



توسعه گردشگری شهری براساس شاخص‌های خلاقیت شهری (مطالعه موردی: شهر قزوین)

حسن احمد زاده^۱، مجید داداش پور مقدم^۲،
محمدحسین حضرتی^۳

چکیده

شهرها در شبکه شهرهای جهانی بازیگرانی جدیدی هستند که عین همفکری برای انتقال تجارب توسعه شهری، رقیبان یکدیگر نیز هستند و همواره سعی می‌کنند با تکیه بر ابزار دیپلماسی شهری در تقویت نقش آفرینی خود در شبکه شهرهای جهانی از سایر مکان‌های شهری همتای خود پیشی بگیرند. در این میان حرکت به سوی اقتصاد خلاق و در نهایت کسب جایگاه شهر خلاق می‌تواند فرصت‌های بسیار مهمی را در زمینه گردشگری شهری در عرصه‌های فراملی برای هر مکان شهری مهیا سازد. بنابراین با توجه به اهمیت موضوع، این پژوهش به ارزیابی توسعه گردشگری شهری براساس شاخص‌های خلاقیت شهری در شهر قزوین پرداخته است. نتایج پژوهش نشان داد شاخص‌های شاخص هنر، سرزندگی فرهنگی، مطبوعیت‌های ویژه، و شاخص منظری شهری بیشترین تاثیر را بر توسعه گردشگری شهری شهر قزوین دارند. مسئولین شهری قزوین باید با بهره‌گیری از این شاخص‌ها در قالب خلاقیت شهری به توسعه گردشگری شهری قزوین بپردازند. و با تقویت شاخص‌های شهر خلاق در همه زمینه‌ها، بسترها و شرایط لازم و مناسب را برای ایجاد، پرورش و گسترش ایده‌های خلاق را در شهر فراهم کنند. در این زمینه بهره‌گیری از نخبگان شهری، اساتید متخصص، مدیران متفکر می‌تواند راهگشا باشد.

واژگان کلیدی: گردشگری، گردشگری شهری، شهر خلاق، خلاقیت شهری، شهر قزوین

۱- استادیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز، تبریز، ایران (نویسنده مسئول)

۲- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز، تبریز، ایران

۳- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز، تبریز، ایران

شهر خلاق یک روش جدید در برنامه‌ریزی شهری است که چگونگی اینکه مردم بتوانند، فکر، برنامه ریزی و عمل خلاقانه در شهرها داشته باشند را توضیح می‌دهد و نشان می‌دهد که ما چگونه می‌توانیم شهرهایمان را از طریق بهره‌گیری از تفکرات و استعداد‌های مردم، سرزنده و زیست‌پذیر کنیم (لندری، ۲۰۱۲: ۱۱). شهر خلاق، مبحثی جدید و مورد توجه در حوزه شهرسازی است که فلوریدا آن را برای اولین بار در سال ۲۰۰۲ در کتابی با عنوان "Creative Class" مطرح کرد و آن را مکانی با تمرکز بر طبقه خلاق و با محوریت خلاقیت و دانایی تعریف نمود؛ چنین شهرهایی سعی در بهبود زندگی شهروندان دارند (لطفی زاده دهکردی و شاهدی، ۱۳۹۳). متخصصین زیادی در زمینه شهرهای خلاق به پژوهش و مطالعه پرداخته‌اند. ریچارد فلوریدا نظریه‌پرداز شهر خلاق معتقد است شهرها ظرف بروز خلاقیت بوده و همیشه چرخ‌های حرکت، تمرکز و هدایت انرژی خلاق بشر بوده‌اند (شمسی و همکاران، ۱۳۹۷: ۴۲۷). ریچارد فلوریدا در بررسی شهرهای خلاق روی محورهای تنوع، مطبوعیت‌های ویژه، سرزندگی، فرهنگ، زیبایی‌شناختی و وانولو در شهرهای خلاق روی محورهای منظر شهری، هنر، تنوع، فضاهای عمومی تاکید کرده است و اعتقاد داشت بهره‌گیری از عوامل فوق می‌تواند به توسعه گردشگری شهری منجر شود. خلاقیت برای توسعه گردشگری در شهرها در سال‌های اخیر به طور فزاینده‌ای مورد توجه قرار گرفته است و سبب رقابت میان شهرها شده است. لذا شهرها به طور فزاینده‌ای به دنبال ایجاد استراتژی‌های خلاقانه خود هستند. با این حال، در زمینه گردشگری، چنین استراتژی‌ها ممکن است به طور متقابل سازنده باشد، زیرا رقابت برای ایجاد تمایز اغلب در شهرهایی که الگوهای مشابه توسعه خلاقانه را تصویب می‌کنند، فراهم می‌شود (Richards, 2013). از طرفی به گفته سازمان ملل، در حال حاضر، ۵۴ درصد جمعیت جهان در مناطق شهری زندگی می‌کنند و تا سال ۲۰۳۰ انتظار می‌رود این سهم به ۶۰ درصد برسد. گردشگری همراه با سایر رشته‌های مهم، جزء اصلی در اقتصاد، زندگی اجتماعی و جغرافیای بسیاری از شهرهای جهان است و بنابراین عنصر اصلی در سیاست‌های توسعه شهری است (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۸). جاذبه‌های گردشگری شهری قزوین را می‌توان به دو دسته جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی و جاذبه‌های طبیعی تقسیم بندی نمود. بازارها و کاروانسراها، عمارت چهل ستون، عمارت سردار مفتخ، سردر عالی قاپو، کلیسای کانتور، دروازه تهران قدیم، پارک جنگلی باراجین، زیارت گاه چهار انبیاء، گرمابه قجر (موزه مردم شناسی)، آب انبارها، قلعه‌ها و ... نمونه‌ای جاذبه‌های گردشگری شهری شهر قزوین محسوب می‌شوند. با توجه به این که امکان توسعه گردشگری شهری، به ویژه در مناطق دارای تنوع فرهنگی و خرده فرهنگ‌های متعدد مانند قزوین که دارای پیشینه غنی تاریخی و آثار هنری محلی و صنایع دستی اصیل و متنوع است وجود دارد. این پژوهش به تحلیل شاخص‌های شهر خلاق در توسعه گردشگری شهری قزوین براساس شاخص‌های شهر خلاق فلوریدا و وانولو می‌پردازد.

ریچارد فلوریدا در تبیین شاخص‌های شهر خلاق با اینکه تاکید ویژه‌ای بر جایگاه طبقه خلاق در افزایش خلاقیت در شهرها دارد. با این حال معتقد است شهرها برای کسب خلاقیت باید به مباحث پایه‌ای مکان مینا مثل مدارس خوب، خیابان‌های امن، محیط‌ها و اماکن خانوادگی دوستانه که باعث اطمینان خاطر خانواده‌ها شده، وجود امکاناتی از قبیل مسیرهای دوچرخه سواری، پارک‌ها و فضاهای باز متنوع تمرکز کنند. مکان‌هایی که مردم را جذب کرده و انگیزه‌های آنها را برای ارتباطات بیشتر تثبیت کند (فلوریدا^۱، ۲۰۰۸: ۲۵). فلوریدا کیفیت مکان‌ها را متذکر شده و عقیده دارد مکان‌های طبیعی شهری بایستی دارای منظره و چشم انداز عامه پسند، مکان‌های انسان ساخت دارای تنوع فضایی و اقتصادی، ساختمان‌ها دارای معماری منحصر به فرد و جذاب، فضاهای سبز و پارک‌ها باید با کیفیت باشند تا جاذب گردشگر باشند (فلوریدا، ۲۰۱۴، ۲۰۱). از طرفی وانولو معتقد است شهرهای خلاق برای جذب گردشگر و توسعه گردشگری شهری باید دارای منظر شهری مناسب و متنوع، میراث هنری و قدیمی، تنوع قومیت‌ها و نژادها، فضاهای عمومی و مدنی مدرن و جدید و مراکز علمی منحصر به فرد باشند تا گردشگران مختلف و با سلیقه‌های مختلف را به خود جلب نمایند و از این طریق به توسعه گردشگری شهری خود بپردازند (وانالو^۲، ۲۰۰۸: ۳۲۷).

1 - Florida
2 - Vanolo

جدول شماره ۱: شاخص‌های مکانی شهر خلاق از منظر ریچارد فلوریدا و وانولو برای توسعه گردشگری شهری

شاخص	توضیح
	فلوریدا
تنوع	تنوع کارکردی، همسایگی متمایز، تراکم کافی
مطبوعیت‌های ویژه	تسهیلات ورزشی اختصاصی، سرانه رستوران‌ها و مکان‌های تفریح و سرگرمی، فضاهای عمومی برای دیدارهای غیر رسمی
سرزندگی فرهنگی	رویدادهای فرهنگی و هنری، سرانه مکانی نمایش صحنه‌های زنده
زیبایی‌شناسی	معماری، پارک‌ها، میراث شهری
-	وانولو
منظر	وجود نشان‌ها، نمادها، المان‌ها و چشم اندازهای متنوع که در عین کثرت، یکپارچه باشند
هنر	ارتقاء هنرهای جدید و تقویت میراث‌های هنری قدیمی شهر
تنوع	شهری مملو از نژادها و قومیت‌های مختلف جهان و توریست پذیری بالا
فضاهای عمومی	وجود پارک‌های متعدد، ساخت و ارتقاء مکان‌های عمومی و فضاهای مدنی جدید
آموزش عالی	تعداد دانشگاه‌ها و مراکز علمی و پژوهشی در شهر

(وانولو، ۲۰۰۸: ۳۷۲؛ جاکوب^۱، ۲۰۱۳: ۳)

۲- گردشگری شهری

مناطق شهری مانند شهرها منابع مسافران هستند، به عنوان مقصد گردشگری عمل می‌کنند و دروازه ای به مکان‌های دیگر می‌باشند. بیش از ۵۰ درصد از جمعیت جهان شهرنشینی شده اند، بنابراین پویایی و ویژگی گردشگری شهری به عنوان رانندگان اقتصاد گردشگری مهم است. گردشگری از نظر اجتماعی، فضایی، اقتصادی جدا از مسائل مربوط به مدیریت شهری نیست (کوو و جولیف، ۲۰۱۲: ۲۶۸). به طور کلی در فضای شهری اولین و مهمترین عامل در الگوی رفتاری و نتیجتاً در فضای توریستی، رفت و آمد یا مسیرهای گردش گردشگران برای بازدید از جاذبه‌های شهری است، زیرا عامل اصلی در جذب توریست به شهرها جاذبه‌های آن شهر است. دومین عامل را می‌توان محل اقامت گردشگران محسوب کرد که مرکز ثقل حرکتی گردشگران در شهر است. سومین عامل، خرید و تهیه سوغات در شهر است. عوامل فوق به همراه عوامل دیگری چون دید و بازدید اقوام، فضای توریسم شهر را شکل می‌بخشند (شکوئی و موحد، ۱۳۸۱: ۱۰۱). بنابراین گردشگری شهری شامل فعالیت‌های گردشگران بین المللی و داخلی و همچنین ساکنان محلی در مناطق شهری برای بازدید از مناظر طبیعی، امکانات و زیرساخت‌ها و دیگر عناصر جذاب شهری است (کوو و جولیف^۲، ۲۰۱۲: ۲۶۸). گردشگری شهری نوعی از فعالیت گردشگری است که در فضای شهری اتفاق می‌افتد و ویژگی‌های ذاتی آن به وسیله اقتصاد مبتنی بر غیر کشاورزی مانند اداره، تولید، تجارت و خدمات و با وجود نقاط گره ای حمل و نقل می‌باشد. گردشگران شهری در مقصدهای شهر به دنبال تجربیات فرهنگی، معماری، تکنولوژیکی، اجتماعی و طبیعی و محصولات برای اوقات فراغت و کسب و کار هستند (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۸).

۳- شهر خلاق

پیتروال شهرهای خلاق را شهرهایی با زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی ترکیبی و مختلط می‌داند که عرصه را برای تعامل بیشتر و تبادل راحت و غیررسمی اطلاعات بین مردمان خلاق فراهم می‌کند که به نوبه خود، به ایده‌های جدید و تفکر خلاقانه منجر می‌شود (Hall, 2000). برخی دیگر شهرهای خلاق را با ویژگی‌هایی همچون تحمل پذیرش گروه‌های مختلف اجتماعی، قومی و فرهنگی، قدرت حل مسائل مختلف مدنی، ایجاد محیطی برای جذب افراد خلاق و مبتکر، ایجاد فضایی برای پرورش خلاقیت‌ها و به کارگیری ایده‌های ساکنان در جهت حل مسائل، رشد اقتصادی و توسعه می‌شناسند (کلانتری و همکاران، ۱۳۹۵: ۵۹۰). شهر خلاق دارای شاخص‌ها و معیارهای مختلفی از جمله سرمایه انسانی خلاق، طبقه خلاق، تنوع، گشودگی، تحقیق و توسعه، مشارکت، تکنولوژی، فن آوری نوآوری، اشتغال، کارآفرینی، زیرساخت‌ها، برند (دل انگیزان، ۱۳۹۷: ۶) و ... هستند. شهر خلاق شهری است که به دلیل اهمیت زیبایی‌شناسی و توانایی آن برای پرورش قوه ادراک و ارتباطات مورد احترام است؛ جایی که تنوع فرهنگی غنیمت شمرده شده و بیان خلاقیت در تمام اشکال آن مورد تشویق قرار می‌گیرد (شهبان و رهگذر، ۱۳۹۱: ۶۷).

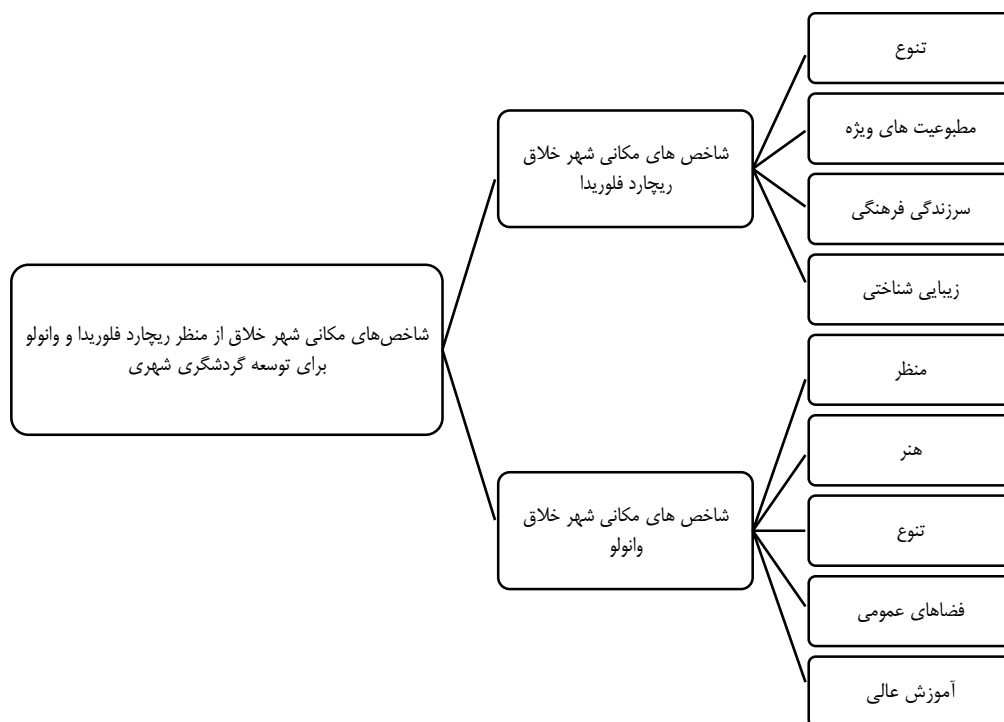
1 - Jacob

2 - cave and Joliffe

شهر خلاق یک روش جدید در برنامه‌ریزی شهری است که چگونگی اینکه مردم بتوانند، فکر، برنامه‌ریزی و عمل خلاقانه در شهرها داشته باشند را توضیح می‌دهد و نشان می‌دهد که ما چگونه می‌توانیم شهرهای مان را از طریق بهره‌گیری از تفکرات و استعداد های مردم، سرزنده و زیست پذیر کنیم (لندری، ۲۰۱۲: ۱۱). در شهر خلاق مسائل شهری به صورت خلاقانه و با تفکر جمعی صاحبان اصلی فضاهای شهری، یعنی شهروندان و صاحبان مشاغل، در کنار مدیران و برنامه‌ریزان شهری مورد بررسی قرار می‌گیرد (کوک و لازریتی^۱، ۲۰۰۸: ۱۲). برای جذب سرمایه‌های انسانی و خلاق، شهرها و مناطق وابسته به آن باید ویژگی‌های خاص داشته باشند که بتوانند به شهر خلاق تبدیل شوند (فلوریدا^۲، ۲۰۰۵: ۸). غیر از بسترهای دانش، صنعت به ویژه صنایع با فن آوری برتر، بسترهای اجتماعی و فرهنگی چون، تنوع اجتماعی، مطلوبیت محل زندگی، کیفیت زندگی، و برابری اجتماعی جایگاه مهمی را به خود اختصاص داده اند (ویندن و همکاران^۳، ۲۰۰۷: ۵). شهرهای خلاق شهرهای هستند که قادرند راه حل‌های جدیدی برای مشکلات روزمره شان ارایه دهند (رانی خوراسگانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۶). شهرهای خلاق بر تولیدات فرهنگی متمرکز هستند (کورچی^۴، ۲۰۱۲: ۷). از نظر پترهال شهرهای خلاق، نوع خاصی از شهرها در تغییرات پی در پی اقتصادی و اجتماعی با طی وسیعی از مهاجران جوان هستند (هال^۵، ۲۰۰۰: ۶۴۸). او شهرهای خلاق را شهرهایی با زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی ترکیبی و مختلط می‌داند که عرصه را برای تعامل بیشتر و تبادل راحت و غیررسمی اطلاعات بین مردمان خلاق فراهم می‌کند که به نوبه خود به ایده‌های جدید و تفکر خلاقانه منجر می‌شود (هال و رم پلانر^۶، ۱۹۹۸: ۲۲).

۴- روش پژوهش

نوع تحقیق با توجه به ماهیت کاربردی و براساس روش تحلیلی-پیمایشی بوده است. جامعه آماری پژوهش را مدیران و کارشناسان شهری و متخصصین گردشگری شهر قزوین تشکیل داده اند. حجم نمونه پژوهش براساس رویکرد اشباع نظری تعیین شد. روش نمونه گیری هدفمند بوده است. برای بررسی و شناسایی شاخص‌های تاثیر گذار بر توسعه گردشگری از شاخص‌های مکانی شهر خلاق ریچارد فلوریدا و وانولو استفاده شد.



شکل شماره ۱: شاخص‌های مکانی شهر خلاق از منظر ریچارد فلوریدا و وانولو

- 1 - Cooke & Lazzeretti
- 2 - Florida
- 3 - Winden & et al
- 4 - Qurchy
- 5 - Hall
- 6 - Hall & Raumplaner

۵- معرفی محدوده مورد مطالعه

شهر باستانی قزوین در زمان شاه تهماسب صفوی پایتخت ایران بوده است. شهر قزوین براساس سرشماری ۱۳۹۵ دارای ۵۹۶۹۳۲ نفر جمعیت است. بر طبق آخرین مطالعات انجام شده بیشترین تراکم جمعیت استان در شهر قزوین با ۹۶۹۸ نفر در کیلومتر مربع بوده است. قزوین از قدیمی‌ترین حوزه‌های تمدنی ایران است که براساس یافته‌های باستان‌شناسان سابقه سکونت در آن به ۹ هزار سال می‌رسد و این شهر حدود نیم قرن پایتخت ایران در دوره صفویه بوده است. شهر قزوین دارای میراث غنی و پیشینه تاریخی طولانی است. حدود ۱۱ درصد از وسعت شهر قزوین فعلی به محدوده تاریخی شهر اختصاص دارد و محدوده تاریخی شهر دربرگیرنده اغلب آثار تاریخی شهر قزوین از جمله بازار، مساجد، مدارس، سراها و کاروانسراهاست. شواهد و مدارک موجود، سیمای عمومی شهر قزوین و وجود آثار تاریخی متعلق به دوره‌های مختلف، گویای این امر است که شهر قزوین همواره در طول تاریخ رونق داشته و مرکز سکونتگاهی معتبری بوده است. وجود آثار ارزشمند تاریخی باقی مانده از ادوار مختلف تاریخی و سازمان فضایی شهر، جاذبه‌های گردشگری شهر را افزایش داده است (امین زاده و دادرس، ۱۳۹۱: ۱۰۴). غنای تاریخی قزوین به حدی است که برخی از کارشناسان، آن را از نظر تعداد آثار تاریخی در رتبه اول کشور قرار می‌دهند. در سال ۲۰۰۵ شهر قزوین به عنوان پایلوت گردشگری آسیا از طرف بخش اسکان بشر سازمان ملل متحد انتخاب شد. بی شک این انتخاب باتوجه به توانمندیهای بی شمار این شهر در حوزه گردشگری می باشد (احمدی، ۱۳۹۴)



نقشه شماره ۱: موقعیت جغرافیایی قزوین در استان و کشور

۶- یافته‌های پژوهش

همان طوری که جدول شماره ۲ نشان می‌دهد رابطه معناداری ($Sig=0.000$) بین متغیرها و شاخص‌های شهر خلاق و توسعه گردشگری شهری در قزوین وجود دارد. جدول شماره ۲ رابطه بین متغیرهای مختلف شهر خلاق را در ارتباط با توسعه گردشگری شهری قزوین را نشان می‌دهد. طبق نتایج حاصله مندرج در جدول، شاخص هنر شهر خلاق با توسعه گردشگری شهری بیشترین رابطه و شاخص آموزش عالی شهر خلاق با توسعه گردشگری شهری در قزوین کمترین رابطه را دارد. در ادامه به تبیین رابطه بین شاخص‌های شهر خلاق و توسعه گردشگری شهری در شهر قزوین پرداخته می‌شود.

جدول شماره ۲: بررسی رابطه شاخص‌های شهر خلاق و توسعه گردشگری شهری در قزوین

متغیرها	R	R Square	F	Sig	Constant	B	Beta	Pearson Correlation
رابطه بین شاخص تنوع شهر خلاق و توسعه گردشگری شهری در قزوین	۰,۶۰۶	۰,۳۷۷	۲۲۰,۰۸۳	۰,۰۰۰	۲,۰۹۷	۰,۵۳۸	۰,۶۰۶	۰,۶۰۶
رابطه بین شاخص مطبوعیت‌های ویژه شهر خلاق و توسعه گردشگری شهری در قزوین	۰,۷۱۵	۰,۴۸۳	۳۵۳,۹۹۱	۰,۰۰۰	۱,۳۳۲	۰,۶۹۸	۰,۷۱۵	۰,۷۱۵
رابطه بین شاخص سرزندگی فرهنگی شهر خلاق و توسعه گردشگری شهری در قزوین	۰,۷۴۰	۰,۵۰۲	۱۰۱,۶۰۸	۰,۰۰۰	۴,۰۴۶	۰,۶۸۴	۰,۷۴۰	۰,۷۴۰
رابطه بین شاخص زیبایی شناختی شهر خلاق و توسعه گردشگری شهری در قزوین	۰,۷۰۱	۰,۵۱۱	۳۷۰,۰۳۲	۰,۰۰۰	۱,۰۰۰	۰,۶۸۷	۰,۷۰۱	۰,۷۰۱

تبیین نظری پتانسیل شاخص تنوع در شهر قزوین و رابطه آن با توسعه گردشگری شهری

شهر قزوین به دلایل فرهنگی و اجتماعی، اقتصادی، ارتباطی و سیاسی همواره یکی از استان‌های مهاجرپذیر در ایران بوده است لذا تنوع فرهنگی یکی از شاخص‌های بارز شهر قزوین محسوب می‌شود. از طرفی دیگر همان طوری که بررسی شد تنوع در جاذبه‌های گردشگری شهر مشهود است. در سال ۲۰۰۵ شهر قزوین به عنوان پایلوت گردشگری آسیا از طرف بخش اسکان بشر سازمان ملل متحد انتخاب شد. بی شک این انتخاب با توجه تنوع گردشگری و توانمندی‌های بی شمار این شهر در حوزه گردشگری می‌باشد.

همان طوری که جدول شماره ۲ نشان می‌دهد رابطه معناداری (Sig=0.000) بین شاخص تنوع شهر خلاق و توسعه گردشگری شهری شهر قزوین وجود دارد. یعنی هر چه تنوع کارکردی، فرهنگی، تراکم کافی، تنوع قومیت‌ها و نژادها در شهر قزوین بیشتر باشد تاثیر آن در توریست پذیری بالای شهر و در نتیجه توسعه گردشگری شهری بیشتر است. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد که ضریب همبستگی متغیر تنوع بر توسعه گردشگری شهری قزوین برابر با ۰,۶۰۶ است. اگر اثر متغیرهای و شاخص‌های تنوع بر توسعه گردشگری شهری قزوین کنترل شود میزان رونق آن به اندازه ۲,۰۹۷ است. یعنی، به ازای یک واحد افزایش در شاخص‌های تنوع در شهر قزوین، به اندازه ۰,۵۳۸ تغییر مثبت در توسعه گردشگری شهری خواهیم داشت. بنابراین شاخص تنوع تاثیر مثبتی بر توسعه گردشگری شهری قزوین دارد. بررسی ضریب همبستگی پیرسون (جدول ۲) بین دو متغیر شاخص تنوع و توسعه گردشگری شهر قزوین بیانگر این موضوع است که عملکرد فعلی موجود در شاخص‌های تنوع در قزوین به میزان ۰,۶۰۶ بر توسعه گردشگری شهر قزوین تاثیرگذار است. ضریب همبستگی پیرسون بین ۰-۱ است. یعنی هر چه ضریب بدست آمده به سمت عدد یک سوق پیدا کند بیانگر رابطه و تاثیر گذار دو متغیر روی هم است.

تبیین نظری پتانسیل شاخص مطبوعیت‌های ویژه در شهر قزوین و رابطه آن با توسعه گردشگری شهری

شهر قزوین دارای مکان‌های تفریح و سرگرمی ویژه و خاص و منحصر به فرد است از جمله آن می‌توان به کلیسای کانتور، حمام تاریخی قجر و اشاره کرد. کلیسای کانتور معروف به «برج ناقوس» در جنگ جهانی دوم در زمان اشغال ایران به دست روس‌ها در شهر قزوین ساخته شد. حمام تاریخی قجر یکی از کهن‌ترین و بزرگترین گرمابه‌های موجود در قزوین است. گرمابه قجر از بناهای دوره صفوی است، که در حال حاضر به موزه مردم شناسی تبدیل شده است. بقعه " چهار انبیاء " یا " پیغمبریه " شهر قزوین که مدفن چهار تن از پیامبران بنی اسرائیل می‌باشد یکی از معدود آثار تاریخی و مذهبی پیش از ظهور اسلام و حتی پیش از ظهور مسیحیت است که زیارت آن نزد سه آیین الهی، ابراهیمی دارای ارزش دینی بسیار زیادی است. همچنین سردر عالی قاپو

یکی از آثار تاریخی و گردشگری در شهر قزوین است که در ابتدای خیابان سپه - نخستین خیابان ساخته شده در ایران - قرار دارد. این بنا سردر یکی از هفت در ورودی به ارگ سلطنتی صفویان بوده است (احمدی، ۱۳۹۴).

رستوران نمونه، رستوران اقبالی، رستوران مدیترانه، رستوران آرمانی، شانی، کرمانی، رستوران تیروز، رستوران سعد السلطنه از جمله رستوران های مهم شهر قزوین هستند. اماکن و مراکز تفریحی و سرگرمی شهر قزوین قزوین حال و هوای متفاوتی را برای شهر و گردشگران و مسافران فراهم کرده است. مراکز تفریحی قزوین با تنوع فراوان و جذابیت خاصشان، تا انواع پارکها و تفریحات در محیط طبیعی و سالن های ورزشی و سرگرمی با هیجان ورزشی از دیگر جاذبه های منحصر به فرد و ویژه شهر قزوین محسوب می شوند.

طبق جدول شماره ۲، رابطه (Sig=0.000) معناداری بین شاخص مطبوعیت ویژه و توسعه گردشگری شهری در قزوین وجود دارد. یعنی تسهیلات ورزشی اختصاصی، سرانه رستورانها و مکانهای تفریح و سرگرمی، فضاهای عمومی برای دیدارهای غیر رسمی در قزوین بیشتر و بهتر باشد وضعیت توسعه گردشگری شهری قزوین بهتر خواهد بود. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون نشان می دهد که ضریب همبستگی متغیر مطبوعیت ویژه و توسعه گردشگری شهری در قزوین برابر با ۰,۷۱۵ است. بنابراین مطبوعیت ویژه بر توسعه گردشگری شهر قزوین تاثیر گذار خواهد بود.

تبیین نظری پتانسیل شاخص سرزندگی فرهنگی در شهر قزوین و رابطه آن با توسعه گردشگری شهری

مفهوم سرزندگی را شاخصهایی چون در دسترس بودن، عدالت و مشارکت، آسایش و آرامش، تعاملات اجتماعی، حضورپذیری، امنیت و پاسخگویی عینیت می بخشند. از مهمترین اهداف این نگرش ایجاد فضایی با خصوصیت حس تعلق مکانی است که بستری مناسب برای ایجاد تداعیات ذهنی و خاطره انگیزی برای شهروندان و در نهایت مشوقی برای حضور در فضا و برقراری تعاملات است (سجاد زاده و کمندانی، ۱۳۹۵).

فضاهای معماری و شهری قزوین پدیده هایی کالبدی هستند که بازتاب بسیاری از خصوصیات فرهنگی، اجتماعی و تمدنی شهر بشمار می روند. قزوین با برخورداری از جاذبه های فرهنگی، تاریخی و مذهبی فراوان، از سرزندگی خاصی برخوردار است. مجموعه فضاهای کالبدی یک شهر مانند امازاده ها، زیارت گاه ها، مساجد و خانقاه ها، کاروانسراها، مشاهیر و... به عنوان تک بناهایی که نمودی از فرهنگ خاص شهر هستند، منجر به رونق گردشگری شهری می شود. وجود اماکن فرهنگی و مذهبی (امامزاده ها، زیارت گاه ها و کلیساها) امروزه نه تنها از جاذبه های مهم گردشگری شهری قزوین در جذب گردشگر محسوب می شوند بلکه سبب سرزندگی فرهنگی در شهر شده اند. آستان متبرک چهار انبیا شهر قزوین از اماکن زیارتی مشهور این شهر است که در کنار ارزش مذهبی از قدمت و اصالت تاریخی کهن نیز برخوردار است. برای اهالی قزوین نیز این زیارتگاه گذشته از اصالت تاریخی و جنبه فرهنگی، ارزش معنوی خاصی دارد به ویژه در مناسبت های مذهبی چون محرم و ایام فاطمیه مراسم عزای با شکوه خاصی در این مکان برگزار می شود که خود جلوه دیگری از گردشگری قزوین را به نمایش می گذارد.

نتایج حاصل از پیمایش نشان می دهد بین سرزندگی فرهنگی شهر و توسعه گردشگری شهری قزوین رابطه معناداری وجود دارد. یعنی هر چه رویدادهای فرهنگی و هنری، سرانه های فرهنگی و نمایش صحنه های زنده در شهر بیشتر باشد در نتیجه توسعه گردشگری شهری قزوین بیشتر خواهد بود. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون نشان می دهد که ضریب همبستگی متغیر سرزندگی فرهنگی شهر قزوین بر توسعه گردشگری شهری برابر با ۰,۷۴۰ است. اگر اثر متغیرهای و شاخص های سرزندگی فرهنگی بر توسعه گردشگری شهری قزوین کنترل شود میزان رونق آن به اندازه ۴,۰۴۶ است. یعنی، به ازای یک واحد افزایش در شاخص های سرزندگی فرهنگی در شهر قزوین، به اندازه ۰,۶۸۴ تغییر مثبت در توسعه گردشگری شهری خواهیم داشت. شهر قزوین با داشتن قدمت تاریخی و آثار فرهنگی و مذهبی گرانبها، از مهم ترین شهرهای گردشگری ایران و سرمایه های ارزشمند و منحصر به فرد در سطح ملی و جهانی محسوب می شود به طوری که در سال ۲۰۰۶ به عنوان پایتخت فرهنگی جهان اسلام و در سال ۱۳۸۸ به عنوان پایتخت فرهنگ و تمدن ایران اسلامی معرفی گردید.

تبیین نظری پتانسیل شاخص زیبایی شناختی در شهر قزوین و رابطه آن با توسعه گردشگری شهری

موقعیت جغرافیایی ممتاز قزوین و قرار گرفتن در مسیر ارتباطی مناطق شمالی و غرب کشور همواره باعث پویایی اقتصاد و گسترش بازرگانی در این شهر بوده است. مجموعه بازار قزوین از بناهای با ارزش ترین آثار بجای مانده معماری شهر قزوین است که نه تنها از زیبایی شناسی خاصی برخوردار است بلکه تاریخ ساخت این مجموعه به دوره صفویه باز می گردد، درحالی که بخش زیادی از بناهای کنونی متعلق به دوره قاجاریه است. یکی از نموده های مهم شهر قزوین، زیبایی شناختی فرهنگی این شهر است. شهر قزوین به لحاظ فرهنگی، دارای جاذبه های زیادی است. ایده شهر خلاق مبتنی بر این باور است که فرهنگ می تواند نقش مهمی در فرایند نوزایی شهرها ایفا کند، صنایع خلاق نه تنها کیفیت زندگی شهروندان را از طریق ارتقای بافت اجتماعی شهر،

مجال ظهور دادن به نمودهای فرهنگ ادوار تاریخی و اقشار و اقلیت‌های مختلف جامعه و در نهایت، تقویت چرخه ی اقتصادی شهری، بهبود می‌بخشد، بلکه، حس همبستگی اجتماعی را در میان ساکنان شهر تقویت می‌کند و به تعریف یک هویت منحصر به فرد برای شهر، در ذهن ساکنان و گردشگران می‌انجامد (برنامه توسعه سازمان ملل^۱، ۲۰۱۸). نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد که ضریب همبستگی متغیر زیبایی شناختی بر شاخص‌های توسعه گردشگری شهر قزوین برابر با ۰,۷۰۱ است. اگر اثر متغیر زیبایی شناختی مانند معماری، پارک‌ها، میراث شهری بر شاخص‌های توسعه گردشگری شهر قزوین کنترل شود میزان رونق آن به اندازه ۵,۰۴۶ است. بنابراین شاخص زیبایی شناختی به عنوان یکی از متغیرهای مورد اشاره فلوریدا تاثیر مثبتی بر توسعه گردشگری شهری شهر قزوین دارد. همچنین ضریب همبستگی پیرسون بیانگر رابطه مستقیم بین متغیرهای توسعه زیبایی شناختی بر شاخص‌های توسعه گردشگری شهر قزوین با ضریب ۰,۷۰۱ است.

جدول شماره ۳: بررسی رابطه شاخص‌های شهر خلاق و توسعه گردشگری شهری در قزوین

متغیرها	R	R Square	F	Sig	Constant	B	Beta	Pearson Correlation
رابطه بین شاخص منظر شهری شهر خلاق و توسعه گردشگری شهری در قزوین	۰,۷۴۱	۰,۵۳۲	۳۸۴,۱۹۱	۰,۰۰۰	۱,۰۰۳	۰,۷۳۸	۰,۷۴۱	۰,۷۴۱
رابطه بین شاخص هنر شهر خلاق و توسعه گردشگری شهری در قزوین	۰,۷۸۱	۰,۵۸۴	۳۷۹,۱۹۱	۰,۰۰۰	۱,۹۷	۰,۵۲۱	۰,۷۸۱	۰,۷۸۱
رابطه بین شاخص فضاهای عمومی شهر خلاق و توسعه گردشگری شهری در قزوین	۰,۵۳۰	۰,۲۸۱	۱۴۷,۹۸۰	۰,۰۰۰	۲,۲۳۷	۰,۴۷۲	۰,۵۳۰	۰,۵۳۰
رابطه بین شاخص آموزش عالی شهر خلاق و توسعه گردشگری شهری در قزوین	۰,۵۱۰	۰,۱۹۱	۸۹,۷۳	۰,۰۰۰	۳,۲۴	۰,۱۹۸	۰,۵۱۰	۰,۵۱۰

تبیین نظری پتانسیل شاخص منظر شهری قزوین و رابطه آن با توسعه گردشگری شهری

منظر شهر، تصویری از شهر است که با چشم دیده و درک می‌شود و قاعدتاً در میان عموم افراد سالم، مشترک است. بنابراین وقتی فردی در یک فضای شهری قرار می‌گیرد؛ به خصوص فضایی که کاملاً برای فرد نا آشنا است، منظر روی ادراک فرد از محیط و خاطره ذهنی او تأثیر زیادی می‌گذارد. این موضوع در ورودی شهرها اهمیتی دو چندان می‌یابد، زیرا افرادی که برای اولین بار وارد فضا می‌شوند، تأثیرپذیری بیشتری از منظر خواهند داشت و این مسئله در انتخاب شهر برای سفرهای بعدی حائز اهمیت است. منظر در یک فضای شهری، مانند لباس و پوسته خارجی آن می‌باشد، بنابراین می‌توان نتیجه گرفت، همان طور که لباس اشخاص، نشان دهنده شخصیت و موقعیت آنها است، منظر نیز نشان دهنده شخصیت و هویت فضای شهر محسوب می‌شود. منظر شهری مناسب در شهرسازی و بویژه از نیمه قرن گذشته میلادی محل گفتگو بوده است. و رابطه ی تنگاتنگی با مقوله‌ی هویت شهری دارد (ابویی و جعفری قوام آبادی، ۱۳۹۳: ۱). امروزه توجه به این مساله ابعاد گسترده‌ای یافت. به طوری مدیران شهری شهرهای خلاق برای توسعه گردشگری شهری اقدام به طراحی منظر شهری جذاب و خلاق در شهر می‌نمایند.

طبق جدول شماره ۲ هر چه شهر قزوین از منظر شهری مناسب تری برخوردار باشد و نشان‌ها، نمادها، المان‌ها و چشم اندازهای متنوعی در شهر وجود داشته باشد توسعه گردشگری شهری بیشتر خواهد بود. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد که ضریب همبستگی متغیر منظر شهری بر توسعه گردشگری شهر برابر با ۰,۷۴۱ است، بنابراین نسبتی از واریانس متغیر توسعه گردشگری شهری که از طریق متغیر منظر شهری تبیین شده است با اندازه ۰/۵۲۳ است. اگر اثر متغیر منظر شهری (نشان‌ها، نمادها، المان‌ها و چشم اندازهای متنوع) بر توسعه گردشگری شهر قزوین کنترل و بررسی شود میزان رونق

گردشگری شهر به اندازه ۱,۰۰۳ خواهد بود. یعنی، به ازای یک واحد افزایش در بهبود منظر شهری، به اندازه ۰/۷۳۸ تغییر مثبت در شاخص‌های گردشگری شهری شهر از جمله اشتغال خواهیم داشت.

تبیین نظری پتانسیل شاخص هنر شهر قزوین و رابطه آن با توسعه گردشگری شهری

آن دسته از شهرهایی که به سبب داشتن اماکن هنری دارای پتانسیل هستند از قابلیت‌های زیادی در جذب گردشگر برخوردارند. بسیاری از جاذبه‌های شهری قزوین مانند کاروانسراها، بازارها، بناهای مربوط به مشاهیر و ... نمادی از هنر، معماری، میهمان‌نوازی و فرهنگ شهر قزوین هستند از طرفی گردشگرانی که از قزوین بازدید می‌کنند، در گروه گردشگران فرهنگی دسته-بندی می‌شوند؛ زیرا تمایل آنها بیشتر بازدید از آثار تاریخی - فرهنگی به جای ماندن از دوران سلجوقی و صفوی است که با هنر تزئین شده‌اند (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی قزوین، ۱۳۸۲). بررسی نتایج پیمایش نشان داد هرچه هنرهای جدید در شهر ارتقاء یابد و میراث‌های هنری و قدیمی شهر تقویت شود. گردشگری شهری توسعه می‌یابد. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد که ضریب همبستگی متغیر هنر شهر خلاق و توسعه گردشگری شهری برابر با ۰,۷۸۱ است، بنابراین نسبتی از واریانس متغیر توسعه گردشگری شهری که از طریق شاخص هنر شهری تبیین می‌شود با اندازه ۰/۵۸۴ است. اگر عوامل و شاخص‌های هنر شهر خلاق بر توسعه گردشگری شهری قزوین کنترل و بررسی شود میزان توسعه گردشگری شهر به اندازه ۱,۹۷ خواهد بود.

تبیین نظری پتانسیل شاخص فضاهای عمومی در شهر قزوین و رابطه آن با توسعه گردشگری

شهری

فضاهای عمومی شهری علاوه بر آنکه بیشترین ارتباط را با شهروندان و محیط زندگیشان دارند، نقش بسزایی نیز در ایجاد «هویت بخشی» و «برقراری احساس آرامش» در شهرها ایفا می‌کنند. این دسته از فضاها با در بر گرفتن سه بعد «کالبد»، «عملکرد» و «معنا» در صدد افزایش سطح کیفیت زندگی شهری و تشویق شهروندان جهت برقراری هرچه بیشتر تعاملات اجتماعی محیط‌های شهری می‌باشند (مویدی، ۱۳۹۲: ۱۶۰). کاپلان (۱۹۹۸) کیفیات کالبدی یک فضای عمومی را مدیون وجود عناصر طبیعی دانسته که منجر به افزایش هیجان و سرزندگی محیط، امکان استراحت، گردشگری، تجارب خوشایند و سلامت بیشتر برای مردم می‌شود. وایت (۱۹۸۰) عوامل تأثیرگذار در ارتقاء جنبه‌های کالبدی فضاهای عمومی را یادمان‌ها، پله‌ها، آب‌نماها می‌داند که سبب توسعه گردشگری شهری می‌شود. بررسی نقش فضاهای عمومی شهر قزوین در توسعه گردشگری شهری نشان می‌دهد رابطه معناداری (۰,۰۰۰) بین دو متغیر وجود دارد. ضریب همبستگی و آزمون پیرسون بین متغیر فضاهای عمومی شهر و توسعه گردشگری شهری برابر با ۰,۵۳۰ است. و تأثیر فضاهای عمومی شهر بر توسعه گردشگری شهری به اندازه ۲,۳۲۷ است. بنابراین مسئولین شهر قزوین باید به این عامل توجه ویژه داشته باشند.

تبیین نظری پتانسیل شاخص آموزش عالی در شهر قزوین و رابطه آن با توسعه گردشگری شهری

امروزه با توسعه پدیده گردشگری، شاخص مهمی که در این صنعت از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است جذب و آموزش نیروی انسانی است. چرا که این صنعت، یک صنعت انسان محور است. واضح است که تنها فراوانی نیروی انسانی نمی‌تواند ضامن عملکرد خوب برای دستیابی به اهداف این بخش باشد؛ بلکه علاوه بر تعداد، میزان دانش نظری و آشنایی خدمات‌دهندگان با مهارت‌های حرفه‌ای نیز تعیین‌کننده است. بنابراین تدوین و اجرای استراتژی توسعه منابع انسانی صنعت گردشگری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و آموزش مهمترین نقش را در این زمینه ایفا می‌کند (حسن زاده، ۱۳۹۴). آموزش عالی مستقر در شهر با جذب دانشجویان از مکان‌های مختلف در توسعه گردشگری شهری نقش بسیار موثری دارد. نتایج حاصل از جدول شماره ۲ نشان می‌دهد رابطه معناداری (Sig=0.000) بین شاخص آموزش عالی و توسعه گردشگری شهری شهر قزوین وجود دارد. یعنی هر چه تعداد دانشگاه‌ها و مراکز علمی و پژوهشی در شهر قزوین بیشتر باشد تأثیر آن در توسعه گردشگری شهری بیشتر است. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد که ضریب همبستگی متغیر آموزش عالی بر توسعه گردشگری شهری قزوین برابر با ۰,۵۱۰ است. اگر اثر متغیرهای و شاخص‌های آموزش عالی بر توسعه گردشگری شهری قزوین کنترل شود میزان رونق آن به اندازه ۲,۲۴ است. یعنی، به ازای یک واحد افزایش در شاخص‌های آموزش عالی، به اندازه ۰,۲۹۱ تغییر مثبت در توسعه گردشگری شهری خواهیم داشت. بررسی ضریب همبستگی پیرسون (جدول ۲) بین دو متغیر آموزش عالی و توسعه گردشگری شهر قزوین بیانگر رابطه بین این دو متغیر با ضریب ۰,۵۱۰ است.

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف ارزیابی تحلیلی نقش شاخص‌های شهر خلاق در توسعه گردشگری شهری قزوین انجام شده است. نتایج نشان داده است شهر قزوین به عنوان پایتخت فرهنگی جهان اسلام در سال ۲۰۰۶ و به عنوان پایتخت فرهنگ و تمدن ایران در سال ۱۳۸۸ و با دارا بودن پیشینه تاریخی، سابقه فرهنگی غنی، جاذبه‌های گردشگری متنوع، طرح‌های ساختاری مناسب،

زیرساخت‌های اقتصادی، اجتماعی، کالبدی مناسب پتانسیل حرکت به سمت شهر خلاق را دارد و باید از این پتانسیل در جهت توسعه گردشگری شهری استفاده نماید. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون و آزمون پیرسون نشان می‌دهد که رابطه معنی داری بین شاخص‌های شهر خلاق و توسعه گردشگری شهری در شهر قزوین وجود دارد. براساس شاخص‌های شهر خلاق فلوریدا و وانلوه، بیشترین پتانسیلی که شهر قزوین در زمینه توسعه گردشگری شهری دارد مربوط به شاخص‌های هنر از جمله هنر صنایع دستی، شاخص منظر شهری، شاخص سرزندگی فرهنگی و شاخص مطبوعیت‌های ویژه است که مسئولین شهری باید با برنامه ریزی مشخص و عملیاتی در جهت بهره برداری از این فرصت‌ها و قوت‌ها در جهت توسعه گردشگری شهری استفاده نمایند و با تقویت شاخص‌های شهر خلاق در همه زمینه‌ها، بسترها و شرایط لازم و مناسب را برای ایجاد، پرورش و گسترش ایده‌های خلاق را در شهر فراهم کنند. در این زمینه بهره گیری از نخبگان شهری، اساتید متخصص، مدیران متفکر می‌تواند کارساز باشد و با برگزاری فستیوال‌ها، جشن‌ها و مراسم محلی و اختصاص اعتبار بیشتر به هنر، فرهنگ، هویت شهری زمینه‌های لازم را برای توسعه گردشگری شهری با تاکید بر شاخص‌های شهر خلاق فراهم کنند.

منابع

۱. احمدی، شیوا (۱۳۹۴) بررسی عوامل موثر بر بهبود تصویر نام تجاری شهر قزوین از دیدگاه گردشگران (با تاکید بر داشبورد نمادهای شهر قزوین)، پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی علامه قزوینی.
۲. حسن زاده، فریبا (۱۳۹۴)، «نقش آموزش و پژوهش در توسعه صنعت گردشگری»، اولین کنفرانس بین المللی هنر، صنایع دستی و گردشگری.
۳. ربانی خوراسگانی، علی، رسول ربانی، مهدی ادیبی و احمد موذنی (۱۳۹۰). بررسی نقش تنوع اجتماعی در ایجاد شهرهای خلاق و نوآور؛ مطالعه موردی شهر قزوین، نشریه جغرافیا و توسعه، سال نهم، شماره ۲۱
۴. سجاد زاده، حسن، کمندانی، الهام (۱۳۹۵) «نقش عوامل موثر بر سرزندگی در طراحی فضاهای ورزشی - فرهنگی (بررسی نمونه‌های موردی، باشگاه‌های اسب سواری)»، دومین همایش بین المللی معماری، عمران و شهرسازی در آغاز هزاره سوم.
۵. شکوئی، حسین، موحد، علی (۱۳۸۱) «شناخت الگوی فضای توریستی شهر قزوین با استفاده از سیستم GIS»، فصلنامه مدرس، دوره ۶، شماره ۴.
۶. شمسی، خضر، کرکه آبادی، زینب، کامیابی، سعید (۱۳۹۷) «مروری بر مفهوم شهر خلاق با تأکید بر سنجش وضعیت خلاقیت شهری (نمونه موردی: مناطق ۳ گانه قزوین)»، مجله مطالعات برنامه ریزی سکونتگاه‌های انسانی، دوره ۱۳، شماره ۲، شماره پیاپی ۴۳.
۷. شه‌بایان، پویان، رهگذر، عارفه (۱۳۹۱) پ «یوند محیط خلاق با شهر»، مجله منظر، شماره ۱۹.
۸. کلانتری، محسن، رجایی، سید عباس، فتوحی مهربانی، باقر (۱۳۹۵)، «تحلیلی بر برخورداری کلان شهرهای ایران از شاخص‌های شهر خلاق»، پژوهش‌های جغرافیای برنامه ریزی شهری، دوره ۴، شماره ۴.
۹. لطفی زاده دهکردی، سیمین دخت، شاهی، بهرام (۱۳۹۳) «بررسی شاخص‌های شهر خلاق با رویکرد توسعه گردشگری»، کنفرانس بین المللی توسعه پایدار، راهکارها و چالش‌ها با محوریت کشاورزی، منابع طبیعی، محیط زیست و گردشگری.
۱۰. مرکز آمار ایران (۱۳۹۵)، «سرشماری عمومی و نفوس مسکن»، سالنامه آماری شهر قزوین.
۱۱. مویدی، محمد، علی نژاد، منوچهر، نوایی، حسین (۱۳۹۲) بررسی نقش مؤلفه‌های منظر شهری در ارتقای سطح احساس امنیت در فضاهای عمومی شهری (نمونه مورد مطالعه، محله اوین تهران)، فصلنامه مطالعات امنیت اجتماعی، شماره ۳۵.
12. Cave, J and L. Jolliffe (2012) Urban Tourism. Tourism: The Key Concepts. Robinson, P. (Ed.) London: Routledge. pp 268-270.
13. Cave, J and L. Jolliffe (2012) Urban Tourism. Tourism: The Key Concepts. Robinson, P. (Ed.) London :
14. Cave, J and L. Jolliffe (2012) Urban Tourism. Tourism: The Key Concepts. Robinson, P. (Ed.) London :
15. Cave, J and L. Jolliffe (2012) Urban Tourism. Tourism: The Key Concepts. Robinson, P. (Ed.) London :
16. Cave, J and L. Jolliffe (2012) Urban Tourism. Tourism: The Key Concepts. Robinson, P. (Ed.) London :
17. Cave, J and L. Jolliffe (2012) Urban Tourism. Tourism: The Key Concepts. Robinson, P. (Ed.) London :

18. Cooke, P. And Lazzeretti, L., *Creative Cities*(2008), Cultural Clusters and Local Economic Development, Cheltenham, UK; Northampton, MA: Edward Elgar, p62
19. Florida, R. (2008), *The Rise Of The Creative Class Revisited*. New York, NY: Basic Books;
20. Florida, R. (2014), *The creative class and economic development*, *Economic Development Quarterly* 2014, Vol. 28(3) 196 –205;
21. Hall, P. (2000). *Creative Cities and Economic Development*. *Urban Studies*, 37(4), 639–649. <https://doi.org/10.1080/00420980050003946>
22. Hall, P. G., & Raumplaner, S. (1998). *Cities in civilization*. Pantheon Books New York
23. Jacob Trip Jan& Arie Romein. (2013), *Creative City Policy and the Gap with Theory*, *European Planning Studies*, 2014, Vol. 22, No. 12, 2490–2509.
24. Kakiuchi, Emiko (2015). *culturally creative cities in Japan: Reality and Prospects*, city, culture and Society Volume 7, Issue 2, PP:1-8. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ccs.2015.11.003>.
25. Kaplan S, Kaplan R (1982). *Human Scape: Environments for People*, Ann Arbor, Ulrich's Books.
26. Landry, C., & Bianchini, F. (2012). *The creative city*. Vol. 12, Demos
27. Qurchy, m, 2012, *Creative City*, perspective magazine, number 19, p 7
28. Richards, greg(2013)*Creativity and tourism in the city*, Received 22 Jan 2013, Accepted 03 Mar 2013, Published online: 19 Apr 201
29. Roberts, M (2006). *From creative city to no-go areas*, *The expansion of the nighttime economy in British town and city centres*: 331. Routledge. pp 268-270.
30. Sasaki, masayuki (2008). *Developing Creative Cities Through Networking*, *Policy Science*. Vol.15, No.3:54.
31. UNDP (2018), *Creativity and Tourism*, New york: the United Nations Development Programme
32. UNESCO (2017), *The Creative Cities Network*, Paris Cedex 15, France.
33. Vanolo, Alberto (2008), *The image of the creative city: Some reflection on urban handing in Turin*, *Cities*, 25, pp 370-382
34. Whyte, W. (1980). *Social life of small urban space*. Conservation. Project for Public Spaces, US nonprofit organization for creating and sustaining public places. www.pps.org. (Accessed in 10 november 2014.)
35. Winden, W. Den berg, L. and Pol, P., *European Cities in the Knowledge Economy: Towards a Typology*, *Urban Studies*, Vol. 44, No. 3, 2007, p32.

سال ششم، شماره ۳ (پیاپی: ۵۴)، مرداد ۱۳۹۹

نشریه علمی-پژوهشی
ISSN: 2476-3667