

بازآفرینی بافت فرسوده شهری با تأکید بر اقتصاد خلاق (مطالعه موردی: محله بازار شهر دزفول)

مهندس سیده معصومه بزرگ‌زاده کلوری^{*}، دکتر سید نادر پورموسوی^{**}، دکتر بهزاد وثیق^{***}

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۰۲/۱۸ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۸/۰۱/۳۱

چکیده

هدف کلی از پژوهش حاضر، توسعه اقتصادی است که با ایجاد در نظام مدیریت شهری در کنار دسترسی به خدمات، امکانات و بهره‌برداری از قابلیت‌های اجتماعی ساکنان محله مقدر می‌گردد. این تحقیق با سنجش مؤلفه‌های محرک اقتصادی خلاق، به‌اندازه‌گیری و ارائه راهکارهای پیشنهادی پرداخته است. روش تحقیق، توصیفی-تحلیلی است. جمع‌آوری داده‌ها با برداشتهای میدانی و توزیع ۱۷۶ پرسش‌نامه در میان کسبه محله بازار و ساکنین که به روش طبقه‌ای سیستماتیک انتخاب شده بودند، گردآوری شده است. نتایج به‌دست آمده نشان می‌دهد شاخص‌هایی که می‌توان در بازآفرینی محله قدیم بازار دزفول با رویکرد اقتصاد خلاق استفاده کرد عبارت‌اند از صنایع دستی، صنایع خلاق (صنایع فرهنگی) و صنعت گردشگری. اطلاعات به‌دست آمده، با استفاده از آزمون‌های برازش نکویی «خی دو»، «تی تک نمونه‌ای» و «رتبه‌بندی فریدمن» تجزیه و تحلیل شده است. در نهایت با استفاده از آزمون مقایسه‌ای دلفی مدل‌های راهبرد دهی، راهبردهای مناسب جهت بازآفرینی محله بازار دزفول با رویکرد اقتصاد خلاق پیشنهاد شده است.

واژه‌های کلیدی

اقتصاد خلاق، صنایع دستی، صنایع خلاق، بازار دزفول، بازار، بافت تاریخی، بازآفرینی.

* کارشناسی ارشد طراحی شهری، دانشگاه صنعتی جندی شاپور دزفول، دزفول، ایران (مسئول مکاتبات).

Email: Ramona.bozorgzade@gmail.com

Email: Nader@jsu.ac.ir

Email: Behzad_vasiq@yahoo.com

** استادیار گروه شهرسازی دانشگاه صنعتی جندی شاپور دزفول، دزفول، ایران.

*** استادیار گروه معماری دانشگاه صنعتی جندی شاپور دزفول، دزفول، ایران.

۱-۱-۱ مقدمه

شهری نوسازی شده و کیفیت محیط زندگی شهری ارتقاء پیدا کرده است. نقطه قوت این بازآفرینی استفاده از انرژی گروه‌های اجتماعی و مشارکت گروه‌های محلی مؤسسات عمومی و کسب‌وکار محلی به‌عنوان یک رویکرد نو است. به مالکان کاربری‌های تجاری، کمک بلاعوض داده‌شده تا ساختمان‌های خالی را نوسازی کنند و مغازه خود را توسعه دهند و جاذبه‌های توریستی و شبکه‌های ارتباطی را تقویت کنند (آیینی، ۱۳۹۲).

بازآفرینی اقتصادی خلاق شکوی^۲

مطالعه منطقه شکوی متشکل از ۱۹۳ جریب زمین در مجاورت مرکز شهر ریچموند قرار دارد. موقعیت منطقه مذکور در شکل ۱ نشان داده‌شده است. منطقه مورد مطالعه در شمال شرق و شرق توسط کلیسای هیل، مرز اتحادیه هیل و کلیسای منطقه تاریخی سنت جان که بر منطقه مورد مطالعه مشرف هستند، است. اقدامات صورت گرفته در زمینه اقتصاد خلاق این منطقه در جدول ۱ دسته‌بندی شده است.

۱-۱-۲ مبانی نظری پژوهش

شرایط اقتصادی و ضرورت بازآفرینی اقتصادی خلاق

تغییر در عملکرد اقتصادی شهرها و افزایش جهانی شدن بازارها باعث تنزل و تحلیل رفتن اقتصادی شهرها شده است. با بازآفرینی اقتصادی شهر علاوه بر درآمدهای داخلی توانایی جذب بودجه‌های خارجی فراهم خواهد داشت (آیینی، ۱۳۹۲). فعالیت‌های اقتصادی سودمند و جدید نیاز به فعالیت‌های جدیدی هستند که در محلات و بافت‌های قدیمی چنین فضاهایی یافت نمی‌شود از این‌رو کاهش فضاهای زیست و فعالیت در بافت‌های فرسوده باعث کاهش میل و گرایش به سرمایه‌گذاری در این بافت‌ها شده است در چنین روندی باعث

دستیابی به توسعه اقتصادی یکی از مهم‌ترین اهداف مدیران شهری است که با ایجاد در نظام مدیریت شهری در کنار دسترسی به خدمات و امکانات و بهره‌برداری از قابلیت‌های اجتماعی ساکنان مقدر می‌گردد. در این میان فعالان اقتصادی در محیط محله، به‌واسطه تأثیرگذاری بر اقتصاد محله و تعاملات بالای اجتماعی مورد توجه است. یکی از مهم‌ترین عملکردهای بازار کارکرد اقتصادی آن است.

بازار مجموعه‌ای منسجم از فعالان مختلف اقتصادی و مبتنی بر اقتصاد محلی است. فضاهای عمومی از مزایا و ویژگی‌هایی برخوردار است که می‌تواند نقش بسیار مهمی در ایجاد شهرهای خلاق داشته باشد. آثار پیدایش مفهوم خلاقیت در اقتصاد شهری را می‌توان در نظریه شهر خلاق و در آثار نظریه‌پردازانی مانند جین جیکوبز^۱ دنبال کرد. از سوی دیگر یکی از عرصه‌های جدید و عمده بروز خلاقیت‌های اقتصادی را می‌توان در فرهنگ دید؛ بنابراین فرهنگ محرکی است که می‌توان با بهره‌گیری از آن در کنار عوامل دیگر، شاهد بروز اقتصاد فرهنگی در عرصه اقتصاد شهری بود. هدف از این پژوهش شناسایی عوامل مؤثر بر ارتقاء اقتصاد خلاق در محیط شهری، به‌خصوص بازارهای کهن ایران که از دیرباز منشأ مبادلات اقتصادی شهری و فراتر از آن بوده‌اند، است.

۱-۱-۳ پیشینه پژوهش

پروژه‌های بازآفرینی کولیس لند و شوکوی نمونه‌هایی بارزی از موفقیت در عرصه اقتصادی است:

پروژه بازآفرینی کولیس‌لند رویکرد نو در بازآفرینی اقتصادی شهری را به نمایش می‌گذارد. این پروژه، بهبود قابل توجهی را در مرکز این شهر صنعتی افول کرده به وجود آورده است، بسیاری کارخانه‌های متروکه و خالی به کاربری‌های اقتصادی تبدیل شده‌اند، بدنه‌های



شکل ۱. موقعیت منطقه مورد مطالعه شکوی در ریچموند (Source: Smith et al., 2011)

جدول ۱. اقدامات منطقه تفریحی-فرهنگی شکوی جهت نیل به بازآفرینی اقتصادی خلاق (Source: Smith et al., 2011)

<p>الف: تجدیدنظر منطقه بندی برای شکوی.</p>	<p>۱. ایجاد منطقه تفریحی و فرهنگی. ۲. نوآوری اقتصادی منطقه. ۳. روستا- شهری</p>	<p>ایجاد منطقه تفریحی - فرهنگی</p> <p>به روز رسانی منطقه بندی و دستورالعمل های طراحی</p> <p>استراتژی ۱:</p>	
<p>ب: تعیین راهنمای طراحی</p>	<p>۱. خط کشی عابر به وضوح تعیین شده باشد. ۲. مسیرهای دوچرخه سواری به وضوح مشخص شده باشد. ۳. مبلمان، نورپردازی، فاصله درختان در فواصل مناسب. ۴. فضای فراوان به عابر پیاده اختصاص داده شود. ۵. ایستگاه حمل و نقل مورد پسند کاربر، قابل مشاهده و راحت. ۶. ایجاد پارکینگ در سطح خیابان</p>		
<p>ج: مصالح بنایی و فرم های معماری در شکوی باید با الگوهای تاریخی که در آن قابل اجرا است پیوند داده شوند.</p>	<p>شهر ریچموند یکی از مراکز مهم تاریخی آمریکاست. وجود سایت های فرهنگی و تاریخی متعدد این فرصت را به شکوی می دهد که به عنوان دروازه صنعت گردشگری ریچموند معرفی شود.</p> <p>۱. تأسیس یک مرکز بازدید در ایستگاه اجتماعات خیابان اصلی. ۲. ادامه دادن برنامه ریزی و اجرای منطقه تحت نظر میراث فرهنگی. ۳. توسعه بازاریابی هدفمند و کمپین های تبلیغاتی برای گردشگری در شکوی</p>		<p>استراتژی ۲:</p> <p>موقعیت شکوی به عنوان دروازه برتر گردشگری ریچموند</p>
<p>استراتژی ۳:</p> <p>برند گذاری و پیشرفت در شکوی</p>	<p>۱. توسعه سیستم تجاری برای شکوی. ۲. تعیین شکوی به عنوان منطقه فرهنگی هنری. ۳. توسعه بازاریابی و ترویج کمپین باهدف قرار دادن ساکنان و کارمندان. ۴. تنظیم زمانی برای جشنواره ها، رویدادها و برنامه ریزی در کل سال</p>		

مؤلفه های محرک در اقتصاد خلاق

اقتصاد خلاق، موتور محرکه رشد، کارآفرینی و یک عامل قوی در برانگیختن ابتکار و خلاقیت است که کارآفرینی و توسعه اجتماعی را تقویت می کند. اقتصاد خلاق در بسیاری از کشورها، حوزه های مختلفی مثل تبلیغات، معماری، هنر، طراحی، مد، موسیقی، انتشارات و فناوری را در برمی گیرد و تغییرات عمده ای را در کشورهای پیشرفته به وجود آورده که نمی توان از آن ها چشم پوشی کرد. جدول ۲ دسته بندی صورت گرفته از عوامل تأثیرگذار در ایجاد اقتصاد خلاق را نشان می دهد.

هاوکینز در کتاب مشهور خود با نام «اقتصاد خلاق ۳» مباحث نظری و دلایل اهمیت این اقتصاد را تبیین و ویژگی های آن را معرفی می کند. به اعتقاد وی، در قرن حاضر دیگر پول و ابزار عامل اصلی موفقیت

عدم رسیدگی، تعمیر و نگهداری بناها اعم از تجاری، مسکونی، عدم تعمیر و نگهداری زیرساخت های شهری می شوند که به تدریج باعث شده است ساکنین این بافت ها یا کسانی که در این بافت ها فعالیت اقتصادی داشتند به جای دیگر نقل مکان کرده اند و در بیرون این محلات به سرمایه گذاری و یا سکونت بپردازند در مقابل به جای آن ها گروه ها کم درآمد در این مکان ها ساکن شده اند که شروع به فعالیت اقتصادی کردند و توان تعمیر و نگهداری این بافت ها را نداشته اند و به علت نداشتن تعلق خاطر به این محلات در مقابل تغییرات در این بافت ها هیچ گونه عکس العملی نشان نمی دادند (عندلیب و همکاران، ۱۳۹۲). اکثر پروژه های شاخص در بازآفرینی شهری، تمرکز عمده ای بر فعالیت های اقتصادی دارند و به دنبال انگیزش برای سرمایه گذاری قابل توجه ای هستند.

جدول ۲. عوامل تأثیرگذار در ایجاد اقتصاد خلاق (مأخذ: رفیعیان و همکاران، ۱۳۹۰؛ ایزدی و همکاران، ۱۳۹۲)

عوامل مؤثر برای فعال کردن اقتصاد خلاق	صنایع خلاق	<p>در آغاز و طی دهه‌های ۱۹۴۰ تا ۱۹۸۰ میلادی، از واژه ترکیبی «صنعت فرهنگ» برای نشان دادن نوعی از امکان کسب درآمد اقتصادی از طریق اشاعه نوعی «تک فرهنگی» یا «فرهنگ انبوه» استفاده می‌شد. در مرحله بعدی و پس از جهشی در این انگاره، مفهوم «صنایع فرهنگی» مطرح گردید. در این مقطع و به تدریج، برداشت مثبتی از آمیزش فرهنگ با جریان توسعه اقتصادی پدیدار شد و فرهنگ جزئی از راهبرد برنامه‌ریزی ملحوظ گردید.</p>
	صنایع فرهنگی	<p>آن دسته از صنایعی که منشأ آن‌ها در خلاقیت‌های فردی، مهارت و استعدادهایی است که بالقوه برای ایجاد کار و ثروت از طریق تولید و بهره‌برداری مالکیت معنوی وجود دارد. صنایع خلاق آن دسته از صنایع هستند که بر روی خلاقیت فردی، مهارت و استعداد بالقوه به‌منظور ایجاد ثروت و اشتغال از طریق توسعه تبلیغات، معماری، هنر و بازار عتیقه، طراحی صنایع‌دستی، طراح مد، فیلم، نرم‌افزار اوقات فراغت تعاملی، بازی‌های رایانه‌ای، موسیقی، هنرهای نمایشی، چاپ و نشر، نرم‌افزار و رادیو و تلویزیون متمرکز هستند.</p>
	صنعت گردشگری	<p>جدیدترین رویکردهای مرمتی جامع‌نگر، سعی در تکیه بر میراث موجود در بافت‌های فرسوده واجد ارزش و تلفیق اقتصاد و فرهنگ و احیای پایدار این بافت‌ها در سازمان فضایی شهر دارد. در صورتی که بافت‌های فرسوده واجد ارزش به لحاظ گردشگری و تفریح مورد توجه قرار گیرد، هم فضاهایی مناسب و جذاب برای ارائه پاسخ به نیازهای روانی شهروندان فراهم آمده و هم توسعه بافت فرسوده امکان‌پذیر می‌شود.</p>

نسبت میان ورودی و خروجی در تولیدات صنایع‌دستی و ارزش‌افزوده بالای آن‌ها به‌صورت عمده‌ای دارای ارزش اقتصادی است. در بسیاری از رشته‌های صنایع‌دستی مواد اولیه بسیار ارزان و در دسترس و در محدوده جغرافیای ایران قابل تهیه است. این مواد اولیه ارزان بر اثر خلاقیت و ایده‌های بدیع هنرمندان صنایع‌دستی تبدیل به محصولاتی می‌شوند که دارای ارزش‌افزوده بسیار بالایی هستند، به‌گونه‌ای که اگر به مقایسه کمی بین ورودی و خروجی این سیستم بپردازیم، به تفاوت معناداری خواهیم رسید که ضرورت توجه بیشتر به صنایع‌دستی را مبرهن می‌سازد. از این رو باید گفت در ایران سرمایه اصلی به‌جای پول، نفت یا درآمدهای ناشی از خام‌فروشی آن، تولیداتی نظیر صنایع‌دستی است؛ تولیداتی که در عین اصیل و بومی بودن، دارای ارزش‌افزوده بسیار بالا و عمده‌ای هستند شکل ۲ نشان‌دهنده منظومه صنایع خلاق در این حوزه است. پس در هزاره سوم باید تمرکز برنامه‌ریزی‌های کشور به‌جای حوزه‌های کم‌بازده، به سمت عرصه‌های پر ظرفیتی مانند صنایع‌دستی گرایش پیدا کند تا این هنر صنعت اصیل ایران، موقعیت کشور را در عرصه اقتصاد خلاق دنیا ارتقاءیی چشمگیر ببخشد.

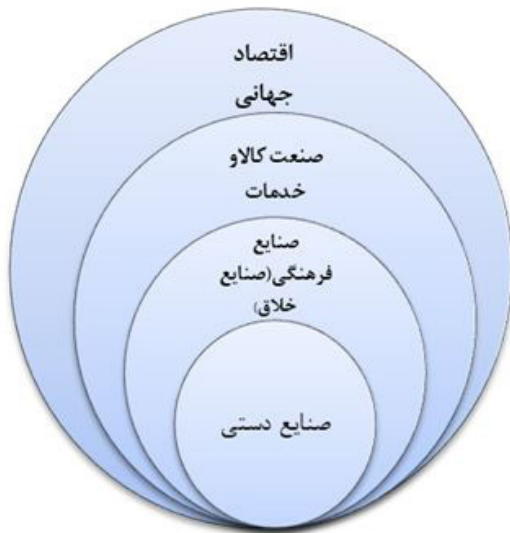
۳. بازار صنایع‌دستی به‌عنوان بخشی از بازار صنایع فرهنگی (صنایع خلاق) به دلیل وابستگی متقابل به آن صنایع و تأثیرپذیری از سیاست‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و وضعیت اقتصادی کشور و جهان، با صنایع ارتباط متقابل داشته و بهبود آن در گرو بهبود وضعیت صنایع فرهنگی است. از این رو رشد و توسعه بازار صنایع‌دستی در گرو رشد و توسعه اقتصاد داخلی و بین‌المللی است. شکل ۳، وضعیت و موقعیت صنایع‌دستی را در بازار داخلی و جهانی به‌طور ملموس تبیین می‌کند (حسین زاده و فرهادی، ۱۳۹۴، ۵). اولین جایی که مفهوم

جوامع و سازمان‌ها نیستند، بلکه ایده‌های نوین که موفقیت را در پی دارند، عامل پیشرفت و درآمدزایی کشورها به شمار می‌روند. در نتیجه باید نسبت به مقوله تولید، خدمات مختلف، تفریحات و سرگرمی‌های رایج نگرشی تازه داشته باشد؛ مقوله‌ای که مینا و اساس آن بر تفکر و خلاقیت ذهنی استوار است (Howkins, 2001).

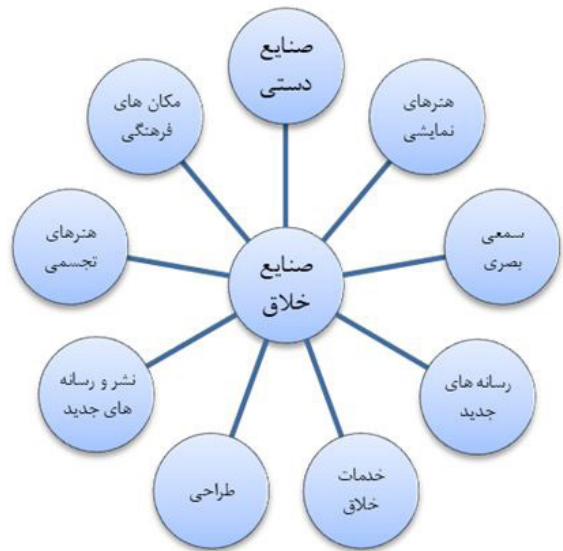
بر این اساس می‌توان اقتصاد خلاق را بر پایه اقتصاد یک محله به این صورت تعریف کرد: اقتصاد خلاق به احیای صنایع تولیدی، خرده‌فروشی و تفریحی در یک محل که جمعیت هدف در آن فعالان اقتصادی باشد، می‌پردازد. زمانی می‌توان اقتصاد یک محله را خلاق دانست که تمام امکانات شهری در خدمت ایجاد خلاقیت در توسعه اقتصادی آن محله باشد.

۱. همچنان که اقتصاد خلاق پدیدار و در دو دهه اخیر از اهمیت زیادی برخوردار شده، مرزهای بین بخش‌های خلاق نیز باریک‌تر شده است و دانش و مهارت‌های خلاق نیز گسترش یافته‌اند. این تغییرات همچنین در توسعه ارتباط بین گردشگری و صنایع خلاق متبلور شده است. مرتبط ساختن صنایع خلاق با گردشگری می‌تواند تقاضا را افزایش دهد، ابتکار در گردشگری را برانگیزد و محصولات گردشگری را دوباره احیا کند. در نسل سوم صنعت گردشگری، گردشگر شبیه یک شهروند رفتار می‌کند. همچنین در این نوع از گردشگری نقش مدیران در شناخت انواع خلاقیت موجود در شهر به‌عنوان یک منبع و فرصت برای جذب گردشگران مهم تلقی می‌شود (نصیری قرقانی و پیرمحمد زاده، ۱۳۹۵).

۲. اگر با این نگاه به بررسی شرایط ایران بپردازیم، این قابلیت‌ها را می‌توان در صنایع‌دستی به صورتی محسوس دید؛ به این معنی که



شکل ۳. وضعیت و موقعیت صنایع دستی در بازارهای هدف داخلی و خارجی (مأخذ: حسین زاده و فرهادی، ۱۳۹۴)



شکل ۲. منظومه صنایع خلاق

بازآفرینی در مقیاس محله استخراج شده و سپس بر روی محله بازار دزفول بررسی می‌گردد. همچنین با بازخوانی مطالب موجود معیارهای بازآفرینی با تأکید بر اقتصادی خلاق برآورده می‌شود. لازم به ذکر است که از روش تجربی برای بررسی فرضیه‌ها استفاده شده است. از این روش گردآوری اطلاعات شامل: مشاهده مصاحبه، پرسش‌نامه و مطالعات کتابخانه‌ای است. جامعه آماری در محله بازار شامل کاربری‌های تجاری و مسکونی است. به وسیله جدول مورگان تعداد ۱۷۸ پرسش‌نامه در میان کسبه و ساکنان محله توضیح شده و توان سنجی و قابلیت محله بازار برای بازآفرینی با تأکید بر اقتصاد خلاق سنجیده خواهد شد. در نهایت با اطلاعات به دست آمده از برداشت‌های میدانی و تطابق سایر نمونه‌های موفق موجود و نمونه موردی حاضر، به وسیله آزمون‌های برازش نکویی «خی دو»، «تی تک نمونه‌ای» و «رتبه‌بندی فریدمن» تجزیه و تحلیل و بررسی شده و با بهره‌گیری از مدل راهبرد دهی دیوید و هانگر، به ارائه راهبردهای بازآفرینی با تأکید بر اقتصاد خلاق پرداخته شده است. شکل ۴ شاخص‌های بررسی شده در سه مؤلفه‌ی اقتصاد خلاق را نشان می‌دهد.

یافته‌های پژوهش

جایگاه بازار در ساختار شهر دزفول

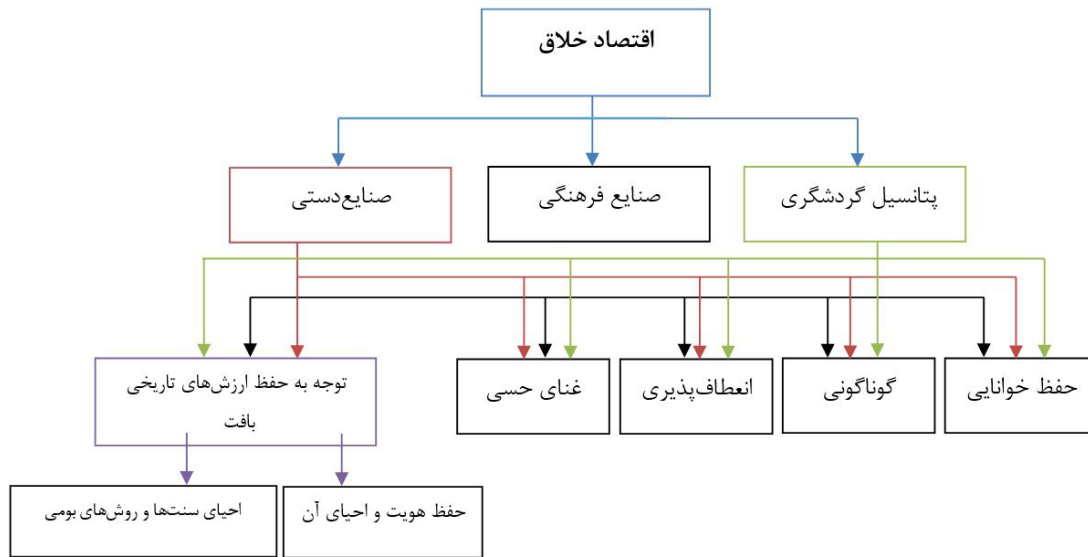
این بازار نیز مثل به‌مانند سایر بازارها هر کدام از راسته‌ها مربوط به شغل معینی بوده است. راسته مسگرها، راسته آهنگران، راسته گپوبافان و غیره از این دسته‌اند. با توجه به جایگاه کنونی بازار قدیم می‌توان گفت این عنصر شهری، با ورود عصر جدید تغییر و تحولاتی را

شهر خلاق به‌طور مشخص در قالب یک سند نظریه‌ای ارائه شد در کار بیانچینی و لندری بود (Bianchi & Landry, 1996). صنایع خلاق مبتنی بر نوآوری، انعطاف‌پذیری، ایده پروری و تغییرپذیری متداوم می‌تواند محرکی برای تحولات گسترده و مؤثر بر اقتصاد شهر را فراهم کند. از این رو برای حضور شهر در عرصه صنایع خلاق، تبیین محله‌ای فرهنگی درون بافت‌های تاریخی به‌عنوان کلیدی برای توسعه منطقه و تولید اقتصادی فرهنگی می‌تواند در نظر گرفته شود (قلعه نوعی و خان محمدی، ۱۳۹۴).

- گستره صنایع فرهنگی؛
- صنایع دستی؛
- گردشگری و جهانگردی؛
- هنرهای تجسمی؛
- جواهرآلات؛
- صنعت معماری؛
- فستیوال و جشنواره‌های فرهنگی و هنری؛
- موزه‌ها و گالری‌های هنری؛
- موسیقی؛
- تئاتر، سینما و ویدیو؛
- نشر، هنر و ادبیات.

روش پژوهش

در این پژوهش با توجه به این که تحقیق، پیمایشی- اسنادی و دارای مطالعات میدانی است، ابتدا با استناد به منابع موجود اصول



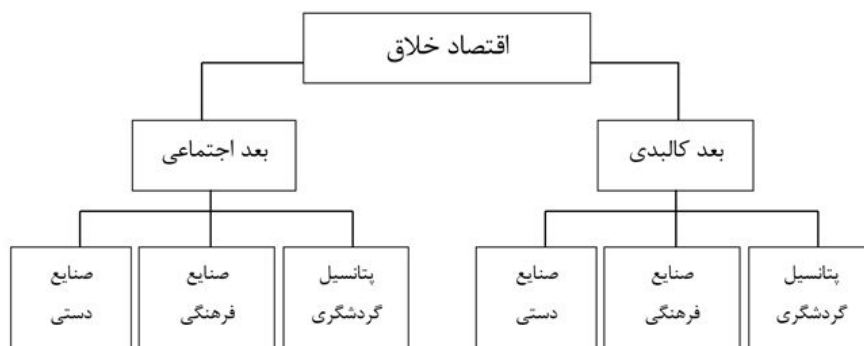
شکل ۴. شاخص‌های بررسی‌شده در سه مؤلفه اقتصاد خلاق

داخل بازار رشد بی‌نظمی پیدا کرده‌اند و برخی از فضاهای داخل بازار ویران و برخی متروک شده‌اند. به‌طور کلی می‌توان گفت بافت تاریخی به دلیل عدم رسیدگی به ساختمان‌های کم‌دوام، در حال از بین رفتن است. حال آنکه فقدان فضاهای مناسب برای حضور پیوسته مردم، از اهمیت اصلی آن کاسته است و مردم رغبتی برای حضور در این فضاها ندارند؛ مگر برای رفع نیازهای روزمره و واجب خود؛ ایجاد فضاهایی سرزنده و مفرح که مردم را به دلایل گوناگون به خود جذب کند، می‌تواند در القای حس تعلق ساکنین و استفاده‌کنندگان محله بازار مؤثر باشد. در شکل ۶ بناهای باارزش محله تاریخی بازار شهر دزفول نمایش داده شده است که متشکل از فضاهای تجاری، مذهبی و رفاهی می‌باشند.

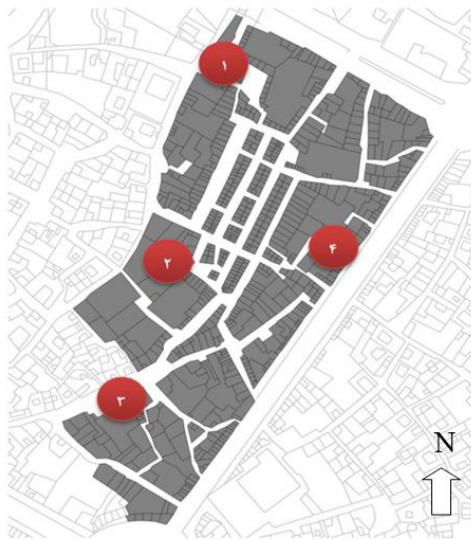
در کالبد و کارکرد در خود پذیرفته است و گاه به دلیل عدم همخوانی با نیازهای روز با فرسودگی همراه گردیده است. در ادامه به بررسی پتانسیل‌های اقتصاد خلاق در بازار در دو بعد کالبدی و عملکردی پرداخته خواهد شد. شکل ۵ مؤلفه‌های اقتصاد خلاق را نشان می‌دهد.

توان‌سنجی کالبدی

با بررسی محدوده موردنظر آنچه در بافت قدیمی محله مشهود است وجود عناصر و مجموعه‌های باارزش تاریخی همچون راسته‌های اصلی بازار با مجموعه‌های جانبی، کاروانسرای بازار، مسجد مفید، مسجد معزی، خانه باغبان، مقبره شیخ اسماعیل قصری است؛ اما با گسترش شهر و ورود کاربری‌های جدید، واحدهای تجاری در بافت تاریخی



شکل ۵. مؤلفه‌های اقتصاد خلاق



شکل ۶. بناهای بازارش تاریخی محله بازار

توان سنجی کارکردی

محله بازار دزفول مهم‌ترین اجتماع تجاری شهر است که در هسته تاریخی شهر واقع شده است. این مجموعه دارای راسته‌هایی جهت رفع نیازها و احتیاجات مردم و بازاریان بوده است. همچنین دارای کاروانسرای در دل خود است که مورد استفاده مسافرین بوده و به دلیل غلبه سواره بر بافت مرکزی، اطراف آن به پارکینگ تبدیل شده است. با ورود کاربری‌های جدید و تحمیل نیازهای جدید به شهروندان، برخی از راسته‌های بازار کاربری‌های خود را از دست داده‌اند.

مدل‌های تجاری استفاده‌شده در اقتصاد خلاق دزفول

هفت مدل تجاری به‌طور منظم در متون مختلف مورد بررسی قرار گرفته است که در طول زمان برای کمک به تقویت اقتصاد خلاق تعریف شده‌اند. با توجه به پتانسیل‌های محدوده طراحی، مدل‌های تجاری جان هاوکینز و انجمن کنفرانس کانادا به‌عنوان خط‌مشی برای بازآفرینی اقتصادی محله بازار شهر دزفول انتخاب می‌شوند.

مدل هاوکینز^۴ در انتشار نظریه خود را در سال ۲۰۰۱، هاوکینز به‌طور گسترده ۱۵ صنایعی که با تولید محصولات و خدمات خلاقانه که از هنر تا علم و فن‌آوری متغیر است و به اقتصاد خلاق کمک

می‌کنند را معین کرد. او این صنایع را به‌عنوان یک کالا یا خدمات اقتصادی که از خلاقیت و ارزش‌های اقتصادی نتیجه می‌شود ارائه داد. انجمن کنفرانس کانادا: مدل آمار کانادا در سال ۲۰۰۸ ایجاد شد. این مدل فهرستی از صنایع و فعالیت‌هایی که اولین قدم در فهم و سنجیدن اقتصاد خلاق کانادا را ارائه می‌دهد. این مدل به درک جان هاوکینز از صنایع خلاق خیلی نزدیک است (Canadian heritage, 2013).

یافته‌ها

پس از توان‌سنجی کالبدی و عملکردی محله بازار برای بازآفرینی محله با مطالعات اسناد موجود، سه شاخص اصلی اقتصاد خلاق: پتانسیل گردشگری، صنایع فرهنگی (صنایع خلاق) و صنایع دستی انتخاب شده‌اند. برای بررسی تأثیر این شاخص‌ها، از طریق توزیع پرسش‌نامه و دو آزمون برازش نکویی «خی دو»، «تی تک نمونه‌ای» و «رتبه‌بندی فریدمن» تأثیر این شاخص‌ها در بازآفرینی اقتصادمدار محله بازار دزفول بررسی خواهد شد.

با توجه به جداول ۳ و ۴ که بررسی تأثیر مؤلفه‌ها در دو بعد موردنظر و با تأکید بر میزان t به‌دست آمده در بعد کالبدی (۱۰/۱۲) که در

جدول ۳. آزمون t تک گروهی برای بررسی تأثیر مؤلفه‌های در بعد کالبدی

نتیجه آزمون	سطح خطا	سطح معناداری	t	درجه آزادی	انحراف معیار	میانگین واقعی	میانگین نظری	مؤلفه‌های مورد نظر	بعد کالبدی
H_0 رد	۰/۰۵	۰/۰۰۱	۱۰/۱۲ ^{**}	۱۷۳	۰/۳۲	۱/۳۸	۳	شاخص صنایع فرهنگی	بعد کالبدی
H_0 رد	۰/۰۵	۰/۰۰۱	۱۱/۹۱ ^{**}	۱۷۳	۰/۳۷	۲/۲۱	۳	صنایع دستی و خلاق	
H_0 رد	۰/۰۵	۰/۰۰۱	۱۶/۴۸ ^{**}	۱۷۳	۰/۳۹	۱/۹۷	۳	شاخص گردشگری	

جدول ۴. آزمون t تک گروهی برای بررسی تأثیر مؤلفه‌ها در بعد عملکردی

نتیجه آزمون	سطح خطا	سطح معناداری	t	درجه آزادی	انحراف معیار	میانگین واقعی	میانگین نظری	مؤلفه‌های مورد نظر	بعد عملکردی
H_0 رد	۰/۰۵	۰/۰۰۱	۱۰/۰۷ ^{**}	۱۷۳	۰/۳۲	۱/۸۷	۳	شاخص صنایع فرهنگی	بعد عملکردی
H_0 رد	۰/۰۵	۰/۰۰۱	۱۱/۳۷ ^{**}	۱۷۳	۰/۳۷	۱/۱۷	۳	صنایع دستی و خلاق	
H_0 رد	۰/۰۵	۰/۰۰۱	۱۶/۶۱ ^{**}	۱۷۳	۰/۳۹	۱/۵۲	۳	شاخص گردشگری	

جدول ۵. آزمون برازش نکویی خی دو و فراوانی مشاهده شده و قابل انتظار در بعد کالبدی

سطح معناداری	درجه آزادی	آزمون خی دو	باقیمانده	فراوانی قابل انتظار	فراوانی مشاهده شده	مؤلفه‌های مورد نظر	بعد کالبدی	
۰/۰۰۱	۲	۳۲/۰۱ ^{**}	-۳۲/۶	۵۳/۶	۲۱	کم	دیدگاه کسبه محله بازار (صنایع فرهنگی)	بعد کالبدی
			۱۵/۴	۵۳/۶	۶۹	متوسط		
			۳۲/۴	۵۳/۶	۸۶	زیاد		
				۱۷۶		جمع کل		
۰/۰۰۱	۲	۳۶/۶۳ ^{**}	-۲۷/۶	۵۳/۶	۲۶	کم	دیدگاه کسبه محله بازار (صنایع دستی)	بعد کالبدی
			-۱/۶	۵۳/۶	۵۲	متوسط		
			۴۴/۴	۵۳/۶	۹۸	زیاد		
				۱۷۶		جمع کل		
۰/۰۰۱	۲	۵۶/۶۱ ^{**}	-۳۷/۶	۵۳/۶	۱۶	کم	دیدگاه کسبه محله بازار (پتانسیل گردشگری)	بعد کالبدی
			۱۸/۴	۵۳/۶	۷۲	متوسط		
			۳۴/۴	۵۳/۶	۸۸	زیاد		
				۱۷۶		جمع کل		

معنادار می‌دانیم. از آنجاکه آزمون خی دو تحت تأثیر بیشترین فراوانی است. پس با اطمینان نتیجه می‌گیریم، از دیدگاه کسبه محله بازار قدیم دزفول، شاخص پتانسیل‌های گردشگری، صنایع فرهنگی (صنایع خلاق) و صنایع دستی می‌تواند بر بازآفرینی محله بازار با تأکید بر اقتصاد خلاق مؤثر باشد.

همان‌طوری که در جدول ۷ مشاهده می‌شود، طبق رتبه‌بندی آزمون فریدمن از دیدگاه کسبه محله بازار شهرستان دزفول، پتانسیل گردشگری با میانگین رتبه (۲/۲۳) بیشترین و صنایع فرهنگی با میانگین رتبه (۱/۷۰) کمترین تأثیر را در بازآفرینی اقتصادمدار محله بازار دزفول از خود نشان داده است.

پس از بررسی یافته‌های پژوهش و برآورد اهمیت هرکدام برای رسیدن به راهکارها و سیاست‌های پیشنهادی در بازآفرینی محله بازار با رویکرد اقتصاد خلاق، با بهره‌گیری از نظر متخصصین امر از روش دلفی^۵، طبق طیف پنج‌گانه لیکرت در دو بعد کالبدی و عملکردی استفاده شده است.

سطح خطای ۰/۰۵ معنی‌دار است، می‌توان چنین عنوان کرد که بین میانگین واقعی (۱/۳۸) و میانگین نظری طیف (۳) تفاوت معناداری وجود دارد. همچنین در بعد عملکردی نیز میزان t به‌دست‌آمده (۱۰/۰۷) که در سطح خطای ۰/۰۵ معنی‌دار است، می‌توان چنین عنوان کرد که بین میانگین واقعی (۱/۸۷) و میانگین نظری طیف (۳) تفاوت معناداری وجود دارد.

از آنجایی که میانگین واقعی به‌دست‌آمده بیشتر از میانگین نظری طیف است می‌توان با اطمینان به این نتیجه رسید که از دیدگاه کسبه محله بازار قدیم دزفول، شاخص‌های پتانسیل گردشگری، صنایع فرهنگی (صنایع خلاق) و صنایع دستی می‌تواند بر بازآفرینی محله بازار بار تأکید بر اقتصاد خلاق در حد زیادی مؤثر باشد.

با توجه به جدول آزمون برازش نکویی خی دو جدول ۵ و ۶ که نشان می‌دهد مقدار آزمون خی دو در بعد کالبدی برابر با ۳۲/۰۱ و ۳۶/۶۳ است؛ و برای بعد عملکردی برابر است یا ۳۱/۰۹ و ۳۷/۲۷؛ پس تفاوت بین فراوانی مشاهده‌شده و فراوانی قابل‌انتظار را می‌پذیریم و آزمون را

جدول ۶. آزمون برازش نکویی خی دو و فراوانی مشاهده‌شده و قابل‌انتظار در بعد عملکردی

مؤلفه‌های موردنظر	فراوانی مشاهده‌شده	فراوانی قابل‌انتظار	باقیمانده	آزمون خی دو	درجه آزادی	سطح معناداری
دیدگاه کسبه محله بازار (صنایع فرهنگی)	کم	۲۴	۲۷/۱-	۳۱/۰۹**	۲	۰/۰۰۱
	متوسط	۶۳	۱۱/۹			
	زیاد	۸۹	۵۱/۱	۳۷/۹		
	جمع کل	۱۷۶	۵۱/۱			
دیدگاه کسبه محله بازار (صنایع دستی)	کم	۳۲	۱۸/۱-	۳۷/۲۷**	۲	۰/۰۰۱
	متوسط	۵۲	۰/۹-			
	زیاد	۹۲	۵۱/۱	۴۰/۹		
	جمع کل	۱۷۶	۵۱/۱			
دیدگاه کسبه محله بازار (پتانسیل گردشگری)	کم	۱۹	۳۲/۱-	۵۸/۰۵**	۲	۰/۰۰۱
	متوسط	۸۷	۳۵/۹			
	زیاد	۷۰	۵۱/۱	۱۸/۹		
	جمع کل	۱۷۶	۵۱/۱			

جدول ۷. رتبه‌بندی فریدمن برای شاخص‌های صنایع دستی، گردشگری و صنایع فرهنگی

اولویت‌بندی	میانگین رتبه
۱	۲/۲۳
۳	۱/۷۰
۲	۲/۰۸

نتیجه‌گیری

است که این پژوهش به آن اشاره نموده است. این محله‌ها می‌توانند با توجه به شناخت نیازها و فرصت‌های موجود تحت عنوان محله‌های سینمایی، هنر، صنایع‌دستی، موسیقی و چاپ و نشر و ... روح دوباره‌ای را به محله‌های قدیمی کشورمان بدمند. با توجه به کاربری‌های مختلف و وجود بافت تاریخی، امکان استقرار کارکردهای فرهنگی، گردشگری و به‌ویژه رونق صنایع‌دستی بومی دزفول در بازار وجود دارد. بسیاری از فضاهای متروک و بلااستفاده در بازار می‌تواند با تزریق کاربری‌هایی مناسب به فضاهایی برای برگزاری رویدادهای فرهنگی و ارائه خدمات به گردشگران و نمایش صنایع‌دستی شهر و همچنین مکان‌هایی برای تعاملات اجتماعی تبدیل شوند و بدین ترتیب با حفظ بناها و

به دلیل حضور هویت و عناصر بارزش تاریخی، غنای فرهنگی و ظرفیت حضور یک منبع نسبتاً غنی از فعالیت‌های خاص اوقات فراغت و فضاهای تفریح و سرگرمی و مراکز تاریخی شهر، به‌وضوح نشان‌دهنده یک مکان اصلی و مهم در جذب بیشترین تعداد فعالیت‌های خلاق و بالاترین پتانسیل برای اقتصاد خلاق (به ترتیب پتانسیل‌های گردشگری، صنایع‌دستی بومی و صنایع خلاق) از طریق تبیین یک محله خلاق می‌باشند؛ بنابراین شناخت ظرفیت‌ها و فرصت‌های هر شهر و بافت‌های تاریخی آن در راستای سیاست‌گذاری برای تبیین محله‌ای خلاق با تأکید بر اقتصاد در دل محله‌های تاریخی ضرورتی

جدول ۸. راهبردهای بازآفرینی با تأکید بر اقتصاد خلاق در بازار قدیم دزفول

راهبردها	بعد کابندی
صنایع خلاق	
<ol style="list-style-type: none"> ۱. استفاده از زمین‌های مخروبه جهت تأمین کاربری‌های موردنیاز؛ ۲. طراحی جداره‌ها متناسب با فعالیت و هویت راسته خاص؛ ۳. بازسازی و تغییر کاربری بناهای مرمتی و استفاده از آن به‌عنوان نمایشگاه‌های دائمی و فصلی؛ ۴. طراحی فضای مناسب برای برگزاری نمایشگاه‌های موقتی؛ ۵. حضور اقتصاد شبانه، از جمله فرهنگ کافه؛ ۶. افزایش اختلاط کاربری‌های سازگار؛ ۷. ایجاد مکان‌هایی جهت آشنایی با فرهنگ و تاریخ منطقه؛ ۸. تغییر کاربری‌های غیرقابل استفاده برای ایجاد زمینه مناسب در رشد صنایع خلاق؛ ۹. استفاده از بناهای مخروبه و غیرقابل استفاده و زمین‌های خالی به‌عنوان محل برگزاری تئاتر خیابانی و فستیوال‌ها؛ ۱۰. در دستور قرار دادن کافه‌ها تئاترها و بهره‌گیری از فرهنگ منطقه‌ای و المان‌های شاخص در شهر دزفول در الگوی جداره‌های بازسازی‌شده؛ ۱۱. استفاده از کاربری‌های با پتانسیل معرفی محصولات خوراکی محلی مانند شیرینی و غیره به گردشگران. 	
پتانسیل گردشگری	
<ol style="list-style-type: none"> ۱. تعریف مسیرهای جاذب و هدایت‌کننده به بناهای شاخص و بازار؛ ۲. تزریق کاربری‌های دیرپا جهت امکان استفاده در شب از بازار و گردش در محیط آن؛ ۳. استفاده از کاربری‌های با پتانسیل جذب گردشگران غیر محلی مانند کارگاه‌های برخی محصولات بومی مانند قالی، گلیم، حصیربافی، پوست؛ ۴. سهولت دسترسی به امکانات گردشگری و پارکینگ؛ ۵. طراحی و مرمت کفپوش معابر؛ ۶. ارائه امکانات رفاهی همچون تسهیلات اقامتی تفریحی هتل‌ها مراکز درمانی فضای سبز؛ ۷. تبدیل کاروانسرا به هویت اقامتی تجارتنی قدیم خود؛ ۸. توجه به پتانسیل‌های گردشگری و مراکز تاریخی اطراف مانند سبزه‌قبا و شاه رکن‌الدین؛ ۹. احیاء و مرمت ساختمان‌های قدیمی در محدوده و ایجاد ارتباط عملکردی و اتصال کاربری‌ها به‌صورت یک مجموعه فضایی متصل به‌هم؛ ۱۰. تقویت نورپردازی بازار جهت افزایش حس امنیت گردشگران در شب؛ ۱۱. ایجاد کاربری‌های جذب‌کننده برای تمامی اقشار از جمله کودکان، بزرگسالان و سالمندان؛ ۱۲. تعبیه مکان‌های مناسب استقرار تابلوهای راهنما. 	
صنایع‌دستی	
<ol style="list-style-type: none"> ۱. تخصیص راسته‌ای در بازار به عرضه صنایع‌دستی؛ ۲. تخصیص مکانی مشخص به دست‌فروشان فصلی صنایع‌دستی (مانند زنبیل‌باف‌ها)؛ ۳. در نظر گرفتن اماکنی جهت رده‌های آموزش صنایع‌دستی؛ ۴. ایجاد کاربری‌هایی جهت اطلاع‌رسانی و فروش صنایع‌دستی استاد خوزستان؛ ۵. تفکیک و قطعه‌بندی کاربری‌های صنایع‌دستی و نظم بخشیدن به آن؛ ۶. تأسیس فروشگاه‌های دائمی صنایع‌دستی؛ ۷. امکان برپایی نمایشگاهی صنایع‌دستی؛ ۸. گسترش و تأمین فضای مناسب برای افراد متخصص صنایع‌دستی؛ ۹. تغییر کاربری‌های ناسازگار به کاربری مناسب برای صنایع‌دستی؛ ۱۰. استفاده از کاربری‌های مناسب مانند بازارچه، مختص معرفی و فروش برخی صنایع‌دستی. 	

ادامه جدول ۸. راهبردهای بازآفرینی با تأکید بر اقتصاد خلاق در بازار قدیم دزفول

راهبردها	
صنایع خلاق	<ol style="list-style-type: none"> ۱. بازسازی کاروانسرا و تغییر کاربری آن به مجموعه‌ای از رستوران و فرهنگسرا؛ ۲. تغییر کاربری بناهای واجد میراث به اماکن فرهنگی مانند موزه هنر؛ ۳. ایجاد زمینه و فضایی برای برگزاری برنامه‌های فرهنگی و آموزشی (مثلاً عروسک‌گردانی و آموزش حقوق شهروندی)؛ ۴. احیای بعضی از شغل‌های که در قدیم وجود داشته‌اند اما اکنون نه؛ ۵. برگزاری مسابقات صنایع فرهنگی خلاق و استقبال و تحت پوشش گرفتن طرح برتر؛ ۶. بهره‌گیری از مشارکت مردم؛ ۷. توجه به فرهنگ مذهبی؛ ۸. حفظ و نگهداشت تحصیل کردگان در محل (هنرمندان / خلاقان).
پتانسیل گردشگری	<ol style="list-style-type: none"> ۱. برگزاری جشن‌ها و مراسم قدیمی دزفول؛ ۲. کف‌سازی جهت حرکت به‌سوی عناصر بارز؛ ۳. ایجاد مسیر دوچرخه و کیوسک‌های اجاره دوچرخه؛ ۴. در دسترس بودن فضاهای مانند بوستان‌های کوچک و یا کنج‌های دنج؛ ۵. ساماندهی فضای جلوی کاروانسرا به‌عنوان یک فضای عمومی و گردشگر پذیر؛ ۶. در نظر گرفتن سکوهایی برای نشستن (مبل‌مان مناسب).
صنایع دستی	<ol style="list-style-type: none"> ۱. سعی در تجاری کردن صنایع دستی به‌گونه‌ای که از لحاظ قیمت و کاربرد افراد رغبت کافی به خرید آن‌ها داشته باشند. ۲. گسترش و آموزش ساخت وسایل و اشیاء سنتی مانند گلیم، فرش، سازهای موسیقی و غیره در کالبد و فضای تاریخی محدوده مورد مطالعه؛ ۳. آموزش صنایع دستی؛ ۴. اختصاصاً سطح قابل قبولی از فعالیت‌های تجاری به افراد محلی؛ ۵. ساماندهی فعالیت‌های شاغلین صنایع دستی؛ ۶. جذب نیروهای غیرفعال بافت و تزریق سرمایه به دیگر بخش‌های شهر.

بعد عملکردی

فهرست مراجع

۱. ایزدی، محمد سعید؛ قلعه نوعی، محمود؛ و خان محمدی، مرجان. (۱۳۹۲). نقش فرهنگ و صنایع خلاق در بازآفرینی شهری. کنفرانس بین‌المللی عمران و معماری و توسعه شهرسازی پایدار، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تبریز، آذر ۹۲، ۶.
۲. آیینی، محمد. (۱۳۹۲). بررسی جایگاه بازآفرینی اقتصادی در بازآفرینی شهری. اقدامات فرهنگی شرکت عمران شهر جدید اندیشه. بازیابی شده در <http://andisheh-ntoir.gov.ir/1504>، از: ۱۳۹۲/۰۹/۲۷.
۳. حسین زاده، جواد؛ و فرهادی، عزیز اله. (۱۳۹۴). اقتصاد خلاق در ایران. ۳۸-۵. تهران: نشر آماره.
۴. رفیعیان، محسن؛ بمانیان، محمدرضا؛ و رفیعیان، مجتبی. (۱۳۹۰). گردشگری شهری به مثابه راهبرد توسعه خلاق در بافت‌های فرسوده. فصلنامه منظر. ۳(۱۴). ۷۹-۷۴.
۵. عندلیب، علیرضا؛ بیات، اشکان؛ و رسولی، لیللا. (۱۳۹۲). مقایسه و تطبیق بازآفرینی بافت‌های فرسوده‌ی شهری بلوک خیام تهران (ایران) و پروژه لیورپول ۱۱ (بریتانیا). فصلنامه آمایش محیط. ۱(۲۳). ۴۸.

ساختارهای با هویت تاریخی، نقش اقتصادی بازار را نیز رونق بخشد. در نهایت به‌منظور انتخاب راهبردهای برتر، مدل راهبردی را کمی کرده و عوامل و راهبردهایی با بیشترین امتیاز وزنی، استخراج شده‌اند. با بهره‌گیری از مدل سنجش راهبردهای دیوید و هانگر و مبتنی بر نتایج و امتیازهای به‌دست‌آمده از عوامل و راهبردهای بازآفرینی بازار با تأکید بر اقتصاد خلاق از طریق پرسش‌نامه‌های توزیع شده در بین ساکنین و کسبه بازار، کارشناسان امر و ذی‌نفعان، اقدام به ارائه عوامل و راهبردهای بازآفرینی اقتصادی (خلاق) شده است که در جدول ۸ نشان داده شده است.

پی‌نوشت‌ها

1. Jane Jacobs
2. Shockoe
3. Creative Economy
4. Howkinz
5. Delphi Method

Review. 86(6), 2047-2073.

11. Howkins. J. (2001) *The creative economy: how people make money from ideas*. Michigan: The University of Michigan. pp.11-12.

12. Canadian heritage. (2013). *The Creative Economy: Key Concepts and Literature Review Highlights*. Canada: Edited by the Policy Research Group (PCH).

13. Smith-Heimer, J., Peninger, P., Fox, N., Harvey, S., Johnson, L., Huntley, W.R., Nottingham, D.A., Padget, R.M., Hill-Christian, S., Linderman, D., Easter, R., (2011). *Economic Revitalization Strategy*. (Report No. 83-003-XPE). Richmond: Department of Economic Development, Retrieved from : http://www.richmondgov.com/EconomicCommunityDevelopment/documents/ShockoeFinalDraftStrategy11_1.pdf

۶. قلعه نوعی، محمود؛ و خان محمدی، مرجان. (۱۳۹۴). بازآفرینی شهری از طریق تبیین محله‌های فرهنگی برای حضور در صنایع خلاق. نشریه شهر پایدار. ۲(۱)، ۱.

۷. نصیری قرقانی، بابک؛ و امین پیرمحمد زاده. (۱۳۹۵). گردشگری و اقتصاد خلاق. اولین همایش ملی اقتصاد خلاق. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب، اسفند، ۴-۳.

8. Landry, Ch. Greene, L., Matarasso, F., & Bianchini, F. (1996). *The Art of Regeneration: Urban Renewal through Cultural Activity, a Comedia Report*. London: Comedia.

9. Likert, R. (1932). *A technique for the measurement of attitudes*. New York University: Archives of Psychology.

10. Jones, A.D., & Kimberly, J. (2011). Comparing the Value Relevance, Predictive Value, and Persistence of other Comprehensive Income and Special Items. *The Accounting*

Regeneration an Old Urban Texture with an Emphasis on Creative Economy (Case Study: Dezful Bazaar Neighborhood)

*Seyede Masoome Bozorgzade kuluri**, M.A. in Urban Design, Jundi-Shapur University of Technology, Dezful, Iran

Seyed Nader Poormoosavi, Assistant Professor, Urban Design Department, Jundi-Shapur University of Technology, Dezful, Iran.

Behzad Vasigh, Assistant Professor, Architecture Department, Jundi-Shapur University of Technology, Dezful, Iran.

Abstract

Achieving economic development is one of the most important goals of planners and city managers, which can be achieved through the establishment of urban management system along with access to services and facilities and the utilization of social amenities of residents of the neighborhood. This research focuses on the regeneration of the Dezful bazaar neighborhood with an emphasis on creative economics. Strengthening the creative economy or the creative industry is increasingly emphasized by city officials. It is a platform for the development of the economy or even the city as a whole. The creative economy tends to develop in large cities or in centers with historic capital. What is important here is the ability to attract capital and develop natural resources through the attention to local capital and the growth of existing businesses. In this research, the traces of economic regeneration in urban regeneration approaches and theories have been investigated and their role has been clarified and several examples of foreign and domestic urban regeneration projects have been introduced. In this study, firstly, the recognition of the Dezful bazaar neighborhood and its historical context as the base studies is examined and then the potential of the creative economy in the neighborhood is discussed. The research methodology is descriptive-analytical based on the subject and objectives. This research is also involved with the case study method, that is, the results of the studies carried out are to provide suggestions for a particular instance (the same neighborhood). Data were collected by a closed questionnaire and a targeted interview. In this study, commercial modeling techniques are used to analyze the information obtained, and the obtained economic indicators are extracted from the results. According to this method, what are the "indicators of creativity that can be effective in regeneration the economist in the Dezful city bazaar neighborhood?" At first, the background of this approach has been studied in the opinions of the thinkers and urban experts and their main ideas have been extracted. Also, by using a questionnaire and interviewing of the bazaar neighborhood, the views of the residents were gathered in relation to the research questions. In the end, proposals will be made regarding bazaar neighborhood regeneration with a creative economics approach, and the practical implications of these proposals will be presented in most executive projects. Data gathered from questionnaires were analyzed using Chi-square, T-test, and Friedman rankings. Finally, with the help of Delphi's comparative test, suitable strategies for a redevelopment of the Dezful city Market neighborhood and the creative economy approach are proposed. At first, the background of this approach has been studied in the opinions of the thinkers and urban experts and their main ideas have been extracted. Also, by using a questionnaire and interviewing of the bazaar neighborhood, the views of the residents were gathered in relation to the research questions. In the end, proposals will be made regarding bazaar neighborhood regeneration with a creative economics approach, and the practical implications of these proposals will be presented in most executive projects.

Keywords: Creative Economy, Handicrafts, Creative Industries, Dezful-bazaar, Historical texture, Regeneration.

* Corresponding Author Email: Ramona.bozorgzade@gmail.com