می‌شوند: ۱. برنامه‌ریزی، ۲. ارزیابی پویایی شاخص‌ها، ۳. سنجش، ۴. گزارش و ۵. انتشار نتایج (Vlachopoulou & Deffner, 2011).

برنامه‌ریزی و به‌کارگیری ایده شهر خلاق شامل چهار مرحله است: ۱. برنامه‌ریزی استراتژیک جامع در پنج گام، ۲. به‌کارگیری بسته‌ای از ابزارهای تحلیلی، ۳. مجموعه‌ای از شاخص‌ها برای سنجش چگونگی خلاقیت یک شهر یا یک برنامه و ۴. طیفی از تکنیک‌هایی که در تفکر و برنامه‌ریزی خلاق به کار می‌آید (Vlachopoulou & Deffner, 2011). طی فرایند برنامه‌ریزی، ابزارهای تحلیلی، شاخص‌ها و تکنیک‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند. این رویکرد شهر خلاق شامل مجموعه‌ای از عملکردهای استراتژیک است که در یک هدف و دلیل معین روی می‌دهد. برنامه‌ریزی هنگامی مؤثر است و به حداکثر مزایا می‌رسد که شرط‌های

زیر محقق گردد: ۱. عدم برنامه‌ریزی بر اساس تصمیم فردی، ۲. آگاهی کامل از اینکه تفکر خلاق فرایند جدی برنامه‌ریزی است و ۳. در نظر گرفتن سایر موضوعات در ظاهر نامرتبط (Vlachopoulou & Deffner, 2011). بنا به عقیده داکسبری^۱ (۲۰۰۴)، به طور خلاصه در فرایندهای برنامه‌ریزی برای خلاقیت و نوآوری در شهرها باید از اصول زیر پیروی کرد:

- هر شهر یا جامعه باید در تاریخ، توسعه، سرمایه انسانی، دارایی‌ها، چالش‌ها، آرمان‌ها و فرصت‌ها منحصر به فرد باشد.

- اجرایی کردن ایده‌ها و راهبردها در یک شهر هنر است که بر اساس دانش و استعداد های مناطق، حساسیت به پیچیدگی اکوسیستم فرهنگی جامعه و زمینه‌های گسترده‌تر فعالیت‌ها صورت می‌گیرد.

- ریشه توسعه شهر باید در اصالت و هنر عمومی جامعه باشد.

- نوآوری‌های پایدار در شهر باید با مشارکت جامعه و مالکیت مشترک فرایندها و نتایج همراه باشد. پروژه‌های کوچک پایدار در طول زمان، بسیار مختلفند. همچنین تغییر تدریجی هوشمندانه ممکن است به نوآوری زیادی منجر شود (نظم‌فر، آفتاب، غفاری و موسوی، ۱۳۹۷).

منابع احتمالی ارزیابی شده برای برنامه‌ریزی می‌تواند بیش از انتظار معمول باشد و ممکن است شامل منابع فیزیکی و ناملموسی همچون مزایای مرتبط با فضای پیرامونی و موقعیت، در دسترس بودن مراکز تحقیقاتی، کارآفرینی و نیز حس اعتماد به نفس مردم، تصورات یا برداشت‌های ساکنان و بازدیدکنندگان از شهر، پویایی منشأگرفته از گذشته و تاریخ شهر، سنت‌ها، ارزش‌ها یا تصور اجتماعات محلی باشد (Vlachopoulou & Deffner, 2011).

۲. پیشینه پژوهش

در این بخش همان‌طور که در مقدمه آغازین فصل ذکر شد، پیشینه پژوهش‌های انجام‌گرفته در دو بخش داخلی و خارجی به ترتیب زمانی ارائه می‌گردد.

۲-۱. پژوهش‌های داخلی

- پورزکریا و فدایی‌نژاد (۱۳۹۸) در مقاله‌ای با عنوان «بازخوانی رویکرد بازآفرینی فرهنگ-مبنا در ساخت شهر خلاق (تدوین چارچوب تحلیلی بازآفرینی قطب خلاق و فرهنگی)» به این سؤال اصلی پاسخ دادند که اصول و معیارهای بازآفرینی فرهنگی در شهر خلاق از طریق ایجاد قطب خلاق و فرهنگی کدامند. نتایج نشان می‌دهد باوجود مخالفت‌ها و پیامدهای غیرمنتظره، راهکارهایی نظیر رونق اقتصاد فرهنگی، افزایش تسهیلات و ارتقای گردشگری خلاق به سرزندگی اجتماعی فضاهای عمومی و مشارکت شهروندان طبقه خلاق در توانمندسازی خودشان منجر خواهد شد.

- آزاد، ناظمی و علیرضانژاد (۱۳۹۸) در مقاله‌ای با عنوان «تحلیل آینده‌پژوهانه سیاست‌گذاری شهر خلاق؛ مطالعه‌ای در شهر تهران» با استفاده از روش سناریونگاری بر اساس عدم قطعیت‌های کلیدی، این ایده آزمون شده است که «سناریوهای آینده تهران برای توسعه خلاق چیست؟». این مقاله نشان می‌دهد برای شکل‌گیری شهر خلاق بهترین سناریو، سناریوسازی اول یعنی «تهران خلاق» است و بدترین سناریو، سناریوی «تهران آشفته». در سناریوی تهران آشفته نه تنها مشارکت شهروندان و سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی اهمیت خود را از دست می‌دهند، با توسعه صنایع موجود، آلودگی‌های محیط‌زیستی و آسیب‌های اجتماعی در تهران تشدید می‌شود.

- پورمحمد، رحمانزاده و کاوسی (۱۳۹۸) در مقاله‌ای با عنوان «نقش رسانه ملی در توسعه شهر خلاق» به بررسی مدل‌ها و رویکردهای مختلف در شهر قیام‌دشت پرداخته‌اند. با توجه به نتایج، می‌توان گفت که رسانه ملی در توسعه شهر خلاق در شهر قیام‌دشت مؤثر است. متغیرهای مورد بررسی به ترتیب بیشترین میانگین، شامل شاخص‌های فرهنگی هنری، برگزاری میزگرد مطبوعاتی تلویزیونی، برگزاری کنفرانس خبری تلویزیونی، شاخص‌های اجتماعی، تهیه خبر و گزارش تلویزیونی، زیرنویس تلویزیونی و شاخص‌های اقتصادی هستند.

- پیربابایی، ربیعی فر و اسدی (۱۳۹۷) در مقاله‌ای با عنوان «پایش ساختار شهرها از منظر راهبرد شهر خلاق (مطالعه موردی: ۸ کلانشهر کشور)» با روش توصیفی-تحلیلی و تطبیفی به سنجش وضعیت موجود خلاقیت شهری در هشت کلانشهر پرداخته است. یافته‌ها نشان می‌دهد در ساختارهای پنج‌گانه خلاقیت شهری سه کلانشهر تهران، اصفهان و تبریز در رتبه‌های اول تا سوم قرار دارند. نتایج نشان می‌دهد از یک سو در ساختارهای اجتماعی-فرهنگی و اقتصادی-عملکردی خلاقیت شهری حتی بین کلانشهرهای کشور توزیع نامتوازن و ناعادلانه در منابع انسانی، اجتماعی و اقتصادی حاکم است و از سوی دیگر با وجود ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های موجود در شاخص‌های خلاقیت شهری این توانایی‌ها ناشناخته مانده است و به شایستگی به اجرا و عمل نرسیده است.

- محمودی آذر و داوودپور (۱۳۹۷) در مقاله‌ای با عنوان «برندسازی شهری برای تحقق شهر خلاق، ارائه نظریه‌ای داده‌بنیاد (مورد مطالعه شهر ارومیه)» به نتیجه زیر دست یافتند: از جمله شرایط علی مهم برندسازی شهری، ملحق شدن به شبکه شهرهای خلاق است. با ملحق شدن به این شبکه زمینه بروز خلاقیت در میان تمام اقشار جامعه فراهم می‌شود و به نوعی جو یا فضای خلاقیت بر جامعه حاکم می‌شود. چنین جامعه‌ای برای سرمایه انسانی خلاق، جذاب می‌شود و در نتیجه سرمایه اجتماعی را در چنین جامعه‌ای بالا می‌برد. از آنجا که برندسازی فی‌نفسه هدف نیست و اهدافی نظیر پایداری اقتصادی، افزایش اعتبار و آوازه شهر، بهبود تصویر شهر و ... را در برمی‌گیرد می‌توانیم کسب جایگاه شهر خلاق و دستیابی به پایداری اقتصادی را معلول و حد نهایی برندسازی شهری در نظر بگیریم.

- مافی، قدمی، مظاهری و فراهانی (۱۳۹۷) در مقاله‌ای با عنوان «الگوی مطلوب شهر خلاق در کلانشهر تهران به این نتیجه دست یافتند که از لحاظ شاخص‌های شهر خلاق میزان برخورداری مناطق تهران همگون نیست. از یک طرف افزایش و بهبود معیارهای شهر خلاق تأثیرات خود را در حرکت محلات شهر به سوی تحقق شهر خلاق می‌گذارد و از سوی دیگر میزان این تأثیرگذاری بسیار متفاوت است. تعدد مراکز علم و فناوری، نوآوری و اختراعات بیشترین نقش را در تحقق محله خلاق تهران دارد.

- زنگنه شهرکی و فتوحی مهربانی (۱۳۹۷) در مقاله‌ای با عنوان «تبیین الگوی مطلوب شهر خلاق برای کلانشهر تهران» ۶۳ شاخص در ۵ مؤلفه سرمایه انسانی و طبقه خلاق، امکانات محیطی، تنوع و تسامح، فناوری، تحقیق و توسعه و جهانی‌شدن جهت حرکت تهران به سمت شهر خلاق استخراج کرده‌اند. علاوه بر این

سه راهبرد «طبقه خلاق»، «صنایع خلاق و دانش‌بنیان» و «گردشگری خلاق» جهت تحقق شهر خلاق در تهران شناسایی شده است. دستیابی به سه راهبرد یادشده در این پژوهش از طریق پنج مؤلفه سرمایه انسانی و طبقه خلاق، امکانات محیطی، تنوع و تسامح، فناوری، تحقیق و توسعه و جهانی‌شدن و زیرشاخص‌های مربوط به آنهاست که تأثیری مستقیم در تحقق راهبردها دارند و هریک از آنها بر یکدیگر تأثیر و تأثر دارند.

- ابراهیم‌زاده و نیری (۱۳۹۷) در مقاله‌ای با عنوان سنجش و ارزیابی وضعیت شاخص‌های شهر خلاق (مطالعه موردی: مناطق پنج‌گانه شهر زاهدان) به این نتیجه دست یافتند که در میان مناطق شهر زاهدان به لحاظ شاخص‌های شهر خلاق تفاوت معنی‌داری وجود دارد. بر اساس میانگین کلی شاخص‌های شهر خلاق، شهر زاهدان پایین‌تر از میانگین و دارای وضعیت نامطلوبی است.

- حیدری‌پور، مظفر و فیضی (۱۳۹۷) در مقاله‌ای با عنوان «تدوین مؤلفه‌های شهر خلاق صنایع دستی در محور فرهنگی تاریخی اصفهان به روش تحلیل محتوا» به نتایج زیر دست یافته‌اند. پنج مؤلفه اصلی با ۲۳ زیرگروه (شامل آثار هنری و صنایع دستی، جاذبه‌های گردشگری، بهسازی و موقعیت شهری اصفهان) از مهم‌ترین مؤلفه‌های مؤثر بر ایجاد و توسعه شهر خلاق صنایع دستی اصفهان به شمار می‌رود. برخی از مؤلفه‌ها و زیرمؤلفه‌ها در حال حاضر به طور بالفعل در محور مذکور مصداق عینی و خارجی دارند و برخی دیگر صرفاً به صورت بالقوه هستند و قابلیت بالفعل شدن را در شرایط مقتضی دارند.

- نظم‌فر، آفتاب، غفاری گیلانده و موسوی (۱۳۹۷) در مقاله‌ای با عنوان «تحلیل عوامل کلیدی مؤثر بر برنامه‌ریزی شهر خلاق (مطالعه موردی: ارومیه)» با روش‌های آینده‌پژوهی، تحلیلی و اکتشافی به این موضوع پرداخته‌اند. مؤلفه‌ها و معیارها عبارتند از: مقیاس، صنایع خلاق، طبقه خلاق، زیرساخت‌های خلاقیت، کارایی و اثربخشی، سرزندگی، فناوری ارتباطی، تنوع اجتماعی، سرمایه اجتماعی و کیفیت زندگی که برای این منظور ۱۶ زیرمعیار و ۱۰۶ متغیر با بررسی دقیق منابع خارجی و داخلی انتخاب شدند. در نهایت ۱۵ عامل به عنوان عوامل کلیدی انتخاب شدند که بیشترین تأثیرگذاری مستقیم و غیرمستقیم را داشتند. از این میان شش عامل به طبقه خلاق و سه عامل به زیرساخت‌های خلاقیت مربوطند که بیشترین تأثیر را بر قرار گرفتن ارومیه در مسیر تحقق شهر خلاق دارند.

- شمسی، کرکه‌آبادی و کامیابی (۱۳۹۷) در مقاله‌ای با عنوان «مروری بر مفهوم شهر خلاق با تأکید بر سنجش وضعیت خلاقیت شهری (نمونه موردی: مناطق سه‌گانه قزوین)» با روش توصیفی تحلیلی وضعیت

خلاقیت شهر قزوین را مورد سنجش قرار داده‌اند. بنا بر نتایج، شهر قزوین پتانسیل لازم جهت حرکت به سوی شهر خلاق را داراست هرچند که این روند از سال ۱۳۹۲ دچار رکود شده است.

- نوری کاردرد، رحیمی و فتحی (۱۳۹۶) در مقاله‌ای با عنوان نقش فرهنگ و هنر در شهر خلاق (مورد مطالعه شهرهای ونکوور و تورنتو) به بررسی دو شهر مورد نظر و کلیه برنامه‌ها، طرح‌ها، سیاست‌ها، چالش‌ها، راهبردها و فعالیت‌های صورت گرفته توسط مدیران محلی و شهری و همچنین شهروندان جهت تبدیل این شهرها به شهری خلاق و پویا و پایتخت فرهنگ و هنر در سطح بین‌المللی پرداخته‌اند.

- حسینی، قلی‌پور و مظفری (۱۳۹۶) در مقاله‌ای با عنوان «تحلیل شاخص‌های شهر خلاق و ارتباط آن با توسعه پایدار شهری (نمونه موردی: شهر رشت)» پس از ارزیابی شاخص‌های شهر خلاق (انعطاف‌پذیری، ابتکار، خطرپذیری و رهبری) در کلانشهر رشت، ارتباط این شاخص‌ها با ابعاد توسعه پایدار شهری را مورد سنجش قرار داده‌اند. نتایج نشان می‌دهد: وضعیت شهر رشت بر اساس شاخص‌های شهر خلاق کمتر از میانگین مورد انتظار است. همچنین بین شاخص‌های شهر خلاق و ابعاد توسعه پایدار رابطه آماری مثبت و معناداری وجود دارد.

- پوراحمد، حمیدی، فرهادی و حسین‌پور (۱۳۹۵) در مقاله‌ای به ارزیابی چالش‌ها و فرصت‌های ایجاد شهر خلاق در مناطق آزاد تجاری (مطالعه موردی: منطقه آزاد تجاری ارس) پرداخته‌اند. در این مقاله با استفاده از روش توصیفی تحلیلی و تکنیک سوات به بررسی و تحلیل جنبه‌های گوناگون منطقه اقدام شده و در نهایت به این نتیجه دست یافتند که این منطقه با وجود داشتن قابلیت‌ها و زیرساخت‌های اساسی و همچنین برخورداری از استراتژی تهاجمی، هنوز با شرایط مهم و ضروری یک شهر خلاق فاصله زیادی دارد.

- کریم‌زاده، شهریاری و اردشیری (۱۳۹۶) در مقاله‌ای با عنوان «تبیین سیاست‌های فرهنگی تأثیرگذار بر بازآفرینی شهری فرهنگ‌محور (با تأکید بر تجارب بازآفرینی شهری استانبول ترکیه)» به روش کیفی مؤلفه‌هایی چون کاربری‌های فرهنگی، فعالیت‌های فرهنگی در فضای عمومی شهری، ترکیب فعالیت‌های فرهنگی با طراحی شهری خلاقانه، حفاظت میراث فرهنگی و گردشگری فرهنگی را به عنوان معیارهایی کلیدی معرفی نموده و در سه پروژه بازآفرینی شهری در شهر استانبول ترکیه مورد مقایسه قرار داده‌اند. نتایج نشان داد که بازآفرینی شهری با بهره‌گیری از صنایع خلاق فرهنگی منجر به احیای اقتصادی مناطق مورد نظر شده و همگرایی اقتصاد و فرهنگ تأثیرات بسزایی بر بازآفرینی بناهای تاریخی داشته است.

- کلانتری، رجایی و فتوحی مهربانی (۱۳۹۵) در مقاله‌ای با عنوان «تحلیلی بر برخورداری کلان‌شهرهای ایران از شاخص‌های شهر خلاق» به استخراج شاخص‌های شهر خلاق، تعیین مهم‌ترین شاخص‌ها و سنجش برخورداری کلانشهرهای ایران از شاخص‌های شهر خلاق پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش که با روش توصیفی تحلیلی انجام شده است، نشان می‌دهد کلانشهر تهران در رتبه اول و کلان‌شهرهای کرج، قم، اصفهان، مشهد، شیراز، تبریز و اهواز به ترتیب در رتبه‌های بعدی از لحاظ برخورداری از شاخص‌های شهر خلاق قرار دارند. یافته‌ها همچنین نشان داد که از بین ابعاد چهارگانه شاخص شهر خلاق ایرانی، عامل طبقه خلاق و امکانات محلی مهم‌ترین عامل و شاخص‌های مهاجران خارجی واردشده و متولدان خارج از ساکنان شهر و سپس شاخص‌های تحقیق و توسعه به عنوان مهم‌ترین شاخص‌ها، اهمیت فراوانی در تحقق مفهوم شهر خلاق در کلان‌شهرهای ایران دارند. به طور کلی یافته‌ها بیانگر همخوانی نسبی بین نظریه فلوریدا و یافته‌های پژوهش است.

- زنگنه شهرکی، فتوحی مهربانی، پوراکرمی و سلیمان‌زاده (۱۳۹۵) در مقاله‌ای با عنوان «تحلیل قابلیت‌ها و جایگاه شهر تهران از نظر تحقق مفهوم شهر خلاق در مقایسه با سایر شهرهای دنیا» از ۳۹ شاخص از شاخص‌های شهر خلاق در قالب ۵ معیار کلی (فرهنگی‌هنری و جاذبه‌های خلاق، سرمایه انسانی و تحقیق، جهانی‌شدن، فناوری، تنوع و تاب‌آوری) استفاده کرده‌اند. نتایج این پژوهش نشان داده است که شهر تهران علی‌رغم پتانسیل فراوان در مقایسه با شهرهای مورد مطالعه در رتبه آخر قرار دارد. بنا بر یافته‌ها، تهران تنها در شاخص تعداد افراد در سن ۱۴-۲۵ سال جایگاه بهتری از سایر شهرها دارد، اما در اکثر شاخص‌ها، به‌ویژه در امکانات گردشگری برای گردشگران بین‌المللی، درصد افراد شاغل در فعالیت‌های تحقیق و توسعه، درصد کاربران اینترنت و اینترنت با سرعت بالا، درصد افراد خارجی ساکن در شهر، آزادی و سانسور مطبوعات، ضریب جینی، مشارکت در انتخابات گذشته وضعیت مناسبی ندارد. مهم‌ترین رویکردی که تهران برای تحقق شهر خلاق می‌تواند به کار گیرد، اول بهبود محیط شهری خلاق در راستای پرورش شهروندان خلاق، دوم، حفظ و جذب طبقه خلاق و شهروندان خلاق است.

- فتوحی مهربانی، کلانتری و رجایی (۱۳۹۵) در مقاله‌ای با عنوان «شهر خلاق و شاخص‌های شهر خلاق ایرانی» با روش توصیفی تحلیلی و تحلیل محتوا به ارائه شاخص‌های بومی اقدام کرده‌اند. حاصل نتایج، ۴۹

شاخص برای شاخص شهر خلاق ایرانی بوده است که از این تعداد، ۳۲ شاخص برگرفته از پژوهش‌های پیشین و ۱۷ شاخص افزوده اعضای پانل دلفی بوده است.

- مختاری، مرصوصی، علی‌اکبری و امینی (۱۳۹۴) در مقاله‌ای با عنوان «شاخص‌های بومی شهر خلاق با رویکرد ایرانی اسلامی» به ارزیابی و تحلیل محتوای شاخص‌های مکانی اثرگذار در ایجاد خلاقیت شهری در حوزه‌های مختلف برنامه‌ریزی شهری اقدام کرده است. در نهایت در این پژوهش ۸۳ زیرشاخص در قالب ۱۱ شاخص مورد تأیید قرار گرفته است و اهمیت و نقش شاخص‌های مکانی و فضایی در رشد خلاقیت شهر ایرانی اسلامی محرز شده است.

- مختاری ملک‌آبادی، مرصوصی، علی‌اکبری و امینی (۱۳۹۴) در مقاله‌ای با عنوان «تبیین معیارهای بومی‌سازی شاخص‌های مکانی فضای شهر خلاق با رویکرد ایرانی-اسلامی» با روش توصیفی و تحلیلی به بررسی نقش‌تعدادی از شاخص‌های مکانی فضایی در خلاقیت شهر ایرانی اسلامی می‌پردازند. با تحلیل صورت‌گرفته مشخص شد جهان‌بینی اسلامی و فرهنگ ایرانی با سود بردن از منابع غنی اسلامی مثل قرآن کریم و احادیث و بهره‌مندی از بسترها و استعدادهای غنی فرهنگ شهر و شهرنشینی ایرانی جوابگوی ظهور خلاقیت در فضای شهر ایرانی و معرفی شهر خلاق ایرانی اسلامی در دنیا را دارد.

- ضرابی، موسوی و باقری کشکولی (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی میزان تحقق‌پذیری شهر خلاق (مقایسه تطبیقی بین شاخص‌های توسعه پایدار شهری و معیارهای ایجاد شهر خلاق، نمونه مورد مطالعه: شهرهای استان یزد)» با روش توصیفی تحلیلی ۳۵ شاخص توسعه پایدار و ۲۲ شاخص شهر خلاق را مورد بررسی قرار داده است. بنا بر نتایج، در شاخص‌های تلفیقی، شهرهای میبد و یزد به عنوان شهرهای پایدار محسوب می‌شوند و متغیرهای نوآوری و آموزشی دارای بیشترین تأثیر در توسعه پایدار و شهرهای خلاق شهرهای استان یزد داشته‌اند. در نهایت شهر یزد با توجه به میزان بالای سرمایه‌های انسانی موجود، تعداد بالای متخصص، میزان بالای مراکز رشد و فناوری، قابلیت بالقوه‌ای در استفاده از انرژی‌های نو (خورشیدی و بادی) و حرکت به سوی تحقق شهر خلاق را دارد.

- شبانی و ایزدی (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با عنوان «رویکردی نوین به بازآفرینی شهر خلاق» با روش توصیفی تحلیل نظریه شهر خلاق و راهبردهای برآمده از آن را مورد بررسی قرار داده‌اند. یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که توجه به دو عامل اصلی فرهنگ و اقتصاد (رقابت) در بستر ویژگی‌های مکانی، ارتباط عمیقی بین

نظریه شهر خلاق و بازآفرینی شهری پدید آورده است. در این مقاله سازوکار چنین ارتباطی در قالب یک مدل مفهومی ارائه شده است که می‌تواند راهبردهایی برای عملیاتی نمودن نظریه شهر خلاق به عنوان رویکرد مداخله در بافت‌های هدف برنامه‌های بهسازی و نوسازی شهری ارائه دهد.

۲-۲. پژوهش‌های خارجی

- بونلی، جوتل و لئوتا (۲۰۱۹) در مقاله‌ای با عنوان فروش شهر خلاق، سینمای گردشگری ولینگتون در دوره نئولیبرال، با تمرکز و تاکید بر سه فعال این حوزه به تحلیل پرداخته است. بر این اساس ادعای این است که تولید محصولات سینمایی ولینگتون یک فرایند چند سطحی و پیچیده است که با همکاری میان ذی‌نفعان سیاسی، کسب‌وکارهای خلاق و محلی ایجاد می‌شود. علاوه بر این بر چگونگی ارائه ولینگتون به عنوان یک شهر سینمایی و خلاق تاکید دارد که محلی برای طبقه خلاق جهانی است که با پارادایم نئولیبرال و حضور ریشه‌دار ساکنان آن عرضه می‌شود.

- دودلک مانکوسکا و گروکوسکی^۱ (۲۰۱۹) در مقاله‌ای با عنوان «از صنایع خلاق تا برند مکان خلاق: برخی واکنش‌ها در برندسازی شهر در لهستان» به برندسازی در شهرهای خلاق و صنایع خلاق پرداخته است. نتایج این پژوهش ثابت می‌کنند که شهرهای با پایه متنوع توسعه اقتصادی و پتانسیل بالای خلاق بخش خلاق را به یکی از سرمایه‌های خود بدل ساخته است. در نهایت نویسندگان اذعان دارند که انتظارات بالا از تصور «شهر خلاق» علی‌رغم فقدان واقع‌گرایی در سیاست‌گذاری و طراحی استراتژی‌های برندسازی وجود دارد.

- آلاکوه^۲ (۲۰۱۸) در مقاله‌ای با عنوان «تبیین صنعت خلاق و فرهنگی: شرحی بر زیست‌بوم فرهنگی و خلاق نیجریه» به طور خاص به صنعت فیلم نیجریه (نالیوود) پرداخته است که نقش مهمی در اقتصاد این کشور دارد. در نهایت این مقاله به این نتیجه‌گیری می‌رسد که هر تعریفی از صنایع خلاق و فرهنگی باید بر مبنای چهار عنصر اصلی باشد: تولیدکنندگان، قانون‌گذاران، شهرها و خوشه‌های خلاق و صنایعی که خدمات حمایتی انجام می‌دهند.

۱ Diego Bonelli, Thierry Jutel & Alfio Leotta

۲ Sylwia Dudek-Mańkowska & Mirosław Grochowski

۳ Kizito Ogedi Alakwe

- استراسیولیس^۱ (۲۰۱۷) در مقاله‌ای با عنوان «ایده جامعه خلاق و توسعه صنایع خلاق» توجه ویژه‌ای به توسعه مفهومی و واقعی در مناطق اروپای مرکزی و شرقی دارد. این مقاله با ارزیابی موقعیت این مناطق در زمینه پیشرفت‌های جهانی، رویکردهای نوینی را پیشنهاد می‌دهد.

- دورماز و پلات^۲ (۲۰۱۶) در مقاله‌ای با عنوان «فرایند توسعه شهری و شبکه خلاق: صنعت فیلم در سوهو و بی‌اوغلو» چگونگی فرایندهای توسعه ارگانیک و بر اساس سیاست‌گذاری را تبیین می‌کنند که الگوهای موقعیت شبکه‌های خلاق را شکل می‌دهند. همچنین نقش طراحی شهری در ایجاد، رشد و پایداری شبکه خلاق مورد بررسی قرار گرفته است. یافته‌ها نشان می‌دهند که کیفیت کلی مکان که باعث جذب و حفظ شبکه‌های خلاق می‌شود به فرایندهای ایجاد مکان (ارگانیک و ناشی از سیاست‌گذاری) مرتبط است. این مطالعه به شدت تایید دارد که پایداری شبکه خلاق ناشی از یکپارچگی و انسجام سیاست‌گذاری عمومی با تغییرات ارگانیک و اقدامات سیاست‌گذارانه است که اگر بر خلاف منافع کسب‌وکار باشد تاثیر منفی بر بازار و شبکه‌ها خواهد داشت.

- رابرتا کامونین^۳ (۲۰۱۱) در مقاله‌ای با عنوان «بازاندیشی در شهر خلاق: نقش پیچیدگی، شبکه‌ها و تعاملات در اقتصاد خلاق شهری» به اهمیت شهر خلاق و زیرساخت‌های فرهنگی در شهرهای کنونی پرداخته است. به عقیده نویسنده نظریه پیچیدگی و اصول آن می‌تواند درک جدیدی از ارتباط میان فضای شهری و نظام‌های تولید و مصرف فرهنگی ارائه دهد. تأکید این مقاله بر اهمیت تعاملات و شبکه‌های خرد میان فعالان خلاق، بخش فرهنگی مورد حمایت بخش عمومی و زیرساخت‌های فرهنگی شهر است.

- رازا لویکایت^۴ (۲۰۱۱) در مقاله‌ای با عنوان «چهار رویکرد به اقتصاد خلاق: مرور کلی» به مفهوم اقتصاد خلاق به عنوان پدیده نوین اقتصادی در فضای جهانی شده می‌پردازد. وی به شرح مفصل مفاهیم خلاق، از جمله مفهوم شهر خلاق پرداخته است و در نهایت اظهار داشته است که تحولات دیجیتالی و فضاها اقتصادی در انقلاب‌ها و تحولات رخ داده سبب تغییر در فناوری و ارتباطات و شرایط جدیدی برای توسعه اقتصاد خلاق به عنوان یک پدیده اقتصادی نوین شده است.

Stasiulis, N.

۲ Durmaz & Platt

۳ Roberta Comunian

۴ Rasa Levickaitė

- دورماز^۱ و همکاران (۲۰۰۸) در مقاله‌ای با عنوان شهرهای خلاق و صنعت سینما: گذار آنتالیا به سوی یک مرکز سینمایی در اوراسیا، استراتژی‌های خلاقیت و نقش صنعت سینما در صورت‌بندی شهر خلاق مورد بررسی قرار گرفته است. آنتالیا در ترکیه به عنوان یک شهر خلاق سینمایی محسوب می‌شود که در سال‌های اخیر توسعه یافته است، امتیازات و امکانات طبیعی و ایجاد شده در این شهر آن را برای خلاق بودن مهیا ساخته است. این مقاله به برخی از نمونه‌های شهر خلاق نیز اشاره کرده است و درباره گذار شهر آنتالیا به سوی شهر خلاق سینمایی در اوراسیا به بحث پرداخته است.

- سوزان وارد^۲ (۲۰۰۴) در مقاله‌ای با عنوان «سینمای ملی یا صنایع خلاق؟ سیاست فیلم در گذار» دو رویکرد کوئینزلند رادر ایجاد گفتمان صنایع خلاق و منطق خوشه‌ای به عنوان شیوه‌ای برای درک اثر این حرکت در اقتصاد دانش‌بنیان جهانی مورد بررسی قرار داده است. سوال اصلی این است که آیا گفتمان صنایع خلاق و منطق خوشه‌ای راه جدیدی برای سیاست‌گذاری سینما و فیلم می‌گشایند؟

۲-۳. جمع‌بندی پیشینه

همان‌طور که ملاحظه می‌شود در تحقیقات و پژوهش‌های داخلی به طور عمده به شهرهای خلاق پرداخته شده است و به طور خاص شهر خلاق سینمایی مورد تأکید و تمرکز قرار نگرفته است. البته لازم به ذکر است که پژوهش‌های داخلی با این موضوع، از نگاه شهرسازی و توسعه شهری بوده است و کمتر از سوی پژوهشگران حوزه فرهنگی و مدیریت فرهنگی مورد توجه قرار گرفته. این در حالی است که در پژوهش‌های خارجی شهر خلاق از ابعاد دیگر و به‌ویژه بعد فرهنگی و سینما بیشتر مورد بررسی قرار گرفته است. بنابراین با توجه به خلأ موجود در پژوهش‌های داخلی در این موضوع، پرداختن به موضوع الزامات ایجاد شهر خلاق سینمایی در ایران حائز اهمیت است.

^۱ Durmaz

^۲ Susan Ward

۳. چارچوب نظری

فلوریدا و جاکوبز بر این باور هستند که در عصر خلاق به سر می‌بریم و خلاقیت بیش از گذشته به موتوری و پیشرانی برای توسعه اقتصادی تبدیل شده است. در نهایت خلاقیت به مردم، ایده‌های آنها و سلیقه و ذائقه آنها مرتبط است. طبقه خلاق به شدت انتقادی و سیال هستند و محیط‌های جذاب، مهیج و سرزنده را برای زندگی و کار ترجیح می‌دهند. بنابراین آینده از آن شهرهای خلاق است و نه شهرهای مدرن سنتی. شهرهای خلاق سه شاخص سازگاری، استعداد و فناوری را با هم آمیخته‌اند. علاوه بر این تنوع شهری یک ضرورت است و این شامل تنوع در ساختمان‌ها، مردم و فعالیت‌های اقتصادی آنها می‌شود (Hospers & van Dalm, 2005). در سراسر دنیا شهرها همواره برای منابع انسانی و مالی به منظور کسب جایگاه بهتر در اقتصاد ملی و جهانی در رقابت هستند. برخی شهرها در پی اصلاح و بهبود جایگاه خود در این محیط رقابتی با چارچوب‌سازی مدیریت شهری در مفاهیم شهری و به‌کارگیری چشم‌اندازها، نوآوری، موفقیت و رفاه در تصور مردم هستند. در میان این مفاهیم برخی مورد توجه بیشتری قرار دارند در برنامه‌ریزی‌های استراتژیک بیشتر به کار می‌آیند. این مفاهیم عبارتند از: شهر جهانی، شهر پایدار، شهر تاب‌آور، شهر خلاق و شهر هوشمند.

به طور کلی چارچوب مفهومی شهر جهانی^۱ در منابع دانشگاهی به عنوان ابزار تحلیلی پدید آمد. هدف آن ارائه شکل جدیدی از اقتصاد جهانی است که مناسب شهرها و روابط میان شهرهاست که فراتر از دولت‌هایشان هستند. مفهوم شهر پایدار^۲ بر پیگیری برای تعادل میان فعالیت انسان و محیط زیست به منظور ایجاد مسئولیت اکولوژیکی بنیان گذاشته شده است. این مفهوم به شهرهایی اشاره دارد که به مثابه اکوسیستم‌های شهری درون سیستم‌های اقتصادی، اجتماعی و منطقه‌ای محسوب می‌شوند و بر کیفیت زیست‌محیطی شهرها که با کیفیت اجتماعی مرتبط است تاکید دارد. مفهوم شهر تاب‌آور^۳ چارچوبی است از سوی مجموعه‌های فراملیتی همچون اداره سازمان ملل برای کاهش خطر مصیبت (UNISDR) در اوایل قرن بیستم بر اساس ایده جامعه مخاطره‌آمیز توسعه داده شد. این مفهوم شهر را به عنوان پدیده‌ای به تصویر می‌کشد که توانایی تاب‌آوردن و بازگشتن به حال طبیعی را پس از تهدیدات و چالش‌های طبیعی و انسانی همچون بحران‌های اقتصادی،

^۱ Global city

^۲ Sustainable city

^۳ Resilient city

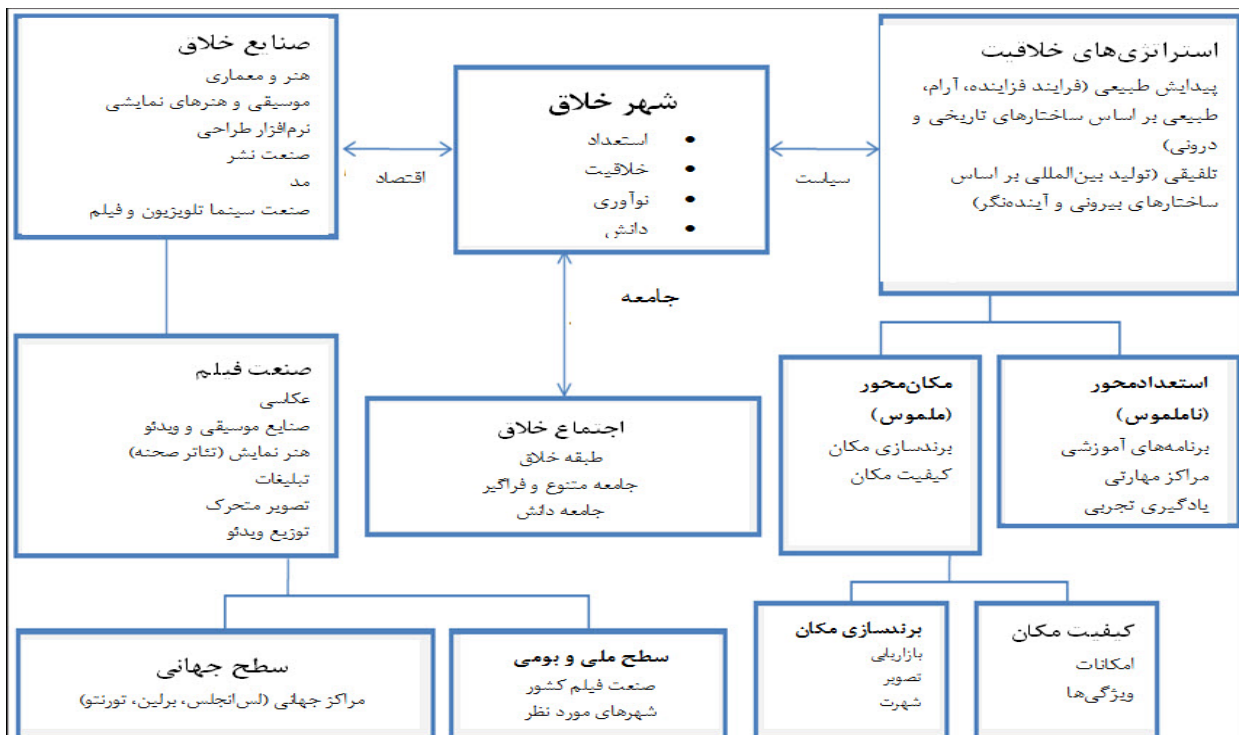
همه‌گیری بیماری یا حملات تروریستی دارد. مفهوم شهر خلاق مبتنی بر ایده رقابت اقتصادی است که دیگر به مواهب مادی یا منابع طبیعی وابسته نیست بلکه به توانایی برای جذب، پرورش و تدارک امتیازات و دارایی‌های خلاق بازمی‌گردد. بنابراین سرمایه خلاق تاثیر بسزایی در سیاست شهری و استراتژی‌های توسعه شهری دارد. در نهایت مفهوم شهر هوشمند^۱ بر این مبناست که فناوری مؤلفه محوری در شهرهایی است که می‌توانند منجر به احیای شهری و افزایش کارآمدی شهری گردند. شهر هوشمند که دارای معادل‌های انگلیسی متعددی است به طور کلی به عنوان شهری تلقی می‌شود که از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، تحلیل‌های داده‌ای و سامانه‌های سایبری برای اتصال دیجیتالی ساکنان به خدمات و زیرساخت‌های شهری بهره‌مند است. در جدول زیر شباهت‌ها و تفاوت‌های این مفاهیم به تفصیل ذکر شده است (Hatuka, Rosen-Zvi, Brinhack, Toch & Zur, 2018).

^۱ Smart/intelligent/virtual city

جدول ۱۴-۲. مقایسه مهم‌ترین ابعاد شهرهای جهانی، پایدار، تاب آور، خلاق و هوشمند (Hatuka, Rosen-Zvi, Brinhack, Toch & Zur, 2018)

جهانی	پایدار	تاب آور	خلاق	هوشمند
تمرکز اصلی	اقتصادی	اقتصادی - اجتماعی - اقتصادی	اقتصادی	اطلاعات
	شهر به مثابه اقتصاد تراکم جهانی	شهر به مثابه یک اکوسیستم: انسانی - غیر انسانی و زیست‌محیطی	شهر به مثابه انطباق‌پذیری با تهدیدات و خطرها	شهر به مثابه شبکه پیچیده‌ای از اطلاعات و جریان داده‌ها
	ارزش‌های زیربنایی (سیاسی)	زیست‌محیطی، پاسخگو به بحران‌های اکولوژیکی	شهرهای دفاعی، جامعه خطرپذیر، سازگاری، انعطاف‌پذیری	فناوری-آرمان‌شهری، نئولیبرال، تصور ریسک
طرفداران / مدافعان	بخش خصوصی، مؤسسات، شهرداری‌ها	سازمان ملل، طرفداران محیط زیست، سازمان‌های مردمی، سازمان‌های مردم‌نهاد	سیاست‌گذاران، شهرداری‌ها، اعضای طبقه خلاق	بخش خصوصی، کارآفرینان چندملیتی، دولت‌ها، شهرداری‌ها، رسانه‌ها، سازمان ملل
شکل شهری	کلان‌شهر	ضد گسترش بی‌رویه، طرفداران شهری	طرفداران شهری	زیرساخت مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات
تجلی فیزیکی	منسجم، مرکز شهر در ابعاد بزرگ، مراکز فرماندهی برای بانکداری بین‌المللی، مراکز تفریحی رفاهی، قطب‌های مسافربری بین‌المللی (بندری یا هوایی)، تراکم راه‌های جاده‌ای، سیستم حمل‌ونقل ریلی منسجم	استفاده ترکیبی، فشرده و انبوه از زمین، طراحی متنوع و کنش‌پذیر و محیط‌زیستی	سامانه‌های فیزیکی (مانند جاده‌ها، ساختمان‌ها، زیرساخت‌ها، تسهیلات ارتباطاتی زمینی، موقعیت طبیعی، زمین‌شناسی و راه‌های آبی)، حساسیت به مؤلفه‌های زیست‌محیطی	متصل بودن، هوشمند بودن، خدمات و زیرساخت‌های فناورانه
سرمایه اجتماعی	جذب سطوح بالای نیروی انسانی اجتماعی - اقتصادی، شامل متخصصان با درآمد بالا در بخش سرمایه‌گذاری و نیز کارگران با درآمد پایین در بخش خدماتی	تمرکز بر حفظ روابط اجتماعی، رفاه اقتصادی و عدالت اجتماعی در موضوعات زیست‌محیطی	اصلاح و بهبود دورنماهای گروه‌های بدون سود در معرض خطر و کل اجتماع	توسعه سرمایه اجتماعی به عنوان ابزاری برای مشارکت تمامی ذی‌نفعان در شهر خلاق
ضعف‌ها	دوگانگی اجتماعی - اقتصادی، گسترش فقر، اشرافی‌گری	وابستگی به سرمایه‌گذاری و توسعه دولتی	وابستگی به سرمایه‌گذاری و توسعه دولتی	نظارت شدید، فضای خصوصی کمتر، جداکننده‌های دیجیتال روزافزون، برای مثال آنانی که از نظر فناوری اتصال ندارند مشمول هیچ یک از مزایای نمی‌شوند اما موضوع ضعف‌ها و نظارت‌ها هستند
سوگیری دولت	شهر به مثابه یک پدیده اقتصادی مستقل که با دولت-ملت در رقابت است، برون‌نگر؛ فراتر از دولت-ملت	شهر به مثابه یک واحد معنادار که با چالش‌های محلی خاص مواجه است، درون‌نگر، پاسخگوی نیازهای زیست‌محیطی مشخص	شهر به مثابه یک واحد آسیب‌پذیر که با چالش‌های محلی - ملی مواجه است، درون‌نگر، تقویت‌کننده اجتماع و سیستم‌های شهری	شهر به مثابه پدیده دولتی معناداری که در آن دولت مقوم هماهنگی مؤسسات و اطلاعات است، درون‌نگر، به سوی ساکنان شهر و ارائه خدمات
سویه مردمی	گرایش نئولیبرال و پیکربندی مجدد ایده شهروندی (جهان‌وطن‌گرایی)	تمرکز اجتماع‌محور بر نیازها و ارزش‌های انسانی، مسئولیت‌پذیری برای اصلاح شهر با مشارکت شهروندان و اجتماع	تمرکز مبتنی بر اجتماع، مسئولیت برای اصلاح انعطاف‌پذیری و ثبات شهر با مشارکت شهروندان و اجتماع	تمرکز بر ارتباطات مستقیم (دولت الکترونیک) میان مسئولین و شهروندان، افزایش کنترل شهروندان، تمرکز بر عرضه مؤثر خدمات شهری، خصوصی‌سازی خدمات شهری، نظارت و جمع‌آوری داده‌ها

شهر خلاق یک پارادایم یا سرمشق برنامه‌ریزی یا دستورالعمل شهری برای شهرها محسوب می‌شود که ترغیب‌کننده مداخله فرهنگ و خلاقیت به عنوان راه‌حل‌هایی برای مشکلات شهری است. این مفهوم چکیده‌ای است از مباحث گوناگون که حامی مشارکت هنر و فرهنگ در محیط شهری است که منجر به ۱. درآمد اقتصادی، ۲. هویت‌سازی و تحرک فرهنگی و ۳. کیفیت و سکونت‌پذیری شهری می‌گردد (Richtofen, Tomarchio & Costa, 2019). اصولاً شهر خلاق پدیده‌ای است که می‌تواند از طریق طراحی صحیح استراتژی‌های خلاق (سیاست‌گذاری)، با وجود صنایع خلاق (اقتصاد) و اجتماع خلاق (جامعه) توسعه یابد. ارتباط منطقی میان این سه جزء شهر خلاق به طور خاص در مورد صنعت فیلم و سینما صادق است و در نمودار پیش رو نمایش داده شده است (Durmaz, Yigitcanlar & Velibeyoglu, 2008).



نمودار ۸-۲. چارچوب تحلیل صنعت سینمای خلاقیت‌محور (Durmaz, Yigitcanlar & Velibeyoglu, 2008)

استراتژی‌های خلاقیت

صنایع خلاق، طبقه خلاق، فرهنگ و حس زیبایی‌شناسی و برتری ذهنی از جمله عناصر ساختاری لازم تشکیل یک شهر خلاق است. به طور مطلوب، اقتصاد شهرهای خلاق براساس صنایع خلاق است و کار خلاق با افراد خلاق، برنامه‌ریزان، محققان، روشنفکران و توسعه‌گران خطرپذیر ایجاد می‌شود. صورت‌بندی یا افزودن و ارتقای صنایع خلاق به عنوان منبع خلاقیت رو به گسترش، ضرورت دارد (Durmaz, Yigitcanlar & Velibeyoglu, 2008). شهرهای خلاق به لحاظ فیزیکی، اجتماعی و اقتصادی با کیفیت مکانی برای تحقق خلاقیت منطبق می‌شوند و سعی در جذب افراد خلاق دارند. اتکینسون و ایستوپ شرایط اصلی تشکیل شهرهای خلاق را به طور خلاصه مبتنی بر لزوم موارد زیر می‌دانند:

- کیفیت بالای زندگی (از جمله کیفیت مکانی)
 - جمعیت دارای تحصیلات عالی و تنوع قومی (طبقه خلاق)
 - ذخیره بالای سرمایه (اقتصادی، انسانی و فرهنگی) برای جذب و حفظ صنایع خلاق
- عامل مهم دیگر خلاقیت، منحصربه‌فرد بودن است که نقش مهمی در خلاق بودن ایفا می‌کند. منحصربه‌فرد و گاه خاص و تک بودن تمام ویژگی‌های مشخصه شهرها را تحت شعاع قرار می‌دهد و می‌تواند ایجادشدنی و تحمیلی باشد و یا ذاتی و طبیعی. در صورت طبیعی بودن، مبتنی بر ظرفیت‌هایی از شهر مانند میراث، فضاهای شهری، ساختارشناسی شهری و ساختار فرهنگی اجتماعی است. بر اساس این، منحصربه‌فرد بودن در درون ساختارهایی است که می‌تواند کسب شود، فرایندهای آهسته و طبیعی مبتنی بر نگاه تاریخی و رو به عقب. در صورت ایجاد شدنی بودن، مرتبط با ساختارهای برون‌زادی چون رسانه و نیروهای بازار، طراحی نوآورانه و طرح‌های بازاریابی شهری است. بنابراین منحصربه‌فرد بودن می‌تواند با اندیشه ایجاد و خلق شود و یا با استراتژی‌های رو به جلو و فرصت‌محور ایجاد شود (Durmaz, Yigitcanlar & Velibeyoglu, 2008).

دستیابی به منحصربه‌فرد بودن و کیفیت رقابتی در عصر دانش برای شهرها بسیار اهمیت دارد و این از طریق توسعه موفق و به‌کارگیری استراتژی‌های مبتنی بر مکان (ملموس)^۱ و مبتنی بر استعداد (ناملموس)^۲ میسر است. این استراتژی‌ها ابزار سیاست شهری برای ایجاد شهر خلاق محسوب می‌شوند. استراتژی‌های مبتنی بر

۱ place-based (tangible)

۲ talent-based (intangible)

مکان خلاقیت و مکان را به هم پیوند می‌زند و برای نظام داخلی شهری ضروری است. استراتژی‌های استعدادمحور با هدف تکوین خلاقیت در مکان‌های شهری از طریق برنامه‌های آموزشی، مراکز مهارتی و یادگیری تجربی است. در کنار به کارگیری استراتژی‌های مبتنی بر استعداد و مکان موضوع مهم دیگر، به کارگیری موفق این استراتژی‌ها است. برخی حامل‌های موفق عبارتند از: هنرها، نوآوری، اقتصاد دانش‌بنیان، برندسازی مکان، استراتژی‌های مدیریت رشد، حفظ تنوع اجتماع و تمرکز بر استراتژی‌های حمایت از زیست شهری در کنار رشد اقتصادی. در این طیف سیاست‌گذاری برندسازی مکانی مورد توجه قرار دارد (Durmaz, Yigitcanlar & Velibeyoglu, 2008).

برندسازی مکان^۱

شهرهای خلاق محل جذب مهاجران مستعد و مولدان ثروت هستند. لانداری و فلوریدا بر این ادعا هستند که شهرها باید در جذب و حفظ سرمایه و استعداد با یکدیگر در رقابت باشند. چنانکه هر جا استعدادها باشند، نوآوری، خلاقیت و رشد اقتصادی در پی آن خواهد بود. در این ارتباط استراتژی‌های برندسازی مکانی توجه خاصی به فراهم ساختن نیازها و خواسته‌های طبقه خلاق دارد. جنسن از برندسازی مکانی به عنوان استراتژی شناخته‌شده جهانی برای توسعه شهری یاد می‌کند که مزیت بسیاری در رقابت برای جذب سرمایه و استعدادها و کسب حیات اقتصادی و اجتماعی دارد. در این فرایند نیازمند ایجاد تصویر هستیم. تصویر مثبت از یک شهر سبب ایجاد جایگاه مناسب برای آن می‌شود. برندسازی قوی می‌تواند:

- سبب تغییر در تصور از یک شهر گردد
- چشم‌انداز مشترکی را برای آینده اجتماع ایجاد کند
- تصور منسجمی از یک مکان ایجاد کند
- جایگاه و آگاهی محلی، منطقه‌ای و جهانی آن را ارتقا دهد
- به کلیشه‌های نامطلوب مرتبط با آن مکان پایان دهد

برندسازی یک فرایند و روند از استراتژی‌های توسعه برای دستیابی به اهداف و چشم‌انداز بلندمدت است. شهرهایی مانند بارسلونا، استانبول، رم و ونیز هویت شهری خود را بر اساس میراث، جغرافیای شهری و تاریخ

خود کسب کرده‌اند. در مقابل شهرهایی همچون دوحه، دوبی و لاس‌وگاس نمونه‌هایی هستند که ویژگی‌های هویتی خود را از طریق طراحی نوآوری شهری، بازسازی و استراتژی‌های برندسازی کسب کرده‌اند. برای مثال دوبی امروز به عنوان یک شهر فوق مدرن در میان یک صحرا شناخته می‌شود که ساخت آن در دهه ۱۹۹۰ آغاز شده است. برنامه‌های شهری، طراحی شهری و بازاریابی، دوبی را با پارک‌ها، استودیوهای سینمایی و .. آن به شهر مشهوری تبدیل کرده است (Durmaz, Yigitcanlar & Velibeyoglu, 2008).

کیفیت مکان^۱

کیفیت مکان یکی دیگر از استراتژی‌های مبتنی بر مکان خلاقیت و عامل مهم جذب طبقه خلاق محسوب می‌شود. کیفیت مکان می‌تواند با به‌کارگیری اصول طراحی شهری و استراتژی‌های مدیریت مکان تضمین شود. پرفکت و پاور سه حوزه اصلی برای تحقق و به‌کارگیری کیفیت مکان را «برنامه‌ریزی»، «توسعه» و «مردم» برشمرده شده است که اجرای سیاست برنامه‌ریزی و طراحی شهری بر عوامل قدرت انسانی و نیروهای اقتصادی تأکید دارد. افزایش کیفیت مکان هم در فعالیتهای اقتصادی و هم مهیا ساختن نیازهای روحی، فکری و فرهنگی و رفاه روانی مردم تأثیر دارد. علاوه بر این کیفیت مکان برای رفاه شهری نیز مهم تلقی می‌شود. توسعه سرمایه خلاق به افراد خلاق وابسته است و خلاقیت آنها باید با محیط خلاق هدایت گردد. یک مکان با کیفیت باید یکتا، سرزنده و اصیل باشد و هویت، تنوع، سازگاری و پذیرندگی، نشاط و آرامش از آن دریافت شود. هویت به عنوان یک ویژگی برای کیفیت مکانی نقش مهمی در تضمین رفاه فیزیکی، اجتماعی و روانی مردم شهرها ایفا می‌کند. هویت شهری به تصور از شهر مرتبط است که اهمیت مادی و نمادین دارد (Durmaz, Yigitcanlar & Velibeyoglu, 2008).

فصل سوم:
روش شناسی

مقدمه

در این فصل روش تحقیق به کار گرفته شده در این پژوهش برای پاسخگویی به سؤالات فرعی و در نهایت رسیدن به هدف اصلی که همان الزامات شهر خلاق سینمایی در کشور است، به تفکیک هر پرسش بیان شده است.

روش تحقیق

به طور کلی روش به کار گرفته شده در این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر داده آمیخته (کمی و کیفی) و به لحاظ نحوه اجرا نیز توصیفی است. در واقع این پژوهش در پی شناسایی و ارائه الزامات شهر خلاق سینمایی در ایران است. ابتدا در جدول زیر به طور خلاصه به روش‌های مورد استفاده اشاره شده است و سپس به طور مفصل به هریک از این روش‌ها به تفکیک پرسش‌های این پژوهش پرداخته می‌شود.

جدول ۱-۳. روش‌های به کار گرفته شده متناسب با اهداف و سؤالات پژوهش

ابزار	روش	اهداف ویژه
کتابخانه‌ای و مصاحبه	اسنادی ^۱ و نظرخواهی از نخبگان	شناسایی مؤلفه‌ها و شاخص‌های شهر خلاق سینمایی
کتابخانه‌ای	تحلیل محتوا ^۲	شناسایی ظرفیت‌های موجود در اسناد بالادستی
کتابخانه‌ای	اسنادی	شناسایی سیاست‌های فرهنگ‌پذیر کشورهای دارای شهر خلاق سینمایی

^۱ documentary

^۲ content analysis

شناسایی الزامات و راهکارهای ایجاد شهر خلاق سینمایی	تحلیل شکاف ^۱	مدل سیستمی ^۲
--	-------------------------	-------------------------

مؤلفه‌ها و شاخص‌های شهر خلاق سینمایی

- **روش:** در پرسش اول از روش اسنادی و نظرخواهی از صاحب‌نظران و نخبگان استفاده شده است. در واقع به شکل کتابخانه‌ای و اسنادی تمامی شهرهای خلاق سینمایی که در شبکه خلاق یونسکو عضویت دارند، مورد مطالعه قرار گرفته و سیاست‌ها، برنامه‌ها و اهداف آنان استخراج شده است. علاوه بر این با چند تن از مسئولان فعلی و سابق وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در خصوص مؤلفه‌ها و شاخص‌های شهر خلاق سینمایی مصاحبه انجام شد. جمع‌بندی سیاست‌های مشترک تمامی این شهرها و نیز نظارت نخبگان به عنوان شاخص‌های شهر خلاق سینمایی در نظر گرفته شده‌اند و بر مبنای شاخص‌های ارائه شده از سوی اتحادیه اروپا (۲۰۱۹) دسته‌بندی و طبقه‌بندی شدند. این شاخص‌ها سپس در اختیار صاحب‌نظران این حوزه قرار گرفت و در نهایت شاخص‌های نهایی شهر خلاق سینمایی در ایران ارائه شدند.

جامعه آماری تمامی شهرهای خلاق سینمایی عضو شبکه شهرهای خلاق یونسکو هستند که تعداد آنها تا زمان انجام پژوهش ۱۸ شهر می‌باشد. علاوه بر این از نظر صاحب‌نظران حوزه صنایع خلاق نیز بهره گرفته شده است. افراد مورد مصاحبه در این بخش (چهار نفر) به صورت گلوله‌برفی از میان مسئولان سابق وزارت فرهنگ و ارشاد انتخاب شدند و شامل وزرای سابق و معاونان هنری و سینمایی می‌شدند.

بررسی اسناد بالادستی

- **روش:** در این پرسش از روش تحلیل محتوای بهره شده است. دلیل استفاده از این روش این است که این روش برای بررسی منابعی همچون قوانین، اسناد و اساسنامه‌ها مناسب به نظر می‌رسد.

- **جامعه آماری و حجم نمونه:** جامعه آماری شامل اسناد بالادستی (قانون اساسی، قانون برنامه ششم توسعه، سند چشم‌انداز بیست‌ساله، سیاست‌های کلی نظام و اصول سیاست فرهنگی کشور) می‌باشد. حجم نمونه شامل تمامی سیاست‌ها در قالب اسناد بالادستی است که در حوزه فرهنگ و اقتصاد فرهنگ و سینما و با روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده است.

- **روایی و پایایی:** برای روایی و پایایی روش انجام گرفته در بازه زمانی دو ماه پس از انجام برای نخستین بار، انجام گرفت. در انجام روش در بار دوم، بخش عمده نتایج با نخستین بار مطابقت داشت.

- **مراحل اجرا:** نقطه شروع بر اساس سؤال و هدف پژوهش است. داده‌ها چندین بار مورد مطالعه قرار گرفت تا درک کلی از متن ایجاد شد. سپس متون کلمه به کلمه خوانده شد تا کدها استخراج شوند. این فرایند به طور پیوسته از استخراج کدها تا نام‌گذاری آنها تداوم یافت. پس از آن، کدها بر اساس تفاوت‌ها یا شباهت‌هایشان به داخل طبقات دسته‌بندی شده است. بعد از کدگذاری تمام داده‌ها بر اساس اشتراک تحت یک مقوله (یا طبقه) واحد در نظر گرفته شدند. مقوله‌ها بر اساس شاخص‌های شهر خلاق، برگرفته از شاخص‌های ارزیابی شهرهای خلاق ارائه شده از سوی اتحادیه اروپا (۲۰۱۹) که در فصل دوم به آن اشاره شد، انتخاب شده‌اند. دلیل انتخاب این شاخص‌ها به‌روز بودن و جامعیت آن بوده است.

سیاست‌های فرهنگی در کشورهای دارای شهر خلاق سینمایی

روش مورد استفاده در این پرسش، روش اسنادی و کتابخانه‌ای است. روش اسنادی به معنای تحلیل آن دسته از اسنادی است که اطلاعات درباره پدیده‌هایی را که قصد مطالعه آنها را داریم، در بر می‌گیرد. روش اسنادی روشی کیفی است که پژوهشگر تلاش می‌کند با استفاده نظام‌مند و منظم از داده‌های اسنادی به کشف، استخراج، طبقه‌بندی و ارزیابی مطالب مرتبط با موضوع پژوهش خود اقدام نماید (صادقی فسایی و عرفان‌منش، ۱۳۹۴: ۶۹). در واقع تمام سیاست‌ها و اطلاعات مربوط به کشورهای مختلف با جست‌وجو در سایت‌های معتبر اینترنتی و مقاله‌ها و کتاب‌ها یافته و یادداشت‌برداری شد و در نهایت سیاست‌های به کارگرفته در مورد هر شهر (برخی کشورها دارای بیش از یک شهر خلاق سینمایی هستند) مشخص و ارائه گردید.

الزامات ایجاد شهر خلاق سینمایی در ایران و ارائه راهکار

برای شناسایی الزامات و به تبع آن، ارائه راهکار برای ایجاد شهر خلاق سینمایی در ایران، با توجه به شاخص‌های به دست آمده و وضعیت موجود در شهرهای ایران، از روش تحلیل شکاف و مدل سیستمی استفاده شده است. تحلیل شکاف روشی است که فاصله میان وضعیت موجود و مطلوب را مورد بررسی قرار می‌دهد و نشان می‌دهد که تا وضعیت مطلوب چه میزان فاصله وجود دارد. بنابراین بر مبنای فاصله موجود میان شاخص‌ها و وضعیت کنونی شهرهای ایران و بر اساس مدل سیستمی راهکارهایی ارائه شده است.



نمودار ۱-۳. مدل سیستمی

فصل چهارم:
یافته‌ها، بحث و نتیجه‌گیری

مقدمه

شهرهای خلاق امروز به لحاظ فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی بسیار دارای اهمیت هستند. در ایران شهرهای خلاق در زمینه‌های خوراک و موسیقی و صنایع دستی تا کنون به ثبت جهانی در یونسکو رسیده‌اند، اما هنوز در سایر زمینه‌های خلاق، از جمله سینما و فیلم اقدامی نشده است. البته لازم به ذکر است که شبکه شهرهای خلاق فرهنگ و هنر ایران که در سال ۱۳۹۸ از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی راه‌اندازی شده هنوز شهر خلاق را به عنوان عضو اعلام نکرده است. در این فصل سعی شده است با توجه به یافته‌های پژوهش به تفکیک سؤالات، بحث و نتیجه‌گیری ارائه گردد.

مؤلفه‌ها و شاخص‌های شهرهای خلاق سینمایی

مؤلفه‌ها و شاخص‌های شهر خلاق سینمایی بر اساس تجربه شهرهای خلاق سینمایی دنیا و نیز نظر نخبگان و صاحب‌نظران در جدول پیش رو ارائه و سپس درباره هر کدام توضیحاتی آورده شده است.

جدول ۱-۴. شاخص‌های شهر خلاق سینمایی در ایران

اقتصاد خلاق	توانمندی محیط	تحرک/ سرزندگی فرهنگی
<p>۱. درآمد و رفاه:</p> <p>استانداردهای زندگی و رفاه اقتصادی درآمد و گردش مالی سینما و بخش‌های فرهنگی و خلاق استارت‌آپ‌ها و مشاغل مبتنی بر خلاقیت و فناوری‌های نوین صادرات آثار و کالاهای فرهنگی و خلاق تسهیل توزیع آثار خلاق و فرهنگی و سینمایی بسترهای فناوری ارتباطات و اطلاعات و نیز اینترنت برای توسعه توزیع به شیوه‌های نوین مشاغل پایدار بر بستر صنایع خلاق و سینمایی حمایت از کارآفرینی در صنایع خلاق به‌ویژه صنعت سینما</p>	<p>۱. سیاست شهری:</p> <p>توسعه کسب‌وکارهای تجاری در شهر (کارآفرینی شهری) تمرکز مؤسسات و بنگاه‌های سینمایی برگزاری رویدادهای ورزشی و فرهنگی توسعه زیرساخت‌های فرهنگی و سینمایی متناسب با دورنمای جمعیت شهر در آینده حفظ و حراست از مکان‌ها و سرمایه‌های تاریخی و فرهنگی برگزاری برنامه‌ها و جشنواره‌های فرهنگی</p>	<p>۱. دسترسی و امکانات و تجهیزات:</p> <p>صنایع مرتبط با فیلم‌سازی (فناوری‌های مورد نیاز و...) دسترسی تمامی شهروندان از امکانات سینمایی و فرهنگی سالن‌های نمایش مجهز و به‌روز و پارک فناوری فیلم و سینما ایجاد مراکز فیلم‌سازی، استودیوها و لکیشن‌های با امکانات متنوع (شهرک‌های سینمایی) ایجاد پایگاه داده و آرشیو سینمایی در دسترس (ثبت تمامی امکانات تولید از جمله لکیشن‌ها، استودیوها و...) زیرساخت‌های اینترنت و فناوری دیجیتال سرانه قابل قبول موزه‌ها، گالری‌ها و...</p>
<p>۲. گردشگری خلاق:</p> <p>گردشگری خلاق حفظ و توسعه جاذبه‌های گردشگری آرشیو و دسترسی به فیلم‌های مستند و داستانی معرف فرهنگ و میراث فرهنگی ایرانی هتل‌ها و مراکز اقامتی برای گردشگران</p>	<p>۲. استعداد و زمینه تاریخی و طبیعی و...:</p> <p>سابقه تاریخی سینما و فیلم ارتباطات ریلی، جاده‌ای، هوایی و دریایی با سایر کشورها و شهرهای داخلی تنوع فرهنگی (مهاجرپذیری) تنوع طبیعی (اقلیمی)</p>	<p>۲. جشنواره سینمایی:</p> <p>برگزاری جشنواره‌های ملی و بین‌المللی میزبانی رویدادهای سینمایی و فرهنگی بین‌المللی جشنواره‌های دانش‌آموزی و آماتور مشارکت و شرکت در جشنواره‌های خارجی</p>
<p>۳. طبقه خلاق</p> <p>حضور نیروی انسانی متخصص و حرفه‌ای (افراد شاخص و برند در زمینه کارگردانی، نویسندگی و...) حضور سینماگران و استعدادهای فیلم‌سازی، منتقدان، نویسندگان و... دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها در رشته‌های سینما و مرتبط با سینما</p>	<p>۳. مشارکت دولتی</p> <p>حمایت مالی دولت از هنرمندان، مؤسسات و... عدم وابستگی کامل مالی سینما به دولت همکاری و مشارکت دولت و شهرداری واگذاری نظارت به اصناف آزادی فیلم‌سازان نوآور (عدم سفارشی‌سازی)</p>	<p>۳. مشارکت مردمی:</p> <p>مشارکت مردم و بخش خصوصی به عنوان سرمایه‌گذار برگزاری نشست‌ها و جلسات نقد آثار سینمایی در سطح عمومی و مردمی با حضور صاحب‌نظران تبلیغات جذاب و تأثیرگذار سینمایی</p>
<p>۴. سیاست‌های بین‌الملل:</p> <p>تعامل با فیلم‌سازان خارجی ارائه اطلاعات درباره لکیشن‌های سینمایی همکاری با جشنواره‌های بین‌المللی دنیا دعوت از هنرمندان و فیلم‌سازان بزرگ سایر کشورها برگزاری کارگاه‌ها، نشست‌ها و کنفرانس‌های سینمایی مشترک پیگیری امور تخصصی سینما در سطح بین‌المللی (مربوط به اکران و کپی‌رایت)</p>	<p>۴. تولید و اکران:</p> <p>اکران فیلم‌های خارجی و روز دنیا اکران ویژه فیلم‌های داخلی افزایش تولید فیلم و آثار سینمایی ایجاد زمینه برای تولید آثار خلاق سینمایی حمایت از فیلم‌سازان آماتور و فیلم‌اولی‌ها و تولید آثار کوتاه سینمایی</p>	<p>۵. آموزش و پژوهش:</p> <p>آموزش سواد سینمایی و دروس سینمایی و مرتبط با سینما در مدرسه توسعه رشته‌های سینمایی و مرتبط با سینما در دانشگاه‌ها توسعه و تقویت مؤسسات آموزشی و آکادمی‌های هنری حمایت از پژوهش و توسعه مراکز تحقیق و توسعه</p>

اقتصاد خلاق

- درآمد و رفاه: اولین زیرشاخص درآمد و رفاه، افزایش سطح و استانداردهای زندگی است، به این معنا که شهروندان دارای حد قابل قبول و مطلوبی از رفاه اقتصادی باشند که بتوانند برای کالاهای فرهنگی و تماشای فیلم و رفتن به سینما هزینه نمایند. چراکه با کاهش سطح اقتصادی و توان مالی افراد، سهم کالاهای فرهنگی در سبد خانوار کاهش می‌یابد. چراکه بر اساس پژوهش‌های انجام‌شده (ضامنی و ابراهیم‌زاده، ۱۳۹۴) درآمد افراد و به تبع آن بهای بلیت سینما در ترغیب افراد به رفتن به سینما تأثیرگذار است. پس از این، درآمد و گردش مالی سینما و سایر بخش‌های فرهنگی در شهر خلاق سینمایی حائز اهمیت است و به این منظور وجود استارت‌آپ‌ها و مشاغل مبتنی بر خلاقیت و فناوری نوین از اهمیت قابل توجهی برخوردار می‌گردند. صادرات، اشتغال پایدار، کارآفرینی و ایجاد بسترهای فناوری اطلاعات و ارتباطات نیز از لازمه‌ها و شاخص‌های شهر خلاق سینمایی است.

- گردشگری خلاق از ضرورت‌های اقتصاد خلاق است، بنابراین حفظ و توسعه جاذبه‌های گردشگری، وجود آرشیو و موزه به ویژه در حوزه سینما و آثار سینمایی و مستند از فرهنگ و میراث فرهنگی از اهمیت برخوردار است. از این منظر زیرساخت‌های گردشگری، همچون هتل‌ها و مراکز اقامتی استاندارد ضرورت می‌یابد.

- طبقه خلاق از شاخص‌های شهر خلاق است، بنابراین حضور طبقه خلاق که شامل نویسندگان، کارگردانان و سینماگران خلاق و حرفه‌ای، منتقدان، هنرمندان و ... می‌شود در شهر خلاق از اهمیت برخوردار می‌گردد. افزایش تعداد دانش‌آموختگان رشته‌های سینمایی و مرتبط با سینما نیز از دیگر شاخص‌های ذیل طبقه خلاق است.

توانمندی محیط

- سیاست شهری: در سیاست‌گذاری شهری یک شهر خلاق سینمایی، توسعه کسب‌وکارهای تجاری (کارآفرینی شهری)، تمرکز بنگاه‌ها و مؤسسات سینمایی و فرهنگی، برگزاری رویدادهای فرهنگی و سینمایی، توسعه زیرساخت‌های سینمایی متناسب با رشد جمعیت و آینده‌نگری شهری، حفظ و حراست از سرمایه‌های

تاریخی و فرهنگی و برنامه‌های فرهنگی در تمامی نقاط شهر باید مد نظر قرار گیرد. چراکه در شهر خلاق سینمایی دسترسی به برنامه‌ها و آثار و کالاهای فرهنگی از ضروریات است.

- استعداد، زمینه تاریخی و طبیعی...: شهر خلاق سینمایی الزاماً باید در محلی مکان‌یابی گردد که دارای سابقه قابل قبول فرهنگی و هنری و سینمایی باشد و سینما در آن ریشه‌دار باشد. وجود زیرساخت‌های جاده‌ای، ریلی و ارتباطات هوایی و .. با سایر شهرها و کشورها دارای اهمیت است، چراکه شهر خلاق سینمایی، شهری مهاجرپذیر و گردشگرپذیر است (تنوع فرهنگی). در همین راستا چنین شهری باید دارای تنوع طبیعی و اقلیمی باشد تا بتواند گردشگران را جذب نماید و در عین حال محل مناسبی برای ساخت و تولید آثار سینمایی سینماگران داخلی و خارجی محسوب گردد.

- مشارکت دولتی: دولت در شهر خلاق سینمایی نقش حمایتگر و ناظر دارد و حمایت و سرمایه‌گذاری دولتی از اهمیت بسیاری برخوردار است. اما این به معنای وابستگی سینما به دولت و ساخت فیلم‌های سفارشی برای دولت نیست. بلکه در چنین شهری دولت به معنای همگرایی میان نهادهای دولتی و وزارتخانه‌ها و شهرداری و سازمان‌های مرتبط، زمینه‌ساز، حمایتگر و نظارت‌کننده بر سینما و سایر بخش‌های فرهنگی است و در عین حال در تولید و چگونگی تولید و محتوا دخالت مستقیم ندارد.

- سیاست بین‌الملل: تعامل فیلم‌سازان داخلی با هنرمندان و سینماگران خارجی، وجود سامانه اطلاعاتی درباره ظرفیت‌ها و لکیشن‌های سینمایی ایران برای در دسترس قرار گرفتن برای سینماگران سایر کشورها، تعامل و همکاری با جشنواره‌ها و رویدادهای بین‌المللی سایر کشورها، عضویت در نهادهای مرتبط بین‌المللی برای داشتن حق دفاع از آثار فرهنگی و سینمایی (کپی‌رایت و ...) از مؤلفه‌های سیاست بین‌المللی در یک شهر خلاق سینمایی است.

- آموزش و پژوهش: افزایش سواد سینمایی و فرهنگی افراد و شهروندان در شهر خلاق سینمایی دارای اهمیت است، چراکه در این صورت است که سینما و اقتصاد سینما از رونق برخوردار می‌گردد. در این راستا توسعه و تقویت زیرساخت‌های آموزشی و پژوهشی و ایجاد مراکز مرتبط ضرورت و اهمیت می‌یابد.

تحرک یا سرزندگی فرهنگی

- دسترسی و امکانات و تجهیزات: لازمه سرزندگی فرهنگی در شهر و ایجاد شهر خلاق سینمایی وجود زیرساخت‌های فرهنگی و سینمایی (سالن‌های نمایش، استودیوها و ..) است. ایجاد پایگاه‌های داده و آرشیو، سرانه قابل قبول موزه‌ها، گالری‌ها و ...، توسعه زیرساخت‌های دیجیتالی و فناوری‌های نوین و ... از ضرورت‌های شهر خلاق سینمایی است.

- جشنواره سینمایی: برگزاری جشنواره‌های ملی و بین‌المللی از شروط اصلی شهر خلاق سینمایی است. در واقع شهر خلاق سینمایی باید میزبان و برگزارکننده جشنواره سینمایی باشد. در این راستا توسعه جنبه بین‌المللی جشنواره‌ها، مشارکت در جشنواره‌های خارجی و توسعه جشنواره‌ها در سطوح آماتور و حرفه‌ای و ... از شاخص‌های مد نظر برای شهر خلاق سینمایی محسوب می‌شود که در عین حال سبب توسعه و رونق گردشگری فرهنگی نیز خواهد شد.

- مشارکت مردمی: نقش مردم و مؤسسات مردمی و غیردولتی به عنوان سرمایه‌گذار از اهمیت برخوردار است. برای جلب مشارکت‌های مردمی نیازمند ترغیب آنها با برگزاری نشست‌ها و کنفرانس‌های سینمایی و فرهنگی و هنری و تبلیغات جذاب و اثرگذار هستیم.

- تولید و اکران: شهر خلاق سینمایی باید محل تولید و اکران آثار سینمایی گوناگون داخلی و خارجی باشد. بنابراین اکران تمامی فیلم‌ها و آثار سینمایی روز دنیا در کنار اکران ویژه آثار داخلی به رونق این صنعت بسیار کمک می‌کند. حمایت از تولید و ساخت فیلم‌های سینمایی داخلی و آثار مشترک با سایر کشورها نیز از الزامات این امر است.

ظرفیت‌های اسناد بالادستی برای ایجاد شهر خلاق سینمایی

نتیجه تحلیل محتوای اسناد بالادستی که شامل قانون اساسی، سند چشم‌انداز، سیاست‌های کلی نظام در دوره چشم‌انداز، اصول سیاست فرهنگی کشور و نیز برنامه ششم توسعه اجتماعی، فرهنگی اقتصادی و سیاسی است در ادامه آورده شده است. تحلیل محتوای اسناد بالادستی موجود به صورت تفکیک‌شده عبارت است از:

- **سند برنامه ششم توسعه:** در سند برنامه ششم توسعه از سه مقوله تحرک فرهنگی، توانمندی محیطی و اقتصاد خلاق، بیش از همه بر توانمندی محیطی تأکید شده است. به این معنا که در ذیل این مقوله می‌توان به این زیرمقوله‌ها توجه داشت: ۱. بازننگری و تسهیل در فرایند اعطای مجوز به محصولات و آثار فرهنگی، ۲. بسترسازی برای حضور بین‌المللی در عرصه‌های فرهنگی و هنری، ۳. تأمین بودجه برای پژوهش و حفظ و نگهداری آثار فرهنگی، ۴. مستندسازی و حفاظت از میراث و آثار فرهنگی، ۵. بهسازی بافت‌های فرسوده و تاریخی، ۶. تسهیلات برای زیرساخت‌های گردشگری و ۷. توجه به گردشگری طبیعی و جنگل. در مقوله اقتصاد خلاق نیز که کمترین سهم را در این برنامه به خود اختصاص داده است، به امنیت شغلی هنرمندان و واگذاری برخی امور به بخش خصوصی و غیردولتی و اصناف اشاره شده است.

- **سند چشم‌انداز:** در سند چشم‌انداز بیست ساله نیز توانمندی محیطی در صدر قرار دارد و پس از آن اقتصاد خلاق قرار گرفته است. موارد و زیرمقوله‌های توانمندی محیطی در این سند بالادستی به قرار زیر است: ۱. ارتقای دانش و فناوری، ۲. تکیه بر منابع و سرمایه انسانی و اجتماعی، ۳. ارتقای علمی و جنبش نرم‌افزاری، ۴. تأثیرگذاری در عرصه بین‌المللی و ۵. ارتباط سازنده و مؤثر با سایر کشورها. در مقوله اقتصاد خلاق نیز به ایجاد اشتغال کامل، افزایش درآمد سرانه، رشد مستمر اقتصادی و کسب جایگاه اول اقتصادی در منطقه تصریح شده است.

- **قانون اساسی:** در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران به توانمندی محیطی بیش از همه پرداخته شده و اقتصاد خلاق مغفول باقی مانده است. در این سند بالادستی ذیل مقوله توانمندی محیطی به ارتقای دانش عمومی با تأکید بر رسانه و فناوری، تسهیل و تعمیم آموزش همگانی، تقویت ابتکار و پژوهش و تأمین آزادی اجتماعی تصریح شده و تحرک فرهنگی هم در زیرمقوله مشارکت مردمی در امور مد نظر قرار گرفته است.

- **اصول سیاست فرهنگی:** در اصول سیاست فرهنگی کشور مقوله تحرک و سرزندگی فرهنگی بیشتر از دو مقوله دیگر مد نظر قرار گرفته است و پس از آن مقوله توانمندی محیطی و در نهایت اقتصاد خلاق قرار دارد. زیرمقوله‌های تحرک محیطی در این سند سیاستی بسیار مهم عبارت است از: مشارکت عامه مردم در امور، پاسخگویی به نیازهای فرهنگی جامعه، آزادی و تنوع فعالیت‌های فرهنگی مردمی، احیا و بازشناسی مواریت و سنن تاریخی و فرهنگی و هنری و ادبی، شناخت ظرفیت‌ها و سرمایه‌های فرهنگی، تقویت تفکر و نقدی و انتخاب، تقویت و احیای هنر اصیل و سازنده، گسترش زمینه مشارکت مردم در امور فرهنگی و هنری و اجتماعی، گسترش روحیه نقد و انتقادپذیری، تبلیغات فرهنگی، حمایت از مراکز و فعالیت‌های فرهنگی و هنری و افزایش امکانات فرهنگی متناسب با رشد جمعیت، تقویت صنایع مولد فرهنگی، بازسازی و تجهیز مراکز و امکانات فرهنگی، برگزاری جشنواره‌های فرهنگی و هنری و ایجاد و تقویت اصناف فرهنگی و هنری، تقویت و تجهیز مراکز اسناد و حفظ و نگهداری، ارتباط با سایر هنرمندان در کشورهای مختلف، توسعه گردشگری. باید توجه داشت که در این سند بالادستی بیشترین تأکید و توجه به توسعه مراکز فرهنگی و هنری از جمله سالن‌های سینما، کتابخانه‌ها، موزه‌ها و ... شده است.

- **سیاست‌های کلی نظام:** در سیاست‌های کلی نظام در دوره چشم‌انداز که ابلاغی از سوی مقام معظم رهبری است، برخلاف اسناد قبلی تأکید بیشتری بر مقوله اقتصاد خلاق شده است و پس از آن توانمندی محیطی و تحرک و سرزندگی فرهنگی مورد توجه قرار گرفته است. در مقوله اقتصاد خلاق به زیرمقوله‌هایی به این قرار تصریح شده است: ۱. تضمین حقوق مدنی و انسانی و نهادینه شدن حقوق معنوی افراد، ۲. افزایش سطح کیفیت زندگی مردم، تغییر نقش و اندازه دولت به سطح سیاست‌گذار، کارآفرین و کوچک، تحقق رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال و کاهش نرخ بیکاری، روابط با سایر کشورها و تعامل اقتصادی جهانی، اقتصاد متکی بر سرمایه انسانی و فناوری نوین، صادرات غیرنفتی، ایجاد فضای مناسب اقتصادی و احترام به حقوق مالکیت مادی و معنوی، تکیه بر مزیت‌های نوین رقابتی، حمایت از توانمندی بخش خصوصی.

مضمون	برچسب/ کد	زیرمقوله	مقوله
با تأکید بر جنبش نرم‌افزاری و تولید علم، رشد پرشتاب و مستمر اقتصادی	رشد مستمر اقتصادی مبتنی بر علم و تولید	رشد مستمر اقتصادی	اقتصاد خلاق
ارتقای نسبی سطح درآمد سرانه	افزایش درآمد سرانه	افزایش درآمد سرانه	اقتصاد خلاق
رسیدن به اشتغال کامل	اشتغال کامل	ایجاد اشتغال	اقتصاد خلاق
الهام‌بخش، فعال و مؤثر در جهان اسلام با تحکیم الگوی مردم‌سالاری دینی، توسعه کارآمد، جامعه‌ی اخلاقی، نواندیشی و پویایی فکری و اجتماعی	الهام‌بخش و مؤثر در توسعه و پویایی فکری	تأثیرگذاری در عرصه بین‌الملل	توانمندی محیطی
دارای تعامل سازنده و مؤثر با جهان بر اساس اصول عزت، حکمت و مصلحت	تعامل سازنده با جهان	ارتباط مؤثر با سایر کشورها	توانمندی محیطی
بالا بردن سطح آگاهی‌های عمومی در همه زمینه‌ها با استفاده صحیح از مطبوعات و رسانه‌های گروهی و وسایل دیگر	ارتقای دانش عمومی با رسانه‌ها	آموزش همگانی با فناوری‌ها و رسانه‌ها	توانمندی محیطی
آموزش و پرورش و تربیت بدنی رایگان برای همه در تمام سطوح، و تسهیل و تعمیم آموزش عالی	تعمیم و تسهیل آموزش در تمام سطوح	تسهیل آموزش همگانی	توانمندی محیطی
تقویت روح بررسی و تتبع و ابتکار در تمام زمینه‌های علمی، فنی، فرهنگی و اسلامی از طریق تأسیس مراکز تحقیق و تشویق محققان	تقویت ابتکار و تحقیق و پژوهش	حمایت از خلاقیت و پژوهش	توانمندی محیطی
تأمین آزادی‌های سیاسی و اجتماعی در حدود قانون	تأمین آزادی سیاسی و اجتماعی	آزادی سیاسی و اجتماعی	توانمندی محیطی
مشارکت عامه مردم در تعیین سرنوشت سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خویش	مشارکت سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی	مشارکت مردمی	تحرك فرهنگی
بسط پیام و فرهنگ انقلاب اسلامی در جامعه و جهان	اشاعه فرهنگ انقلاب به جهان	تأثیرگذاری در سطح جهانی	توانمندی محیطی
به کمال رسیدن قوای خلاقه و شایسته وجود آدمی در همه شئون و به فعالیت درآوردن استعدادات خداداده و استحصال دفاثن عقول و ذخائر وجودی انسان	تقویت و کمال خلاقیت و استعداد	حمایت از خلاقیت و استعدادهاى برتر	توانمندی محیطی
ایجاد وحدت رویه و هماهنگی فرهنگی در میان دستگاه‌های مختلف نظام جمهوری اسلامی	هماهنگی دستگاه‌ها	همسویی و وحدت رویه دستگاه‌ها	توانمندی محیطی
بسیج امکانات، تلاش‌ها و برنامه‌های فرهنگی در جهت پاسخگویی به نیازهای فرهنگی جامعه و هدایت تلاش‌ها و نیازهای موجود	توجه به نیازهای فرهنگی	پاسخگویی به نیازهای فرهنگی جامعه	تحرك فرهنگی
همسویی و عدم مغایرت طرح‌ها و برنامه‌های اقتصادی، اجتماعی و غیر فرهنگی اما دارای نتایج فرهنگی، با سیاست فرهنگی کشور	همسویی و عدم تضاد برنامه‌ها	همسویی و وحدت رویه دستگاه‌ها	توانمندی محیطی
تسهیل و تقویت امور برنامه‌ریزی، نظارت و ارزیابی فرهنگی	تسهیل و تقویت برنامه‌ریزی و ارزیابی	برنامه‌ریزی و ارزیابی فرهنگی	توانمندی محیطی
حمایت از تعدد، تنوع و آزادی فعالیت‌های فرهنگی مردمی	آزادی و تنوع فعالیت فرهنگی	تنوع فعالیت‌های فرهنگی	تحرك فرهنگی
مبادله و مرابطه فرهنگی میان بخش‌های دولتی و غیردولتی، در جهت افزایش تحرک، جهاد و اجتهاد فرهنگی	مبادله میان بخش‌های دولتی و غیردولتی در زمینه فرهنگ	همکاری بخش دولتی و غیردولتی	توانمندی محیطی
ارتقای دانش و آگاهی عمومی و اعتلای روحیه، تنبّع، تحقیق و ابتکار	ارتقای دانش عمومی و پژوهش و خلاقیت	آموزش همگانی و پژوهش و خلاقیت	توانمندی محیطی
بازشناسی و ارزیابی موارث و سنن تاریخی و ملی در عرصه‌های مختلف دینی، علمی ادبی و هنری و فرهنگ عمومی، و نگاهبانی از مآثر و موارث اسلامی و ملی و حفظ و احیای دستاوردهای مثبت و ارزشمند تمدن اسلام در ایران	بازشناسی سنت‌ها و میراث فرهنگی	توجه به میراث فرهنگی و هنری	تحرك فرهنگی
شناخت جامع و فرهنگ و مدنیت اسلام و ایران و ترویج اخلاق و معارف اسلامی و معرفی شخصیت‌ها و عظمت‌های تاریخ اسلام و ایران	شناخت جامع فرهنگ و میراث فرهنگی	میراث فرهنگی و سرمایه فرهنگی	تحرك فرهنگی
ارتباط فعال با کشورها و ملت‌ها و تحکیم پیوند مودت و تقویت همبستگی با مسلمانان و ملل دیگر جهان	ارتباط فعال با کشورها و همبستگی	روابط با سایر کشورها	توانمندی محیطی
شناخت فرهنگ و تجربه‌های بشری و استفاده از دستاوردهای علمی و فرهنگی جهانی با بهره‌گیری از کلیه روش‌ها و ابزارهای مفید و مناسب	شناخت سایر فرهنگ‌ها و بهره از دستاوردهای علمی	کسب دانش جهانی	توانمندی محیطی
تحکیم وحدت ملی و دینی با توجه به ویژگی‌های قومی و مذهبی و تلاش در جهت حذف موانع وحدت	وحدت ملی و تنوع قومی	وحدت در عین تنوع فرهنگی و قومی	توانمندی محیطی
رشد علمی و فرهنگی و فنی جامعه و فراگیر شدن امر سواد و تعلیم و تربیت	رشد علمی و فرهنگی و آموزش همگانی	ارتقای دانش و آموزش همگانی	توانمندی محیطی
بسط زمینه‌های لازم برای شکوفایی استعدادها و خلاقیت‌ها و حمایت از ابتکارات و ابداعات	حمایت از ابتکارات و خلاقیت‌ها	پرورش استعدادها و خلاقیت‌ها	توانمندی محیطی
فراهم ساختن شرایط و امکانات کافی برای مطالعه و تحقیق و بهره‌گیری از نتایج آن در همه زمینه‌ها	امکانات و شرایط لازم برای مطالعه و تحقیق	توجه به پژوهش و تحقیق	توانمندی محیطی
تقویت تفکر و تعقل و قدرت نقادی و انتخاب در عرصه تلاقی و تضارب افکار	تقویت تفکر و قدرت انتقاد و انتخاب	انتقاد و آزادی انتخاب	تحرك فرهنگی
تقویت و احیا و معرفی هنر اصیل و سازنده در تمامی عرصه‌ها و زمینه‌های سازگار با روح تعالیم اسلامی	تقویت و احیا و معرفی هنر اصیل و سازنده	ارائه فرهنگ و هنر اصیل	تحرك فرهنگی

مضمون	برچسب/ کد	زیرمقوله	مقوله
گسترش زمینه مشارکت و مباشرت مردم در امور فرهنگی، هنری، علمی و اجتماعی و همچنین حمایت از فعالیت‌ها و اقدامات غیردولتی به منظور همگانی شدن فرهنگ و توسعه امور فرهنگی با نظارت دولت	زمینه مشارکت مردم در امور فرهنگی با نظارت دولت	مشارکت مردمی و غیردولتی	تحرك فرهنگي
گسترش روحیه نقد و انتقادپذیری و حمایت از حقوق فردی و اجتماعی برای دعوت به خیر و همگانی شدن امر به معروف و نهی از منکر بر مبنای حکمت، موعظه حسنه، شرح صدر و جدال به آنچه احسن است	روحیه نقد و انتقادپذیری	انتقاد و آزادی انتخاب	تحرك فرهنگي
توسعه و اعتلای تبلیغات فرهنگی و هنری به نحو مناسب به منظور ترویج و تحکیم فضایل اخلاقی	توسعه تبلیغات فرهنگی و هنری	اشاعه فرهنگ	تحرك فرهنگي
اولویت دادن به کودکان و نوجوانان و جوانان در داخل کشور	اولویت به کودکان و نوجوانان	منابع انسانی داخلی	توانمندی محیطی
اولویت دادن به کشورها و مجامع اسلامی و ایرانیان در خارج کشور	اولویت به کشورهای اسلامی و ایرانیان خارج از کشور	اولویت کشورهای اسلامی	توانمندی محیطی
کشف استعدادها و خلاقیت‌های فرهنگی و هنری و آموزش و تربیت نیروی انسانی	کشف استعداد و تربیت نیروی انسانی	منابع انسانی خلاق و مستعد	توانمندی محیطی
حمایت‌های معنوی و مادی از مراکز و فعالیت‌های فرهنگی و هنری و تأمین اجتماعی از باب فرهنگ و هنر و تشویق آنان به آفرینش‌ها و ابداعات فرهنگی و هنری	حمایت مادی و معنوی از فعالیت‌های فرهنگی و هنری و خلاقیت	فعالیت‌های فرهنگی و هنری	تحرك فرهنگي
ایجاد زمینه‌های مناسب جهت بهره‌گیری مطلوب و متعادل فرهنگی و هنری از اوقات فراغت و تفریح	ایجاد زمینه برای اوقات فراغت فرهنگی	فرهنگ در اوقات فراغت	تحرك فرهنگي
افزایش ظرفیت‌های مراکز فرهنگی با لحاظ نمودن رشد جمعیت کشور	افزایش مراکز فرهنگی متناسب با رشد جمعیت	افزایش زیرساخت‌های فرهنگی	تحرك فرهنگي
تشویق سرمایه‌گذاری و مشارکت مردم و هدایت انگیزه‌های معنوی آنان در جهت تأمین نیازهای بخش فرهنگ و هنر و ایجاد تسهیلات لازم در این زمینه و تضمین حقوق سرمایه‌گذاران	تشویق سرمایه‌گذاری و مشارکت مردمی در فرهنگ و هنر	مشارکت مردم در سرمایه‌گذاری	تحرك فرهنگي
کمک به تأمین مواد اولیه و تقویت صنایع تولید مواد و ملزومات فرهنگی و هنری	تأمین مواد اولیه و تقویت تولید فرهنگی	حمایت از تولید فرهنگی	تحرك فرهنگي
سازماندهی بازار و ترویج محصولات فرهنگی و هنری و اصلاح شبکه‌های توزیع	سازماندهی بازار و ترویج محصولات و اصلاح توزیع	بازار هنری و توزیع	اقتصاد خلاق
توجه به بازسازی، نوسازی، تجهیز و توسعه ظرفیت‌های تأسیسات و مراکز فرهنگی و هنری موجود و استفاده از تکنولوژی جدید و ارتباط جمعی و بهره‌برداری حداکثر از آن	بازسازی، نوسازی و تجهیز مراکز فرهنگی	توسعه زیرساخت‌های مراکز فرهنگی	تحرك فرهنگي
تمرکز در سیاست‌گذاری، عدم تمرکز در امور اجرایی و هماهنگی تشکیلات و فعالیت‌های فرهنگی هنری	سیاست‌گذاری برای هماهنگی فعالیت‌های فرهنگی و هنری	هماهنگی فعالیت‌های فرهنگی	توانمندی محیطی
تقویت ظرفیت‌های پژوهشی و نظام آماری و اطلاعاتی برای برنامه‌ریزی و ارزشیابی فعالیت‌های فرهنگی	تقویت ظرفیت پژوهش در فعالیت‌های فرهنگی	حمایت از پژوهش فرهنگی	توانمندی محیطی
سازماندهی و بهره‌برداری مطلوب از امکانات و تأسیسات فرهنگی و هنری نهادهای دولتی غیر فرهنگی و جلوگیری از دوباره‌کاری‌ها در امور غیرضروری	سازماندهی و بهره‌برداری مطلوب از امکانات فرهنگی و هنری غیردولتی	سازماندهی امکانات و مراکز فرهنگی	تحرك فرهنگي
تقویت ارتباط مناسب و مکمل میان بخش فرهنگی و بخش آموزش کشور، به ویژه در زمینه تربیت نیروی انسانی و گسترش فعالیت‌های فرهنگی و هنری در مراکز آموزشی	تقویت ارتباط میان فرهنگ و آموزش و تربیت نیروی انسانی	آموزش در حوزه فرهنگ و آموزش نیروی انسانی	توانمندی محیطی
اختصاص دادن درآمدهای حاصل از خدمات و تولیدات فرهنگی و هنری و استفاده از آن در بازسازی و توسعه بخش فرهنگ و اطلاع‌رسانی	بازسازی و توسعه بخش فرهنگ و اطلاع‌رسانی	توسعه فرهنگ و اطلاع‌رسانی	تحرك فرهنگي
آموزش مستمر نیروی انسانی و مدیران شاغل در بخش فرهنگ و هنر	آموزش مستمر نیروی انسانی و مدیران فرهنگی	آموزش نیروی انسانی فرهنگی	توانمندی محیطی
تأسیس مجتمع‌های فرهنگی، هنری، سینمایی و شبکه‌های توزیع و فروش زنجیره‌ای در سراسر کشور به منظور عرضه سریع و ارزان محصولات و تولیدات فرهنگی و هنری	ایجاد مجتمع‌های فرهنگی و هنری و شبکه توزیع و فروش و عرضه تولیدات فرهنگی	تقویت مراکز و زیرساخت‌های فرهنگی و هنری	تحرك فرهنگي
ایجاد، تقویت و تجهیز کتابخانه‌های عمومی، سالن‌ها سینما، تالارهای نمایش، نگارخانه‌ها، موزه‌های هنری به تناسب جمعیت	تقویت و تجهیز کتابخانه‌ها، سالن‌های سینما و ... متناسب با جمعیت	تقویت مراکز و زیرساخت‌های فرهنگی	تحرك فرهنگي
تقویت و ایجاد مراکز و تأسیساتی مانند هنرستان‌ها، فیلم‌خانه‌های ملی، لابراتوار و مراکز سینمایی کشور، استودیوهای بزرگ ضبط موسیقی ایرانی، شهرک سینمایی،	ایجاد مراکز آموزش هنری، استودیوها، شهرک‌های سینمایی و ...	تقویت مراکز و زیرساخت‌های فرهنگی	تحرك فرهنگي

مضمون	برچسب/کد	زیرمقاله	مقاله
فرهنگستان علوم (گروه هنر) و شبکه سراسری خانه‌های فرهنگ و موزه			
هدایت و ترویج و آموزش عمومی هنر و ادبیات به ویژه هنرهای سنتی ملی و اسلامی و برگزاری جشنواره‌ها و مسابقات منطقه‌ای و سراسری با اختصاص جوایز و پاداش‌های مناسب	ترویج و آموزش عمومی هنرهای ملی و اسلامی	برگزاری جشنواره‌های فرهنگی	تحرك فرهنگی
کمک به افزایش تولید سینمایی و هنری و نیز نمایش فیلم و اجرای تئاتر در مراکز آموزشی کارگری و کارمندی به منظور همگانی کردن فرهنگ و استفاده از انواع آموزش‌های تخصصی دولتی و آزاد	افزایش تولید سینمایی و هنری و همگانی کردن فرهنگ	افزایش تولید سینمایی	اقتصاد خلاق
کمک به ایجاد کانون‌های مخصوص نویسندگان و هنرمندان و مترجمان و روزنامه‌نگاران و خبرنگاران و تقویت جریان‌ها و تشکل‌های متعدد	ایجاد کانون‌های هنرمندان و نویسندگان	تقویت اصناف	تحرك فرهنگی
وضع مقررات لازم برای حمایت قانونی از آثار و تولیدات فرهنگی، علمی و هنری	مقررات حمایت از آثار و تولیدات فرهنگی و هنری	حمایت قانونی از تولیدات فرهنگی	اقتصاد خلاق
کمک به توسعه ارتباطات سازنده میان هنرمندان و نویسندگان و محققان داخلی و خارجی	توسعه ارتباطات سازنده میان هنرمندان خارجی و داخلی	ارتباط با هنرمندان سایر کشورها	تحرك فرهنگی
تشکیل و تقویت و تجهیز مدارک اطلاعات فرهنگی و هنری و مراکز حفظ و تنظیم اسناد، مدارک و شناسنامه‌های فرهنگی و هنری	تقویت و تجهیز مدارک اطلاعات فرهنگی و مراکز حفظ و تنظیم اسناد و مدارک	حفظ و حراست از میراث و اسناد فرهنگی	تحرك فرهنگی
ایجاد و تقویت مجتمع‌های پژوهشی و تحقیقات کاربردی در زمینه‌ها و بخش‌های مختلف فرهنگی	ایجاد مجتمع‌های پژوهشی فرهنگی	تقویت پژوهش فرهنگی	توانمندی محیطی
تعیین جایگاه مناسب برای بخش فرهنگ و در نظام بودجه‌ریزی کشور و تخصیص اعتبارات به نحوی که ثبات مالی لازم برای برنامه‌ریزی درازمدت فراهم شود و فعالیت‌ها و برنامه‌های فرهنگی تابع تغییرات بودجه جاری کشور نباشد.	جایگاه مناسب برای بخش فرهنگ در اعتبارات و بودجه	حمایت از بودجه فرهنگی	اقتصاد خلاق
استفاده از امکانات بانک‌ها و صندوق‌های قرض‌الحسنه در جهت تأمین اجتماعی نویسندگان، هنرمندان و محققان امور فرهنگی و هنری و اختصاص صندوق وام و بیمه ویژه	استفاده از امکانات و تسهیلات بانکی برای تأمین اجتماعی هنرمندان	حمایت مالی هنرمندان	اقتصاد خلاق
برقراری مقررات لازم به منظور تخفیف‌ها و معافیت‌های ویژه مالیاتی و گمرکی برای همه دست‌اندرکاران امور فرهنگی و هنری و استفاده از خدمات عمومی و امکانات اولیه توسط آنان و توسعه صادرات آثار فرهنگی هنری و ایجاد بازار آثار هنری در داخل و خارج به منظور بهره‌گیری معنوی و ایجاد منابع درآمد	معافیت مالیاتی برای فعالان فرهنگی و هنری	بازار هنری	اقتصاد خلاق
تأسیس و تقویت مرکز آموزش عالی تربیت نیروی انسانی لازم برای وسایل ارتباط جمعی، همچنین تأسیس و تقویت نمایندگی‌های مطبوعاتی و وسایل ارتباط جمعی در خارج کشور به منظور بهره‌گیری از تجربه‌ها و تحقیقات داخلی و خارجی در عرصه فعالیت‌های خبری و تبلیغی	تأسیس و تقویت مرکز آموزش عالی تربیت نیروی انسانی	آموزش نیروی انسانی	توانمندی محیطی
توسعه ایرانگردی و جهانگردی و تولید مواد فرهنگی و هنری لازم برای معرفی مناطق زیارتی و سیاحتی ایران و برنامه‌ریزی در زمینه جذب مسافران خارجی و سیر و سفر داخلی با افزایش بهره‌وری از امکانات زیارتی، سیاحتی و تفریحی کشور، با رعایت قوانین و ارزش‌های مقدس انقلاب به‌منظور شناسایی فرهنگی و تمدن اسلام و ایران روابط خارجی	توسعه ایرانگردی و جهانگردی و تولید مواد فرهنگی برای مناطق زیارتی و گردشگرپذیر	حمایت از گردشگری	تحرك فرهنگی
پیشبرد راهبرد گفت‌وگوی میان تمدن‌ها و فرهنگ‌ها در سطوح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی	راهبرد گفت‌وگوی میان تمدن‌ها و فرهنگ‌ها	تعامل با سایر فرهنگ‌ها	تحرك فرهنگی
نیادسازی در جهت تولید و ترویج علم و تحقیق و افزایش سهم کشور در تولیدات علمی جهان و گسترش و تعمیق نهضت نرم‌افزاری و تأکید بر رویکرد خلاقیت و نوآوری	تولید و ترویج علم و تحقیق و رویکرد خلاقیت	حمایت از پژوهش و خلاقیت	توانمندی محیطی
توسعه علوم و فناوری‌های جدید شامل: فناوری زیستی، ریزفناوری، فناوری فرهنگی، فناوری زیست محیطی و فناوری مواد جدید	توسعه علوم و فناوری‌های نوین در زمینه فرهنگی و ...	توسعه دانش روز و نوین	توانمندی محیطی
توسعه ارتباطات و زیرساخت‌های ارتباطی و فناوری اطلاعات متناسب با پیشرفت‌های جهانی	توسعه ارتباطات و زیرساخت‌های فناوری اطلاعات روز دنیا	توسعه زیرساخت‌های ارتباطی روز	توانمندی محیطی
تضمین حقوق مدنی و انسانی و دسترسی به فرصت‌های برابر برای افراد جامعه و احترام به نهاده‌شدن حقوق معنوی افراد	تضمین دسترسی به فرصت برابر و حقوق معنوی	حقوق معنوی افراد و آثار	اقتصاد خلاق
توسعه و تجهیز منابع انسانی آگاه، انعطاف‌پذیر و ماهر با قابلیت‌های مشارکت و فعالیت در فضای نوین رقابتی و نوآوری در حال تغییر	توسعه و تجهیز منابع انسانی	آموزش منابع انسانی	توانمندی محیطی
بهبود کیفیت زندگی، سلامت، امنیت غذایی، تربیت‌بدنی رفیع فقر و حمایت از گروه‌های آسیب‌پذیر و تحقق عدالت اجتماعی	بهبود کیفیت زندگی و عدالت اجتماعی	افزایش سطح کیفیت زندگی	اقتصاد خلاق

مضمون	برچسب/ کد	زیرمقوله	مقوله
تغییر نقش و اندازه دولت به سطح دولتی سیاست‌گذار، تسهیل‌کننده، کارآفرین و کوچک	دولت سیاست‌گذار، تسهیل‌کننده و کارآفرین و کوچک	تغییر رویکرد تصدی‌گری دولت	اقتصاد خلاق
تأمین حقوق قانونی اقوام و اقلیت‌ها مصرح در قانون اساسی در چارچوب همگرایی و تقویت وفای ملی	تأمین حقوق قانونی اقوام و اقلیت‌ها	حمایت از تنوع قومی و فرهنگی	تحرک فرهنگی
جهت‌گیری روابط خارجی و اتخاذ دیپلماسی فعال برای گسترش همکاری و حضور کارآمد در مجموعه‌ها و معاهدات منطقه‌ای و بین‌المللی	دیپلماسی فعال و حضور کارآمد در عرصه منطقه‌ای و بین‌المللی	سیاست بین‌الملل	توانمندی محیطی
توسعه همکاری‌های همه‌جانبه با کشورهای دوست، منطقه و اسلامی و مشارکت بین‌المللی برای حفظ صلح	همکاری با کشورهای دیگر به‌ویژه کشورهای منطقه و اسلامی	سیاست بین‌الملل	توانمندی محیطی
توجه به نیازها و ضرورت‌های جوانان و فراهم کردن شرایط مناسب برای مشارکت آنها در فعالیت‌های اجتماعی و حمایت از استعداد‌های درخشان	نیازها و ضرورت جوانان برای مشارکت اجتماعی و حمایت از استعداد‌های درخشان	مشارکت جوانان	تحرک فرهنگی
تحقق رشد اقتصادی سریع، پیوسته و باثبات	رشد اقتصادی	توسعه اقتصادی	اقتصاد خلاق
ایجاد اشتغال مولد و کاهش نرخ بیکاری	ایجاد اشتغال و کاهش نرخ بیکاری	اشتغال	اقتصاد خلاق
تحقق رقابت‌پذیری اقتصاد کشور در سطح بازارهای داخلی و خارجی	رقابت‌پذیری اقتصاد کشور در بازارهای داخلی و خارجی	روابط اقتصادی با سایر کشورها	اقتصاد خلاق
تعامل فعال با جهان در تمام عرصه‌ها و هم‌پیوندی و اثربخشی در سطح اقتصاد جهانی	تعامل با جهان و اثربخشی در سطح اقتصاد جهانی	تعامل در اقتصاد جهانی	اقتصاد خلاق
پشتیبانی از کارآفرینی، فعالیت‌های نوآورانه و ظرفیت‌های فنی و پژوهشگری	حمایت از نوآوری و تحقیق و پژوهش	تقویت پژوهش و خلاقیت	توانمندی محیطی
دستیابی به اقتصاد متنوع، متکی به دانایی، سرمایه انسانی و فناوری‌های نوین	تحقق اقتصاد متنوع متکی بر سرمایه انسانی و فناوری نوین	اقتصاد متکی بر سرمایه انسانی و فناوری نوین	اقتصاد خلاق
حضور مؤثر در بازارهای منطقه‌ای و جهانی و مشارکت فعال در تقسیم کار بین‌المللی	حضور مؤثر در بازارهای بین‌المللی	تعامل در اقتصاد جهانی	اقتصاد خلاق
ایجاد سازوکارهای انگیزشی برای توسعه صادرات غیرنفتی و رفع موانع تولید قابل رقابت در عرصه بازارهای جهانی	توسعه صادرات غیرنفتی و کاهش موانع تولید در بازار رقابتی	صادرات غیرنفتی	اقتصاد خلاق
ایجاد فضای مناسب، امن و اطمینان‌بخش برای فعالان اقتصادی و سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی با تکیه بر احترام به حقوق مالکیت دارایی‌های مادی و غیرمادی	فضای امن برای فعالان اقتصادی و سرمایه‌گذاران	حمایت از حق معنوی آثار و فعالیت‌ها	اقتصاد خلاق
اتکا به مزیت‌های نسبی و ورقابتی و خلق مزیت‌های جدید	اتکا به مزیت‌های نسبی و رقابتی و جدید	تکیه بر مزیت‌های نوین رقابتی	اقتصاد خلاق
توانمندسازی بخش‌های خصوصی و تعاونی به عنوان محرک اصلی رشد اقتصادی	توانمندسازی بخش‌های خصوصی و تعاونی	حمایت از بخش غیردولتی	اقتصاد خلاق
سازماندهی فضای ملی، ایجاد تعادل منطقه‌ای و تقویت نقش منطقه‌ای کشور با بهره‌گیری از قابلیت‌ها و مزیت‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و طبیعی سرزمین با هدف ارتقای جایگاه بین‌المللی کشور	سازماندهی و تقویت نقش کشور در عرصه بین‌المللی	سیاست بین‌الملل	توانمندی محیطی

سیاست‌ها و تجربه‌های سایر کشورهای دنیا

همان‌طور که در فصل دوم نیز بیان شد، در یونسکو تاکنون ۱۸ شهر دنیا به عنوان شهر خلاق سینمایی ثبت شده است. این شهرها به طور عمده در اروپا هستند، چنانکه در این میان چهار شهر در آسیا، یک شهر در آمریکای جنوبی و مابقی در قاره سبز قرار گرفته‌اند. در این بخش به سیاست‌های این کشورها پرداخته می‌شود. در جدول زیر شهرهای عضو شبکه شهرهای خلاق سینمایی یونسکو تا پایان سال ۲۰۱۹ ارائه شده است:

جدول ۳-۴. شهرهای خلاق سینمایی عضو شبکه خلاق یونسکو

سال عضویت	شهر	کشور	قاره
۲۰۱۹	بمبئی	هندوستان	آسیا
۲۰۱۷	یاماگاتا	ژاپن	
۲۰۱۴	بوسان	کره جنوبی	
۲۰۱۷	چینگ‌دائو	چین	
۲۰۱۴	صوفیه	بلغارستان	اروپا
۲۰۱۹	پاتسدام	آلمان	
۲۰۱۵	رم	ایتالیا	
۲۰۱۵	بیتولا	مقدونیه	
۲۰۱۵	ووچ	لهستان	
۲۰۰۹	برادفورد	انگلستان	
۲۰۱۷	بريستول		
۲۰۱۰	سیدنی	استرالیا	
۲۰۱۹	ساریوو	بوسنی و هرزگوین	
۲۰۱۹	وایادولید	اسپانیا	
۲۰۱۷	تراسا		
۲۰۱۹	ولینگتون	نیوزیلند	
۲۰۱۴	گالوی	ایرلند	
۲۰۱۵	سانتوس	برزیل	

منبع: سایت یونسکو، ۲۰۲۰

بوسان

بوسان دومین شهر بزرگ کره جنوبی است که در سال ۲۰۱۴ به عنوان یکی از اعضای شبکه شهرهای خلاق یونسکو تعیین شده است. به طور کلی استراتژی‌های توسعه‌ای بوسان در دهه ۱۹۹۰ متمرکز بر زیرساخت و توسعه صنعتی بود. انطباق و دگرگونی فرهنگ به عنوان یک سیاست شهری توسعه‌گرا در کره جنوبی در دهه‌های اخیر مورد بحث قرار گرفته است.

در دهه ۱۹۹۰ عبارت «بوسان بزرگ و قدرتمند» به عنوان یک چشم‌انداز شهری از سوی شهردار این کلانشهر ارائه شد. بر این اساس بوسان باید در حد شهرهای جهانی و در زمره ده شهر نخست منطقه می‌گردید. این در حالی بود که واقعیت بوسان متفاوت از این چشم‌انداز بود. با تمام این واقعیت‌ها استراتژی شهری توسعه‌گرا همچنان در دستور کار بود. این شهر پروژه‌های توسعه‌ای عظیمی را در پانزده سال گذشته به انجام رسانید. این طرح‌ها ابزار مؤثری برای جذب سرمایه‌های دولتی ملی بود.

مفهوم کارآفرینی شهری بر نقش حاکمیت شهری به عنوان فعالان کسب‌وکار و تجاری در کره دارای اهمیت شد. فرهنگ نیز وارد این فرایند شد. صدها جشنواره و رویداد ورزشی برگزار شد و بهره‌مندی‌های فرهنگی به منظور جذب گردشگر توسعه یافت. جشنواره بین‌المللی فیلم بوسان در همین روند شکل گرفت. در ابتدا به دلیل عدم تجربه و وجود زیرساخت‌های بودجه‌ای و ... در بوسان برگزاری این جشنواره دور از انتظار بود. اما نخستین دوره با حضور ۱۷۰ فیلم از ۲۷ کشور سبب جلب ۱۸۰ هزار بازدیدکننده گردید و ۲/۰۴ میلیون دلار آمریکا درآمد ایجاد کرد. برگزاری این جشنواره به مثابه دارایی فرهنگی ارزشمندی برای شهر بود. در سال ۲۰۰۰ گزارش استراتژی‌های ارتقای صنعت فیلم در بوسان از سوی مسئولان شهری منتشر شد بر این مبنای بود که چشم‌انداز جدید شهر «شهر کانون صنعت فیلم در آسیا» باشد. این استراتژی ساخت یک کانون ارتباطاتی و فیلم‌سازی را برای صنعت فیلم آسیا در بوسان ارائه می‌داد. گزارش دیگر «چشم‌انداز فرهنگی بوسان ۲۱: استراتژی‌ها و چشم‌انداز فرهنگی بوسان در قرن ۲۱ (۲۰۱۰)» بود که فراتر از اشاعه صنعت فیلم بود و دربردارنده استراتژی‌های فرهنگی جامع برای توسعه شهری بود. این گزارش چشم‌انداز بوسان را تبدیل شدن به «پایتخت فرهنگی هزاره جدید» می‌دانست و هفت استراتژی و ۲۱ پروژه را برای دستیابی به این چشم‌انداز ارائه می‌کرد.

سال ۲۰۰۴ در مسیر بوسان به سوی تبدیل شدن به شهری فرهنگی بسیار تعیین‌کننده بود. به عنوان بخشی از سیاست‌های فرهنگی ملی برای ارتقای فرهنگ بومی به عنوان موتور رشد نوین، وزارت فرهنگ و گردشگری بوسان را به عنوان «شهر فرهنگی سینمایی»^۱ برگزید. این نام‌گذاری به معنای این بود که در مقایسه با سایر شهرها با گرایش‌های مشابه، دولت ملی به نقش بوسان در صنعت فیلم و گستره جشنواره فیلم اذعان داشت.

بنابراین این شهر از حمایت مالی دولت برخوردار شد. دولت و مسئولان کلانشهر بوسان طرح‌هایی را برای بالا بردن جایگاه شهر در خور عنوان اعطاشده اجرا کردند.

بر اساس برنامه مد نظر دولت (کلانشهر بوسان ۲۰۰۵) استراتژی‌هایی برای سازماندهی در سه حوزه تدوین شد. نخست توسعه جشنواره بین‌المللی فیلم بوسان بود که حمایت از زیرساخت‌هایی همچون مرکز سینمای بوسان و مجموعه فرهنگی بوسان را ممکن ساخت. دوم، ارتقای جایگاه شهر به عنوان شهر فرهنگی فیلم‌محور با جابجایی بنگاه‌های مردمی به از سئول به بوسان بود که به عنوان بخشی از سیاست توسعه متوازن مناطق دولت انجام گرفت. سومین استراتژی تقویت صنایع فیلم‌سازی و صنایع وابسته در بوسان بود.

جدول ۴-۴. استراتژی‌های اصلی شهر فرهنگی سینمایی

دسته‌بندی	محتوا
ایجاد تسهیلات و سازمان‌های مرتبط با فیلم	مرکز سینمایی بوسان، مجموعه فرهنگی بوسان، موزه تجربی فیلی بوسان و ...
برگزاری رویدادها و نمایشگاه‌ها	بازار فیلم آسیا، آکادمی فیلم آسیا، شبکه فیلم آسیا و ...
جابجایی اژانس‌های مرتبط با فیلم دولتی به بوسان	انجمن فیلم کره و ...

شهر فرهنگی تحت توسعه‌گرایی

با تاثیر از سیاست ملی شهر فرهنگی سینمایی، مسئولان کلانشهر بوسان برنامه فرهنگی جامعی را با عنوان چشم‌انداز فرهنگی بوسان ۲۰۲۰ در سال ۲۰۰۷ تدوین کردند. این برنامه شامل سیاست‌های جدی بود، اما به روشنی بر توسعه زیرساخت‌ها به‌ویژه امکانات سینما و فیلم تأکید داشت. در کنار استراتژی دولت بودجه کلانی نیز برای ساخت موزه‌ها، گالری‌های هنری، سالن اپرا و سالن‌ها و تجهیزات سینمایی اختصاص یافت. در عین حال این برنامه فاقد استراتژی‌ها و امکانات فرهنگی در سطح اجتماعی بود. امکانات فرهنگی کوچک مقیاس مانند کتابخانه‌ها و مراکز فرهنگی مستلزم بودجه بود و برای تقاضای محلی بسیار اندک بود. همچنین این برنامه فاقد استراتژی برای ارائه فضاهای هنری و فرهنگی در سطح اجتماعی بود که در سیاست‌های فرهنگی سایر شهرهای کره مد نظر اصلی بود.

کوتاه آنکه موفقیت جشنواره بین‌المللی فیلم بوسان فرصتی را برای این شهر مهیا کرد که در پی راهی برای توسعه بود. در هر حال همان‌طور که سیاست فرهنگی شهری در بوسان بسیار متمرکز بر جشنواره بین‌المللی فیلم بوسانو پروژه‌های وابسته به آن بود، سایر جنبه‌های فرهنگ به ویژه استراتژی‌های فرهنگی سطح اجتماعی

مورد غفلت قرار گرفت. بودجه شهر به تبدیل شدن شهر به شهر فرهنگی سینمایی اختصاص داشت و منابع اندکی را برای سایر حوزه‌های سیاست فرهنگی باقی گذاشت.

گفتمان شهر خلاق و سیاست‌گذاری در بوسان

ایده شهر خلاق در نیمه دهه ۲۰۰۰ در بوسان مطرح شد و در ابتدا به عنوان موضوعی برای بحث دانشگاهی و سپس مفهومی برای به‌کارگیری سیاست مد نظر قرار گرفت. آثار لاندردی (۲۰۰۰) و فلوریدا (۲۰۰۲) در سال‌های ۲۰۰۵ و ۲۰۰۲ به کره‌ای ترجمه شد. صاحب نظران شهری بوسان توجهشان به سایر آثار جلب شد و در مورد آینده بوسان صحبت کردند. زمان تعیین‌کننده هنگامی بود که در سال ۲۰۰۷ چارلز لاندردی برای یک سمینار به شهر بوسان و دانشگاه ملی بوسان رفت. در دیدار وی با شهردار بوسان بیان کرد: به جای ساخت جاده، بر جوانان سرمایه‌گذاری کنید و آنها را به ایجاد استارت‌آپ‌ها ترغیب نمایید.

گفتمان شهر خلاق در محافل دانشگاهی و سیاست‌گذاری بوسان رواج یافت. همان‌طور که لاندردی در بوسان بیان کرده بود، این مفهوم به عنوان سرمشق جدیدی از توسعه شهری بر استراتژی‌های فرهنگ‌محور و مردمی تمرکز داشت. برخلاف استراتژی‌های گذشته که بر صنایع تولید صنعتی و توسعه ساختمانی بود. برخی دانشگاهیان و خبرنگاران بوسان به سرعت این ایده را به عنوان آنتی‌تز رویکرد توسعه‌گرای رایج قلمداد کردند. با تکیه بر این مفهوم جدید، مقالات و گزارش‌های سیاستی اشاره داشتند که بوسان باید از رخوت توسعه‌گرای قبلی جدا شده و با مفهوم شهر خلاق که تکیه بر خلاقیت فرهنگی و نوسازی اجتماع‌محور دارد، همراه شود.

ایده شهر خلاق به سرعت جامعه شهری و محافل سیاستی را فراگرفت. تحت شرایطی که در آن بسیاری از دولت‌های محلی از جمله سئول این مفهوم را به عنوان یک مدل توسعه‌ای پذیرفته بودند، مدیران بوسان سعی کردند که رویکرد تازه‌ای را در پیش بگیرند. ابتدا این ایده انتزاعی به نظر می‌رسید و معنایی برای عمل سیاستی برای آن متصور نبود. در هر حال هنگامی که اصطلاح شهر خلاق در سال ۲۰۱۰ در ساختارهای سازمانی نهادینه شد، به زودی معانی ضمنی مشخص آن در سطح سیاست ایجاد شد. جالب آنکه اداره اجرایی شهر خلاق در بوسان در سال ۲۰۱۰ تأسیس شد تا به عنوان مسئول احیا و بازسازی شهری طراحی شهری و نه سیاست‌های فرهنگی فعالیت نماید. از آنجایی که بوسان مدت‌ها بود در پی راه حلی برای مناطق فرسوده حاشیه‌ای بود، نوسازی شهری در این مناطق در درجه نخست اولویت قرار داشت. بنابراین ایده شهر خلاق به عنوان راهی

برای انسانی‌سازی استراتژی‌های نوسازی شهری و تاکید بیشتر بر ایجاد اجتماع و حفاظت از فرهنگ بومی و محیط زیست به کار گرفته شد. ایجاد اداره شهر خلاق به طور گسترده‌ای در پیشنهادات دانشگاهیان و رسانه بود چراکه سیاست‌های جدید نوسازی شهری مسیر توسعه جایگزینی برای استراتژی‌های توسعه مجدد بود.

برنامه و طرح توتاتوگا^۱ (۲۰۰۹)

در این برنامه مسئولان شهری برای گروهی از هنرمندان فضاها را برای مدت سه سال مهیا کردند، در ازای آن هنرمندان موظف می‌شدند تا در فعالیت‌های محلی مانند اجرای برنامه‌های آموزشی و برگزاری جشنواره‌های فرهنگی برای شهروندان بومی مشارکت کنند. پس از سه سال حمایت دولتی هنرمندان باید تحت حمایت خودشان قرار می‌گرفتند و دولت هنرمندان دیگری را جایگزین آنها می‌نمود. این پروژه در پی رونق بخشیدن به مراکز قدیمی شهر با انجام فعالیت‌های هنری بود. این پروژه بسیار مورد استقبال قرار گرفت و هنرمندانی از شهر بوسان و شهرهای اطراف در آن مشارکت کردند و این طرح سبب حیات فرهنگی بخشیدن به مناطق شهر بود. تصور از مناطق بهبود بخشیده شد، بازدیدکنندگان افزایش یافتند، ساکنان فرصت بیشتری برای بهره‌مندی از فرهنگ داشتند و بیش از همه اینها این سیاست در تمام کشور به عنوان مدلی موفق از سیاست نوسازی شهری شناخته شد. از سال ۲۰۱۳ حمایت‌های مسئولان شهری از هنرمندان افزایش یافت و هنرمندان بیشتری به این طرح پیوستند.

شهر فرهنگی شاد و برای همه با افزایش قدرت نرم (۲۰۱۳) دربردارنده سیاست‌های فرهنگی در بوسان بود. این طرح یک تغییر پارادایم در سیاست‌های فرهنگی از زیرساخت محوری به اجتماع‌پذیری، از نظارت دولتی به مشارکت هنرمندان و ساکنان بود. این طرح سه سیاست را پیشنهاد می‌کرد: ۱. انجام اقدامات برای شهر فرهنگی، ۲. افزایش مشارکت فرهنگی شهروندان و ۳. حمایت از فضاها و کاری هنرمندان. با این دستورالعمل‌های سیاستی این طرح معیارهای حمایتی برای فعالیت‌های فرهنگی در سطح اجتماع تعیین کرد. نمونه‌های آن شامل تربیت و پرورش اجتماعات فرهنگی شهری، شمول اجتماعی از طریق فرهنگ، افزایش فرصت آموزش فرهنگی، توسعه محتواهای فرهنگی بومی و ایجاد شغل برای هنرمندان بود. بنابراین دید مسئولان با این طرح نسبت به مسائل وسعت یافت. تحت تاثیر دانش جهانی و عملکرد داخلی، برنامه قدرت نرم به وجود آمد.

۱ Totatoga

- سیاست‌های توسعه شهری به سیاست‌های یارانه‌ای دولت وابسته است
- مسئولان شهری ابعاد گوناگون فرهنگ و تقاضای مردم را برای فرهنگ دریافته‌اند که نقطه شروع آن نسخه شهر فرهنگی

به طور خلاصه سیاست‌های اتخاذ شده برای شهر بوسان را می‌توان در جدول زیر مشاهده کرد:

جدول ۵-۴. سیاست‌های شهر خلاق سینمایی در شهر بوسان

سیاست‌ها	تاکید	چشم‌انداز	سال
توسعه صنعتی، شهرک‌های تجاری و ... رویدادهای فرهنگی و ورزشی برای جذب گردشگر «برگزاری موفق جشنواره بین‌المللی فیلم بوسان»	توسعه‌گرایی و صنعتی شدن	«بوسان بزرگ‌قدرتمند» مبنی بر قرار گرفتن در ده شهر نخست منطقه	دهه ۱۹۹۰
مبادله اطلاعات درباره لکیشن‌های سینمایی، قوانین و الزامات در آسیا حمایت از اعضا تعامل سازنده با شرکت‌های تولیدی خارجی رشد فیلم‌سازی در منطقه با ارتقا و بهبود زیرساخت‌ها	بوسان به عنوان کانونارتباطات و فیلم‌سازی در آسیا مبادله آثار سینمایی جهانی و ایجاد شهر دوستدار سینما	شهر کانون صنعت فیلم آسیا شبکه انجمن‌های سینمایی آسیا (AFCNet) ^۱	۲۰۰۰ ۲۰۰۴
استراتژی‌ها: - ایجاد امکانات و سازمان‌های مرتبط با فیلم (مرکز سینمایی بوسان، مجموعه فرهنگی بوسان و ...) - برگزاری رویدادها و نمایشگاه‌ها (بازار فیلم آسیا، آکادمی فیلم آسیا و ...) - جایجایی آژانس‌های فیلم‌سازی از سئول به بوسان (انجمن فیلم کره و ...)	حمایت دولتی (عدم توجه به بخش اجتماعی و مشارکت مردمی)	نام‌گذاری «شهر فرهنگی سینمایی» از سوی وزارت فرهنگ و گردشگری	۲۰۰۷
- تأسیس اداره شهر خلاق - پروژه توتاتوگا (۲۰۰۹)؛ حمایت از هنرمندان و بهره‌مندی از آنان در برنامه‌های هنری و فرهنگی شهر و افزایش حمایت دولتی در سال ۲۰۱۳	ایده شهر خلاق راهی برای حل مشکلات شهری	شهر خلاق	۲۰۰۹
۷ استراتژی و ۲۱ پروژه	تبدیل بوسان به پایتخت فرهنگ‌گیز هزاره جدید (فراتر از فیلم و سینما)	چشم‌انداز فرهنگ بوسان ۲۱: استراتژی‌ها و چشم‌انداز فرهنگ بوسان در قرن ۲۱	۲۰۱۰
- مقدمات کار برای شهر فرهنگی - افزایش مشارکت فرهنگی شهروندان حمایت از فضاهای کاری هنرمندان	قدرت نرم و مشارکت شهروندان	شهر فرهنگی شاد و برای همه با افزایش قدرت نرم	۲۰۱۳
- ضمانت عرضه امکانات سینمایی برای تولید - حمایت از فعالیت‌های کارآفرینانه - فراهم کردن زیرساخت‌های فیزیکی	جذب شرکت‌ها در زمینه صنایع رسانه‌ای شنیداری دیداری	تولید و صنعت	۲۰۱۴- ۲۰۱۸

۱ Asian Film Commissions Network

۲ The cine culture city

۳ Totatoga

سیاست‌ها	تاکید	چشم‌انداز	سال
<ul style="list-style-type: none"> - بسته‌های سیاستی حمایتی - تامین منابع انسانی متخصص و.. - ایجاد پایگاه داده برای فیلم‌سازان و حرفه‌ای‌ها - سرمایه‌گذاری - حمایت بیشتر برای یافتن لکیشن‌های فیلم‌برداری - معرفی سیستم تولید فیلم و ... - ایجاد لکیشن‌های سینمایی (گذشته، اکنون و آینده) 			
<ul style="list-style-type: none"> - آموزش منظم در مدرسه - آکادمی‌های هنری سینمایی - مدرسه سینمای آسیای بوسان - موسسه سینمایی و رسانه‌ای دانشگاهی - موزه سینما و مرکز تحقیقات و آرشیو فیلم آرشیو فیلم آسیای بوسان موزه فیلم بوسان 	آموزش رسانه‌های دیداری شنیداری (ملی و بین‌المللی) پژوهش در سینما	آموزش و تحقیق	
<ul style="list-style-type: none"> جشنواره‌های بین‌المللی سینمایی جایزه‌های سینمایی ملی و بین‌المللی جشنواره‌های سینمایی شهرهای خلاق 	بین‌المللی و ملی	برگزاری جشنواره‌های سینمایی	
<ul style="list-style-type: none"> ارتباطات با سایر فرهنگ‌ها و مناطق و کشورها مشارکت مردمی و بخش خصوصی پژوهش در حوزه شهرهای خلاق افزایش اطلاعات و آگاهی 	پر کردن شکاف میان فرهنگ‌ها و مناطق و توسعه پایدار شهری	برنامه‌های مبادله فرهنگی	

Park, 2016, Busan report, 2014

چینگ دائو^۱

چینگ دائو از شهرهای بزرگ چین با ۹/۲ میلیون نفر جمعیت به شمار می‌رود که از رفاه و استانداردهای زندگی بالایی نیز برخوردار است. فیلم و سینما بخش مهمی در تاریخ و فرهنگ این شهر دارد که قدمت آن به دهه ۱۹۰۰ می‌سد، چنانکه آن را خانه سینمای چین می‌دانند. این شهر دارای سابقه فرهنگی و مردمانی فرهنگ‌دوست است. از جمله ویژگی‌های چینگ دائو طبیعت و آب و هوای متنوع شرایط مناسبی را برای فیلم‌سازی مهیا کرده است. در سال ۲۰۱۶ صنایع خلاق یک میلیارد دلار آمریکا بود که رشد ۱۴/۸ درصدی هم داشته است. این شهر میزبان جشنواره‌ها و رویدادهای فرهنگی بین‌المللی است. یکی از این رویدادها جایزه هنرهای نمایشی انجمن فیلم چین است که در سال ۱۹۸۷ پایه‌گذاری شده است که به جایزه ققنوس طلائی

۱ <http://www.filmqingdao.com/m/en/index.aspx>

شهرت دارد. همچنین با دارا بودن بزرگ‌ترین پارک فناوری تلویزیون و سینما، شامل بخش تولید، بخش صحنه و تجربه با جشنواره فیلم کن تقاهم‌نامه همکاری امضا کرده است.

برای این شهر نوآوری سینمایی عامل استراتژیک مهمی برای تحقق توسعه شهری پایدار در حوزه‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی است. مجموعه‌ای از سیاست‌ها توسعه را در صنعت فیلم و تلویزیون ممکن ساخته که از جمله آن می‌توان به ابتکار عمل ساخت پایتخت فیلم سینمایی مشرق‌زمین اشاره کرد. این برنامه با هدف ایجاد یک منطقه صنعتی بزرگ‌مقیاس برای فیلم و تلویزیون با ظرفیت ۳۰ استودیو در مساحت ۴۴ کیلومتر مربع در نخستین فاز ساخته شد که شامل یک استودیوی ۱۰ هزار متر مربعی و یک استودیوی زیرآب هنری است. ساخت چهل استودیو برای استفاده حدود ۱۰۰ فیلم و تولید تلویزیونی سبب ایجاد صد هزار شغل شده است.

در این شهر مراکز دانشگاهی، تحقیق و توسعه و مؤسسات پژوهشی بسیاری وجود دارد و به لحاظ امکانات فرهنگی دارای ظرفیت‌ها و زیرساخت متناسب است، به طوری که تا سال ۲۰۱۵ این شهر ۴۷۵ مرکز فرهنگی از جمله ۱۳ کتابخانه، چهل سالن تئاتر، ۱۸۵ مرکز فرهنگی، ۲۰ موزه و ۷ گروه هنری داشته است.

به لحاظ اقتصادی هشتمین شهر در چین به شمار می‌رود و رشد سریعی در ایجاد یک سیستم اقتصادی با مجموعه‌های الکترونیکی، کشتیرانی، کشتی‌سازی و گردشگری فرهنگی. این شهر شهر برندهای چین نام گرفته است و نرخ رشد سالانه اقتصاد این شهر ۸ درصد با تولید ناخالص داخلی ۱۲۰ میلیارد دلار آمریکا در سال ۲۰۱۴. این شهر یکی از بندرهای مهم اقتصادی دارای حمل‌ونقل بین‌المللی و روابط تجاری است با ۲۱۶ کشور جهان است. با ۶۴ شهر در جهان خواهرخوانده است و ۱۱۶ شرکت در آن سرمایه‌گذاری کرده‌اند.

به لحاظ سابقه تاریخی و شرایط محیط زیستی شرایط ایده‌آلی دارد و در کنار دریا قرار دارد و اقیانوس عامل فرهنگی اساسی در گذشته این شهر و حال و آینده آن دارد. اما دریافته‌اند که اقتصاد بدون فرهنگ ناپایدار است. در سال ۲۰۱۱ ایده صنایع فرهنگی به عنوان موتور اصلی توسعه مطرح شد. در سال ۲۰۱۳ خود را «چینگ‌دائو فرهنگی» نامید و سه برند پایتخت کشتی‌رانی، جزیره موسیقی و شهر فیلم را دارد. دارای چشم‌انداز تبدیل شدن به بازار فرهنگی ملی تا سال ۲۰۲۰ است/ همکاری میان شرکت‌های تجاری و فرهنگی که شامل ده

برنامه فرهنگی با حمایت دولتی می‌باشد. سرمایه‌گذاری سالانه در حدود بیش از یک میلیارد یوآن که نیمی از آن توسط شهرداری و دولت و باقی آن از سوی سرمایه اجتماعی است که صرف ساخت فیلم سینمایی و برنامه‌های تلویزیونی می‌شود.

- تسهیل ساخت فیلم‌های سینمایی و تلویزیونی با حمایت مالی شهرداری که این سرمایه‌گذاری فراتر از ده درصد از بازگشت درآمد فیلم و تلویزیون در سال نیست.

- حمایت از بنگاه‌های فیلم‌سازی با ارائه یارانه دولتی و کمک شهرداری که این یارانه حدود پنجاه درصد هزینه‌های پیش‌بینی شده است و حداکثر حدود سه میلیون یوآن است.

جشنواره‌های سینمایی: جایزه فیلم انجمن هنرهای نمایشی چین (جایزه ققنوس طلایی) که با حمایت انجمن هنرهای نمایشی سینمای این کشور برگزار می‌شود.

- جشنواره فرهنگی شهروند ۲۰۱۶: اجرای فرهنگی سینمای چینگ‌دائو با سیصد فیلم به طور رایگان

- جشنواره فیلم دانش‌آموزان راهنمایی و دبیرستان چینگ‌دائو

- جشنواره فیلم کشاورز چینگ‌دائو: این جشنواره در سال ۱۹۹۸ برای اولین بار برگزار شد

بودجه:

- شورای بودجه ویژه پایتخت فیلم سینمایی چینگ‌دائو برای توسعه صنایع سینما و تلویزیون:

- توجه به چاپ و توزیع سیاست مدیریتی در استفاده از بودجه توسعه سینما و تلویزیون چینگ‌دائو

- سند شهرداری چینگ‌دائو در خصوص سرمایه‌گذاری شهرداری در فرهنگ، رادیو، تلویزیون، نشر و

انتشارات

همکاری‌های بین‌المللی: درخواست میزبانی هفته فیلم هند در چینگ‌دائو/ برای ارتقای مبادله و همکاری

فرهنگی با هند و ایجاد فضای سینمایی در شهر

مبادله فرهنگی: برگزاری ششمین جشنواره نیوزیلند در چین (۲۰۱۲): این جشنواره به ترتیب در پکن،

گوانگجو و چینگ‌دائو برگزار شد

امکانات فرهنگی سینمایی و تلویزیون مورد انتظار یونسکو

یاماگاتا

یاماگاتا یکی از شهرهای مرکز استان ژاپن است که به عنوان شهر خلاق سینمایی تلاش دارد تا در شکوفایی صنعت فرهنگی، گردشگری و آموزش شکوفا گردد. خلاقیت یاماگاتا به عنوان عامل استراتژیک توسعه پایدار شهری محسوب می‌شود.

سیاست‌های کلی دولت ژاپن برای حمایت از فعالیتهای خلاق هنرهای نمایشی:

سیستم یارانه برای فعالیتهای هنرهای نمایشی خلاق در قالب «پروژه احیای فعالیتهای خلاق هنرهای

نمایشی» برای ارتقای استانداردهای اجرای آثار نمایشی

حمایت از تولید و فعالیتهای مرتبط با بهترین فیلم‌های انیمیشن در راستای تولیدات بین‌المللی و نیز

حمایت از مبادله فرهنگی فیلم و انیمیشن علاوه بر آن از تولیدکنندگان جوان حمایت ویژه می‌کند. حمایت از

فیلم و سینما در سه دسته کلی انجام می‌شود: ۱. خلق، مبادله و پخش فیلم‌های ژاپنی، ۲. پرورش فیلم‌سازان

جوان و افرادی که در امور مرتبط با فیلم فعالند و ۳. جمع‌آوری، حفظ و احیای فیلم‌های ژاپنی

جدول ۶-۴. سیاست‌های شهر خلاق سینمایی یاماگاتا

حمایت از تولید فیلم	حمایت از تولید فیلم‌های برجسته و موفق	خلق، مبادله و پخش فیلم‌های ژاپنی
پایگاه داده برای لکیشن فیلم‌سازی	تلاش برای حمایت از فیلم‌سازی در ژاپن با فراهم ساختن پایگاه داده اطلاعات برای لکیشن فیلم‌ها در سراسر جهان و پخش لکیشن‌های جذاب (برای تولید فیلم) در کشور و خارج از کشور	
جوایز سینمایی	تصمیم‌گیری درباره برندگان جایزه فیلم مستند و نیز سایر جوایز و برگزاری مراسم اعطای جوایز	
حمایت از مشارکت در جشنواره‌های سینمایی خارج از ژاپن	حمایت از مشارکت در جشنواره‌های فیلم سایر کشورها به منظور انتشار فیلم‌های ژاپنی	
کنفرانس فیلم ژاپن	فراهم کردن فرصتهایی برای مبادله و پخش فیلم‌های مختلف با برگزاری کنفرانس‌هایی در خصوص ابعاد مختلف فیلم‌ها	
اکران ویژه فیلم‌های ژاپنی در پروژه آسیا	ارتقا و اصلاح شناخت از فرهنگ ژاپنی و افزایش فرصتهایی برای اکران فیلم‌های ژاپنی در قاره آسیا	
سامانه حفظ اطلاعات فیلم ژاپن	حفظ پایگاه داده اطلاعات فیلم که به شناخته شدن فیلم‌های ژاپنی در خارج از مرزها کمک می‌کند	
پرورش فیلم‌سازان جوان با حمایت از فیلم‌های کوتاه	حمایت از فیلم‌سازان جوان با کارگاه‌های تولید و تولید فیلم‌های کوتاه	پرورش فیلم‌سازان جوان و شغل
حمایت از پروژه پرورش نیرو در سازمان‌های مرتبط با فیلم‌سازی	حمایت از پذیرش دانشجویان در مکان‌های تولید به منظور پرورش استعدادها و ویژه در فرایند تولید فیلم	
آرشیو ملی فیلم ژاپن	جمع‌آوری، حفظ و احیای فیلم‌های ارزشمند ژاپنی	جمع‌آوری، حفظ و نگهداری فیلم‌های ژاپنی

- تشویق ساکنان و شهروندان برای مشارکت در فعالیتهای فرهنگی و هنری

۱. جشنواره فرهنگی ملی

۲. جشنواره‌های فرهنگی ملی برای مقطع دبیرستان

- تربیت نیروی انسانی برای حمایت از فعالیتهای هنری و فرهنگی

- بازسازی سالن‌های کنسرت و تئاتر و ... (پروژه‌های حمایت ویژه برای ارتقای آگاهی، تربیت منابع انسانی و ایجاد صحنه‌های نمایش با استانداردهای بین‌المللی - پروژه‌های حمایت از تولیدات مشارکتی - پروژه‌های بازسازی سالن‌های نمایش و کنسرت - پروژه‌های حمایت از تشکیل شبکه‌های دسترسی به اجراهای تئاتر، موسیقی و ... - پروژه‌های ارائه خدمات اولیه برای تئاتر و ... که شامل تحقیقات و کارگاه‌ها برای ارائه اطلاعات به منظور ایجاد فضایی برای فعالیت‌های اجرای هنری است)

- توسعه شهر خلاق هنری و فرهنگی:

مسئولان محلی تلاش دارند تا خلاقیت شهروندان را با استفاده از زیبایی‌های نمایشی و فضای فرهنگی متناسب با اجتماع محلی پرورش دهند و آن را به صنایع جدید و سرزندگی و رفاه شهری تبدیل کنند. آژانس امور فرهنگی تلاش‌های خود را معطوف به شهر خلاق فرهنگی و هنری نموده است که با بهره‌مندی از خلاقیت فرهنگی و هنر برای تحقق توسعه صنعتی و بازسازی منطقه تلاش می‌کند.^۱

کافه خلاق!^۲ در این پروژه یا طرح مبادله نظرات و ایده‌های مردم شهر یاماگاتا درباره فیلم و سینما بدون محدودیت سن، جنس و ملیت ممکن می‌شود. این به دو شیوه میسر می‌گردد: ۱. در رویدادی از یک سخنران مهمان از بخش فرهنگی یا سینمایی دعوت می‌شود برای سخنرانی یا برگزاری کارگاه و ۲. در یک بعد از ظهر فضایی مناسب برای نوشیدن چای و نشستن و صحبت درباره موضوعات مختلف فراهم می‌شود. مهیج‌ترین بخش از این پروژه این است که اعضای جلسه می‌توانند نوبتی این جلسه را با شیوه متفاوت و منحصر به فرد خود برگزار کنند. اولین جلسه آن در سال ۲۰۱۷ برگزار شده و تا کنون به صورت ماهانه ادامه دارد.^۳

پروژه نوزایی یا رنسانس یاماگاتا:^۴ پروژه‌ای است برای تولید مجموعه‌ای از فیلم‌ها برای معرفی صنایع دستی سنتی یاماگاتا از نگاه جدید و امروزی و ارائه فرصت به استعدادهای فیلم‌سازی جوان برای پرورش مهارت‌های خود. این فیلم‌ها همیشه در آرشیو به صورت رایگان و به دو زبان انگلیسی و ژاپنی قابل دسترس هستند.^۵

^۱ Policy of cultural affairs in Japan, fiscal 2018, agency for cultural affairs, Government of Japan

^۲ Creative cafe

^۳ https://www.creative-yamagata.jp/en/creative_cafe

^۴ Yamagata Renaissance Project

^۵ <https://www.creative-yamagata.jp/en/archives/371>

کنفرانس بین‌المللی شهرهای خلاق یاماگاتا: این کنفرانس بین‌المللی مجالی برای بحث درباره سهم خلاقیت در توسعه پایدار شهری است. هدف آن ترغیب نسل جوانی است که در آینده مسئولیت‌هایی خواهند داشت. بحث‌ها درباره خلاقیت به عنوان پیشران توسعه پایدار شهری در میان خلاقان، صاحب‌نظران، نمایندگان شهرهای خلاق عضو شبکه خلاق یونسکو و شهروندان یاماگاتا می‌باشد. این کنفرانس فرصتی برای آموزش به‌ویژه جوانان است تا درکی از شبکه خلاق داشته باشند و به عنوان بخشی از جامعه جهانی بیندیشند و برای حل مشکلات اجتماعی هم‌فکری نمایند. این کنفرانس‌ها تا کنون در سه سال از سال ۲۰۱۷ تا سال ۲۰۱۹ برگزار شده است.^۱

گردشگری خلاق یاماگاتا: یاماگاتا گردشگری خلاق را به عنوان راهی برای گرد هم آوردن منابع فرهنگی گوناگون یاماگاتا از جمله فعالیت‌هایی در عرصه‌های فیلم، موسیقی، هنر، ادبیات و محیط‌زیست طبیعی شهر به تصویر می‌کشد. در سال ۲۰۱۷ بروشوری با عنوان «بیاید به شما کمک کنیم تا از فرهنگ یاماگاتا در جشنواره بین‌المللی فیلم مستند یاماگاتا ۲۰۱۷ لذت ببرید» منتشر شد و در طی این جشنواره به طور گسترده‌ای توزیع شد.^۲

بسته سینمایی یاماگاتا برای دنیا: این طرح به منظور بهبود مبادله بین‌المللی با نشان دادن فیلم‌های سینمایی در شهر یاماگاتا می‌باشد. در سال ۲۰۱۹ طرح مبادله فیلم سینمایی با بوسان کره جنوبی انجام شد که در آن گروه فیلم سازی از مقطع راهنمایی بودند که فیلم کوتاه سامورایی دبیرستانی را ساختند.^۳

هنرمندان یاماگاتا- در اقامت: در این برنامه از فیلم‌سازان کشورهای مختلف دعوت می‌شود تا در یاماگاتا اقامت گزینند و به آنها فضا و فرصت تمرکز بر ساخت پروژه‌های فیلم‌سازی داده می‌شود. اولین نوبت آن در سال ۲۰۱۸ بود که از فیلم‌سازانی از اندونزی و مالزی به یاماگاتا دعوت شد. آنها در کارگاه چهارروزه با پنج فیلم‌ساز ژاپنی و شش مربی متخصص بین‌المللی شرکت کردند. آنها همچنین با شهروندان یاماگاتایی در کافه خلاق شرکت کردند و در نهایت فیلم کوتاهی درباره شهر یاماگاتا ساختند.^۴

^۱ <https://www.creative-yamagata.jp/en/archives/403>

^۲ <https://www.creative-yamagata.jp/en/archives/411>

^۳ <https://www.creative-yamagata.jp/en/archives/399>

^۴ <https://www.creative-yamagata.jp/en/archives/423>

مدرسه فیلم یاماگاتا برای شهروندان: با همکاری داوطلبان، این پروژه از برنامه‌سازی فیلم و سینما به عنوان راهی برای تشویق شهروندان برای شرکت در رویدادهای هنری و نیز ارائه مکانی برای مبادله اطلاعات استفاده می‌کند.^۱

آموزش فیلم: مشارکت گروهی از فیلم‌سازان حرفه‌ای، اساتید، خبرنگاران، سازمان‌دهندگان غیرانتفاعی و سایر شهروندان، این طرح برای آموزش فیلم‌سازی ادامه دارد.^۲

مأموریت / کمیسیون فیلم یاماگاتا: این طرح از فیلم‌ها، برنامه‌های تلویزیونی، تولیدات فیلم‌سازی و تجاری در منطقه حمایت می‌کند. از سال ۲۰۱۲ مقیاس این طرح تا پنج شهر و دو شهرک همسایه یاماگاتا گسترش یافته تا خدمات بهتری ارائه دهد. اکنون با حدود شصت تیم تولید بازدیدکننده و افزایش در تولیدات به‌ویژه تولید فیلم‌های بلند سینمایی سبب برندسازی برای شهر یاماگاتا و سهم شدن این شهر در درآمد اقتصادی و گردشگری و ارزش افزوده فرهنگی شده است. در ده سال این بخش با حدود ۴۸۰ تیم فیلم‌سازی که به یاماگاتا برای فیلم‌سازی می‌آیند همکاری داشته است.

برگزاری جشنواره بین‌المللی فیلم مستندآز ۱۹۸۹: جذب گردشگر از سایر کشورها- آشنایی متقابل مستندسازان دنیا و مستندسازان ژاپنی

مراکز دانشگاهی یاماگاتا

دانشگاه هنر و طراحی توهوکو:^۳ در سال ۱۹۹۲ تاسیس شده است و دارای ۲۵۰ دانشجوی در رشته فیلم‌سازی است و بسیاری از دانش‌آموختگان این دانشگاه در جشنواره‌های فیلم بین‌المللی شرکت دارند.

دانشگاه یاماگاتا: تأسیس در سال ۱۸۷۸، مطالعات فیلم‌سازی در دانشکده علوم انسانی و اجتماعی این دانشکده ارائه می‌شود و اولین دانشگاه در ارائه رشته فرهنگ و تصویرگری است. مؤسسه مرکز تحقیقات فرهنگی این دانشگاه کتاب‌های مرتبط با سینما و فیلم را منتشر می‌کند.^۴

^۱ <https://www.creative-yamagata.jp/en/archives/392>

^۲ <https://www.creative-yamagata.jp/en/archives/419>

^۳ Yamagata international documentary film festival (YIDFF)

^۴ Tohoku University of Art and Design

^۵ https://www.creative-yamagata.jp/en/yamagata_city#education

یاماگاتا شهری است دارای جاذبه‌های طبیعی است که در فصل‌های گوناگون جاذبه گردشگری محسوب می‌شود، علاوه بر اینکه در تابستان جشنواره و جشن‌های تابستانی در شهر برگزار می‌شود. این شهر دارای دسترسی ایستگاه راه‌آهن و فرودگاه و نیز راه‌های جاده‌ای به سایر شهرهاست.

این شهر سایر صنایع خلاق را نیز در خود دارد: اولین ارکستر تخصصی در شمال ژاپن در این شهر است که هر ساله ۸۰ کنسرت را با دعوت از موسیقی‌دانان مشهور جهان برگزار می‌کند. علاوه بر این مدارس نیز برای آموزش موسیقی به نسل جوان وجود دارد.

موزه هنر یاماگاتا برای مجموعه بیش از ۲۰۰ اثر ملموس فرهنگی و مجموعه ارزشمندی از نقاشی‌های مدرین فرانسوی شهرت دارد که هر ساله هشت نمایشگاه مختلف را برگزار می‌کند.

یاماگاتا مرکز صنایع دستی سنتی نیز محسوب می‌شود که برخی از آنها قدمت ۹۰۰ ساله دارند.

بمبئی (مومبای)

بمبئی که نام قدیم شهر مومبای کنونی است، از شهرها و بندرهای مهم کشور هند به شمار می‌رود. بزرگ‌ترین و مردمی‌ترین صنعت هند، صنعت فیلم است که به طور عمده در بمبئی با عنوان بالیوود قرار دارد. تولید فیلم بلند سینمایی ۱۹۸۶ فیلم در سال ۲۰۱۷ بوده است. بزرگ‌ترین تولیدکننده بالیوود با ۳۶۴ فیلم سالانه در سال ۲۰۱۷ بیشترین تولید را داشته است و بالیوود یکی از بزرگ‌ترین مراکز فیلم‌سازی دنیاست. مؤسسات تجاری و فنی سینمایی از جمله شرکت‌های تولیدی، استودیوهای فیلم‌سازی، انیمیشن، اکران، پیش‌تولید، پس‌تولید، جشنواره‌های سینمایی، توزیع و بازیگران، تدوین و سایر موارد در این شهر واقع است. صنعت سرگرمی کسب‌وکار مهمی در این شهر است و فرصت‌های گردشگری بسیاری را نیز برای این شهر مهیا کرده است.

سانتوس

یکی از شهرها و بنادر بزرگ مهم کشور برزیل محسوب می‌شود که ۴۳۰ هزار نفر جمعیت دارد. علاوه بر این دارای شبکه قوی خدمات عمومی (رایگان) مرتبط با آموزش، رفاه اجتماعی، سلامت، ورزش، دسترسی به فرهنگ و ایجاد ظرفیت در زمینه اقتصاد خلاق، تمرکز بر افراد آسیب‌پذیر است. ۲۰ درصد از شهروندان آن بالای شصت سال سن دارند (دو برابر سن میانگین) و چهارمین شهر از نظر استفاده از اینترنت در دنیا بر اساس

آمار آنکتاد می‌باشد. این شهر دارای ده دانشگاه با ۴۰ هزار دانشجو و ۹ کتابخانه عمومی با ۲۷۱۴۰۶ کتاب و اثر است. سانتوس مهاجران زیادی از سراسر نقاط دنیا از جمله پرتغال، اسپانیا، ژاپن، ایتالیا، کشورهای عرب و آفریقایی دارد این تنوع در میراث فرهنگی این شهر باز نمود دارد.

بیش از چهل جشنواره فرهنگی به صورت سالانه در این شهر برگزار می‌شود که شامل جشنواره قهوه، سینما و فیلم، ادبیات، تئاتر و ... است. علاوه بر این بیش از ده موزه و مراکز فرهنگی همچون مرکز فرهنگی پاتریسیا گالوائو (تئاتر، فیلم، کتابخانه، موزه، گالری هنری و ..)، مرکز فرهنگی نورتوست و ارکستر سمفونی شهرداری را می‌توان برشمرد. در حوزه فعالیت‌های خلاق می‌توان موارد زیر را برشمرد:

- ۲۱ هزار و هشتصد و نود و چهار شاغل در زمینه‌های خلاق (۱۲ درصد)
- ۳۶۰۱ کسب‌وکار خلاق (۲۲ درصد)
- ۴۴۵۷ کسب‌وکار مالکیت (۳۸ درصد)
- ۱۲ کمیته و انجمن در حوزه های خلاق و مشارکت اجتماعی (۴۰ درصد)
- متوسط ۴۰ جشنواره سالانه فرهنگی
- ۲۴ اتحادیه تخصصی در زمینه‌های خلاق
- ۱۵ جلسه سالانه با مشارکت جامعه در ارتباط با سیاست‌های عمومی فرهنگی
- افزایش فرصت اشتغال برای جوانان از طریق پروژه سین اسکولا^۱
- افزایش مشارکت ذی‌نفعان در حوزه پژوهش، توسعه و نوآوری در پارک فناوری سانتوس (فیلم و فناوری)
- افزایش مبادلات هنری و حرفه‌ای میان شهرهای خلاق با پروژه‌ها و طرح‌های خلاق و نوآورانه
- حمایت از تحرک دانشجویان در برنامه‌های مبادله‌ای دانشگاه‌ها
- حمایت از تولیدات سینمایی مشارکتی در شهرهای خلاق در تمامی حوزه‌ها برای مبادله دانش و روش‌ها و تجربه^۲

^۱ Cine Escola

^۲ <https://en.unesco.org/creative-cities/santos>

بیتولا

دومین شهر بزرگ کشور مقدونیه با حدود صد هزار نفر جمعیت است. این شهر به لحاظ تاریخی دارای شهرت است. علاوه بر این میراث سینمایی این شهر از اوایل قرن بیستم با صنعت سینمایی است که اکنون ستون اقتصاد خلاق این شهر است. جشنواره‌های بین‌المللی سینمایی این شهر عبارتند از: جشنواره فیلم سینماگران بین‌المللی برادران ماناکی - جشنواره فیلم مستند غیرحرفه‌ای. علاوه بر این، شهرت بین‌المللی این شهر برپایه استودیوی روباز و طبیعت زیبا و باستانی است که محل فیلم‌سازی‌های بسیاری است.

ابتکارات داخلی:

فیلم اولی‌ها (در جشنواره فیلم سینماگران بین‌المللی برادران ماناکی): برنامه آموزشی با هدف حکایت از کارگردانان جوان اروپای جنوب شرقی برای ساخت اولین فیلم سینمایی بلند کم‌زیاد است (LIM)؛ برگزاری کارگاه‌های نگارشی برای متخصصان فیلم داخلی. کنفرانس سینماگران بالکان در بیتولا: از سال ۲۰۱۲ هر ساله کنفرانس سینماگران بالکان در ماه سپتامبر در این شهر برگزار می‌شود با هدف تشویق مفاهمه بیشتر میان کشورهای عضو^۲

سیدنی

بزرگ‌ترین شهر استرالیا که از سال ۲۰۱۰ به شبکه شهرهای خلاق یونسکو پیوسته، برای حضور در این شبکه دارای ویژگی‌ها و نیز سیاست‌هایی می‌باشد که در ادامه به اجمال به آنها اشاره شده است. باید اشاره کرد که این شهر به لحاظ تنوع فرهنگی و گردشگرپذیری بسیار دارای اهمیت است.

۱. حضور استعدادهای سینمایی و انیمیشن دیجیتال و پرورش افرادی چون جرج میلر، کیت دنیس، مل

گیسون و ...

۲. وجود زیرساخت‌های اکران سینمایی

۳. تنوع فرهنگی

۴. حمایت از فیلم‌سازان سیدنی در تولید و توزیع آثار سینمایی

^۱ Less Is More

^۲ <https://en.unesco.org/creative-cities/bitola>

۵. تشویق تولید بیشتر آثار بین‌المللی در سیدنی
 ۶. افزایش و ارتقای لذت از فرهنگ سینما رفتن در میان اهالی سیدنی و گردشگران به دلایل مزیت فرهنگی و اقتصادی
 ۷. وجود مکان‌ها و لکشین‌های متنوع سینمایی از ساحل و شهر گرفته تا کوهستان و ...
 ۸. وجود فاکس استودیو، بزرگ‌ترین استودیوی صوتی در منطقه
 ۹. ترغیب بینندگان با ساخت آثار سینمایی هیجان‌انگیز و جذاب
 ۱۰. دارا بودن سالن‌های تئاتر، گالری، موزه، کتابخانه، آرشیو، سالن اجتماعات، سینما، فضاهای روباز هنری و فرهنگی که محلی برای زندگی، کار، ملاقات و تجارت محسوب می‌شوند.
- برنامه زیرساخت فرهنگی ۲۰۲۵؛ اولویت‌های استراتژیک برای نیوساوت ولز تا محلی باشد که در آن: فرهنگ بختشکیل‌دهنده اجتماعات و عامل اصلی ایجاد مکان‌هایی برای زندگی، کار، ملاقات، بازی و تجارت شناخته شده است.
- برنامه‌ریزی برای زیرساخت فرهنگی با دخالت دولت و فرایندهای برنامه‌ریزی منطقه‌ای آمیخته است. همه می‌توانند به زیرساخت‌ها دسترسی یابند و فرهنگ بخشی از زندگی روزمره‌شان باشد. تا حد امکان دسترسی‌ها افزایش یافته و رشد بخش فرهنگی و صنایع خلاق مد نظر بوده است. زیرساخت‌های فرهنگی سرمایه‌گذاری با مشارکت دولت، شوراهای محلی، سازمان‌های فرهنگی و حامیان و کسب‌وکارها حمایت می‌شود
- خلاقیت و دسترسی به رونق فرهنگی از طریق رویکرد استراتژیک به برنامه‌ریزی زیرساخت فرهنگی
- ۹۸ درصد از ساکنان با هنر در ارتباط هستند
 - بازدیدکنندگان فرهنگی و میراث فرهنگی ۱۳ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۷ در این شهر هزینه کردند.
 - ۸۷ درصد از جامعه فکر می‌کنند که فعالیت فرهنگی بسیار دارای اهمیت است.^۱

پیش‌بینی جمعیت کشور تا سال ۲۰۳۶ و مدیریت این جمعیت با برنامه‌ریزی برای زیرساخت‌های فرهنگی این سبب تضمین ساختار شهری برای حمایت از رشد و افزایش خانه‌ها، مشاغل می‌شود و شهرها را محیط بهتری برای مردم می‌سازد.

افزایش دسترسی به ساختارهای فرهنگی

توسعه فناوری دیجیتال و پاسخ به تقاضا، حمایت و سرمایه‌گذاری

کاهش موانع مشارکت بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری

استراتژی‌های جغرافیایی

به نمایش گذاشتن هویت فرهنگی با امکانات سطح جهانی

حمایت از تبدیل سیدنی به کلانشهر (متروپلیس)

تقویت مزیت‌های نهادهای فرهنگی

حمایت از اقتصاد منطقه‌ای و توسعه اجتماعی

برنامه‌ریزی برای زیرساخت‌های فرهنگی محلی و منطقه‌ای (cultural infrastructure plan 2025).

برادفورد

چهارمین شهر به لحاظ جمعیت در انگلستان و نخستین شهر خلاق سینمایی یونسکو محسوب می‌شود. شهرت این شهر به میراث سینمایی، لکیشن‌های سینمایی و جشنواره‌هایی است که در آن برگزار می‌شود. امکانات موجود سبب شده است متخصصان صنعت سینما اینجا را برای کار خود انتخاب کنند.

- برنامه سواد سینمایی: برای ارتقای سواد کودکان زیر دبستان - کودکان ابتدایی شیوه‌هایی را که فیلم‌ها معانی را منتقل می‌کنند، می‌آموزند و برای دوره‌ها مدرک دریافت می‌کنند. سه کالج و دانشگاه برافورد ۴۵ رشته را از دوره‌های مقدماتی تا دکترا و تخصصی ارائه می‌دهند.

- دوره‌های غیررسمی آموزشی هم در برادفورد در دسترس است. موزه ملی رسانه فعالیت‌های مرتبط با سینما را ارائه می‌دهد که در قالب مدرسه فیلم ۴۸ ساعته، روزهای مطالعه فیلم، دوره‌های انیمیشن و کارگاه‌های سینمایی و جشنواره‌های سینمایی ارائه می‌دهد. مدرسه فیلم و کلاس‌های عصر برای همه بزرگسالان آزاد است. علاوه بر این در تعطیلات مدارس کارگاه‌های فیلم‌سازی برگزار می‌شود.

- حضور فیلم‌سازان بیشتر به‌صورت رسمی و غیررسمی.
- ۳۴ پرده در چهار مجموعه که تنها سینرما و یکی از بزرگ‌ترین پرده‌های سه‌بعدی دنیا را شامل می‌شود.
- موزه ملی سینما
- برنامه‌ها و سیاست‌های برادفورد تا سال ۲۰۲۰:
- جذب و جلب بیشتر مخاطب برای سینما
- برگزاری جشنواره‌های سینمایی
- بازدید بیشتر از موزه سینما
- آموزش فیلم‌سازان جوان (از دوره ابتدایی تا دانشگاه)
- ترغیب برای ساخت و تولید آثار سینمایی
- ترغیب و حمایت از فیلم‌سازانی که در برادفورد اقدام به ساخت آثار سینمایی می‌کنند.
- ایجاد نقشه سینمایی برای گردشگران در هتل‌ها و مراکز گردشگری و به‌روزرسانی آن
- برگزاری جلسات نقد و گفت‌وگو درباره آثار سینمایی برای گردشگران و تماشاگران سینما^۱

بريستول

ششمین شهر پرجمعیت انگلستان و محل تولد افراد شاخص سینما که سبب هویت بخشی به شهر شده است. علاوه بر این، محل تولید آثار سینمایی و استودیوهای برنامه‌های مشهور است. استودیوی انیمیشن آکادمی دارای شهرت هستند و فیلم‌های داستانی بلند و کوتاه ساخته شده در استودیو بریستول چهار جایزه اسکار و ده نامزدی اسکار و ۱۴ جایزه بافتا (BAFTA) را دریافت کرده است. این شهر میزبانی جشنواره‌های سالانه متنوع سینمایی (یازده) را داشته است. مردم در بریستول انتخاب‌های متنوعی برای تماشای فیلم و سینما دارند که شامل یک مرکز رسانه‌ای دیجیتال و فرهنگی سینمایی به نام واترشد^۲ است که بسیاری از جشنواره‌ها، شبکه‌ها و ابتکارات را به هم مرتبط می‌سازد و سالانه میزبان حدود ۴۵۰ هزار بازدیدکننده از سراسر دنیا است و ۲۵ هزار

^۱<https://en.unesco.org/creative-cities/bradford>

^۲ Watershed

نفر جوان را در برنامه‌های خود مشارکت می‌دهد. علاوه بر این قطب شبکه مخاطب سینمایی بی‌اف آی است که ۱۸۹ سینما، جشنواره، سازمان و نمایشگاه هنری را شامل می‌شود.

دو دانشگاه جهانی یودبلیوای بریستول^۲ و دانشگاه بریستول در این شهر ۲۸ مدرک مرتبط با سینما را اعطا می‌کند. مرکز تحقیقات موینگ ایمیج^۳ در یودبلیو ای نقش مهمی در ابعاد فرهنگی، تاریخی، فناورانه و نظری تولید آثار سینمایی دارد. مدسه تئاتر ویکتوریای کبیر بریستول زمینه مساعدی را از سال ۱۹۴۶ برای پرورش بازیگران بزرگ فراهم ساخته است.

کار مشترک اداره فیلم بریستول (برای حمایت از فیلم‌سازی) و استودیوهای باتل‌یارد (بزرگ‌ترین تجهیزات تولید در غرب انگلستان) تولیدات سینمایی و تلویزیونی بسیاری را برای تولید در آنها جلب کرده است که سرمایه‌گذاری در آنها سالانه ارزشی برابر با ۱۵ میلیون پوند دارد. اقتصاد فیلم بریستول با بیش از ۱۳۰ شرکت تولید و پساتولید بیش از ۱۴۰ میلیون پوند است که در حدود ۳۷۰۰ نفر را نیز مشغول به کار کرده است.

شبکه‌هایی مانند کام‌د رولوشن و کیبلز اند کمراز^۴ همکاری فعالانه‌ای در میاچت و نقد سینما و فیلم‌سازی آسیایی، آفریقایی و اقلیت‌های قومی در بریستول و سایر شهرها دارند.^۵

سیاست‌های بریستول به عنوان شهر خلاق سینمایی عبارتند از:

- افزایش تنوع دسترسی محلی به فرهنگ سینما و اتخاذ رویکرد برای تحقق اهداف متنوع در پاسخگویی به نیازهای اجتماع و اولویت‌ها. با وجود کمبود در تنوع و فراگیری صنعت، اشتغال و توسعه بریستول را به عنوان شهر خلاق سینمایی برای همه می‌تواند با چالش مواجه سازد.
- رسیدگی به کمبودها در مهارت‌های حوزه‌های اصلی و صنعت محلی با ارتباط با شبکه شهرهای خلاق یونسکو با گسترش مشارکت در توسعه مهارت‌ها و نوآوری‌ها و نیز ارتقای دسترسی به اشتغال در صنعت سینما و تلویزیون و حفظ نیروی کار متخصص
- توسعه نوآوری‌های چندجانبه موسیقی و سینما با گسترش ارتباط میان این دو حوزه و ارتباط میان شهرهای خلاق موسیقی و سینما^۱

^۱ BFI Film Audience Network Hub

^۲ UWE Bristol

^۳ Moving Image Research

^۴ Come the Revolution & Cables & Cameras

^۵ <http://bristolcityoffilm.co.uk/about/>

پوستدام

پوستدام یکی از بزرگ‌ترین شهرهای آلمان و در کنار پایتخت این کشور (برلین) قرار دارد و از سال ۱۹۱۱ این شهر توسعه فیلم و سینما را آغاز کرده است. سالانه صد فیلم در استودیوهای این شهر ساخته می‌شود. افراد حرفه‌ای در فیلم‌سازی و بسیاری از بازیگران و سینماگران در این شهر و یا در نزدیکی آن زندگی می‌کنند. شرکت‌های بزرگ فیلم‌سازی و پیرامونی فیلم‌سازی در این شهر مستقر هستند. در سال ۲۰۱۷ وزارت اقتصاد پوستدام را به عنوان یکی از دوازده قطب دیجیتال آلمان طراحی کرد. علاوه بر این قطب فناوری رسانه نیز محسوب می‌شود.

موزه فیلم مستقر در اصطبل سابق پادشاهان پروس نشان‌دهنده صدها سال تاریخ فیلم این کشور است. در سال ۱۹۹۳ یک پارک با موضوع فیلم بازگشایی شد. سالانه گردشگران بسیاری برای بازدید به آن سفر می‌کنند. برگزاری جشنواره‌های سینمایی حرفه‌ای و دانشجویی که سبب جذب ده هزار گردشگر به این شهر می‌شود. مؤسسات آموزشی متعدد در مورد فناوری و تاریخ فیلم‌سازی، زمینه علمی مناسب برای دانشجویان سینما، میراث فرهنگی و فناوری‌های نوین فیلم‌سازی. دانشگاه سینمای کنراد ولف که قدیمی‌ترین دبیرستان سینما در این شهر است. حتی مهدکودک سینما و مدرسه راهنمایی با تمرکز بر سینما در این شهر وجود دارد. دانشگاه سینما هم کارگاه‌هایی را برای کودکان و نوجوانان برگزار می‌کند.

پروژه‌های اصلی شهر سینمای پوستدام:

سرمایه‌گذاری برای گسترش شهر رسانه در پوستدام نشانه مهمی برای تقویت جایگاه فیلم و رسانه است. نمونه‌های آن مجموعه‌های موزه سینمای پوستدام و ساختمان جدید مجموعه پارک سینما است. اهداف بعدی تحقیق درباره عوامل ایجاد شهرهای سینمایی خلاق و معیار افزایش قابلیت مشاهده فیلم درباره میراث فرهنگی و فضای درون شهری است برای مثال با ایجاد بلوار سینما در پوستدام. هدف افزایش دسترسی عمومی مردم به سینماست.

نکته مورد تمرکز بعدی پایداری در تولید فیلم و گردشگری سینماست. بر اساس برنامه کلان پوستدام هدف ایجاد برنامه‌ای برای چگونگی دریافت تولید فیلم سبز و سینمای طبیعی براساس خواست گردشگران است.

بیش از ده هزار نفر از ۱۶۰ هزار شهروند این شهر در مراکز تحقیقاتی و علمی کار می‌کنند و بیش از چهل مرکز علمی پژوهشی در این شهر قرار دارد.^۱

تراسا

یکی از شهرهای تاریخی اسپانیا است که اولین اکران سینمایی این شهر به ۱۸۸۷ باز می‌گردد و پیشگام در صنعت سینما محسوب می‌شود. توسعه فضای آموزشی با آموزش شنیداری دیداری و ساخت مرکز حفظ و احیای آرشیو فیلم کاتالونیا که صدها سال تاریخ سینما را در خود حفظ کرده است، از رویکردهای سینمایی این شهر است.

- توسعه عمده در جنبش فیلم آماتور و برنامه خلاقیت برای هنرمندان جوان که حمایت از تجربه شنیداری و دیداری است.
- ایجاد گفت‌وگو میان مخاطبان جوان از طریق برنامه «فیلم در مدرسه» که در پی آموزش معلمان با روش‌های قصه‌گویی و تولید فیلم است و به طور گسترده‌ای در میان شهرهای خلاق از طریق ایجاد قطب‌ها منتشر می‌شود.
- ایجاد یک واحد سینمای واقعی مجازی که هدف آن حمایت از پروژه‌هایی است که با زبان سینمایی و با ظهور فناوری با انتقال دانش در میان حرفه‌ای‌های سینما به ویژه شهرهای خلاق سروکار دارند.
- ارتقای شبکه شهرهای خلاق از طریق شبکه‌های بین‌المللی و اروپایی دیگر و حمایت از همکاری و مبادله با شهرهای آفریقایی^۲

وایادولید

از شهرهای اسپانیا که شهر خلاق نویسندگان، هنر، تئاتر و سینما محسوب می‌شود و به لحاظ برگزاری جشنواره‌های سینمایی (از سال ۱۹۵۶) و اولین دانشگاه سینما در اسپانیا و دومین دانشگاه در اروپا دارای شهرت است. فیلم‌سازان بزرگی از هالیوود و سایر کشورها از ظرفیت جغرافیایی و فرهنگی این کشور برای ساخت فیلم‌های خود بهره می‌برند. علاوه بر این پیوند میان ادبیات و سینما در آثار سینمایی اسپانیا آشکار است.

^۱ <https://en.potsdam.de/content/potsdam-first-unesco-creative-city-film-germany>

^۲ Virtual Reality Cinema Unit

^۳ <https://en.unesco.org/creative-cities/terrassa>

اداره سینمایی وایادولید با مأموریت جذب و کمک به تولیدکنندگان شنیداری دیداری برای توسعه پروژه‌ها در شهر است. کالج هنرهای نمایشی کاستل و لئون در هنرهای دراماتیک و کارگردانی و نویسندگی یکی از مراکز آموزشی سینمایی این شهر محسوب می‌شود. شهروندان این شهر دوستدار سینما محسوب می‌شوند و از آثار سینمایی اکران‌شده استقبال می‌شود. این شهر دارای ۴۵ موزه و نمایشگاه و ۹ سالن تئاتر و ۴۰ سالن سینما می‌باشد. همچنین ظرفیت‌های طبیعی رودخانه، پارک، امکانات ورزشی، آموزشی و خدمات عمومی و سلامت قابل توجه است!

۲ رم

سینما بخش بنیادینی از هویت شهر رم، پایتخت ایتالیا محسوب می‌شود که بخش شکوفایی است و نقش حیاتی در اقتصاد رم دارد، چراکه بیش از ۱۳۰۰ کسب‌وکار را ایجاد کرده است. میراث عظیمی که شامل آرشوها، تصاویر، تجربه تخصصی و هیجان است و سبب ارتقا و ترغیب نسل جوان به سوی خلاقیت می‌شود و سنت را با آینده و فناوری، دانش پیوند می‌دهد و استفاده از صنایع شنیداری و دیداری در شیوه نوین سبب ارتقای میراث باستان‌شناسی، تاریخی و هنری منطقه می‌گردد. این دستاورد مدیون همکاری گروهی مؤسسات سینمایی با حمایت وزارت میراث فرهنگی و گردشگری و وزارت امور خارجه است که به فرایند برنامه‌ریزی مشارکتی مرتبط با بسیاری از ماهیت‌های عمومی و خصوصی در سینمای ایتالیا جایزه اهدا می‌کند. هدف نهایی این شهر به عنوان شهر خلاق سینمایی، ارتقای دسترسی، مشارکت و همکاری اجتماعات و شهروندان به‌ویژه طبقه محروم به لحاظ فرهنگی است

- جشنواره فیلم رم (چهاردهمین جشنواره در سال ۲۰۱۹ برگزار شد).

- جشنواره شهر ظرفیتی برای رویدادهای فرهنگی است که سینما بخش عمده آن را تشکیل می‌دهد.

برنامه عملیاتی شهر خلاق سینمایی رم شامل شش پروژه در دوره چهار ساله است. هر یک از این پروژه‌ها شامل مؤلفه‌های عمومی خصوصی فیلم، صنایع فرهنگی و شنیداری دیداری در شهر رم می‌شود.

برنامه‌های منطقه‌ای:

۱ <https://valladolidcityoffilm.com/en/>

۲ <https://www.romacinemafest.it/en/rome-city-of-film/projects/>

۳ cityfest

موزه سینما و هنرهای شنیداری دیداری ایتالیا (MIAC): اولین موزه چندرسانه‌ای تعاملی مختص به شنیداری دیداری در ۱۲ اتاق اصلی در ۱۶۵۰ متر مربع تاسیس شد. موارد نگهداری شده در موزه عبارتند از: هزاران فیلم و قطعه آرشیوی، اسناد، عکس‌ها، مصاحبه، صوت، فایل‌های رادیویی و گرافیکی. بازدیدکنندگان می‌توانند میراث شنیداری دیداری ایتالیا را مشاهده کنند و در داستان‌های نمایش داده شده بر صفحه‌های بزرگ زندگی کنند.

رصدخانه مشاغل شنیداری و دیداری: این مرکز برای ارائه خدمات زیر ایجاد شده است:

- به‌روز کردن مستمر تخصص‌ها در حوزه مورد نظر در نتیجه توسعه فناوریانه و زبان‌های شنیداری دیداری و فیلم‌های جدید و نیز تمرکز بر فرصت‌های جدید شغلی بر اساس دستورالعمل حوزه شنیداری دیداری، فناوری ارتباطات و اطلاعات، سه‌بعدی و فناوری‌های جلوه‌های ویژه

- شاخص‌های نظارت برای مؤسسات مسئول برنامه‌ریزی سیاست‌های آموزش حرفه‌ای در صنعت سینما

- اقدامات ابتکاری ایجاد شغل با همکاری با بخش خصوصی شامل نرم‌افزارهای ارائه شغل

- حمایت از ایجاد پاسپورت تخصصی شنیداری دیداری در شبکه شهرهای خلاق به منظور شناسایی

استانداردهای بین‌المللی برای تخصص‌های بخش سینما و شنیداری دیداری

ایموشن رم^۳

برنامه‌های بین‌المللی:

نرم‌افزار آرشیو شنیداری دیداری

مدرسه بین‌المللی حفاظت و احیای فیلم‌های سینمایی

اجتماعات خلاق سینمایی

شبکه‌سازی یونسکو^۴

سیاست‌ها:

^۱ Italian Museum of Audiovisual Arts and cinema

^۲ Observatory for the Audiovisual Profession

^۳ E-motion Rome

^۴ <https://www.romacinemafest.it/en/rome-city-of-film/projects/>

- تأسیس موزه سینما و امور شنیداری دیداری ایتالیا برای حفظ و نگهداری و نیز افزایش آگاهی درباره میراث سینمای ایتالیا و تجربه‌های خوب این کشور در زمینه احیای سینما
- افزایش فرصت‌های اشتغال در بخش سینما برای کارآفرینی جوانان که مرهون مرکز نظارت بر اشتغال امور سمعی بصری و بر اساس مشارکت ویژه بخش خصوصی و عمومی است.
- تشویق رویکردهای دوجانبه به فیلم، موسیقی و ادبیات از طریق پروژه ای‌موشن رم، همکاری با سایر شهرهای خلاق سینمایی برای ایجاد قطب اطلاعات و داده درباره میراث سینما در سطح بین‌المللی و ایجاد گفت‌وگوی بین فرهنگی و تنوع فرهنگی
- افزایش تحرک دانشجویان و دانش‌آموزان رشته سینما در شبکه شهرهای خلاق از طریق برنامه‌های مبادله‌ای مدرسه بین‌المللی حفاظت از فیلم و سینما
- به کارگیری برنامه‌های اجتماعی سینمایی - خلاق با هدف ارتقای بخش سینما در شهرهای کمتر توسعه یافته به عنوان اقتصاد خلاق پایدار^۱

صوفیه

این شهر پایتخت بلغارستان و از قدیمی‌ترین شهرهای اروپا محسوب می‌شود. سابقه تاریخی سینما در صوفیه به اوایل قرن بیستم بازمی‌گردد. طی چند دهه صوفیه به مرکز صنعت سینمای بلغارستان تبدیل شده است. فیلم‌های تولیدشده در این شهر در جشنواره‌های بین‌المللی موقعیت‌هایی کسب کرده‌اند. این شهر مرکز انواع بنگاه‌های فرهنگی و خدمات فعال فرهنگی متمرکز بر صنعت سینما به شمار می‌آید. بسیاری از سازمان‌های حرفه‌ای تولید فیلم در صوفیه قرار دارند. شهرداری صوفیه توسعه صنعت سینما را به عنوان یک عامل استراتژیک توسعه پایدار شهر با تمرکز ویژه بر ثبات و رشد بنگاه‌های فرهنگی کوچک می‌داند.

بزرگ‌ترین مدرسه سینمای بلغارستان (NAFTA) در صوفیه است که توجه زیادی را در جشنواره‌های سینمایی دانش آموزی بین‌المللی به خود جلب کرده است. دانش‌آموزان و مربیان در تبادل ایده با مدارس فیلم و جشنواره‌های سینمایی بین‌المللی سایر کشورها فعال هستند. در هجده سال گذشته جشنواره فیلم صوفیه به بزرگ‌ترین و مهم‌ترین جشنواره بالکان تبدیل شده است. آرشیو سینمای ملی نیز با تکیه بر تاریخ غنی سینمای این کشور در صوفیه است.

- به‌کارگیری فعالیت‌های جدید برای حمایت از مؤسسات خلاق کوچک و متوسط برای ایجاد شغل جدید برای جوانان
- انجام پژوهش در مؤسسات آموزشی در خصوص معیار شهر خلاق
- توسعه برنامه‌های آموزشی برای دانش‌آموزان در حوزه فرهنگی
- ارتقای صنعت سینمای بلغارستان در جهان و پرورش نسل جدید فیلم‌ساز علاقمند به مبادله بین‌المللی
- ارائه ابزار برای همکاری‌هایی در جهت افزایش آگاهی و دانش در حوزه سینما، سواد رسانه‌ای و گسترش مخاطب^۱

ولینگتون

ولینگتون پایتخت نیوزیلند و میعادگاه صنعت سینما و به نوعی قطب تولید در سطح جهانی با امکانات جلوه‌های ویژه و حضور فیلم‌سازان مستعد محسوب می‌شود. میرامار^۲، آحومه ساحلی ولینگتون محلی برای همسایگی با ظرفیت‌ها و فناوری‌های ساخت فیلم در حد جهانی است.

شرکت‌های و تا^۳ و رکشاپ و و تا دیجیتال با در اختیار قرار دادن استودیوهای سینمایی بین‌المللی در ساخت فیلم‌های سینمایی بین‌المللی مشهور همراهی کرده‌اند همانند آواتار، ارباب حلقه‌ها و ..

امکانات تولید نمایشی ایجاد شده توسط فیلم‌سازان برای فیلم‌سازان در پارک رود پروداکشن^۴ استودیوهای استون استریت^۵ ارائه‌دهنده امکانات تولید سینمایی برای فیلم‌سازان است.

ولی‌وود برای گردشگران و بازدیدکنندگان صنعت سینمای این شهر مهیا شده است که به وسیله تورهای ویژه افراد را به صحنه‌های فیلم‌برداری فیلم‌های سینمایی مشهور بین‌المللی می‌برند.

اشتغال بیش از ۲۵۰۰ نفر در سینما و زادگاه و محل زندگی سینماگران مشهور وجود جاذبه‌های گردشگری مانند موزه‌ها، بازارها و ...!

^۱ <https://en.unesco.org/creative-cities/sofia>

^۲ Miramar

^۳ Weta

^۴ Park Road Production

^۵ Stone Street Studio

^۶ Wellywood

ووچ (لادج)

ووچ (لادج) سومین شهر پرجمعیت لهستان و پایتخت سینمایی کشور محسوب می‌شود. بر مبنای میراث قابل توجه استودیوهای سینمایی، پانصد بنگاه خلاق در زمینه صنعت سینما فعالیت دارند و کمیسیون فیلم ووچ همکاری با تولیدکنندگان را تضمین می‌کند. سه آکادمی هنری در این شهر کارکنان حرفه‌ای را پرورش می‌دهند. آکادمی هنرهای زیبا، آکادمی موسیقی. ووچ میزبان برگزاری جشنواره‌های متعددی است که هم در سطح ملی و هم بین‌المللی برگزار می‌شود. موزه سینما و موزه انیمیشن مجموعه منحصر به فردی را نمایش می‌دهد که شامل تاریخ سینمای لهستان، فرایند فیلم‌سازی، فناوری‌های سمعی و بصری و ... می‌شود. در مدرسه و دانشکده سینمای ووچ^۲ چهارگروه فیلم و تلویزیون (کارگردانی، تدوین، نویسندگی)، عکاسی و تولید تلویزیونی (عکاسی، انیمیشن، جلوه‌های ویژه، تولیدات تلویزیونی)، بازیگری و تولید هنری فیلم (تولید سازمانی سینما و تلویزیون) وجود دارد. سال‌هاست که ووچ در لهستان محلی برای تولیدات سینمایی است. بنابراین از سال ۲۰۰۷ بودجه فیلم ووچ^۳ را به عنوان شیوه‌ای برای حمایت از تولیدات آثار سینمایی در شهر ووچ و سرمایه‌گذاری در این شهر فراهم ساخته است. این حمایت شامل تمامی انواع فیلم‌های داستانی بلند، مستند و انیمیشن می‌شود و شامل پنجاه درصد بودجه فیلم (در همکاری‌های بین‌المللی و بیش از پنجاه درصد در تولیدات لهستانی) می‌شود. ^۴سیاست‌های ووچ را در توسعه این شهر می‌توان چنین برشمرد:

- افزایش دسترسی به فرهنگ سینما از طریق مرکز ملی فرهنگ سینما که با هدف حفظ میراث سینما و تمرکز بر فناوری‌های شنیداری دیداری ایجاد شده است.
- پروژه‌های مدرسه سینما با هدف افزایش سواد سینما در کودکان و جوانان با افزایش مشارکت میان مدارس و ساختارهای آموزشی سینمایی و نیز ارائه مجموعه‌ای از دستورالعمل‌های آموزش سینما
- افزایش گردشگری خلاق شهر با ایجاد خلاقیت در زندگی سینمای خیابانی در چند خیابان مشخص
- توسعه زنجیره انیمیشن بین‌المللی که به مشارکت و تبادل بین‌المللی تجارب و عملکردها منجر می‌شود.
- افزایش مبادله شبکه‌ای و بین‌المللی‌ایده‌ها در خصوص فناوری‌های هنری در مرکز بین‌المللی سینما

^۱ <https://www.wellingtonz.com/about-wellingtonz/media-centre/wellington-named-unesco-city-of-film/>

^۲ Lodz Film School

^۳ Lodz Film Fund

^۴ http://lodzcityoffilm.com/en/lodz_miasto_filmu/lodz-creates-film/

- تقویت ذی‌نفعان و مشارکت بین‌المللی در صنعت سینما^۱

گالوی

گالوی ششمین شهر پرجمعیت ایرلند است که به دلیل سرزندگی مردمان آن و برگزاری جشن‌ها و جشنواره‌های فرهنگی و سینمایی دارای شهرت است. این شهر دارای تنوع فرهنگی است، به طوری که ۱۹/۴ درصد جمعیت غیرایرلندی هستند. این شهر محل مناسبی به لحاظ طبیعت روستایی و شهری برای فیلم‌سازی و فیلم‌برداری به شمار می‌رود. سابقه ساخت فیلم به اوایل قرن بیستم باز می‌گردد. سینما و صنعت تلویزیون ۷۲ میلیون یورو برای اقتصاد منطقه درآمد داشته و برای بیش از ۶۰۰ نفر کار تمام‌وقت ایجاد کرده است. از نظر جمعیت جوان است و دارای بیش از ۴۰ هزار نفر دانش‌آموز در مقاطع ابتدایی و متوسطه دارد و در مقطع متوسطه دوم و کالج دارای ۲۷ هزار دانشجو در دانشگاه ملی ایرلند می‌باشد (Ireland 2040 plan, 2017). سیاست‌های این شهر را می‌توان چنین برشمرد:

- تشویق به مشارکت در رویدادهای مرتبط با فیلم و سینما به ویژه مشارکت اجتماعی در فرایند سینمای مستند.
- ورود سینما و فیلم در زندگی مدنی و اطمینان از وجود صنایع خلاق منطقه‌ای در برنامه‌های توسعه ملی و منطقه‌ای
- افزایش ظرفیت شهر برای تولیدات آینده
- ایجاد انجمن فیلم برای کمک به شرکت‌های تولیدکننده
- افزایش سواد رسانه‌ای و فعالیت‌های خلاق از طریق کار با معلمان و مدارس در برنامه‌ها و کارگاه‌های آزمایشی
- افزایش فرصت برای تحصیل و آموزش و نیز مهارت‌های صنعتی در حوزه سینما برای دانش‌آموزان ابتدایی و متوسطه و پس از آن
- ایجاد مشارکت منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی پایدار از جمله مبادله دانشجو و تولیدات سینمایی مشترک
- ارتقای گردشگری فرهنگی و نیز حمایت و گسترش میراث و فعالیت‌های سینمایی شهر^۲

^۱ <https://en.unesco.org/creative-cities/lodz>

^۲ <https://en.unesco.org/creative-cities/galway>

الزامات ایجاد شهر خلاق سینمایی در ایران

وضعیت موجود سینمای ایران

- زیرساخت‌های سینمایی: در سال ۱۳۹۸ در کل ۲۷۷ سینما و به عبارتی، ۵۴۱ سالن نمایش با ظرفیت ۱۳۲۰۰۶ صندلی در کشور فعال بوده است. که به طور کلی در این سال ۲۶,۳۱۰,۳۸۴ نفر به تماشای فیلم در سینماهای ایران رفته‌اند که درآمدی معادل حدود ۲۹۹ میلیارد تومان داشته است. در این میان تهران پرتماشگرترین و پرفروش‌ترین استان ایران محسوب می‌شود (سالنامه آماری فروش سینمای ایران، ۱۳۹۸). علاوه بر اینکه به لحاظ پراکنش و پراکندگی براساس گزارش معاونت توسعه فناوری و مطالعات سینمایی سازمان سینمایی (۱۳۹۸) سینماها تهران از سایر استان‌ها و شهرهای ایران وضعیت بهتری دارد. البته نسبت شهرهای دارای سالن نمایش به شهرهای بدون سالن نمایش در استان تهران حدود ۶۲ درصد است که از این نظر استان اصفهان شرایط بهتری دارد، اما شهر تهران از لحاظ تعداد و پراکندگی سالن‌های سینما نسبت به سایر شهرهای کشور از وضعیت مطلوب‌تری برخوردار است، اگرچه هنوز در شرایط استاندارد نیست. افزون بر این از نظر جذب تماشاگر سینما شهر تهران مقام نخست را در میان شهرهای کشور دارا می‌باشد (سالنامه آماری فروش سینمای ایران، ۱۳۹۸). در جدول زیر وضعیت سالن‌های سینما در ایران و نیز اکران و فروش نمایش داده شده است.

جدول ۷-۴. وضعیت سالن‌ها و فروش سینما در تهران (سال ۱۳۹۸)

سینما/ سالن نمایش	صندلی	فیلم اکران شده	تماشاگر	فروش (تومان)	فیلم خارجی	تماشاگر/ فروش
۱۹۹/۶۶	۴۳,۲۳۲	۸۴	۱۲,۲۴۴,۰۹۲	۱۷۲ میلیارد	۱	۷/۸۰۵ میلیون

منبع: سالنامه آماری فروش سینمای ایران، ۱۳۹۸

- مالکیت خصوصی: مالکیت سالن‌های نمایش در ایران به طور کلی ۶۸ درصد دولتی و ۳۲ درصد خصوصی است که از میزان مالکیت دولتی، ۲۱/۵ درصد متعلق به حوزه هنری، ۱۵ درصد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و ۷/۴ درصد شهرداری‌ها و مابقی به سایر ارگان‌ها و سازمان‌ها تعلق دارد.

- جشنواره‌های سینمایی و هنری: در سال ۱۳۹۷، ۱۵۵ جشنواره سینمایی در کشور برگزار شده است که از این میان ۳۳ جشنواره از سوی سازمان سینمایی در تهران برگزار شده است. در سال ۱۳۹۷ در کل کشور ۴۴۸

جشنواره هنری برگزار شده که ۱۸ جشنواره در تهران و ۲۹ جشنواره هم به صورت ستادی در تهران برگزار شده است (سالنامه آماری فرهنگ و هنر، ۱۳۹۷).

- شرکت در مجامع بین‌المللی سینمایی و صادرات آثار سینمایی: در سال ۱۳۹۷ هیچ فیلم سینمایی در مجامع بین‌المللی شرکت داده نشده است. این در حالی است که در سال ۱۳۹۶، ۳۵ عنوان فیلم شرکت داشته است. در مقابل در سال ۱۳۹۷، ۲۶ عنوان فیلم صادر شده است و ۱۱۶۱ بار فیلم‌های ایرانی در مجامع جهانی ظاهر شده‌اند که ۲۰۵ هنرمند موفق به دریافت جایزه شده‌اند (سالنامه آماری فرهنگ و هنر، ۱۳۹۷).

- شبکه نمایش خانگی: در سال ۱۳۹۷ تعداد فیلم‌های سینمایی داخلی نمایش داده شده در شبکه خانگی ۱۴۹ عنوان و در بخش فیلم‌های خارجی ۱۶۷ عنوان بوده است. در شبکه نمایش خانگی، ۴۱۰۶ میلیارد ریال درآمد ایجاد شده است که نسبت به سال ماقبل خود کاهش داشته است که به دلیل فراگیر شدن شبکه‌های اینترنتی vod و استقبال مردم از آنها می‌باشد (سالنامه آماری فرهنگ و هنر، ۱۳۹۷).

- آموزش: همچنین استان تهران دارای ۶۰ آموزشگاه سینمایی و سمعی بصری می‌باشد که مشتمل بر آموزشگاه‌های دارای مجوز موقت و دائم است. از کل ۵۹۹۱ آموزشگاه هنری کل کشور ۱۲۵۰ آموزشگاه هنری در تهران قرار دارد و از ۴۵ هنرستان هنرهای زیبای کشور، تهران دارای ۵ هنرستان و ۹۲۱ هنرجو می‌باشد (سالنامه آماری فرهنگ و هنر، ۱۳۹۷). در کل کشور ۲۳ دانشگاه هنر وجود دارد که ۹ دانشگاه در تهران و مابقی در شهرها و استان‌های اصفهان، تبریز، نوشهر، ساری، سمنان، ارومیه، مشهد، یزد، کرمان، شیراز، کاشان، قم و شوشتر قرار دارند. بنا بر آمار ارائه شده از سوی مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۷، ۲۹۶۱۱۰ دانشجو در دانشگاه‌های ایران در رشته‌های هنری تحصیل می‌کرده‌اند. با توجه به پراکندگی دانشگاه‌ها می‌توان گفت که تعداد قابل توجهی از دانشجویان رشته‌های هنری در تهران تحصیل می‌کنند.

- اجرای موسیقی: از ۹۸۵۴ اجرای صحنه‌ای موسیقی، ۲۷۵ اجرا مربوط به تهران و ۱۱۶۰ اجرا به صورت ستادی بوده است (سالنامه آماری فرهنگ و هنر، ۱۳۹۷).

- نمایشگاه‌های هنری: از ۴۲۷۵ نمایشگاه هنرهای تجسمی، ۱۵۹ نمایشگاه در تهران و ۵۷۸ نمایشگاه به صورت ستادی برگزار شده است (سالنامه آماری فرهنگ و هنر، ۱۳۹۷).

- **خانه مد و طراحی لباس:** ۳۰۱ خانه مد (مزون) دارای مجوز در کشور فعالیت دارند و ۳۲۵۷ طراح دارای مجوز و علاوه بر این ۳۳۳ مؤسسه هنری مد و لباس به فعالیت مشغول هستند (همان).

- **کتابخانه و موزه:** بر اساس آخرین آمار ارائه شده از سوی نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور تا پایان آبان‌ماه ۱۳۹۸، در کل ۳ هزار و ۵۲۳ کتابخانه عمومی شامل ۲۵۶۶ کتابخانه نهادی، ۹۳۳ کتابخانه مشارکتی و ۲۴ کتابخانه مستقل در استان‌های کشور فعالیت دارند که در این میان استان تهران از ۳۲۲ کتابخانه برخوردار است که از این تعداد ۱۶۶ کتابخانه در شهر تهران و تجریش قرار گرفته است. در استان تهران در کل ۱۵۹ موزه فعالیت دارند که از این تعداد ۲۷ موزه خصوصی و سایر آنها متعلق به بخش‌های دولتی است (پایگاه اطلاع‌رسانی سازمان موزه‌ها).^۲

جدول ۸-۴. تعداد موزه‌های استان تهران

مشارکتی با وزارت میراث فرهنگی و گردشگری	غیروابسته به وزارت میراث فرهنگی و گردشگری	خصوصی	تحت پوشش وزارت میراث فرهنگی و گردشگری ^۳
۴	۸۸	۲۷	۴۰

بنابراین با توجه به آمار و اطلاعات بیان شده، تهران به لحاظ ظرفیت‌ها، امکانات و زیرساخت‌های سینمایی از سایر شهرهای ایران دارای شرایط مساعدتری برای تبدیل شدن به شهر خلاق سینمایی است. چنانکه بیشترین مراکز آموزشی فرهنگی و سینمایی، دانشگاهی و آموزشگاهی، مطلوب‌ترین شرایط به لحاظ سرانه فضای نمایش و سالن‌های سینما را دارا می‌باشد. علاوه بر این برگزاری مهم‌ترین جشنواره بین‌المللی سینمای ایران (فجر) که البته نیازمند تقویت و حمایت بیشتری در بخش بین‌الملل است، نیز در شهر تهران برگزار می‌شود که عامل بسیار مهمی برای تعیین تهران به عنوان شهر خلاق سینمایی می‌تواند محسوب گردد. چراکه اگر نگاه مسئولان به شهر دیگری جز تهران برای ایجاد شهر سینمایی خلاق باشد، ایجاد زیرساخت‌ها و الزامات آن نیازمند هزینه بالاتری خواهد بود. به طور کلی مزیت‌های شهر تهران نسبت به سایر شهرهای ایران را به لحاظ شهرهای خلاق سینمایی می‌توان چنین برشمرد:

^۱ <https://www.iranpl.ir/news/19142/>

^۲ <http://gomchto.ir/etelaate%20muzeha.html>

^۳ این موزه‌ها شامل موزه‌های مجموعه‌های فرهنگی تاریخی سعدآباد، نیاوران و گلستان می‌شود.

جدول ۹-۴. مزایای شهر تهران به لحاظ شاخص‌های شهر خلاق سینمایی نسبت به سایر شهرهای ایران

برگزاری جشنواره بین‌المللی فجر	برگزاری جشنواره ملی و بین‌المللی
۲۴ درصد از سالن‌های نمایش فیلم در سال ۱۳۹۸	سالن نمایش / صندلی
۳۲ درصد صندلی‌های سینما در سال ۱۳۹۸	
پرتماشاگرترین (بیش از ۱۲ میلیون نفر) و پرفروش‌ترین (۱۷۲ میلیارد تومان)	تماشاگر و فروش اکران
بیشترین تعداد هنرستان‌ها و آموزشگاه‌های سینمایی (۶۰ آموزشگاه سینمایی، ۲۰ درصد از آموزشگاه‌های هنری) و دانشگاه‌های هنر (۹ دانشکده و دانشگاه هنری)	آموزش (آموزشگاه، هنرستان و دانشگاه)
ورود اولین دوربین فیلم‌سازی به تهران، وجود لکیشن‌های گوناگون و شهرک‌های سینمایی	شرایط و سابقه تاریخی، جغرافیایی
موزه سینما در تهران، کتابخانه‌ها و گالری‌ها و موزه‌ها که تمرکز بسیاری در تهران دارند	کتابخانه، گالری، موزه
بیشترین تعداد دانشجویان و فارغ‌التحصیلان رشته سینما و هنری و رشته‌های مرتبط و حضور سینماگران، نویسندگان، کارگردانان و هنرمندان سینمایی در تهران	طبقه خلاق
وجود خطوط ارتباطی هوایی با سایر کشورها و شهرها و نیز جاده‌ها و خطوط ریلی	خطوط ارتباطی

* تمامی اطلاعات جدول بر اساس داده‌ها و اطلاعات رسمی ارائه شده است.

به طور کلی شاخص‌ها در نمودار پیش رو به برخی همراه اطلاعات و آمار وضعیت موجود این شاخص‌ها

در کشور ارائه شده است.

- ۱۹۶ سالن نمایش فیلم
- ۴۳۳۲ صندلی سینما
- ۱۵۹ موزه
- ۳۲۲ کتابخانه عمومی
- ۱۱۶۰ اجرای موسیقی صحنه ستادی و ۶۵ اجرا در تهران
- ۱۵۹ نمایشگاه هنرهای تجسمی در تهران و ۵۷۸ نمایشگاه به صورت ستادی

دسترسی

تولید و
اکران

- ۸۴ عنوان اکران شده
- ۸۲ عنوان فیلم تولید شده
- ۱ عنوان فیلم خارجی اکران
- ۱۴۹ فیلم ایرانی نمایش خانگی
- ۱۶۷ فیلم خارجی (نمایش خانگی)

مردمی

۲۹۹ میلیارد تومان در بخش اکران / ۴۱۰۹ میلیارد تومان در بخش خانگی ...
۱۷۲ میلیارد فروش اکران در تهران

کارگردانان برند همچون مجیدی، فرهادی و ...
۲۹۶۱۱۰ دانشجوی رشته هنر نویسندگان، منتقدان، هنرمندان و ...

درآمد و
رفاه

اقتصاد
خلاق

گردشگری
خلاق

طبقه
خلاق

رتبه یازدهم
گردشگری در منطقه

۱۲۵۰ آموزشگاه هنری در تهران از
۵۹۹۱ آموزشگاه در کل
۲۳ دانشگاه (۹ دانشگاه در تهران)

ورود سینما و دوربین از دوره مظفرالدین شاه به ایران (تهران) خطوط ریلی، راه‌های ارتباطی گوناگون

سیاست شهری

آموزش و
پژوهش

توانمندی
محیط

پیشینه تاریخی
و بافت
جغرافیایی و ...

سیاست
بین‌الملل

مشارکت دولتی

سه جشنواره
بین‌المللی فیلم

دخالت
حداکثری
دولت در سینما

وضعیت مطلوب (الزامات)

با توجه به شاخص‌ها و مؤلفه‌های در نظر گرفته شده برای شهر سینمایی خلاق در ایران، وضعیت مطلوب و الزامات شهر سینمایی خلاق در ایران به قرار زیر ارائه شده است:

تحرک فرهنگی:

- **دسترسی:** بر اساس معیارهای جهانی به ازای هر ده‌هزار نفر باید یک سالن نمایش با ظرفیت حدود ۱۰۰ صندلی موجود باشد که این با وضعیت موجود ایران بسیار فاصله دارد. با وجود تمرکز بیشتر امکانات سینمایی در شهر و استان تهران، باز هم آمار موجود بسیار با شرایط مطلوب فاصله دارد. به عبارتی اگر جمعیت شهر تهران را ده میلیون نفر در نظر بگیریم باید به طور متوسط هزار سالن سینما در شهر تهران با پراکنش مناسب در تمامی نقاط برای دسترسی تمامی مناطق و محله‌ها موجود باشد. علاوه بر این سایر امکانات هنری و فرهنگی مانند کتابخانه‌ها، موزه‌ها و گالری‌ها و ... باید در سطح استاندارد و قابل قبول توسعه و تجهیز گردند.

- **تولید و اکران:** در سال ۱۳۹۸ در تهران یک فیلم خارجی اکران شده و ۸۴ فیلم داخلی، با توجه به لزوم جذب مخاطب و تنوع در سینما و آثار عرضه شده باید اکران فیلم‌ها و آثار روز خارجی در دستور کار قرار گیرد و برای آثار ایرانی نیز اکران‌های ویژه در نظر گرفته شود. علاوه بر اینکه رقابت در جذب مخاطب سبب افزایش کیفیت آثار داخلی و توجه سینماگران به نیازها و سلیقه مخاطب خواهد شد. این در حالی است که در بخش نمایش خانگی نمایش فیلم‌ها و سریال‌های خارجی بیشتر از تولید داخلی است (۱۴۹ فیلم داخلی و ۱۶۷ فیلم خارجی) که با نمایش این آثار در پرده سینما مخاطبان بسیاری به سوی سالن‌های سینما جذب خواهند شد.

- **برگزاری جشنواره:** از میان ۱۵۵ جشنواره سینمایی داخلی، ۳۳ جشنواره در تهران برگزار می‌شود که لازم است بر بعد بین‌المللی این جشنواره‌ها، به ویژه جشنواره فجر که مهم‌ترین جشنواره سینمایی کشور محسوب می‌شود، تأکید و تمرکز بیشتری انجام شود. برگزاری سایر جشنواره‌های فرهنگی و هنری هم در سطح ملی و بین‌المللی در اقتصاد خلاق و فراهم آمدن زمینه‌های ایجاد شهر خلاق بسیار ضرورت و اهمیت دارد.

- **مشارکت مردمی:** با توجه به دولتی بودن سینما در ایران، از بخش سرمایه‌گذاری و تولید گرفته تا اکران و توزیع، ضروری است بر مشارکت مردمی برای سرمایه‌گذاری افزوده گردد.

- **افزایش مخاطب:** با وجود افزایش مخاطبان و تماشاگران فیلم‌های سینمایی در سال‌های اخیر (۲۶ میلیون نفر در سال ۱۳۹۸)، هنوز این رقم برای داشتن اقتصاد خلاق مناسب نیست، چرا که به تناسب جمعیت، در سال تنها ۰/۳ افراد برای تماشای فیلم به سینما می‌روند. بنابراین لازم است زمینه‌های ترغیب مخاطب به تماشای فیلم سینمایی در سینما افزایش یابد.

اقتصاد خلاق:

- **درآمد و رفاه:** افزایش میزان درآمد و رفاه شهروندان برای داشتن یک شهر خلاق سینمایی ضروری است، چراکه شهروندان برای داشتن سهم بیشتر کالاهای فرهنگی در سبد خانوار، نیازمند رفاه و درآمد بیشتر و متناسب اقتصادی هستند و هر چه از میزان توانایی اقتصادی خانوار کمتر شود، از سهم کالاهای فرهنگی بیشتر کاسته می‌شود. از سوی دیگر درآمد سینما در بخش اکران در سال ۱۳۹۸ در کشور در حدود ۲۹۹ میلیارد تومان بوده است که ۱۷۲ میلیارد آن مربوط به شهر تهران است، اگرچه این رقم با توجه به افزایش شاخص بهای بلیت نسبت به سال‌های گذشته افزایش داشته است، اما برای داشتن سهم تولید ناخالص داخلی سینما باید به رقم بالاتری برسد که این نیازمند افزایش تعداد مخاطبان سینما می‌باشد. از سوی دیگر نمایش خانگی در سال ۱۳۹۷ در حدود ۴۱۰۶ میلیارد تومان درآمد داشته است که با تقویت vodها و سایر فناوری‌های نمایش می‌توان این درآمد را نیز افزایش داد. اشتغال پایدار از جمله شاخص‌های مرتبط با شهر خلاق سینمایی است که در حوزه سینما نیازمند افزایش تولید محصولات و آثار داخلی (فیلم سینمایی، پویانمایی و فیلم‌های کوتاه)، افزایش تعداد جشنواره‌ها، استودیوها و ... است. علاوه بر اینکه رونق سینما سبب ایجاد اشتغال در رونق اقتصادی افراد فعال در مشاغل پیرامونی و مرتبط با سینما خواهد شد.

- **گردشگری خلاق:** ایران به لحاظ صنایع فرهنگی و خلاق و با توجه به داشتن میراث و پیشینه قابل توجه فرهنگی، می‌تواند بستر مناسبی را برای رونق گردشگری، به‌ویژه گردشگری خلاق مهیا سازد. در حال حاضر بر اساس آمار سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۱۹ رتبه ایران به لحاظ شاخص‌های گردشگری از نظر زیرساخت‌های فرهنگی و طبیعی در مقام ۱۵۷ام کشورهای دنیا قرار گرفته است و از نظر جذب گردشگر در میان کشورهای منطقه در رتبه یازدهم قرار دارد. بنابراین ضروری است با تکیه بر صنایع خلاق و سینمایی زمینه

حضور گردشگران خارجی را در کشور افزایش دهیم (به ویژه در شهر خلاق سینمایی) و این مهم با برگزاری جشنواره‌های سینمایی و هنری و دعوت از هنرمندان و سینماگران خارجی محقق خواهد شد.

- **طبقه خلاق:** بر اساس آمار موجود، حدود ۲۹۶ هزار دانشجو در رشته‌های هنری در کشور در مقاطع گوناگون تحصیل می‌کنند که به دلیل تمرکز و پراکنش بیشتر دانشگاه‌های هنر و سینمایی در تهران، می‌توان گفت که عمده این افراد در تهران به سر می‌برند. به نظر می‌رسد با توجه به پایتخت بودن شهر تهران و حضور عمده سینماگران (به ویژه چهره‌های شاخص که در سینمای ایران برند محسوب می‌شوند) و نویسندگان و سایر هنرمندان در این شهر، از ظرفیت بسیار خوبی در شهر تهران برخوردار باشیم.

توانمندی محیط:

- **سیاست شهری:** برای داشتن شهر سینمایی خلاق لازم است فرهنگ محور سیاست‌های شهری قرار گیرد، به این نحو که توسعه مراکز فرهنگی و سینمایی در اولویت برنامه‌های شهرداری‌ها قرار گیرد. باید خاطر نشان کرد که افزایش تعداد و سرانه مراکز و سالن‌های نمایش و فرهنگی باید متناسب با رشد جمعیت شهر صورت گیرد. از سوی دیگر برنامه‌های گوناگون برگزاری جشنواره‌ها و جشن‌های سینمایی و فرهنگی در تمام نقاط شهر باید در سیاست‌گذاری شهرداری‌ها و نهادهای فرهنگی لحاظ شود. لازم به ذکر است این مستلزم همکاری و همراهی شهرداری‌ها و نهادهای تصمیم‌گیر فرهنگی (دولت) است. حفظ و حراست از مکان‌های تاریخی و فرهنگی شهری (میراث فرهنگی) از دیگر محورهای مهم سیاست شهری برای داشتن شهر خلاق سینمایی است.

- **پیشینه و سابقه تاریخی و طبیعی:** ایران به لحاظ اینکه دارای پیشینه تاریخی قابل توجهی در زمینه سینماست، از این لحاظ دارای شرایط مطلوبی است، چرا که ورود سینما و دوربین فیلم‌برداری در زمان مظفرالدین شاه بوده است (۱۲۷۹ هجری خورشیدی) یعنی در حدود صد و بیست سال پیش و در سال ۱۲۸۴ اولین سالن نمایش فیلم، سالن چراغ گاز توسط میرزا ابراهیم خان صحاف‌باشی افتتاح شد. از سال ۱۲۸۳ به طور رسمی صنعت سینما در ایران گشایش یافت و جنبه اقتصادی آن یعنی نمایش فیلم در سینماها به منظور کسب درآمد صاحبان آن مورد توجه قرار گرفت. اولین مؤسسه فیلم‌سازی ایرانی با عنوان میترا فیلم در سال ۱۳۲۶ پایه‌گذاری شد. اولین فیلم سینمایی نیز در سال ۱۳۰۹ با عنوان «آبی و رابی» تولید شد (موسائی، ۱۳۹۳). بنابراین

از این نظر در شرایط مطلوب قرار داریم. به لحاظ وضعیت و شرایط اقلیمی و طبیعی نیز با دارا بودن طبیعت و اقلیم‌های گوناگون کویر، کوهستان و دریا و دریاچه می‌توان بهترین بهره‌برداری را برای ایجاد شهر سینمایی خلاق داشت. علاوه بر اینکه شهرهای بزرگ کشور با دارا بودن سابقه تمدنی و فرهنگی از نظر جاذبه‌های فرهنگی و میراث فرهنگی دارای شرایط بسیار مساعدی هستند.

- مشارکت دولتی: دولت در سینما و صنایع خلاق باید نقش نظارتی و سیاست‌گذار خود را حفظ نماید، باین تفاوت که نقش او نباید به اعمال محدودیت و سفارشی‌سازی در سینما بدل شود، بلکه بسیاری از امور باید به اصناف و خود هنرمندان واگذار گردد. دولت علاوه بر نقش نظارت لازم است از هنرمندان و سینماگران حمایت مالی و سرمایه‌گذاری داشته باشد، که البته نباید به نادیده گرفتن بخش خصوصی منجر گردد. در حال حاضر سینمای ایران سینمای کاملاً دولتی محسوب می‌شود که لازم است با مشارکت بخش خصوصی از میزان دخالت و تصدی‌گری دولت در آن کاسته شود. علاوه بر این برای داشتن شهر خلاق سینمایی لازم است بخش‌های مرتبط گوناگون دولتی و غیردولتی با یکدیگر در تعامل و همکاری باشند (شهرداری، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت میراث فرهنگی و صنایع دستی و گردشگری، وزارت امور خارجه، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و ...).

- سیاست بین‌الملل: سیاست بین‌الملل باید به گونه‌ای باشد که تعامل و همکاری فرهنگی و سینمایی با کشورهای دیگر آسیایی و منطقه و نیز سایر کشورهای دنیا در دستور کار قرار گیرد، دعوت از هنرمندان نامی دنیا برای شرکت در کارگاه‌ها، جشنواره‌ها و کنفرانس‌ها در ایران و مشارکت پویا در برگزاری جشنواره‌های بین‌المللی می‌تواند به فراهم آمدن زمینه‌های ایجاد شهر خلاق سینمایی کمک کند.

- آموزش و پژوهش: به طور کلی در کشور ۲۳ دانشگاه و دانشکده هنر وجود دارد که از این تعداد ۹ دانشگاه در تهران قرار دارد و ۶۰ آموزشگاه سینمایی نیز در تهران قرار گرفته است. با توجه به تمرکز دانشگاه‌های معتبر در تهران و مؤسسات پژوهشی گوناگون، به نظر می‌رسد به لحاظ آموزشی و مراکز آموزشی تهران از ظرفیت مطلوبی برخوردار باشد که البته گشایش مرکز پژوهشی مستقل در خصوص صنایع خلاق و اقتصاد خلاق می‌تواند بسیار مؤثر و به جا باشد.

راهکارهایی ایجاد شهر خلاق سینمایی در ایران

برای ارائه راهکارها در مدل سیستمی می‌توان شاخص‌های مورد نظر را به قرار زیر در سه دسته کلی

ورودی، فرایند و خروجی ارائه داد.

<p>توسعه رشته‌های سینمایی و خلاق توسعه آموزشگاه‌ها و مراکز آموزشی ایجاد و توسعه مراکز پژوهشی در حوزه‌های صنایع خلاق و سینمایی وجود زیرساخت‌های گردشگری (هتل‌ها و مراکز اقامتی استاندارد) ارتباطات ریلی، جاده‌ای، هوایی با سایر شهرها و کشورها آرشیو و نگهداری از اطلاعات، منابع، آثار و ... در صنایع خلاق به‌ویژه سینما حضور طبقه خلاق و متخصص و هنرمند (سینماگران و سایر هنرمندان و ...) حضور متمرکز مؤسسات و بنگاه‌های سینمایی و خلاق تنوع فرهنگی و پذیرش افراد غیربومی و مهاجر تنوع طبیعی و اقلیمی فضای باز به سینماگران برای تولید مشارکت مردم در سرمایه‌گذاری و تولید زیرساخت‌های فناوری دیجیتال و اینترنت سرانه قابل قبول فضاهای فرهنگی (موزه‌ها، کتابخانه‌ها و ...) (دسترسی شهروندان به امکانات فرهنگی)</p>	ورودی
<p>تسهیل توزیع آثار خلاق و فرهنگی و به‌ویژه آثار سینمایی (شیوه‌های نوین و مدرن) حمایت از کارآفرینی در صنایع خلاق و سینمایی حفظ و توسعه جاذبه‌های گردشگری توسعه کسب‌وکارهای تجاری در شهر در بستر صنایع خلاق و سینما حمایت مالی از هنرمندان و مؤسسات خلاق و هنری عدم وابستگی کامل صنایع خلاق و سینما به دولت تعامل با سایر کشورها در مسائل فرهنگی و صنایع خلاق سیاست تبلیغاتی و رسانه‌ای برای جلب مخاطب حمایت از فیلم‌سازان و سینماگران توسعه سرانه فضاهای سینمایی و نمایش (فرهنگی) مطابق با رشد جمعیت تولید و تقویت تجهیزات و فناوری‌های تولید آثار خلاق و سینمایی</p>	فرایند
<p>تولید قابل توجه محصولات سینمایی و خلاق برگزاری و مشارکت در جشنواره‌های ملی و بین‌المللی (حرفه‌ای و آماتور) درآمد و گردش مالی قابل توجه از صنایع خلاق و سینمایی صادرات قابل توجه آثار خلاق و سینمایی اشتغال‌زایی پایدار در بستر صنایع خلاق و سینمایی و مشاغل وابسته و غیرمستقیم شکوفایی و رشد گردشگری خلاق (افزایش ورودی گردشگران خارجی)</p>	خروجی

۱ input

۲ process

۳ output

ورودی

توسعه رشته‌های سینمایی و خلاق
توسعه آموزشگاه‌ها و مراکز آموزشی
ایجاد و توسعه مراکز پژوهشی در حوزه‌های صنایع خلاق و سینمایی
وجود زیرساخت‌های گردشگری (هتل‌ها و مراکز اقامتی استاندارد)
ارتباطات ریلی، جاده‌ای، هوایی با سایر شهرها و کشورها
آرشیو و نگهداری از اطلاعات، منابع، آثار و ... در صنایع خلاق به‌ویژه
سینما
حضور طبقه خلاق و متخصص و هنرمند (سینماگران و سایر
هنرمندان و ...)
حضور متمرکز مؤسسات و بنگاه‌های سینمایی و خلاق
تنوع فرهنگی و پذیرش افراد غیربومی و مهاجر
تنوع طبیعی و اقلیمی
فضای باز به سینماگران برای تولید
زمینه مشارکت مردم در سرمایه‌گذاری و تولید
زیرساخت‌های فناوری دیجیتال و اینترنت
سرانه قابل قبول فضاهای فرهنگی (موزه‌ها، کتابخانه‌ها و ...)
(دسترسی شهروندان به امکانات فرهنگی)

فرایند

تسهیل توزیع آثار خلاق و فرهنگی و به‌ویژه آثار سینمایی (شیوه‌های
نوین و مدرن)
حمایت از کارآفرینی در صنایع خلاق و سینمایی
حفظ و توسعه جاذبه‌های گردشگری
توسعه کسب‌وکارهای تجاری در شهر در بستر صنایع خلاق و سینما
حمایت مالی از هنرمندان و مؤسسات خلاق و هنری
عدم وابستگی کامل صنایع خلاق و سینما به دولت
تعامل با سایر کشورها در مسائل فرهنگی و صنایع خلاق
سیاست تبلیغاتی و رسانه‌ای برای جلب مخاطب
حمایت از فیلم‌سازان و سینماگران
توسعه سرانه فضاهای سینمایی و نمایش (فرهنگی) مطابق با رشد
جمعیت
تولید و تقویت تجهیزات و فناوری‌های تولید آثار خلاق و
سینمایی

خروجی

تولید قابل توجه محصولات سینمایی و خلاق
برگزاری و مشارکت در جشنواره‌های ملی و
بین‌المللی (حرفه‌ای و آماتور)
درآمد و گردش مالی قابل توجه از صنایع خلاق و
سینمایی
صادرات قابل توجه آثار خلاق و سینمایی
اشتغال‌زایی پایدار در بستر صنایع خلاق و
سینمایی و مشاغل وابسته و غیرمستقیم
شکوفایی و رشد گردشگری خلاق (افزایش
ورودی گردشگران خارجی)

با توجه به مدل سیستمی ارائه شده راهکارهای ایجاد شهر خلاق سینمایی را می توان چنین برشمرد:

ورودی:

- توسعه رشته های سینمایی و مرتبط با آن در سطح آموزش عالی، آموزش و پرورش (هنرستان ها) و مراکز آموزشگاهی و فنی و حرفه ای
- افزایش تعداد مراکز و آموزشگاه های سینمایی و خلاق برای دسترسی عادلانه مردم به آموزش
- آموزش سواد سینمایی و رسانه ای و دروس مربوط به سینما از دوره مدرسه
- ایجاد و توسعه مراکز تحقیقاتی و پژوهشی در زمینه اقتصاد خلاق، صنایع خلاق و به ویژه سینما و رشته های پیرامونی سینما
- آرشیو نظام مند تمامی اسناد (مکتوب و شفاهی)، آثار و ... مرتبط با سینما
- ایجاد تسهیلات و جاذبه هایی برای حفظ طبقه خلاق (کارگردانان، نویسندگان و ...) در شهر خلاق سینمایی
- ایجاد تمرکز مؤسسات و بنگاه های سینمایی و یا ایجاد شعب برای آنها در شهر خلاق مورد نظر
- ایجاد تسهیلات برای حضور و ماندگاری و حضور فرهنگ های گوناگون در شهر خلاق سینمایی
- حمایت و تشویق سرمایه گذاری مردمی و ارائه مشوق ها و تسهیلاتی برای جذب سرمایه های مردمی در زمینه تولید آثار خلاق و سینمایی
- اهتمام مسئولان و سیاست گذاران به تقویت و توسعه زیرساخت های فناوری های دیجیتال و نوین اینترنتی
- توسعه سرانه فضاهای فرهنگی متناسب با جمعیت شهر در آینده و برخورداری تمام مناطق شهر (مناطق حاشیه ای) از امکانات و فضاهای فرهنگی و سینمایی
- ایجاد و توسعه زیرساخت های اقامتی و هتل ها و مهمانسراها برای گردشگران مطابق استانداردهای جهانی

فرایند:

- تسهیل توزیع آثار خلاق سینمایی (تسهیل کسب مجوزها و توزیع مردمی) به نحوی که دسترسی به آثار مورد نظر مخاطب به راحتی میسر گردد.
- حمایت از کارآفرینان خلاق و ارائه مشوقها و تسهیلات به کارآفرینان برای فعالیت در حوزههای خلاق و سینمایی
- حفظ و توسعه مراکز گردشگری و فرهنگی سینمایی و خلاق برای جذب گردشگران فرهنگی و سینمایی
- تشویق و ارائه تسهیلات برای کسب و کارهای حوزه صنایع خلاق، به ویژه کسب و کارهای حوزه سینما
- حمایت مالی از هنرمندان برای ساخت و تولید آثار سینمایی خلاق
- تسهیل و تشویق شرکت هنرمندان و آثار خلاق سینمایی در جشنوارههای سینمایی بین المللی
- واگذاری بسیاری از امور به بخش صنفی و عدم وابستگی صرف و مطلق سینما به دولت
- تعامل با سایر هنرمندان از کشورهای گوناگون به ویژه کشورهای دارای اشتراکات فرهنگی
- تبلیغات صنایع خلاق و آثار سینمایی برای جذب مخاطب (تلویزیون، رسانه های نوین، فضای مجازی و ...)
- تقویت تجهیزات تولید آثار سینمایی، از جمله استودیوها، شهرک های سینمایی و ...
- ایجاد مراکز فناوری سینمایی و پارک های سینمایی دارای استودیوهای مجهز به فناوری های نوین و مطابق با پیشرفت های روز دنیا
- ایجاد پایگاه داده در خصوص لکیشن ها و استودیوهای داخلی و دسترسی آن برای تمامی فیلم سازان دنیا
- ایجاد سازوکار در اختیار قرار دادن لکیشن ها و تجهیزات برای فیلم سازان خارجی و یا ایرانیان و هنرمندان مقیم سایر کشورها
- تقویت بخش بین الملل جشنواره های داخلی و تشویق سایر کشورها برای شرکت در جشنواره های معتبر بین المللی داخلی

- تولید آثار سینمایی با موضوعات متنوع و مطابق با نیاز مخاطب داخلی (برای جذب مخاطب) و

بین‌المللی

- تشویق تولید آثار سینمایی با موضوع فرهنگ ایرانی اسلامی و میراث فرهنگی

خروجی:

- تولید آثار سینمایی قابل توجه و متنوع و پاسخگوی سلیقه و نیاز مخاطب
- اکران فیلم‌ها و آثار سینمایی روز دنیا به همراه اکران ویژه تولیدات داخلی
- برگزاری جشنواره‌های سینمایی داخلی (ملی و بین‌الملل) مطابق استانداردها و معیارهای قابل قبول
- برگزاری جشن‌ها و جشنواره‌های فرهنگی و سینمایی در تمامی نقاط شهر؛ مناطق محروم و بافت

قدیمی

- صادرات آثار سینمایی به سایر کشورها، به‌ویژه کشورهای دارای اشتراکات فرهنگی و مذهبی
- تولید آثار و محصولات سینمایی و فرهنگی مشترک

نتیجه‌گیری

با توجه به یافته‌های پژوهش، روشن است که زمینه‌ها و ظرفیت‌های بسیاری برای ایجاد شهر خلاق سینمایی وجود دارد، اما در عین حال نیازمند سیاست‌گذاری برای توسعه اقتصاد خلاق به‌ویژه در زمینه سینما هستیم که توسعه زیرساخت‌های سینمایی را می‌طلبد. برنامه‌ریزی برای توسعه زیرساخت‌ها و امکانات فرهنگی و دسترسی به سینما و سالن‌های نمایش، رویکردی است که باید با توجه به روند رشد جمعیت شهرها و مناطق مختلف مد نظر باشد و این مهم در شهری که با عنوان شهر خلاق سینمایی شهرت خواهد یافت، ضروری است. در ایران با وجود تلاش‌های سال‌های اخیر مسئولان مبنی بر توسعه سالن‌های نمایش در سال‌های اخیر، اما هنوز به لحاظ امکانات فرهنگی و سینمایی در بسیاری از استان‌ها و شهرها محرومیت وجود دارد و بسیاری از افراد به این امکانات دسترسی لازم را ندارند. تهران اگرچه در میان شهرهای ایران از توسعه بیشتری از لحاظ فرهنگی و امکانات فرهنگی برخوردار شده است، اما هنوز با معیارهای جهانی فاصله دارد. هر چند که می‌توان با سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در بازه زمانی پنج یا ده ساله این خلأ را پر کرد. انتخاب تهران به عنوان شهر

خلاق سینمایی به دلیل توسعه نامتوازن شهرهای ایران و تمرکز و پراکندگی امکانات فرهنگی، آموزشی و پژوهشی است. دیگر آنکه مهم‌ترین جشنواره سینمایی کشور در شهر تهران برگزار می‌شود که البته نیازمند تقویت بعد بین‌المللی است. از دیگر سو، تنوع فرهنگی و مدارای فرهنگی از شاخص‌های شهر خلاق است که شهر تهران نسبت به سایر شهرهای ایران می‌تواند از این شاخص بهره‌مند باشد که دلیل آن سکونت افراد با فرهنگ‌های متنوع قومی ایرانی و نیز اتباع سایر کشورها می‌باشد. به لحاظ میزان افراد دانش‌آموخته دانشگاهی نیز به دلیل تراکم واحدهای دانشگاهی، این شهر برای انتخاب شهر خلاق سینمایی از درجه بالاتری برخوردار است. اما بی‌تردید برای دست یافتن به شاخص‌های شهر خلاق سینمایی نیازمند تحول در رویکردها و سیاست‌های سینمایی و تقویت بعد بین‌المللی، روابط و تعاملات بین‌المللی فرهنگی هستیم. بنابراین همان‌طور که در راهبردها و الزامات اشاره شد، سیاست‌گذاری جامع در عرصه‌های «روابط بین‌الملل»، «اقتصاد سینما»، «گردشگری خلاق» و «سیاست شهری» در حوزه سینما و ایجاد شهر خلاق سینمایی باید مد نظر قرار گیرد. دستیابی به این هدف نیازمند همکاری و همراهی نهادهای گوناگون دولتی و غیردولتی است.

فهرست منابع

الف) منابع فارسی

- آزاد، نفیسه، امیر ناظمی و سهیلا علیرضائزاد (۱۳۹۸)، «تحلیل آینده‌پژوهانه سیاست‌گذاری شهر خلاق؛ مطالعه‌ای در شهر تهران»، فصلنامه علمی مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی، پاییز، ۹(۳۲)، ۲۰۵-۱۸۰.
- ابراهیم‌زاده، عیسی و ناصر نیری (۱۳۹۷). «سنجش و ارزیابی وضعیت شاخص‌های شهر خلاق مطالعه موردی: مناطق پنج‌گانه شهر زاهدان»، جغرافیا و توسعه، شماره ۵۲، پاییز، صص ۲۲-۱.
- آزاد ارمکی، تقی و آرمین امیر (۱۳۸۸). «بررسی کارکردهای سینمای ایران (ارزیابی سینمای سال‌های ۱۳۷۴ تا ۱۳۸۵ بر اساس توزیع کارکردهای فیلم‌ها)»، جامعه‌شناسی هنر و ادبیات، سال اول، شماره دوم، پاییز و زمستان.
- آزاد ارمکی، تقی و نوح منوری (۱۳۸۹). ارائه مدلی برای تحلیل محتوای سیاست‌های فرهنگی، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، دوره ۲، شماره ۲۰، پاییز: ۴۷-۷۶.
- اینارسون، آگوست (۱۳۹۷). اقتصاد فرهنگ، ترجمه فرناز سربندی، تهران: نشر ترمه.
- پوراحمد، احمد و اکبر حمیدی (۱۳۹۵). «ارزیابی چالش‌ها و فرصت‌های ایجاد شهر خلاق در مناطق آزاد تجاری»، مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی، سال یازدهم، شماره ۳۷، زمستان صص ۱۸-۱.
- پوردکریا، مریم و سمیه فدایی‌نژاد بهرام‌جردی (۱۳۹۸). «بازخوانی رویکرد بازآفرینی فرهنگ-مبنا در ساخت شهر خلاق (تدوین چارچوب تحلیلی بازآفرینی قطب خلاق و فرهنگی)»، نشریه علمی باغ نظر، ۱۶(۷۷)، آبان، صص ۱۴-۵.
- پورمحمد، محمد حسین، سید علی رحمان‌زاده و اسماعیل کاوسی (۱۳۹۸). «نقش رسانه ملی در توسعه شهر خلاق»، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال یازدهم، شماره دوم، بهار، صص ۱۶۶-۱۵۷.
- پیربائی، محمد تقی، ولی‌الله ربیعی‌فر و مسعود اسدی محل‌چالی (۱۳۹۷)، «پایش ساختار شهرها از منظر راهبرد شهر خلاق (مطالعه موردی: ۸ کلانشهر کشور)»، نشریه علمی پژوهشی برنامه‌ریزی توسعه کالبدی، سال سوم، شماره ۷ (سری جدید)، پیاپی ۱۱، پاییز: ۳۱-۱۱.
- تراسبی، دیوید (۱۳۹۲). اقتصاد فرهنگ، ترجمه کاظم فرهادی، تهران، نشر نی.
- تراسبی، دیوید (۱۳۹۳). اقتصاد سیاست فرهنگی، ترجمه سوسن علائی، تهران: سوره مهر.

تولایی، روح‌الله و مهرداد محمدزاده علمداری (۱۳۹۶). فنون و ابزارهای روش تحقیق در مدیریت، نشر جهاد دانشگاهی.

حاجیانی، ابراهیم (۱۳۹۱). برنامه‌ریزی و مدیریت استراتژیک فرهنگی شهر (ماتریس فرهنگی شهر تهران)، تهران: تیسرا.

حیدری‌پور، اسفندیار، فرهنگ مظفر و محسن فیضی (۱۳۹۷). «تدوین مؤلفه‌های شهر خلاق صنایع دستی در محور فرهنگی تاریخی اصفهان به روش تحلیل محتوا»، فصلنامه علمی پژوهشی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، سال دهم، شماره دوم، بهار، صص ۲۳-۳۹.

زنگنه شهرکی، سعید و باقر فتوحی مهربانی (۱۳۹۷). تبیین الگوی مطلوب شهر خلاق برای کلانشهر تهران»، فصلنامه شهر پایدار، دوره یکم، شماره چهارم، زمستان، صص ۱۲۷-۱۳۹.

زنگنه شهرکی، سعید، باقر فتوحی مهربانی، محمد پوراکرمی و محمدرضا سلیمان‌زاده (۱۳۹۵). «تحلیل قابلیت‌ها و جایگاه شهر تهران از نظر تحقق مفهوم شهر خلاق در مقایسه با سایر شهرهای دنیا»، مجله جغرافیا و توسعه فضای شهری، سال سوم، شماره دوم، پاییز و زمستان، صص ۶۹-۸۵.

سربندی، فرناز (۱۳۹۸). ارزیابی خط‌مشی‌های معطوف به اقتصاد فرهنگ در گفتمان دولت‌های پس از انقلاب اسلامی، رساله دکترا، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، به راهنمایی دکتر ابراهیم حاجیانی و دکتر سید رضا صالحی امیری.

شبابی، امیرحسین و محمدسعید ایزدی (۱۳۹۳). «رویکردی نوین به بازآفرینی شهر خلاق»، نقش جهان، سال چهارم، شماره دوم، صص ۵۴-۶۳.

شمسی، خضر، زینب کرکه‌آبادی و سعید کامیابی (۱۳۹۷). «مروری بر مفهوم شهر خلاق با تأکید بر سنجش وضعیت خلاقیت شهری»، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی، دوره سیزدهم، شماره دوم، تابستان، صص ۴۲۵-۴۴۱.

ضامنی، داود و رضا ابراهیم‌زاده دستجردی (۱۳۹۴). «شناسایی مؤلفه‌های ترغیب‌کننده مخاطب برای رفتن به سینما در تهران»، فصلنامه مطالعات فرهنگ-ارتباطات، سال شانزدهم، شماره سی‌ام، تابستان صص ۱۰۹-۱۲۲.

- ضرابی، اصغر، میرنجف موسوی و علی باقری کشکولی (۱۳۹۳). «بررسی میزان تحقق‌پذیری شهر خلاق (مقایسه تطبیقی بین شاخص‌های توسعه پایدار شهری و معیارهای ایجاد شهر خلاق)»، مجله جغرافیا و توسعه فضای شهری، سال اول، شماره ۱، پاییز و زمستان، صص ۱۷-۱.
- فتوحی مهربانی، باقر، محسن کلانتری و سید عباس رجایی (۱۳۹۵). شهر خلاق و شاخص‌های شهر خلاق ایرانی»، جغرافیا، دوره جدید، سال چهاردهم، شماره ۵۱، صص ۱۱۸-۱۰۱.
- فهرست آموزشگاه‌های آزاد سینمایی استان تهران (به‌روزرسانی آذر ۱۳۹۸)، قابل دسترس در: <https://apf.farhang.gov.ir/fa/teaching/list2/listmain/list>
- قربانی، رسول، سعید حسین‌آبادی و علی طورانی (۱۳۹۲). «شهرهای خلاق، رویکردی فرهنگی در توسعه شهری»، مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، سال سوم، شماره یازدهم، بهار، صص ۱۸-۱.
- کریم‌زاده، علی، سید کمال‌الدین شهریاری و مهیار اردشیری (۱۳۹۶). «تبیین سیاست‌های فرهنگی تأثیرگذار بر بازآفرینی شهری فرهنگ‌محور (با تأکید بر تجارب بازآفرینی شهری استانبول ترکیه)»، هویت شهر، سال یازدهم، شماره بیست‌ونهم، بهار، صص ۱۰۶-۹۵.
- کلانتری، محسن، سید عباس رجایی و باقر فتوحی مهربانی (۱۳۹۵). «تحلیلی بر برخورداری کلانشهرهای ایران از شاخص‌های شهر خلاق»، پژوهش‌های جغرافیای برنامه‌ریزی شهری، دوره چهارم، شماره چهارم، زمستان، صص ۶۱۲-۵۸۷.
- مافی، رضا، محسن قدمی، محمد مهدی مظاهری و فاطمه فراهانی (۱۳۹۷). «ارائه الگوی مطلوب شهر خلاق در کلانشهر تهران»، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال یازدهم، شماره اول، زمستان، صص ۶۱-۳۳.
- محمودی آذر، شیرزاد و زهره داودپور (۱۳۹۷). «برندسازی شهری برای تحقق شهر خلاق؛ ارائه نظریه‌ای داده‌بنیاد (مورد مطالعه: شهر ارومیه)»، توسعه محلی (روستایی-شهری)، دوره یازدهم، شماره اول، بهار و تابستان، صص ۱۳۶-۱۱۵.
- مختاری ملک‌آبادی، رضا، نفیسه مرصوصی، اسماعیل علی‌اکبری و داود امینی (۱۳۹۴). «شاخص‌های بومی شهر خلاق با رویکردی اسلامی ایرانی»، جغرافیا، دوره جدید، سال سیزدهم، شماره ۴۷، صص ۱۷۷-۱۶۱.

مختاری ملک‌آبادی، رضا، نفیسه مرصوصی، اسماعیل علی‌اکبری و داود امینی (۱۳۹۴). «تبیین معیارهای بومی‌سازی شاخص‌های مکانی فضای شهر خلاق با رویکرد ایرانی-اسلامی»، فصلنامه مطالعات شهر ایرانی اسلامی، شماره بیست‌ودوم، زمستان، صص ۲۳-۳۹.

مرکز ملی آمار ایران (۱۳۹۶)، ایران در آئینه آمار ۱۳۹۴، قابل دسترس در:

https://www.amar.org.ir/Portals/0/Files/fulltext/1394/n_idaa_no.35_94.pdf

معاونت توسعه فناوری و مطالعات سینمایی (۱۳۹۸)، وضعیت سالن‌های سینما در کشور در سال ۱۳۹۷،

قابل دسترس در:

https://www.farhang.gov.ir/ershad_content/media/image/2019/07/775761_orig.pdf

معاونت توسعه فناوری و مطالعات سینمایی (۱۳۹۹)، سالنامه آماری فروش فیلم و سینمای ایران در سال

۱۳۹۸، قابل دسترس در:

https://apf.farhang.gov.ir/ershad_content/media/image/2020/05/965950_orig.pdf

معاونت توسعه فناوری و مطالعات سینمایی (۱۳۹۷)، سیمای سینمای ایران، نگاهی از دریچه آمار به سینما

در سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۹، قابل دسترس در:

https://apf.farhang.gov.ir/ershad_content/media/image/2018/09/670170_orig.pdf

موسائی، میثم (۱۳۹۳). خلاصه راهبردی کتاب اقتصاد فرهنگ: بررسی اقتصادی بخش‌های مختلف فرهنگی،

پرونده درآمدی بر اقتصاد فرهنگ، پژوهشگاه فرهنگ و هنر اسلامی، حوزه هنری.

نظم‌فر، حسین، احمد آفتاب، عطا غفاری گیلانده و میرنجف موسوی (۱۳۹۷). تحلیل عوامل کلیدی مؤثر بر

برنامه‌ریزی شهر خلاق، پژوهش‌های جغرافیای برنامه‌ریزی شهری، دوره ششم، شماره یکم، بهار، صص ۱-۲۲.

نوری کارد، محمد، حامد رحیمی و سمیه فتحی (۱۳۹۶). «نقش فرهنگ و هنر در شهر خلاق (مطالعه

موردی: شهرهای ونکوور و تورنتو)»، مطالعات فرهنگ و هنر، دوره ۲، شماره ۴، زمستان، صص ۱-۱۴.

هاولت، مایکل، ام. رامش و آنتونی پرل (۱۳۹۵). مطالعه خط‌مشی عمومی؛ چرخه‌های خط‌مشی و

زیرنظام‌های خط‌مشی، ترجمه عباس منوریان و ابراهیم گلشن، تهران: مؤسسه کتاب مهربان نشر.

ب) منابع لاتین

Alakwe, Kizito Ogedi (2018), "Defining the Cultural and Creative Industry: An Exploration of the Nigerian Cultural and Creative Ecosystem", *Journal of Creative Industries and Cultural Studies (JOCIS)*, vol. 3: 14-31

Atkinson, Rowland & Hazel Easthope (2009), *The Consequences of the Creative Class: The Pursuit of Creativity Strategies in Australia's Cities*, *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 33, issue 1: 64-79, <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2009.00837.x>

Bonelli, Diego, Thierry Jutel & Alfio Leotta (2019), "selling the creative city: Wellington tourism film in the neoliberal era", *Studies in Australasian Cinema*: 32-50. <https://doi.org/10.1080/17503175.2019.1693149>

Comunian, Rberta (2011), "Rethinking the Creative City: The Role of Complexity, Networks and Interactions in the Urban Creative Economy", *Urban Studies*, 48(6): 1157-1179

Dudek-Mańkowska, Sylwia & Mirosław Grochowski (2019), "From creative industries to the creative place brand: some reflections on city branding in Poland", *Place Branding and Public Diplomacy*, 15:274-287, <https://doi.org/10.1057/s41254-019-00141-7>

Durmaz Drinkwater, Bahar & Stephen Platt (2016), "Urban development process and creative clustering: The film industry in Soho and Beyoğlu", *Urban Design International*, 21: 151-174

Durmaz, Bahar, Tan Yigitcanlar & Koray Velibeyoglu (2008), "creative cities and film industry: Antalya's Transition to a Eurasian film centre", *The Open Urban Studies Journal*, vol.1:1-10.

European Union (2019), *The Cultural and Creative Cities Monitor*, Luxembourg: Publications Office of the European Union, available at: https://www.researchgate.net/publication/336390549_The_Cultural_and_Creative_Cities_Monitor_-_2019_Edition

Florida, Richard (2005) *Cities and Creative Class*, Rutledge, New York-London.

Hartly, John, Jason Potts & Trent MacDonald (2012), *The CCI, Creative City Index 2012*, *Cultural Science Journal*, vol.5, No.1

Hospers, Gert-Jan & Roy van Dalm (2005), *How to create a creative city? The viewpoints of Richard Florida and Jane Jacobs*, *Foresight*, Vol. 7 No. 4, pp. 8-12, <https://doi.org/10.1108/14636680510611796>

Ireland 2040- Our Paln (2017), Galway City Council, available at: <http://npf.ie/wp-content/uploads/2017/10/Ireland-2040-Our-Plan-Draft-NPF.pdf>

Jurene, S.& Jureniene, V. (2017), "Creative Cities and Clusters", *Transformations in Business & Economics*, Vol. 16, No 2 (41), pp.214-234

Kaufman, J. C. & Glăveanu, V. P. (2019), A review of creativity theories: what questions are we trying to answer?", In J.C. Kaufman & R. J. Sternberg (Eds.), *Cambridge handbook of creativity (2nd Ed)*(pp. 27-43).New York: Cambridge University Press.

Kupers, Elisa, Marjin Van Dijk & Andreas Lehmann-Wermser (2018), Creativity in the Here and Now: A Generic, Micro-Developmental Measure of Creativity, *Front*, Vol.9

Landry, Charles (2012), *The Origins & Futures Of The Creative City*, UK: Comedia

Landry, Charles (2013), *Creative City Index, comfortable or captivating*, Palmerston North City Council.

Levickaitė, Rasa (2011), "four approaches to the creative economy: general overview", *Business, Management and Education*, 9(1): 81–92, doi:10.3846/bme.2011.06

Moldoveanu, Maria & Valeriu Ioan-Franc (2016), creative cities- a model of sustainable city planning, *Economic Dynamics and sustainable development-resources, factors, structures and policies*, vol.2, peter lang Academic Research, pp: 31-36.

Moss, Geoffrey (2017), "Florida's Creative Class", Thesis *Artistic Enclaves in the Post-Industrial City*, springer

Nientied, P. and Toto, R. (2010), "The Concept of the Creative City in the Balkan Region Context", *Forum A+P Periodik Shkencor për Arkitekturën dhe Planifikimin Urban*, Vol. 2, Tiranë, POLIS Press

Park, Se Hoon (2016), "Global Knowledge and Local Practices: Reinventing Cultural Policy in Busan, South Korea", *Making Cultural Cities in Asia: Mobility, Assemblage and the politics of aspirational urbanism*, edited by Jung Wang, Tim Oakes and Yang Yang, Routledge.

Richthofen, Aurel von, Ludovica Tomarchio & Alberto Costa (2019), Identifying Communities within the Smart-Cultural City of Singapore: A Network Analysis Approach, *Smart cities* (2): 66-81, DOI: 10.3390/smartcities2010005

Rodrigues, Margarida & Mário Franco (2018), Measuring the Performance in Creative Cities: Proposal of a Multidimensional Model, *Sustainability*, 10(11):1-21, DOI: 10.3390/su10114023

Sasaki, Masayuki (2011), urban regeneration through cultural creativity and social inclusion: Rethinking creative city theory through a Japanese case study, *cities*, 27: 53-59, doi:10.1016/j.cities.2010.03.002.

Stasiulis, N. (2017), "The Idea of the Creative Society and the Development of Creative Industries", *Economics and Sociology*, Vol. 10, No. 2: 217-226. DOI: 10.14254/2071-789X.2017/10-2/16

Hatuka, Tali, Issacher Rosen-Zvi, Michael Brinhack, Eran Toch & Hadas Zur (2018), the political promises of contemporary urban concepts: the global city, the sustainable city, the resilient city and smart city, *planning theory & practice*, DOI: 10.1080/14649357.2018.1455216

UNESCO (2006), Understanding Creative Industries; Cultural Statistics for Public-Policy making: http://portal.unesco.org/culture/es/files/30297/11942616973cultural_stat_EN.pdf/cultural_stat_EN.pdf

UNWTO (2019), International Tourism Highlights, available at: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>

Vanova, Anna & Andrea Miskovicova (2014), what makes the city creative-comparison of creative cities and local socio-economic development's factors, 5th central European conference in regional science-CERS

Varbanova, L. (2007). Our Creative Cities Online, In. B. Cvjeticanin (Ed.). *Cultural Transitions in Southeastern Europe: The Creative City: Crossing Visions and New Realities in the Region*. UNESCO Press

Vlachopoulou, Christina & Alex Deffner (2011), "Creative city: A new challenge of strategic urban planning?" ERSA conference papers ersa11p1584, European Regional Science Association.

Ward, Susan (2004), "national cinema or creative industries? film policy in transition", *Media International Australia*, Vol. 112, Issue 1, <https://doi.org/10.1177/1329878X0411200110>

Weiping, W. (2005), "Dynamic Cities and Creative Clusters", *World Bank Policy Research Working Paper*, No 3509, doi.org/10.1596/1813-9450-3509.

پیوست:

سؤال‌های مطرح شده در مصاحبه با صاحب‌نظران سینمایی:

۱. ایجاد شهر خلاق سینمایی در ایران چه ضرورتی دارد؟
۲. الزامات، زیرساخت‌ها، عوامل و شرایط شکل‌گیری شهر خلاق سینمایی کدام است؟
۳. به نظر شما شهرهای ایران زمینه مساعد برای تبدیل شدن به شهر خلاق سینمایی را دارند؟ کدام شهرها را بیشتر مناسب می‌دانید؟
۴. آیا تجربه موفق جهانی در خصوص شهر خلاق سینمایی در دنیا سراغ دارید؟ آنها چگونه موفق عمل کرده‌اند؟