

دور المناطق التراثية في صناعة مدن المعرفة

أيمن محمد مصطفى

أستاذ مساعد بقسم العمارة- كلية الفنون الجميلة - جامعة المنيا- مصر

أستاذ مشارك بقسم البحوث العمرانية والهندسية- معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج والعمرة- جامعة أم القرى

Aymanmm68@yahoo.com

ملخص:

يركز هذا البحث على كيفية تفعيل دور المناطق التراثية في تكوين وتحول المدن التقليدية إلى مدن المعرفة، التي بدأت تأخذ اهتماماً متزايداً في الدول المتقدمة وكيفية تشكيل أسلوب تعامل أكثر عمقا وشمولية مع المناطق التراثية.

تساؤل البحث الرئيسي:

- ما هو دور المناطق التراثية في صناعة مدن المعرفة؟

اهداف البحث:

- تكوين قاعدة معلومات نظرية عن مدن المعرفة والمفاهيم المتداخلة معها.
- تحديد دور المناطق التراثية في صناعة مدن المعرفة، وتحليل تجارب المدن التي تحولت إلى مدن معرفة لتحديد الدور الذي تلعبه المناطق التاريخية في التحول.
- وضع توصيات خاصة لأسلوب التعامل مع المناطق التاريخية، ليكون دورها مؤثرا في تحويل المدينة لمدينة معرفة.

المنهجية:

- مراجعة الأدبيات والنظريات التي تتناول مدن المعرفة ومقوماتها.
- دراسة وتحليل أمثلة للمدن التي تحولت إلى مدن معرفة.
- استنباط أهمية دور المناطق التراثية في التحول لمدن معرفة.

الأهمية النظرية:

استنباط توصيات لإعادة إحياء المناطق التراثية، لتلعب دورا فاعلا في تحول المدن إلى مدن المعرفة، لأنه كما أجمعت الأدبيات والمؤتمرات الدولية على ضرورة ربط التراث العمراني بالقضايا المستجدة.

الأهمية العملية:

وضع نتائج وتوصيات البحث أمام متخذي القرار، لتكون أحد الآليات التي تساعد في الحفاظ على المناطق التراثية وتفعيل دورها لصناعة مدن المعرفة، مما ينعكس بالإيجاب على استدامة المدن.

الكلمات المفتاحية:

المناطق التراثية - مدن الإبداع المعرفي- المدن الحافلة بالأحداث.

مقدمة: دفعت ضغوط العولمة والمشاكل الناجمة عن إعادة الهيكلة الاقتصادية مدن اليوم الي ان تواجه خيارين، إما أن تتطور لمواجهة التحديات الناجمة عن سرعة التغير العالمي، أو مقاومة التحول، في أوضاع اقتصادية من الصعب التنبؤ بها، ومن أجل الحفاظ على القدرة التنافسية، تحول بعض المدن إستراتيجياتها لتركز على الموارد الخاصة ومنها تاريخها المادي المتمثل في المناطق التراثية ذات القيمة، والمعنوي المتمثل في الطاقة الإبداعية والمواهب ، فضلا عن الحاجة إلى إنشاء هوية خاصة بها إلى تركيز الاستراتيجيات للاستفادة من أصولها الثقافية ومواردها لتصبح مميزة وتعمل على تجديد النسيج الحضري والنواحي الاجتماعية والاقتصادية، لذلك أصبحت صناعة المعرفة وتحويلها إلى أحداث عنصرًا حاسمًا في إستراتيجيات التنمية الحضرية في جميع أنحاء العالم (٢٠١٠). لذلك (Palme rand, Richards). لذا يركز هذا البحث على كيفية تفعيل دور المناطق التراثية في تكوين وتحول المدن التقليدية إلى مدن المعرفة ، من خلال دراسة وتحليل الاطار النظري والأمثلة العالمية لمدن المعرفة ودور المناطق التراثية في تكوينها.

١- مدن الإبداع المعرفي (قاعدة المعلومات النظرية):

نظرا لتداخل المصطلحات والمفاهيم بين مدن المعرفة والمدن الحافلة بالأحداث والمدن الذكية، لذا نستعرض فيما يلي القاعدة النظرية لما يتعلق بالمعرفة والإبداع وصناعة الأحداث والمدن الذكية، لمعرفة العلاقة بينهم ودور المناطق التراثية في صناعة مدن المعرفة.

١-١- مدن المعرفة knowledge cities: وسيتم تناول مدن المعرفة من حيث المفاهيم الخاصة بها.

١-١-١- المفاهيم الخاصة بمدن المعرفة: وفي خضم ذلك ظهرت بعض المفاهيم الجديدة منها:

- **المعرفة:** هي القدرة على تطوير العلم ونقل العلم من مجال النظرية إلى التطبيق العملي. (الخصيري، ٢٠٠١)
- **مجتمع المعرفة:** ويطلق هذا المصطلح على المجتمع الذي يقوم أساسا على نشر المعرفة وإنتاجها، وتوظيفها بكفاءة في جميع مجالات النشاط المجتمعي: الاقتصاد والمجتمع المدني والسياسة، والحياة الخاصة، وصولا لترقية الحالة الإنسانية باطراد، أي إقامة التنمية الإنسانية وتحقيق جودة الحياة (الامم المتحدة، ٢٠٠٣).
- **مدن المعرفة:** ومن أهم هذه التعاريف ما أورده إرجازاكيس: هي المدينة التي تستهدف التنمية القائمة على المعرفة، عن طريق تشجيع الإبداع والتشارك والتقييم والتجديد والتحديث المستمر للمعرفة. ويمكن لذلك أن يتحقق عبر التفاعل المستمر بين مواطني المدينة أنفسهم، وبينهم وبين مواطني المدن الأخرى، حيث تؤدي ثقافة تشارك المعرفة وكذلك التصميم الملائم للمدينة وشبكات تكنولوجيا المعلومات والبنية التحتية لها إلى دعم هذه التفاعلات (كاريللو، ٢٠١١).
- فلم تعد المعرفة مجرد معلومات مخزنة في الذهن، أو بين ثنايا كتاب، أو في ذاكرة حاسوب؛ بل أصبحت معرفة حداثاً، يتطلب مجموعة من العناصر والظروف ليتحقق؛ "في البداية يجب الاعتراف بالطبيعة الترابعية للمعرفة، حيث تمثل المعرفة حداثاً، ليس مجرد كيان أو سجل... يعني ذلك الأمر التحول المعرفي من مواقف تتمحور حول المادة إلى مواقف ترتكز على العلاقات (كاريللو، ٢٠١١).

١-٢-١- **التنمية الحضرية القائمة على المعرفة:** تطورت في أواخر القرن العشرين بعض المفاهيم الخاصة بالتنمية الحضرية، حيث أشار العديد من المتخصصين إلى أن مستقبل المدن والمناطق الحضرية يتجه نحو الاعتماد على جذب وتوليد وتعزيز المعرفة والابتكار والإبداع. وكما أشار (Yigitcanlar، ٢٠١١) يمكن النظر إلى التنمية الحضرية القائمة على المعرفة كنموذج ذو أربعة ركائز رئيسية للتنمية وتتمثل في الآتي:

التنمية الاقتصادية: وتهدف إلى تكوين اقتصاد قائم على المعرفة يعتمد على خلق وتقييم وتسويق المعرفة.

التنمية الاجتماعية والثقافية: وتهدف إلى إحراز التقدم نحو إقامة مجتمع المعرفة الذي يعمل على توليد وتوزيع نشر واستخدام المعارف والمعلومات، والذي يمثل القوة الدافعة للنشاط الاقتصادي والثقافي.

التنمية البيئية والحضرية: وتسعى إلى تحقيق الحفاظ على البيئة مع تلبية إحتياجات المجتمع. لذلك فهي تهدف إلى تحقيق التنمية الحضرية المستدامة وتحقيق جودة الحياة في مجتمعات المعرفة.

التنمية المؤسسية: وتسعى التنمية المؤسسية من منظور التنمية الحضرية القائمة على المعرفة إلى جمع كافة الأطراف الفاعلة من أجل تنظيم وتسهيل الأنشطة كثيفة المعرفة واللازمة للتخطيط الاستراتيجي لتشكيل مدينة المعرفة.

١-٢- مدن الإبداع Creative City :

١-٢-١- **الصناعات الإبداعية:** تسعى فكرة الصناعات الإبداعية إلى توضيح تقارب المفاهيم والعملية بين الفنون الإبداعية (الموهبة الفردية) والصناعات الثقافية (النطاق الجماهيري)، في إطار تقنيات إعلام جديدة داخل اقتصاد معرفة، يستخدمها مواطنون- مستهلكون تفاعلون جدد (هارتلي، ٢٠٠٧). وتشمل الصناعات الإبداعية أربع أبعاد حسب تعريف الأوكتاد (مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية) (مدينة الملك عبد العزيز للعلوم، ٢٠١٤) هي:

- **التراث الثقافي:** ويشمل أوجه النشاط مثل الحرف الفنية والتعبير عن التقاليد، والمهرجانات الثقافية وأمثالها.

- **الفنون:** وتشتمل على الفنون البصرية مثل النحت والتصوير وأمثالها، والفنون الاستعراضية مثل الموسيقى والمسرح والسيرك.
- **الوسائط:** وتشتمل على أوجه النشاط السمعية البصرية كالتلفزيون والراديو والسينما والمسجلات، وعلى أنشطة النشر والطباعة.
- **الإبداع الوظيفي:** ويشمل أنشطة الخدمات الإبداعية مثل العمارة والدعاية والخدمات الثقافية، والديكور والجرافيك والملابس.

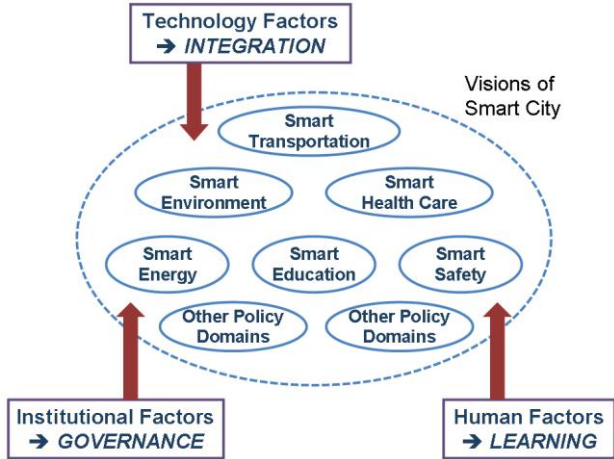
١-٢-٢- **مدينة الإبداع:** ظهرت هذه الفكرة تطويراً للمفهوم الذي ركز على أهمية تصميم وصناعة الثقافة، والمرافق الثقافية والموارد التي تتواجد بالمدينة ويمكن العيش فيها. ففي عام ١٩٧٠ قدم المجلس الأوروبي هذه المفاهيم المرتبطة بالحقوق الثقافية والمنظمات مثل الشركاء في منظمة شركاء المجتمع الحيوي Partners for Livable Communities والتي أنشأت لتطبيق مفاهيم واستراتيجيات التخطيط الحضري بالولايات المتحدة. أما في الفترة ما بين ١٩٨٠ و ١٩٩٠ قد أدخلت مفاهيم الثقافة المرتبطة بالتخطيط الإبداعي وظهر ذلك من خلال الدراسات التي تمت على مدينة جلاسكو كمدينة إبداع، والتي إنبثقت عن إستراتيجيات جديدة للمدينة قد جري تطويرها وعملت المدينة على نشر الإبداع. فالمدينة المبدعة تتعلق إستراتيجيتها الرئيسية بالتنمية الحضرية التي تهتم بالصناعات الإبداعية وتكون جاذبة للطبقة المبدعة وترتبط بعوامل مثل جودة الحياة والبنية التحتية الحضرية الترفيهية. وذلك من خلال توفير الظروف المثالية للإنتاج (أرض، عمالة، طاقة، اتصالات) (Florida, ٢٠٠٢).

١-٣- المدن الحافلة بالأحداث :Eventful Cities

تعد الأحداث اليوم محورا مركزيا في ثقافتنا كما لم تكن من قبل. وأدى تزايد أوقات الفراغ والإنفاق إلى تكاثر الأحداث العامة والاحتفالات المتنوعة. وتدعم الحكومات الأحداث باعتبارها جزءا من سياستها للتنمية الاقتصادية والاتجاه للتسويق. وتضع المؤسسات الأحداث كعناصر رئيسية في سياساتها التسويقية. ويثير حماس الجماعات الاجتماعية الأفراد لاهتماماتهم الخاصة وهواياتهم توجد مجموعات من الأحداث التي ترتبط تقريبا بكل موضوع وفكرة يمكن تخيلها (Bowdin, ٢٠٠٦). وهذا يتطلب وضع نهج متكامل للعلاقة بين المدينة وأحداثها، مما يزيد من فوائد برنامج الحدث ككل، وبمجرد أن بدأت المدينة التفكير بصورة شمولية حول الأحداث وتنظيم وإدارة برنامجها الخاص بالأحداث بفاعلية، مكنها ذلك من كونها مدينة ذات الأحداث لتصبح مدينة حافلة بالأحداث.

١-٤- المدن الذكية:

- يعتبر تطور المدن هو عملية ديناميكية مستمرة وتتأثر بالتطور بجميع مجالاته وخاصة التطور التكنولوجي، ففي الماضي استخدمت المدن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) لتحسين الأداء على مستوى الإدارات بما في ذلك النقل، والمرافق، والمجتمع وخدمات الحكومة الإلكترونية. ففي هذه المدن أنشأت التقنيات الذكية أنظمة أكثر كفاءة للمواطنين. أما الآن فقد بدأت المدن في استخدام تكنولوجيا المعلومات بشكل موسع في جميع مجالات التنمية مما يؤدي إلى:
- التنمية الاقتصادية وخلق فرص العمل، تعزيز كفاءة استخدام الموارد وتقليل تغير المناخ، توفير مكان أرحب واذكي للعيش والعمل، إدارة المدن بشكل أكثر كفاءة ودعم المجتمعات. (ARUP, 2010)



شكل (١) يوضح رؤية المدينة الذكية
Conceptualizing Smart City with Dimensions
of Technology, People, and Institutions

١-٥- الأسباب التي أدت إلى ظهور المدن الذكية في القرن

الحادي والعشرين: - نضوب الموارد- تحديات تغير المناخ- النمو السكاني

الديموغرافي والتحضر- الحاجة للتكيف والنماء على مدي العقود المقبلة

- الحاجة إلى خفض انبعاثات الغازات المسببة للاحتباس الحراري

١-٥-٢ تعريف المدينة الذكية والمبادئ الاستراتيجية لها:

تتكون الرؤية الاستراتيجية للمدن الذكية من ثلاث مبادئ

كما في شكل (١):

- التكنولوجيا: تكامل البنية التحتية والخدمات بواسطة التكنولوجيا

- الناس: التعلم الاجتماعي لتعزيز البنية التحتية البشرية

- المؤسسات: التحسين المؤسسي واشتراك المواطنين (Taewoo, N, ٢٠١١)

ومن خلال هذه المبادئ يمكن تعريف المدينة الذكية: هي المنطقة الحضرية المتقدمة التي تخلق تنمية اقتصادية مستدامة وذات جودة عالية من الحياة عن طريق التفوق في ٦ مجالات رئيسية (النقل الذكي- الرعاية الصحية الذكية- الأمن الذكي- التعليم الذكي- الطاقة الذكية - البيئة الذكية) والتي يمكن أن تتم من خلال بنية تحتية قوية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات (Jin, H. Y, 2012)

نستنتج من قاعدة المعلومات النظرية أن مدينة المعرفة لها مقومات ثلاثة (ذكية- حافلة بالأحداث- مبدعة).

٢- المناطق التراثية ودورها كمحركات إبداع حضرية في مدن المعرفة:

١-٢- **محركات الإبداع:** تكمن رؤية (Tschumi, 1994) في تعريف الفراغ حيث عرف الهندسة المعمارية في أنها ترتبط بالأحداث التي تجري داخل المباني والفراغات المحيطة بها. وقال إن العمارة بمثابة محفزات للنشاط أو محفزات لوظيفة المبني من الداخل أو ما حوله. ما تعكسه هذه الرؤية الجديدة لتعريف الفراغ، أن الوسيلة المثلى لصناعة مكان حافل بالأحداث والنشاط هو إيجاد محفز ما، يساعد على استثارة المشاهدين للتواجد بمكان الحدث. كما وصفه (Dvir, 2003) بمحركات الإبداع حيث عرض إحدى عشر محركا للإبداع بالمدينة وهم:

المقاهي: أماكن عامة تتيح تبادل الأفكار الجديدة في مجالات مختلفة.

الأحداث الضخمة: إتاحة فرصة عظيمة للملاحظة، والاستماع للآخر، واختبار الأفكار، والتعلم، والاستكشاف والحصول على التشويق.

المكتبات: الأماكن النشطة التي تتيح الفرصة لابتكار المعرفة وتناقضها وإجراء حوارات بناءة التي تعمل على ابتكار الأفكار الجديدة.

المتاحف: لا يقتصر دور المتاحف على العرض فقط إنما يمكن لها أن تعمل كمحرك إبداع على غرار متحف جوجنهايم في مدينة بلباو حيث كان من العناصر الجوهرية التي أرتكز عليها التخطيط لإعادة تطوير المدينة وتحويل تلك البلدة الصناعية العتيقة إلى مدينة معرفة ومنذ إنفتاحه عام ١٩٩٧ لم يستضف المتحف الأحداث الفنية فقط إنما استضاف أيضا العديد من المؤتمرات في الإبداع التجاري والأصول الفكرية وغيرها من المجالات.

البوابات: أي نقطة البداية مثل المطار والميناء لأنها توفر فرص التدفق الحر الذي يعتبر ركيزة في البنية التحتية الأساسية التي يطلبها الإبداع في أي مدينة عصرية.

أبراج استشراف المستقبل: كالوحدة الصغيرة التي إنشأت من قبل الشركة السويدية للاتصالات إريكسون وأطلق عليها مركز تدبر العواقب، ويعني هذا المركز بالنظر للمستقبل خلال العشر سنوات القادمة، ورسم السيناريوهات المحتملة وإعداد الخيارات الاستراتيجية في قطاع عريض من المجالات. ومن أهم ما يميزها الارتباط بالمواطنين على عكس نموذج البرج العاجي لكي يسود في المدينة لغة مشتركة ومعاني متفق عليها.

الجامعات: وتلعب المدينة دور محرك الإبداع عندما تقوم بدورها التقليدي بالإضافة إلى التواصل متعدد الأوجه بين الجامعة ومواطني المدينة (أطفال، مدرسون، رجال اعمال، رجال صناعة، الخ) وبهذا تقوم الجامعة بدور محرك إبداع محلي (وأحيانا عالمي).

أسواق المال: الاستثمار هو علم وفن تحويل الأفكار إلى قيمة. فالاستثمار الأمثل للموارد المالية عملية مهمة بالنسبة للإبداع.

البنية التحتية الرقمية: تستخدم العناصر التالية كمؤشرات يقاس على ضوئها مدى التزام مدينة المعرفة بالمعايير القياسية على اعتبار إنها تعكس فعالية البنية التحتية للمدينة، ومدى قدرتها على دفع الإبداع المعرفي والتكنولوجي مثل:

- عدد الحاسبات مقارنة بعدد السكان
- النسبة المئوية للذين يتصلون بالإنترنت
- التركيز على تكنولوجيا المعلومات في مراحل التعليم الأولية.
- عدد الموظفين اللذين يمارسون أعمالهم عن بعد.

الأقطاب الإلكترونية: غالبا ما تؤدي محاولات الابتكار والتطوير إلى ما يسمى بالأقطاب التكنولوجية ويشمل إدراج المحاولات المتنوعة والمخططة لتطوير صناعات و سلع مبتكرة تكنولوجية ويتركز جغرافيا في داخل منطقة واحدة.

وخلال الثمانينات والتسعينات من القرن الماضي، أصبحت مراكز الأقطاب التقنية على أنواعها ومسمياتها تمثل استراتيجية تنمية مفضلة للأقاليم الحضرية والريفية على حد سواء، وبغض النظر عن الوضع الاقتصادي لتلك الأقاليم أصبحت الأقطاب التكنولوجية تمثل خيارا استراتيجيا لإعادة هيكلة الاقتصاد في قطاعات العمل الأخرى في الأقاليم التي كانت تعاني اضمحلالا اقتصاديا بسبب انخفاض التركيز الصناعي بها.

المواقع التاريخية: ولقد أقامت مدن عديدة مثل شيكاغو ولندن وتورنتو مشروعات ضخمة لإعادة إحياء الأماكن القديمة وتفعيلها مرة أخرى كأماكن نشطة تعج بالثقافة والتجارة ومراكز التعلم. والأماكن التاريخية لم تنشأ أساسا لهذا الغرض ولكن إعادة استخدامها وتفعيلها كمحركات إبداع أكثر ملائمة من الناحية العملية. كما أنه يبرز العلاقات ذات الطابع الخاص بين الماضي والحاضر والمستقبل بما يكتف النشاط الابتكاري.

٣- دور المناطق التراثية في نموذج تقييم مدن المعرفة:

تقدم العديد من المنظمات الاقتصادية الدولية مثل منظمة التعاون الاقتصادي، والبنك الدولي، والمفوضية الأوروبية بعض الإرشادات والتوجيهات للعديد من الدول المتقدمة والنامية لبناء اقتصاد قائم على المعرفة عبر التنمية الحضرية القائمة على المعرفة، ويوجد أكثر من نموذج لتقييم مدن المعرفة وتم اختيار نموذج Makci لتحليل عناصره وهو اختصار (Most Admired Knowledge City) نظرا لشموليته ووضوحه:

٣-١- نموذج مدينة المعرفة الأكثر إعجابا Makci:

جائزة مدينة المعرفة الأكثر إعجابا هي جائزة دولية، هدفها تحديد أفضل مدن المعرفة خلال العام. تأسست تلك الجائزة في عام ٢٠٠٦ بواسطة معهد العاصمة الدولي (The world capital). ونموذج Makci هو في الأساس نموذج لتقييم التنمية الحضرية القائمة على المعرفة من ناحية الأوضاع الاقتصادية، والتي تتمثل في رأس المال المالي، وكذلك الأوضاع الاجتماعية الحضرية والتي تتمثل في رأس المال البشري، وكذلك الأوضاع الحضرية المادية والتي تتمثل في رأس مال الهوية، وأخيرا الأوضاع التنظيمية والتي تتمثل في رأس مال الأدوات. وذلك من خلال ثمانية مؤشرات لها نفس قدر المساواة، وتتمثل هذه المؤشرات في:

- **هوية المدينة Identity capital:** تشير إلى جميع العناصر الرسمية والغير رسمية في المدينة والتي ساهمت في تحديد هوية المدينة مثل (الملاحم التاريخية للمدينة، توصيف المدينة، البنية التحتية المادية، والمرافق).

- **ذكاء المدينة Intelligence capital:** تشير إلى القدرة التنظيمية للمدينة، والتي تجعلها قادرة على التكيف مع الظروف والعوامل الخارجية، وتعتبر ذات أهمية لتحقيق الرفاهية للمدينة. وتتمثل في (وكالات التخطيط الاستراتيجي، الدراسات المستقبلية، المراكز العامة والخاصة للدراسات المستقبلية).

- **رأس مال النقدي للمدينة Financial capital:** هو رأس المال النقدي للمدينة، والتي من شأنها تمثل القيمة الإنتاجية.

- **رأس مال العلاقات Relational capital:** هو التعبير عن مدي التماسك والاندماج الاجتماعي. وتتمثل في (التنوع العرقي، العادات الصحية للأفراد، العادات الثقافية والفكرية).

- **رأس المال الفردي Human Individual capital:** هو الاستعداد الثقافي الجماعي وقدرات توليد القيمة الجماعية لكل المواطنين والتي تساهم في تحقيق نظام المدينة. وتتمثل في (الصحة العامة، التراث الفكري للرفاهية الاجتماعية، ثقافة المدينة، الابتكار وقدرات ريادة المشروع).

- **رأس المال الجماعي Human Collective capital:** هو قدرة المدينة على توفير قيمة للمواطنين، والتي تساهم في تحقيق النظام في المدينة. وتتمثل في (الصحة، التنمية المادية، التعليم، التنمية الشخصية).

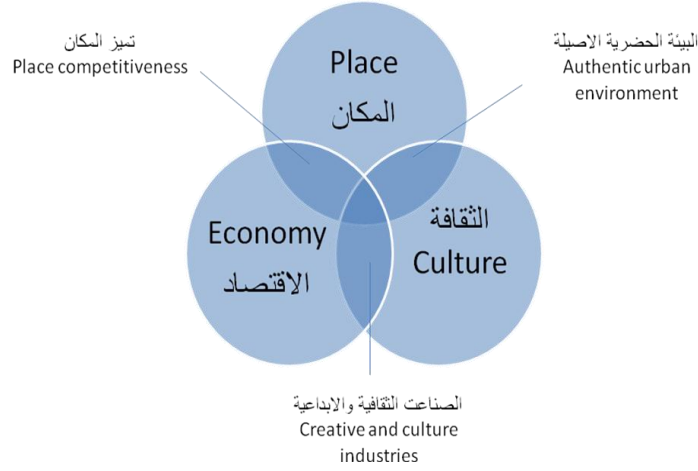
- **رأس المال المنتج Instrumental-material capital:** تشير إلى الوسائل المادية الأساسية للإنتاج، والتي ترفع من خلالها رؤوس الأموال وتعمل على توليد القيمة للمدينة. وتتمثل في (جغرافية المدينة، البنية التحتية).

- **رأس المال الفكري Instrumental-knowledge capital:** تشير إلى وسائل الإنتاج القائمة على المعرفة، والتي ترفع من خلالها رؤوس الأموال الأخرى. والتي من شأنها أن تعمل على توليد القيمة للمدينة. مما سبق نلاحظ أن المناطق التاريخية تلعب دورا هاما في أحد عناصر التقييم المتمثلة في هوية المدينة.

٤- المناطق التراثية ودورها في مدن الإبداع المعرفي:

بينما تعتبر التنمية القائمة على المعرفة نتاجا للتقارب بين نظرية النمو الاقتصادي وإدارة المعرفة، فإن مدن المعرفة يمكن اعتبارها نتاجا للتقارب بين الدراسات الحضرية والتخطيط وإدارة المعرفة (كاريلو، ٢٠١١). وعلى الرغم من حداثة النسبية لمجال مدن المعرفة، فإن المحاولات المنهجية لتبني المدن والمؤسسات لمفهوم التنمية القائمة على المعرفة قد تمكنت من إحداث تغييرات جذرية ونتائج ملموسة، عبرت عن نفسها بجلاء في فترة قصيرة. وتمكنت مدن مثل برشلونة ومانشستر وميلبورن ولندن ودلفت وغيرها من تخطي مرحلة الأطروحات النظرية إلى مستوى الممارسة والتطبيق والتحليل والتقييم والتغذية الراجعة لتصويب المسار. وتمكنت هذه المدن من تسويق نفسها كمدن معرفة ناجحة ورائدة لتجني ثمار التحول المعرفي، ومن أهمها تحقيق النمو الاقتصادي المستدام والريادة ودعم التنافسية العالمية. وتسعي رؤية مدن الإبداع المعرفي إلى الاتزان ما بين المكان والاقتصاد والثقافة كما في شكل (٢).

شكل ٢ يوضح أهمية المكان وتميزه في صناعة مدن المعرفة



المصدر: Graeme Evans, Strategies for Creative Cities, University of Lleida

وقد ناقش دليل صناعة مدن المعرفة كدليل إرشادي لصانعي السياسات (AISSR,2010) الدروس المستفادة لمدن أوروبا التي تحولت إلى مدن معرفة وخلص إلى ثلاثة عوامل رئيسية التي تعمل على تحول المدن التقليدية إلى مدن معرفة وهم:

ال مساراتpathways:

- فهم الدور الوظيفي للمدينة على المستويات المحلية والإقليمية ودور المشاركة التنموية للمدينة في التعليم العالي.
- فهم العوامل التي تلعب دورا في التنمية على مدار التاريخ ودور التراث في التنمية ويظهر هذا الجزء تحديدا في دول وسط وشرق أوروبا.
- السياسات الملائمة لتفعيل دور التراث كأحد مصادر تميز المدينة على المستوي المحلي والإقليمي.

المكان: place

- الاستخدام الأمثل لمواصفات المكان يعمل على تقوية أنشطة صناعة المكان.
- صناعة المكان الجيد يمكن الوصول إليه من خلال تسويق المكان marketing، والعلامة التجارية للمكان branding.
- ويشمل المكان إقليم المدينة بشكل كامل والدور الوظيفي لها في الاقتصاد والعمالة والإسكان والخدمات والترفيه.

شبكة العلاقات personal networks

- تلعب شبكة العلاقات دورا كبيرا في التأثير على الأشخاص والأسر واختيار مواقع الأعمال في نطاق معين في المدينة أو خارجها ويناقش هذا الموضوع عدة نقاط:
- كيفية الاستفادة من المهاجرين أصحاب القدرات والإمكانات العالية.
- الفهم الكامل للدور المحلي وتأثيره على مؤسسات التعليم العالي.
- دعم شبكة العلاقات الشخصية في الصناعات الإبداعية لتكون مؤثرة في دعم الأنشطة الاقتصادية الأخرى.

علاقة المكان وتسويق المكان بمدن المعرفة: على الرغم من أنها ليست إستراتيجية جديدة وهي تسويق المكان أو جعل المكان ذو علامة تجارية مميزة place branding إلا أن هذه الاستراتيجية تزايدت الحاجة إليها لدعم التنافسية الحضرية بين المدن المختلفة، وتحاول الكثير من المدن تسويق نفسها على أنها المدن الإبداعية وتواجه الكثير من التحديات في هذا الإطار لذا يعتبر فهم المكان وأهميته وعناصر التميز من المفاتيح الهامة لحل هذه المشكلة، ويعتبر صناعة المكان وتسويقه للأنشطة من العناصر الهامة للصناعات الإبداعية، وتعتبر المناطق التاريخية أحد أهم الأدوات لصنع هذا التميز في صناعة المكان. وتوجد بعض المدن تعتمد مصادر قديمة أو جديدة مثل ميلانو (الموضة)، برشلونة (العمارة)، هلسنكي (التكنولوجيا)، ليبيز (النشر)، بوزنان (التجارة).

وتحتاج بعض المدن إلى إعادة إحياء التميز والصورة الذهنية عنها مثل مدينة برمنجهام من مدينة الصناعة إلى مدينة السياحة والتجارة. وقد تكون قوة المدينة في الرمزية، مثل الديمقراطية والمشاركة أو جودة الحياة في برشلونة. ومن أهم الأمثلة في تفعيل المناطق التاريخية وتسويق المكان مثل منطقة معبد بار في دبلن ومنطقة زونا تورنتو للتصميم والموضة في ميلانو.

وعلى الرغم من أن تسويق المكان وتسويق الأعمال بينهم مبادئ وسمات مشتركة، إلا أن تسويق المكان عملية أكثر تعقيداً لأنها تعتبر مملوكة للقطاع العام والخاص، وتستخدم من قبل شركات ومقيمين وزائرين ومهاجرين، وتسويقها يكون لفئات مختلفة، لذا فإن تحقيق التوازن بين هذه الفئات لتحقيق المصالح المختلفة وتسويق المكان يمثل تحدياً كبيراً.

هناك مجموعة من المدن التي تقدم كنماذج عالمية لمدن معرفة ناجحة، خصوصاً أنه لم يتم إلى الآن تطوير نموذج نظري موحد يوضح الظاهرة من كل نواحيها. ومن ثم تحظى كل تجربة ناجحة بأهمية كبرى؛ إذ ستساهم بلا شك في بلورة استراتيجيات وخطط عمل، تقدي بها المدن الناشئة، كما تساهم هذه التجارب في إثراء الإطار النظري العام.

هناك مجموعة من المعايير لتوضح كيف تحولت المدينة إلى مدينة معرفة مع وضع الاعتبار دور المناطق التراثية بها وهي:

- أن تكون تم اختيارها كأحد مدن المعرفة.
 - أن تكون بها مناطق تراثية.
 - أن تكون حققت نجاحاً ملحوظاً في الاقتصاد المبني على المعرفة.
- وبناء عليه تم اختيار مدينتي برشلونة ولندن لمناقشة الفكرة بشكل عام، وتم إختيار مدينتي دبلن وبوزنان لمناقشة الفكرة بشكل تفصيلي على المناطق التاريخية.

٤-١ - مدينة برشلونة:

في العام ١٩٩١ قدم مجلس مدينة برشلونة مخططاً استراتيجياً لتنمية المدينة أخذاً في الاعتبار التحديات التي فرضها مجتمع المعرفة. وتمثل الهدف الرئيسي في وضع مدينة برشلونة ضمن المجموعة الرائدة في مجال مجتمعات المعرفة بحلول القرن الحادي والعشرين. وتحمل مجلس المدينة واللجنة التنفيذية المعنية عبء تنفيذ المخطط، وأبدت المؤسسات الحيوية ببرشلونة التزامها بتحقيق هذا الهدف عن طريق مشاركتها في اللجنة التنفيذية بممثلين فاق عددهم ٢١٥ عضواً.

وقامت هذه اللجنة بصياغة المخطط الاستراتيجي وتحديد مؤشرات الأداء واختيار المؤسسات المسؤولة عن تنفيذ المهام ذات الأولوية. واختبرت خمسة محاور إستراتيجية للعمل لتكون: المعرفة نقاط القوة في مدينة برشلونة، تبني مفهوم "مدن المعرفة"، والاعتماد على الثقافة المحلية باعتبارها "محركاً لمدينة المعرفة"، وتفعيل دور رئيس مجلس المدينة بإضافته إلى الهيكل السياسي للمدينة وعمله أفقياً مع إدارة المدينة وتحمله مسؤولية "مشروع مدينة المعرفة". ويعتبر الهدف الرئيسي لهذا المشروع هو دعم وتطوير مدينة برشلونة كمدينة للمعرفة. وجعل هذا المفهوم جزءاً لا يتجزأ عن السياسات الداخلية للقطاعات الأخرى كالثقافة والسياحة والتنمية العمرانية، وذلك بهدف تحريك النظام الكلي للمستفيدين من المشروع. وبلغ عدد المشاركين في تطوير وتنفيذ هذه الاستراتيجية نحو ١,٦ مليون نسمة وأكثر من ٢٠٠ مؤسسة عام ٢٠٠٣.

ومن الجدير بالذكر أن مبادرات القطاع الخاص والإجراءات التي قام بها تعتبر من أهم عوامل نجاح التجربة. فقد استطاعت مدينة برشلونة تحفيز القطاع الخاص بنوعين من التدابير: توفير البنية التحتية اللازمة كشبكات الاتصال المتقدمة والبنية التحتية للطاقة وأنظمة النقل، وكذا تشجيع تطوير المباني لدعم العمل المعرفي. وعلى سبيل المثال قامت شركة اكتيفيا برشلونة وهي شركة مستقلة بالكامل من قبل مجلس المدينة ومسؤولة عن التنمية الاقتصادية الشاملة لبرشلونة بتنفيذ سلسلة من المشروعات ذات الصلة باستراتيجية التحول نحو مدينة المعرفة. واليوم تعتبر برشلونة بفعل هذه الاستراتيجيات والتدابير واحدة من مدن المعرفة الأكثر نجاحاً على مستوى العالم (كاريلو، ٢٠١١).

ولعبت المناطق التراثية مثل مشروع Barcelona@٢٢ وهو أحد الأحياء الصناعية الأثرية في المدينة شكل (٣)، وكذلك المناطق السياحية والثقافية دوراً كبيراً في إزدهار المدينة وتحويلها إلى مدينة معرفة وذلك من خلال المؤتمرات الدولية وأماكن الجذب التراثي واستضافة الأحداث الدولية والمهرجانات والاحتفالات وحققت مجموعة من النتائج المتميزة كما يلي:

- التصنيف رقم واحد الاجتماعات الدولية.

- ٩,١ مليون زائر بنسبة نمو ١٦% عن عام ١٩٩٦.

- ١٠ مليون مستخدم للمطار.

- ٤٦ متحف و ٢٧ مهرجان موسيقي.

- أكثر من ١٢ مليون زيارة إلى المتاحف والمواقع الأثرية على سبيل المثال كنيسة ساغرادا فاميليا أو كنيسة العائلة المقدسة، وهي كنيسة كاثوليكية رومانية، تعد من أضخم كنائس أوروبا، تقع في حي ساغرادا فاميليا بمدينة برشلونة، كاتالونيا في أسبانيا. شُرع في بنائها عام ١٨٨٢ ويزورها حوالي ٢,٢ مليون زائر.

شكل (٣) يوضح تطوير الحي الصناعي التاريخي
برشلونة ٢٢@Barcelona



المصدر: www.22barcelona.com

- ونتج عن ذلك توفير ٦٥ ألف فرصة عمل، و ٣ آلاف مطعم، ٧٨٠٠ قهوة وتقع أكثر من ٥٠% منها في المناطق التراثية. وتمثل السياحة المحلية ٣٠% فقط والباقي سياح أجانب من أمريكا وإنجلترا وألمانيا وإيطاليا (London, ٢٠٠٦, Development Agency).

٤-٢- لندن كمدينة إبداع معرفي:

تبين مجموعة الدراسات عن لندن إنها مدينة ذات مكانة دولية من المنظور الثقافي. فهي تتمتع ببنية صناعات ثقافية متنوعة ومعقدة

و ذات توجه دولي، ترعى وتدعم ثروة من النشاط الفني المحلي والدولي- التجاري، والمدعوم، والتطوعي. ويخلق هذا التنوع النشاط والإشعاعات الثقافية الفرعية التي تحقق للندن جاذبيتها وتسهم في مكانتها كمدينة عالمية، إقتصاديا واجتماعيا وثقافيا.

شكل (٤) يوضح منطقة صاغة هاتون غاردن التاريخية



المصدر:

https://en.wikipedia.org/wiki/Hatton_Garden

وفي لندن يعمل ٦٨٠ ألف شخص في الصناعات الإبداعية، يشكلون ١٥% من اقتصاد لندن وحوالي ٢٠% من قوة العمل وهم يشكلون ١٢% من سكان المملكة المتحدة، والحقيقة أن سكان لندن يتحدثون أكثر من ٣٠٠ لغة، وتجمعهم حوالي ٥٠ طائفة على مدى عشرة آلاف عام. وسيظل إسهام لندن مرئيا مادامت مبانيها التاريخية باقية، والأشكال الحرفية الأقدم، والتقاليد والتعبيرات الثقافية مثل كرنفال نوتنغ هيل، والصاغة في هاتون غاردن شكل (٤)، وإيطاليا الصغرى في كليركنويل.

ومنذ عدة سنوات أقرت الحكومة بالدور الرئيسي للقطاع الثقافي في الاقتصاد البريطاني في المستقبل. بإنشائها قوة طوارئ للصناعات الإبداعية لتمتعها بلامح حاسمة توضح أهميتها في تنمية وصيانة المدينة. ويمكن للنشاط الثقافي أن ينسج طريقه كخيوط يمر عبر محاولات من كل الأنواع، مضيئا في طريقه القيمة والمعنى، والخصوصية والتأثير ويتطلب تحقيق شراكه ناجحة بين الفنون والثقافة والأحياء الحضري، وقد استثمرت الحكومات والقطاع الخاص في إنشاء واستدامة تطوير الأحداث والمناسبات لتحقيق مجموعة من الفوائد منها: رفع جودة الحياة- النشاط الإبداعي- إقامة شراكات- نمو الجماهير- إظهار القيمة على المستوى الوطني والدولي- تحقيق الأهداف الثقافية للمدينة (جون هارتلي ٢٠٠٧).

شكل (٥) يوضح منطقة معبد بار التاريخية



المصدر: (AISSR) (2010)، «MAKING CREATIVE KNOWLEDGE CITIES», University of Amsterdam

٣-٤- مشروع تطوير منطقة تمبل بار التاريخية بدبلن بايرلندا، Dublin, Temple Bar'

ترجع أصول منطقة معبد بار شكل (٥) في دبلن بايرلندا إلى أنها كانت منطقة الفن البوهيمية لأنها منطقة إيجارات رخيصة في حقبة الثمانينات، مما أثر عليها لاحقاً وسميت المنطقة الثقافية، وأظهرت عدد من العناصر التي أسهمت في صناعة المكان مستقبلاً مثل مشروع معرض التصوير والأرشيف الوطني للتصوير ومركز الفنون، وعلى الرغم من نجاح كل مشروع حدة إلى أن تخطيط المنطقة المادي والثقافي المبدع حولها إلى منطقة سياحية مركزية تحوي العديد من الخدمات مثل المطاعم والمقاهي، كما جعلها مركز اقتصادي ليلي ومركز للاقتصاد المفتوح. فعندما يتم التجديد الحضري شاملاً البنية التحتية الأساسية ويتم ربطه بالصناعات الإبداعية، يحقق نتائج متميزة ويساعد على انتقال المدينة إلى مدينة معرفة كما في هذا المشروع (AISSR,2010).

٤-٤- تطوير منطقة بوزنان (Poznan) التاريخية ببولندا:

في عام ٢٠٠٦ وافقت السلطات المحلية في بوزنان (بولندا) برنامج إعادة إحياء المناطق الحضرية. وهذا ينطوي على سلسلة من مشاريع التجديد الحضري التي تهدف لتحفيز الإقتصاد، الإحياء الاجتماعي والثقافي لوسط المدينة - ويشمل على مشروعات كثيفة قائمة على اقتصاد المعرفة، ويمثل تجديد المواقع والمباني المتدهورة التاريخية أحد محاور العمل في بوزنان. يعتبر مشروع الطريق الملكي الإمبراطوري، الذي يتمحور حول أربعة محاور (التاريخ، الهندسة المعمارية، الفنون والتقاليد) من المشروعات الرائدة. ولعب هذا المشروع دوراً هاماً في الحفاظ على المعالم التاريخية التي هي الأكثر عرضة للخطر في المدينة. ويهدف المشروع إلى تنسيق وإعادة التأهيل المادي للمواقع التاريخية مع الجدول الزمني للمدينة من الفعاليات الثقافية.

ويعمل هذا المشروع على تحويل مركز المنطقة التراثي من جزيرة كاتدرائية ومنطقة حي سرودكا إلى منطقة تاريخية متكاملة كما في شكل (٦). والهدف الإستراتيجي هو تنشيط هذا الجزء من بوزنان باعتباره منطقة تراثية ثقافية ذات جاذبية للأعمال، وخلق بيئة عالية الجودة للسكان المحليين، وتشجيع عمال المعرفة الإبداعية للاستقرار في المنطقة (AISSR,2010).

شكل (٦) يوضح المسار الإمبراطوري التاريخي في مدينة بوزنان

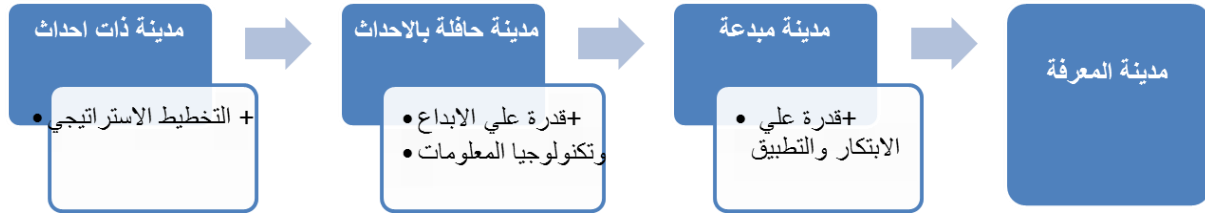


المصدر: www.Poznan-pl

٥- نتائج البحث:

- أن من أهم الآفاق التي تفتحتها "مدن المعرفة" وضع مبادئ جديدة للتصميم الحضري للمدن، في الوقت الذي ترتفع فيه الظواهر السلبية. فالعمران المعاصر في دول العالم العربي ما زالت في بدايات هذا التحول الحضري عمومًا، لذا ما تزال الفرصة سانحة أمامها لصياغة تصوراتها المبدعة لمدنها الناشئة، وهي تصاميم يجب أن تمتص كل الظواهر الحضرية السلبية قبل نشوئها، بل وتوفر مجالاً لاحتضان الإبداع.
- أن المعرفة أصبحت حدثًا وليس مجرد كيان أو سجل.
- أن مدينة المعرفة هي مدينة مبدعة وذكية وذات أحداث.
- وأن هناك مدينة بها أحداث ولا يشترط أن تكون مبدعة فإذا توفر لها التخطيط الاستراتيجي الذي يقوم على المعرفة وتكون الثقافة أحد الأعمدة فيه تتحول إلى مدينة مبدعة فإذا توفر لها إمكانات تحويل الإبداع الفكري إلى تطبيقات عن طريق الابتكار تحولت إلى مدن معرفة كما في شكل (٧):

شكل (٧): يوضح مراحل تطور المدينة



المصدر: الباحث

- تعتبر التنمية القائمة على المعرفة نتاجا للتقارب بين نظرية النمو الإقتصادي وإدارة المعرفة، فإن مدن المعرفة يمكن إعتبارها نتاجا للتقارب بين الدراسات الحضرية والتخطيط وإدارة المعرفة.
 - الصناعات الإبداعية هي التقارب المفاهيمي والعملية بين الفنون الإبداعية (الموهبة الفردية) والصناعات الثقافية (النطاق الجماهيري)، في إطار تقنيات إعلام جديدة.
 - التراث الثقافي بشقيه المادي (المناطق التراثية) والمعنوي (الإبداع والمهارات) يلعب دورا هاما في الصناعات الإبداعية كمحرك حضري وبالتالي في صناعة مدن المعرفة.
 - يعتبر فهم المكان وأهميته وعناصر التميز من المفاتيح الهامة لصناعة المكان وتسويقه للأنشطة والصناعات الإبداعية، وتعتبر المناطق التاريخية أحد أهم الأدوات لصنع هذا التميز في صناعة المكان.
 - تسويق المكان وتسويق الأعمال بينهم مبادئ وسمات مشتركة، إلا أن تسويق المكان عملية أكثر تعقيدا لأنها تعتبر مملوكة للقطاع العام والخاص، وتستخدم من قبل شركات ومقيمين وزائرين ومهاجرين، وتسويقها يكون لفئات مختلفة، لذا فإن تحقيق التوازن بين هذه الفئات لتحقيق المصالح المختلفة وتسويق المكان يمثل تحديا كبيرا.
 - تمثل المناطق التاريخية مصدرا هاما لتمييز المدن ولكنها قد تكون عائقا أو محرك حضري هام للإبداع، على حسب إستراتيجيات التعامل معها.
 - تكاتف القطاع العام والخاص والوعي بأهمية الصناعات الإبداعية وإستثمار المناطق التاريخية يحقق نتائج متميزة في تحول المدينة من مدينة تقليدية إلى مدينة معرفة.
 - استثمار المناطق التاريخية وتأهيلها لتحقيق متطلبات الصناعات الإبداعية يعمل على رفع كفاءة التنافس الحضري بين المدن وتسويق المدينة وأنشطتها كما ظرفي أمثلة مدن برشلونة ولندن وبوزنان ودبلن.
- مما سبق تم استنباط مجموعة من القواعد الهامة عند التعامل مع المناطق التراثية لتكون محركا حضريا يعمل على المساهمة في تحويل المدينة إلى مدن معرفة كما في جدول ١:

جدول ١ يوضح كيف يمكن تغيير اسلوب التعامل مع المناطق التراثية لتكون محركا حضريا

اسلوب التعامل مع المناطق التراثية في المدن التقليدية	اسلوب التعامل مع المناطق التراثية في المدن المعرفة
قطاعية	شمولية
تكتيكية	استراتيجية
وعاء للأحداث	مولد للأحداث
إرضاء الجماهير	إثارة الجماهير
استراتيجيات محدودة النتائج	الوعي بالصناعات الابداعية واعادة تأهيل المناطق لتحقيق متطلباتها
تسويق المدينة سياحيا فقط	صناعة علامة تجارية للمدينة مرتبط بالأنشطة والصناعات الابداعية

المصدر: الباحث.

٦- المراجع:

- برنامج الأمم المتحدة (٢٠٠٣)، تقرير التنمية الإنسانية العربية، المكتب الإقليمي للدول العربية.
- جون هارتلي (٢٠٠٧)، ترجمة بدر السيد، الصناعات الإبداعية، سلسلة عالم المعرفة (سلسلة كتب شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب)، الكويت.
- عماد عبد الوهاب صياغ (١٩٩٨)، علم المعلومات، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- فرانثيسكو خافيير كاريللو، مجموعة من المؤلفين، (٢٠١١) ترجمة: خالد على يوسف، مدن المعرفة، سلسلة عالم المعرفة (سلسلة كتب شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب)، الكويت.
- محسن أحمد الخضير (٢٠٠١)، اقتصاد المعرفة، مجموعة النيل العربية، القاهرة.
- مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية (٢٠١٤)، التحول إلى مجتمع المعرفة، السعودية.
- ARUP. (2010). Smart Cities Transforming the 21st century city via the creative use of technology.
- Amsterdam Institute for Social Science Research(AISSR), (2010), MAKING CREATIVE-KNOWLEDGE CITIES, University of Amsterdam.
- Bowdin, Glenn A. J. & Allen, Johnny & O'Toole, William & Harris, Robert & McDonnell, Ian (2006), Events Management, Second Edition. Oxford: Elsevier.

- Charles Landry and Franco Bianchini (1998), the creative city, Demos, UK.
- Florida, R. L (2002), the rise of the creative class, and how it's transforming work, leisure, community and everyday life. New York: Basic Books.
- Graeme Evans (2012), Strategies for Creative Cities, University of Lleida.
- Jin, H. Y. (۲۰۱۲). Smart City Smart Strategy , KC Smart Service, KT Corporation.
- Knight, R (1995), Knowledge-based development: policy and planning implications for cities, Urban Studies.
- Landry and Balanchine's (1995) , The Creative City, Demos, UK.
- London Development Agency (2006) , Strategies for creative spaces Barcelona Case Study,UK.
- Palmer, Robert & Richards, Greg (2010), Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalization, Elsevier Limited.
- Slideshare.net\dralkhouri | academia.org\dralkhouri2105
- ۲ -Taewoo, N. & Theresa, A.(2011). Conceptualizing Smart City with Dimensions of Technology, People, and Institutions, The Proceedings of the 12th Annual International Conference on Digital Government Research, New York, USA.
- Tan Yigitcanlar, Koray Velibeyoglu, Cristina Martinez-Fernandez (2008), " Rising knowledge cities: the role of urban knowledge precincts ", Journal of Knowledge Management.
- Tan Yigitcanlar (۲۰۱۱), Knowledge-based urban development redefined: from theory to practice knowledge-based development of cities "Proceedings of the 4th Knowledge Cities World Summit. Brazil.
- Tschumi, B (1994), Event-Cities. Cambridge, MA: MIT Press.
- Francisco Javier Carillo (2006), Knowledge Cities: Approaches, Experiences, and Perspectives, Elsevier.