



## الگوی گردشگری خلاق مبتنی بر رویکرد باز آفرینی فرهنگ محور با تأکید بر ایده شهر خلاق

سعید اردلان<sup>۱</sup>، کرامت‌الله زیاری<sup>۲</sup>، نوید سعیدی رضوانی<sup>۳</sup>، کیومرث حبیبی<sup>۴</sup>

DOI:10.22034/jtd.2021.240128.2087

### چکیده

حفاظت و توسعه هم‌زمان بافت تاریخی شهر خلاق سنندج نیاز به خوانش و رمزگشایی لایه‌های گوناگون متن آن دارد تا خلاقیت و فرهنگ، به‌منزله نیروهای توسعه و محرکه اقتصادی، پیشرفت اجتماعی، فرهنگی و سرمایه‌های انسانی، در بستر مکان خلاق خود سبب تحقق توسعه گردشگری خلاق شوند. هدف این پژوهش شناسایی عوامل مؤثر در الگوی گردشگری خلاق مبتنی بر رویکرد باز آفرینی فرهنگ محور در بافت تاریخی شهر خلاق سنندج است. این پژوهش از نوع کاربردی و براساس روش ترکیبی (اکتشافی و توصیفی - پیمایشی) است. روش جمع‌آوری داده‌ها کتابخانه‌ای و میدانی است. در بخش اول پژوهش، دیدگاه جامعه آماری شامل خبرگان حوزه پژوهش، یعنی بافت تاریخی شهر خلاق سنندج، با روش کیفی و نمونه‌گیری هدفمند بررسی شد. اطلاعات به کمک روش تحلیل موضوعی و با مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختاریافته گردآوری و مضمون‌ها و مقوله‌های اثرگذار در باز آفرینی فرهنگ محور شناسایی شدند. در بخش دوم پژوهش، با روش کمی و غربالگری، عوامل شناسایی شده با روش دلفی فازی بررسی و سپس با روش تحلیل عامل تأییدی تحلیل شدند. هفت مضمون فضایی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، انسانی، ساختاری و نهادی و ۲۷ مقوله از پژوهش شناسایی شدند و الگوی گردشگری خلاق مبتنی بر رویکرد باز آفرینی فرهنگ محور ارائه شد. الگوی گردشگری خلاق می‌تواند، با بهره‌گیری از تمرکز فرهنگی بر ظرفیت بالقوه فرایندهای خلاق در بافت تاریخی شهر خلاق سنندج، سبب رشد اقتصاد خلاق شود و امکان مشارکت بین گردشگران و ساکنان را فراهم آورد.<sup>۵</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۴/۲۸

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۱۰

### واژه‌های کلیدی:

باز آفرینی فرهنگ محور، ایده شهر خلاق، گردشگری خلاق، بافت تاریخی، شهر خلاق سنندج

### مقدمه

امروزه، تولید «ثروت پایدار» مهم‌ترین دغدغه مدیریت شهری برای تداوم حیات و هویت شهرهاست. گواه آن شکل‌گیری شهر خلاق و گردشگری خلاق است که از جدیدترین رویه‌های مدیریت موفق شهری برای جذب سرمایه‌های مادی و غیرمادی به‌شمار می‌رود (صفایی‌پور و جعفری، ۱۴۰۰: ۱۰۷). بافت تاریخی نیز، به‌منزله مرکز و قلب تپنده شهر، بستر جذاب مکان خلاق است و سناریوهای متنوعی به گردشگران خلاق ارائه می‌کند و هدف آن پویایی اقتصاد و فرهنگ است. اما این بافت در

تعامل با دنیای پیرامون خود و مواجهه با فرایندهای جهانی شدن و افت منزلت مکانی با مشکلات بسیاری روبه‌روست. جهانی شدن روند متناقض مدرنیته را تشدید کرده و آن را در فرایند متقابل همگن‌سازی‌ها و ناهمگن‌سازی‌های هویت جماعتی (خرده‌فرهنگ) جای داده است (فکوهی، ۱۳۸۶: ۱۴۳). از این رو، بافت تاریخی شهر خلاق سنندج، برای حفاظت و توسعه، باید هم رویکردی فراگیر به ابعاد سازنده خود داشته باشد و هم لایه‌های متنوع متن خود را بازبینی و رمزگشایی کند. بدین منظور، باید از رویکرد و الگویی فرهنگی با بهره‌گیری از عوامل مؤثر در ایده شهر خلاق استفاده شود

۱. دانشجوی دکتری، گروه شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.

۲. استاد، گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسنول): Email: zayyari@ut.ac.ir

۳. استادیار، گروه شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.

۴. دانشیار، گروه شهرسازی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران.

۵. این مقاله برگرفته از رساله دکتری سعید اردلان در رشته شهرسازی به راهنمایی نویسنده دوم و مشاوره نویسنده سوم و چهارم در دانشگاه آزاد اسلامی قزوین است.



تا خلاقیت و فرهنگ، به مثابه نیروهای توسعه و عوامل محرک مکان خلاق، سبب توسعه گردشگری خلاق شوند. در سال‌های اخیر، بافت تاریخی شهر سنندج، در مواجهه با توسعه شهری شتابان و ناموزون، دچار دگرگونی و استحاله ساختار شهری شده که تداوم حضور شهر سنندج با عنوان «شهر خلاق جهانی موسیقی»<sup>۱</sup> را با مشکلات بسیاری مواجه کرده است. بنابراین، آن‌گونه که از مفهوم «بازآفرینی شهری» انتظار داریم و نه از مفهوم «پایداری»، نیازمند بازتولید فضا است. روند مرمت شهری در گذشته این شهر نشان می‌دهد که اقدامات دولت و شهرداری در این زمینه بسیار ناچیز بوده است. با وجود ماهیت فرهنگی - گردشگری خلاق بافت تاریخی و ظرفیت‌های ویژه مکانی و تمایزات محلی آن، توجه کمی به دستاوردهای رویکرد بازآفرینی فرهنگ‌محور<sup>۲</sup> بر پایه فرهنگ و ظرفیت‌های گوناگون و بی‌نظیر آن همچون سنت‌های فرهنگی، هویت شهری و برنامه‌های مشارکتی گردشگری خلاق شده است. این بی‌توجهی به ارزش فرهنگی، اقتصادی و ظرفیت گردشگری پذیرایی بافت تاریخی موجب آسیب‌های اجتماعی فراوانی به رشد و پویایی شهر خلاق شده است، در حالی که گردشگری یکی از پویاترین فعالیت‌های اقتصادی عصر حاضر است که در توسعه پایدار محلی نقش مهمی دارد و اولویت توسعه آن نیازمند شناخت عوامل تأثیرگذار و محدودکننده طبیعی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در هر منطقه است (نجفی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۳۹). صاحب‌نظران به پایداری گردشگری خلاق باور دارند (بسته‌نگار و همکاران، ۱۳۹۶) و بازآفرینی را گذرگاهی به سوی توسعه پایدار تلقی می‌کنند که بر راهبردها و مفاهیمی از جمله پایداری، کیفیت و هویت مبتنی است (Vanista et al., 2016: 5). از این رو مفهوم ایده شهرخلاق و با رویکرد بازآفرینی فرهنگ‌محور، اهمیت خود را در توسعه خلاقانه ارزش‌های فرهنگی بافت تاریخی شهر خلاق سنندج و افزایش توانایی‌های سرمایه‌های اجتماعی آن، با توجه به استعدادهای فردی و گروهی در زمینه‌های هنری، فرهنگی، علمی، ورزشی و صنایع خلاق آشکار می‌کند. اما رهیافت بازآفرینی برای به‌روزرسانی بافت‌های تاریخی، علاوه بر پاسخ‌گویی به نیازهای مردم و زندگی روزمره آن‌ها، به هویت بافت تاریخی توجه می‌کند که دستیابی به آن تنها در گرو توجه به گردشگری خلاقانه شهری است (پوراحمد و احمدی‌فرد، ۱۳۹۷: ۷۵).

بنابراین، محقق قصد دارد به این پرسش پاسخ دهد که آیا شهر خلاق سنندج با بافت تاریخی خود، که در حال

گذارد از دوران رکود به دوره شکوفایی فرهنگی و هنری خود است، می‌تواند رویکرد بازآفرینی فرهنگ‌محور را به کار گیرد و از عوامل مؤثر در ایده شهر خلاق بهره‌برد و در نتیجه مکان مناسبی برای تبلور گردشگری خلاق شود یا نه.

از این رو، در این پژوهش، تلاش شده است:

- ۱- عوامل مؤثر در رویکرد بازآفرینی فرهنگ‌محور در بافت تاریخی شهر خلاق سنندج شناسایی و بررسی شوند.
- ۲- الگوی گردشگری خلاق بر پایه رویکرد بازآفرینی فرهنگ‌محور در بافت تاریخی شهر خلاق سنندج ارائه شود.
- ۳- راهکارهایی عملی بر پایه الگوی مورد نظر ارائه شوند.

### مبانی نظری پژوهش رویکرد بازآفرینی فرهنگ‌محور

واژه «بازآفرینی»<sup>۳</sup> نخستین بار در نیمه اول قرن چهارم میلادی به کار برده شد که به معنای «بازتولید طبیعی بخشی از تمامیت زنده در معرض نابودی» است (Roberts, 2003: 16). در حال حاضر، تحول مرمت شهری در دهه‌های اخیر به سازمان‌دهی و اقدامات گوناگون در چارچوب بازآفرینی شهری گرایش یافته است (لطفی، ۱۳۹۰). بازآفرینی شهری مبتنی بر تفکری است که هدف آن توسعه درون‌زای شهر و متضمن نوسازی اجتماعی و محلی ساکنان شهر است و با مشارکت مردم انجام می‌شود (ایمری و سایرین، ۱۳۹۰). از این رو، بازآفرینی شهری پایدار اقدامی فزاینده‌تر از نوسازی فیزیکی است (Gullino, 2009, 2013; Li et al., 2016). در این روند، اهداف این گونه از توسعه پایدار با توافق اجتماعی، پایداری اقتصادی و بهبود کالبدی در یک پروژه بازآفرینی شهری قابل دست یافتن است (Ertan & Erciolu, 2016: 602). در واقع مرمت شهری، که هدف آن حفاظت همراه با توسعه است، در فرایندی تدریجی از مفهومی جانبی به مفهومی اصلی تبدیل شده و توانسته است فرهنگ را به شاکله هویت جامعه (رجایی، ۱۳۸۴) تبدیل کند.

اما «بازآفرینی فرهنگ‌محور» را می‌توان اصلی‌ترین مفهوم بازآفرینی شهری در سه دهه اخیر دانست. بازآفرینی شهری فرهنگ‌محور، به مثابه موتور محرکه بازآفرینی شهری (Roberts, 2003)، به ویژگی‌های مکانی شامل سنت‌ها، میراث و خرده‌فرهنگ‌ها در دستیابی به تصویری واحد از شهر و راهبردی رقابتی در اقتصاد محلی توجه ویژه کرده است (شهبانی و ایزدی، ۱۳۹۳: ۷۰). در جدول ۲، روایت الگوی اثرگذاری بازآفرینی فرهنگ‌محور از سال ۱۹۹۰ تاکنون ارائه شده است:

1. <https://en.unesco.org/creative-cities/sanandaj>
2. Cultural-led regeneration
3. Creative Industries

جدول ۲: الگوی اثرگذاری بازآفرینی فرهنگ محور در سه دهه اخیر

منبع	حوزه اثرگذاری	نحوه مواجهه	
(Montgomery, 1998; Evans, 2004)	بازآفرینی فرهنگ محور فرهنگ به مثابه عامل تسهیلگر و نیروی محرکه	رویکرد مرمت شهری	
(Kloosterman, 2014; Florida et al., 2015)	فرهنگ به مثابه شیوه‌ای برای تعالی بخشیدن به کیفیت مکان به منظور جذب طبقه خلاق ایجاد تمایز در ماهیت فرهنگی کیفیت مکان و به کارگیری تسهیلات خرده‌مقیاس فرهنگی به مثابه بخش یکپارچه‌ای از محیط تولیدمحور سرمایه‌گذاری در تسهیلات فرهنگی به مثابه مسئله‌ای در حوزه کیفیت مکان	اواسط دهه ۱۹۹۰ تا سال ۲۰۱۰	سیاست
		سال ۲۰۱۰ تاکنون	پیش‌رو
		شیوه	کاربست
(Pratt, 2010; Oliveira, 2011)	صنایع خلاق - دوران مشارکت	حوزه	کالبدی
(Richards & Wilson, 2004; Bianchini & Ghiraldi, 2007)	عرصه فرهنگ همگانی	محتوایی	معیار اقدام
(Richards & Palmer, 2012)	توسعه همگانی (حفاظت - احیا)		
	رویدادمحوری و زمان‌وارگی		

بازآفرینی شهری فرهنگ محور از جمله رویکردهای متأخری است که درصدد است احیا و تداوم هم‌زمان حیات شهری در بافت‌های تاریخی است و بر اهمیت جایگاه فرهنگ در معنایی فراگیر و جامع و به کارگیری صنایع خلاق به مثابه عامل اصلی محرک بازآفرینی و آفرینش مکان تأکید می‌ورزد (لطفی و همکاران، ۱۳۹۵: ۲۲۹). مهم‌ترین ادعای این رویکرد پدیدآوردن پایگاهی بایات برای خلق روند سازنده اقتصادی و در نتیجه رونق اقتصادی شهر است و به این منظور، بر اصولی از قبیل داشتن رویکردی راهبردی برای حفاظت از منابع موجود مانند منابع طبیعی، کالبدی، انسانی و همچنین خلق ثروت و منابع جدید، سرمایه‌گذاری در بخش‌های روساختی بازآفرینی از قبیل امکانات فرهنگی - اجتماعی و نیز بخش‌های زیرساختی همچون زیرساخت‌های کالبدی و زیرساخت‌های اقتصادی مانند کارآفرینی، اشتغال و کسب‌وکار تأکید دارد و سعی می‌کند، ضمن خلق شهری فرهنگ‌گرا، موجبات رونق سازوکار اقتصاد آن را نیز فراهم آورد (مرادی و همکاران، ۱۳۹۸: ۷)

### ایده شهر خلاق

ایده شهر خلاق را نخستین بار لاندردی در اواخر دهه ۱۹۸۰ مطرح کرد (Landry, ۲۰۱۲). به باور او، فرهنگ به مثابه ارزش‌ها، بینش‌ها و شیوه زندگی بستری را فراهم می‌کند که در چارچوب آن خلاقیت ظاهر می‌شود و رشد می‌کند. در نتیجه، کاتالیزوری برای توسعه به‌شمار می‌آید (Bury, ۲۰۱۳: ۱۷۹). پژوهشگران ایده شهر خلاق، فرهنگ را ابزار بازآفرینی شهری و صنایع خلاق را موتور توسعه اقتصادی می‌دانند (COIN1, 2017: 41). لاندردی (۲۰۱۲) خلاقیت را منبع فرهنگی جدیدی تلقی می‌کند که می‌تواند مشکلات شهر را برطرف کند، با گذشته شهر و سیاست شهری برای هم‌زیستی فرهنگ‌های گوناگون و واکاوی هویت شهر همراه شود و به گفت‌وگو بنشیند و مفهوم شهر پایدار را ارتقا بخشد. خلاقیت ابزار مهمی است که به رشد اقتصادی و نوآوری شهرها کمک می‌کند (Hospers & Pen, 2008; Aranha et al., 2017; Grodach, 2013).



خلاقیت و فرهنگ، با حضور در بخش‌های گوناگون مانند سیاست‌های فرهنگی ملی، منطقه‌ای و شهری، واژگان جدیدی نظیر اقتصاد خلاق فرهنگی، صنایع خلاق و فرهنگی، خوشه خلاق، شهر خلاق، قطب خلاق و فرهنگی و طبقه خلاق را وارد نظریه‌های توسعه شهری کرده است (میرزایی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۰۹). شهر خلاق مرکز نوآوری،

خلاقیت و تبدیل ایده به ثروت است (مافی و همکاران، ۱۳۹۷). شهر خلاق، با رویکردی فرهنگی، بر اقدامات مردمی تأکید دارد. برنامه‌ریزی فرهنگی در شهر خلاق با ایجاد ارتباط چندسویه بین مردم و مدیران شهری و همچنین نخبگان و طبقه خلاق اجرایی می‌شود (ایراندوست و غلامی زارچی، ۱۳۹۴: ۵۷).

### جدول ۱: مهم‌ترین دیدگاه‌های اندیشمندان و سازمان‌های دخیل درباره ایده شهر خلاق

منبع	ویژگی
Landry, 2012	مردم و سازمان‌های خلاق، محیط خلاق، فرهنگ خلاق، ظرفیت بالقوه صنایع فرهنگی و مراکز نوآوری شهرها.
Trip, 2007: 31	ده عامل اصلی در نظریه فلوریدا: تنوع، امکانات رفاهی خاص، سرزندگی، فرهنگ، فناوری و نوآوری، استعداد، خلاقیت، مدارا و تاب‌آوری، زیبایی‌شناسی، محیط، پایداری و امنیت.
URL <sup>1</sup>	از سال ۲۰۰۴ شبکه شهرهای خلاق یونسکو، عاملی برای پایداری و توسعه شهری بوده و شامل توجه به صنایع خلاق، پیوستگی جهانی سرمایه انسانی، حمایت‌های عمومی، جذب گردشگری، درهم‌کنش فرهنگی، قابلیت‌های طبیعی، هفت زمینه ادبیات، فیلم و سینما، موسیقی، صنایع دستی و فولکلور، طراحی، هنرهای چندرسانه‌ای، غذا و تغذیه است.
Kern & Runge, 2009	صنایع خلاق، میراث خلاق، فرهنگ خلاق، گردشگری، سیاست‌های فرهنگی و همکاری‌های بین‌المللی.
Vanolo, 2008: 372	توجه به فناوری، چندفرهنگ‌گرایی، تسامح و تساهل، وجود محیط فرهنگی، تکنرگرا، محیط‌های اجتماعی باز فرهنگی و تعاملات اجتماعی.
Boshma & Fritsch, 2009	شناسایی بوهیمیان <sup>۲</sup> به عنوان نخبگان فاقد تحصیلات دانشگاهی و شامل متخصصان، نویسندگان و هنرمندان خلاق یا نمایشی، عکاسان و اپراتورهای تصویر و تجهیزات ضبط صدا، متخصصان حوزه ورزش، هنر و سرگرمی.
Girard, 2011	شهر خلاقیت‌محور، کارآفرینان خلاق، کیفیت زندگی و فعالیت خلاق.
CCI3, 2012: 64	دیدگاه مرکز هنری قطب علمی صنایع خلاق و نوآور مبنی بر توجه به صنایع خلاق، پیوستگی جهانی، صنایع کوچک، حمایت‌های عمومی، جذب گردشگری، میراث فرهنگی، حاکمیت خلاقانه و جذابیت‌های اقتصادی.
Lowes, 2015: 67	استفاده از ایده شهر خلاق به منزله کلید شکوفایی اجتماعی و اقتصادی شهری برای جذب بخش‌های خاصی از طبقه متوسط.
Pratt, 2010: 14	به باور پرت، شهرهای خلاق پنج ویژگی دارند: (۱) خلاقیت؛ (۲) اقتصاد دانش‌محور که بالاترین سطح توسعه اقتصادی است و اقتصاد خلاق که عنصر اصلی آن شناخته می‌شود؛ (۳) فعالیت فرهنگی که دستیابی به ارزش اقتصادی مستقیم را تسهیل و از آن حمایت می‌کنند؛ (۴) اقتصاد فرهنگی یا خلاق که جامع‌تر است و (۵) تأکید بر مهارت‌ها و منابع لازم برای تولید با کیفیت عالی و خروجی‌های خلاق و فرهنگی.

### گردشگری خلاق

گردشگری خلاق اصطلاحی بود که ریچاردز و ریموند (۲۰۰۰) به کار بردند و سپس شبکه خلاقانه یونسکو (۲۰۰۶) آن را تصویب و بازتعریف کرد (Marques & Borba, 2017: ۸۶). گردشگری خلاق شکل پایداری از گردشگری است که فرصت توسعه ظرفیت‌های خلاقانه را از طریق مشارکت فعال در دوره‌های آموزشی و شناخت خاص مقصد گردشگری فراهم می‌کند (Richards & Raymond, 2000). گردشگری

براساس دیدگاه صاحب‌نظرانی مانند لاندری، فلوریدا، پرت و ساسکی می‌توان گفت نظریه شهر خلاق کامل‌ترین نظریه‌ای است که تاکنون در زمینه شهر آینده مطرح شده است (امیری و همکاران، ۱۳۹۸: ۷۰۷). باید توجه داشت که شهر خلاق شدن و خلاق ماندن مستلزم تغییر نگرش است. به‌طور کلی، خلاق بودن، بیشتر از این‌که فکر باشد، فرایندی پویاست نه ایستا (لندری و هیامز، ۱۳۹۵).

1. URL1: [http://www.unesco.org/new/en/mediaservices/singleview/news/28\\_cities\\_join\\_the\\_unesco\\_creative\\_cities\\_network](http://www.unesco.org/new/en/mediaservices/singleview/news/28_cities_join_the_unesco_creative_cities_network).

2. Bohemian



خلاق را یونسکو (۲۰۰۶) این‌گونه تعریف کرده است: مکانی خاص و برقراری ارتباط میان گردشگران و اهالی آن «گردشگری خلاق یعنی سفر به سوی تجربه‌های اصیل و جالب توجه، شناختن هنر و آشنایی با میراث یا ویژگی‌های

جدول ۲: تحولات روندهای گردشگری (Kim, 2013)

مرحله	دوره زمانی	شرایط	مشخصات گردشگری
گردشگری انبوه	عصر صنعتی	شرایط پایدار سیاسی، ظهور هواپیمای مسافربری جت	بسته‌های گردشگری، مکان‌های تفریحی بزرگ و پارک‌های موضوعی.
گردشگری فرهنگی	عصر صنعتی‌زدایی	حفظ میراث تاریخی، جهانی‌سازی میراث فرهنگی	میراث ملموس، بازدید از میراث تاریخی
گردشگری خلاق	عصر شبکه‌ها	رشد اقتصاد خلاق، افزایش تقاضا برای مشارکت مشتریان	میراث ناملموس، مشارکت خلاق در فعالیت‌ها و شبکه‌سازی با افراد محلی

کارشناسان نسل اول گردشگری را «گردشگری ساحلی»، گردشگری نسل دوم آن را «گردشگری فرهنگی» و نسل سوم را با شعار «میدان‌های بیشتر موزه‌های کمتر» «گردشگری خلاق» نام نهاده‌اند. نسل سوم به فعالیت‌های تجربی و تعامل عمیق‌تر با زندگی واقعی فرهنگی در شهرها و به جنبه‌های آموزشی، احساسی و مشارکت گردشگران در فعالیت‌های بومی در کنار مردم محلی می‌پردازد (Garcia-Melon et al., 2017: 45).

در دنیای امروز، روند گردشگری از شکل انبوه به الگوهای فردگرایانه تغییر یافته و گردشگران به انعطاف‌پذیری و تجربه‌های معنادار اولویت بیشتری می‌دهند. همچنین، بسیاری از مکان‌ها و مقاصد گردشگری سنتی از تقاضا اشباع شده‌اند و با مشکل ابداع فرآورده‌های جدید مواجه‌اند تا بتوانند نیازهای ویژه گردشگران خاص را برآورده کنند. از این رو، خلاقیت سبب توسعه محصولات نوآورانه در مقصد گردشگری شده است و برای آن مزیت رقابتی ایجاد می‌کند (Yozcu & Icoz, 2010). در جدول ۳، تفاوت‌های گردشگری فرهنگی و خلاق مشخص شده است. گردشگر خلاق فردی فعال است که فرایندهای خلاقانه را از طریق مکان خلاق با اهالی محلی درک می‌کند.

جدول ۳: تفاوت گردشگری فرهنگی و خلاق (Hull &amp; Sassenberg, 2012: 92)

نوع گردشگری	زمان	تمرکز فرهنگی	مصرف	یادگیری
گردشگری فرهنگی	گذشته و حال	فرهنگ بالا، فرهنگ مشهور	محصول، فرایند	منفعل
گردشگری خلاق	گذشته، حال و آینده	فرایندهای خلاق	تجربه، همکاری بین گردشگر و جامعه محلی	فعال، توسعه مهارت‌ها

در گردشگری خلاق، گردشگر به جنبه‌های آموزشی، احساسی، اجتماعی و مشارکت گردشگران در فعالیت‌های بومی در کنار مردم محلی و همچنین میزان و کیفیت مراکز تولید و نوآوری به‌منظور جذب گردشگران نخبه و محققان می‌پردازد (Suhartanto et al., 2018: 165). رابازااوسکایت<sup>۱</sup> (۲۰۱۵) براین باور است که احیای فضاهای عمومی برپایه گردشگری خلاق در موارد ذیل تأثیر دارد: ترویج سبک زندگی محلی؛ برانگیختن عواطف و افکار برای شناخت فرهنگ محلی؛ تحقق افکار و ایده‌های خلاقانه خود و اشتراک آن‌ها

با دیگران؛ همکاری جوامع محلی با گردشگران از طریق گردشگری خلاق، تشریک مساعی جامعه محلی و متخصصان شهری با هدف تشکیل شبکه‌های اجتماعی محلی و تقویت گردشگری خلاق برای افزایش انرژی خلاقانه و همکاری هم‌افزایی.

به‌طور کلی، گردشگری خلاق کلید موفقیت در صنعت رقابتی گردشگری است؛ زیرا سبب تأمین نیازهای گردشگران از طریق ارائه توسعه گردشگری با محصول و خدمات خلاق می‌شود (Hornig et al., 2016).

### پیشینه تحقیق

مرور ادبیات تحقیق برپایه تحلیل پژوهش‌های مرتبط با پژوهش پیش‌رو به شرح ذیل است:

پژوهش‌های ذیل صرفاً به سنجش وضعیت موجود شهرهای ایران از منظر گردشگری خلاق در بافت‌های تاریخی یا مناطق شهرهای تاریخی پرداخته‌اند و شامل موارد زیرند: اصفهان (کیانی سلمی و صفری، ۱۳۹۸؛ مهاجر و همکاران، ۱۳۹۷)، تبریز (زال و همکاران، ۱۳۹۷؛ دوستی و همکاران، ۱۳۹۸؛ رحیمی و زیاری، ۱۳۹۴؛ صفایی‌پور و جعفری، ۱۴۰۰)، سنندج (علی اکبری و یاری، ۱۳۹۸) و قزوین (سعیدی رضوانی و باقرزاده حسینی، ۱۳۹۴). در این پژوهش‌ها، الگویی تدوین نشده است که، با نگاهی جامع درباره گردشگری خلاق، به رویکرد بازآفرینی فرهنگ‌محور در بافت تاریخی شهر خلاق سنندج در ایران بپردازد. در پژوهش تان و همکاران (۲۰۱۴)، با عنوان «مدل تجربه خلاق در گردشگری خلاق»، بازار گردشگری خلاق به وسیله روش‌شناسی کیو به پنج دسته تقسیم‌بندی شده است که عبارت‌اند از جویندگان نوگرایی، یادگیرندگان دانش و مهارت، اهمیت‌دهندگان به رشد هم‌سفران، دوستداران محیط زیست و گردشگران خلاق که به دنبال تفریح و آرامش‌اند. این تقسیم‌بندی در حوزه بازار گردشگری خلاق به نوعی پیشگام به‌شمار می‌رود، اما صحت آن باید در مراکز دیگر گردشگری خلاق نیز تأیید شود.

مهم‌ترین پژوهش‌هایی که به ایده شهر خلاق در ایران پرداخته‌اند صرفاً وضعیت موجود شهر خلاق را ارزیابی کرده‌اند و هیچ پژوهشی با رویکرد بازآفرینی فرهنگ‌محور انجام نشده است (اسدی و سامی، ۱۳۹۷؛ حسین‌پور و همکاران، ۱۳۹۸؛ صابری‌فر و نیت مقدم، ۱۳۹۷؛ نظم‌فر و همکاران، ۱۳۹۶؛ کلاتری و همکاران، ۱۳۹۵). خوشبختانه، از سال ۱۳۹۷ تاکنون، پژوهشگران رویکردهای جامع‌تری به ایده شهر خلاق و کاربست مفاهیم آن داشته‌اند و انواع دیدگاه‌های مرتبط را بررسی کرده‌اند (زنگنه شهرکی و فتوحی مهربانی، ۱۳۹۷؛ صفوی و همکاران، ۱۳۹۷؛ امیری و همکاران، ۱۳۹۸). عمده‌ترین پژوهش‌های خارجی در سال‌های اخیر، که با نگاهی نو و جامع به ایده شهر خلاق پرداخته‌اند، مطالعات مونت‌آلتو و همکاران (۲۰۱۹) و بلیوار و رودریگز (۲۰۱۸) است. نتایج پژوهش نخست، تحت عنوان «رویکردی تجربی به میزان سرزندگی فرهنگی و خلاقیت در شهرهای اروپا»، نشان می‌دهند که مزایا و دارایی‌های فرهنگی و خلاقانه شهرها در سراسر شهرهای اروپا پراکنده شده‌اند، به طوری که به مقامات محلی اختیارات فراوانی برای اتخاذ راهبردهای

توسعه می‌دهند. پژوهش بعدی به موج جدید همکاری شهروندان در شهرهای هوشمند پرداخته است و بهبود مشارکت الکترونیکی شهروندان در عرصه عمومی با استفاده از فناوری‌های جدید ارائه شده توسط دولت‌ها در شهرهای هوشمند را نشان می‌دهد.

در سال‌های اخیر، تنها پژوهش احمدی‌فرد و پوراحمد است (۱۳۹۷) که به کاربرد مفهوم گردشگری خلاق با رویکرد بازآفرینی تاریخی در بافت تاریخی منطقه ۱۲ تهران می‌پردازد، اما الگویی ارائه نکرده و صرفاً محدوده‌ای از بافت تاریخی را بررسی کرده است. در مطالعات خارجی مرتبط با بازآفرینی فرهنگ‌محور، تولیس (۲۰۱۷) نظریه‌پردازی انتقادی را ابزاری برای بازپس‌گیری فضای عمومی می‌داند که شامل فرایند آفرینش مکان در بازآفرینی شهری فرهنگ‌محور مبتنی بر دارایی‌های شهری و مشارکت اجتماعی برای ایجاد چشم‌اندازی مشترک است. ذاولیورا (۲۰۱۵) فرهنگ را موتور محرکه فرایند بازآفرینی شهری پالواتو معرفی کرده و رسمیت یافتن صنایع فرهنگی و خلاق را ظرفیت بالقوه‌ای برای ایجاد مشاغل جدید، رشد اقتصادی، تقویت رقابت‌های منطقه‌ای شهرها و گرایش به اقتصاد نوآورانه حاصل بازآفرینی فرهنگ‌محور دانسته است که تأثیرات چشمگیری در مزیت رقابتی شهرها دارد. نتایج پژوهش اونز و شو (۲۰۰۴)، با عنوان «مشارکت فرهنگ در بازآفرینی انگلستان»، نشان می‌دهند که بازآفرینی فرهنگ‌محور می‌تواند انسجام اجتماعی، اعتمادبه‌نفس و ادراک ساکنان را افزایش دهد و هویت محلی، سرمایه اجتماعی و سطح آموزش و پرورش را ارتقا بخشد، اما هیچ‌یک از پژوهش‌های یادشده به تعامل دیدگاه گردشگری خلاق و بازآفرینی فرهنگ‌محور نپرداخته‌اند.

عمده‌ترین پژوهش‌های مرتبط با موضوع مورد مطالعه مقاله حاتمی‌نژاد و شریفی (۱۳۹۴) با عنوان «بررسی نقش گسترش گردشگری شهری بر توسعه پایدار شهری (نمونه موردی: شهر سنندج)» است که، با استفاده از روش کمی، نتیجه‌گیری می‌کند که گردشگری در شهر سنندج توانسته است بیشترین تأثیر را در توسعه پایدار اقتصادی و کمترین تأثیر را در توسعه پایدار محیطی داشته باشد. علی اکبری و یاری (۱۳۹۸) مقاله‌ای با هدف نشان‌دادن جایگاه شهر سنندج در زمینه گردشگری خلاق فرهنگی در مقیاس منطقه‌ای ارائه کرده‌اند. بنابراین، پژوهشی که صرفاً اهداف این پژوهش را در بافت تاریخی سنندج با بهره‌گیری از رویکرد بازآفرینی فرهنگ‌محور برای گردشگری خلاق بررسی کند انجام نشده است.





### جدول ۴: طیف هفت درجه فازی برای ارزش گذاری شاخص ها

مقیاس عدد فازی	مقدار فازی	متغیر زبانی
(۰، ۰، ۰/۱)	۱	کاملاً بی اهمیت
(۰، ۰/۱، ۰/۳)	۲	خیلی بی اهمیت
(۰/۱، ۰/۳، ۰/۵)	۳	بی اهمیت
(۰/۳، ۰/۵، ۰/۷۵)	۴	متوسط
(۰/۵، ۰/۷۵، ۰/۹)	۵	با اهمیت
(۰/۷۵، ۰/۹، ۱)	۶	خیلی با اهمیت
(۰/۹، ۱، ۱)	۷	کاملاً با اهمیت

#### دور اول روش دلفی

برای تجمیع دیدگاه های  $n$  پاسخ دهنده، روش های گوناگون پیشنهاد شده است. در واقع، این روش های تجمیع روش هایی تجربی اند که پژوهشگران گوناگون ارائه کرده اند. برای نمونه، یکی از روش های مرسوم برای تجمیع مجموعه ای از اعداد فازی مثلثی را کمینه  $l$  و میانگین هندسی  $m$  و بیشینه  $u$  در نظر می گیرد.

$$F_{AVE} = \left( \left\{ \frac{\sum l}{n} \right\}, \left\{ \frac{\sum m}{n} \right\}, \left\{ \frac{\sum u}{n} \right\} \right) \quad (1)$$

هر عدد فازی مثلثی حاصل از تجمیع دیدگاه خبرگان برای شاخص  $Z_m$  به صورت زیر نمایش داده شده است. در این مطالعه، از روش میانگین فازی استفاده شده است.

$$x_m^1 = \frac{L+M+U}{3} \quad (2)$$

#### فازی زدایی مقادیر

معمولاً برای تجمیع میانگین اعداد فازی مثلثی و ذوزنقه ای می توان از مقداری قطعی، که بهترین میانگین مربوطه است، استفاده کرد. این عملیات را «فازی زدایی<sup>۲</sup>» گویند. روش های متعددی برای فازی زدایی وجود دارد. در بیشتر موارد، برای فازی زدایی، از روش ساده میانگین فازی و برون داد فازی زدایی شده مقادیر استفاده می شود (Cheng et al., 2009). و در جدول ۶ ارائه شده است.

مقدار فازی زدایی شده بزرگ تر از  $0/7$  قابل قبول است و هر شاخصی که امتیاز کمتر از  $0/7$  داشته باشد رد می شود (Fang, 2011 & Wu). تحلیل دلفی فازی برای شاخص های باقی مانده در دور دوم ادامه خواهد یافت و، اگر در دور دوم هیچ سوالی حذف نشود، نشانه پایان دوره های دلفی است. به طور کلی، یکی از روش های پایان دادن به دور دلفی این است که میانگین امتیازات سؤالات دور اول و دور دوم با هم مقایسه

#### روش تحقیق

این پژوهش از نوع کاربردی و شامل دور روش کیفی و کمی است. گردآوری داده های تحلیلی از نوع اکتشافی و به صورت کتابخانه ای، میدانی کتابخانه ای و میدانی است و نوع توصیفی آن پیمایشی است. بخش اول پژوهش در چارچوب رویکرد کیفی و با به کارگیری روش تحلیل موضوعی انجام شده است. در این روش، تحلیل در فرایندی شش مرحله ای شامل آشنایی با داده ها، ایجاد رمزهای اولیه، جست و جوی موضوعات، بازنگری موضوعات، تعریف و نام گذاری موضوعات و تهیه گزارش انجام شده است (Braun & Clarke, 2006). جامعه آماری این پژوهش شامل استادان دانشگاه، متخصصان و کارشناسان وزارت راه و شهرسازی، میراث فرهنگی و شهرداری است که در حوزه مطالعات شهری، شهرسازی، برنامه ریزی شهری و مانند آن ها فعالیت می کنند و به بافت تاریخی شهر تاریخی سنندج اشراف کامل دارند. پاسخ دهندگان با استفاده از نمونه گیری هدفمند<sup>۱</sup> که دربرگیرنده افرادی است که با معیارهای مورد نظر در پژوهش مطابقت دارند انتخاب شده اند (Kuzel, 1992; Palys & Atchison, 2008). از آنجا که پایگاه داده های مناسبی برای تعیین این گروه از خبرگان در دسترس نبود، برای جمع آوری نمونه از روش «نمونه گیری گلوله برفی» استفاده شد. یعنی تا زمانی که محقق به اشباع اطلاعات نرسیده است، از مصاحبه شوندگان خواسته می شود نمونه های آگاه در زمینه موضوع تحقیق و حائز شرایط مصاحبه را برای انجام مصاحبه های بعدی معرفی کنند. گردآوری اطلاعات از طریق مصاحبه های عمیق و نیمه ساختاریافته انجام شد. مصاحبه ها تا رسیدن به اشباع ادامه یافتند و در نهایت ۱۵ مصاحبه انجام شد. مصاحبه های مکتوب شده به کمک روش تحلیل موضوعی با استفاده از نرم افزار MAXQDA12 تجزیه و تحلیل شدند.

در بخش دوم پژوهش، از روش کمی استفاده شد و عوامل شناسایی شده با استفاده از روش دلفی فازی ارزیابی و غربالگری شدند. اگرچه افراد خبره از شایستگی ها و توانایی های ذهنی خود برای مقایسه پرسش ها استفاده می کنند، اما باید به این نکته توجه داشت که فرایند سنتی کمی سازی دیدگاه افراد امکان انعکاس کامل سبک تفکر انسانی را ندارد. بنابراین، به نظر کارمن (۲۰۰۹)، استفاده از مجموعه های فازی سازگاری بیشتری با توضیحات زبانی و گاهی مبهم انسانی دارد. بنابراین، بهتر است، با استفاده از مجموعه های فازی (به کارگیری اعداد فازی)، به پیش بینی بلندمدت و تصمیم گیری در دنیای واقعی پرداخت. در این مطالعه نیز، برای فازی سازی دیدگاه خبرگان مطابق جدول ۴ از اعداد فازی مثلثی استفاده شده است.

2. De-fuzzy

1. Purposive Sampling



شوند. در صورتی که اختلاف بین دو مرحله از حد آستانه خیلی کم (۰/۲) کوچک‌تر باشد، فرایند نظرسنجی متوقف می‌شود. (Cheng et al., 2009)

بر این اساس، با توجه به عوامل شناسایی شده در بخش نخست که با تحلیل روش کیفی انجام شد، پرسش‌نامه‌ای با طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت تهیه شد. نمونه‌گیری از نوع تصادفی ساده و در دسترس بود و پرسش‌نامه به ۲۰۰ نفر از متخصصان و کارشناسان در حوزه مطالعات شهری، شهرسازی، برنامه‌ریزی شهری و دیگران ارائه شد که در نهایت ۱۸۰ پرسش‌نامه تجزیه و تحلیل شدند. پس از آن، داده‌های جمع‌آوری شده، با استفاده از روش تحلیل عاملی تأییدی در نرم‌افزار لیزرل، تجزیه و تحلیل شدند.

### محدوده مورد مطالعه

شهر سنندج مرکز استان کردستان و در موقعیت جغرافیایی ۳۵ درجه و ۲۰ دقیقه عرض شمالی و ۴۷ درجه و ۱۸ دقیقه طول شرقی نصف‌النهار گرینویچ و ۱۵ درجه طول غربی نصف‌النهار تهران قرار دارد (ایده بهسازی و نوسازی بافت فرسوده شهر سنندج، ۱۳۸۹: ۴). این شهر، براساس آمار سرشماری نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۵، جمعیتی برابر با ۵۰۱۴۰۲ نفر دارد (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵: ۷۵). سنندج مرکز استان فرهنگی کردستان با جذابیت‌های گردشگری ارزشمند و بی‌شمار، در سال ۱۰۴۶ هـ ق در زمان حکومت سلسله صفویه و در دوران شاه صفی و به دست سلیمان خان اردلان بنا نهاده شد. نام سنندج معرب «سنه دژ» است که اکنون نیز مردم مناطق کردنشین سنندج را «سنه» می‌نامند. سنه در فرهنگ لغات اوستایی به معنای «شاهین» و «عقاب» است. البته معانی دیگری نیز برای این واژه ارائه شده است (حبیبی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۱۱).

بافت تاریخی و ارزشمند شهر سنندج برگرفته از تاریخ چهارصدساله خود و دارای آثار باستانی<sup>۱</sup>، یکی از ارزشمندترین بافت‌های تاریخی ایران است که در گذر زمان با دارایی‌های میراثی، اعم از میراث ملموس و ناملموس<sup>۲</sup>، خود قابلیت استخراج مبانی پایدار را در نظام توسعه شهری دارد و محل تولد، پرورش و فعالیت بزرگان و نامداران خلاق عرصه موسیقی جهان و محل تعامل با هنرمندان جهان است. گواه آن پیوستن به شبکه جهانی شهرهای خلاق یونسکو در سال ۱۳۹۸<sup>۳</sup> است که در فهرست «شهرهای

خلاق موسیقی» یونسکو قرار گرفت. هنرمندان خلاق موسیقی در بافت تاریخی شهر سنندج، با بهره‌گیری از پیشینه غنی و خلاق قوم کرد که نشانه بخشی از فرهنگ اصیل مردم کردستان است، توان خود را برای تولید محتوا و ارائه موسیقی، که قابلیت زایش و پویایی در مقیاس جهانی و گفت‌وگو با سایر ملل و تعامل با شهرهای شبکه خلاق را دارد، برای سازمان علمی - فرهنگی یونسکو اثبات کرده‌اند تا مهم‌ترین هدف «شبکه جهانی شهرهای خلاق یونسکو» (UNESCO, 2004) مبنی بر نفی استانداردسازی فرهنگ با توجه به جهانی شدن انسان هزاره سوم (Sasaki, 2010) را با فرصت تجربه، یادگیری و مشارکت با هنرمندان خلاق برای گردشگری خلاق و حضور گردشگران محقق سازند. در کنار توان بی‌نظیر موسیقی که محصولی خلاق

و نشان تجاری فرهنگی شهر خلاق سنندج است، سایر جاذبه‌های منحصربه‌فرد فرهنگی نیز شامل زبان، پوشش، صنایع دستی، خوراک و درودگری با بناهای ارزشمند بافت تاریخی آن باعث غنای شهر و جذابیت برای انواع گردشگران شده‌اند و امکان تلفیق برنامه‌های صنایع فرهنگی و خلاق را برای توسعه محلی و همکاری فعال در سطح بین‌المللی فراهم کرده‌اند. علاوه بر این فرصت، باید جاذبه‌های طبیعی شهر را نیز به دلیل توپوگرافی منحصربه‌فرد شهر، که چون صدف بافت تاریخی شهر را احاطه کرده‌اند، اضافه کرد.

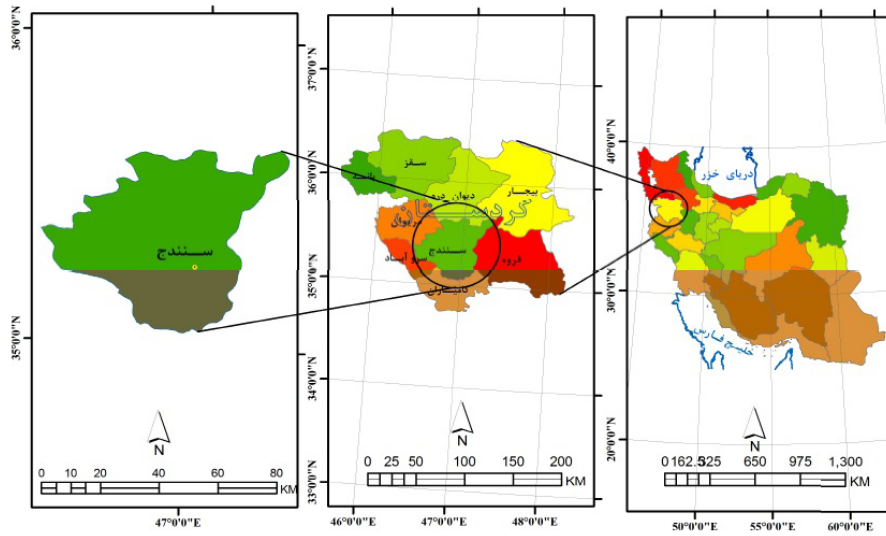
هرچند، از ابتدای دوره پهلوی و با تغییر ساختار اجتماعی، اقتصادی و کالبدی شهرهای ایران، شاهد تخریب بافت تاریخی ارزشمند شهر سنندج، بی‌توجهی به سرمایه‌های موجود در آن همراه با افت منزلت مکانی، ظهور پدیده نابسامان سکونتگاه‌های غیررسمی و رشد حاشیه‌نشینی و تبعات نامطلوب آن هستیم، بنا بر مطالعات ایده بهسازی و نوسازی بافت فرسوده سنندج (۱۳۸۹)، بافت ارزشمند تاریخی شهر سنندج با مساحت ۲۸۰ هکتار و مرکز ایالتی در دوره‌های صفویه، زندیه و قاجاریه و داشتن تمامی اجزای شهر ایرانی از جمله دارالحکومه، مسجد، بازار و محلات تاریخی، گنجینه ارزشمندی برای میراث فرهنگی ملموس و غیرملموس در دوره‌های تاریخی مذکور است و می‌تواند بسته گردشگری کاملی را برای جذب گردشگران خلاق فراهم آورد. از این رو، رسالت شهروندان و مسئولان این شهر را برای تدوین برنامه توسعه آتی شهر، به‌منظور حضور دائمی در عرصه جهانی، آشکار می‌کند.

1. <https://kurdistan.mcth.ir/intro-city/sanandaj>

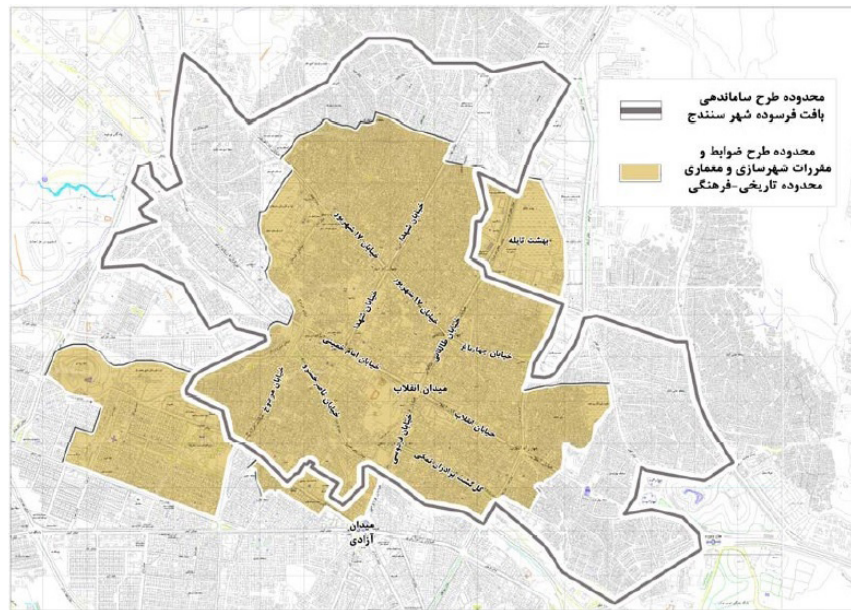
2. Tangible and Intangible Urban Heritage

3. <https://en.unesco.org/creative-cities/sanandaj>





شکل ۱: محدوده شهر مورد مطالعه (شهرداری سنندج، ۱۳۹۳)



شکل ۲: موقعیت کلی محدوده بافت تاریخی و ارزشمند شهر سنندج  
(مطالعات ایده بهسازی و نوسازی بافت فرسوده سنندج، ۱۳۸۹: ۴۵)

سپس با سؤال‌های خرد پیگیری کننده، که برگرفته از پاسخ مصاحبه‌شوندگان بودند، ادامه یافتند. همچنین، با کسب اجازه از مصاحبه‌شوندگان، ضمن یادداشت برداری، از ضبط صوت برای ضبط گفت‌وگوها استفاده شد. میانگین زمان هر مصاحبه ۴۵ تا ۶۰ دقیقه بود و بیشتر سؤالات مصاحبه درباره نگرش مصاحبه‌شوندگان به موضوع مورد نظر محقق و نحوه تعامل متغیرهای پژوهش و متغیرهای احتمالی بوده است. جدول ۵ وضعیت کلی مصاحبه‌های انجام شده را نشان می‌دهد:

## یافته‌های پژوهش بخش اول: تحقیق کیفی

مطابق آنچه در روش تحقیق مطرح شد، برای بهبود فرایند رمزگذاری در قالب مضمون‌ها و مقوله‌ها از فرایند شش مرحله‌ای تحلیل موضوعی مبتنی بر دیدگاه براون و کلارک (۲۰۰۶) استفاده شد. در فرایند مصاحبه عمیق و نیمه‌ساختارمند، ضمن برقراری ارتباط مبتنی بر اعتماد و ملاحظات اخلاقی، از شیوه نامه خاصی استفاده شد. به این صورت که مصاحبه‌ها از سؤال‌های کلی آغاز شدند و

جدول ۵: خصوصیات مصاحبه‌شوندگان (۱۵ نفر)

جنسیت		تحصیلات (مقطع)			سن (سال)	
زن	مرد	کارشناس ارشد	دکتری	کمتر از ۳۵ سال	۳۵ تا ۴۵ سال	۴۵ سال و بالاتر
۴	۱۱	۳	۱۲	۱	۶	۸
۲۵٪	۷۵٪	۱۷٪	۸۳٪	۸٪	۴۲٪	۵۰٪

در این بخش از پژوهش، رمزگذاری گزینشی در خصوص تدوین الگوی بازآفرینی فرهنگ‌محور با تأکید بر ایده شهرخلاق در بافت تاریخی شهر خلاق سندج ارائه می‌شود. محقق، برپایه تجزیه و تحلیل مقوله‌ها در مراحل ابتدایی، به دیدگاه‌ها و ایده‌هایی دست یافت که توانست از آن‌ها در سؤال‌های مصاحبه‌های بعدی استفاده کند. سپس، بین مقوله‌ها و ویژگی‌های شناسایی شده در مرحله اولیه رمزگذاری باز، حرکت رفت و برگشتی انجام شد.

با ادامه مصاحبه‌ها تا زمان اشباع نظری مقوله‌ها و تحلیل داده‌ها، درک عمیق‌تری از حوزه اصلی تحقیق به دست آمد. به فراخور نیاز، نام بعضی مقوله‌ها و ارتباط بین مقوله‌ها و مضمون‌ها تغییر یافت. دسته‌بندی و انتخاب مقوله‌ها و مضمون‌ها با همکاری سه تن از خبرگان حوزه شهرسازی انجام شد. هریک از خبرگان این کار را جداگانه انجام دادند. سرانجام، با اخذ دیدگاه‌ها و گردآوری مقوله‌های شبیه، دسته‌بندی نهایی مقوله‌ها انجام شد. مضمون‌ها و مقوله‌های نهایی شده از مصاحبه‌ها استخراج شدند.

در این بخش از پژوهش، رمزگذاری گزینشی در خصوص تدوین الگوی بازآفرینی فرهنگ‌محور با تأکید بر ایده شهرخلاق در بافت تاریخی شهر خلاق سندج ارائه می‌شود. محقق، برپایه تجزیه و تحلیل مقوله‌ها در مراحل ابتدایی، به دیدگاه‌ها و ایده‌هایی دست یافت که توانست از آن‌ها در سؤال‌های مصاحبه‌های بعدی استفاده کند. سپس، بین مقوله‌ها و ویژگی‌های شناسایی شده در مرحله اولیه رمزگذاری باز، حرکت رفت و برگشتی انجام شد.

با ادامه مصاحبه‌ها تا زمان اشباع نظری مقوله‌ها و تحلیل داده‌ها، درک عمیق‌تری از حوزه اصلی تحقیق به دست آمد. به فراخور نیاز، نام بعضی مقوله‌ها و ارتباط بین مقوله‌ها و مضمون‌ها تغییر یافت. دسته‌بندی و انتخاب مقوله‌ها و مضمون‌ها با همکاری سه تن از خبرگان حوزه شهرسازی انجام شد. هریک از خبرگان این کار را جداگانه انجام دادند. سرانجام، با اخذ دیدگاه‌ها و گردآوری مقوله‌های شبیه، دسته‌بندی نهایی مقوله‌ها انجام شد. مضمون‌ها و مقوله‌های نهایی شده از مصاحبه‌ها استخراج شدند.

در ادامه، با مقایسه مفاهیم گوناگون، به این نتیجه رسیدیم که مفاهیم الگوی بازآفرینی فرهنگ‌محور، که در

### ارائه الگو

از میان عوامل شناسایی شده، پارادایم رمزگذاری محوری انجام شد و، براساس آن، ارتباط خطی میان رمزگذاری محوری و رمزگذاری انتخابی و مقوله اصلی مشخص شد. شکل زیر پارادایم رمزگذاری محوری و، به عبارت دیگر، الگوی چرخه پویای تعاملات بین رویکرد بازآفرینی فرهنگ‌محور، ایده شهر خلاق و گردشگری خلاق را نشان می‌دهد که از مطالعه کیفی پژوهش به دست آمده است.



شکل ۳: الگوی گردشگری خلاق مبتنی بر رویکرد بازآفرینی فرهنگ‌محور



تحلیل عامل تأییدی استفاده شده است. این مقیاس شامل ۷ متغیر پنهان و ۲۷ متغیر قابل مشاهده است.

بار عاملی، در تمامی موارد، بزرگ‌تر از ۰/۳ است که هم‌بستگی قابل قبول متغیرهای پنهان (ابعاد هریک از سازه‌های اصلی) با متغیرهای قابل مشاهده را نشان می‌دهد. پس از این‌که هم‌بستگی متغیرها شناسایی شد، آزمون معناداری انجام شد. به منظور بررسی معناداری رابطه متغیرها از آماره t-value استفاده شد؛ زیرا معناداری در سطح خطای ۰/۰۵ بررسی می‌شود. بنابراین، اگر آماره آزمون t-value از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگ‌تر باشد، رابطه معنادار است. براساس نتایج شاخص‌های سنجش هریک از مقیاس‌های مورد استفاده در سطح اطمینان ۵ درصد، مقدار آماره t-value بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است که نشان می‌دهد هم‌بستگی‌های مشاهده شده معنادارند.

تمامی بارهای عاملی از ۰/۳ بالاترند. برای بیان مقبولیت این الگو از شاخص‌های برازش هنجار شده بنتلر - بونت<sup>۱</sup>، برازش نسبی<sup>۲</sup>، برازش افزایشی<sup>۳</sup>، شاخص‌های تطبیقی<sup>۴</sup> و مجذور کامل<sup>۵</sup> استفاده شده است که نتایج به دست آمده از الگو در جدول ۶ نمایش داده شده است.

بخش دوم: تحقیق کمی، غربالگری شاخص‌های شناسایی شده

همان‌طور که مطرح شد، برای غربالگری و حصول اطمینان از اهمیت شاخص‌های شناسایی شده و انتخاب شاخص‌های نهایی از روش دلفی - فازی استفاده شده است. براساس تحلیل محتوایی، مصاحبه‌های تخصصی انجام و در نهایت ۲۷ مقوله شناسایی شدند. برای سنجش اهمیت شاخص‌ها از دیدگاه خبرگان استفاده شده است. دیدگاه خبرگان پیرامون اهمیت هریک از مقوله‌ها با طیف فازی هفت درجه گردآوری شده است. بنابراین، نتایج حاصل از غربالگری شاخص‌ها در دور اول مشخص شد. با توجه به نتایج به دست آمده، از آنجا که امتیاز رمزهای محوری بیشتر از ۰/۷ است، هیچ کدام از رمزهای محوری حذف نشدند و تحلیل دلفی فازی برای شاخص‌های باقی مانده در دور دوم ادامه یافت. در این مرحله، ۲۷ شاخص براساس دیدگاه ۱۵ خبره ارزیابی شدند. در دور دوم، هیچ سؤالی حذف نشد که این خود نشانه‌ای برای پایان دوره‌های دلفی است. براساس نتایج مشخص شد که در تمامی موارد اختلاف کوچک‌تر از ۰/۲ است. بنابراین، می‌توان دوره‌های دلفی را به پایان برد. در ادامه، به منظور تأیید عوامل استخراج شده از

جدول ۶: شاخص‌های برازش عوامل شناسایی شده

الگو	df/X <sup>۲</sup>	RMSA	NFI	CFI	GFI	IFI	RFI	SRMR	AGFI	PCLOSE
میزان قابل قبول	۳-۱	<۰/۱	>۰/۹	>۰/۹	>۰/۹	>۰/۹	>۰/۹	>۰/۰۹	>۰/۸	>۰/۰۵
محاسبه شده	۲/۸۷۳	۰/۰۹۰	۰/۹۴	۰/۹۷	۰/۹۴	۰/۹۹	۰/۹۹	۰/۱۴	۰/۸۹	۰/۰۷۶

در کل، با توجه به کلیه شاخص‌ها، می‌توان گفت این الگو، برازش مناسبی دارد. بارهای عاملی میزان تأثیر متغیر مشاهده شده در تبیین و اندازه‌گیری متغیرهای پنهان مربوط به خود را نشان می‌دهند و، برای تأیید بار عاملی، به سطح معناداری توجه می‌شود.

در کل، با توجه به کلیه شاخص‌ها، می‌توان گفت این الگو، برازش مناسبی دارد. بارهای عاملی میزان تأثیر متغیر مشاهده شده در تبیین و اندازه‌گیری متغیرهای پنهان مربوط به خود را نشان می‌دهند و، برای تأیید بار عاملی، به سطح معناداری توجه می‌شود.

### بحث و نتیجه گیری

مطابق آنچه اشاره شد، برای ارائه الگوی گردشگری خلاق مبتنی بر رویکرد بازآفرینی فرهنگ محور در بافت تاریخی شهر خلاق سمنان، هفت مضمون فضایی، اجتماعی،

1. Bentler-Boult standardized fit Indicator  
2. Relative fit Indicator  
3. Additive fit Indicator  
4. Comparative indicator  
5. Full square Indicator



بافت‌های تاریخی شهرهای ایران دقیقاً رمزگشایی شوند، الگوی موردنظر قابلیت تعمیم‌پذیری و بهره‌برداری با رویکرد موردنظر را خواهد داشت؛ زیرا مقوله‌های مطرح‌شده برای ۷ مضمون در این پژوهش بر دیدگاه صاحب‌نظران داخلی مسلط به بافت تاریخی مبتنی است. الگوی گردشگری خلاق شهری در بستر بافت تاریخی شهر خلاق سنندج به شرح ذیل قابلیت اجرایی شدن خواهد داشت:

مضمون نخست یا مضمون «انسانی»: که مبتنی بر مقوله‌های استعداد، هسته خلاق و بوهیمیان است. این مضمون پیشنهاد می‌کند که شهرداری سنندج و سازمان‌های مرتبط مشوق‌هایی اقتصادی و فرهنگی برای حمایت از نخبگان دانشگاهی و متخصصان مرتبط با رشته‌های هنر، میراث فرهنگی و گردشگری خلاق ارائه کنند.

مضمون دوم یا مضمون «اقتصادی»: شامل مقوله‌های اقتصاد خلاق، نوآوری و اقتصاد فرهنگی است که بر احیای اقتصاد از طریق ارتقای کیفی و توجه به تعداد روزنامه‌ها و کتاب‌های منتشرشده، تئاتر، نمایشگاه، صنایع موسیقی، فیلم‌های برجسته تولیدشده در یک سال اخیر و گردش مالی آن تأکید می‌کند. بدین ترتیب، ضمن جذب منافع جدید برای شهر و سیاست‌های فرهنگی، تأثیرات مثبت آن در هویت‌سازی و تغییرشکل چشم‌انداز شهر و بافت تاریخی محسوس خواهد بود و ارتباط بین دو مضمون فرهنگ و اقتصاد مزیت رقابتی شهر خلاق سنندج را افزایش خواهد داد.

مضمون سوم یا مضمون «نهادی»: شامل مقوله‌های محیط نهادی، مشوق‌ها و مقررات و چارچوب عمومی و سیاسی است. تأکید بر تعیین چشم‌انداز برای بافت تاریخی از طریق سرمایه‌گذاری در آینده‌پژوهی و تحقق‌پذیری اهداف شهر و تأکید بر اهمیت برنامه‌های کلان و سیاست‌های مدیریت شهری و نظارت مستمر آن و افزایش مشوق‌های مالیاتی برای کمک‌های مالی و حمایتی از هنرمندان و گروه‌های مرتبط با گردشگری خلاق، افزایش همکاری میان مقامات محلی، شرکت‌ها و گروه‌های ذی‌نفع، افزایش اختیارات با به‌وجود آوردن امکان مدیریت محله‌های تاریخی توسط ساکنان سبب تسریع در اجرایی شدن الگوی موردنظر می‌شود.

مضمون چهارم یا مضمون «ساختاری»: شامل مقوله‌های ادراک فساد، آزادی بیان، کارآفرینی، فناوری اطلاعات و ارتباطات، زیرساخت اجتماعی-فرهنگی، زیرساخت حامی خلاقیت و زیرساخت مالی است. اعلام عمومی فعالیت‌ها در سازمان‌های شهرداری و نهادهای مرتبط با بافت تاریخی، تشویق مشتریان تلفن همراه متصل به اینترنت برای استفاده از سامانه‌های هوشمند مرتبط به

گردشگری خلاق، ارتقای کیفی کتابخانه‌های عمومی، موزه‌ها، فرهنگسراها با افزایش سرانه‌های موردنیاز و تشویق شهروندان برای مراجعه به کتابخانه‌های عمومی با ارائه کارت‌های هدیه مدنظر مسئولان ذی‌ربط پیشنهاد می‌شود. مضمون پنجم یا مضمون «فرهنگی»: شامل مقوله‌های محیط فرهنگی، گردشگری و هنجارها و ارزش‌هاست مانند مرمت و نگهداری آثار تاریخی، میراث معماری و باستان‌شناسی و ترویج میراث نامشهود یا ناملموس، توجه به آثار هنری فاخر و کالاهای ارزشمند در مواجهه با محصولات تقلبی، توجه به فعالیت خلاقانه و ارزش‌نهادن به فعالیت خلاقانه کودکان و نوجوانان، ارتقای کیفی کتابخانه‌های عمومی، موزه‌ها، فرهنگسراها با افزایش سرانه‌های موردنیاز و تشویق شهروندان برای مراجعه به کتابخانه‌های عمومی از طریق ارائه کارت‌های هدیه، افزایش هزینه‌های فرهنگی سالانه در هر خانوار با ارائه کارت‌های هدیه از سوی شهرداری، افزایش و ارتقای کیفی سینماهای عمومی، موزه‌های عمومی، سالن‌های کسرت عمومی و سینمای روباز در شهر، افزایش سرانه تعداد تخت هتل‌های پنج‌ستاره و چهارستاره، افزایش مؤسسات گردشگری خلاق. در این میان، ایجاد پهنه‌های فرهنگی سبب تولید و تسریع فعالیت‌های فرهنگی خلاقانه می‌شود و با رجوع معنادار به هویت خرده‌فرهنگ قوم کرد، امکان مسیر رویدادمداری فراهم می‌شود. این امر، با بهادادن به سرمایه‌گذاری بخش خصوصی برای بازآفرینی فرهنگ‌محور، می‌تواند پاسخ‌گوی نیازهای مردم باشد و در رشد و توسعه اقتصاد زندگی روزمره آن‌ها مؤثر باشد و موجب جذب و حضور هم‌زمان سه گروه هدف شامل شهروندان، گردشگران داخلی و خارجی شود. مضمون ششم یا مضمون «اجتماعی»: شامل مقوله‌های تسامح و تساهل، جو اجتماعی و ارزش‌ها و هنجارهاست. تأکید بر افزایش مشارکت شهروندان و حمایت از انجمن‌های مدنی، افزایش و ارتقای مؤسسه‌های دانش‌بنیان به‌منظور رونق اقتصادی بافت تاریخی شهر، افزایش مؤسسه‌های فعال در زمینه آموزش مهارت‌های هنری و زبان به شهروندان، کشف و پرورش استعدادها محلی با اولویت کودکان و با هدف حفظ جمعیت ساکن در بافت تاریخی، بهادادن به سازمان‌های مردم‌نهاد و توجه به حضور شهروندان، برگزاری همایش و جشنواره‌های فرهنگی با عنوان «گردشگری خلاق» برای آشنایی بیشتر مدیران منطقه به‌خصوص مدیران وزارت میراث فرهنگی و گردشگری، شهرداری و تمامی افراد درگیر در این صنعت، ارتقای کتابخانه‌های تخصصی، فروشگاه‌های تخصصی، تنوع کافه‌های سنتی و رستوران‌ها و افزایش تعداد و امکانات هتل‌ها با فعال‌سازی هتل‌های پنج‌ستاره و چهارستاره شهر



تاریخی شهر خلاق سنندج، سبب رشد اقتصاد خلاق و تولید ثروت پایدار از «میراث ملموس و ناملموس» شود و فرصت مشارکت خلاق گردشگران با ساکنان بافت را فراهم کند که موجب افزایش سطح رفاه اجتماعی شهروندان نسل حاضر و آینده خواهد شد. در این صورت، علاوه بر بازتولید «فضا» و تداوم حضور در شبکه شهرهای خلاق یونسکو، توان رقابتی آن در مقیاس ملی و بین‌المللی افزایش می‌یابد. در نهایت، هدف غایی مرمت شهری مبنی بر حفاظت و توسعه توأمان تأمین می‌شود و به ارتقای منزلت مکان می‌انجامد.

از محدودیت‌های پژوهش نیز می‌توان به نبود یک رویکرد فرهنگی جامع برای پاسخ‌گویی به مسائل شهر در مطالعات شهری یاد کرد که در ایده‌های جامع و ایده مرمت و بهسازی شهری سنندج مشهود است. همچنین، نبود اطلاعات روزآمد در وبگاه‌های مراکز رسمی مرتبط با پژوهش مانند شهرداری سنندج، وزارت میراث و گردشگری، نوپابودن سازمان فناوری اطلاعات در شهرداری سنندج نیز از دلایل دیگر این محدودیت دریافت اطلاعات است. بنابراین، با توجه به آنچه اشاره شد، می‌توان پژوهش‌هایی را در زمینه‌های ذیل پیشنهاد کرد:

- بررسی راهکارها و شیوه‌های جلب همکاری و مشارکت شهروندان برای گردشگری خلاق؛
- بررسی جایگاه فرهنگ و میراث ملموس و غیرملموس برای ظرفیت‌سازی گردشگری خلاق؛
- تدوین چارچوبی برای بومی و محلی کردن دستاوردها و تجربه‌های گردشگری خلاق؛
- تحقیق و مطالعه در زمینه سازوکارهای تعامل مصرف فرهنگی و بازارهای خلاق محلی با بازآفرینی شهری فرهنگ محور و
- تبیین ارتباط میان توسعه پایدار شهری و تنوع فرهنگی و بازآفرینی شهری فرهنگ محور.

## منابع

- اسدی، احمد و سامی، ابراهیم (۱۳۹۷). ارزیابی میزان تطابق شهر قاین با شاخص‌های شهر خلاق. م‌ج‌ل‌ة ن‌گ‌ر‌ش‌ ه‌ای ن‌و در ج‌غ‌ر‌ا‌ف‌ی‌ا‌ی ا‌ن‌س‌ا‌ن‌ی، ۱۰(۴۰)، ۱۳-۲۶.
- امیری، مجتبی، ذوالفقارزاده، محمد مهدی، زیاری، کرامت‌اله و اشتری، حسن (۱۳۹۸). کاربست روش مرور سیستماتیک ادبیات در شناسایی ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های شهر خلاق. مجله پژوهش‌های جغرافیای برنامه‌ریزی شهری، ۷(۴)، ۷۰۱-۷۲۲.

و مجهز به بخش صنایع دستی دارای کارگاه‌های آموزش این صنایع به مهمانان علاقه‌مند هتل. در این میان، شبکه‌سازی و خلق جاذبه‌های شهری فرهنگ محور سبب هم‌پیوندی موارد ذکر شده می‌شود.

مضمون هفتم یا مضمون «فضایی»: شامل مقوله‌های محیط کالبدی، امکانات رفاهی، زیست‌پذیری و ویژند و بازارانه شهر است. معرفی محله‌های اصیل بافت تاریخی از طریق سازمان‌های شهرداری و سازمان‌های مردم‌نهاد، فراهم کردن زیرساخت‌های نرم و سخت، افزایش مسیرهای پیاده‌روی و دوچرخه‌سواری خلاقانه، افزایش و ارتقای کیفی مدارس هنری، افزایش و ارتقای نشانه‌ها، نمادها، عناصر و چشم‌اندازهای متنوع با اولویت خرده‌فرهنگ قوم‌گردد در بافت تاریخی، توجه به بازآفرینی میراث‌های هنری قدیمی شهر، افزایش تعداد فضاهای عمومی (نیمه‌عمومی) برای نشست‌های غیررسمی (فضاهای سوم)، ارائه جشنواره‌ها و رویدادهای فرهنگی و خلاقانه، توجه به میراث ملموس و ناملموس، ارائه خدمات تخصصی در زمینه فعالیت‌های خلاق در کتابخانه‌ها و فروشگاه‌های تخصصی و خدمات رفاهی شامل تنوع کافه‌ها و رستوران‌ها و فضاهای باز و پارک‌ها، ایجاد فضاهای ورزشی، بهره‌گیری از فرهنگ و منابع فرهنگی برآمده از خرده‌فرهنگ قوم‌گردد و احیای میراث و بهره‌برداری از نقش تاریخی - فرهنگی بافت تاریخی شهر سنندج از طریق بازتولید مکان.

این موارد می‌توانند با بهبود کیفیت فضا، خلق چهره‌ای فرهنگی و خلاق برای شهر و ترکیب جایگاه فرهنگی - هنری مکان خلاقانه به آفرینش مکان‌های فرهنگی بینجامند به‌گونه‌ای که، با کاهش جرائم پرتکرار در بافت تاریخی از طریق فراهم کردن کاربری‌های تفریحی و اوقات فراغت و فعال‌شدن در گروه‌های تولیدی صنایع دستی مانند فرش‌بافی در محدوده بافت تاریخی، شرایط زیست‌پذیری شهروندان فراهم شود و به ایجاد ارزش افزوده اقتصادی و ثروت شهری پایدار منجر شود. تعامل با پایتخت‌های فرهنگی یونسکو و دیگر شهرهای خلاق در زمینه موسیقی در شبکه شهرهای خلاق یونسکو و ثبت نام ساختمان‌های دارای میراث ارزشمند در بافت تاریخی در فهرست میراث جهانی یونسکو بستر تعامل با شبکه جهانی شهرهای خلاق را فراهم می‌کند و سبب افزایش اعتماد شهروندان به نگرش‌ها، ارزش‌ها، تولید محلی، فرهنگی و امکانات عمومی خود می‌شود. این امر با ارتقای کیفی فضاهای فرهنگی و توجه به کیفیت غذاها، جاذبه‌های طبیعی، پارک‌ها، رویدادها و جشنواره‌ها موجب بازارانه شهر تاریخی سنندج می‌شود.

در نهایت، الگوی ارائه‌شده می‌تواند، با بهره‌گیری از تمرکز فرهنگی بر ظرفیت بالقوه فرایندهای خلاق در بافت





- ایراندوست، کیومرث و غلامی زارچی، مصطفی (۱۳۹۴). ارتقای فرصت حضور و مشارکت مردم با استفاده از معرفی گونه‌های فضای عمومی شهر خلاق (نمونه موردی شهر یزد). نشریه هنرهای زیبا، معماری و شهرسازی، ۲۰(۲)، ۴۷-۵۸.
- ایمیری، راب و لیز، لورتا و راکو، مایک (۱۳۹۰). نوسازی شهر لندن: حکمرانی، پایداری و اجتماع محوری در یک شهر جهانی. مجتبی رفیعان (مترجم). انتشارات دانشگاه تهران.
- بسته‌نگار، مهرنوش، حسنی، علی و خاکزار بفرونی، مرتضی (۱۳۹۶). طراحی مدل مفهومی گردشگری خلاق. فصلنامه علمی - پژوهشی گردشگری و توسعه، ۱۱(۶)، ۸۱-۱۰۸.
- پوراحمد، احمد و احمدی‌فرد، نرگس (۱۳۹۷). بررسی نقش گردشگری خلاق در بازآفرینی تاریخی (مطالعه موردی: منطقه ۱۲ شهر تهران). مجله پژوهش‌های جغرافیایی برنامه‌ریزی شهری، ۶(۱)، ۷۵-۹۰.
- حاتمی‌نژاد، حسین و شریفی، امیر (۱۳۹۴). بررسی نقش گسترش گردشگری شهری بر توسعه پایدار شهری (نمونه موردی: شهر سنندج). فصلنامه گردشگری شهری، ۱۱(۲)، ۶۱-۷۴.
- حبیبی، کیومرث، رحیمی کاکه‌جوب، آرمان و عبدی، محمدحامد (۱۳۹۴). ارزیابی پایداری گردشگری در اماکن تاریخی فرهنگی با استفاده از مدل جاپای بوم‌شناختی (مطالعه موردی: خانه کرد، شهر سنندج). فصلنامه گردشگری شهری، ۲(۲)، ۱۰۵-۱۲۰.
- حسین‌پور، سیدعلی، امیرگیلکی، مهشاد و حفار، امیرمحمد (۱۳۹۸). تبیین شاخص‌های شهر خلاق در خیابان احمدآباد مشهد با استفاده از AHP. مجله مطالعات طراحی شهری و پژوهش‌های شهری، ۱(۴)، ۳۵-۴۴.
- دوستی، فرشته، زال، محمدحسن و رمضان‌زاده لسبویی، مهدی (۱۳۹۸). سنجش ظرفیت‌های گردشگری خلاق در کلان‌شهر تبریز. فصلنامه گردشگری شهری، ۶(۲)، ۱۳-۱.
- رجایی، فرهنگ (۱۳۸۴). مشکله هویت ایرانیان امروز: ایفای نقش در عصر یک تمدن و چند فرهنگ. تهران: نشر نی.
- رحیمی، ندا و زیاری، کرامت‌الله (۱۳۹۵). اولویت‌بندی ابعاد موسیقی سنتی تبریز و تأثیر آن در جذب گردشگر خلاق. سومین همایش بین‌المللی و ششمین همایش ملی گردشگری، جغرافیا، محیط‌زیست پایدار، همدان، ۱۲-۱۰.
- زال، محمدحسن، دوستی، فرشته و رمضان‌زاده لسبویی، مهدی (۱۳۹۷). گردشگری خلاق، ابزاری برای توسعه شهری (مطالعه موردی: کلان‌شهر تبریز). مجله پژوهش‌های جغرافیایی برنامه‌ریزی شهری، ۶(۴)، ۷۵۳-۷۶۸.
- زنگنه شهرکی، سعید و فتوحی مهربانی، باقر (۱۳۹۷). تبیین الگوی مطلوب شهر خلاق برای کلان‌شهر تهران. فصلنامه شهر پایدار، ۱(۴)، ۱۲۵-۱۳۹.
- سعیدی رضوانی، نوید و باقرزاده حسینی، سیدنیکان (۱۳۹۴). گردشگری خلاق با تکیه بر بناهای واجد ارزش تاریخی (نمونه موردی: محله بازار قزوین). همایش ملی معماری شهرسازی عمران و گردشگری توسعه پایدار شهری کانون معماران ایران، قزوین، ۷-۱.
- شبنانی، امیرحسین و ایزدی، محمدسعید (۱۳۹۳). رویکردی نوین به بازآفرینی شهر خلاق. نشریه علمی - پژوهشی نقش جهان، ۴(۲)، ۶۳-۷۱.
- صابری‌فر، رستم و نیت‌مقدم، صالحه (۱۳۹۷). بررسی میزان موفقیت در دستیابی به شهرهای خلاق و نوآور (نمونه موردی: شهر فردوس). مجله مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی، ۱۳(۳)، ۶۱۳-۶۲۷.
- صفایی‌پور، مسعود و جعفری، یحیی (۱۴۰۰). تحلیل وضعیت مؤلفه‌های گردشگری خلاق در کلان‌شهر تبریز به‌عنوان پایتخت گردشگری کشورهای اسلامی. نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۲۱(۶۰)، ۱۰۷-۱۲۶.
- صفوی، یحیی، ضرابی، اصغر و سهیلی‌پور، مهدی (۱۳۹۷). ارائه مدلی در تبیین ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی توسعه در تحقق شهر خلاق (مطالعه موردی: شهر اصفهان). فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، ۳۳(۱۲۹)، ۱۴۵-۱۵۷.
- علی‌اکبری، اسماعیل و یاری، منیر (۱۳۹۸). برنامه‌ریزی گردشگری خلاق فرهنگی شهر سنندج برپایه رقابت‌پذیری منطقه‌ای با استفاده از تکنیک Meta-SWOT. چهاردهمین کنفرانس انجمن جغرافیایی ایران، تهران، ۳۲-۱.





تأکید بر آموزش صنایع دستی به کودکان (مطالعه موردی: شهر اصفهان). فصلنامه علمی - پژوهشی ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۸(۳)، ۲۱۷-۲۴۰.

مهندسین مشاور فجر توسعه (۱۳۸۹). ایده بهسازی و نوسازی بافت فرسوده شهر سنندج. شرکت مادر تخصصی عمران و بهسازی شهری.

میرزایی، منیر، ارغان، عباس و زند مقدم، محمدرضا (۱۳۹۸). شاخص‌های تأثیرگذار در شهر خلاق در خلق فضاهای تعاملی شهری (مورد مطالعه: شهر ری). فصلنامه علمی - پژوهشی و بین‌المللی انجمن جغرافیای ایران، ۱۷(۱۶)، ۱۰۹-۱۲۴.

نجفی، اکبر، گراوند، یونس، قومی اوپلی، علی و قاسمی و سمه‌جانی، ابوطالب (۱۳۹۸). انتخاب منطقه نمونه گردشگری در استان خراسان جنوبی با استفاده از تکنیک ANP. فصلنامه جغرافیا و توسعه، ۵(۶)، ۱۳۹-۱۵۸.

نظم‌فر، حسین، علوی، سعیده و عشقی چهار برج، علی (۱۳۹۶). سنجش میزان برخورداری سکونتگاه‌های شهری استان اردبیل از شاخص‌های شهر خلاق. نشریه جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، ۲۸(۲)، ۱۶۸-۱۸۴.

Aranha, E. A., Prado Garcia, N. A., & Dos Santos, P. H. (2017). Fostering Entrepreneurship, Creativity and Innovation in Cities. *International Business Research*, 10(4).

Bianchini, F., & Ghiraldi, L. (2007). Thinking Culturally about place. *Place Branding and Public Diplomacy*, 3(4), 280-286.

Bolívar, M., & Rodríguez, P. (2018). Creative citizenship: the new wave for collaborative environments in smart cities. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 31(1), 277-302.

Boschma, R. A., & Fritsch, M. (2009). Creative Class and Regional Growth: Empirical Evidence from Seven Countries. *Economic Geography*, 85(4), 391-423.

فکوهی، ناصر (۱۳۸۶). خرده‌فرهنگ‌های اقلیتی و سبک زندگی روندها و چشم‌اندازها. فصلنامه تحقیقات فرهنگ، ۱(۱)، ۱۴۳-۱۷۴.

کلاتتری، محسن، رجایی، سیدعباس و فتوحی مهربانی، باقر (۱۳۹۵). تحلیلی بر برخورداری کلان‌شهرهای ایران از شاخص‌های شهر خلاق. مجله پژوهش‌های جغرافیایی برنامه‌ریزی شهری، ۴(۴)، ۶۱۲-۵۸۷.

کیانی سلمی، صدیقه و صفری، حامد (۱۳۹۸). تحلیل و بررسی شاخص‌ها و عوامل گردشگری خلاق در بافت‌های فرسوده شهری اصفهان (نمونه موردی: محله جویباره). نشریه علمی ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۹(۱)، ۱۱۵-۱۵۲.

لطفی، سهند، شعله، مهسا و علی اکبری، فاطمه (۱۳۹۵). تدوین چارچوب مفهومی کاربست اصول و آموزه‌های بازآفرینی شهری فرهنگ‌مبنا (موردپژوهی: بافت تاریخی شیراز). نشریه علمی - پژوهشی انجمن علمی معماری و شهرسازی ایران، ۸(۱۳)، ۲۲۹-۲۴۵.

لطفی، سهند (۱۳۹۰). بازآفرینی شهری فرهنگ‌مبنا: تأملی بر بن‌مایه‌های فرهنگی و کنش بازآفرینی. نشریه هنرهای زیبا، ۳(۴۵)، ۴۹-۶۲.

لندری، چارلز و هیامز، جاناتان (۱۳۹۵). شاخص شهر خلاق: سنجش نشانه‌های حیات شهر خلاق، اسفندیار حیدری‌پور و فرهنگ مظفر (مترجمان). اصفهان: انتشارات معمارخانه باغ منظر.

مافی، رضا، قدمی، محسن، مظاهری، محمد مهدی و فراهانی، فاطمه (۱۳۹۷). ارائه الگوی مطلوب شهر خلاق در کلان‌شهر تهران. مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۱۱(۱)، ۳۳-۶۱.

مرادی، فاطمه، زرآبادی، زهراسادات سعیده و ماجدی، حمید (۱۳۹۸). واکاوی اصول بازآفرینی شهری فرهنگ‌مبنا با رویکرد ارتقای رقابت‌پذیری. مجله باغ نظر، ۱۶(۷۰)، ۱۶-۵.

مرکز آمار ایران (۱۳۹۵). نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن شهر سنندج سال ۱۳۹۵.

مهاجر، بشری، شفیع، زاهد و خواجه احمد عطاری، علیرضا (۱۳۹۷). بررسی نقش گردشگری خلاق هنر محور با

- approach to evaluate sustainable tourism. *Environmental Impact Assessment Review*, 34(12), 41-50.
- Girard, L. F. (2011). Creativity and the Human Sustainable City: Principles and Approaches for Nurturing City Resilience. *Sustainable City and Creativity: Promoting Creative Urban Initiatives*, 55-96.
- Grodach, C. (2013). Cultural Economy Planning in Creative Cities: Discourse and Practice. *International Journal of Urban and Regional Research*, 37(5), 1747-1765.
- Gullino, Silvia (2009). Urban regeneration and democratization of information access, *Journal of environmental management*, 90, 2012 - 2019.
- Hong, J. S., Tsai, C. Y., Yang, T. C., & Liu, C. H. (2016). Exploring the relationship between proactive personality, work environment and employee creativity among tourism and hospitality employees. *International Journal of Hospitality Management*, 54, 25-38.
- Hospers, G. J., & Pen, C. J. (2008). A view on creative cities beyond the hype. *Creativity and Innovation Management*, 17(4), 259-270.
- Hull, J. S., & Sassenberg, U. (2012). Creating New Cultural Visitor Experiences on Islands: Challenges and Opportunities. *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 4(26), 91-110.
- Kahraman, C. (Ed.) (2009). *Fuzzy Multi-Criteria Decision Making: Theory and Applications with Recent Developments* (Vol. 16). Springer Science & Business Media.
- Kern, P. & Runge, J. (2009). KEA briefing: towards a European creativity index. *Measuring Creativity*, 191.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Bury, J. (2013). Creative Capital in Small Cities? Niepołomice as an Example, the Idea of Creative City, the Urban Policy Debate, Cracow 17-18 October 2013.
- Center of excellence of Creative Industries and innovation (CCI) (2012). CCI creative city index 2012.
- Cheng, J. H., Lee, C. M., & Tang, C. H. (2009). An Application of Fuzzy Delphi and Fuzzy AHP on Evaluating Wafer Supplier in Semiconductor Industry. *WSEAS Transactions on Information Science and Applications*, 6(5), 756-767.
- Competence Centre on Composite Indicators and Scoreboards (COIN) (2017). Cultural and Creative Cities Monitor 2017, Joint Research Centre (JRC), the European Commission's Science and Knowledge Service, Ispra, Italy.
- De Oliveira, L. I. P. M. (2015). Culture as an Engine Palo Alto's Urban Regeneration Process. *On the W@terfront*, 7-45.
- Ertan, T., & Eerciolu, Y. (2016). Historic city center Urban regeneration: case of Malaga and Kemeralt, Izmir. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 223, 601-607.
- Evans, G., & Shaw, P. (2004). The Contribution of Culture to Regeneration in the UK: A Review of Evidence. A report to the Department for Culture Media and Sport. <http://repository.londonmet.ac.uk/id/eprint/6109>.
- Florida, R., Mellander, C., & King, K. (2015). *The Global Creativity Index 2015*. The Martin Prosperity Institute, University of Toronto's Rotman School of Management.
- Garcia-Melon, M., Gomez-Navarro, T., & Acuna-Dutra, S. (2017). A combined ANP-delphi



- in *Economia E Gestao Das Cidades*, Do Porto University).
- Palys, T., & Atchison, C. (2012). Qualitative research in the digital era: Obstacles and opportunities. *International Journal of Qualitative Methods*, 11(4), 352-367.
- Pratt, A. C. (2010). Creative cities: Tensions within and between social, cultural and economic development: A critical reading of the UK experience. *City, Culture and Society*, 1(1), 13-20
- Rabauskaite, V. (2015). Revitalisation of public spaces in the fabric of creative tourism. *Creativity Studies*, 8(2), 124-133.
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative Tourism. In *Atlas News*, 23(8), 16-20.
- Richards, G., & Wilson, J. (2004). The Impact of Cultural Events on City Image: Rotterdam, Cultural Capital of Europe 2001. *Urban Studies*, 41(10), 1931-1951.
- Richards, G., & Palmer, R. (2012). *Eventful Cities*. Routledge.
- Roberts, P. W. Huge skyes (2003). *Urban Regeneration: handbook*. London: sage.
- Sasaki, M. (2010). Urban Regeneration through Cultural Creativity and Social Inclusion: Rethinking Creative City Theory through a Japanese Case Study. *Cities*, 27, S3-S9.
- Suhartanto, D., Brien, A., Sumarjan, N., & Wibisono, N. (2018). Examining attraction loyalty formation in creative tourism. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 10(2), 163-175.
- Tan, S. K., Luh, D. B., & Kung, S. F. (2014). A taxonomy of creative tourists in creative tourism. *Tourism Management*, 42, 248-259.
- Kim, H. (2013). The concept and strategy of creative tourism. *Policy of Korean Tourism*, 8-20.
- Kloosterman, R. C. (2014). Cultural amenities: Large and small, mainstream and niche-A conceptual framework for cultural planning in an age of austerity. *European Planning Studies*, 22(12), 2510-2525. DOI: 10.1080/09654313.2013.790594.
- KUZEL, A.J. (1992). Sampling in qualitative inquiry. *Doing qualitative research*, 33-46.
- Landry, C. (2012). *The creative city: A toolkit for urban innovators*. Routledge.
- Lazarevi, E. V., Koruznjak, A. B., & Devetakovi, M. (2016). Culture design-led regeneration as a tool used to regenerate deprived areas. Belgrade-The Savamala quarter; reflections on an unplanned cultural zone. *Energy and Buildings*, 115, 3-10.
- Li, Ling & Hong, Guangbin et al., (2016). Evaluating the performance of public involvement for sustainable urban regeneration, *Procedia engineering*, 145, 1493 - 1500.
- Lowes, M. (2015). *Placemaking and the Discourse of Creativity in Toronto's Creative City Revitalization Strategy*. University of Ottawa, 2003-2008.
- Marques, L., & Borba, C. (2017). Co-creating the city: Digital technology and creative tourism. *Tourism Management Perspectives*, 24, 86-93.
- Montalto, V., Moura, C. J. T., Langedijk, S., & Saisana, M. (2019). Culture counts: An empirical approach to measure the cultural and creative vitality of European cities. *Cities*, 89, 167-185.
- Montgomery, J. (1998). Making a city: Urbanity, vitality and urban design. *Journal of Urban Design*, 3(1), 93-116.
- Oliveira, C. I. P. (2011). Creative cities: the potential of Portuguese Cities. (Master Degree Dissertation

- Vanolo, A. (2008). The image of the creative city: Some reflections on urban branding in Turin. *Cities*, 25(6), 370-382
- Wu, C. H., & Fang, W. C. (2011). Combining the Fuzzy Analytic Hierarchy Process and the fuzzy Delphi method for developing critical competences of electronic commerce professional managers. *Quality & Quantity*, 45(4), 751-768.
- Yozcu, O. K., & Icoz, O. (2010). A model proposal on the use of creative tourism experiences in congress tourism and the congress marketing mix, *PASOS. Revista de Turismoy Patrimonio Cultural*, 8(3), 105-113.
- Toolis, E. E. (2017). Theorizing critical placemaking as a tool for reclaiming public space. *American Journal of Community Psychology*, 59(1-2), 184-199.
- Trip, J. J. (2007). What Makes a City? *Planning for Quality of Place, THE Case of High-Speed Train Station Area Development* (Vol. 12). IOS press.
- UNESCO (2006). United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism, Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism Santa Fe, New Mexico, U. S. A. October, 25-27.
- Vanista L. (2016). Culture Design-Led Regeneration as a Tool Used to Regenerate Deprived areas. Belgrade- the Savamala Quarter; Reflections on an Unplanned cultural Zone. *Energy and Buildings*, 115, 3-10. Elsevier.