



Analysis of the Impact of Cultural Components on the Development of Creative Urban Tourism in the Historical Textures the Case Study A Tabriz Historical Bazaar

Elham Zare ¹, Hasan Sattari Sarbangali ² , Arash Thaghafi Asl ³

1. Department of Architecture and Urban Planning, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran

Email: elham.zare1401@yahoo.com

2. (Corresponding Author) Department of Architecture and Urban Planning, Tabriz Branch, Tabriz Islamic Azad University, Iran

Email: sattari@iaut.ac.ir

3. Department of Architecture and Urban Planning, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran

Email: a.saghafi@iaut.ac.ir

ARTICLE INFO

Keywords:

Low Power,
Handicraft Development,
Urban Creative Tourism,
Historical Bazaar of
Tabriz.

Article History:

Received:

26 March 2023

Received in revised form:

28 May 2023

Accepted:

2 July 2023

Available online:

30 July 2023

ABSTRACT

With the emergence of the creative tourism paradigm, the knowledge-raising tourism system invites tourists to visit and interact with societies' living and unique cultures instead of just visiting tangible assets in museums and ancient works. In this paradigm, tourists engage all their five senses in creating their unique experience and upgrade their relationship with the local people from the level of buyer and seller to the relationship of student and teacher. In this research, the role of cultural components in the development of creative tourism of the city in the historical texture of the city and, among this, the historical bazaar of Tabriz city should be investigated. The present study is applied in terms of purpose and descriptive-analytical in terms of method. The statistical population of this research included tourists entering Tabriz city in 2021, and the sample size was estimated to be 384 people using Cochran's formula. The validity of the research tool was calculated using the confirmatory factor analysis model, and its reliability was calculated using Cronbach's alpha. Data analysis was done using SPSS and AMOS software with descriptive statistics and structural equation modeling. The findings showed that cultural components, i.e., distance from low power, development of handicrafts and cultural relations, collectivism, and avoidance of uncertainty, have a positive and significant effect on the development of urban creative tourism. Among the identified components, the uncertainty avoidance component, with a path coefficient of 0.52, had the greatest impact on the development of urban creative tourism.

Citation: Zare, E., Sattari Sarbangali, H., & Thaghafi Asl, A. (2023). Analysis of the Impact of Cultural Components on the Development of Creative Urban Tourism in the Historical Textures the Case Study A Tabriz Historical Bazaar. *Journal of Urban Tourism*, 10 (2), 75-91.

<http://doi.org/10.22059/JUT.2023.352590.1098>



© The Author(s)

This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Publisher: University of Tehran Press

Extended Abstract

Introduction

The city of Tabriz is significant economically and politically due to its special geographical and natural conditions. Tabriz has been chosen as the world city of handicrafts in the field of carpet weaving and is considered the origin of one of the painting schools of Iran. In the meantime, the tourism industry plays an important role in the economic dynamics of this city; Therefore, it is necessary to pay attention to tourism as the main policy of urban development. The use of creative tourism dimensions in all urban areas and among the historical contexts of Tabriz city can be a perfect lever for promoting this city in global dimensions. It can also be considered a proper urban management and planning tool. Besides preserving the city's culture, traditions, and customs (the only value and asset of the city), it is also effective in improving its residents' physical and mental health. With the understanding of the mentioned cases, the main problem of this research is whether cultural components affect the development of creative urban tourism in the historical contexts of the city.

Methodology

The present study is applied in terms of purpose and descriptive-analytical in terms of method. A questionnaire was used to collect information. The questionnaire uses a five-point Likert scale from completely agree to disagree. The statistical population of this research included incoming tourists to Tabriz city; due to the lack of accurate information about the number of incoming tourists in 2021, Cochran's formula was used to determine the number of the statistical sample, and the sample size obtained was equal to 384 people. In this research, a researcher-made questionnaire was used to collect research data. The reliability of the questionnaire was measured by calculating Cronbach's alpha and calculating the combined reliability coefficient (CR), and it was confirmed. This research exerted SPSS and AMOS software to analyze the research data.

Results and discussion

Concerning the effect of the distance component on power, the path coefficient (0.30) has been estimated so that the value of the T statistic obtained is equal to 5.78 and is more than 1.96. Therefore, the distance from the power of the cultural component has a positive and significant effect on the development of creative urban tourism in the studied area. In relation to the impact of handicraft development components and cultural exchanges on the development of urban creative tourism, the path coefficient (0.37) has been estimated. Also, in such a way that the value of the T statistic obtained is equal to 3.98 and is higher than 1.96, it can be said that cultural exchanges and the development of handicrafts of the cultural component have a positive and significant effect on the development of urban creative tourism in the studied area. Concerning the impact of the component of collectivism on the development of urban creative tourism, the path coefficient (0.33) has been estimated. In such a way, the value of the obtained T statistic is equal to 7.67 and is more than 1.96; therefore, it can be said that the collectivism of the cultural component has a positive and significant effect on the development of creative urban tourism in the studied area.

In relation to the impact of the uncertainty avoidance component on the development of urban creative tourism, the path coefficient (0.52) has been estimated. Also, in such a way that the value of the T statistic obtained is equal to 7.55 and is more than 1.96; it can be said that avoiding the uncertainty of the cultural component has a positive and significant effect on the development of creative urban tourism in the studied area.

Conclusion

The findings of this research showed that cultural components have a positive and significant impact on the development of creative urban tourism. Based on this finding, it can be said that in the planning and managing of tourism development, including urban creative tourism, attention to cultural factors and components has an

important place, and it should be in the management of attractions, especially in coordinating it with the destination. Tangible and intangible cultural aspects should be considered, and measures should be taken to manage the cultural exchanges between the destination and guests. The results of the related component have made the position of the distance component more prominent than the low power of cultural factors in the development of urban creative tourism. According to the research results, the low power distance component in tourism destinations, such as the historical context of Tabriz, leads to the development of tourism in tourist cities. In destinations where the distance from power is common, the residents feel more responsible for the tourism development plans and consider themselves obliged to ask and question the officials related to them.

Also, based on the findings related to the collectivism component of cultural factors, it can be said that with the spread of collectivism among residents in tourism cities, it experiences more development. Based on this, in destinations with a collectivist culture, the residents, understanding the positive results of the development of urban creative tourism, have shown a positive approach to the public interests of the city, so they have

provided more support for the development plans of creative urban tourism and in the implementation of this plan. They participate. In relation to the impact of handicrafts and cultural exchanges that had a positive effect on the development of creative tourism, it can be said that, in fact, the presentation of handicrafts in the form of tourism development is one of the attractions that contain tangible and intangible meanings with the participation of the community of artists and craftsmen. The destinations provide the possibility of training, making, and buying handicrafts for incoming tourists.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

The authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work.

Conflict of Interest

The Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

The authors appreciate to all the scientific consultants of this paper.



تحلیل تأثیر مؤلفه‌های فرهنگی بر توسعه گردشگری خلاق شهری در بافت‌های تاریخی مطالعه موردی: بازار تاریخی تبریز*

الهام زارع^۱، حسن ستاری ساربانقلی^۲، آرش ثقفی اصل^۳

۱- گروه معماری و شهرسازی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران. Email: elham.zare1401@yahoo.com

۲- نویسنده مسئول، گروه معماری و شهرسازی واحد تبریز دانشگاه آزاد اسلامی تبریز ایران. Email: sattari@iaut.ac.ir

۳- گروه معماری و شهرسازی واحد تبریز دانشگاه آزاد اسلامی تبریز ایران. Email: a.saghafi@iaut.ac.ir

چکیده

نظام معرفت افزای گردشگری، با ظهور پارادایم گردشگری خلاق، گردشگران را به‌جای بازدید صرف از دارایی ملموس در موزه و آثار باستانی، به دیدار و تعامل با فرهنگ زنده و یگانه جوامع دعوت می‌کند. در این تحقیق تلاش شد نقش مؤلفه‌های فرهنگی در توسعه گردشگری خلاق شهر در بافت تاریخی شهر و در این میان بازار تاریخی شهر تبریز مورد بررسی قرار گیرد. مطالعه حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری این تحقیق شامل گردشگران ورودی به شهر تبریز در سال ۱۴۰۰ بود که حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۴ نفر برآورد گردید. رویی ابزار تحقیق با استفاده از مدل تحلیل عاملی تأییدی و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ محاسبه شده است. که نتایج حاصل از بررسی روایی و پایایی تأییدکننده پرسشنامه مورد استفاده بود. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و AMOS با روش آمار توصیفی و مدل‌سازی معادلات ساختاری انجام شد. نتایج این پژوهش نشان داد که مؤلفه فاصله از قدرت کم با ضریب مسیر ۰/۳۰، مؤلفه توسعه صنایع دستی و مراودات فرهنگی با ضریب مسیر ۰/۳۷، مؤلفه جمع‌گرایی با ضریب مسیر ۰/۳۳، مؤلفه پرهیز از عدم اطمینان با ضریب مسیر ۰/۵۲ بر توسعه گردشگری خلاق تأثیر مثبت و معناداری دارد. از بین مؤلفه‌های شناسایی شده مؤلفه پرهیز از عدم اطمینان با ضریب مسیر ۰/۵۲ دارای بیشترین تأثیر بر توسعه گردشگری خلاق شهری بود.

اطلاعات مقاله

واژگان کلیدی:

قدرت کم، توسعه صنایع دستی، گردشگری خلاق شهری، بازار تاریخی تبریز.

تاریخ دریافت:

۱۴۰۲/۰۱/۰۶

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۲/۰۳/۰۷

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۲/۰۴/۱۱

تاریخ چاپ:

۱۴۰۲/۰۵/۰۸

استناد: زارع، الهام؛ ستاری ساربانقلی، حسن و ثقفی اصل، آرش. (۱۴۰۲). تحلیل تأثیر مؤلفه‌های فرهنگی بر توسعه گردشگری خلاق شهری در بافت‌های تاریخی شهر مطالعه موردی: بازار تاریخی تبریز. *مجله گردشگری شهری*، ۱۰ (۲)، ۷۵-۹۱.

<http://doi.org/10.22059/JUT.2023.352590.1098>

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

© نویسندگان



* این مقاله برگرفته از رساله دکتری خانم الهام زارع در رشته طراحی شهری به راهنمایی نویسنده دوم و مشاوره نویسنده سوم در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز می‌باشد

مقدمه

امروزه در بسیاری از جوامع گردشگری به‌عنوان یکی از پدیده‌های مهم اجتماعی و اقتصادی تبدیل شده است (Fernandez et al, 2020: 187). گردشگری می‌تواند باعث افزایش درآمد مردم مقصد شود؛ زیرا پولی که گردشگران در مقصد خرج می‌کنند، درآمد را بالا می‌برد و با وضع مالیات نیز موجب افزایش پایه‌های مالیاتی در کشور می‌گردد. گردشگری همچنین می‌تواند بر محیط نیز تأثیر مثبت داشته باشد. با استفاده از درآمدی که از گردشگری به دست می‌آید، می‌توان به حفظ و بهسازی و بازسازی محیط‌های گردشگر پذیر پرداخت. در واقع گردشگری بودجه لازم برای حفظ آثار تاریخی و به‌طور کلی محیط گردشگر پذیر را فراهم می‌کند (Phillips & House, 2009: 179).

گردشگری شهری زمانی می‌تواند شکوفا گردد که بتواند از طریق درک مناسب از دارایی‌های فرهنگی خود از طریق برنامه‌ریزی درست مفاهیم و عناصر فرهنگی شهر، این مقاصد را به گردشگران بشناساند تا آن‌ها درکی درست از شهر به دست بیاورند. بنابراین توسعه گردشگری شهری بیش از هر چیزی متکی بر شناخت درست ظرفیت‌های درونی و فرهنگی آن است و در واقع علاوه بر برنامه‌ریزان، برای جذب بازدیدکنندگان بیشتر، گردشگران علاوه بر گذراندن اوقات فراغت و تفریح در شهر نیازمند شناخت معنا، تاریخ و فرهنگ آن هستند (McManus & Carruthers, 2014: 79). در نتیجه رویکردی می‌تواند پاسخگوی گردشگری باشد که در بستری مفهومی هر دو بعد عینی و ذهنی شهر را در نظر گیرد. از سوی دیگر به‌طور عمده می‌توان تجارت و فرهنگ را دو هدف اصلی برای گردشگری شهری در نظر گرفت. بنابراین گردشگری شهری که امروزه با فرهنگ و هویت شهرها پیوند خورده است به علت نزدیکی با مقوله شهر و زندگی جوامع شهری نیازمند راهبردها و رویکردی است که بتواند استفاده حداکثری از ظرفیت آن به عمل آورده و این صنعت را در نیل به اهدافش یاری رساند (اسحاقیه فیروزآبادی و همکاران، ۱۳۹۸: ۶۲). در این راستا و در جریان استانداردسازی گردشگری فرهنگی به همراه تغییر در انگیزه‌های گردشگران منجر به توسعه شکل جدیدی از گردشگری با عنوان گردشگری خلاق در سراسر جهان شده است. گردشگری خلاق شکلی از گردشگری است که از بازتولید دارایی‌های فرهنگی جلوگیری کرده و افزایش منابع فرهنگی ناملموس مقصد را از طریق تجارب مشارکتی بیشتر افزایش می‌دهد (دوستی و همکاران، ۱۳۹۸: ۴).

تغییر به سمت خلاقیت در گردشگری می‌تواند بخشی از تحولات بر اساس تجربیات گردشگری باشد. خلاقیت به‌طور بالقوه راحت‌تر و بهتر ارزش‌آفرینی می‌کند و این امکان را به مقصد می‌دهد تا محصولات جدید را با سرعت بیشتری نوآوری کرده و مزیت رقابتی را نسبت به سایر مناطق رقم بزنند. برای گردشگری مبتنی بر خلاقیت، نیازی به داشتن میراث ساخته‌شده زیاد و همچنین نگهداری از سازه‌های قدیمی نیست. از طرف دیگر مواد اولیه گردشگری خلاق نه تنها توسط تولیدکنندگان، بلکه توسط خود گردشگران نیز ایجاد می‌شود این امر مستلزم مصرف خلاق و تولید خلاقانه از طرف گردشگر است (Richards et al, 2011: 1217).

با توجه به اینکه گردشگری خلاق منابعی را به خدمت می‌گیرد که در ماهیت اصلی خود نوعی فرآیند هستند، در نتیجه ماهیت پایدارتر و سهمی بیشتر در توسعه مقصد گردشگری دارد و به مؤلفه‌های توسعه پایدار نزدیک‌تر می‌باشند و از یکسو با فرهیختگی گردشگران و تمایل به داشتن تجارب متمایز، ارتباطی ناگسستگی دارد (اجتماعی فرهنگی) و از سوی دیگر به دلیل عدم نیاز به سرمایه‌گذاری‌های سنگین و سخت (اقتصادی) و توجه به فرهنگ، آداب و رسوم محلی (فرهنگی) و ویژگی‌های منحصر به فرد شهرها، مبتنی بر همکاری گردشگران و میزبان به‌منظور توسعه تجارب خلاق و مشارکتی است و تعامل بیشتر گردشگر و میزبان را می‌طلبد (اجتماعی)، می‌توان آن را شرط لازم گردشگری شهرها دانست (Romana, 2013: 38).

درک دیدگاه ساکنان می‌تواند ضمن تسهیل سیاست‌ها، تأثیرات منفی بالقوه توسعه گردشگری خلاق را به حداقل رسانده و مزایای آن را حداکثر نماید و منجر به توسعه جامعه و حمایت بیشتر از گردشگری خلاق شود. همچنین باید اذعان نمود که گردشگری و در این میان گردشگری خلاق شهری پدیده پیچیده‌ای است و شامل تعاملی موقت بین مهمانان و مقصد میزبانی است که از ترکیب ذینفعانی که به‌طور کامل یا تقریباً، مستقیم یا غیرمستقیم درگیر فعالیت‌های گردشگری هستند، ساخته شده است (Hong et al, 2010:34). ارتباط میان صنعت گردشگری و جامعه میزبان و فرهنگ آن یک ارتباط دیالکتیک و دوسویه است. به عبارت دیگر، گردشگری و فرهنگ نباید به‌عنوان دو مفهوم مجزا و مستقل نگریسته شوند. دوسویه بودن این رابطه را در قالب دو واژه فرهنگی شدن صنعت گردشگری و توریستی شدن فرهنگ جامعه میزبان تعبیر کرده‌اند (امینی و زیدی، ۱۳۹۴: ۱۵). بنابراین اگر توسعه گردشگری به‌صورت مناسبی برنامه‌ریزی و مدیریت نشود، توسعه گردشگری می‌تواند تأثیرات منفی عمده‌ای بر توسعه اقتصادی، محیط فیزیکی و ساختار فرهنگی اجتماعی جامعه برجای بگذارد. بر این اساس دستیابی به توسعه گردشگری خلاق شهری موفق و پایدار به‌گونه‌ای که بتواند به اهداف خود دست‌یافته و تأثیرات و پیامدهای کمتری برای مقاصد ایجاد نماید نیازمند شناخت ساختارهای و عوامل تشکیل‌دهنده جوامع میزبان بخصوص عوامل فرهنگی تأثیرگذار می‌باشد (Lee, 2013:40).

تبریز یکی از شهرهای بزرگ ایران و مرکز استان آذربایجان شرقی است که بزرگ‌ترین قطب اقتصادی منطقه شمال غرب ایران و مناطق آذری نشین به شمار می‌آید و مرکز اداری، نظامی، ارتباطی، بازرگانی، سیاسی، صنعتی و فرهنگی این مناطق شناخته می‌شود. این شهر به دلیل شرایط خاص جغرافیایی و طبیعی از نظر اقتصادی و سیاسی اهمیت بسیاری دارد و پیدایش تمدن‌های باستانی مانند مادها در دوره‌های پیش از تاریخ گواهی این ادعا است. عبور جاده ابریشم از نزدیکی این شهر موجب شکوفایی اقتصادی و فرهنگی آن شده و فرهنگ، تمدن و آداب و رسوم مردم این سرزمین را تغییر داده است. شهر تبریز به‌عنوان شهر جهانی صنایع دستی در حوزه بافت فرش انتخاب شده است و خاستگاه یکی از مکتب‌های نگارگری ایران به شمار می‌آید. همچنین پایتخت گردشگری شهرهای اسلامی در سال ۲۰۱۸ انتخاب شده است. در این میان، صنعت گردشگری نقشی مهم را در پویایی اقتصاد این شهر ایفا می‌کند؛ بنابراین توجه به گردشگری به‌عنوان سیاست‌های اصلی توسعه شهری الزامی است. به‌کارگیری ابعاد گردشگری خلاق در تمامی حوزه‌های شهری و در این میان بافت‌های تاریخی شهر تبریز می‌تواند اهرم بسیار خوبی برای ارتقای این شهر در ابعاد جهانی باشد. همچنین می‌توان آن را ابزاری بسیار مناسب برای مدیریت و برنامه‌ریزی شهری به شمار آورد تا در کنار حفظ فرهنگ، سنن و رسوم شهر (تنها ارزش و دارایی شهر) در ارتقای جسمی و روحی ساکنان شهر نیز تأثیرگذار باشد. با درک موارد گفته شده مسئله اصلی این پژوهش به این صورت است که آیا مؤلفه‌های فرهنگی بر توسعه گردشگری خلاق شهری در بافت‌های تاریخی شهر تأثیرگذار است؟

در ارتباط با پیشینه پژوهش می‌توان به مطالعات بدین شرح اشاره کرد: شاطریان و همکاران (۱۳۹۶) پژوهشی با عنوان اثرات توان گردشگری در گسترش زیرساخت‌ها و ایجاد شهر خلاق مطالعه موردی: شهر کرمانشاه انجام داده‌اند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که پتانسیل‌های گردشگری در گسترش زیرساخت‌ها و شکل‌گیری گردشگری خلاق و خلاقیت در شهر کرمانشاه موثر می‌باشند. بذرافشان و بامری (۱۳۹۷) پژوهشی با عنوان بررسی و تحلیل وضعیت گردشگری خلاق در شهر زاهدان انجام داده‌اند. در این پژوهش، به ۸ عامل: فرایندهای داخلی کسب و کار، بازاریابی خلاق، زیبایی‌شناختی، تسهیلات، نرم‌افزار، آموزش، نماد و صرفه اقتصادی و عایدی ترکیب و نتایج تحلیل عاملی بیانگر آن است که به ترتیب، اولین عامل به‌تنهایی ۲۵/۹۴۴ درصد از واریانس را توضیح می‌دهد و عامل دوم ۱۳/۲۰۴ درصد، عامل سوم ۶/۵۰۱ درصد، عامل چهارم ۵/۸۷۵ درصد، عامل پنجم ۴/۸۴۱ درصد، عامل ششم ۴/۵۳۷ درصد، عامل هفتم

۳/۷۶۴ درصد و عامل هشتم ۳/۳۹۳ درصد واریانس را محاسبه می‌کنند، همچنین، با توجه به نتایج حاصل از آزمون پیرسون، بین گردشگری خلاق و شاخص‌های (مالی، گردشگری، فرایندهای داخلی کسب‌وکار و یادگیری و رشد)، همبستگی بالایی وجود دارد. پناهی و پورمقدم (۱۳۹۸) پژوهشی با عنوان تحلیل نقش شاخص‌های شهر خلاق در توسعه گردشگری شهری (مطالعه موردی شهر اصفهان) انجام داده‌اند. نتایج پژوهش نشان داد شهر اصفهان بر اساس شاخص‌های تعریف‌شده فلوریدا و وانولو، پتانسیل زیادی جهت توسعه گردشگری شهری برخوردار است. شاخص‌های هنر، منظر شهری، سرزندگی فرهنگی، مطبوعیت‌های ویژه و شاخص تنوع بیشترین ارتباط را در زمینه توسعه گردشگری شهری دارند. مسئولین و مدیران شهری باید از این پتانسیل جهت جذب گردشگر و توسعه گردشگری شهری استفاده نمایند. در این زمینه بهره‌گیری از نخبگان شهری، اساتید متخصص، مدیران متفکر می‌تواند راهگشا باشد. گلرخ و مطهریان (۱۳۹۸) پژوهشی با عنوان پذیرش گردشگری خلاق در تجربه شهروندان و گردشگران شهرهای پشتیبان گردشگری؛ نمونه موردی شهر یاسوج انجام داده‌اند. این پژوهش به روش تحلیل کیفی محتوای مصاحبه‌هایی که با ۳۲ نفر از گردشگران یاسوج و شهروندان آن به‌دست‌آمده انجام شده است. «شهر-پشتیبان گردشگری»، «شهر - نمایش محصولات فرهنگی» و «شهر-رویداد» سه مضمونی هستند که به‌عنوان یافته‌های پژوهش، توصیفگر ضرورت هم‌پیوندی بستر گردشگری خلاق با دیگر سطوح و فرم‌های سنتی گردشگری در شهر یاسوج است. دوستی و همکاران (۱۳۹۸) پژوهشی با عنوان سنجش ظرفیت‌های گردشگری خلاق در کلان‌شهر تبریز انجام داده‌اند. نتایج نشان می‌دهد از دیدگاه کارشناسان، این شهر نه‌تنها دارای ظرفیت گردشگری خلاق می‌باشد بلکه با سرمایه‌گذاری در امور فرهنگی و غنای فضای شهری می‌تواند در کنار تبدیل‌شدن به مکانی برای جذب طبقه خلاق، سرمایه‌های انسانی ارزشمندی را پرورش داده و سرانجام به شهر خلاق تبدیل شود. سالاری‌پور و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان تبیین راهبردهای توسعه گردشگری خلاق در شهر رشت به این نتیجه رسیده‌اند که در میان شاخص‌های شهر خلاق وضعیت شاخص اقتصادی شهر رشت نسبت به سایر شاخص‌ها بهتر است. همچنین شاخص امکانات و اقدامات آموزشی دارای پایین‌ترین سطح در میان شاخص‌های شهر خلاق رشت است. لذا افزایش آموزش فرهنگ و هویت بومی، خلق جشنواره‌های نوآورانه و تقویت زیرساخت‌های شهری گردشگری موضوعاتی محوری در راهبردهای پیشنهادی هستند. مهاجر و همکاران (۱۳۹۹) پژوهشی با عنوان شناسایی مؤلفه‌های کلیدی گردشگری خلاق کودک محور (مطالعه موردی: شهر خلاق صنایع‌دستی) انجام داده‌اند. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که فرآیند سفر، محیط، نیازهای کودکان، خلاقیت و ذی‌نفعان، هر مؤلفه عوامل مختلفی را در برمی‌گیرد که می‌تواند اطلاعات جدیدی در رابطه با گردشگری خلاق برای کودکان فراهم آورد.

هانگ^۱ و همکاران (۲۰۱۰) در تحقیقی دلایل فرهنگی تفاوت مشارکت جامعه در توسعه گردشگری در ملل مختلف را بررسی نمودند. نتایج این تحقیق نشان داد که چهار مؤلفه فرهنگی، فاصله از قدرت، فردگرایی/جمع‌گرایی، اجتناب از عدم قطعیت و جهت‌گیری آینده بر توسعه گردشگری و میزان مشارکت ساکنان تأثیرگذار است. استایلیدس^۲ و همکاران (۲۰۱۴) تحقیقی با عنوان حمایت ساکنان از توسعه گردشگری: نقش تصویر محل سکونت و تأثیرات گردشگری درک شده انجام دادند. نتایج تحقیق آنان نشان داد که حمایت ساکنان تأثیر معنی‌دار و مثبتی بر توسعه گردشگری دارد. سینکلار- ماراگ و گورسوی^۳ (۲۰۱۶) تحقیقی با عنوان یک مدل مفهومی از حمایت ساکنان از توسعه گردشگری در

1. Hong

2. Stylidis

3. Sinclair-Maragh & Gursoy

کشورهای درحال توسعه انجام دادند. آنان در تحقیق خود درک ساکنان از توسعه گردشگری با توجه به تأثیرات مثبت و منفی درک شده موردبررسی قرار داده و حمایت ساکنان از گردشگری با توجه نگرش آن‌ها نسبت به توسعه آن ارزیابی نمودند. و به ترتیب، نظریه‌های نهادی، مبادله اجتماعی و هویت برای ارائه پشتیبانی نظری از نه گزاره تحقیق مورد استفاده قرار دادند. ثان^۱ و همکاران (۲۰۲۰) تحقیقی با عنوان تأثیر دل‌بستگی جامعه و حمایت ساکنان بر پایداری مقصد: شواهدی از مقصدهای معنوی و اجتماعی در ویتنام انجام دادند. نتایج این تحقیق نشان داد که دل‌بستگی اجتماعی و حمایت ساکنان تأثیر مستقیمی بر مزایای درک شده و پایداری مقصد دارد. ایسی^۲ و همکاران (۲۰۲۱) تحقیقی با عنوان تسهیل همکاری و مشارکت جامعه در توسعه گردشگری: مورد جنوب شرقی نیجریه انجام دادند. یافته‌های این تحقیق نشان داد که برای توسعه یک مقصد گردشگری دوستدار گردشگران و حفظ همکاری و مشارکت جامعه، ذینفعان به آموزش گردشگری و فرصت‌های مشارکت در برنامه‌ریزی نیاز دارند.

بررسی سوابق پژوهشی پیرامون موضوع موردبحث؛ علاوه بر ایجاد فرصت استفاده از نتایج و یافته‌های آن‌ها در حوزه علمی و عملی گویای آن است که تاکنون پژوهشی مستقل با هدف بررسی تأثیر مؤلفه‌های فرهنگی بر توسعه گردشگری خلاق شهری و به‌ویژه در بافت‌های تاریخی صورت نگرفته است. همین مسئله وجه تمایز تحقیق حاضر را در مقایسه با مطالعات پیشین نشان می‌دهد.

مبانی نظری

گردشگری خلاق نوعی از گردشگری است که امکان «کاوش» بزرگ‌تری از فرهنگ را فراهم می‌کند که در آن مفاهیم میراث ملموس و ناملموس، منابع درون‌زا در میان سایر موارد در مقاصد گردشگری برای بهبود فروش، جذاب‌تر شدن و متمایز کردن آن‌ها از سایر مقاصد گردشگری استفاده می‌شوند (Henriques, & Moreira, 2019:94). گردشگری خلاق شکلی از گردشگری فرهنگی است. نمونه‌های متفاوتی در سال‌های گذشته در حال ظهور بوده است - واکنش خلاقانه به بازار بسیار بزرگ فرهنگی و کالایی سازی محصولات و تجربیات گردشگری، مشارکت‌های صنایع خلاق، «طبقه خلاق» فلوریدا، «شهرهای خلاق» لندری، «اقتصاد تجربه» پابین و گیلیمور و کالایی سازی فرهنگ، موضوع مطالعه بسیاری از محققین بوده است (Bakas et al, 2019:110). تحولات روندهای گردشگری را می‌توان به صورت جدول ۱ ارائه نمود.

جدول ۱. تحولات روندهای گردشگری

مرحله	دوره زمانی	شرایط	مشخصات گردشگری
گردشگری انبوه	عصر صنعتی	شرایط پایدار سیاسی، ظهور هواپیماهای مسافربری جت	بسته‌های گردشگری، اماکن تفریحی بزرگ و پارک‌ها مصنوعی
گردشگری فرهنگی	عصر صنعتی زدایی	حفظ میراث تاریخی، جهانی‌سازی، میراث فرهنگی	میراث ملموس، بازدید از میراث تاریخی
گردشگری خلاق	عصر شبکه‌ها	رشد اقتصادی خلاق، افزایش تقاضا برای مشارکت مشتریان	میراث ناملموس مشارکت خلاق در فعالیت‌ها و شبکه‌سازی با افراد محلی

منبع: Kim, 2016

1. THAN
2. Eyisi

در تحقیق حاضر تعریف ریچاردز و ریموند از گردشگری خلاق مبنای ما بوده است. آن‌ها فرض می‌کنند که «گردشگری خلاق نوعی گردشگری است که به مشارکت فعال مسافران در فرهنگ جامعه میزبان، از طریق کارگاه‌های آموزشی تعاملی و تجربیات یادگیری غیررسمی بر اساس ویژگی‌های مقصد تعطیلات که در آن انجام می‌شود، مربوط می‌باشد (Carvalho et al,2016:23). طبق تعریف سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی ملل متحد (یونسکو)، گردشگری خلاق، سفری است که به سمت تجربه‌ای متعهد و معتبر، همراه با یادگیری مشارکتی در هنر، میراث یا ویژگی خاص یک فضا هدایت می‌شود و با کسانی که در این مکان زندگی می‌کنند و این فرهنگ زنده را ایجاد می‌کنند، ارتباط برقرار می‌نمایند. ریچاردز و ویلسون (۲۰۰۷) در مورد جایگاه ویژه گردشگری، معتقدند که یافتن گردشگران زیادی که انگیزه بالایی برای شرکت در این نوع فعالیت‌های آموزشی داشته باشند بسیار دشوار است. در عوض، آنان معتقد هستند که گنجاندن این فعالیت‌های به اصطلاح خلاق، به عنوان محرک‌های ثانویه در رویدادهایی مانند فستیوال بهتر عمل می‌کند و به تمایز تصویر گردشگری مقصد با استفاده از منابع درون‌زا کمک می‌کند (Carvalho et al,2019:13).

در این نوع گردشگری، گردشگر به عنوان سازنده تجربه گردشگری خود که اصیل است عمل می‌کند و به گردشگر اجازه می‌دهد تا به طور مؤثر در مورد فرهنگ جامعه میزبان بیاموزد. ریچاردز تغییر در پس استفاده از منابع فرهنگی برای ساخت محصولات گردشگری فرهنگی و خلاقانه جذاب را شناسایی کرد و اشاره کرد که برنامه‌ریزی گردشگری مقصد عمدتاً بر اساس جاذبه‌های فیزیکی مانند میراث مصنوع، مناظر، بناهای تاریخی، موزه‌ها، سواحل و مقصد امروزی است (Bayliss,2017:890). مبتنی بر گسترش و رشد گردشگری خلاق، طبق گفته فریرا، سیاست‌های فرهنگی تغییر کرده است. استراتژی‌های فرهنگی محلی عمدتاً مبتنی بر ساخت زیرساخت‌های فیزیکی، اعطای یارانه به تولیدات هنری و ارتقای فرصت‌های برابر بود، امروزه به حمایت از کسب‌وکارهای فرهنگی و خلاق تبدیل شده است که یارانه‌ها و مشوق‌ها برای تأمین مالی مشترک (بخش‌های دولتی و خصوصی) را به هم مرتبط کرده و به استفاده از فرهنگ به عنوان عنصری از هویت منطقه‌ای و تمایز منطقه‌ای مبتنی بر سازه (عامل) تشویق می‌نماید (Richards,2018:13).

سبک‌های مختلفی از گردشگری خلاق وجود دارد که در محدوده انواع گردشگری فعال‌تر تا غیرفعال‌تر فعالیت‌های خلاقانه‌تر بوده و شامل انواع مختلفی از خلاقیت می‌باشد، همان‌طور که در شکل ۱ نشان داده شده است. مطابق با شکل شماره ۱ سه نوع استراتژی توسعه خلاق ممکن توسط ریچاردز (۲۰۱۸) نشان داده شده است که عبارت‌اند از: تماشای خلاقانه، فضاهای خلاقانه و گردشگری خلاق. نمایش‌های خلاقانه‌ای که در آن رویدادها می‌توانند از نظر زمان و مکان به عنوان متمرکز کننده عمل کنند، گره‌هایی را در شبکه‌های خلاق تشکیل دهند و ارتباط مستقیمی بین خلاقیت و گردشگری ایجاد کنند. فضاهای خلاق که توسط عملیات مربوط به تولید و مصرف هدایت می‌شوند (Richards,2018:13).

در نظر گرفتن مؤلفه‌های فرهنگی در گردشگری خلاق چندین مزیت دارد: الف) خلاقیت به دلیل کمیاب بودنش و تنها در اختیار افراد معدودی بودن، می‌تواند به تنهایی با ارزش باشد، ب) به مقاصد اجازه می‌دهد محصولات خود را به سرعت نوآوری کنند و خود را از مقاصد دیگر متمایز نمایند، ج) معمولاً منابع خلاق پایدارتر و تجدیدپذیرتر از منابع ملموس هستند، د) در نظر گرفتن مؤلفه‌های فرهنگی ناملموس در خلاقیت به طور کلی تحرک بیشتری نسبت به محصولات فرهنگی ملموس دارد و ه) خلاقیت شامل ایجاد ارزش از سوی گردشگران و مدیران مقصد در میان دیگران است (Richards,2018:1).

پایایی پرسشنامه از طریق محاسبه آلفای کرونباخ و محاسبه ضریب پایایی ترکیبی (CT) سنجیده شد، مقدار آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی برای هر متغیر، بین صفر و یک می‌باشد و چنانچه مقدار به دست آمده بالاتر از ۰/۷ باشد، پرسشنامه پایایی مناسبی دارد. نتایج حاصل از مقدار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی پرسشنامه که در جدول (۳) نشان داده شده است تأییدکننده پایایی مناسب پرسشنامه مورد استفاده می‌باشد. در این پژوهش به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش از نرم‌افزارهای SPSS و AMOS استفاده شده است.

جدول ۳. پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ متغیرهای پژوهش

متغیرها	AVE	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ
فاصله از قدرت کم	۰/۸۵۶	۰/۹۸۷	۰/۹۴۶
توسعه صنایع دستی	۰/۵۹۸	۰/۸۴۳	۰/۸۰۰
جمع‌گرایی	۰/۵۰۹	۰/۸۰۸	۰/۷۶۵
پرهیز از عدم اطمینان	۰/۷۶۵	۰/۷۵۴	۰/۸۴۴
توسعه گردشگری خلاق	۰/۷۸۹	۰/۸۹۲	۰/۹۰۲

روایی پرسشنامه نیز در دو مرحله روایی صوری و ظاهری از طریق کسب نظر از اساتید و کارشناسان تأیید و روایی واگرا^۱ با محاسبه شاخص میانگین واریانس استخراج شده (AVE) تأیید شد. حداقل میزان قابل قبول برای میانگین واریانس استخراج شده ۰/۵ می‌باشد. مقادیر به دست آمده برای هر متغیر در جدول شماره (۳) قابل مشاهده هستند. روایی واگرا طبق جدول (۴)، مقدار جذر میانگین واریانس استخراج شده تمام متغیرهای مرتبه اول از مقدار همبستگی میان آن‌ها بیشتر است که این امر روایی واگرای مناسب پرسشنامه را نشان می‌دهد.

جدول ۴. ماتریس سنجش روایی واگرا به روش فورنل و لارکر

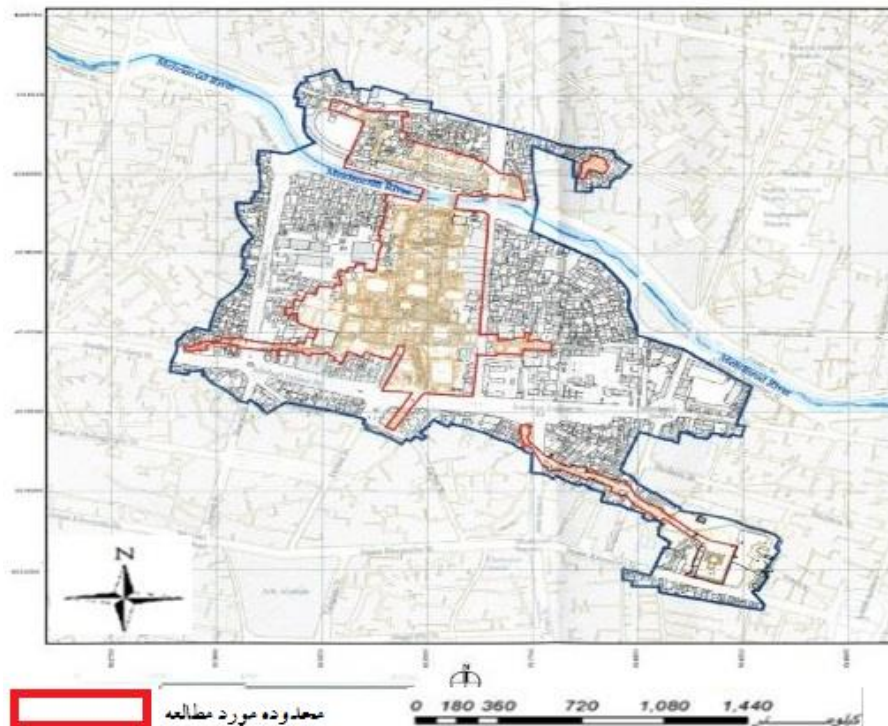
متغیرها	فاصله از قدرت کم	صنایع دستی	جمع‌گرایی	عدم اطمینان	گردشگری خلاق
فاصله از قدرت کم	۰/۹۲۵	-	-	-	-
توسعه صنایع دستی	۰/۶۵۵	۰/۷۷۳	-	-	-
جمع‌گرایی	۰/۷۸۵	۰/۶۵۴	۰/۷۷۱۳	-	-
پرهیز از عدم اطمینان	۰/۷۳۲	۰/۷۲۱	۰/۴۳۱	۰/۸۷۴	-
توسعه گردشگری خلاق	۰/۴۳۸	۰/۴۵۰	۰/۶۳۴	۰/۵۶۳	۰/۸۸۸

معرفی محدوده مورد مطالعه

بازار تاریخی تبریز به عنوان یکی از ارزشمندترین بازارهای ایرانی در مسیر جاده تاریخی ابریشم واقع شده و در فهرست میراث جهانی یونسکو به ثبت رسیده است. این بازار یکی از مهم‌ترین عناصر و هسته اصلی شهر دارای ویژگی‌های منحصر به فرد است و یکی از نشانه‌های وسعت، اهمیت و بزرگی شهر تبریز به شمار می‌آید؛ همچنین بافت کهن بازار تاریخی تبریز قلب تاریخی شمال غرب ایران است که در طول تاریخ یکی از قطب‌های مهم تجاری ایران به شمار می‌رفته و همواره مورد توجه معماران، محققان، جهانگردان و صاحب‌نظران قرار گرفته است و در مقیاس‌های مختلف منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی نقش بااهمیتی بر عهده دارد. مجموعه بازار تاریخی تبریز به عنوان یکی از بزرگ‌ترین بازارهای جهان دربرگیرنده بخش‌های مهمی چون مساجد، مدارس، تیمچه‌ها، دالان‌ها، راسته‌ها، بازارچه‌ها، سرا و کاروانسراها، یخچال، حمام و پل بازارهاست که متأثر از تنوع فعالیت‌ها و شرایط محیطی شکل گرفته است. این بازار

1. Discriminant Validity

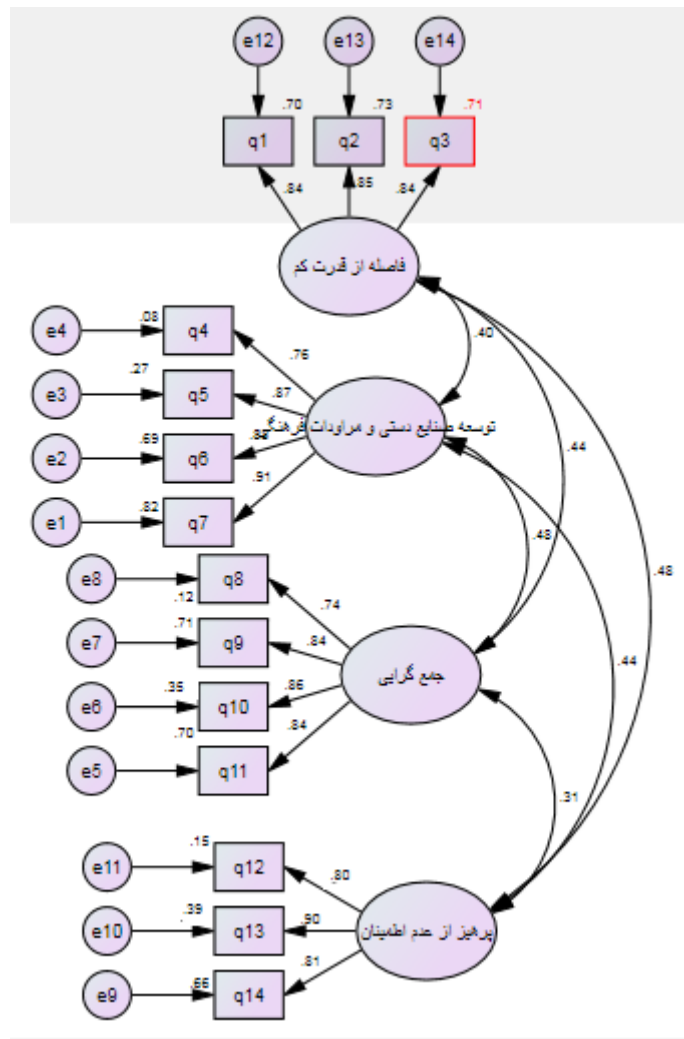
متشکل از راسته یا راسته‌های اصلی و فرعی به اشکال مختلف در فضاهای باز و بسته، سرپوشیده و روباز با طاق‌ها و نورگیرها و کاربردی‌های زیبا است. تمام راسته‌ها، بازارهای دالان‌ها، کاروانسراها و تیمچه‌ها به هم پیوسته بوده و بخش وسیعی از شهر تبریز را فراگرفته است (حق پرست و همکاران، ۱۳۹۸: ۳۰۶).



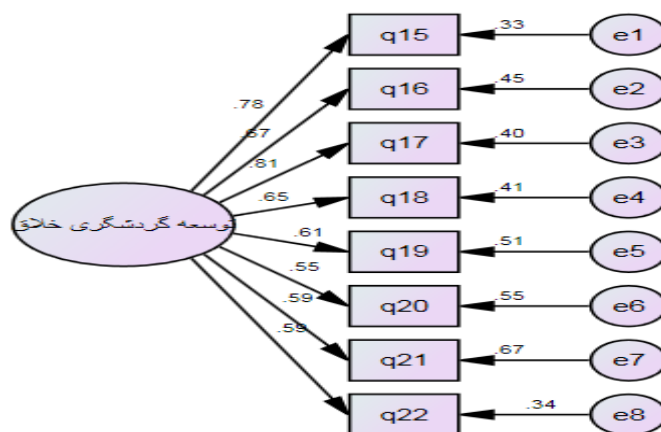
شکل ۲. موقعیت محدوده مورد مطالعه

یافته‌ها

بررسی سؤال در این پژوهش از طریق بررسی مدل‌های اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش با رویکرد تحلیل عاملی تأییدی و بررسی مدل ساختاری در نرم‌افزار آموس به دست آمده است که در ادامه به تفصیل ارائه می‌شود. در مدل‌های معادلات ساختاری لازم است تا دو مدل مورد آزمون قرار گیرند. مدل اول، شامل مدل اندازه‌گیری برای متغیرهای پژوهش است. مدل اندازه‌گیری، نشان‌دهنده بارهای عاملی متغیرهای مشاهده شده (گویه‌ها) برای هر متغیر مکنون است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، مقادیر بار عاملی گویه‌های مربوط به هر کدام از متغیرها بیشتر از ۰/۴ بوده و مدل اندازه‌گیری مورد تأیید قرار می‌گیرد (جدول ۴).



شکل ۳. مدل اندازه‌گیری مؤلفه‌های فرهنگی



شکل ۴. مدل اندازه‌گیری متغیر توسعه گردشگری خلاق

جدول ۵. نتایج شاخص‌های برازش مدل ساختاری تحقیق

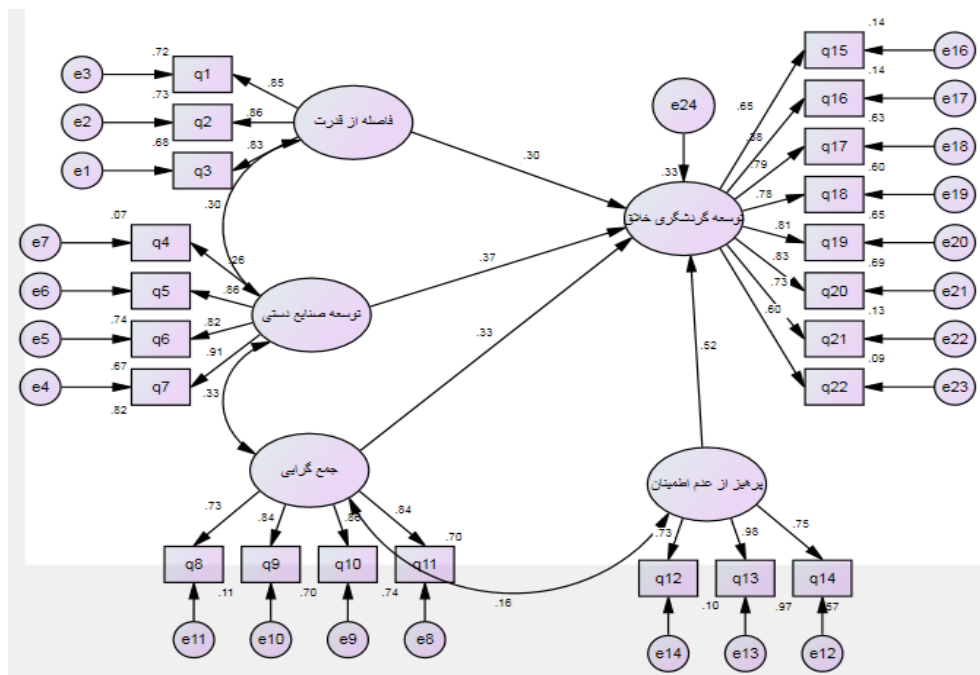
X^2	DF	X^2/DF	RMSEA	GFI	AGFI	NFI	شاخص‌های برازش
							حد مجاز
			ملاک کمتر	ملاک کمتر	ملاک بیش	ملاک بیش	
			از ۳	یا مساوی ۰,۰۸	از ۹۰	از ۹۰	
			بیش از صفر	۹۰			
۴۰۵/۴۳۲	۲۳۴	۱/۷۳	۰/۰۷۵	۰/۹۴	۰/۹۵	۰/۹۸	مؤلفه‌های فرهنگی
۳۹۸/۰۶۵	۲۵۱	۱/۵۸	۰/۰۵۹	۰/۹۳	۰/۹۴	۰/۹۱	توسعه گردشگری خلاق

میزان انطباق شاخص‌ها برای چارچوب استخراج‌شده به شرح جدول (۵) است. نتایج تحلیل عاملی تأییدی متغیرهای تحقیق نشان داد مدل‌های اندازه‌گیری مناسب و تمامی اعداد و پارامترهای مدل، معنادار است. شاخص‌های تناسب مدل‌های اندازه‌گیری به شرح جدول (۵) است که نشان‌دهنده مناسب بودن این مدل‌ها است. اولین شاخص، کای اسکویئر هنجار شده است که از تقسیم X بر درجه آزادی به دست می‌آید. مقادیر کمتر از ۳ برای این معیار بسیار مطلوب تلقی می‌شود. شاخص میزان انطباق (AGFI) نیز باید بزرگ‌تر از ۰/۹ باشد، مقادیر بالای ۰/۹ برای شاخص‌های نیکویی برازش (GFI)، هنجار شده برازندگی نشان‌دهنده این است که مدل از برازش مطلوبی برخوردار است. علاوه بر این میزان شاخص RMSEA کمتر از ۰/۰۸ است.

پس از آزمون مدل اندازه‌گیری، اکنون لازم است تا مدل ساختاری که نشان‌دهنده رابطه بین متغیرهای مکنون تحقیق است ارائه شود. با استفاده از مدل ساختاری، می‌توان به بررسی فرضیه‌های تحقیق پرداخت. مدل در حالت تخمین استاندارد (ضرایب استاندارد) در قالب شکل (۵) نشان داده شده است. همان‌طور که در جدول ۶ ملاحظه می‌شود، مدل از نظر شاخص‌های تناسب در وضعیت مناسبی قرار دارد؛ زیرا نسبت کای دو بر درجه آزادی برابر با ۱/۵۱ و کوچک‌تر از مقدار مجاز یعنی عدد ۳ و مقدار RMSEA برابر با ۰/۰۷ و کوچک‌تر از عدد مجاز یعنی عدد ۰/۰۸ است همچنین دیگر شاخص‌های برازش از قبیل AGFI، GFI و NFI در وضعیت مطلوبی قرار دارند از این‌رو مدل ساختاری پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد.

جدول ۶. نتایج شاخص‌های برازش مدل ساختاری تحقیق

X^2	DF	X^2/DF	RMSEA	GFI	AGFI	NFI	شاخص‌های برازش
							حد مجاز
			ملاک کمتر	ملاک کمتر	ملاک بیش	ملاک بیش	
			از ۳	مساوی ۰,۰۸	از ۹۰	از ۹۰	
			بیش از صفر	۹۰			
۶۵۳/۵۹	۴۳۲	۱/۵۱	۰/۰۷	۰/۹۶	۰/۹۸	۰/۹۵	نتایج



شکل ۵. مدل ساختاری پژوهش در حالت ضرایب استاندارد

با عنایت به نتایج به‌دست‌آمده در شکل شماره ۵، در ارتباط با تأثیر مؤلفه فاصله از قدرت، ضریب مسیر (۰/۳۰) برآورد شده است. همچنین با به‌گونه‌ای که مقدار آماره T به‌دست‌آمده برابر با ۵/۷۸ شده و از ۱/۹۶ بیشتر است؛ همچنین مقدار سطح معنی‌داری به‌دست‌آمده برابر با ۰/۰۰۱ است از آنجایی که مقدار سطح معنی‌داری به‌دست‌آمده کمتر از ۰/۰۵ است، از این‌رو این ضریب مسیر معنادار است و می‌توان عنوان نمود که فاصله از قدرت مؤلفه فرهنگی بر توسعه گردشگری خلاق شهری در محدوده مورد مطالعه تأثیر مثبت و معناداری دارد.

در ارتباط با تأثیر مؤلفه توسعه صنایع دستی و مراودات فرهنگی بر توسعه گردشگری خلاق شهری، ضریب مسیر (۰/۳۷) برآورد شده است. همچنین با به‌گونه‌ای که مقدار آماره T به‌دست‌آمده برابر با ۳/۹۸ شده و از ۱/۹۶ بیشتر است؛ همچنین مقدار سطح معنی‌داری به‌دست‌آمده برابر با ۰/۰۰۱ است از آنجایی که مقدار سطح معنی‌داری به‌دست‌آمده کمتر از ۰/۰۵ است، از این‌رو این ضریب مسیر معنادار است و می‌توان عنوان نمود که مبادلات فرهنگی و توسعه صنایع دستی مؤلفه فرهنگی بر توسعه گردشگری خلاق شهری در محدوده مورد مطالعه تأثیر مثبت و معناداری دارد.

در ارتباط با تأثیر مؤلفه جمع‌گرایی بر توسعه گردشگری خلاق شهری، ضریب مسیر (۰/۳۳) برآورد شده است. همچنین با به‌گونه‌ای که مقدار آماره T به‌دست‌آمده برابر با ۷/۶۷ شده و از ۱/۹۶ بیشتر است؛ همچنین مقدار سطح معنی‌داری به‌دست‌آمده برابر با ۰/۰۰۱ است از آنجایی که مقدار سطح معنی‌داری به‌دست‌آمده کمتر از ۰/۰۵ است، از این‌رو این ضریب مسیر معنادار است و می‌توان عنوان نمود که جمع‌گرایی مؤلفه فرهنگی بر توسعه گردشگری خلاق شهری در محدوده مورد مطالعه تأثیر مثبت و معناداری دارد.

در ارتباط با تأثیر مؤلفه پرهیز از عدم اطمینان بر توسعه گردشگری خلاق شهری، ضریب مسیر (۰/۵۲) برآورد شده است. همچنین با به‌گونه‌ای که مقدار آماره T به‌دست‌آمده برابر با ۷/۵۵ شده و از ۱/۹۶ بیشتر است؛ همچنین مقدار سطح معنی‌داری به‌دست‌آمده برابر با ۰/۰۰۱ است از آنجایی که مقدار سطح معنی‌داری به‌دست‌آمده کمتر از ۰/۰۵ است، از این‌رو

این ضریب مسیر معنادار است و می‌توان عنوان نمود که پرهیز از عدم اطمینان مؤلفه فرهنگی بر توسعه گردشگری خلاق شهری در محدوده مورد مطالعه تأثیر مثبت و معناداری دارد.

بحث

پژوهش حاضر مدل مفهومی در ارتباط با تأثیر مؤلفه‌های فرهنگی بر توسعه گردشگری خلاق شهری در بافت‌های تاریخی شهر ارائه نموده است. و به این سؤال که تأثیر مؤلفه‌های فرهنگی از جمله فاصله از قدرت، جمع‌گرایی، توسعه صنایع‌دستی و پرهیز از عدم اطمینان چه تأثیری بر توسعه گردشگری خلاق دارد؟ پاسخ دهد. همان‌گونه که آزمون فرضیه‌ها نشان داد در ارتباط با تأثیر مؤلفه فاصله از قدرت بر توسعه گردشگری خلاق شهری نتایج حاکی از تأیید آن بود به‌گونه‌ای که با توجه به ضریب مسیر به دست که برابر با $0/30$ بود این مؤلفه قادر است که ۹ درصد از واریانس متغیر وابسته یعنی توسعه گردشگری خلاق را تبیین نماید به عبارتی هراندازه که زمینه برای مشارکت افراد در برنامه‌های مرتبط با توسعه گردشگری در مقاصد فراهم شود و از مشارکت گردشگران و جامعه محلی استفاده شود زمینه برای بروز خلاقیت و گردشگری مبتنی بر خلاقیت فراهم می‌شود نتایج این فرضیه با یافته‌های پژوهش هانگ و همکاران (۲۰۱۰)، استایلیدس و همکاران (۲۰۱۴)، سینکلار- ماراغ و گورسوی (۲۰۱۶) همخوانی دارد. یافته‌های حاصل از تأثیر مؤلفه توسعه صنایع‌دستی و مراودات فرهنگی بر توسعه گردشگری خلاق شهری حاکی از تأیید آن بود به‌گونه‌ای که مؤلفه صنایع‌دستی و مراودات فرهنگی بر توسعه گردشگری خلاق شهری، دارای ضریب مسیر $(0/37)$ بود و این مؤلفه قادر است که $13/6$ درصد از واریانس متغیر وابسته توسعه گردشگری خلاق شهری را تبیین نماید به عبارتی می‌توان گفت که با توسعه صنایع‌دستی و مراودات فرهنگی با دیگر شهرها و کشورها زمینه برای توسعه گردشگری خلاق نیز فراهم می‌گردد. نتایج این بخش با یافته‌های پژوهش ایسی و همکاران (۲۰۲۱)، سینکلار- ماراغ و گورسوی (۲۰۱۶)، پناهی و پورمقدم (۱۳۹۸)، شاطریان و همکاران (۱۳۹۶) همخوانی دارد. در ارتباط با تأثیر مؤلفه جمع‌گرایی بر توسعه گردشگری خلاق شهری، ضریب مسیر $(0/33)$ برآورد شده است. به‌گونه‌ای که این مؤلفه قادر است که $10/8$ درصد از واریانس متغیر توسعه گردشگری خلاق را تبیین نماید. به عبارتی می‌توان این‌گونه تبیین کرد که با کاهش عدم اطمینان در میان ساکنان مقاصد گردشگری مانند بافت‌های تاریخی، گردشگری چنین شهرهایی توسعه بیشتری تجربه می‌کنند. نتایج این بخش با یافته‌های پژوهش هانگ و همکاران (۲۰۱۰)، ایسی و همکاران (۲۰۲۱) همخوانی دارد.

در ارتباط با تأثیر مؤلفه پرهیز از عدم اطمینان بر توسعه گردشگری خلاق شهری، ضریب مسیر $(0/52)$ برآورد شده است. با توجه به مقدار ضریب مسیر به‌دست‌آمده این مؤلفه قادر است که $27/4$ درصد از واریانس متغیر وابسته یعنی توسعه گردشگری خلاق شهری را تبیین نماید. یافته‌های این بخش با یافته‌های پژوهش هانگ و همکاران (۲۰۱۰)، استایلیدس و همکاران (۲۰۱۴)، سینکلار- ماراغ و گورسوی (۲۰۱۶) همخوانی دارد.

نتیجه‌گیری

یافته‌های حاصل از این پژوهش نشان داد که مؤلفه‌های فرهنگی بر توسعه گردشگری خلاق شهری تأثیر مثبت و معناداری دارد. در واقع به دلیل اینکه گردشگری خود امری فرهنگی است، بیش از سایر پدیده‌های مدرن زندگی انسانی توسعه آن تحت تأثیر عوامل و مؤلفه‌های فرهنگی قرار می‌گیرد. فرهنگ و گردشگری همواره با یکدیگر پیوندی ناگسستنی داشته‌اند. مناظر، جاذبه‌ها و رویدادهای فرهنگی انگیزه مهمی برای سفر فراهم نموده و سفر نیز به‌خودی‌خود باعث ایجاد فرهنگ می‌شود. اما فقط در دهه‌های اخیر است که پیوند بین فرهنگ و گردشگری با صراحت بیشتری

به‌عنوان شکل خاصی از مصرف مشخص‌شده و نام گردشگری فرهنگی به خود گرفته است. فرهنگ‌های مختلف هنرهای متفاوتی را خلق می‌کنند و توان تغییر اهداف اقتصادی و سیاسی یک جامعه را دارند، فرهنگ یک جامعه نوع هنر و هنر آن جامعه نوع خلاقیت جامعه را مشخص می‌سازد. مبتنی بر این یافته می‌توان گفت که در برنامه‌ریزی و مدیریت توسعه گردشگری و در این میان گردشگری خلاق شهری توجه به عوامل و مؤلفه‌های فرهنگی از جایگاه مهمی برخوردار بوده و باید در مدیریت جاذبه‌ها بخصوص در هماهنگی آن با مقصد به مؤلفه‌های ملموس و ناملموس فرهنگی توجه نموده و اقداماتی جهت مدیریت تبدلات فرهنگی مقصد و میهمانان اتخاذ گردد. نتایج یافته‌های مؤلفه مربوط جایگاه مؤلفه فاصله از قدرت کم عوامل فرهنگی در توسعه گردشگری خلاق شهری را برجسته‌تر ساخته است. مبتنی بر نتایج تحقیق می‌توان استدلال نمود که مؤلفه فاصله از قدرت کم در مقاصد گردشگری مانند بافت تاریخی شهر تبریز به توسعه گردشگری در شهرهای گردشگرپذیر منجر می‌شود. بر این اساس هم‌راستا با تحقیق هانگ و همکاران (۲۰۱۰) می‌توان گفت که در مقاصدی که در آن فاصله از قدرت کم رایج‌تر می‌باشد، ساکنان ضمن احساس مسئولیت بیشتر در مقابل برنامه‌های توسعه گردشگری خود را ملزم به سؤال و پرسش از مسئولان مرتبط با این طرح‌ها می‌دانند. بر این اساس با کاهش فاصله از قدرت در میان ساکنان مقاصد گردشگری مانند بافت تاریخی شهر تبریز، ضمن پاسخگوتر شدن مسئولین و مدیران گردشگری، طراح‌های توسعه گردشگری خلاق شهر به موفقیت بیشتری دست می‌یابند.

همچنین با اتکا بر یافته‌های مربوط به مؤلفه جمع‌گرایی عوامل فرهنگی می‌توان گفت که با رواج جمع‌گرایی در میان ساکنان در شهرهای گردشگری توسعه بیشتری را تجربه می‌کند. بر این اساس در مقاصد با فرهنگ جمع‌گرایی ساکنان با درک نتایج مثبت توسعه گردشگری خلاق شهری نسبت به منافع عمومی شهر رویکرد مثبتی به آن نشان داده بنابراین حمایت بیشتری از طرح‌های توسعه گردشگری خلاق شهری به عمل آورده و در اجرای این طرح‌ها مشارکت می‌کنند. همچنین یافته‌های مربوط به مؤلفه پرهیز از عدم اطمینان که تأثیر معناداری بر توسعه گردشگری خلاق داشت بر این اساس مدیران توسعه گردشگری برای افزایش رویکرد مثبت ساکنان نسبت به توسعه گردشگری شهری بایستی از طریق افزایش اطلاع‌رسانی و اشتراک اطلاعات مرتبط با طرح‌های توسعه گردشگری نسبت به افزایش رویکرد مثبت ساکنان اقدام نمایند.

در ارتباط با تأثیر مؤلفه صنایع‌دستی و مراودات فرهنگی که تأثیر مثبتی بر توسعه گردشگری خلاق داشت می‌توان این‌گونه عنوان کرد که درواقع ارائه صنایع‌دستی در قالب توسعه گردشگری به‌عنوان یکی از جاذبه‌هایی که حاوی معانی ملموس و ناملموس با مشارکت جامعه هنرمندان و صنعتگران مقاصد امکان آموزش، تجربه ساخت و خرید صنایع‌دستی را برای گردشگران ورودی فراهم می‌آورد. چنین ابتکاری ضمن ایجاد منبع درآمد پایداری برای اساتید و فعالین حوزه صنایع‌دستی در معرض خطر فراموشی، به انتقال دانش و حفظ این صنایع کمک خواهد نموده و درنتیجه توسعه آتی و پایدار گردشگری خلاق کمک می‌کند. در صورتی که با بهره‌گیری از دانش سنتی و تکنیک‌های به‌روز محصولات باارزش افزوده بالا تولید شود، تولید با تکیه بر روح هنرمندانه ترویج گردد و صنایع خلاق که توانایی رخنه کردن در بازارهای بین‌المللی را دارند توسعه یابند، در راستای مرتبط کردن فرهنگ و کسب‌وکار می‌توان به اهدافی چون خلق محصولات هنری با کیفیت، افزایش ظرفیت تولید و ارتقای برند شهر تبریز و بافت تاریخی شهر تبریز به‌عنوان یک مقصد گردشگری خلاق دست‌یافت.

حامی مالی

این اثر حامی مالی نداشته است.

سه‌م نویسندگان در پژوهش

نویسندگان در تمام مراحل و بخش‌های انجام پژوهش سه‌م برابر داشتند.

تضاد منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

تقدیر و تشکر

نویسندگان از همه کسانی که در انجام این پژوهش به ما یاری رساندند، به ویژه کسانی که کار ارزیابی کیفیت مقالات را انجام دادند، تشکر و قدردانی می‌نمایند.

منابع

- اسحاقیه فیروزآبادی، عماد؛ صالحی، سید مصطفی و رشیدی، محمدمهدی. (۱۳۹۸). سنجش پتانسیل ظرفیت‌های بازآفرینی فرهنگ مینا در محله فهادان یزد با هدف توسعه گردشگری در محله. *مجله گردشگری شهری*، ۶(۳)، ۵۹-۷۴. <https://doi.org/10.22059/jut.2019.260083.499>
- امینی، عباس و زیدی، زهرا. (۱۳۹۴). تأثیرات فرهنگی گردشگری در مناطق روستایی از دید جامعه محلی (مطالعه موردی: روستای ایبانه). *فصل‌نامه تحقیقات جغرافیایی*، ۳۰(۲)، ۱۳-۳۲.
- بذرافشان جواد و بامری علی. (۱۳۹۷). بررسی و تحلیل وضعیت گردشگری خلاق در شهر زاهدان. *برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، ۸(۳۱)، ۴۵-۶۰. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.22516735.1397.8.31.12.4>
- پناهی، علی و داداش پورمقدم، مجید. (۱۳۹۸). تحلیل نقش شاخص‌های شهر خلاق در توسعه گردشگری شهری (مطالعه موردی شهر اصفهان). *شبک*، ۵(۱)، ۷۷-۹۶.
- حق‌پرست، فرزین؛ آصفی، مازیار و ابی زاده، الناز. (۱۳۹۸). تأثیر مؤلفه‌های هویت مکان بر حس تعلق به مکان؛ مطالعه بازار تاریخی تبریز. *تحقیقات جغرافیایی*، ۳۴(۳)، ۳۰۳-۳۱۲.
- دوستی، فرشته؛ زال، محمدحسن و رمضان زاده، مهدی. (۱۳۹۸). سنجش ظرفیت‌های گردشگری خلاق در کلان‌شهر تبریز. *نشریه گردشگری شهری*، ۶(۲)، ۱-۱۳. <https://doi.org/10.22059/jut.2018.253316.461>
- سالاری پور، علی‌اکبر؛ حسام، مهدی؛ برادران، آرش و حمیدی، آرمان. (۱۳۹۹). تبیین راهبردهای توسعه گردشگری خلاق در شهر رشت. *نشریه گردشگری شهری*، ۷(۳)، ۱۲۷-۱۴۲. <https://doi.org/10.22059/jut.2020.303292.801>
- شاطریان، محسن؛ حیدری سورشجانی، رسول و ورفی نژاد، ژیللا. (۱۳۹۶). اثرات توان گردشگری در گسترش زیرساخت‌ها و ایجاد شهر خلاق مطالعه موردی: شهر کرمانشاه. *جغرافیا*، ۵(۵۲)، ۲۰۱-۲۱۶.
- گلرخ، شمین و مطهریان، محسن. (۱۳۹۸). پذیرش گردشگری خلاق در تجربه شهروندان و گردشگران شهرهای پیشین گردشگری؛ نمونه موردی شهر یاسوج. *معماری و شهرسازی (هنرهای زیبا)*، ۲۴(۴)، ۸۳-۹۲. <https://doi.org/10.22059/jfaup.2019.270831.672173>
- مهاجر، بشری؛ شفیی، زاهد؛ خواجه، احمد؛ عطاری، علیرضا و طغرای، محمدتقی. (۱۳۹۹). شناسایی مؤلفه‌های کلیدی گردشگری خلاق کودک محور (مطالعه موردی: شهر خلاق صنایع‌دستی). *مطالعات شهری*، ۹(۳۵)، ۷۵-۸۶. <https://doi.org/10.34785/J011.2021.395>

Reference

- Amini, A & Zaidi, Z. (2014). The cultural effects of tourism in rural areas from the perspective of the local community (case study: Abyaneh village). *Geographical Research Quarterly*, 30 (2), 13-32. [In Persian]
- Bakas, F. E., Duxbury, N., & de Castro, T. V. (2019). Creative tourism: Catalysing artisan entrepreneur networks in rural Portugal. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 3(12), 102-123. <https://doi.org/10.1108/IJEER-03-2018-0177>
- Bayliss, D. (2017). The rise of the creative city: Culture and creativity in Copenhagen. *European planning studies*, 15(7), 889-903. <https://doi.org/10.1080/09654310701356183>.
- Bazrafshan, J., & bameri, A. (2018). Study and analysis of the status of creative tourism in Zahedan. *Regional Planning*, 8(31), 167-180. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.22516735.1397.8.31.12.4> [In Persian]
- Carvalho, R. M. F., da Costa, C. M. M., & Ferreira, A. M. A. P. (2019). Review of the theoretical underpinnings in the creative tourism research field. *Tourism & Management Studies*, 15(1SI), 11-22.
- Doosti, F., Zaal, M. H., & Ramezanzadeh Lasbouee, M. (2019). Assessing the Capacities of Creative Tourism in Tabriz City. *Journal of Urban tourism*, 6(2), 1-13. <https://doi.org/10.22059/jut.2018.253316.461> [In Persian].
- Eshaghiye Firoozabadi, E., salehi, S. M., & rashidi, M. M. (2019). Assessing the potential of culture-led regeneration in Fahadan district of Yazd with the aim of developing tourism in the district. *Journal of urban tourism*, 6(3), 59-74. <https://doi.org/10.22059/jut.2019.260083.499> [In Persian]
- Eyisi, A., Lee, D., & Trees, K. (2021). Facilitating collaboration and community participation in tourism development: The case of South-Eastern Nigeria. *Tourism and Hospitality Research*, 21(3), 275-288. <https://doi.org/10.1177/1467358420966035>
- Fernandez, J. A. S. & Azevedo, P. S. & Martín, J. M. M. & Martín, J. A. R. (2020) Determinants of tourism destination competitiveness in the countries most visited by international tourists: Proposal of a synthetic index. *Tourism Management Perspectives*, 33(3), 435-450. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100582>
- Golrk, SH., & Motaharian, M. (2019). Acceptance for Creative Tourism by citizens and tourists in Tourism- Supporting Cities; the case of Yasouj. *Journal of Fine Arts: Architecture & Urban Planning*, 24(4), 83-92. <https://doi.org/10.22059/jfaup.2019.270831.672173> [In Persian].
- Haq Parast, F; Asefi, M & Abizadeh, E. (2018). The effect of place identity components on the sense of belonging to the place; A study of the historical market of Tabriz. *Geographical Research*, 34(3), 303-312. [In Persian].
- Henriques, C., & Moreira, M. C. (2019). Creative tourism and urban sustainability: the cases of Lisbon and Oporto. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, 51, 93-114.
- Hong, H. U. I., Bin, T. A. N. G., & Yang, J. I. N. G. (2010). A Study on Cultural Reasons for Difference on Community Participation in Tourism Development in Different Nations. In *Tourism Forum*. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101127>.
- Kim, H. (2016). The concept and strategy of creative tourism. *Policy of Korean Tourism*, 2(6), 8-20. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102922>
- Lee, T. H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism management*, 34, 37-46. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.03.007>
- McManus, C., & Carruthers, C. (2014) Cultural quarters and urban regeneration: The case of cathedral quarter Belfast. *International Journal of Cultural Policy*, 20 (1), 78-98. <https://doi.org/10.1080/10286632.2012.737322>
- Mohajer, B., shafiee, Z., khaje ahmad attari, A., & toghraee, M. T. (2020). Identifying the key components of child-based creative tourism, (Case study: Isfahan, the creative city of handicrafts). *Motaleate Shahri*, 9(35), 75-86. <https://doi.org/10.34785/J011.2021.395> [In Persian].
- Panahi, A & Dadash Pourmoghadam, M. (2018). Analysis of the role of creative city indicators in the development of urban tourism (case study of Isfahan city). *Shabak*, 5(1), 77-96. [In Persian].

- Phillips, M.R. & House, C. (2009) an evaluation of priorities for beach tourism: Case studies from South Wales, UK. *Tourism Management*, 30 (1), 176-183. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.05.012>
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of tourism research*, 38(4), 1225-1253. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Romana, K. V. (2013), Enforcing sustainability principles in tourism via creative tourism development. *Journal of Tourism Challenges and trends*, 6(1), 35-57.
- Salaripour, A., Hesam, M., Baradaran sagharloo, A., & Hamidi, A. (2020). Explaining the Creative Tourism Development Strategies of Rasht City. *Journal of Urban tourism*, 7(3), 127-142. <https://doi.org/10.22059/jut.2020.303292.801> [In Persian].
- Shatrian, M., Heydari Sureshjani, R., & Varfinejad, J. (2016). The effects of tourism power in expanding infrastructure and creating a creative city, a case study: Kermanshah city. *Geography*, 5(52), 201-216. [In Persian].
- Sinclair-Maragh, G., & Gursoy, D. (2016). A conceptual model of residents' support for tourism development in developing countries. *Tourism Planning & Development*, 13(1), 1-22. <https://doi.org/10.1080/21568316.2015.1047531>
- Stylidis, D., Biran, A., Sit, J., & Szivas, E. M. (2014). Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts. *Tourism management*, 45, 260-274. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.05.006>
- Than, T. T., Kiu, T. P. H., PHAM, T. A. D., HOANG, T. C. V., TRAN, T. H., NGUYEN, H. D., & DAO, T. K. (2020). Impact of community attachment and resident's support on destination sustainability: Evidence from spiritual and community destination in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 7(8), 361-369. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104796>