

## معماری اکوسیستم گردشگری شهر خلاق گسترده‌نومی با تحلیل شبکه اجتماعی (مورد مطالعه: شهر رشت)

مهرنوش بسته‌نگار<sup>۱</sup>، علی حسینی<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۹/۱۸ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۲/۲۴

### چکیده

پارادایم گردشگری خلاق در نظام معرفت‌افزای گردشگری امروزه مورد اقبال قرار گرفته است و بسیاری بر این نظرند که پایداری صنعت گردشگری در گرو گردشگری خلاق است. پژوهش پیش رو از نوع کیفی و از منظر هدف کاربردی و به لحاظ رویکرد گردآوری داده‌ها توصیفی - تحلیلی است. در این پژوهش به معماری اکوسیستم گردشگری شهر خلاق گسترده‌نومی رشت پرداخته شده تا پیش‌زمینه‌ای برای توسعه ظرفیت مدیریت در این زیست‌بوم شبکه‌ای باشد. این معماری بر پایه نقش‌ها و کنش‌گران کلیدی اکوسیستم صورت پذیرفته است. برای یافتن نقش‌های مؤثر از روش تحلیل مضمون و برای تحلیل و تفسیر نقش‌ها و کنش‌گران کلیدی آن از روش تحلیل شبکه‌های اجتماعی بهره گرفته شده است. یافته‌های این مطالعه را می‌توان در دو سطح خرد و کلان بیان کرد. در سطح خرد، نقش‌ها و کنش‌گران کلیدی در سه طبقه تعیین و تحلیل شده‌اند: «نقش‌هایی که در اکوسیستم اجرا می‌شوند»، «نقش‌هایی که هنوز اجرایی نشده‌اند» و «نقش‌هایی که در میانه راه اجرا هستند». همچنین تبیین شده که کنش‌گران کلیدی باید چه رفتاری را برای بهبود و توسعه اکوسیستم در پیش بگیرند. در سطح کلان، نشان داده شده که شرط لازم و کافی برای توسعه اکوسیستم گردشگری شهر خلاق گسترده‌نومی رشت، توسعه و گسترش سرمایه اجتماعی در این شهر است. سرمایه و گنجی که بستر زایش و رویش آن رواداری و تساهل و تسامح است. بدیهی است که رفاه و زیست‌پذیری جامعه محلی این مقصد خلاق با جذب گردشگران بین‌المللی افزایش خواهد یافت.

**واژه‌های کلیدی:** گردشگری خلاق، شهر خلاق، گسترده‌نومی، تحلیل شبکه‌های اجتماعی، معماری اکوسیستم کسب‌وکار.

۱- نویسنده مسئول: استادیار پژوهشکده توسعه تکنولوژی جهاد دانشگاهی (mnegar51@gmail.com)

۲- دانشیار دانشکده علوم گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ

## مقدمه

امروزه جوامع انسانی تحولاتی را در حوزه‌های گوناگون تجربه می‌کنند. ورود به عصر اقتصاد دانش‌بنیان و شبکه‌ای و اقتصاد تجربه در حوزه اقتصادی، تحولات فناورانه در حوزه اطلاعات و ارتباطات که جنبه‌های گوناگون سفر را تحت تأثیر قرار داده و تسهیل و تسریع کرده، تغییرات بنیادین در مفهوم شهر از شهرهایی که در کنار کارخانجات و مراکز صنعتی شکل می‌گرفته تا شهرهایی که بزرگ‌ترین و اصلی‌ترین دارایی آن‌ها فرهنگ است، تغییر نگرش جوامع بشری از توجه صرف به سرمایه و میراث ملموس به میراث ناملموس و افزایش علاقه به آن، غلبه فلسفه پسانوگرا (پست‌مدرن) در امر گردش و تفریح به گونه‌ای که گردشگران فرهیخته در پی معنا بخشی به زندگی خود هستند، تغییر مفهوم ارزش در دنیای کسب‌وکار و جانشینی توأمان همکاری - رقابت به جای رقابت صرف، دستیابی به پارادایم توسعه پایدار و... تحولاتی هستند که وقوع و پیشرفت آن در حوزه اندیشه و عمل آدمیان مشهود است؛ گرچه یافتن رابطه علت و معلولی میان آن‌ها دشوار می‌نماید.

به نظر نگارندگان، در چنین پارادایم و محیطی «خلاقیت» و «نگرش شبکه‌ای و اکوسیستم‌محور» دو کلیدواژه مهم و اساسی در پایداری است؛ زیرا یکی نوآوری پی‌درپی و زایش مستمر را نوید می‌دهد و دیگری زاویه نگرش را گسترش می‌دهد و تعمیق می‌بخشد، به طوری که نه تنها کنش‌گران بیشتری دیده می‌شوند، بلکه تعاملات و رفتارهای پیچیده آنان و دگرگونی نقش‌هایشان با گذر زمان نیز از نظر دور نمی‌ماند (بسته‌نگار، ۱۳۹۷).

اکنون باید دید صنعت روبه‌رشد گردشگری در اقتصادی خلاق و پایدار چگونه بازتعریف می‌شود. به این منظور، پژوهش پیش رو پنجره‌ای بر گردشگری خلاق و معماری اکوسیستم آن گشوده است تا پاسخی بر یکی از هزاران سؤال آن بیابد.

پیش‌گامی شهر رشت و ثبت آن در شمار شهرهای خلاق گسترونومی<sup>۱</sup> یونسکو (Unesco, 2017) مجال مغتنم است تا با معماری اکوسیستم گردشگری این شهر خلاق الگویی بومی برای حکمروایی در شهرهای خلاق کشور ایجاد شود. اگرچه تمرکز این پژوهش بر گردشگری شهر خلاق گسترونومی است، اما الهام‌بخش و قابل استفاده و استناد برای سایر حوزه‌های شهرهای خلاق یونسکو<sup>۲</sup> در ایران خواهد بود. پارادایم گردشگری خلاق شکل پایداری از گردشگری است که موجب تمایز مقاصد می‌شود (Richards and Wilson, 2006) و همان‌طور که پژوهش‌ها نشان می‌دهد، عامل مؤثری در احیا، بازآفرینی و توسعه مقصدهاست (Yozcu and İçöz, 2010). رشت، تنها شهر خلاق گسترونومی ایران در این شبکه، باید این قابلیت را داشته باشد که زیرساخت و زیست‌بوم خود را بهبود بخشد و ارتقا دهد. مسئله اصلی اینجاست که برای توسعه گردشگری خلاق در شهر مورد مطالعه چه باید کرد تا به

۱- Gastronomy: دایرةالمعارف بریتانیکا (۲۰۰۰) گسترونومی را «هنر انتخاب، آماده‌سازی، سروکردن و لذت بردن از غذای خوب» تعریف کرده است. در اغلب اسناد مرتبط با شهر خلاق رشت، گسترونومی به «خوراک و هنر آشپزی» ترجمه شده ولی در این پژوهش به لحاظ حفظ بار معنایی همان واژه لاتین آن به کاررفته است که به علت نگاه نظام‌مند به موضوع شامل تمامی ابعادی می‌شود که به گردشگری شهر خلاق مرتبط است.

۲- حوزه‌های ادبیات، موسیقی، رسانه، طراحی، فیلم، صنایع دستی.

توسعه، پایداری و مانایی آن در شبکه شهرهای خلاق جهانی منجر شود. امروزه در رویکردهای نوین مدیریت، نگرش‌های بلندمدت، نظام‌مند، کلی‌نگر و فرابخشی جانشین نگرش‌های سنتی شده است؛ به طوری که مدیریت زنجیره ارزش صنعت جای خود را به مدیریت اکوسیستم کسب‌وکار داده است. در نگرش اکوسیستمی، اعتقاد بر این است که حضور و عملکرد هریک از اعضا در سرنوشت کل اکوسیستم تأثیر می‌گذارد (Den Hartigh and Tol, 2008). در واقع مفهوم اکوسیستم‌های کسب‌وکار مفهوم سنتی زنجیره‌های تأمین صنعت را ارتقا می‌دهد و پایدارتر می‌کند، به طوری که روابط پیچیده میان سازمان‌ها رشته اصلی فرایند خلق ارزش در اکوسیستم کسب‌وکار به شمار می‌رود و تلاش همه بازیگران اکوسیستم تضمین‌کننده بقا و موفقیت آن است.

هدف از این پژوهش آن است که، به منظور مدیریت و حکمرانی اکوسیستم گردشگری شهر خلاق گسترده‌نومی رشت، معماری این اکوسیستم در حد بضاعت صورت گیرد. به بیان دیگر، با وجود این که شهر رشت، به علت برخورداری از میراث ناملموس خوراک و هنر آشپزی، توانسته در این حوزه مطرح و ثبت جهانی شود ولی پاشنه آشیل این رویداد مدیریت این اکوسیستم است که اگر ارتقا نیابد، ممکن است سبب حذف شهر رشت از شبکه شهرهای خلاق جهانی در ارزیابی‌های چهارساله یونسکو شود.

### مبانی نظری پژوهش

مفهوم «گردشگری خلاق»<sup>۱</sup> را می‌توان مولود سال ۱۹۹۳ دانست؛ یعنی زمانی که پیرس و باتلر اولین بار آن را شکل بالقوه‌ای از گردشگری معرفی کردند (Pearce and Butler, 1993). از نخستین نظریه‌پردازان «شهر خلاق» می‌توان از جان راسکین و ویلیام موریس نام برد. آن‌ها در قرن نوزدهم، در برابر اقتصاد صنعتی، اقتصاد هنر را طرح کردند که بر فعالیت‌های خلاق انسانی تأکید داشت (قربانی و همکاران، ۱۳۹۲).

بنابراین گردشگری خلاق و شهر خلاق هر دو از مفاهیمی هستند که پژوهشگران و نظریه‌پردازان متعددی در طی این سال‌ها از زوایا و ابعاد گوناگون به آن پرداخته‌اند؛ اما در این پژوهش «گردشگری شهر خلاق» که ترکیب معناداری از این دو واژه است مورد توجه و تأکید قرار گرفته است.

### گردشگری شهر خلاق

گردشگری خلاق، با شعار «موزه‌های کمتر، میدان‌های بیشتر»<sup>۲</sup>، از حد دیدار صرف آثار تاریخی و چشم‌اندازهای طبیعی فراتر رفته و بر انجام فعالیت‌های تجربی و تعامل عمیق‌تر با زندگی جامعه محلی تأکید می‌کند. به بیان دیگر، گردشگری خلاق مشاهده‌ای مشارکتی است که در آن تمامی حواس پنج‌گانه گردشگر در خلق تجربه یگانه‌اش درگیر می‌شود.

مطالعات صورت‌گرفته در خصوص گردشگری خلاق در گستره‌ای از عرضه‌محوری تا تقاضا‌محوری و همچنین در پیوستاری از مقصد‌محوری تا فعالیت‌محوری جای گرفته‌اند. نگارندگان با تلافی دادن دو گستره یادشده مدلی مفهومی برای گردشگری خلاق طراحی کرده‌اند. اکوسیستم گردشگری شهر

1. Creative Tourism

2. "less museums, more squares"

خلاق بخشی از این مدل است که از تلاقی مقصدمحوری و عرضه‌محوری شکل می‌گیرد. در این ربع مدل، تعاملات شبکه‌های رسمی و غیررسمی در بالاترین حد است. این شبکه‌ها نه تنها صنایع و خوشه‌های فرهنگی و خلاق را دربر می‌گیرند که زیرساخت‌ها، ساختارها، امکانات و منابع مقصد را نیز به چالش می‌کشند (بسته‌نگار و همکاران، ۱۳۹۶).

در این پژوهش، این مفهوم از گردشگری خلاق مدنظر است و منظور از اکوسیستم گردشگری شهر خلاق اکوسیستم کسب‌وکاری است که بر پلتفرم گردشگری خلاق در شهر خلاق بنا شده است.

### شبکه شهرهای خلاق یونسکو

شبکه شهرهای خلاق یونسکو در حال حاضر (تا پایان سال ۲۰۱۷ میلادی) ۱۸۰ شهر را در خود جای داده است. هدف از تأسیس این شبکه سوق‌دادن شهرهای عضو به افزایش همکاری‌های بین‌المللی به منظور توجه بیشتر به خلاقیت به‌منزله ابزاری در راستای دستیابی به توسعه پایدار شهری و نیز رونق فرهنگی و مشارکت اجتماعی آن‌هاست، به طوری که تفکر خلاق ساکنان همگام و هماهنگ با مدیریت شهری حرکت کند. شبکه شهرهای خلاق یونسکو نشان‌دهنده ظرفیت فراوان فرهنگ برای تقویت توسعه پایدار است و شهرها با پیوستن به این شبکه متعهد می‌شوند که، با تقویت خلاقیت و صنایع فرهنگی و بالابردن سطح مشارکت، فرهنگ محلی را در طرح‌ها و راهبردهای توسعه اقتصادی و اجتماعی خود بگنجانند (Unesco, 2017).

در فهرست اعلام‌شده از سوی یونسکو<sup>۱</sup> در سال ۲۰۱۷، نام ۲۶ شهر در فهرست شهرهای خلاق گسترونومی به چشم می‌خورد. هریک از این شهرها به‌علت تنوع غذایی که در اثر سابقه کهن فرهنگی آن‌ها شکل گرفته در این فهرست جای گرفته‌اند. این شهرها با بهره‌گیری از نقش گسترونومی به‌منزله ابزار توسعه، از طریق برقراری پیوندهای دوطرفه با بخش‌های دیگر اقتصادی مانند کشاورزی، گردشگری، حمل‌ونقل، فراوری و نگه‌داری غذا، هتل‌داری و ...، از فواید اقتصادی زیادی برخوردار می‌شوند.

### معماری اکوسیستم‌های کسب‌وکار

در جهان امروز، فضاهای کسب‌وکار همانند اکوسیستم‌های زیستی شبکه‌های بزرگ به هم‌پیوسته‌ای هستند که اعضای آن به‌صورت پیچیده‌ای با یکدیگر در تعامل‌اند و با بیشترین مشارکت ارزش‌بالایی خلق می‌کنند تا اکوسیستم شرایط بهتری برای زیستن داشته باشد (افتخاری، ۱۳۹۵). به بیان دیگر می‌توان گفت در هر اکوسیستم کسب‌وکار<sup>۲</sup> میان همکاری<sup>۳</sup> و رقابت تعادل برقرار است (Iansiti and Levien, 2004). در این اکوسیستم که متشکل از سازمان‌ها، نهادها و افرادی است که بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند، سطح تحلیل از محصول یا خدمت به سطح سیستم ارتقا می‌یابد (Suh and Kim, 2015).

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

2. network

3. Business Ecosystem

4. Cooperation

در این تعریف، هریک از کسب‌وکارها با ایجاد ارزش بر ارزش کل اکوسیستم<sup>۱</sup> می‌افزایند و در نهایت سهم بیشتری به دست می‌آورند (افتخاری، ۱۳۹۵). پورتر و کرامر<sup>۲</sup> چنین ارزش‌های مشترکی را که به‌طور هم‌زمان ارتقادهنده رقابت‌پذیری و پیش‌برنده شرایط اقتصادی و اجتماعی است، شالوده نوآوری و بهره‌وری پایدار در اکوسیستم‌های کسب‌وکار دانسته‌اند (Porter and Kramer, 2011).

از نظر یانسیتی و لویین<sup>۳</sup> کنش‌گران (گونه‌ها) در اکوسیستم‌های کسب‌وکار عبارت‌اند از: شرکت‌های کلیدی<sup>۴</sup>، مسلط‌ها<sup>۵</sup>، مالکان قطب‌ها<sup>۶</sup> و کنش‌گران ویژه<sup>۷</sup>. این نقش‌های اکولوژیکی<sup>۸</sup> ایستا نیستند (Åhlgren, 2013) و می‌توان آن‌ها را براساس سطح نوآوری و پیچیدگی روابط تعریف کرد (Suh and Kim, 2015). تکامل اکوسیستم فرایندی پویاست و به همین علت هیچ نقشی ثابت ندارد و همه گونه‌ها غیر از کیستون‌ها<sup>۹</sup> می‌توانند با اجرای راهبردهای مختلف نقش‌های گوناگون بگیرند یا حتی ممکن است حذف شوند (Iansiti and Levien, 2004).

هسته هر اکوسیستم کسب‌وکار را یکی از چهار مفهوم بازار، فناوری، پلت‌فرم و شرکت شکل می‌دهد (Jansen et al., 2009). از نظر پژوهشگران برای معماری اکوسیستم‌های کسب‌وکار<sup>۱۰</sup> باید پاسخ این پرسش‌ها را یافت: اکوسیستم کسب‌وکار دربردارنده چه عناصر و کنش‌گرانی (بازیگرانی) است؟ چه روابطی را می‌توان میان کنش‌گران آن برقرار کرد؟ هر بازیگر چه نقشی دارد؟ عناصر اصلی اکوسیستم کدام‌اند؟ (تعیین یکی از سه نقش کلیدی، مسلط و کنش‌گر ویژه در آن). نمایش گرافیکی اکوسیستم در نهایت تعیین سطوح توسعه و تکامل اکوسیستم نیز لازم است (Galateanu and Avasilcai, 2013). گفتنی است که مطالعه و تجزیه و تحلیل اکوسیستم‌های کسب‌وکار، که لازمه مدیریت بر آن‌هاست، با وجود توجه روزافزون به این رویکرد هنوز در مراحل ابتدایی است و معماری اکوسیستم با روش تحلیل شبکه اجتماعی نوآوری درخور اعتنایی است که در این پژوهش صورت گرفته است.

### معرفی مورد مطالعه

رشت یکی از کلان‌شهرهای شمالی ایران و مرکز استان گیلان است. این شهر در سال ۲۰۱۵، در جایگاه شهر خلاق گسترده‌نومی، به شبکه شهرهای خلاق جهان در یونسکو پیوست. رشت به سبب بهره‌مندی از محصولات دریایی، تنوع پوشش گیاهی و نیز سابقه کهن تاریخی از تنوع غذایی کم‌نظیری برخوردار است که یکی از جذابیت‌های گردشگری آن به‌شمار می‌رود (شهرداری رشت، ۱۳۹۴).

رشت سومین شهر گردشگرپذیر ایران است. براساس سرشماری رسمی در سال ۱۳۹۵، جمعیت ساکن آن ۹۷۱ هزار و ۹۵۶ نفر<sup>۱۱</sup> است که در تعطیلات و ماه‌های گردشگری سال به ۲ میلیون نفر نیز

1. value ecosystem  
2 Porter and Kramer  
3 Iansiti and Levien  
4 keystones  
5 dominators  
6 hub landlords  
7 Niche Players  
8 ecological roles  
9. keystones  
10. Business Ecosystems Architecture

۱۱- نتایج سرشماری ۱۳۹۵، وبگاه مرکز آمار ایران

بالغ می‌شود. رشت جزو منطقه آب‌وهوایی معتدل کاسپین و شبه‌مدیترانه‌ای است و به «شهر باران» شهره است. این شهر که در مسیر جاده ابریشم قرار گرفته بود، امروزه یکی از قطب‌های کشاورزی و گردشگری در کشور شناخته می‌شود. گفته می‌شود بیش از ۱۷۰ نوع غذای محلی در رشت تهیه و طبخ می‌شود که میرزا قاسمی، نازخاتون، ترش‌تره، باقالاتوق، ماهی فویج، فسنگان، اناربیج، غوره‌آویج، سیرقلیه، گل در چمن، کال کباب از جمله این غذاهاست. البته پنج غذای مرغ ترش، اناربیج، باقالاتوق، میرزا قاسمی و زیتون‌پرورده نیز به ثبت ملی رسیده است. آب‌وهوای مساعد، خاک مرغوب گیلان، داشتن منابع گوشتی دام، پرندگان و منابع دریایی تنوع غذایی چشمگیری به این منطقه بخشیده است (ویکی‌پدیا، ۱۳۹۷). غذاهای گیلانی موردپسند ایرانیان است و مردم رشت آن را به عامل فرهنگی تأثیرگذار در زندگی جامعه محلی ارتقا داده‌اند. وجود رستوران‌های پرتعداد و چشمگیر در این شهر نیز نشان از این جایگاه دارد. از این‌رو گسترونومی محور توسعه این شهر قلمداد می‌شود.

در پیشنهاد ارائه‌شده به یونسکو درخصوص شهر رشت، به مواردی همچون تنوع محصولات کشاورزی و دامی، جاذبه‌های طبیعی و تاریخی و فرهنگی شهر، سفره‌های رنگین غذا که آمیزه‌ای از خلاقیت و هنر و سلامت است، روستاهای اطراف شهر که محل تولید محصولات کشاورزی است و بازار شهر که مرکز فروش محصولات کشاورزی روستائیان است، و فصلی‌بودن غذا که نشانگر رابطه طبیعت و سنت آشپزی است پرداخته شده است (شهرداری رشت، ۱۳۹۴). صنایع خلاق مرتبط و مراکز آموزشی شهر برنامه‌های گسترده‌ای را درخصوص غذا و هنر آشپزی تدارک دیده‌اند. همچنین سازمان‌های مردم‌نهاد، انجمن‌ها و سازمان‌های دولتی با برگزاری جشنواره‌های هدفمند در این حوزه فعال‌اند و برآنند تا با ارتقا و توسعه این صنعت خلاق و فرهنگی کیفیت زندگی و رفاه را در این شهر بهبود بخشند. بی‌تردید برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی و هم‌گرایی توانمندی‌های فعالان محلی، ملی و منطقه‌ای در زمینه تولید و بسته‌بندی و توزیع مواد خوراکی بومی و محلی نه‌تنها در حوزه اقتصادی به افزایش روابط متقابل تولیدکننده و مصرف‌کننده می‌انجامد، بلکه در زمینه روابط بین‌فرهنگی نیز مؤثر واقع می‌شود.

در این پژوهش از لحاظ محدوده اکوسیستم و شناسایی سازمان‌ها، محدوده جغرافیایی شهر رشت مدنظر قرار گرفته و پژوهش در بازه زمانی سال ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۷ به انجام رسیده است.

## روش تحقیق

این پژوهش از نوع کیفی است و با هدف کاربردی صورت پذیرفته و به‌لحاظ رویکرد گردآوری داده‌ها، توصیفی - تحلیلی است. در این پژوهش، نخست با روش تحلیل محتوا<sup>۱</sup> نقش‌هایی که باید در این اکوسیستم اجرا شوند شناسایی شده، سپس به‌منظور معماری اکوسیستم گردشگری شهر خلاق رشت، از روش تحلیل شبکه‌های اجتماعی<sup>۲</sup> استفاده شده است.

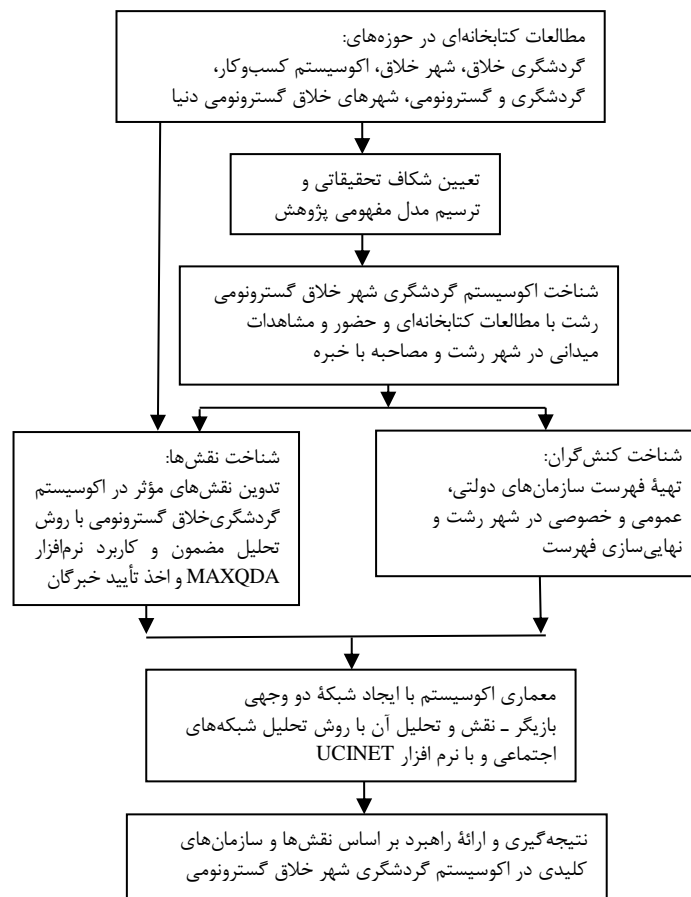
گفتنی است در این پژوهش خدمات اکوسیستم<sup>۳</sup>، به‌علت به‌کارگیری روش تحلیل شبکه‌های

1. Thematic analysis
2. Social Network Analysis (SNA)
3. Ecosystem Services

اجتماعی، «نقش»<sup>۱</sup> نامیده شده است. نقش‌های به‌دست‌آمده با روش تحلیل محتوا با مشاهدات میدانی از شهر خلاق گسترده‌نومی رشت و دریافت نظر خبرگان تکمیل و نهایی شده است.

کنش‌گران این اکوسیستم، همانند هر اکوسیستم کسب‌وکار دیگری، طیف گسترده‌ای از سازمان‌ها و نهادها را دربر می‌گیرد که هر یک با برقراری روابط و ایجاد شبکه همکاری می‌توانند در این زیست‌بوم ارزش خلق کنند و آن را در میان سایر کنش‌گران به اشتراک گذارند. به‌منظور شناسایی کنش‌گران این اکوسیستم، که با در نظر گرفتن پلتفرم گردشگری شهر خلاق گسترده‌نومی و محدودیت جغرافیایی شهر رشت صورت گرفته است، با جست‌وجو در سایت‌های اینترنتی مرتبط و حضور محقق در شهر و پرسش از فعالان شهری، فهرست ۹۹ تایی کنش‌گران (بازیگران)<sup>۲</sup> این اکوسیستم تدوین و نهایی شده است.

«نقش کلیدی» و «بازیگر (کنش‌گر) کلیدی» نقش‌ها و بازیگرانی هستند که در روش تحلیل شبکه، با انواع محاسبات مرکزیت، نقش‌ها یا بازیگران مرکزی و قدرتمند معرفی می‌شوند. به بیان دیگر، گره‌هایی در شبکه وجود دارد که مرکزیت بالایی دارند. فرایند انجام این پژوهش در شکل ۱ نمایش داده شده است.



شکل ۱: فرایند اجرای پژوهش

۱- یا «نقش مؤثر»

۲- «بازیگران یا کنش‌گران مؤثر»

در این پژوهش، نخست سه ماتریس مستطیل هم‌حضور و دووجهی کنش‌گر - نقش<sup>۱</sup> تشکیل شده است. سپس این ماتریس‌های بی‌وزن<sup>۲</sup> که در آن سطرها کنش‌گران و ستون‌ها نقش‌ها هستند، به منظور تحلیل‌های بیشتر به ماتریس‌های مربع وزن‌دار تبدیل شده‌اند. یعنی از هر یک از ماتریس‌های «بازیگر - نقش»، دو ماتریس «بازیگر - بازیگر» و «نقش - نقش» منتج شده است.

در ماتریس‌های مستطیل‌شکل آرایه‌ها صفر و یک (بی‌وزن) و دلیلی بر بودن یا نبودن ارتباط «انجام نقش» بودند. ماتریس‌های مربع برآمده از آن وزن‌دارند و آرایه‌ها در ماتریس مربع بازیگر - بازیگر نشان از این دارند که هر دو کنش‌گر سطر و ستون در چند نقش مشترک همکاری می‌کنند. آرایه‌های ماتریس مربع نقش - نقش نشانگر این است که دو نقش سطر و ستون میان چند بازیگر در جریان است.

مفاهیم و الگوریتم‌های گوناگونی برای تحلیل شبکه‌های اجتماعی وجود دارد که توصیف‌کننده بافت ساختاری و روش‌های تعامل کنش‌گران است (هنمن و ریدل، ۱۳۹۴) در هر پژوهش، با توجه به هدف‌ها و سؤالات آن پژوهش، مفاهیم خاصی مورد تحلیل قرار می‌گیرند. در پژوهش پیش‌رو، همان‌طور که ذکر شد، مفهوم مرکزیت مورد توجه بوده است. مرکزیت بیشتر یک نقطه، به معنی داشتن درجه بالاتر، ارتباطات بیشتر و کسب موقعیت مطلوب‌تر است که در نهایت آن گره را قدرتمندتر می‌سازد. انواع مرکزیت در شبکه که در این پژوهش اندازه‌گیری شده عبارت است از مرکزیت درجه<sup>۳</sup>، مرکزیت بینابینی<sup>۴</sup> و مرکزیت بردار ویژه<sup>۵</sup>.

داده‌های شبکه با روش هدفمند نمونه‌گیری گلوله‌برفی تا دستیابی به مرحله اشباع نظری جمع‌آوری شده است. پرسش و مصاحبه عمیق با ۳۲ نفر از خبرگان شهری و علمی و اجرایی، که درباره موضوع و مفهوم توسعه شهر خلاق رشت اشراق و تسلط داشته‌اند، در زنجیره‌های عمدتاً سه‌مرحله‌ای تا رسیدن به اشباع اطلاعات صورت گرفته است. مطالعه گزارش‌ها و مستندات موجود در شهرداری رشت در خصوص شهر خلاق و مشاهدات میدانی پژوهشگر نیز ابزار مکملی برای دستیابی به اشباع نظری بوده است.

همان‌طور که بیان شد، براساس داده‌های گردآوری‌شده، سه ماتریس دووجهی آبی‌رنگ (بیانگر ارتباط کنش‌گران و نقش‌هایی که در زمان انجام پژوهش در شهر رشت اجرا می‌شوند)، ماتریس قرمز رنگ (نشان‌دهنده ارتباط کنش‌گران و نقش‌هایی که در زمان انجام پژوهش در شهر رشت اجرا نمی‌شوند) و ماتریس بنفش رنگ (نشان‌دهنده ارتباط کنش‌گران و نقش‌هایی که نمی‌توان در زمان انجام پژوهش در شهر رشت حکم قطعی به اجرای کامل آن‌ها داد و به صورت بینابینی اجرا می‌شوند) تشکیل شده و پس از تحلیل شبکه براساس مفاهیم مرکزیت و قدرت با نرم‌افزار UCINET و NETDRAW وضع موجود روابط و تعاملات اکوسیستم تحلیل و تفسیر شده است.

1. actor-event

۲- بی‌وزنی ماتریس بیانگر بودن یا نبودن رابطه میان سطر و ستون‌هاست و به شدت رابطه توجهی ندارد.

3. Degree Centrality

4. Betweenness Centrality

5. Eigenvector Centrality



علاوه بر آن، به منظور تحلیل رابطه تأثیرات توسعه‌ای نقش‌ها در این اکوسیستم، پرسش‌نامه‌ای تهیه شده و با نظر خبرگان آشنا با مفاهیم و محورهای توسعه این اکوسیستم تکمیل شده است. اطلاعات پرسش‌نامه‌های تکمیل‌شده به صورت ماتریس مربع شکل  $25 \times 25$  مورد تحلیل شبکه و تفسیر قرار گرفته است. در این تحلیل مشخص می‌شود که کدام دسته از نقش‌ها تأثیرات توسعه‌ای بیشتری دارند و باید در اولویت توجه قرار گیرند. به منظور سنجش دقت و استحکام پژوهش، نتایج نهایی با جمع محدودتری از خبرگان شناسایی شده در میان گذاشته شده و به تأیید آنان رسیده است. با توجه به آنچه بیان شد، این پژوهش نوعی تفسیر روابط در نظامی اجتماعی است که فرایند اجرای آن نیازمند توصیف‌های تحلیلی، ادراکی و طبقه‌بندی شده است و برون‌داد آن اطلاعاتی توصیفی است که در پی تفسیر واقعیت است. این روش پژوهش مستلزم شناخت عمیق، قدرت و مهارت تحلیل زیاد و جمع‌آوری اطلاعات طولانی است که ضروری است محقق از نزدیک در کل فرایند درگیر باشد. در این پژوهش معماری اکوسیستم کسب‌وکار با پلتفرم «گردشگری شهر خلاق گسترده‌نومی» مدنظر است؛ پلتفرمی که کنش‌گران با ارتباطات متقابل در آن بستر ارزش‌هایی را خلق می‌کنند و به اشتراک می‌گذارند. در معماری این اکوسیستم، نقش‌های مؤثر، نقش‌های کلیدی، کنش‌گران مؤثر و کنش‌گران کلیدی بر مبنای ارتباطات شبکه‌ای موجود شناسایی شده و راهبردها و راهکارهایی برای دستیابی به وضعیت مطلوب ارائه می‌شود.

### یافته‌های پژوهش

زیست‌بوم مدنظر این مطالعه در پژوهش‌های پیشین طراحی نشده بود؛ بنابراین ضروری می‌نمود که ابتدا، بر مبنای ارزش به اشتراک گذاشته‌شده و خدمات این اکوسیستم یا به زبان روش تحلیل شبکه‌های اجتماعی، نقش‌هایی که باید در آن ایفا و اجرا شود شناسایی شوند. با مطالعه نمونه‌های نظری و منابع کتابخانه‌ای در زمینه گردشگری خلاق، شهرهای خلاق، شهرهای خلاق گسترده‌نومی در جهان، اسناد یونسکو در زمینه شاخص‌ها و معیارهای پذیرفته‌شده، پیشنهاد ارائه‌شده به یونسکو درباره شهر رشت، بررسی شرح وظایف دستگاه‌های اجرایی و سازمان‌های شهر رشت با روش تحلیل محتوا و با کمک نرم‌افزار MAXQDA حدود ۴۰۰ نقش کشف و استخراج شده است. با مشاهدات میدانی و مصاحبه با مسئولان اجرایی شهر رشت، اعضای شورای شهر و استادان دانشگاهی و خبرگان علمی و مدنی شهر این نقش‌ها تأیید شده و نتیجه نهایی در قالب ۲۵ محور اصلی و ۱۳۸ نقش بیان شده است. این محورهای بیست‌وپنج‌گانه عبارت‌اند از: توسعه زیرساخت انرژی؛ توسعه روابط و امور بین‌المللی؛ توسعه رسانه، انتشارات و شبکه‌های مجازی و محتوای آن؛ توسعه ساختارها و شبکه تعاملات؛ حمایت‌های مالی، سرمایه‌گذاری؛ توسعه کشاورزی، باغداری و دام‌پروری؛ توسعه صنایع خلاق؛ توسعه گردشگری خلاق گسترده‌نومی؛ توسعه اجتماعی (سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی)؛ توسعه فناوری و نوآوری غذایی؛ ارتقای محیط‌زیست؛ توسعه پژوهش؛ برندسازی؛ تضمین کیفیت؛ توسعه بهداشت و سلامت؛ توسعه فرهنگی، هنری؛ توسعه خدمات اقامتی؛ توسعه خدمات شهری؛

توسعه زیرساخت‌های ارتباطی و حمل‌ونقل؛ توسعه زیرساخت‌های اطلاعاتی؛ توسعه آموزش عالی؛ توسعه آموزش حرفه‌ای؛ توسعه آموزش عمومی؛ توسعه نظام حقوقی - راهبردی؛ تضمین امنیت<sup>۱</sup>. (بسته‌نگار، ۱۳۹۷).

پژوهشگر با در نظر گرفتن تمامی شاخص‌های شهر خلاق در مطالعات پیشین و افزودن بر آن توانسته است کار کامل‌تری در این حوزه و مختص شهر خلاق گسترده‌تری ارائه نماید. شاید بتوان گفت، از حیث توجه به ابعاد گوناگون، این طبقه‌بندی با نتایج به‌دست‌آمده در پژوهش لیندورث و همکارانش که در سال ۲۰۰۷ با عنوان «نقش گردشگری خلاق در توسعه مقاصد» صورت گرفت مشابهت و نزدیکی دارد (Lindroth et al., 2007).

یافته‌های اولیه که از مشاهدات میدانی جمع‌آوری شده، بیانگر این است که از تعداد کل نقش‌های ضروری برای بقای اکوسیستم، یعنی ۱۳۸ نقش، ۴۹ درصد در این اکوسیستم اجرا می‌شوند، ۴۱ درصد در حال حاضر اجرا نمی‌شوند و ۱۰ درصد نقش‌ها حالت بینابینی دارند و گرچه گام‌های اولیه برای اجرایی شدن آن‌ها برداشته شده، هنوز نمی‌توان حکم به انجام شدن آن‌ها داد.

جدول ۱ کنش‌گران کلیدی در اکوسیستم گردشگری شهر خلاق رشت را در هر سه حالت مورد مطالعه نشان می‌دهد که با تحلیل‌های گوناگون مرکزیت و قدرت در روش تحلیل شبکه‌های اجتماعی شناسایی شده‌اند. جدول‌های ۲ و ۳ و ۴ نیز نقش‌های اصلی این زیست‌بوم را نشان می‌دهند.

جدول ۱: رتبه‌بندی کنش‌گران (بازیگران) کلیدی اکوسیستم

| کنش‌گر  | رتبه‌بندی کنش‌گران مرکزی در نقش‌های اجرا شده در اکوسیستم |              |                         | رتبه‌بندی کنش‌گران مرکزی بالقوه |              |                         | رتبه‌بندی کنش‌گران مرکزی برای نقش‌هایی که هنوز در مراحل ابتدایی اجرا هستند |              |                         |
|---|--|--------------|-------------------------|---------------------------------|--------------|-------------------------|--|--------------|-------------------------|
|   | رتبه در مرکزیت   | رتبه در قدرت | رتبه در مرکزیت بینابینی | رتبه در مرکزیت                  | رتبه در قدرت | رتبه در مرکزیت بینابینی | رتبه در مرکزیت   | رتبه در قدرت | رتبه در مرکزیت بینابینی |
| شهرداری رشت   | ۱  | ۱            | ۱                       | ۱                               | ۱            | ۱                       | ۱  | ۱            | ۱                       |
| اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان گیلان | ۲  | ۲            | ۲                       | ۲                               | ۲            | ۲                       | ۲  | ۲            | ۲                       |
| استانداری   | ۳  | ۳            | ۷                       | ۳                               | ۳            | ۳                       | ۳  | ۵            | ۱۰                      |
| سازمان‌های مردم‌نهاد                                    | ۴  | ۴            | ۵                       |                                 |              |                         |  |              | ۷                       |

۱- فهرست کامل ۱۳۸ نقش در رساله دکتری محقق درج شده که ارائه آن از حوصله این نوشتار خارج است.

| رتبه‌بندی کنش‌گران مرکزی<br>برای نقش‌هایی که هنوز در<br>مراحل ابتدایی اجرا هستند |                         |              |                     | رتبه‌بندی کنش‌گران مرکزی<br>بالقوه |                         |              |                     | رتبه‌بندی کنش‌گران مرکزی<br>در نقش‌های اجرا شده در<br>اکوسیستم |                         |              |                     | کنش‌گر  |
|--|-------------------------|--------------|---------------------|------------------------------------|-------------------------|--------------|---------------------|--|-------------------------|--------------|---------------------|---|
| رتبه در مرکزیت پر دار ویژه   | رتبه در مرکزیت بینابینی | رتبه در قدرت | رتبه در مرکزیت درجه | رتبه در مرکزیت پر دار ویژه         | رتبه در مرکزیت بینابینی | رتبه در قدرت | رتبه در مرکزیت درجه | رتبه در مرکزیت پر دار ویژه                                     | رتبه در مرکزیت بینابینی | رتبه در قدرت | رتبه در مرکزیت درجه |   |
| ۸  | ۹                       | ۸            | ۵                   | ۴                                  | ۶                       | ۴            | ۴                   | ۶  | ۳                       | ۶            | ۵                   | سازمان جهاد<br>کشاورزی استان  |
| ۹  |                         | ۹            | ۹                   | ۵                                  | ۷                       | ۵            | ۵                   | ۷  | ۴                       | ۷            | ۶                   | دانشگاه‌ها و مراکز<br>پژوهشی شهر رشت  |
|  |                         |              |                     | ۸                                  | ۹                       | ۸            | ۹                   | ۵  | ۶                       | ۵            | ۶                   | اداره کل فرهنگ و<br>ارشاد اسلامی گیلان  |
|  |                         |              |                     |                                    |                         |              |                     | ۹  | ۸                       | ۹            | ۷                   | سازمان حفاظت<br>محیط‌زیست<br>استان گیلان  |
| ۷  | ۵                       | ۷            | ۷                   | ۹                                  | ۵                       | ۹            | ۱۰                  | ۸  |                         | ۸            | ۸                   | شورای اسلامی<br>شهر رشت   |
| ۱۰   |                         | ۱۰           | ۱۰                  | ۱۰                                 | ۸                       | ۱۰           | ۸                   |  |                         |              |                     | اتاق بازرگانی صنایع،<br>معادن و کشاورزی<br>استان گیلان  |
| ۴  | ۸                       | ۴            | ۴                   |                                    |                         |              |                     |  |                         |              | ۹                   | بخش خصوصی<br>(صنف غذا و<br>صنایع وابسته)  |
|  |                         |              |                     |                                    |                         |              |                     | ۱۰   | ۹                       | ۱۰           |                     | مراکز درمانی و<br>بیمارستانی، اورژانس،<br>دانشگاه‌های علوم<br>پزشکی و خدمات<br>بهداشتی و درمانی |
|  |                         |              |                     |                                    |                         |              |                     |  | ۱۰                      |              |                     | دانشگاه گیلان   |
|  |                         |              |                     | ۶                                  | ۴                       | ۶            | ۶                   |  |                         |              |                     | پارک علم و فناوری   |
| ۳  |                         | ۳            | ۸                   | ۷                                  | ۱۰                      | ۷            | ۷                   |  |                         |              |                     | اداره کل تعاون، کار<br>و رفاه اجتماعی<br>استان گیلان  |
| ۶  | ۳                       | ۶            | ۳                   |                                    |                         |              |                     |  |                         |              |                     | سازمان صنعت،<br>معادن و تجارت<br>استان گیلان  |
|  | ۴                       |              |                     |                                    |                         |              |                     |  |                         |              |                     | اداره کل آموزش و<br>پرورش استان   |
|  | ۶                       |              |                     |                                    |                         |              |                     |  |                         |              |                     | اداره کل آموزش<br>فنی و حرفه‌ای<br>استان گیلان  |

جدول ۲: رتبه‌بندی نقش‌های کلیدی که انجام می‌شوند.

| رتبه در مرکزیت بردار ویژه | رتبه در مرکزیت بینابینی | رتبه در قدرت | رتبه در مرکزیت درجه | نقش   |
|---------------------------|-------------------------|--------------|---------------------|---|
| ۱                         | ۱                       | ۱            | ۱                   | آموزش استفاده بهینه از منابع برای مردم محلی و گردشگران                      |
| ۳                         | ۱                       | ۳            | ۲                   | برگزاری نمایشگاه تخصصی مواد غذایی و آشامیدنی، صنایع و فناوری‌های مرتبط      |
| ۲                         | ۲                       | ۲            | ۳                   | برگزاری نشست‌های علمی با محوریت توسعه پایدار                                |
| ۴                         | ۱                       | ۴            | ۴                   | توانمندسازی زنان به‌منظور کارآفرینی در حوزه گسترده‌تری و صنایع خلاق وابسته  |
| ۵                         |                         | ۵            | ۵                   | مشارکت بین‌المللی با سایر شهرهای خلاق در حوزه گردشگری و خلاقیت              |
| ۷                         | ۵                       | ۷            | ۶                   | برپایی نمایشگاه‌های رایگان برای عرضه محصولات غذایی و معرفی تولیدکنندگان     |
| ۶                         |                         | ۶            | ۷                   | برگزاری تورهای ماهیگیری؛ برگزاری تورهای شکار، برگزاری تور چشمه‌های آب معدنی |
| ۹                         |                         | ۹            | ۸                   | توسعه کمی و کیفی رستوران‌ها در داخل و خارج از شهر                           |
| ۸                         |                         | ۸            | ۹                   | اجرای موسیقی زنده و کنسرت در شهر و رستوران‌ها                               |
| ۱۰                        |                         | ۱۰           | ۱۰                  | برگزاری رویداد (یا مسابقه) به‌منظور نوآوری در گسترده‌تری                    |
|                           | ۱                       |              |                     | مشارکت بین‌المللی در حوزه گسترده‌تری و کشاورزی                              |
|                           | ۳                       |              |                     | توسعه روابط شهر و روستا در حوزه گسترده‌تری                                  |
|                           | ۴                       |              |                     | جذب و حفظ نخبگان و طبقه خلاق و متخصص  |
|                           | ۶                       |              |                     | ترویج مصرف غذایی سالم   |
|                           | ۷                       |              |                     | حفاظت و ترویج استفاده صحیح از گیاهان بومی                                   |

جدول ۳: رتبه‌بندی نقش‌های کلیدی که انجام نمی‌شوند.

| رتبه در مرکزیت بردار ویژه | رتبه در مرکزیت بینابینی | رتبه در قدرت | رتبه در مرکزیت درجه | نقش   |
|---------------------------|-------------------------|--------------|---------------------|---|
| ۱                         | ۱                       | ۱            | ۱                   | ایجاد برابری اجتماعی  |
| ۲                         |                         | ۲            | ۲                   | تقویت و توسعه اقدامات میان‌بخشی برای ارتقای نظام‌های غذایی پایدار |
| ۳                         |                         | ۳            | ۳                   | ایجاد کالج کشاورزی ارگانیک  |
| ۳                         |                         | ۴            | ۳                   | ایجاد پارک‌های مزرعه‌ای   |
| ۴                         | ۱                       | ۵            | ۴                   | سرمایه‌گذاری بر روی قابلیت‌های وابسته به غذا                      |
| ۵                         |                         | ۶            | ۵                   | تأسیس مرکز (بنیاد) جهانی گسترده‌تری                               |

| رتبه در مرکزیت بردار ویژه | رتبه در مرکزیت بینابینی | رتبه در قدرت | رتبه در مرکزیت درجه | نقش  |
|---------------------------|-------------------------|--------------|---------------------|--|
| ۵                         | ۲                       | ۷            | ۶                   | توسعه صنایع و خوشه‌های خلاق در حوزه گسترده‌نومی و صنایع خلاق وابسته                                      |
| ۶                         |                         | ۸            | ۷                   | تبادل دانش میان سرآشپزان و دانشجویان علوم غذایی و کشاورزان   |
| ۷                         |                         | ۹            | ۸                   | توانمندسازی و حمایت مالی بخش خصوصی و صنایع خلاق گسترده‌نومی  |
|                           |                         |              | ۸                   | ارائه راهکارهای محلی نوآورانه برای مسائل محیطی و اجتماعی شهر   |
| ۸                         |                         | ۱۰           |                     | تحریک نوآوری در حوزه گسترده‌نومی با توسعه گردشگری  |
|                           | ۱                       |              |                     | توسعه سواحل و ایجاد بازارهای شناور روی آب رودخانه‌ها   |
|                           | ۳                       |              |                     | ایجاد فضا و زیرساخت برای گفت‌وگو، تولید ایده و تبدیل ایده به محصول                                       |
|                           | ۴                       |              |                     | تشکیل شورای ترویج شهر خلاق گسترده‌نومی   |
|                           | ۴                       |              |                     | برندسازی گسترده‌نومی شهر   |
|                           | ۵                       |              |                     | نوآوری و ارتقای فناوری در زنجیره ارزش تولید غذای کشاورزی   |
|                           | ۶                       |              |                     | ایجاد مغازه‌های پر تعدادی که معرف فرهنگ محلی آشپزی   |
|                           | ۶                       |              |                     | توسعه روابط میان شرکت‌های بزرگ و تشکیلات اقتصادی خرد با هدف تولید فراورده‌ها و خدمات خلاقانه گسترده‌نومی |

جدول ۴: رتبه‌بندی نقش‌های کلیدی که در مراحل ابتدایی اجرایی شدن هستند.

| رتبه در مرکزیت بردار ویژه | رتبه در مرکزیت بینابینی | رتبه در قدرت | رتبه در مرکزیت درجه | نقش  |
|---------------------------|-------------------------|--------------|---------------------|--|
| ۲                         | ۱                       | -            | ۱                   | افزایش فرصت‌های شغلی در زمینه گسترده‌نومی و صنایع وابسته                                     |
| ۱                         | ۱                       | -            | ۱                   | بازدید از کارخانه‌های تولید صنایع غذایی  |
| ۳                         | ۱                       | -            | ۲                   | ایجاد دموکراسی شهری و مشارکت جامعه محلی در توسعه شهر به صورت باز و شفاف                      |
| ۴                         | ۱                       | -            | ۳                   | خلق برند گسترده‌نومی   |
| ۵                         | ۱                       | -            | ۳                   | گنجانیدن گردشگری در شبکه ارزش گسترده‌نومی  |
| ۶                         | ۱                       | -            | ۴                   | بازاریابی گردشگری خلاق   |
| ۹                         | ۱                       | -            | ۵                   | ایجاد مراکز غذایی محلی (با هدف دسترسی به غذای سالم، کاهش ضایعات و افزایش فرصت‌های شغلی و...) |
| ۸                         |                         | -            | ۶                   | عرضه مستقیم و نوآورانه محصولات کشاورزی   |
| ۷                         |                         | -            | ۶                   | نوآوری و ارتقای فناوری در زنجیره ارزش تولید غذای صنعتی                                       |
| ۱۰                        | ۲                       | -            | ۷                   | ایجاد شهر هوشمند   |
|                           | ۳                       | -            |                     | توسعه سامانه‌های مهمان‌پذیر هوشمند   |

شکل ۲ نشان‌دهنده شبکه تأثیرات توسعه‌ای محورهای ۲۵ گانه خدمات اکوسیستم مورد مطالعه است. تحلیل‌های مرکزیت بر روی این شبکه نیز صورت گرفته، به طوری که سایز گره‌ها نشان‌دهنده مرکزیت درجه، سایز حلقه دور گره‌ها نشانه مرکزیت بینابینی و سایز برچسب گره‌ها نشان از مرکزیت بردار ویژه دارد. اندازه این شاخص‌ها نزدیک به هم برآورد شده و این شبکه کاملاً بهم پیوسته است. این نتایج نشان از این دارد که توسعه نیافتگی اکوسیستم گردشگری شهر خلاق گسترده‌تری است که به اندازه‌ای است که هرگونه تغییرات مثبت به منظور توسعه در هر یک از محورهای ۲۵ گانه می‌تواند تأثیرات توسعه‌ای آشکار، جدی و چشمگیری در سایر محورها داشته باشد.

در شکل ۲، فقط روابط بسیار پر قدرت (بالای ۳۰ از حداکثر ۳۵)<sup>۱</sup> نشان داده شده است. در تحلیل مرکزیت بینابینی، این شاخص برای همه گره‌ها صفر برآورد شده است؛ به این معنی که هیچ حوزه‌ای نقش واسطه‌گری در فرایند توسعه بازی نمی‌کند و این قابلیت را ندارد که پل ارتباطی توسعه میان محورهای اصلی باشد. به علت جهت‌دار بودن ماتریس و گراف مربوط، محاسبات مرکزیت به تفکیک مرکزیت درجه داخلی و مرکزیت درجه خارجی صورت گرفته است.

این تحلیل نشان می‌دهد که «توسعه نظام حقوقی و راهبردی (سیاست‌گذاری و حاکمیت)»، «توسعه اجتماعی (سرمایه انسانی؛ سرمایه اجتماعی)» و «توسعه پژوهش»، سه محور اصلی نخست‌اند که مرکزیت درجه خارجی بسیاری دارند. به بیان دیگر، برای دستیابی به بیشترین تأثیرات توسعه‌ای در کمترین زمان ممکن، باید تلاش و تمرکز و انجام اقدامات حاکمیتی و اجرایی را از این سه حوزه و نقش‌های وابسته به آن آغاز کرد.

همچنین بالابودن مرکزیت درجه درونی یا داخلی «توسعه گردشگری خلاق گسترده‌تری»، «توسعه صنایع خلاق گسترده‌تری» و مجدداً «توسعه اجتماعی (سرمایه انسانی؛ سرمایه اجتماعی)» و «توسعه فناوری و نوآوری غذایی» نشان‌دهنده آن است که اولین حوزه‌هایی که تأثیرات توسعه‌ای را می‌پذیرند و شکوفا می‌شوند، این محورهای اصلی‌اند. جالب توجه است که توسعه اجتماعی و ارتقای سرمایه اجتماعی، همان‌طور که مطالعات هم مؤید آن است، تأثیرات بسیار جدی توسعه‌ای در هر دو سو دارد. یعنی افزایش سرمایه اجتماعی، انسانی و فکری از محورهای اصلی نقش‌های مؤثر در این اکوسیستم است که هم توسعه‌آفرین و هم توسعه‌پذیر است و اکوسیستم خلاق را بر دور مثبت توسعه می‌اندازد. یعنی نه تنها به توسعه سایر حوزه‌ها منجر می‌شود که خود نیز از این توسعه بهره‌مند می‌شود و توسعه بیشتری می‌یابد. با بیان بهتر می‌توان گفت که افزایش سرمایه اجتماعی شرط لازم و کافی در توسعه و ماندگاری این اکوسیستم است.

بنابراین، همان‌طور که برخی از منتقدان نظریه طبقه خلاق فلوریدا هم اذعان کرده‌اند، صرف وجود و حضور نخبگان در شهر به توسعه خلاقیت و زیست‌بوم آن منجر نمی‌شود (Markusen and Schrock, 2006). مطابق دستاوردهای این پژوهش، سرمایه اجتماعی است که به وجود، حضور و جذب و حفظ سرمایه‌های انسانی و استعدادها می‌انجامد و به بسط روابط شبکه‌ای و تعاملات پیچیده و

۱- به این دلیل که از هفت خبره نظرخواهی شده و هر کدام می‌توانستند حداکثر پنج امتیاز (بیشترین تأثیر توسعه‌ای) بدهند.



بنابراین می‌توان گفت برای این‌که مانترای<sup>۱</sup> خلاقیت در شهر خلاق رشت تحقق و تجسم عینی یابد و آنچه منتقدان شهر خلاق را نگران کرده (Long and Morpeth, 2012) تا حد قابل‌قبولی مرتفع شود، رویکرد شبکه‌ای و اکوسیستم‌محور به آن و در گام نخست معماری اکوسیستم گردشگری شهر خلاق گسترده‌تری در این شهر است.

با شناخت به‌دست‌آمده از این زیست‌بوم، نقش‌های اکولوژیکی بدین‌صورت قابل‌تعریف شده است: در اکوسیستم گردشگری شهر خلاق گسترده‌تری، شرکت‌های کلیدی<sup>۲</sup>، کنش‌گران زنجیره ارزش غذا هستند؛ یعنی بازیگران «از مزرعه تا سفره». ارزش اصلی این اکوسیستم در این زنجیره خلق می‌شود و منابع اولیه و اصلی را این کنش‌گران تأمین می‌کنند. مزرعه در اینجا شامل محل تولید فرآورده‌های کشاورزی، باغی و دامی می‌شود. به بیان دیگر، آنچه سبب شده در این پلتفرم همه کنش‌گران گرد هم آیند، گونه‌ها و کنش‌گرانی هستند که در تهیه و تولید غذا مشارکت مستقیم دارند. بازیگران این زنجیره نقشی حیاتی برای بقا و سلامت کل اکوسیستم دارند و نابودی آن‌ها به فروپاشی زیست‌بوم منجر می‌شود و گونه‌های دیگر برای دست‌یابی به ثبات به آن‌ها تکیه می‌کنند. این در حالی است که بخش کوچکی از شبکه و کل اکوسیستم را اشغال کرده‌اند (Karhiniemi, 2009).

مسلط‌ها<sup>۳</sup> سعی دارند سایر کنش‌گران را به زیر چتر خود درآورند؛ ادغام‌های عمودی و افقی در اکوسیستم ایجاد می‌کنند و مدیریت و کنترل بخش بزرگی از شبکه را برعهده دارند؛ اندازه بزرگ‌تری از کیستون‌ها دارند و با جلوگیری از فعالیت گونه‌ها تنوع را کاهش می‌دهند. آن‌ها با تسخیر و حتی نابود کردن سایر بازیگران برای خود ارزش می‌آفرینند (Suh and Kim, 2015). به‌نظر می‌رسد شهرداری رشت، سازمان جهاد کشاورزی و اداره کل میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری مسلط‌های اصلی در این زیست‌بوم‌اند.

کنش‌گران ویژه<sup>۴</sup> به‌صورت مجزا تأثیرات گسترده‌ای بر سایر کنش‌گران ندارند، اما تنوع اکوسیستم به وجود آن‌ها وابسته است. اهرم مؤثر شبکه‌اند و به‌اندازه کیستون‌ها نقش مؤثر و حیاتی در سلامت کل اکوسیستم دارند. قابلیت ویژه‌ای برای خلق ارزش دارند. خلاقانه فعالیت‌های جدید می‌آفرینند و در واقع مکمل سایر کنش‌گران و پیشران‌های اصلی نوآوری و افزایش تنوع و خوش‌فکری در اکوسیستم‌اند. گرچه دامنه فعالیت آن‌ها کوچک است، به توسعه و تعمیق قابلیت‌های خود می‌پردازند (Suh & Kim, 2015). شرکت‌های استارت‌آپی و صنایع خلاق مرتبط با حوزه گسترده‌تری و گردشگری و کنش‌گرانی که در حوزه فرهنگ و هنر فعالیت می‌کنند، بازیگران ویژه این اکوسیستم‌اند.

یافته‌ها و نتایج این پژوهش، براساس جدول‌های ۱، ۲، ۳ و ۴ که برآمده از تحلیل‌های مرکزیت در تحلیل شبکه اجتماعی است، راهکارها و راهبردهای زیر را به همراه دارد:

۱- در آیین هندو، بودایی، سیک، جین و مزدیسنا عبارت‌اند از: مجموعه‌ای از کلمات و آوایی که با آهنگ خاصی به دفعات تکرار می‌شود. (کنایه از الفاظ زیبا و پرمعنایی که به‌صورت عادت و روزمره تکرار می‌شوند).

2. keystones  
3. dominators  
4. Niche Players



- در این پژوهش با توجه به جدول ۱، شهرداری رشت کنش‌گر کلیدی این اکوسیستم شناسایی شده است. این قدرت و مرکزیت در هر سه حوزه مورد پژوهش مشهود است: نقش‌هایی که در شهر انجام می‌شوند، نقش‌های مغفول‌مانده و نقش‌هایی که تا اجرایی شدن کامل راه نه‌چندان کوتاهی در پیش دارند. همچنین، براساس آگوه‌های ترسیم‌شده برای این کنش‌گر<sup>۱</sup> که نشان می‌دهند در حال حاضر در انجام شصت نقش با دیگر بازیگران مشارکت دارد، پنجاه نقش بالقوه را می‌تواند با همکاری دیگر کنش‌گران به اجرا درآورد و چهارده نقش را در حالی با دیگر اعضای این اکوسیستم مشارکت دارد که هنوز به صورت درست اجرا نمی‌شوند. می‌توان گفت انتظار می‌رود شهرداری رشت، با مرور این ۱۲۴ نقش (از کل ۱۳۸ نقش تعریف‌شده) و با توجه به مرکزیتی که در اکوسیستم گردشگری شهر خلاق گسترده‌نومی رشت دارد، جایگاه خود را بازتعریف کند.

برخی فعالیت‌های شهرداری رشت در این مرحله از چرخه حیات اکوسیستم گردشگری شهر خلاق گسترده‌نومی، از جمله برگزاری نشست‌ها و جشنواره‌های داخلی و بین‌المللی یا توسعه فعالیت‌های خلاق در پیاده‌راه مرکزی شهر، به خوبی انجام شده است. این نقش‌ها و فعالیت‌هایی که اقتضای شکل‌گیری و ثبت شهر خلاق گسترده‌نومی بوده‌اند، باید رفته‌رفته به دیگر کنش‌گران، به خصوص بخش خصوصی و سمن‌ها، واگذار شوند و شهرداری در نقش کنش‌گر قدرتمند اکوسیستم به نقش‌های حمایتی و بسترسازی اهتمام بیشتری ورزد.

- اداره کل میراث‌فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری استان گیلان نیز، با توجه به جدول ۱، دومین کنش‌گر مرکزی این اکوسیستم در هر سه وضعیت است. آگوه‌های ترسیم‌شده گویای این است که این کنش‌گر در ۴۳ نقشی مشارکت دارد که هم اکنون در اکوسیستم فعال‌اند. ۴۳ نقش دیگر نیز به صورت بالقوه با مشارکت این اداره کل انجام‌پذیر است و ۹ نقش نیز از نقش‌ها و خدمات اکوسیستم است که هنوز تا انجام کامل آن راه درازی در پیش است و این کنش‌گر در انجام آن مشارکت دارد. بنابراین ضروری است این کنش‌گر مرکزی و پر قدرت، با بررسی و مطالعه این ۹۵ نقش که حدود ۷۰ درصد نقش‌های تعریف‌شده در این اکوسیستم است، موقعیت خود را بازتعریف کند و پیش‌بردن این امور را با در نظر گرفتن جایگاه دولتی خود و نقش حمایت‌گرایانه و بسترساز خود در اولویت قرار دهد.

- با توجه به جدول ۱ و از آنجاکه در تحلیل‌های شبکه استانداری یکی از کنش‌گران کلیدی شناسایی و معرفی شده است و نقش حاکمیتی در استان را برعهده دارد، لازم است بخش یا معاونتی ایجاد کند که متولی شهر خلاق باشد و تصمیم‌گیری‌های کلان و نظارت بر سایر بخش‌های تخصصی را در این حوزه عهده‌دار شود؛ همچنین حمایت‌کننده و تسهیل‌گر در اجرایی شدن نقش‌های بر زمین‌مانده باشد.

- جدول ۱ نشان می‌دهد که دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی شهر رشت در انجام نقش‌های بر زمین‌مانده کنش‌گر مرکزی تری محسوب می‌شوند. به بیان دیگر، خدمات به فعلیت نرسیده این اکوسیستم بیشتر از نوع نقش‌ها و فعالیت‌های دانش‌بنیان است که جز با مشارکت دانشگاه‌ها و مراکز

۱- با بهره‌گیری از نرم‌افزار

پژوهشی این شهر از پیش نمی‌روند. این نکته نباید از دید مدیران و متولیان شهر دور بماند. چنانچه مرکزیت یافتن دانشگاه گیلان در واسطه‌گری میان بازیگران نقش‌هایی که در حال حاضر اجرا می‌شوند گویای این است که این دانشگاه به‌طور ویژه در این اکوسیستم نقش‌آفرینی دارد. همچنین با توجه به مرکزیت و قدرت پارک علم و فناوری در میان کنش‌گران کلیدی بالقوه انتظار می‌رود که این بازیگر برای توسعه فناوری‌های خلاق، نرم و فرهنگی در این اکوسیستم نقشی پیشرو برعهده گیرد و برای ایده‌های نوآورانه طبقه جوان، کارآفرین و خلاق در اکوسیستم گردشگری شهر خلاق سرمایه‌گذار جذب کند و مسیرهای حمایتی را هموار نماید. در همین رابطه تأسیس کالج کشاورزی ارگانیک، که با توجه به جدول ۳ از نقش‌های کلیدی و مرکزی بالقوه این اکوسیستم است، باید در اولویت اجرا قرار گیرد.

باغ گیاهان دارویی دانشگاه علوم پزشکی گیلان که موزه‌ای زنده از نمونه‌های ارزشمند گیاهان دارویی با هدف آموزشی، تحقیقاتی و علمی است، در همین خصوص قابل توجه است و لازم است حمایت‌های مناسبی از آن صورت گیرد.

- اکوسیستم مورد مطالعه به شدت دچار فقدان تنوع و تکثر گونه‌هاست. برخلاف آنچه ابتدا به نظر می‌رسد، این گونه‌گونی، کثرت و تعاملات و شبکه همکاری آنان است که عالی‌ترین و بهترین نمود وحدت را در یک اکوسیستم می‌آفریند. بنابراین باید بخش خصوصی در حوزه صنایع مرتبط با خوراک و صنایع خلاق وابسته و همچنین سمن‌های مرتبط زیست‌محیطی، گردشگری، فرهنگی، آشپزی و... با حمایت‌های فرهنگی و قانونی و مالی تقویت شوند. همان‌طور که جدول ۱ نیز نشان می‌دهد، سازمان‌های مردم‌نهاد در ایفای نقش در این اکوسیستم خود را در حد کنش‌گران مرکزی ارتقا داده‌اند، اما هنوز آن‌طور که باید از ظرفیت این بخش استفاده نشده است. همچنین مطابق جدول ۳ که در آن توسعه صنایع و خوشه‌های خلاق در حوزه گسترده‌تری و صنایع خلاق وابسته، در میان نقش‌های به‌انجام‌نرسیده، نقشی مرکزی و کلیدی محسوب شده نیز توجه و تأکیدی بر این موضوع است.

- با توجه به جدول ۳ که در آن توسعه سواحل و ایجاد بازارهای شناور روی آب رودخانه‌ها از نقش‌های اجراننده و مرکزی اکوسیستم گردشگری شهر خلاق گسترده‌تری رشت است که اتفاقاً رتبه اول واسطه‌بودن را دارد و با فعال شدن آن نقش‌های بالقوه دیگری در این اکوسیستم فعال می‌شوند، ضروری است به وضعیت تأسفبار دو رودخانه شهر توجه عاجل و جدی صورت گیرد. به نظر می‌رسد لازم است ستادی متشکل از تمامی حوزه‌های مرتبط با این موضوع در شهر تشکیل شود و برای حل آن - که مطالبه مردم است - چاره‌اندیشی و اقدام گردد؛ ابعاد طرح تعریف شود؛ به پروژه‌ها و فعالیت‌های خرد قابل اجرا و ارزیابی تبدیل شود؛ مسئولیت اجرای هر پروژه تعیین شود و مهم‌تر از همه درباره آن گفت‌وگویی در شهر شکل بگیرد و پیشرفت طرح به‌صورت شفاف به مردم گزارش شود. - با توجه به جدول ۳، ایجاد برابری اجتماعی مرکزی‌ترین و کلیدی‌ترین نقشی است که اجرای آن در این اکوسیستم به تعویق افتاده است. همچنین از آنجاکه افزایش سرمایه اجتماعی شرط لازم و کافی برای توسعه اکوسیستم مورد مطالعه است، ضروری است مدیران و سیاست‌گذاران شهر، با شفاف‌سازی

و جلب مشارکت جامعه محلی و رفع تبعیض‌های اجتماعی و رواج فرهنگی و قانونی تحمل و رواداری، این ضرورت اجتماعی را تحقق بخشند. خصوصاً که مردم این خطه از کشور بسیار به این صفت آراسته‌اند و نباید سیاست‌هایی اعمال شود که این فضا را تنگ و محدود سازد. همچنان‌که مطابق جدول ۴، «ایجاد دموکراسی شهری و مشارکت جامعه محلی در توسعه شهر به صورت باز و شفاف» از نقش‌های مرکزی است که براساس نظر خبرگان در میانه راه اجرا در این اکوسیستم است.

«ایجاد فضا و زیرساخت برای گفت‌وگو، تولید ایده و تبدیل ایده به محصول»، با توجه به جدول ۳، از نقش‌های کلیدی واسطه‌ای در این اکوسیستم است که اجرا نمی‌شود. بنابراین گشودگی اجتماعی در این اکوسیستم و بازکردن باب گفت‌وگو با همه ملزومات آن، که هم برابری اجتماعی را تأمین و تضمین می‌کند و هم در فضایی عدالت‌محور شکل می‌گیرد، یعنی ارتباطی دوطرفه، ضرورت اصلی این شهر خلاق است.

- با توجه به جدول ۲، ترویج مصرف اغذیه سالم از نقش‌های واسطه‌ای قدرتمند این اکوسیستم شناخته شده که یکی از مصادیق مهم آن آلودگی آب و خاک این استان و کوددهی سمی مزارع است. با حمایت از تولیدکنندگان محلی که در باغچه‌های محدود و زمین‌های کوچک خود کشت می‌کنند و ترویج خرید از آنان، گام کوچک اما مهمی در این خصوص برداشته می‌شود. سازمان جهاد کشاورزی، که مطابق جدول ۱ از کنش‌گران کلیدی این اکوسیستم است، باید با افتتاح و برندسازی مزارع سالم ایفای نقش کند؛ مزارعی که در آن از سم و کود ارگانیک به جای کود سمی استفاده شود. در پی آن بازارچه‌های محلی ایجاد شود و رستوران‌های شهر از این بازارچه‌ها خرید کنند. همچنین جهاد کشاورزی باید متولی مدیریت آب باشد تا در مزارع از چاه‌های غیرمجاز و آب‌های آلوده به فلزات سنگین رودخانه‌های شهر برای آبیاری استفاده نشود.

- با توجه به جدول ۴، افزایش فرصت‌های شغلی در زمینه گسترده‌نومی و صنایع وابسته از نقش‌هایی است که در این اکوسیستم مرکزیت بالایی دارد، آن‌هم در میان نقش‌هایی که در نیمه‌راه مسیر اجرایی‌شدن هستند. در این خصوص پیشنهاد اجرایی محقق با توجه به مطالعه و مشاهده‌اش از این زیست‌بوم این است که سایر صنایع خلاق به صنعت خلاق گسترده‌نومی در شهر پیوند بخورند. برای مثال، صنایع دستی استان به‌ویژه فرش، با وجود ۱۴ هزار بافنده در استان گیلان، این قابلیت را دارد که محصول یا محصولاتی طراحی و به گردشگران خلاق گسترده‌نومی عرضه نماید. این موضوع باید با ایده‌های نو و حمایت‌های قانونی و فرهنگی و مالی پا بگیرد.

- با توجه به جداول ۲ و ۳ و ۴ که در آن نقش‌های مرکزی در این اکوسیستم فهرست شده‌اند، چه نقش‌هایی که در زمان انجام پژوهش اجرا شده‌اند و چه نقش‌هایی که هنوز به صورت کامل ظهور و بروز نیافته‌اند و چه نقش‌هایی که در این اکوسیستم گردشگری شهر خلاق گسترده‌نومی اجرا نمی‌شوند ولی ظرفیت بالقوه دارند که در صورت اجرا شدن کنش‌گران بیشتری را درگیر کنند، باید در اولویت اجرا قرار گیرند. مدیران و متولیان شهر نیز باید، ضمن تسهیل‌گری در اجرا و نظارت، گزارش‌های پیشرفت را به جامعه و مردم محلی و ذی‌نفعان ارائه کنند. گرچه برای این اکوسیستم ۱۳۸ نقش

شمارش شده که در پرتو اجرای آن‌ها اکوسیستم گردشگری شهر خلاق گسترده‌تری به صورت پویا تکامل می‌یابد، اما انجام نقش‌های کلیدی که با روش‌های تحلیل مرکزیت در شبکه به دست آمده‌اند در کمترین زمان بیشترین اثربخشی را دارد.

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، راهبردها و راهکارهای پیشنهادشده، علاوه بر حفظ و جذب طبقه خلاق (Florida, 2002) که مورد نقد برخی پژوهشگران است (Scott, 2010)، به ساختارها و فرایندها و شبکه‌های همکاری (Pratt, 2009) و تولید و انباشت اندوخته فرهنگی و مصرف آن (Sasaki, 2010) نیز اهتمام جدی دارد، می‌تواند لایه‌های اجتماعی را به هم پیوند دهد، سرمایه و انسجام اجتماعی را افزایش دهد و مانع بازتولید نابرابری‌های اجتماعی - اقتصادی (Yáñez, 2013) شود. چنین جامعه وحدت‌یافته و اهل تساهل و تسامحی می‌تواند گردشگر را در خود هضم و جذب کند، به گونه‌ای که در این فرایند جامعه محلی سلامتی، رشد، بالندگی، رفاه و سعادت‌مندی را نیز تجربه کند. در این اکوسیستم خلاق، خطر این‌که بهره‌برداری اقتصادی از صنایع فرهنگی و خلاق خود مبدل به دام خلاقیت (Richards and Marques, 2012) شود نیز کاهش می‌یابد.

## منابع

- افتخاری، اکبر (شهریور ۱۳۹۵). اکوسیستم کسب‌وکار [یادداشت وبلاگ]. بازیابی شده در <http://akbareftekhari.ir/fa/weblog/645-business-cosystem>
- بسته‌نگار، مهرنوش، حسنی، علی و خاکزار بفرویی، مرتضی (۱۳۹۶). «طراحی مدل مفهومی گردشگری خلاق». گردشگری و توسعه، دوره ۶، شماره ۲، ص ۸۱-۱۰۸.
- بسته‌نگار، مهرنوش (۱۳۹۷). مدل تحلیل شبکه اجتماعی اکوسیستم گردشگری شهر خلاق گسترده‌نومی، (مورد مطالعه: رشت)، رساله دکتری، دانشکده گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ.
- شهرداری رشت (۱۳۹۴). پیشنهادیه شهر رشت برای ثبت در شبکه جهانی شهرهای خلاق یونسکو.
- قربانی، رسول، حسین‌آبادی، سعید و طورانی، علی (۱۳۹۲). «شهرهای خلاق، رویکردی فرهنگی در توسعه شهری»، مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، سال ۳، شماره ۱۱، ص ۱-۱۸.
- ویکی‌پدیا (۱۳۹۷). <https://fa.wikipedia.org/wiki/%D8%B1%D8%B4%D8%AA>
- هنمن، روبرت و ریدل، مارک (۱۳۹۴). درآمدی بر روش شبکه‌های اجتماعی. ترجمه حنا محمدی کنگرانی و الهام محمدی. بندرعباس: انتشارات دانشگاه هرمزگان. تاریخ اصل اثر: ۲۰۰۵.
- Ahlgren, J. (2013). The Ecosystem Strategies of Born Globals: A case study of two Finnish game firms as participants of global business ecosystems. Master's thesis, Aalto University, School of Business.
- Den Hartigh, E. and Tol, M. (2008). "Business ecosystem". In Encyclopedia of Networked and Virtual Organizations (pp. 106-111). IGI Global.
- Florida, R. (2002). The Rise of the Creative Class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life. New York: Basic Book.
- Galateanu, E. and Avasilcai, S. (2013). "Business ecosystems architecture". Fascicle of Management and Technological Engineering, 22(1), 79-84.
- Iansiti, M. and Levien, R. (2004). The keystone advantage: what the new dynamics of business ecosystems mean for strategy, innovation, and sustainability. Harvard Business Press.
- Jansen, S., Brinkkemper, S. and Finkelstein, A. (2009). "Business Network Management as a Survival Strategy: A Tale of Two Software Ecosystems". Iwseco@ Icsr, 2009.
- Karhiniemi, M. (2009). Creating and sustaining successful business ecosystems. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:aalto-201111181244>
- Lindroth, K., Ritalahti, J., and Soisalon-Soininen, T. (2007). "Creative tourism in destination development". Tourism Review, 62(3/4), 53-58.
- Landry, C. (2000/2008) Creative City: A Toolkit for Urban Innovators, London: Earthscan Publications
- Long, P., and Morpeth, N. D. (2012). "Critiquing Creativity in Tourism". In The Routledge Handbook of Cultural Tourism (pp. 327-333). Routledge.
- Markusen, A. and Schrock, G. (2006). "The artistic dividend: Urban artistic specialisation and economic development implications". Urban studies, 43(10), 1661-1686.
- Pearce, D. G. and Butler, R. W. (Eds.). (1993). Tourism research: Critiques and challenges. Routledge.

- Porter, M. E. and Kramer, M. R. (2011). "The big idea: Creating shared value, rethinking capitalism". *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62-77.
- Pratt, A. C. (2009). "Policy transfer and the field of the cultural and creative industries: What can be learned from Europe?". In *Creative economies, creative cities* (pp. 9-23). Springer, Dordrecht.
- Richards, G. (2014). "Creativity and tourism in the city". *Current issues in Tourism*, 17(2), 119-144.
- Richards, G. and Marques, L. (2012). "Exploring creative tourism: Editors introduction". *Journal of Tourism Consumption and Practice*. (4)2, 1-11.
- Richards, G. and Wilson, J. (2006). "Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?". *Tourism Management*, 27(6), 1209-1223.
- Sasaki, M. (2010). "Urban regeneration through cultural creativity and social inclusion: Rethinking creative city theory through a Japanese case study". *Cities*, 27, S3-S9.
- Scott, A. J. (2010). "Cultural economy and the creative field of the city". *Geografiska Annaler: series B, human geography*, 92(2), 115-130.
- Soria, A. C. R. and Molendowska-Ruiz, J. E. (2014). "Reinventing Costa del Sol Through Creative Tourism". Retrieved from *Economia Creativa Consultancy Information website*: <http://www.slideshare.net/AntonioCarlos11/reinventing-costa-del-sol-through-creative-tourism-byeconomia-creativa-consultancy-november-2014-41948013>
- Suh, Y. and Kim, M. S. (2015). "Dynamic change of manufacturing and service industries network in mobile ecosystems: The case of Korea". *Telematics and Informatics*, 32(4), 613-628.
- Unesco, 2017. <https://en.unesco.org/creative-cities>
- Vanolo, A. (2008). "The image of the creative city: Some reflections on urban branding in Turin". *Cities*, 25(6), 370-382.
- Yáñez, C. J. N. (2013). "Do 'creative cities' have a dark side? Cultural scenes and socioeconomic status in Barcelona and Madrid (1991-2001)". *Cities*, 35, 213-220.
- Yozcu, Ö. K., & İçöz, O. (2010). "A model proposal on the use of creative tourism experiences in congress tourism and the congress marketing mix". *Pasos-Revista de Turismo y Patrimonio Cultural: Special Issue*, 8(3), 105-113.