

מכון ירושלים לחקר ישראל
התרבות ככלי להתחדשות ערים
אביאל ילינק

המחקר נערך בתמיכת קרן אנדריאה וצ'רלס ברונפמן וקרן שוסטרמן - ישראל

הרקע לתהליכי התחדשות עירונית

בשנים שלאחר מלחמת העולם השנייה התפתחה בהדרגה תופעת פרבור שעיקרה מעבר של אוכלוסיה אמידה ובני המעמד הבינוני ממרכז העיר אל עבר הפרברים. המגורים בפרברים בבית צמוד קרקע עם גינה נתפסו על ידי מספר הולך וגדל מקרב בני המעמד הבינוני כאיכותיים יותר מאשר המגורים במרכז העיר, אשר הפך עם הזמן למוקד לרעש, לזיהום אוויר, לצפיפות וגודש, ולפשע בעיקר בשעות הלילה. העלייה במספר כלי הרכב הפרטיים ומדיניות התכנון העירוני בתקופה זו, עודדו את תופעת הפרבור על ידי השקעה בכבישים רחבי ידיים והפשרת קרקעות למגורים צמודי קרקע במחיר נמוך יותר בפרברים.

תופעה דומה התרחשה בתחום המסחר. הצפיפות הרבה, בעיות הנגישות ומחירי השכירות הגבוהים במרכזי הערים עודדו גם את היציאה של המסחר אל הפרברים. הביטוי העיקרי לכך היה בנייה של מרכזי קניות גדולים בשולי הערים, שזכו להצלחה גדולה בעיקר בשל הנגישות הטובה אליהם. מרכזי הקניות הגדולים נבנו על פי רוב סמוך לכבישים ולצמתים ראשיים בדרכים בין-עירוניות, הציעו מקומות חנייה רבים ונגישות קלה ונוחה לרכב הפרטי שהשימוש בו התרחב מאוד. בנוסף לשני גורמים אלה שינויים מבניים בכלכלה הגלובלית תרמו תרומה נוספת לדעיכתן של ערים. תופעה זו קשורה בעיקר בערים שבהן פרחו תעשיות בתחומי הפלדה, ייצור מכונות, כימיקלים וטקסטיל, שירדו ממעמדן עקב תחרות גוברת ותמורות כלכליות בשוק העולמי. כתוצאה מכך סבלו ערים אלה מעלייה באבטלה וירידה במעמדן הכלכלי על רקע המעבר לעידן ה"פוסט תעשייתי".

בהתחשב במציאות חדשה זו נאלצות ערים רבות להתחרות ביניהן בניסיון להציג את ייחודן התרבותי, האנושי, או הפיזי, ובכך לחזק את יתרוןן על פני ערים אחרות. התחרות שנוצרה בין הערים מתבטאת בניסיון למשוך אליהן תעשיות עתירות ידע, למשוך השקעות של המגזר הפרטי, ולהוות מוקד משיכה תיירותי ותרבותי גם בזירה הלאומית וגם בזירה הבינלאומית¹. התחרות הגוברת הביאה ערים רבות לקדם תהליכים של התחדשות עירונית, אשר נועדו להבליט את הייחודיות שלהן ולהבדילן מערים אחרות. מקום נכבד בתהליכים אלו יש לתחום התרבות.

בערים רבות בעולם פועלות הרשויות לקידום תחום התרבות ככלי מרכזי להתחדשות הפיזית והכלכלית של ערים. ספרות מחקר רבה נכתבה בשנים האחרונות בנושא תפקידה של התרבות

¹ P. Hubbard, (1995) "Urban Design and Local Economic Development: A Case Study of Birmingham" in Cities, Vol. 12, No. 4, 1995, p.244.

בתהליכי התחדשות העירונית. התרבות נתפסת על ידי קובעי המדיניות והמתכננים כגורם חשוב למניעת הדעיכה העירונית, ומשקיעים פרטיים ומוסדות ציבור רואים בה גורם המעלה את ערך הנכסים ומאיץ מגמות פיתוח. יוזמות עירוניות שונות מקדמות את העשייה התרבותית ומעמידות אותה בעדיפות עליונה כחלק ממדיניות התחדשות הערים. כל זאת נובע גם מעלייה גדולה במודעות לתיירות כמנוף להאצת הפיתוח הכלכלי של ערים. זאת בעקבות הירידה היחסית בעלות הטיסות וחבילות התיור, קלות התנועה של התייר ממקום למקום, התרחבות הפנאי והתעניינות גוברת של תיירים בחופשות עירוניות. גורמים אלה הביאו ערים לעשות שימוש בתרבות ככלי בניסיון למשוך אליהן נתח מכובד מן התיירות העולמית, ולמשוך את המגזר הפרטי להשקיע בעיר.

פרויקט עיר התרבות של אירופה

בשנת 1985 החליטה מועצת האיחוד האירופי על יוזמה חדשה בשם "עיר התרבות של אירופה". יוזמה זו הציעה להעניק את התואר לעיר אירופית אחרת כל שנה וכך לתת ביטוי למפעלי התרבות הפועלים בה, מתוך הנחה כי ההכרזה תהווה זרז לפיתוח תרבותי נוסף שישפיע לחיוב על העיר. התואר מהווה הכרה בעיר ובמאמציה בתחום התרבות ומעניק דחיפה כלכלית לקיום מגוון של מופעי תרבות באותה שנה.

העיר הראשונה שנבחרה הייתה אתונה ואחריה זכו לתואר פירנצה, אמסטרדם, ברלין ופריז. שינוי מסוים חל בשנת 1990 עם בחירתה של גלזגו, כשבפעם הראשונה נבחרה עיר שאינה בעלת מעמד מוכר של עיר תרבות בינלאומית. כמו כן בפעם הראשונה נבחרה עיר שנמצאה בקשיים כלכליים גדולים על רקע עברה כעיר תעשייתית, והיא נבחרה במידה רבה בשל כוונת העיר לעשות שימוש בתרבות ככלי להתחדשות כלכלית ולהעלאת תדמיתה. גלזגו, "עיר התרבות של אירופה" בשנת 1990, מהווה דוגמה מוצלחת בעיקר בהשפעה ארוכת הטווח של האירוע על משיכת מבקרים לעיר. בשנים שלאחר האירוע הייתה עלייה של 88% במספר המבקרים הבריטיים ולעלייה של 25% במספר המבקרים הזרים בעיר.² הניסיון המוצלח של גלזגו עודד ערים נוספות בעלות עבר תעשייתי לעשות שימוש באסטרטגיה תרבותית להתחדשות עירונית. מאז 1990 רבות מהערים שזכו בתואר "עיר התרבות של אירופה" לא היו ערי תרבות קלאסיות אלא ערים שהתמודדו עם קשיים כלכליים לא פשוטים כגון אנטוורפן, רוטרדם וליל.³

מחקרים על ערי התרבות של אירופה חשפו מידה שונה של שביעות רצון בין עיר לעיר. ברוטרדם למשל עמד תחום התרבות בצילה של אמסטרדם ופרנסי העיר הגיעו למסקנה כי חולשתה היחסית נובע

² G. Evans & P. Shaw, (2004), The Contribution of Culture to Regeneration in the UK, A Report to the Department of Culture, Media & Sport, p.27

³ R. Griffiths, (2006) "City/Culture Discourses: Evidence from the Competition to Select the European Capital of Culture 2008", European Planning Studies, Vol. 14, No. 4, p.417.

ממחסור בתשתיות תרבות ברמה ביני"ל. מסיבה זו הוחלט לפנות לאסטרטגיה תרבותית להתחדשות עירונית ואירוע בירת התרבות של אירופה היה חלק מאסטרטגיה זו. במשך השנה התקיימו 500 אירועי תרבות שונים שמשכו 2.25 מיליון מבקרים. כמו כן תשתיות התרבות זכו לשדרוג עם פתיחת המוזיאון הלאומי לארכיטקטורה והכשרת רובע מוזיאונים חדש בעיר.⁴ אירועי בירת התרבות של אירופה היו הצלחה כלכלית גדולה והביאו לשינוי חיובי בתדמית העיר. רוטרדם עדיין משתרכת מאחור בהשוואה לערי תרבות קלאסיות כגון לונדון ופריז אך היא זכתה לדחיפה בתחרות מול ערים כגון אנטוורפן וגלזגו.⁵

לעומת רוטרדם וגלזגו, אירועי בירת התרבות של אירופה בסלוניקי בשנת 1997 נתפסו ככישלון. זאת בשל הכסף הרב שהושקע בהם, התוצרים ארוכי הטווח המעטים שהאירוע יצר, וחוסר היכולת של הנהגת העיר והכוחות הכלכליים העיקריים בה לשתף פעולה ביצירת חזון משותף ולפעול למימוש.⁶ בין השאר נטען כי למרות התכנית התרבותית המגוונת והפיתוח של תשתיות תרבות רבות בעיר, האירוע לא הצליח להביא לשינוי משמעותי בדימויה, לא הצליח להעלות את גאוות תושבי העיר או לתרום לשיפור מצבה הכלכלי. כמו כן בשנים שלאחר האירוע התברר כי סלוניקי לא הצליחה לעלות את תדמיתה כיעד תיירותי או כמוקד משיכה תרבותי. למרות זאת העיר הצליחה לחזק את תשתיות התרבות בה. כמו כן האירוע שינה את אדישותם היחסית של תושבי העיר לאירועי התרבות ומאז ניכר גידול בביקוש למופעי התרבות השונים.

אירועי "בירת התרבות של אירופה 2008" בליברפול כללו מעל 350 אירועי תרבות. תקציב הפרויקט עמד על 110 מיליון ליש"ט כאשר חציו מומן על ידי עיריית ליברפול וחציו מומן על ידי הממשלה הבריטית, האיחוד האירופי ומשקיעים פרטיים. קשה עדיין לחזות את ההשלכות ארוכות הטווח של האירועים אך בשנת 2008 הייתה עלייה של בין 50-70% במספר המבקרים במוסדות התרבות המרכזיים של העיר. המנהל הכללי של הפרויקט העריך בינואר 2009 כי אירועי "בירת התרבות 2008" הוסיפו לכלכלת העיר כ-800 מיליון ליש"ט.

רובעי תרבות

אחד מאמצעי המדיניות הנפוצים בתחום התרבות הוא הקמתם של "רובעי תרבות" הכוללים מוזיאונים, גלריות, מרכזי קונגרסים, היכלי תרבות, תיאטראות, בתי קולנוע, ועוד. רובעי התרבות מאופיינים בפעילות גם בשעות הלילה והם מושכים בתי קפה, פאבים, מסעדות, דיסקוטקים, ומוקדי פנאי נוספים. ברובעי התרבות מתפתח בדרך כלל גם מסחר המאופיין בחנויות ספרים, גלריות, חנויות מוזיקה, חנויות לבגדי מעצבים, בתי מלאכה של אומנים ועוד.

רובע התרבות במרכז העיר דבלין הוא אחד הדוגמאות המוצלחות לתהליך זה. מתחם הטמפל בר (Temple Bar) שהיה מתחם תעשייתי ומסחרי ירוד, הפך לרובע התרבות השוקק של העיר. הבניינים

⁴ G. Richards, and J. Wilson, (2004) "The Impact of Cultural Events on City Image: Rotterdam, Cultural Capital of Europe 2001", *Urban Studies*, Vol.41, No.10, pp.1938-1939.

⁵ Ibid, pp.1946-1947.

⁶ A. Defner, and L. Labrianidis, (2005) "Planning Culture and Time in a Mega-event: Thessalonimi as the European City of Culture in 1997", *International Planning Studies*, Vol.10, No.3-4, pp.257-259.

במתחם נוקו ושופצו ומגוון של מוסדות תרבות ובידור נפתחו, ביניהם בתי קולנוע, תיאטרון, גלריות, וחללים להופעות. עם הזמן נוספו גם בתי קפה אופנתיים, מסעדות, פאבים, ומועדונים. כיום נחשב הרובע לאחת ההצלחות הגדולות של חידוש מרכזי ערים באמצעות קידום נושא התרבות. עיקר הביקורת הוא על כך שהרובע איבד את הזהות האוונגארדית שהייתה לו בתחילה, והפך למתחם אופנתי ופופולארי מדי.⁷

הרובע הצפוני של מרכז העיר במנצ'סטר (Northern Quarter) הוא דוגמה נוספת. המתחם, שהתפרסם במפעלי הטקסטיל ובחנויות הבגדים שלו סבל מהתדרדרות ומדעיכה בעקבות התמוטטות תעשיית הטקסטיל בבריטניה בשנות ה-70 וה-80. הדעיכה באה לידי ביטוי בהגירה שלילית, נטישת מבנים והמתחם הפך עזוב וירוד. בשנות ה-90 נכנסו לאזור אמנים ואוכלוסיה צעירה מפאת מחירי השכירות הנמוכים. עיריית מנצ'סטר ניצלה זאת בכדי ליזום תכנית התחדשות כוללת באזור בשיתוף סוחרים מקומיים והתושבים והוקמה "אגודת הרובע בצפוני". אגודה זו פעלה במספר מישורים להתחדשות האזור: פיתוח מגורים, שיקום המרחב הציבורי, פיתוח פונקציות תרבותיות ותמהילים מגוונים נוספים. הפיתוח התרבותי באזור תרם תרומה רבה להצלחת תהליך ההתחדשות והוא כלל מרכזי תרבות, מועדוני הופעות, מרכז לאמנויות מלאכה, מרכז אמנות סינית ופסטיבל שנתי. האסטרטגיה הפיזית שננקטה ברובע הצפוני התבססה על שימור, שיקום ופיתוח המבנים הקיימים ולא על בנייתם של מבנים חדשים עתירי מימדים. כך בעצם שומרו המאפיינים הפיזיים של האזור. אסטרטגיה זו תרמה להגברת תחושת הזהות של המקום תוך כדי הבטחת שימושים חדשים למבנים הישנים.⁸ עד שנת 2002 אוכלס הרובע הצפוני ב-550 בתי עסק. כיום המקום חזר לתפקד כמרכז למסחר וקניות, אך בנוסף הוא משמש כמקום לבילוי ופנאי ויש בו אולמות מוזיקה, בתי קפה, פאבים, מועדונים וגלריות אמנות.⁹

פרויקט רובע המוזיאונים בוינה The 'Museumsquartier Wien' שהושלם בשנת 2001 נועד לשלב היצע תרבותי מגוון והוא כולל מוזיאון לאמנות עכשווית, גלריה המציגה תערוכות מתחלפות, מרכז מחול מודרני, שני אולמות מופעים, תיאטרון, ומבנים קטנים יותר המציגים תערוכות ומופעים. הקומפלקס הענק מכיל בנוסף משרדים, חללי מלאכה לאמנים מקומיים ובינלאומיים, בתי קפה, מסעדות ובתי עסק שונים.

באופן מסורתי תדמית העיר משכה בעיקר תיירים המתעניינים בתרבות גבוהה, מוזיקה קלאסית, ציור וסגנונות אדריכליים ישנים. כחלק מאסטרטגית שיווק רחבה שנקטה העיר, מטרת הפרויקט הייתה למשוך קהל תיירים חדש, מגוון וצעיר יותר לעיר. הפרויקט נועד למתג את העיר מחדש כמקום המציע תרבות מגוונת ודינאמית יותר וכן לשלב זאת עם פיתוח מסחר נלווה.

מתחם המוזיאונים החדש נבנה בשותפות ממשלתית עירונית בשטח סמוך למרכז העיר ששימש עד תחילת המאה ה-20 כאורוות סוסים ומאוחר יותר כשטח לירידים ותערוכות. המודל האדריכלי

⁷ J. Montgomery, (2004) "Cultural Quarters as Mechanisms for Urban Regeneration Part 2", in Planning Practice & Research, Vol. 19, No. 1, pp. 5-6.

⁸ M. Wansborough, and A. Mageean, (2000) "The Role of Urban Design in Cultural Regeneration", Journal of Urban Design, Vol.5, No.2, pp.188-193.

⁹ J. Montgomery, (2004) p.10.

הנבחר אופיין בעירוב בין ישן וחדש, שילוב אשר יבטא את העבר המפואר של העיר יחד עם ההתחדשות העירונית העתידית¹⁰.

הביקורות העיקריות כלפי רובע התרבות החדש בוונה דומות לביקורות שנשמעות גם לגבי פרויקטים דומים בערים אחרות. המתנגדים טענו כי השטח בו הוא מוקם הוא חלק מהמרכז ההיסטורי של העיר שמאופיין בסגנון בנייה ישן ובבניינים רבים המיועדים לשימור, והפרויקט החדש יבלוט לרעה מפאת גודלו ועיצובו האדריכלי השונה ויאפיל על סביבתו הבנויה. ביקורת נוספת טענה כי לצורך בניית הפרויקט נדרש כסף ציבורי רב אשר יכול היה לשמש לצרכים אחרים. כמו כן נשמעו טענות על כי הפרויקט בעל אופי גלובלי, הוא נטע זר ולא מייצג את רוחה של העיר או של תושביה¹¹.

מקרה זה מביא לידי ביטוי מחלוקת הקיימת בערים היסטוריות רבות שבעידן הגלובלי נאלצות להתחרות כלכלית עם ערים אחרות ונוקטות באסטרטגיות תרבותיות-פיזיות להתחדשות עירונית. האסטרטגיה החדשה מעלה שאלות בנוגע למורשת התרבותית של העיר, לתדמיתה, לאופייה ואופי סביבתה הבנויה, ומעוררת מחלוקת בין אלו הטוענים כי פרויקטים תרבותיים עתירי מימדים יכולים לתרום להתחדשות העיר לבין אלו הטוענים כי יתרונה של העיר טמון בערכי העבר שלה, במורשתה ובתרבותה המסורתית וכי מבנים מסוג זה לא ישפיעו לחיוב על מעמדה של העיר בתחרות בזירה הבינלאומית¹².

תרבות ואמנות במרחב הציבורי

בעשורים האחרונים ישנה התפתחות בשימוש באמנות במרחב הציבורי על רקע גידול בהתעניינות בתוצרים החיוביים שביכולתה לתרום לתהליכי התחדשות עירונית. אירועי תרבות כגון ירידים, הופעות רחוב, מיצגי רחוב, תיאטרון רחוב, ציורי קיר, פסטיבל אוכל והקרנת סרטים משמשים למשיכת מבקרים, לקידום התדמית של מרכזי הערים ולהפיכתם למוקדים תוססים ושוקקי חיים¹³. בנוסף, האמנות במרחב הציבורי ממלאת תפקיד הולך וגדל ביוזמות הקשורות לפיתוח הפיזי, הכלכלי והחברתי של העיר.

הספרות המחקרית מצביעה על כך שהאמנות במרחב הציבורי עשויה לתרום למספר היבטים בתהליך התחדשות הערים. ראשית האמנות משמשת ככלי לפיתוח תחושה של קהילתיות בקרב תושבי העיר ותורמת להעלאת תחושת הגאווה של התושבים. שנית, האמנות יכולה לשמש ככלי לחיזוק הזיקה שבין האנשים לבין המקום ובכך ליצור שמירה גדולה יותר של המרחב הציבורי. האמנות עשויה לקדם גיוון תרבותי וכך לעודד שילוב של קבוצות שוליים, במיוחד על ידי עידוד השתתפותם בפרויקטים האמנותיים. שלישית, האמנות במרחב הציבורי משמשת כמרכיב חינוכי והיא יכולה להיות מלווה על ידי תוכניות חינוכיות או לייצג ערכים חינוכיים. רביעית, לאמנות במרחב הציבורי יש היבט תיירותי

¹⁰ M. De Frantz, (2005) "From Cultural Regeneration to Discursive Governance: Constructing the Flagship of the 'Museumsquartier Vienna' as a Plural Symbol of Change", International Journal of Urban and Regional Research, Vol.29, p.53-54.

¹¹ M. De Frantz, (2005), pp. 61-62.

¹² Ibid, p.63.

¹³ ATCM, (2006) Adding Value and a Competitive Edge: The Case for Using Arts and Culture in Town Centers, A Report Comissioned by the Asociation of Town Centre Management (ATCM), Pp. 40-41.

לא מבוטל, היא עשויה לתרום למאמצי השיווק של העיר, להעלאת תדמיתה וכן להוות מוקד למשיכת קהל מבקרים לעיר¹⁴. ככלל נדמה כי תפקידה החשוב של האמנות במרחב הציבורי בתהליכים להתחדשות עירונית נובע מהמימדים המגוונים בהם היא יכולה לתרום.

ההכרה ביכולתה של התרבות במרחב הציבורי לתרום לפיתוח העירוני באה לידי ביטוי במדיניות ממשלת אנגליה בשנות ה-90, בה הוחלט על תכנית בשם "אחוז אחד לאמנות". מהות התוכנית הייתה העברת אחוז אחד מכל תקציב לפיתוח עירוני לאמנות במרחב הציבורי. נושא פיתוח האמנות במרחב הציבורי הלך והתרחב ובשנת 1994 21% מכלל העיריות באנגליה העסיקו אדם שהיה אמון על פיתוח האמנות במרחב הציבורי¹⁵.

למרות זאת, שימוש באמנות במרחב הציבורי לא תמיד מספק את התוצרים החיוביים להם מקווים פרנסי העיר. מסיבה זו יש הטוענים כי התקציב המשמש לתמיכה ציבורית בפרויקטים אמנותיים במרחב הציבורי יכול היה להועיל במידה רבה יותר אם היה מושקע בפרויקטים אחרים. טענה אחרת יוצאת כנגד אמנות מתוכננת המבטאת את המטרות שהוגדרו על ידי הממסד ואינה ממלאה תפקיד ביקורתי וכך בעצם פוגעת בתפקידה המסורתי ככלי ביטוי ביקורתי והופכת אותה למייצגת של הסטטוס קוו¹⁶.

תרבות אלטרנטיבית

במשך מאות שנים המאפיין העיקרי של עיר תרבותית היה קיומם של מוסדות תרבות כגון מוזיאון אמנות חשוב, אולם קונצרטים, בית אופרה ולהקת בלט. אנשים כיום מבקשים לצרוך גם תרבות שונה, דינאמית יותר, קשורה יותר לעיר ותרבותה ומעונבת פחות¹⁷. תרבות זו לא מוצעת בדרך כלל על ידי מוסדות תרבות גדולים אלא צומחת דווקא בשכונות מוזנחות יחסית בעלות שימושים מעורבים בהם גם מתגוררת חלק משמעותי מאוכלוסיית יצרני התרבות.

התרבות האלטרנטיבית נוצרת כאשר גלריות, חנויות ספרים ותיאטראות קטנים מתכווצים בדרך כלל לאורך רחובות בהם צצים גם בתי קפה, מסעדות פאבים ומועדונים, אשר חלקם מציעים גם הופעות מוזיקה או מיצגי אמנות בנוסף למזון ומשקאות. בנוסף מתפתחים גם חללים מעורבים המשמשים למשל גם כחנות ספרים, כגלריה לאמנות וכמועדון הופעות. ה"סצנה" המיוחדת המתפתחת בתוך החללים נוטה בדרך כלל לעבור לרחוב עצמו עם שולחנות אוכל, מוזיקאים, אמני תכשיטים, תצוגות תיאטרון רחוב, מוכרי מזון ומשקאות ועוד, ההופכים את הרחוב לזירה חיה, תוססת ומלאת פעילות¹⁸. יתכן ואף ייווצרו "סצנות" שונות כגון "סצנת" אמנות, "סצנת" קלנוע, "סצנת" מוזיקה ואחרות, כשקיומה של אחת מחזקת את קיומה של האחרת.

¹⁴ ATCM, (2006), pp. 10-16.

¹⁵ T. Hall & I. Robertson, (2001) "Public Art and Urban Regeneration", Landscape Research, Vol. 26, No.1, pp.6-7

¹⁶ J. McCarthy, (2006) "Regeneration of Cultural Quarters: Public Art for Place Image or Place Identity?", Journal of Urban Design, Vol.11, No.2, pp.244-245.

¹⁷ R. Florida, (2002) The Rise of the Creative Class and how it's Transforming Work, Leisure Community and Everyday Life. New York, Basic Books, p. 182.

¹⁸ R. Florida, (2002), pp. 183-184

תרבות מתפתחת זו עשויה לתרום באופן משמעותי במאמץ של ערים לשנות תדמיתן המיושנת, ולהקרין תדמית צעירה ותוססת יותר כעיר אשר מציעה אפשרויות תרבות מגוונות. בשל כך יש לתרבות האלטרנטיבית תפקיד חשוב בניסיון של ערים להתחרות על משיכת הון האנושי ותיירות.

שילוב התרבות עם עיצוב עירוני "יצירתי"

הניסיונות לשנות תדמיתן של ערים ו"להמציאן מחדש" קשור גם לאסטרטגיות של שימוש בעיצוב העירוני הפיזי ככלי לשינוי תדמית מיושנת של ערים. הטענה כאן היא כי לכל אורך ההיסטוריה, אופי הבנייה בערים היה תוצר ההתפתחות הכלכלית של החברה, ואילו כיום, אופי הבניה והעיצוב העירוני הופכים להיות לכלי אשר באמצעותו מקווים פרנסי העיר להשיג פיתוח כלכלי¹⁹. אחד המאפיינים של העיצוב העירוני החדש הוא הקידום והבנייה של פרויקטים מרהיבי עין, עתירי מימדים, ובעלי עיצוב "יצירתי" המהווים "ספינות דגל" של ההתחדשות העירונית. לעיתים קרובות מאוכלסים המבנים החדשים בפונקציות תרבות או משמשות לקיום אירועי תרבות. פרויקטים אלו עשויים להיות מרכזי קונגרסים, מוסדות השכלה גבוהה, מרכזי תרבות, מוזיאונים ועוד. בדרך כלל הם ייבנו במרכזי הערים כחלק ממדיניות של משיכת הון ואוכלוסיה חזקה אל מרכזי הערים. לעיתים הבנייה נעשית באזורי נמל או במספנות, שלא נמצאים עוד בשימוש, והם עוברים תהליך של הסבה לפונקציות תרבות, מגורים, מסחר, משרדים, בילוי ופנאי²⁰.

יצירת תדמית מושכת, יפה ונעימה יותר של העיר, נתפסת כצעד כלכלי שנועד למשוך השקעות הון, אוכלוסייה חדשה, ותיירות. בין השאר הכוונה היא למשוך תיירות עסקית המשתתפת בקונגרסים או בועידות עסקיות - ענף הגדל במהירות וטומן בחובו הכנסה כלכלית נאה לעיר ולתושביה²¹. פרויקטים גדולים המאופיינים באדריכלות יצירתית מהווים חלק חשוב מהעיצוב העירוני החדש, והם מלווים בדרך כלל בפרויקטים אחרים הקשורים לשיפור האסטטי של המרחב הציבורי. אלה נועדו ליצור תדמית של עיר בעלת יצירה פורחת, מושכת וידידותית והם מהווים צעדי מפתח באסטרטגיה שנועדה לשדרג את העיר ולעודד השקעות הון ופעילות עסקית וחברתית במרחב העירוני²².

ערים רבות בבריטניה עושות בשנים האחרונות שימוש רב בעיצוב העירוני ובמיוחד בפרויקטים של "ספינות דגל" ככלי להתחדשות עירונית. בין הפרויקטים הבולטים כדאי להזכיר את פיתוח הנמל של ליברפול (The Albert Dock Development) אשר הפך נמל ישן ועזוב למתחם תרבות וביילוי משגשג ופורח, פרויקט הנמל של לונדון (The Canary Wharf Office Complex in London Docklands), ומגוון של פרויקטים בעיר בירמינגהאם (אליה אתייחס בהמשך)²³.

¹⁹ A. Gospodini (2002), "European Cities in Competition and New 'Uses' of Urban Design", in Journal of Urban Design, Vol. 7, No. 1, p.59.

²⁰ P. Hubbard, p.244.

²¹ A. Bradley, T. Hall & M. Harrison, (2002) "Promoting New Images for Meeting Tourism" in Cities, Vol. 19, No. 1, p. 62.

²² J. Temelova, (2004) Contemporary Buildings and City Promotion: The Case of Prague and Helsinki, UrbEurope Research Network p.5.

²³ P. Loftman, and B. Nevin, (1995) "Prestige Projects and Urban Regeneration in the 1980's and 1990's: A Review of Benefits and Limitations", Planning Practice and Research, Vol. 10, No 3, P.301

בריטניה

בריטניה מייחסת חשיבות רבה לתפקידה של התרבות במאמצי ההתחדשות העירונית והיא מהמדינות החלוצות אשר זיהו את הפוטנציאל שבתרבות כגורם חיוני בהאצת הפיתוח הכלכלי העירוני. ממשלת בריטניה מיישמת בשנים האחרונות מדיניות המקדמת תרבות אשר נועדה לקדם את תפקידן של הערים כבסיס לצמיחה הכלכלית האזורית והארצית. על רקע זה חובר מסמך על ידי משרד התרבות הבריטי בשם "תרבות במוקד תהליך ההתחדשות" (Culture at the Heart of Regeneration) שהטענה המרכזית בו היא שאלמנטים תרבותיים יכולים לשמש ככוח המניע של תהליכי ההתחדשות של העיר והחייאתו של מרכז העיר²⁴. אחד התוצרים החיוביים של השימוש בתרבות בא לידי ביטוי בחידוש הפיזי של מתחמים ירודים כגון מתחמי מסחר ירודים, אזורים תעשייתיים, ונמלים, על ידי החלפת ייעודי הקרקע למוסדות תרבות. המאפיין העיקרי של הערים הנוקטות באסטרטגיות תרבותיות בבריטניה הוא היותן ערים תעשייתיות לשעבר שסבלו ממעבר פסי ייצור למדינות העולם השלישי והתקשו להסתגל לעידן הפוסט-תעשייתי.

בירמינגהאם, העיר השנייה בגודלה בבריטניה בה מתגוררים מעל מיליון תושבים, היא דוגמא טובה לעיר אשר "השתמשה" בעיצוב העירוני ככלי מרכזי להחייאת העיר ולשינוי תדמיתה. היא ממוקמת בלב אזור ה"מידלנד המערבי" (West Midland) שנחשב במשך שנים לאזור תעשייתי מובהק. התעשייה בבירמינגהאם פרחה לאורך שנות ה-50 וה-60 של המאה ה-20 בעיקר הודות לשלושה מגורים: ייצור מכוניות, תעשיות פלדה, וייצור חשמל. בירמינגהאם התבססה באופן כה בולט על התעשייה עד שבשנת 1961 אחוז המועסקים בתעשייה היה 65% לעומת ממוצע כלל ארצי של 39% בבריטניה כולה²⁵.

ההישענות המאסיבית של העיר על המגזר התעשייתי הביאה לכך שהיא סבלה באופן מיוחד מתהליך יציאת התעשייה הכבדה של שנות ה-70 וה-80. בין השנים 1971-1986, בטווח זמן של 15 שנה, איבדה העיר 191,000 מקומות עבודה אשר היוו 29% מכלל מקומות התעסוקה בעיר²⁶. בסיס התעשייה של העיר נפגע באופן אנוש. התוצאה של המשבר בתעשייה הייתה שבשנת 1982 שיעור האבטלה בעיר הגיע ל-20%, פי שניים מהממוצע באנגליה באותה שנה²⁷.

²⁴ S. Miles & R. Paddison, (2005) "The Rise and Rise of Culture-Led Urban Regeneration", *Urban Studies*, Vol. 42, No.5, p.835.

²⁵ J.S. Pollard, (2004) "From Industrial District to Urban Village: Manufacturing, Money and Consumption in Birmingham's Jewellery Quarter", in *Urban Studies*, Vol. 41, No. 1, p.175.

²⁶ N. Flynn and A. Taylor, (1986) "Inside the Rust-Belt – An Analysis of the Decline of the West Midlands Economy" in *Environment and Planning A*, Vol. 18, p. 867.

²⁷ J.S. Pollard, p. 175.

על רקע זה ננקטו צעדים לשיפור התדמית של העיר ושיקום המרחב הציבורי בכדי ליצור אווירה נקייה יותר, יפה יותר, ובעיקר רווחית יותר²⁸. בירמינגהאם החלה מאמצע שנות ה-80 ובעיקר החל מראשית שנות ה-90 במהלך מודע "להמציא את עצמה מחדש" במטרה למשוך לעיר מבקרים ואוכלוסיה חדשה על ידי הדגשת הצד המודרני שלה, הדינאמיות, היצירתיות, החזון, והרצון שלה בשינוי. המאמץ התדמיתי נקשר עם סמלי ייצוג המקום (Place Representation) שבאו לידי ביטוי בהשקעה במבני תרבות²⁹. פעולות אלו כללו בנייה של מרכז קונגרסים משוכלל, אולם קונצרטים, אולם רב תכליתי להופעות ואירועי ספורט, כולם בעיצוב "חדשני" ו"יצירתי" של אדריכלים ידועי שם. אסטרטגיה זו לוותה בפעולות לשיפור המרחב הציבורי העירוני כגון ניקוי ושידרוג תעלות המים הישנות ששימשו בעבר לצרכי שינוע תעשייתיים והפיכתן לאתרים של תרבות, פנאי, תירות ונופש. כמו כן שודרג המרחב הציבורי בעזרת שימוש באמנות במרחבים ציבוריים (פסלים, ציורי קיר), התקנת ספסלים, שתילת עצים, ועוד³⁰.

תהליך השינוי בבירמינגהאם נחשב להצלחה גדולה. החוקרת דיאן ליסטר (Diane Lister) טענה שהתהליך שעברה העיר במספר שנים מועט יחסית מ"שממה תרבותית למרכז העירוני השוקק והתוסס ביותר מחוץ ללונדון, הוא סיפור מופלא של חזון ודמיון". עוד היא הוסיפה כי "הישגי העיר העמידו אותה בשורה אחת עם ערים אחרות במרכז הזירה העולמית"³¹. בנוסף, החוקרים פטריק לופטמן וברנדן נווין (Patrick Loftman and Brendan Nevin) הגיעו למסקנה כי להשקעות שביצעה העיר בפרויקטים תרבותיים ואחרים הייתה "תרומה כלכלית חשובה לעיר בפרט ולאזור הווסט-מידלנד בכלל"³².

גייטשאד (Gateshead) היא עיר בת כ-190,000 תושבים שבעבר הייתה עיר תעשייתית אך עקב תסמיני העידן הפוסט תעשייתי סבלה מהגירה שלילית מתמשכת ואיבוד מקורות תעסוקה בתחומי הייצור, הכרייה והתעשייה הכבדה. ההתבססות על ענפים אלה השאירה בעיות עירוניות רבות נוספות כגון אדמות מזוהמות, עלייה בשיעור האבטלה ויצירת מתחמים פנים עירוניים נטושים. כבר לפני 30 שנה החלו פרנסי העיר לעשות שימוש באמנות בתכניות להתחדשות עירונית. בתחילה ביוזמות מקומיות קטנות בהיקפן ובהמשך ביוזמות רחבות היקף בהשקעה של ממון רב. לאחרונה הסתיימה בנייתו של רובע תרבות סמוך לגדה הדרומית של הנהר טיין (Tyne) ששימש כזרז לפיתוח פרויקט מגורים חדש לטובת אוכלוסייה חדשה ממעמד סוציו-אקונומי בינוני וגבוה, ולהתחדשות של שכונות מגורים הסמוכות לו³³.

²⁸ P. Hubbard, p.246.

²⁹ F. Webster, (2001) "Re-Inventing Place: Birmingham as an Information City?", *City*, Vol.5 No.1, p. 35.

³⁰ P. Loftman, and B. Nevin, (1996) "Going for Growth: Prestige Projects in three British Cities", *Urban Studies*, Vol. 33, No.6, p.998.

³¹ D. Lister, (1991) "The Transformation of a City: Birmingham", in M. Fisher and U. Owen (Eds) *Whose Cities*, Penguin Books, p.60.

³² P. Loftman, and B. Nevin, (1996), p.1002.

³³ S. Cameron and J. Coafee, (2005) "Art, Gentrification and Regeneration – From Artist as Pioneer to Public Arts", *European Journal of Housing Policy*, Vol.5, No.1, p.47.

בשנת 1986 יזמה עיריית גייטשאד תוכנית חדשה בשם "אמנות במרחב הציבורי". התכנית כללה פיתוח מיצגי אמנות סביבתיים בקנה מידה גדול שנקשרו למורשת התעשייתית של העיר ולאורח החיים המסורתי בה. מטרת התכנית הייתה להעצים את האסטטיקה האדריכלית במרחב הציבורי וליצור תחושה של שייכות והזדהות התושבים עם העיר. תכנית זו לוותה בקיום פסטיבלי אמנות במרחב הציבורי ובפרויקטים המשכיים כגון פארק הפסלים שהוקם על גדות נהר הטיין שהוקם על חורבותיו של מתחם תעשייתי עזוב.³⁴

בשנת 1998 הסתיימה בנייתו של פסל ענק בשם "מלאך הצפון". גובה הפסל 20 מ' ורוחבו (רוחב כנפי המלאך) 54 מ'. מטרת הפסל להוות מיצג מונומנטאלי שנועד לקבל בברכה את הבאים לעיר ולהוסיף לה מימד תרבותי תדמיתי. בניית הפסל גם סימלה שינוי בהיקפי ההשקעה בתרבות בעיר. הוחל בפיתוח של רובע תרבות עירוני ובו שני פרויקטים מרכזיים אדירי מימדים: גלריה לאמנות Baltic (Art Gallery) ומרכז למוזיקה ולאמנויות הבמה (Sage Centre for Music and Performing Arts). הגלריה לאמנות שנחנכה בשנת 2002 הוקמה במבנה ששימש בעבר כמחסן תבואה והפך למקום לייצור והצגה של אמנות. המרכז למוזיקה ואמנויות הבמה נחנך בשנת 2004 במבנה מרשים עטוף זכוכית בעיצוב חדשני ויצירתי. סה"כ ההשקעה בשני הפרויקטים עמד על 70 מיליון ליש"ט. המדיניות מוטת התרבות שנקטה בגייטשאד הפכה אותה, לטענת רבים, למוקד תרבות ברמה הלאומית. כמו כן נטען כי גייטשאד היא כיום מנוע הצמיחה של האזור כולו.³⁵

גלזו (Glasgow) שבסקוטלנד היא דוגמה נוספת לעיר אשר סבלה מהתסמינים של העידן הפוסט-תעשייתי: בריחתה של התעשייה הכבדה, אבדן מקומות תעסוקה והידרדרות של מתחמים פנים עירוניים. עדות למצבה ניתן לראות בהגירה השלילית מן העיר שאוכלוסייתה מנתה 1.1 מיליון בשנת 1961 וירדה ל- 662,000 בשנת 1991 ובקריסת ענפי התעשייה - 279,000 עובדים עבדו בתעשייה בשנת 1960 לעומת 82,000 בלבד בשנת 1989 ואחוז האבטלה עלה מ- 2.8% בשנת 1960 ל- 15.8% בשנת 1989.³⁶

החל מאמצע שנות ה-80 נעשה מאמץ לשווק את גלזו באמצעות קמפיין פרסומי בכלי התקשורת תחת הכותרת "גלזו משתפרת". במקביל נעשו ניסיונות שיווק פרטניים יותר אשר הדגישו את המימד היצירתי של העיר, התרבות הפורחת בה, והאטרקציות התיירותיות שלה. כל אלה נועדו "להמציא מחדש" את העיר על ידי שינוי התדמית שלה מעיר תעשייתית בהידרדרות, לעיר יצירתית, מתחדשת ומזמינה, אשר מהווה מוקד תיירותי ומוקד להשקעות כלכליות של המגזר הפרטי. מוקד השינוי היה מרכז העיר.³⁷ חשוב להדגיש ששינוי התדמית נעשה לא רק כלפי חוץ אלא גם כלפי פנים. מטרת הייתה להעלות את המוראל של תושבי העיר, לחזק את גאוותם, ולמנוע את בריחת האוכלוסייה.

³⁴ Ibid, pp.47-48.

³⁵ S. Cameron and J. Coafee, (2005), p.49.

³⁶ R. Paddison, (1999) "City Marketing, Image Reconstruction, and Urban Regeneration" in, Urban Studies, Vol. 30, No.2 p. 345.

³⁷ M. Gomez, (1998) Reflective Images: The Case of Urban Regeneration in Bilbao and Glasgow, Blackwell Ltd, p.111.

המדיניות התרבותית בגלגול כללה את הכרזתה כעיר התרבות של אירופה ב-1990, הכרזה על שנת האמנות החזותית 1996, וההכרזה על עיר האמנות והעיצוב של בריטניה לשנת 1999. התעשיות היצירתיות (Creative Industries) נתפסו כבעלות יכולת לתרום לצמיחתה של העיר ולכן תחומים כגון האמנות החזותית זוכים לתקצוב העירייה. בשנת 2001 הועסקו בתחום זה 32,000 בני אדם שהיו כ-8% מכוח האדם בעיר³⁸.

אדינבורו (Edinburgh) הצליחה למתג את עצמה כעיר של פסטיבלים. המופר שבהם הוא "פסטיבל אדינבורו" המתקיים בעיר מדי שנה תחת הסיסמה: "The biggest arts festival in the world". במהלך אותו החודש מתקיימים למעשה בעיר חמישה פסטיבלים שונים: פסטיבל בינלאומי לאמנויות-במה, פסטיבל פרינג' (ובו מופעי תיאטרון, מחול, מוזיקה ובידור קל), פסטיבל ג'ז, פסטיבל ספרים ופסטיבל סרטים בינלאומי.

רבים מן התיירים נהנים מיותר מפסטיבל אחד ומקדישים לעיר יותר זמן משהיו מקדישים לה כסתם תיירים בתקופה אחרת של השנה. למרות שחודש אוגוסט הוא חודש הפסטיבלים, הוא אינו היחיד. יש פסטיבלים קטנים יותר, כגון פסטיבל הווגמאני המתקיים בערב השנה החדשה, פסטיבל בלטאנה המתקיים באפריל (מבוסס על החג הפגאני של סוף החורף ותחילת האביב), פסטיבל המדע השנתי ועוד, השומרים על אוירת הפסטיבל לאורך השנה.

העלות הכוללת של פסטיבל אדינבורו בשנת 2008 הייתה 9 מיליון ליש"ט. חצי מהתקציב מומן ממכירת כרטיסים ונותני חסות וחצי מומן על ידי עיריית אדינבורו והממשלה הסקוטית. הפסטיבלים תורמים תרומה גדולה לכלכלה, לחיי התרבות ולתדמית הבינלאומית של העיר. מספר התיירים המבקרים בעיר נמצא בעלייה מתמדת ובשנת 2007 הגיע ל-1.1 מיליון. שרת התיירות והתרבות הסקוטית לשעבר, פטרישה פרגוסון (Patricia Ferguson), טענה בעבר כי ההכנסה הכוללת מהפסטיבל לכלכלת העיר עומדת על 135 מיליון ליש"ט וכי הפסטיבל תומך ב-2900 משרות³⁹.

בנוסף למיתוגה של העיר כעיר הפסטיבלים, תכנית האב לחידוש מרכז העיר של אדינבורו שמה דגש על איכות החיים הן של התושבים והן של התיירים. עיקר המשאבים בתכנית זו מופנים לשיפור האיכות, הבטיחות והניקיון של המרחב הציבורי, תוך עירוב כל הגורמים הנוגעים בדבר. זאת על-מנת ליצור סביבה תומכת, שתעודד עסקים ותמשוך אליה מבקרים. דגש זה נובע מהכרה בחשיבות המרחב הציבורי כגורם מרכזי ההופך את מרכז העיר למקום מושך לתעסוקה, לבילוי ולמגורים. בנוסף לנכונות להשקיע כספים ביצירת המרחב הציבורי ההולם עיר-בירה, מציבה תכנית האב סטנדרטים גבוהים של ניהול ותחזוקה של המרחב הציבורי המתחדש. הרצון למשוך למרכז העיר מבקרים הן מקרב תושבי העיר והן מקרב התיירים, הביא לבניית תשתית נוחה להולכי-רגל, יחד עם פיתוח

³⁸ J. McCarthy, (2006) "The Application of Policy for Cultural Clustering: Current Practice in Scotland", European Planning Studies, Vol.14, No.3, p.399.

³⁹ The Scottish Government internet site (referring to the 2004 festival): <http://www.scotland.gov.uk/News/Releases/2005/01/20143302> (Last entered June 2009).

סטנדרטים גבוהים של "הכנסת אורחים" למבקרים במרכז העיר ולשיווקו כמרכז לעסקים, קניות, תיירות, תרבות ופנאי, גם שלא במסגרת הפסטיבלים.⁴⁰

סוואנסי (Swansea) היוותה מאז המאה ה-19' מרכז אזורי לתעשיות ברזל ופלדה ולכרייה וייצוא של פחם נחושת ואבץ. בדומה לערים אחרות גם סוואנסי סבלה מירידת התעשייה והשלכותיה השליליות על העיר וכיום עיקר המועסקים הם בענפי השירותים והמגזר הציבורי. על רקע תהליך הדעיכה של העיר יושמה בשנות ה-90' מדיניות שנועדה "להמציא את העיר מחדש" על ידי אסטרטגיות שיווק ו-Place Promotion, שכוונתם להעלות את תדמיתה על ידי הצגת ייחודה. השימוש בדמות המשורר יליד העיר דילן תומס (Dylan Thomas) היה אחד האמצעים העיקריים לכך.⁴¹

אחד מהנכסים הראשיים של העיר הוא היותה עיר תיירות ברמה הלאומית המשלבת אזור כפרי וחוף ים. השימוש בדמותו של דילן תומס נוספה לאסטרטגיה התיירותית הקיימת והשתלבה יחד עם השקעה בגישה תרבותית רחבה יותר. הרציונאל מאחורי השימוש בדמות הסופר הייתה יכולתו לתרום למשיכת תיירים אשר ירצו לבקר במקומות הקשורים לחייו האישיים, לבקר במקומות המופיעים בכתביו או במקומות שמהם שאב השראה. כמו כן מיתוגה של סוואנסי כ"עיר של דילן תומס" יש בו כדי לעלות את קרנה ותדמיתה של העיר.⁴²

השימוש בדמות המשורר נעשה בעיקר לצרכי תדמית ושיווק וכללה פיתוח של הבית בו דילן התגורר, הצגת דמותו בשלטי חוצות ברחבי העיר, וקריאת מוסדות תרבות, מסעדות ובתי קפה על שמו. למרות זאת העיר גם השקיעה בהיבטים תרבותיים נוספים ושילבה גם קיומם של אירועי תרבות שונים. העיר אירחה את הפסטיבל הבריטי השנתי לספרות ולכתיבה בשנת 1995, ומקיימת מאז פסטיבל אמנות ותרבות על בסיס שנתי (על שמו של המשורר כמובן). בנוסף הקימה העיר מספר פרויקטים תרבותיים כגון הקמת מרכז לאומי לספרות המשמש גם כמוזיאון המתאר את חייו וכתביו של המשורר.⁴³

ברלין

העושר התרבותי הקיים בברלין הוא ייחודי לעומת מטרופולינים אחרים באירופה ובעולם. שלוש להקות אופרה, תשע אורקסטרוות, 880 מקהלות, 140 אולמות תיאטרון, 350 גלריות אמנות ומספר גדול של מוזיאונים, הופכות את ברלין לא רק לעיר בעלת מוסדות התרבות הרבים ביותר בגרמניה אלא באירופה כולה. לזאת יש להוסיף את מגוון הפסטיבלים הבינלאומיים המתקיימים בעיר מדי שנה כגון פסטיבל הקלנוע, פסטיבל הג'אז, פסטיבל התיאטרון ועוד. תקציב התרבות של ברלין גבוה מאד ועומד על כ-700 מיליון יורו בשנה. ההשקעה האדירה בתרבות הפכה את ברלין ליעד מרכזי לתיירות והעלה באופן משמעותי את מספר התיירים הזרים המגיעים

⁴⁰ מ. הלוי וה. סמואל, (2008) "תרבות בירושלים", חזון לירושלים: תכנית לשיקום ירושלים בירת ישראל, ג. עופר (עורך), מכון ירושלים לחקר ישראל, עמ' 228.

⁴¹ H. Watkins and D. Herbert, (2003) "Cultural Policy and Place Promotion: Swansea and Dylan Thomas", Geoforum, Vol.34, p.252.

⁴² Ibid, p.253.

⁴³ H. Watkins and D. Herbert, (2003), p.257-258.

לעיר מ-3 מיליון תיירים בשנת 1990 ל-7.6 מיליון בשנת 2007. מספר הלינות של תיירים זרים במלונות העיר עלה מכ-7 מיליון לינות בשנת 1990 לכ-17 מיליון בשנת 2007. לתרבות בברלין יש תיחום גיאוגרפי ברור. המרכזיות האורבאנית היא הכרחית בראייה של פרנסי העיר ולכן בברלין, כמו בערים רבות אחרות באירופה, רוב התיאטרות, אולמות האופרה, אולמות הקונצרטים, גלריות האמנות והמוזיאונים מרוכזים בעיר הפנימית⁴⁴. איחוד העיר הביא לשינויים רבים בכל תחומי החיים בה בשנות ה-90' ובכלל זה שינויים בחיי התרבות ובפריסת מוסדות התרבות בעיר. בחלקה המזרחי של העיר, ובעיקר ברובע Mitte, פרח סצנת הפרינג' שכללה פתיחת מספר רב של תיאטרות קטנים, מועדוני ג'אז, רוק ומוזיקה אלקטרונית, ובתי קפה ספרותיים. פריחת התרבות האלטרנטיבית דווקא במזרח העיר נבעה מהואקום התרבותי שהיה בה לאחר קריסת המשטר הקומוניסטי ומחירי הנדל"ן הנמוכים לעומת חלקה המערבי של העיר. לפריחה התרבותית במזרח העיר השפעה על ההתחדשות הפיזית והחברתית. אזור Spandauer Vorstadt מצפון לרובע Mitte שהיה אזור אפור בתהליך הדרדרות תחת השלטון המזרח גרמני, שינה אופיו לאחר נפילת החומה. עקב היצע הדיור הזול והקרבה למתחמי תרבות מתפתחים האזור אוכלס בסטודנטים ואמנים והתפתחו בו בתי קפה ומקומות בילוי. עדות לשינוי הדרמטי שהתחולל באזור הייתה פתיחתו של מתחם חדש בבניין לשימור מתחילת המאה ה-20' שאוכלס במספר רב של גלריות אמנות, תיאטרות, מועדונים, בתי קפה ופאבים⁴⁵.

ברצלונה

ברצלונה היא בין עשרת היעדים התיירותיים הפופולאריים בעולם, והאטרקציות המרכזיות בה כמעט כולן קשורות לתרבות. התכנית האסטרטגית של ברצלונה מייחסת לתרבות תפקיד מרכזי כמנוע לתהליכי ההתחדשות העירונית. תקציב התרבות של העיר כמעט שילש עצמו ב-15 השנים האחרונות ובשנת 2007 הגיע לסכום של מאה מיליון יורו. האירוע הגדול הראשון בהקשר זה היה האירוח של המשחקים האולימפיים בשנת 1992. אירוע זה הביא לתנופת התחדשות מוטת תרבות אשר לא נעצרה עד היום. בהמשך שוקם הרובע הגותי העתיק של העיר, הוקם מוזיאון לאמנות עכשווית, הוקם מרכז לתרבות עכשווית והתקיימו מספר פסטיבלים ואירועי תרבות גדולים כגון פורום ברצלונה בשנת 2004⁴⁶.

מתחם Poblenou שימש מאז המאה ה-19' כאזור תעשייה וחיבתו הייתה גדולה עד כדי כך שכונה "המנוע התעשייתי של ספרד". על רקע ירידת הייצור התעשייתי שינה המתחם בהדרגה את פניו וכיום הוא משמש כמוקד לתעשיות טכנולוגיה חדשה ושימושי מסחר. מבנים מעניינים באזור הם מרכז

⁴⁴ Ibid, p.288.

⁴⁵ Ibid, p.292.

⁴⁶ C. Gdaniec, (2000) "Cultural Industries, Information Technology and the Regeneration of Post-industrial Urban Lndscapes: Poblenou in Barcelona – a Virtual city?", *GeoJournal*, Vol.50, pp. 381-382.

התרבות La Farinera שנחנך בשנת 1999 במבנה ששימש בעבר כטחנת קמח והמכון הקטאלוני לטכנולוגיה הממוקם במבנה ששימש בעבר מפעל תעשייה.

הגדול והשפתני ביותר מבין הפרויקטים התרבותיים בעשור האחרון היה פרום ברצלונה לתרבות שהתקיים בשנת 2004. פרום ברצלונה היה אירוע תרבותי ותיירותי בינלאומי שנמשך חמישה חודשים והיו שותפים לו עיריית ברצלונה, ממשלות קטלוניה וספרד וארגון אונסק"ו. אירוע זה היה המנוע שהניע בנייתם של מספר פרויקטים גדולים כגון מרכז לשלום, מרכז כנסים, תיאטרון מים ואמפיתיאטרון עירוני. בנוסף שטחי תעשייה לשעבר הוקצו לטובת חללי עבודה לאמנים מקומיים. מתחם רחב ידיים הוקם ליד הים ושם נערכו רוב האירועים. הוצגו בו יותר מ-450 מופעי ריקוד והצגות תיאטרון, מופעים של זמרים ידועים ועד אינספור מופעי רחוב, קרקס, הצגות תיאטרון-בובות, סדנאות ריקוד ובישול, והכול באווירה בין-לאומית של גישור בין תרבויות. בנוסף התקיימו דיונים פומביים בין אנשי רוח מכל רחבי העולם בנושאי תרבות, אמנות וזכויות אדם, כמו גם פרלמנט בנושא דתות. במסגרת הפרוים התקיימו ארבע תערוכות גדולות, במוזיאון מירו, מוזיאון פיקאסו, במוזיאון לאמנות קטלאנית ובמוזיאון לאמנות מודרנית. המכנה המשותף לכל התערוכות היה הקירוב בין התרבויות והדגש על נושאי מלחמה ושלום והגלובליזציה⁴⁷.

אחד הפירות המשמעותיים של ההשקעה בתרבות בעיר הוא הגידול במספר התיירים המבקרים בה. מספר התיירים עלה מ-1.7 מיליון בשנת 1990 ל-7 מיליון בשנת 2007.

בילבאו

על מוזיאון גוגנהיים בבילבאו בעיצובו של האדריכל הנודע פרנק גרי (Frank Gehry) נאמר כי הוא מבנה האמנות הראשון אשר לא רק תרם להתחדשות עירונית אלא "המציא" את העיר מחדש. אייקון תרבותי זה שעלותו מעל 70 מיליון ליש"ט הצליח להפוך את העיר ליעד תיירותי מבוקש ובשנתו הראשונה ביקרו במוזיאון 1.3 מיליון מבקרים. המוזיאון הצליח להביא תנופה כלכלית גדולה לעיר.

על המוזיאון נטען כי לא רק שהוא החזיר את ההון הראשוני שהושקע בו אלא תרם כ-300 מיליון ליש"ט לכלכלת העיר. מאמצי ההתחדשות העירונית בבילבאו לוותה גם בהשקעה עירונית בתשתיות, בניית מלונות חדשים, בנייה של רכבת קלה, טיילת חדשה, מוזיאונים חדשים ובניית טרמינל חדש בשדה התעופה עם קיבולת ל-2.5-2 מיליון תיירים בשנה בעיצובו של סנטיאגו קלאטראווה. למרות הצהרות הממשלה הבסקית על הצלחת הפרויקט, הדעות לגבי מידת הצלחתו חלוקות. הצלחת השנה הראשונה לוותה בירידה הדרגתית של מבקרים במוזיאון עד ל-760,000 בשנת 2001, בעיקר תיירים זרים. כמו כן ישנו ויכוח לגבי מידת תרומתו לכלכלה הבסקית⁴⁸. למרות זאת, העלייה במספר התיירים בהשוואה לשנים שלפני בניית המוזיאון היא אדירה. בשנת 1994 ביקרו בבילבאו 25 אלף תיירים בלבד ואילו בשנת 2007 ביקרו בה 620,000.

⁴⁷ C. Gdaniec, (2000), p.384.

⁴⁸ G. Evans, (2003) "Hard-Branding the Cultural City from Prado to Prada", *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol. 27, pp.432-433.

מאמציה של מילווקי (Milwaukee) להמציא עצמה מחדש כמרכז כלכלי ותרבותי אזורי התבסס על מסע הסברה שנועד ליצור לה תדמית שיווקית חדשה כעיר המגלמת את הערכים של "אמריקה הישנה" שמחבת באופן נוסטלגי את ערכי מסורת העבר שלה. ההון התרבותי עליו התבססה תדמית חדשה-ישנה זו היו העבר התעשייתי המפואר שלה והערכים והמסורת השמרניים של תושביה⁴⁹.

הקמפיין התדמיתי החדש שהחל בשנת 1995 נועד ליצור למילווקי זהות חדשה-ישנה כעיר המסמלת את אמריקה המסורתית והשורשית או "אמריקה האמיתית" ולכן הסיסמא שנבחרה לעיר הייתה "עיר אמריקאית אמיתית" (Genuine American City). כך בעצם קישרו פרנסי העיר את תדמיתה עם התרבות וערכי המורשת שהיו נפוצים בתחילת המאה ה-20, כשהכוונה הייתה ליצור תדמית של עיר עם ארכיטקטורה מוצקה, תושבים ישרים והגונים, ואטרקציות תיירותיות המוכוונות למשפחות. מסר זה כוון ליצור איזון בין תדמית של עיר תוססת ומגוונת מצד אחד אך נוחה ובטוחה מצד שני⁵⁰.

שינוי התדמית לווה במספר פרויקטים פיזיים ותרבותיים. אחת הדרכים בהם נוקטת מילווקי להגדיל את החשיפה של העיר היא באמצעות אסטרטגיה תרבותית המבוססת על ארגון פסטיבלים שונים על בסיס שנתי. בדומה לאדינבורו, סקוטלנד, מתקיימים במילווקי מגוון של פסטיבלים בתחומים שונים כגון מוזיקה וקלנוע אך מה שמייחד אותה הוא הפסטיבלים האתניים השונים המתקיימים בה כגון הפסטיבל הפולני, הפסטיבל האירי, הפסטיבל האיטלקי ועוד.

פרויקט משמעותי הוא מרכז הכנסים החדש שהוקם במרכז העיר ועוצב בסגנון הדומה לבנייני המסחר שאפיינו את העיר בסוף המאה ה-19. לאחרונה (בשנת 2008) נחנך פרויקט נוסף - הקמתו של מוזיאון המוקדש לאחד מהמפעלים המפורסמים של העיר, מפעל האופנועים הארלי-דיווידסון (Harley-Davidson).

בנוסף רבים מהמבנים ששימשו בעבר את התעשייה ונותרו נטושים זמן רב, הוסבו בשנים האחרונות לשימושי מגורים, מסחר ותרבות. אחד ממבני התעשייה הוסב לשימוש המכללה לעיצוב, מבנים אחרים הוסבו לצרכי מסחר ונפתחו בהן מגוון חנויות מעצבים, ורבים ממבני התעשייה הסמוכים לנהר הפכו לבתי מגורים מפוארים למעמד סוציו אקונומי מבוסס⁵¹.

דוגמה יפה לשימור ערכי התרבות והמורשת היא בפרויקט השימור של הרובע ההיסטורי Third Ward הסמוך לנהר ולמרכז העיר. רובע זה שימש בעבר אזור מחסנים אך בשנים האחרונות עבר שיקום נרחב וכיום פועלים בו מאות בתי עסק, גלריות, מכללה לאמנות ומוזיאונים, והוא מהווה אחד המוקדים התוססים בעיר.

בפילדלפיה הופעלה תכנית שעשתה שימוש בתרבות (בעיקר באמנות חזותית ואמנות הבימה) להחייאת מרכז העיר. לאורך השדרה המרכזית של העיר היה מספר משמעותי של מוסדות תרבות

⁴⁹ G. Evans, (2003), p.76.

⁵⁰ Ibid, pp.79-80.

⁵¹ Ibid, p.86.

ובתי-ספר לאמנויות, אך אלה לא קיימו ביניהם קשר ולא נוצר סביבם הווי תרבותי. התכנית נועדה לקשור בין המוסדות ולהפוך את האזור כולו למקום-בילוי שוקק-חיים בכל שעות היממה, תוך שימוש במוסדות הקיימים והשלמות פיזיות של פיתוח המרחב הציבורי סביבם. לשם כך הוקם "הארגון לקידום שדרת האמנויות" (AAI) שעסק בתכנון ופיתוח, שיווק המתחם, תחזוקה וייפוי המרחב העירוני.

מיתוג השדרה כמרכז תרבותי, נבנה במידה רבה על מוסדות-תרבות ועל אולמות-מופעים קיימים, אבל במהלך השנים נבנה לאורך השדרה מספר לא מבוטל של חללי מופע ותצוגה חדשים. בעזרת שדרוג המרחב הציבורי זכתה שדרת האמנויות בזהות מובחנת וייחודית. בד בבד עם הפיתוח הפיזי, התבצע תהליך של המיתוג. כחלק ממנו נוצר אייקון שליווה את הפרסומים הנוגעים לאזור והפך סימן-היכר לשדרה.

לטענת המתכננים, מיתוג השדרה כאזור של התרחשות תרבותית, היה כדאי מבחינה כלכלית. ההשקעה הראשונית החזירה את עצמה ויצרה הכנסות ומקומות-עבודה רבים בעיר. בנוסף, עם השנים נפתחו בשדרה עסקים "משלימים" לצריכת-תרבות, כמו מסעדות וחנויות, וזאת ללא השקעה ציבורית. בשל מגוון שימושי המבנים וצפיפותם היחסית לאורך השדרה, המבקרים בה אינם מסתפקים בצפייה באחד המופעים המוצעים בה, אלא גם סועדים, עורכים קניות ומבקשים להישאר בה. האווירה שנוצרה מקרינה מחדש על מוסדות התרבות ובתי הספר ומחזקת אותם.⁵²

במונטריאול מתבצע בשנים האחרונות מאמץ להפוך את העיר למרכז עיצוב בינלאומי ולמתג אותה ככזו. כחלק ממדיניות זו מקיימת העיר תחרות שנתית לבחירת בתי העסק בעלי העיצוב הארכיטקטוני או עיצוב הפנים היפה והמעניין ביותר. תחרות זו בשם "Commerce Design Montréal" מתמרכת בתי עסק גדולים וקטנים לבצע שינויים אסטטיים ויצירתיים ומהווה נדבך אחד ממדיניות רחבה יותר שמטרתה לשפר את ה"חוויה העירונית" ולהפוך את העיר למקום מושך לתיירות בינלאומית. בשנת 1992 מינתה העירייה "אחראי על מדיניות העיצוב העירונית", תפקיד אשר לא היה קיים לפני כן. איש זה היה היוזם מאחורי תחרות העיצוב אשר נעשת בתקציב נמוך יחסית של 7 מיליון דולר לשנה אך זוכה לתהודה בינלאומית גדולה בקרב המתעניינים בתחומי העיצוב והאדריכלות.⁵³

התהודה הבינלאומית של הפרויקט הובילה לחיקוי בערים אחרות בעולם. העיר סנט אטיין (Saint Etienne) בצרפת למשל, בשיתוף פעולה עם מונטריאול, יזמה גם היא תחרות עיצוב דומה שנועדה לשפר את תדמיתה. תחרות העיצוב הייתה חלק ממהלך רחב יותר שהתבסס על מוסדות ללימוד עיצוב

⁵² מ. הלוי וה. סמואל, (2008) "תרבות בירושלים", חזון לירושלים: תכנית לשיקום ירושלים בירת ישראל, ג. עופר (עורך), מכון ירושלים לחקר ישראל, עמ' 226.

⁵³ M.N Rantisi and D. Leslie, (2006) "Branding the Design Metropole: The Case of Montreal, Canada", Area, Vol.38, No.4, p.365.

ואמנות בעיר ונועד להפוך את העיר לאסטטית יותר ולהגביר את משיכתה. לשם כך יישמה העיר פסטיבל עיצוב שנתי והקימה לאחרונה מרכז בינלאומי לעיצוב⁵⁴.

שנחאי

מאז שנת 1949, עם הפיכת סין לקומוניסטית, נעצרה הצמיחה ממנה נהנתה שנחאי מסוף המאה ה-19 והיא סבלה מדעיכה. מזה מספר שנים ננקטת בשנחאי אסטרטגיה להתחדשות עירונית שבחלקה הגדול מבוסס על מדיניות מוטת תרבות. האסטרטגיה כוללת פיתוח של תעשיות תרבות, קיום אירועי תרבות גדולים ובניית מוסדות תרבות חדשים. פיתוח תעשיות התרבות נעשה על ידי קידום שלושה נדבכים עיקריים: תעשיית הקלנוע והטלוויזיה, תעשיית הדפוס וההוצאה לאור ותעשיית האמנות והבידור.

בכדי להפוך למרכז תרבות עולמי הוקמו בעיר מספר מבני תרבות ענקיים וכן נערכים בה אירועי תרבות בינלאומיים. התקציב המיועד לפיתוח תשתיות תרבות הוכפל בין השנים 1996-2000, ובין השאר הוקמה גלריית אמנות חדשה, מוזיאון לחפצי אמנות עתיקים, אולם תיאטרון ענק, מרכז כנסים מפואר וספריה מהגדולות בעולם.

אירוח אירועי תרבות לאומיים ובינלאומיים הוא כלי חשוב נוסף בהם נעשה שימוש בעיר. לאורך שנות ה-90 של המאה הקודמת התקיים אירוע תרבות בינלאומי גדול לפחות פעם בשנה כגון פסטיבל הסרטים הבינלאומי, פסטיבל טלוויזיה, פסטיבל אמנויות, פסטיבל למוזיקה אסייתית, פסטיבלי אופנה ואירועי תרבות נוספים.

האסטרטגיה התרבותית כללה גם שימור של ערכי מורשת הבינוני הישנה של העיר. במסגרת זו הוחלט לשקם ולשמר 250 מבנים ברובע הישן Bund, ולשקם את אזור הנמל על ידי שימור המבנים ושינוי ייעודם למבני ממשל ומגורים⁵⁵.

שימור מבנים ואתרים

מטרת השימור של מבנים ומרקמים בעלי חשיבות היסטורית, אדריכלית ותרבותית היא ליצור סביבה עירונית עשירה יותר המשלבת ישן וחדש. לשימור מבנים תפקיד חשוב במסגרת תהליכי התחדשות עירונית. השימור יוצר סביבה מעניינת וייחודית, ומקום שנותן ביטוי פיסיו לזהות, להיסטוריה, למורשת ולתרבות המקומית. כמו כן יש ביכולתו לתרום לתחושה נוחה יותר של האנשים בסביבה העירונית, ולאפשר חיבור בין הרקמה האנושית העכשווית לבין ההיסטוריה שקדמה לה. מבנים היסטוריים בעלי ייחוד מהווים כלי ליצירת גאווה והזדהות של תושבי העיר עם המקום. בהיבט כלכלי, השימור משמש לעיתים קרובות כאמצעי למשיכת תושבים חדשים ברמה סוציו-אקונומית

⁵⁴ M.N Rantisi and D. Leslie, (2006) "Branding the Design Metropole: The Case of Montreal, Canada", *Area*, Vol.38, No.4, p.372.

⁵⁵ W. Wu, (2004) "Cultural Strategies in Shanghai: Representing Cosmopolitanism in an Era of Globalization", *Progress in Planning*, Vol.61, pp. 167-171.

גבוהה יותר לשכונות בעלות מעמד סוציו-אקונומי נמוך. בנוסף לכך, שימור מורשת הבנייה הוא כלי מרכזי לחיזוק הייחודיות של ערים ומרכזי ערים ולמשיכת תיירות. במקרים רבים הצליח שימור בהיקף נרחב לתרום ליצירת פעילות כלכלית-תיירותית ענפה ולתרום לפיתוח עסקים הקשורים לתרבות, בילוי ופנאי.

נושא שימור המבנים בסביבה העירונית תופס בהדרגה מקום רחב יותר בשיקולי מקבלי ההחלטות והמתכננים במדינות רבות בעולם. כבר בשנת 1990 פרסם האיחוד האירופי מחקר בנושא שהדגיש את חשיבות השימור האדריכלי של מבנים ישנים. המחקר האיץ במדינות האיחוד לנקוט יוזמות אקטיביות לשימור מבנים המסמלים את המורשת של הערים האירופאיות.⁵⁶

אזורים היסטוריים בלב הערים האירופאיות שעברו תהליך שימור מהווים כיום מתחמים עירוניים תוססים ומושכים הרבה יותר. ניתן לראות זאת בעיר כמו פראג, שהפכה לאחת הערים המתוירות באירופה ולמרכז תרבותי ראשון במעלה, בין השאר בזכות שימור מקיף של מרכז העיר והעיר הפנימית. הרובע העתיק במרכז ברצלונה (ה- Barrio Gotico) עמוס בבתי קפה, פאבים מסוגננים, חנויות אופנה ומסעדות. במתחם זה שוקמו הבתים והמרחב הציבורי, ורובו הפך לאזור סגור לכלי רכב כך שתנועת הולכי הרגל בו היא חופשית. מתחם זה מהווה כיום את אחד ממוקדי המשיכה הגדולים לתיירים המגיעים לעיר והוא מוקד גם לתיירות פנים. בשנים האחרונות עריית ברצלונה פועלת לשימור מתחם נוסף, ה-Pueblo Nuevo סמוך למרכז העיר, והפיכתו למתחם תרבות וביילוי נוסף. התוכנית כוללת שימור של 114 מבנים ששימשו בעבר לתעשייה ולמשרדים והסבתם לעסקי אופנה, בילוי, ופנאי.⁵⁷

שימוש בשימור מבנים באסטרטגיה רחבה יותר של התחדשות עירונית מוטת תרבות נעשה גם בבודפשט. לבודפשט יש מאז ומתמיד תפקיד מרכזי במשיכת תיירים להונגריה והיא אחראית לכ-70% מהכנסות המדינה מתיירות. בה נמצאים מוסדות התרבות המרכזיים, מתקיימים אירועי התרבות הגדולים, והסביבה הבנויה בה היא המרשימה ביותר ומגלמת מאות שנים של היסטוריה. הסביבה הבנויה הייחודית היא זו המעניקה לעיר את אופייה ו"תחושה של מקום" (Sense of Place). הסגנון האדריכלי של העיר מאופיין בעיקר בבנייה מהמאה ה-19 אך משלב פרקים מההיסטוריה העתיקה יותר של העיר (בעיקר מתקופת האימפריה הרומית וימי הביניים) ומהכובשים הרבים אשר עברו דרכה. על פי אונסק"ו, "מרכז העיר של בודפשט מגלם בתוכו את המשכיות ההיסטוריה, מבטא את תקופות הזהר של המדינה, והוא אחד הנופים האורבאניים המדהימים בעולם. לפיכך הוא דוגמא יפה לחלל רב שכבתי המציג תקופות היסטוריות רבות שכל אחת מתבטאת במבני שלטון ומבטאת ערכים חברתיים שונים".⁵⁸

⁵⁶ The European Union, (1990), Green Paper on the Urban Environment, Paragraph 5.3.

⁵⁷ Barcelona city council site (last accessed: 27.12.08)

http://w3.bcn.es/V01/Serveis/Noticies/V01NoticiesLlistatNoticiesCtl/0,2138,1653_35144087_3_171463071,00.html?accio=detall&home=HomeBCN&nomtipusMCM=Noticia

⁵⁸ T. Ratz, et al, (2008) "New Places in Old Spaces: Mapping Tourism and Regeneration in Budapest", Tourism Geographies, Vol.10, No.4, pp.433-434.

מדיניות התיירות של העיר התבססה פחות על הקמת מבנים חדשים או אטרקציות חדשות אלא בעיקר על התמקדות באתרים הקיימים, הרחבת מוסדות התרבות, התאמת התכנים שלהם לביקוש, ושיווק שונה שלהם. הפיתוח התיירותי החדש כולל אטרקציות כגון מוזיאון עם פריטים הקשורים לעבר הפשיסטי והקומוניסטי של העיר, ומבני תרבות המציגים תרבות מודרנית יותר. "שדרת התרבות" הוא פרויקט חדש שמטרתו למתג מחדש אטרקציות תיירותיות בחבילה אחת, על ידי יצירת מסלול רגלי שבו יכול התייר ליהנות מהאתרים הידועים של העיר בשילוב עם אתרים מוכרים פחות או אטרקציות חדשות. במסלול 59 אתרים שונים ומשולבים בו גם בתי עסק, מקומות בילוי, בתי קפה, מסעדות וספא. מטרת המסלול היא להבהיר למבקר כי הנכסים התרבותיים בבודפשט רחבים מכדי להספיק לראות את כולם בביקור אחד, ולהגדיל את הסיכוי לביקור נוסף בעיר.⁵⁹

תרומת המעמד היצירתי להתחדשות העירונית

מימד אחר של נושא התרבות ותרומתו לעיר מתקשר לתפיסותיו של החוקר ריצ'רד פלורידה על עלייתו של "המעמד היצירתי" ותרומתו לעיר ולהתחדשותה.⁶⁰ המעמד היצירתי כולל אנשים שביצירתיות שלהם יש ערך כלכלי מוסף כגון עובדי תעשיות עתירות ידע, עובדי תעשיות פיננסיות, אנליסטים, מנהלי עסקים, רופאים, עורכי דין ועוד.⁶¹ פלורידה טוען כי על ערים הנאבקות למשוך אליהן הון אנושי יש לקחת בחשבון שלעיתים קרובות אנשים בוחרים את מקום מגוריהם על פי איכות החיים ופחות על פי מקומות התעסוקה. לאנשים כיום יש ציפיות גדולות יותר ממקום מגוריהם.⁶² מכאן שלמוקדי תרבות חשיבות גדולה בהגדלת מידת המשיכה של העיר בפני תושבים חדשים ומשקיעים פרטיים.

כחלק מהמעמד היצירתי מונה פלורידה מגוון של אנשים היוצרים אמנות ותרבות כגון ציירים, פסלים, שחקנים, זמרים, נגנים ועוד. לטענתו, ערים המחפשות דרכים לרז תהליכי התחדשות צריכות למשוך אליהן את האוכלוסיות הללו ולאפשר להן מרחב פעולה ליצירה. אוכלוסיות אלה משמשות כ"סוכני תרבות" של העיר ותורמות להאצת תהליכי התחדשות עירונית. אמנים אלה מתיישבים לעיתים קרובות באזורים הנחשלים יותר של העיר בגלל דמי השכירות הנמוכים והם מושכים אחריהם עוד ועוד אמנים, אשר בהדרגה גורמים לפיתוח תרבותי, אנושי, ואסטיטי של המתחם בו הם יושבים, עד ליצירת מתחם תרבותי פלורליסטי ומגוון. בכך הם משמשים גם כסוכנים להתחדשות עירונית ותורמים לפיתוח של האזור: הקמת תשתית של גלריות, מקומות להופעות, בתי קפה, פאבים, ועוד.

בהקשר זה, אמצעי נפוץ להחייאת אזורים ירודים הוא הניסיון למשוך אליהם אוכלוסייה צעירה וסטודנטים. החוקר דארן סמית' רואה בסטודנטים סוכנים להתחדשות עירונית. טענתו העיקרית היא

⁵⁹ T. Ratz, et al, (2008), p.445.

⁶⁰ R. Florida, (2002) The Rise of the Creative Class and how it's Transforming Work, Leisure Community and Everyday Life, New York, Basic Books.

⁶¹ Ibid, pp. 68-69.

⁶² Ibid, pp. 224-225.

שמיכת סטודנטים לאזורים ירודים בעיר יכולה לשמש כלי בידי ערים לשם הנעת תהליך "התברגנות" (Gentrification) והוא אף המציא לכך מונח מיוחד בשם "Studentification". ממחקרו עולה כי קבוצה גדולה של סטודנטים המתקבצת במרחב מסוים בעיר תביא לעיתים קרובות לעליה במחירי הדיור, תהליך היוצר הזדמנויות חדשות להשקעה בשוק הדיור, ויש ביכולתו להביא לשיקום פיזי של מבנים⁶³. בנוסף, האוכלוסייה הצעירה משמשת כסוכן לפיתוח ולהתחדשות בגלל שלוש סיבות נוספות: ראשית, זוהי אוכלוסייה אשר יוצאת, מבלה, צורכת תרבות, ממלאת את מקומות הביילוי ויוצרת ביקוש למקומות בילוי נוספים ולפיתוח המסחר. שנית, זו אוכלוסייה אשר ברובה אינה בעלת רכב פרטי ולכן מתאימה יותר למגורים באזורי העיר הפנימית אשר בחלקם סגור למכוניות פרטיות. ושלישית, האוכלוסייה הצעירה היא אוכלוסייה בעלת אופי תוסס, ושוקק חיים, וזו בדיוק התדמית שערים רוצות לשדר כחלק מתהליך ההתחדשות.

ביקורת – חתירה ל"הומוגניות" תרבותית ודחיקת התרבות המקומית ותרבות השוליים

בתהליכי ההתחדשות העירונית על בסיס תרבות יש ניגוד בעייתי. משיכת צרכנים ומשקיעים חדשים מצריכה לעיתים קרובות השקעות ציבוריות גדולות שלא תמיד משיגות את התוצאה הרצויה, והן מכוונות יותר לעסקים חדשים ותיירים מאשר לאוכלוסייה המקומית. תרבות עירונית מעניינת ומקורית עשויה לתרום לכך, אך מצד שני הצלחתה של אסטרטגיה זו משמעותה עלייה במחירי השכירות ודחיקת יצרני התרבות האלטרנטיבית החוצה, דבר המפחית את הגיוון התרבותי האוטנטי והאמיתי של העיר. חלק גדול מהייצור התרבותי הפוסט-מודרני נועד למכור את המקום כחלק מחבילת תרבות רחבה. התוצאה היא שערים רבות מנסות לייחד עצמן אך לבסוף מוצאות עצמן עוסקות בשכפול סדרתי של ההומוגניות התרבותית השלטת⁶⁴.

לערים בעלות תרבות אלטרנטיבית מפותחת יש יתרון על פני ערים אחרות. הן אינן זקוקות לשכפל את התרבות השלטת אלא דווקא להשקיע ולתמרץ את התפתחות התרבות האוטנטית הקיימת. בעיר קורק באנגליה למשל תכנית הפיתוח של העירייה זכתה לביקורת דווקא מקהילת האמנים המקומית אשר טענה כי התכנית התרבותית בה משקיעה העיר מייצגת "תרבות גבוהה" ומתעלמת מהתרבות המקומית. אמנים רבים אף טענו כי לתכניות אין מימד תרבותי אמיתי אלא נועדו אך ורק לשמש ככלי להתחדשות כלכלית. ביקורת נוספת טענה כי התכניות החדשות אינן נותנות מענה לצרכים החברתיים והכלכליים של בני מעמד סוציו-כלכלי נמוך וכך מגדילות את הקיטוב בעיר⁶⁵.

גישה ביקורתית נוספת יצאה כנגד מדיניות ההתחדשות התרבותית וטענה כי העיסוק בפירות הכלכליים של התרבות מסיט את תשומת הלב מגורם שווה בחשיבותו: השפעת התרבות על הכוחות החברתיים בעיר, שגם להם תפקיד חשוב בעיצוב הערים. בערים שונות ההתייחסות אל התרבות

⁶³ D.P. Smith, (2005) Studentification: A Guide to Challenges, Opportunities and Practice, Universities UK, London.

⁶⁴ Ibid, p.153.

⁶⁵ C. O'Callaghan, and D. Linehan, (2007) "Identity, Politics and Conflict in Dockland Development in Cork, Ireland: European Capital of Culture 2005", Cities, Vol.24, No.4, p.319.

האלטרנטיבית נעה בין ניסיון למסד אותה לבין דחיקתה לשוליים, ובין אלו הרוצים לשמור על "האוטנטיות" שלה לבין אלו הדוגלים במסחורה. המבקרים טוענים כי על הממסד העירוני להכיר במגזרים שמנוודים לשוליים על ידי השיח הציבורי המרכזי משום שהם מייצרים סוג שונה של תרבות שהיא מגוונת יותר.⁶⁶

רובע ה-Mitte בברלין הוא דוגמא לתהליך מסוג זה. כפי שנכתב מוקדם יותר, באזור זה התפתחה בשנים שלאחר איחוד העיר התרבות האלטרנטיבית הברלינאית. במקום התפתחו בארים ומועדונים באופן ספונטאני ומבנים נטושים אוכלסו באמנים אלטרנטיביים וקבוצות שוליים. בהקשר זה נטען כי תהליכי ג'נטריפיקציה ואישור תוכניות פיתוח גדולות דחקו החוצה את התרבות האלטרנטיבית ובמיוחד פגעו בסצנת המוזיקה הייחודית של ברלין.⁶⁷

התרבות האלטרנטיבית נתפסת כמייצגת זרמים שונים של "התנגדות". היא מאופיינת בחדשנות, מקוריות ושוני מהתרבות השלטת, ובכך שהיא קוראת עליה תיגר ומנסה להגדיר מחדש את גבולותיה. תרבות זו בדרך כלל נדחקה הצידה על ידי התרבות השלטת או שהיא מרחיקה עצמה במכוון, ולמרות זאת השפעתה על התרבות השלטת עשויה להיות משמעותית.⁶⁸

בשנות ה-70 וה-80 של המאה הקודמת אוכלוסיית מרכז אמסטרדם התאפיינה במעמד סוציו-אקונומי נמוך יחסית, מבנים רבים היו נטושים ומתחמים לא מפותחים. בשנים אלה פרחו תנועה אנרכיסטית אלטרנטיבית שאנשיה נכנסו למבנים נטושים והתגוררו בהם בקהילות. במהלך שנות ה-90 חלה צמיחה מהירה בכלכלת העיר שליוותה תנופת פיתוח ובנייה פרטית במרכז העיר. על רקע זה סולקו רבות מהקהילות האנרכיסטיות ממבנים אשר לפחות חלקם הפך עם הזמן למרכזים תוססים של תרבות אלטרנטיבית. התרבות האלטרנטיבית נדחקה לאזור המספנות אך גם כאן תהליך ג'נטריפיקציה דחק אותה החוצה.⁶⁹

בשנות ה-90 הלכה ונעלמה התרבות האלטרנטיבית באמסטרדם. פרנסי העיר הבינו כי יש צורך לצמצם תהליך זה שפגע באופי הפלורליסטי של העיר וזימו פרויקט שנועד להציע 2000 מבני מגורים ועבודה בעיר הפנימית. עיריית אמסטרדם פעלה לרכישת מבנים שאליהם נכנסו פולשים באופן לא חוקי וכן הכשירה חללים נוספים במבני תעשייה ישנים או בתי ספר נטושים. מבנים אלה נמכרו או הושכרו בעלות נמוכה ומסובסדת לקהילות אמנים לקיום יוזמות תרבות לא מסחריות.⁷⁰

סיכום ומסקנות

בשנים האחרונות הופך הקשר שבין התרבות להתחדשות העירונית ולצמיחה הכלכלית העירונית לברור יותר. התרבות הופכת לגורם משמעותי למשיכת הון כלכלי ואנושי, הגדלת מספר המבקרים

⁶⁶ K. Shaw, (2005) "The Place of Alternative Culture and the Politics of its Protection in Berlin, Amsterdam and Melbourne", *Planning Theory & Practice*, Vol.6, No.2, p.149.

⁶⁷ Ibid, p.152.

⁶⁸ Ibid, pp.150-151.

⁶⁹ K. Shaw, (2005), p.153.

⁷⁰ Ibid, p.161.

בעיר והגדלת הפעילות המסחרית והכלכלית. אירועי תרבות משמשים לקידום תדמית הערים והפיכתן לשוקי חיים ותוססים. התרבות משמשת כמוקד משיכה לתיירים, גורמת להם להישאר יותר זמן בכל ביקור, ובשל כך גם להוציא יותר כסף. אירועי תרבות גם עשויים לתרום למיתוג העיר באופן חיובי ברמה הלאומית והבינלאומית.⁷¹ בנוסף התרבות נתפסת כמקדמת את פוטנציאל התחרותיות של העיר אל מול ערים אחרות, מגביר את כוח המשיכה שלה, וכך מהווה מאיץ לצמיחה כלכלית עירונית. מבחינה פיזית התרבות משמשת כגורם להחייאת מתחמים ישנים והתחדשות עירונית. מוסדות תרבות ומתחמי תרבות שונים מעוררים פעילות בסביבתם ותורמים לעליית התנועה ולשיקום הפיזי סביבם.⁷² פעילויות תרבות לא מוגבלות לשעות מסוימות ולכן עשויות לתרום למשיכת אנשים שונים בשעות שונות וכך ליצירת פעילות כלכלית ואנושית גם בשעות הערב והלילה (Night Time Economy).

מבחינה חברתית התרבות נתפסת כגורם אשר תורם להכללת (Inclusion) הרבדים השונים בחברה ונותן ביטוי לגווניה. לתפקיד זה יש חשיבות גדולה בהרגעה של מתחים עדתיים, מעמדיים וגזעיים, במיוחד בחברות מגוונות או מורכבות. בנוסף לתרבות תפקיד חשוב במילוי תוכן במרחב הציבורי וליצירת אזורים עירוניים תוססים וחיים. בדרך זו ובשילוב עם הסביבה הבנויה עשויה התרבות לתרום ליצירת "תחושה של מקום". פרויקטים תרבותיים משמשים בהקשר זה כסמלים חשובים שמעניקים משמעות לסביבה הבנויה ויש להם תפקיד חשוב בהתחדשות העירונית. בשילוב עם העיצוב העירוני יכולה התרבות לתרום לייחוד העיר, הענקת אופי לאזור והעלאת גאוותם של התושבים. התרבות היא מרכיב מרכזי במרחב העירוני מכוון שהיא תורמת לגיבוש זהות העיר וכך ליצירת מרחב עירוני "בריא"⁷³.

למרות זאת יש לזכור כי כמו לכל אסטרטגיה, גם לאסטרטגיות התרבותיות יש מגבלות והן מעלות מספר דילמות. ראשית, כשהמטרה הראשית של המדיניות היא למשוך השקעה של גורמים פרטיים ואנשים במעמד כלכלי גבוה, קיים חשש שהתרבות תשמש להרחקה או להדרה של שכבות חלשות באוכלוסייה העירונית. בהכוונה נכונה של הרשויות התרבות יכולה לשמש ככלי להשמיע מגוון של תפיסות להרגעת מתחים עדתיים, גזעיים או מעמדיים, אך כשהמטרה המוצהרת היא למשוך אוכלוסייה חזקה לעיר קיימת סכנה דווקא לפעולה הפוכה של הגדלת מתחים ותחושת קיפוח. שנית, הקמתם של מתחמי תרבות ומוסדות תרבות גדולים דורשים השקעה גדולה של כספי ציבור, כספים אשר יכלו להיות מושקעים לתועלתם הישירה של רוב תושבי העיר באפיקים אחרים. ההשקעה במוסדות התרבות מהווה סיכון מסוים מכוון שהם אינם "מייצרים" מוקדי תעסוקה גדולים והם

⁷¹ Adding Value and a Competitive Edge: The Case for Using Arts and Culture in Town Centers, A Report Commissioned by the Association of Town Centre Management (ATCM), Pp. 40-41.

⁷² G. Evans, (2005), "Measure for Measure: Evaluating the Evidence of Culture's Contribution to Regeneration", Urban Studies, Vol. 42, No.5, p.967.

⁷³ M. Wansborough, and A. Mageean, (2000) "The Role of Urban Design in Cultural Regeneration", Journal of Urban Design, Vol.5, No.2, p.184.

אינם מניבים הכנסות גדולות ממסים בהשוואה להשקעות פוטנציאליות אחרות. מכאן שבניתוח פשוט של עלות מול תועלת ללא ראייה רחבה יותר, ישנו קושי להצדיק את ההשקעה. לבסוף, כשאחת המטרות העיקריות של התרבות היא להוות מכשיר למשיכת מבקרים ותיירים ולמלא את בתי המלון והמסעדות בעיר, קיימת סכנה של מסחור התרבות ורידודה. בהקשר זה ישנו חשש כי מתן דגש רב מדי על היתרונות הכלכליים של האסטרטגיות התרבותיות יערפלו את העובדה כי ייצור כסף למען העיר לא יכולה להיות לעולם מטרתה העיקרית של התרבות.

ביבליוגרפיה

הלוי מ. וה. סמואל, "תרבות בירושלים", חזון לירושלים: תכנית לשיקום ירושלים בירת ישראל, ג. עופר (עורך), מכון ירושלים לחקר ישראל, 2008.

Bradley, A., T. Hall & M. Harrison, (2002), "Promoting New Images for Meeting Tourism" in Cities, Vol.19, No.1.

Cameron, S. and J. Coafee, "Art, Gentrification and Regeneration – From Artist as Pioneer to Public Arts", European Journal of Housing Policy, Vol.5, No.1, 2005.

De Frantz, M., "From Cultural Regeneration to Discursive Governance: Constructing the Flagship of the 'Museumsquartier Vienna' as a Plural Symbol of Change", International Journal of Urban and Regional Research, Vol.29, 2005.

Defner, A. and L. Labrianidis, "Planning Culture and Time in a Mega-event: Thessalonimi as the European City of Culture in 1997", International Planning Studies, Vol.10, No.3-4, 2005.

European Union, (1990) Green Paper on the Urban Environment, Paragraph 5.3.

Evans G. & P.Shaw, (2004), The Contribution of Culture to Regeneration in the UK, A Report to the Department of Culture, Media & Sport.

Evans, G., "Hard-Branding the Cultural City from Prado to Prada", International Journal of Urban and Regional Research, Vol. 27, 2003.

Florida, R., (2005), Cities and the Creative Class, New York, Routledge.

Flynn N., and A. Taylor, (1986), "Inside the Rust-Belt – An Analysis of the Decline of the West Midlands Economy" in Environment and Planning A, Vol. 18.

- Gdaniec, C., "Cultural Industries, Information Technology and the Regeneration of Post-industrial Urban Landscapes: Poblenou in Barcelona – a Virtual city?", GeoJournal, Vol.50, 2000.
- Gomez, M., (1998) Reflective Images: The Case of Urban Regeneration in Bilbao and Glasgow, Blackwell Ltd.
- Gospodini, A., (2002), "European Cities in Competition and New 'Uses' of Urban Design", in Journal of Urban Design, Vol.7, No.1.
- Gresillon, B., "Berlin, Cultural Metropolis: Changes in the Cultural Geography of Berlin Since Reunification", Ecumene, Vol.6, No.3, 1999.
- Griffiths, R., "City/Culture Discourses: Evidence from the Competition to Select the European Capital of Culture 2008", European Planning Studies, Vol. 14, No. 4, 2006.
- Hall T. & I. Robertson, (2001), "Public Art and Urban Regeneration", Landscape Research, Vol. 26, No.1.
- Hubbard, P. (1995), "Urban Design and Local Economic Development: A Case Study of Birmingham" in Cities, Vol.12, No.4.
- Kenny J.T and J. Zimmerman, "Constructing the Genuine American City" Neo-traditionalism, New Urbanism and Neo-liberalism in the Remaking of Downtown Milwaukee", Cultural Geographies, Vol.11, 2003.
- Lister, D., (1991), "The Transformation of a City: Birmingham", in M. Fisher and U. Owen (Eds) Whose Cities?, Penguin Books.
- Loftman, P., and B. Nevin, (1995) "Prestige Projects and Urban Regeneration in the 1980's and 1990's: A Review of Benefits and Limitations", Planning Practice and Research, Vol.10, No.3.
- McCarthy, J., "Regeneration of Cultural Quarters: Public Art for Place Image or Place Identity?", Journal of Urban Design, Vol.11, No.2, 2006.
- McCarthy, J., "The Application of Policy for Cultural Clustering: Current Practice in Scotland", European Planning Studies, Vol.14, No.3, 2006.
- Montgomery, J., (2004), "Cultural Quarters as Mechanisms for Urban Regeneration Part 2", in Planning Practice & Research, Vol.19, No.1.

- O'Callaghan, C. and D. Linehan, "Identity, Politics and Conflict in Dockland Development in Cork, Ireland: European Capital of Culture 2005", Cities, Vol.24, No.4, 2007.
- Paddison, R., (1999) "City Marketing, Image Reconstruction, and Urban Regeneration" in, Urban Studies, Vol.30, No.2.
- Plaza, B., (1999) "The Guggenheim Bilbao Museum Effect", in International Journal of Urban & Regional Research , Vol. 23, No. 3.
- Pollard, J.S., (2004), "From Industrial District to Urban Village: Manufacturing, Money and Consumption in Birmingham's Jewellery Quarter", in Urban Studies, Vol. 41, No. 1.
- Rantisi, M.N and D. Leslie , "Branding the Design Metropole: The Case of Montreal, Canada", Area, Vol.38, No.4, 2006.
- Ratz, T. et al, "New Places in Old Spaces: Mapping Tourism and Regeneration in Budapest", Tourism Geographies, Vol.10, No.4, 2008.
- Richards, G. and J. Wilson, "The Impact of Cultural Events on City Image: Rotterdam, Cultural Capital of Europe 2001", Urban Studies, Vol.41, No.10, 2004.
- Shaw, K., "The Place of Alternative Culture and the Politics of its Protection in Berlin, Amsterdam and Melbourne", Planning Theory & Practice, Vol.6, No.2, 2005.
- Smith, D.P., (2005) Sudentification: A Guide to Challenges, Opportunities and Practice, Universities UK, London.
- Temelova, J., (2004), Contemporary Buildings and City Promotion: The Case of Prague and Helsinki, UrbEurope Research Network.
- Wansborough, M. and A. Mageean, "The Role of Urban Design in Cultural Regeneration", Journal of Urban Design, Vol.5, No.2, 2000.
- Watkins, H. and D. Herbert, "Cultural Policy and Place Promotion: Swansea and Dylan Thomas", Geoforum, Vol.34, 2003.
- Webster, F., (2001) "Re-Inventing Place: Birmingham as an Information City?" in City, Vol.5 No.1.
- Wu, W., "Cultural Strategies in Shanghai: Representing Cosmopolitanism in an Era of Globalization", Progress in Planning, Vol.61, 2004.

Barcelona city council:

http://w3.bcn.es/V01/Serveis/Noticies/V01NoticiesLlistatNoticiesCtl/0,2138,1653_35144087_3_171463071,00.html?accio=detall&home=HomeBCN&nomtipusMCM=Noticia

Scottish Government internet site:

<http://www.scotland.gov.uk/News/Releases/2005/01/20143302>