

## Analyzing the Role of Municipal Creative Tourism Development in Increasing Citizens' Social Participation of Case Studies: Dardasht Neighborhood, Isfahan

**Mahdi Mosayebian Rizi** 

Master of Urban Planning, Danesh Pajoohan  
Pishro Higher Education Institute, Isfahan, Iran

**Samaneh Mosayebi\*** 

Assistant Professor of Urban Planning, Danesh  
Pajoohan Pishro Institute, Isfahan, Iran

### Abstract

#### Introduction

Technological, social, and economic developments have led to a new approach or concept in the tourism system called "creative tourism." Something in this in the tourism industry is of the most important things that have created a new paradigm of tourism called "creative tourism: On one side, the increasing use of the Internet usage, the development of information, communication technologies, and rapid advances in the transportation area; and on the other side, increasing demand for more experiential, unique, and meaningful travel, saturating traditional tourism destinations, and pressure to introduce innovative products in this. " In the creative process, the emphasis has shifted from individual knowledge and skills to the focus on collective knowledge, through social relationships and networks.

The same collective action or participation is presented as a multifaceted interactive process, which will lead to the intervention and

---

\* Corresponding Author: mosaybisamane@yahoo.com

**How to Cite:** Mosayebian Rizi, Mahdi,(2021), Analyzing the role of municipal creative tourism development in increasing Citizens' social participation of Case Studies: Dardasht Neighborhood, Isfahan, *Tourism Management Studies*, Vol.16, No.55, 319-355.

supervision of the people and the socio-political ability of the system to achieve development, along with social justice.

### **research methodology**

This study investigates the situation of creative tourism in the Dardasht neighborhood of Isfahan and its effects on citizens' social participation. The analysis was performed using descriptive-analytical methods. The information required for the research was collected from library studies and field surveys. From the modified Cochran formula, 206 households living in the neighborhood were selected as sample size and completion of the questionnaire, and four samples were added to increase confidence. Therefore, the sample size of this research is 210 heads of households living in the neighborhood. A simple random method was used to select the respondents. Then, for better analysis, operationalize the dependent variables (creative tourism) and independent (social participation of citizens), and develop a questionnaire in the dimensions and areas related to the subject was discussed. Observation and interviews were used to collect information through a questionnaire. Experts and the elite community confirmed the validity of the questionnaire, and the level of reliability was obtained using Cronbach's alpha of 0/805, which indicates its reliability and durability. Data were analyzed quantitatively using statistical tests and structural equations.

### **Discussion and findings**

The statistical tests showed that the index of risk-taking, social capital, and leadership and management is favorable in terms of creative tourism development. In the neighborhood, the participation of the people of the community in social, cultural, economic, and political affairs is acceptable. The unity and empathy between the people in different situations are high, which has made the citizens welcome the tourists to the Dardasht neighborhood.

### **Conclusion and Recommendations**

Creative tourism is a new form of cultural tourism and allows visitors and tourists to develop their creative abilities through active participation in local workshops and educational programs. Instead of watching the indigenous people's handicrafts, the tourists participate in

workshops to produce such products. In this way, while cultivating their creativity and skills, they can connect with the indigenous culture. The results showed that the indicators of risk-taking and social participation have "weak" values. Also, the indicators of initiative and innovation, flexibility and acceptance, and social capital have "moderate" values, and the "leadership and management" indicators Have "strong" values to determine the predictive power of the model for endogenous latent variables. Therefore, according to the research results, the following suggestions are presented: 1) Considering that social capital has a great role in increasing citizen participation, it is suggested that appropriate social contexts be created to support programs to strengthen social capital among the people of the neighborhood. 2) Due to the risk-taking of the citizens of the Dardasht neighborhood, it is suggested that modern technologies such as Using various media messages in cyberspace to increase and satisfy the residents of the neighborhood for social participation in the development of creative tourism projects and increase the risk-taking and social capital of citizens. 3) Due to the appropriateness of the management Condition of the Dardasht neighborhood, it is suggested that conferences and meetings entitled Creative tourism to be held to familiarize better local managers and people of the Dardasht neighborhood with the benefits of creative tourism.


**Keywords:** Creative tourism, social partnership, Dardasht district, Isfahan.






## تحلیل نقش توسعه گردشگری خلاق شهری در افزایش مشارکت اجتماعی شهروندان

دانشجو کارشناسی ارشد رشته برنامه‌ریزی شهری، موسسه آموزش عالی دانش پژوهان پیشرو، اصفهان، ایران

مهدی مسیبیان ریزی 

استادیار گروه برنامه‌ریزی شهری، موسسه آموزش عالی دانش پژوهان پیشرو، اصفهان، ایران

سمانه مسیبی \*

### چکیده

گردشگری خلاق، به‌عنوان نسل جدید گردشگری، بعد از گردشگری انبوه و گردشگری فرهنگی، پیشرو صنعت گردشگری است، که نقش مهمی در ارتقای سرمایه اجتماعی شهروندان دارد. با در نظر گرفتن این موضوع، بررسی نقش گردشگری خلاق در افزایش میزان مشارکت اجتماعی شهروندان در محله دردمت شهر اصفهان مهم‌ترین هدف تحقیق تعیین شد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های کمی، آزمون‌های آماری و معادلات ساختاری استفاده شد. یافته‌های پژوهش بیانگر آن بود که شاخص ابتکار عمل و نوآوری‌های ریسک‌پذیری و مشارکت اجتماعی از مقادیر «ضعیف»، شاخص‌های ابتکار عمل و نوآوری، انعطاف‌پذیری و پذیرش و سرمایه اجتماعی از مقادیر «متوسط»، و شاخص «رهبری و مدیریت» از مقادیر «قوی» زمینه افزایش مشارکت شهروندان در زمینه‌های مشارکت مالی، مشارکت ذهنی - معنوی، مشارکت فیزیکی، مشارکت سیاسی و مشارکت ابزاری با توسعه گردشگری خلاق شهری در سطح محله دردمت اصفهان برخوردار بود.

کلیدواژه‌ها: گردشگری خلاق، مشارکت اجتماعی، محله دردمت، اصفهان.

## مقدمه

گردشگری به عنوان یکی از بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنایع دنیا از نظر اقتصادی بیشترین دریافت‌های ارزی را به دست می‌آورد و نقش مهمی در سرمایه‌گذاری، درآمدزایی برای دولت و اشتغال‌زایی داشته است. در قرن ۲۱، گردشگری به ابزاری برای ارتقای کیفیت زندگی و به یکی از نیروهای شکل‌دهنده جهان تبدیل شده است (رحیمی و پازند، ۱۳۹۵: ۱۱۱)، که با ماهیتی چندبعدی علاوه بر تامین نیاز گردشگران باعث تغییرات عمده‌ای در سیستم جامعه میزبان می‌شود (اعظمی، جلیلیان و هاشمی، ۱۳۹۴: ۱۶۰). برخی صنعت گردشگری را فعالیتی اقتصادی می‌دانند که از طریق جابه‌جایی افراد برای بازدید و تفریح ارزش افزوده ایجاد می‌کند. مدیریت سبک زندگی در اوقات فراغت، ضرورت توسعه فرهنگی گفت‌وگو میان ملت‌ها، برخورداری از درآمد و اشتغال حاصل از فعالیت‌های ناشی از تبادلات گردشگری، اهمیت به صیانت میراث فرهنگی، ایجاد همگرایی ملی و دیپلماسی فرهنگی از جمله قابلیت‌های صنعت گردشگری هستند، که قدرت نامرئی این حوزه را در رشد و توسعه پایدار کشورها مورد توجه قرار داده‌اند (سپهرنیا، ۱۳۹۴: ۶۱). به همین علت دولتمردان در تلاش‌اند با مهیاسازی و ارزش‌گذاری جاذبه‌های گردشگری در مناطق دارای توان توسعه گردشگری، فرصت بهره‌مندی از ابعاد مثبت آن را فراهم آورند (روسترا<sup>۱</sup> و جوو<sup>۲</sup>، ۲۰۰۹: ۷۶۲). در گردشگری خلاق، کلید موفقیت در صنعت رقابتی گردشگری تامین نیازهای گردشگران از طریق ارائه محصول و خدمات خلاق است (هورنگک، تاسی، یانگک، لئو و هو، ۲۰۱۶: ۳۳). همچنین فرایند معمول تفکر را به اشتراک می‌گذارند و یکدیگر را تقویت می‌کنند. در این میان، اقتصاد خلاق نتیجه روابط میان فناوری، هنر و کسب‌وکار است. باید توجه داشت که خلاقیت در همه فعالیت‌های انسان فراگیر است. مبلمانی که استفاده می‌کنیم، رمانی که می‌خوانیم، فیلم‌هایی که تماشا می‌کنیم و فناوری‌هایی که از آن‌ها لذت می‌بریم محصول ذهنی خلاق هستند (تان و همکاران، ۲۰۱۳: ۶).

تجارب گردشگری خلاق در مقصدی که ارائه می‌شوند به توسعه شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی منجر می‌شوند. خلاقیت به شهر مقصد گردشگری اجازه می‌دهد تا

---

1 Rosentraub

2 Joo

محصولات نوآورانه را نسبتاً سریع توسعه دهد و مزایای رقابتی برای مقصد به‌بار بیاورد. محصولات خلاقانه کارآفرین‌ها و افرادی را از بخش‌های فرهنگی جذب می‌کنند (یوزکو و ایکوز<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰: ۱۰۶).

در این نوع از گردشگری، رسوم محلی، سنت، هنر، تاریخ و فرهنگ بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد و گردشگران به‌طور فعالانه در فرهنگ و خلاقیت محلی درگیر می‌شوند و از فرآورده‌هایی که آن‌ها را به مشاهده‌گران صرف‌تزل می‌دهد روی می‌گردانند (ریچاردز<sup>۲</sup>، ۲۰۰۷: ۸۷). به‌این ترتیب مقاصدی که تجارب منحصر‌به‌فرد عرضه می‌کنند ارزش و مزیت رقابتی بالاتری به‌دست می‌آورند (ووس<sup>۳</sup>، ۲۰۰۴: ۱۲).

به نظر می‌رسد که خلاقیت به اکسیری برای طیف گسترده‌ای از مشکلات تبدیل شده‌است. توسعه شهرهای خلاق (لندری<sup>۴</sup>، ۲۰۰۰)، خوشه‌های خلاق (ماماس<sup>۵</sup>، ۲۰۰۹)، صنایع خلاق (اوکونر<sup>۶</sup>، ۲۰۱۰) و زمینه خلاق (اسکات<sup>۷</sup>، ۲۰۱۰) می‌توانند در خدمت جذب طبقه خلاق (فلوریدا<sup>۸</sup>، ۲۰۰۲) باشند و به‌طور امیدوارکننده‌ای، اقتصاد را نجات دهند و جوامع را به‌هم پیوند دهند و فرهنگ محلی را احیا کنند. رویکرد خلاقیت در سال‌های اخیر مورد توجه بسیاری از محققین علوم مختلف قرار گرفته‌است. این رویکرد در حوزه گردشگری نیز در حال رشد و شکوفایی است. در حقیقت، "گردشگری خلاق" اغلب به‌عنوان یک شکل گسترده از گردشگری فرهنگی دیده می‌شود (ریچاردز و مارکز<sup>۹</sup>، ۲۰۱۰: ۶).

خلاقیت با توسعه فرآورده‌ها و تجارب گردشگری، احیای مجدد فرآورده‌های موجود، افزودن بر ارزش مادی دارایی‌های فرهنگی و خلاقانه، ایجاد فرآورده‌های جنبی از رهگذر توسعه خلاقانه، استفاده از فنون خلاقانه برای ارتقای تجارب گردشگری و افزودن نشاط و تنفس به مکان‌ها می‌تواند در صنعت گردشگری نمایان شود (ریچاردز، ۲۰۱۷: ۱۳). ولی درعین حال مشارکت فعال، تجارب معتبر و توسعه ظرفیت خلاقانه و

- 
1. Yozcu & Icoz
  2. Richards
  3. Voss
  4. Landry
  5. Mommaas
  6. O'Connor
  7. Scott
  8. Florida
  9. Richards, Marques

توسعه مهارت از ویژگی‌های مهم گردشگری خلاق‌اند (تان و همکاران، ۲۰۱۳: ۱۷۰). موارد زیر از دیگر تغییرات مهم فرهنگی و اجتماعی‌ای است که ذائقه گردشگران امروزی را تحت تاثیر قرار داده‌اند و سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان را به توجه به گردشگری خلاق سوق داده‌اند (ریچارد، ۲۰۱۴):

- "زندگی مانند یک فرد محلی" تجربه‌ای است که گردشگران امروز به آن اشتیاق پیدا کرده‌اند.

- بنیان اقتصاد فرهنگی امروز از شیفستگی برای فرهنگ متعالی (به‌عنوان مثال دیدار از موزه‌ها و آثار باستانی) به سوی درک و تجربه صنایع خلاق و محصولات نمادین حرکت می‌کند و همچنان به سمت "فرهنگ خلق مشارکتی" مسیری رو به رشد دارد.

- تغییر ذائقه گردشگران پسامدرن امروزی از داشتن تجاربی بر مبنای میراث تاریخی و منابع ملموس فرهنگی به سوی اشکال نمادین‌تر و ناملموس‌تر فرهنگ، که امکان بازتفسیر آن‌ها بر مبنای خلاقیت را مساعدتر کرده‌است.

- درهم‌تنیدگی روزافزون فرهنگ و خلاقیت خلق روابط جدیدی میان ساکنان شهر و بازدیدکنندگان را ضروری ساخته‌است.

محلّه تاریخی دردشت دربرگیرنده مهم‌ترین عناصر شهری شامل بازار، مراکز مهم سیاسی - اداری و عناصر تاریخی است، که به لحاظ کالبدی چهار مجموعه شاخص شامل مسجد درب امام، مسجد جامع به‌همراه امتداد بازار، استخوان‌بندی اصلی محلّه دردشت را شکل داده‌اند. امکانات و پتانسیل‌های محلّه تاریخی - فرهنگی دردشت این محدوده را به‌عنوان مرکز قوی شهری با نقش و عملکرد ترکیبی معرفی می‌کند. این محلّه به‌عنوان یکی از محلّه‌های پرتردد و جذاب برای گردشگر است و نمونه‌ای برای توسعه گردشگری خلاق در محلات و در مجاورت با بافت‌های تاریخی با ارزش است. اما متأسفانه کارآمدی گذشته خود را از دست داده و رونق، سرزندگی و حیات شهری در این محلّه در حال از بین رفتن است. مهاجرت از محلّه افزایش می‌یابد و سرمایه‌گذاری در آن صورت نمی‌گیرد. از آنجایی که یکی از اصول اساسی گردشگری خلاق استفاده از مردم محلی و گسترش مشارکت آن‌ها در فرایند توسعه است، پژوهشگران به دنبال بررسی و تحلیل نقشه توسعه گردشگری خلاق در افزایش مشارکت مردم محلّه دردشت هستند.



### پیشینه پژوهش

مطالعات بسیاری در زمینه معرفی گردشگری خلاق، اصول و معیارها، راهکارهای توسعه و نیز چالش‌هایی که کشورها به‌هنگام توسعه آن روبرو هستند انجام شده‌است. از جمله اولین کارهای انجام‌شده در این زمینه می‌توان به اثر *طَبَقَةُ خَلَقِ رِيچاردز فلوریدا*<sup>۱</sup> اشاره کرد. گرگ ریچاردز و ریموند<sup>۲</sup> در سال ۲۰۰۰ گردشگری خلاق را با عنوان شکل جدیدی از گردشگری فرهنگی در جهان معرفی کرد. محققانی از قبیل لاندری و هیتزرز<sup>۳</sup> نیز بر روی موضوعاتی از قبیل شهرهای خلاق و خوشه خلاق پرداخته‌اند. همچنین یونسکو با برگزاری کنفرانس‌هایی در سال ۲۰۰۵ و ۲۰۰۶ با عنوان "به سوی استراتژی‌های پایدار در گردشگری خلاق" اقدامات لازم در جهت ارتقای این نوع گردشگری مدنظر قرار داد. اما در داخل ایران، مطالعات در این زمینه از سهم پایین تری برخوردارند، زیرا در ایران تاکنون شناخت کمی نسبت به این گردشگری وجود داشته و تنها در سال‌های اخیر برگزاری کنفرانس‌هایی با این موضوع و ارائه راهکارها برای توسعه آن در حال گسترش است. در این جا به معرفی برخی از پژوهش‌های صورت گرفته در این حوزه می‌پردازیم:

شفیعی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهش "اصفهان به‌عنوان شهر خلاق صنایع دستی با رویکرد توسعه گردشگری" این موضوع را مطرح کردند که امکان توسعه گردشگری خلاق در ایران به‌ویژه در کلان‌شهرهایی مانند اصفهان، به‌دلایلی نظیر وجود خرده‌فرهنگ‌های متعدد، غنای آثار فرهنگی و هنری و اصالت صنایع خلاق از جمله صنایع دستی امکان‌پذیر است و به این نتیجه رسیدند که پیوستن اصفهان به شبکه شهرهای خلاق یونسکو پیامدهای مثبتی نظیر ارائه تصویری منحصر به فرد از شهر و متمایز کردن آن به‌عنوان یک مقصد گردشگری خلاق و رونق توأمان بازار گردشگری و صنایع دستی اصفهان دارد.

مختاری و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهش "سطح‌بندی مناطق پانزده گانه شهر اصفهان از لحاظ شاخص‌های شهر خلاق با استفاده از مدل برنامه‌ریزی منطقه‌ای" مناطق پانزده گانه شهر اصفهان را با فاکتورهای خلاقیت و استعداد و فناوری از شاخص‌های شهر خلاق رتبه‌بندی و سطح‌بندی کردند. نتایج حاصل از مطالعات نشان می‌دهد که میزان برخورداری

1. Richard

2. Richards & Raymond

3. Landry

مناطق پانزده گانه شهر اصفهان از لحاظ شاخص‌های خلاق به یک صورت نیست و اختلاف زیادی بین مناطق شهر اصفهان وجود دارد، که بهترین وضعیت از لحاظ این شاخص‌ها منطقه‌های ۱، ۳، ۵ و ۶ و کمترین را منطقه‌ای ۱۳ و ۱۴ داشته‌اند. به‌طور کلی، شهر اصفهان با توجه به تحلیل‌های انجام‌شده، پتانسیل حرکت به سمت شهر خلاق را داراست.

کاسترو (۲۰۱۳) در پژوهش "فناوری جدید و گردشگری در شهر پورتو" نوعی استراتژی توسعه برای گردشگری خلاق با توجه ویژه به نقش فناوری‌های جدید پیشنهاد کرد. مدلی هفت مرحله‌ای برای توسعه گردشگری خلاق در شهر پورتو که در آن فن‌آوری‌های جدید نقش مهمی را ایفا می‌کنند ارائه شده‌است. شبکه نیز به‌عنوان یک ورودی مداوم از این مدل در نظر گرفته شده‌است. این مطالعه عوامل کلیدی خلاق و / یا فرهنگی را جهت بهره‌مندی از فرصت‌های بالقوه آن‌ها برای توسعه پیشنهادات گردشگر خلاق تشویق می‌کند و قابل ذکر است که این نوع از گردشگری می‌تواند فرصتی برای بهبود کسب‌وکارهای حاصل از این عوامل باشد.

در پژوهش تان و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۳) به بررسی دیدگاه‌های گردشگران خلاق مکان‌های خلاق پرداخته شده‌است. یافته‌ها نشانگر آن است که فعل و انفعالات بیرونی و بازتاب‌های درونی سازنده مدل تجربه خلاق گردشگران است و آگاهی شرط لازم برای ایجاد تجربه خلاق است و موجب افتراق آن از سایر تجربیات می‌شود. روس، ساکسنا، کوریورا و دیوتز<sup>۲</sup> (۲۰۱۷) در پژوهشی با نام "گردشگری باستان‌شناسی: با رویکرد خلاقانه" به این نتیجه رسیدند که بنگاه‌های گردشگری مبتکرانه می‌توانند به جذب گردشگری میراث باستانی نامشهود کمک کنند. از نظر محققین، میراث باستانی نامشهود را می‌توان به‌عنوان دانش ناشی از تفسیر خود بازیگران از مکان‌های باستانی‌ای که از نظر فیزیکی غیرقابل دسترس اند و / یا نابود شده‌اند تعریف کرد. میراث باستانی غالباً با ملموس بودن برابر است و این منجر به حذف تجربیاتی می‌شود که میراث باستانی نامشهود بتواند ارائه دهد. با پیشنهاد تجدیدنظر در چهارچوب گردشگری باستانی، آن‌ها استدلال می‌کنند که ارزش توریستی هر دو میراث باستانی ملموس و نامشهود بهتر تحقق می‌یابد و لازمه آن را استفاده از نوع خلاقانه می‌دانند.

---

1. Tan

2. Ross, Saxena, Correia, Deutz

پورزکریا، فدایی‌نژاد و جردی<sup>۱</sup> (۲۰۱۹) در پژوهش "حرکت به سمت توسعه یک محله فرهنگی و خلاق: بازسازی فرهنگ محور محله تاریخی بازار رشت" با استفاده از پرسشنامه و تکنیک SWot در قالب چهار خصیصه محیط فرهنگی، صنایع خلاق محلی، زیرساخت‌های فرهنگی و گردشگری خلاق به تجزیه و تحلیل، تدوین استراتژی‌ها و سیاست‌های گردشگری خلاق پرداختند و به این نتیجه رسیدند که با توجه به جنبه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی محلی، برای رسیدن به نتیجه مطلوب در زمینه اجرای راهبردهای توسعه فرهنگی بازسازی و مرمت قسمت‌های متروکه و فضاهای آسیب‌دیده بازار مورد نیاز است.

روس و ساکسنا<sup>۲</sup> (۲۰۲۰) پژوهشی با هدف هم‌افزایی مشارکت در میراث باستانی با رویکرد گردشگری خلاق در شهر التتو پرتغال به مرحله اجرا در آورد. در این پژوهش، به نبوغ خلاقانه ارائه‌دهندگان گردشگری در ارائه قرائت‌های متنوع از مکان‌های باستانی‌ای که از نظر فیزیکی گم شده‌اند تمرکز دارد و گردشگری خلاق در مکان‌های باستانی را بررسی می‌کند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که فرصت‌های نوآورانه و مشارکت در ایجاد کسب‌وکارهای جدید در سایت‌های باستانی می‌تواند منجر به تقویت جذابیت بازار گردشگری شود و یک منبع با ارزش گردشگری خلاق ایجاد کند.

بررسی خلاصه‌ای از پیشینه تحقیق حاضر نشان داد که در خصوص گردشگری خلاق پژوهش‌های متعددی صورت گرفته است، ولی منابع علمی مستدلی در مورد تاثیر گردشگری خلاق در افزایش مشارکت اجتماعی در محلات شهری وجود ندارد و پژوهش حاضر که به کمک روش‌های پژوهش اسنادی و پیمایشی به بررسی نقش توسعه گردشگری خلاق شهری در افزایش مشارکت اجتماعی شهروندان پرداخته در نوع خود از نوآوری لازم برخوردار است و جزو منابع دست اول در این حوزه محسوب می‌شود.

---

1 .Pourzakarya, Fadaei Nezhad & Jerdi

2 .Ross, Saxena

## مبانی نظری

### ۱- گردشگری خلاق

ریشه‌های گردشگری خلاق احتمالاً در کشور پرتغال و در اواسط دهه ۱۹۹۰ ظاهر شدند، در زمانی که کمیسیون اروپا پروژه یوروتکس<sup>۱</sup> را به منظور کمک به تولیدکنندگان صنایع دستی و برای تشخیص محصولات دست‌ساز آن‌ها از محصولات کسانی که به تولید انبوه می‌پرداختند پایه‌گذاری کرد (کمپل، ۲۰۱۰: ۳). این اصطلاح [خلاقیت] در کشور نیوزیلند که در آن، اولین تلاش‌ها برای توسعه راهبرد گردشگری خلاق با ایجاد گردشگری صورت گرفت به‌عنوان شکل پایداری از گردشگری تعریف می‌شود، که احساسی واقعی برای فرهنگ محلی از مجاری غیررسمی، کارگاه‌های آموزشی محلی و تجارب خلاق ایجاد می‌کند. در این میان، کارگاه‌های آموزشی در گروه‌های کوچک و در خانه و محل کار هنرمندان تشکیل می‌شود، که به بازدیدکنندگان اجازه می‌دهد به کشف خلاقیت خود بپردازند و به مردم محلی نزدیک‌تر شوند. بسیاری از تعاریف شناخته‌شده در زمینه گردشگری خلاق به گردشگری فرهنگی مربوط می‌شوند. گردشگری خلاق جنبه‌ای از گردشگری فرهنگی محسوب می‌شود، که برای بازدیدکنندگان بسیار مناسب است و با افزایش تقاضا فرصت برای شکوفایی و توسعه فراهم می‌شود (کاسترو<sup>۲</sup>، ۲۰۱۲: ۱۸).

درواقع گردشگری خلاق در کشورهای زیادی توسعه یافته‌است، هرچند که مکان‌های متفاوت تعریف مختص خود را از این نوع گردشگری دارند، ولی تشابهات زیادی از قبیل مشارکت فعال، تجربه معتبر، توسعه پتانسیل‌های خلاق و توسعه مهارت‌ها نیز در تعاریف به چشم می‌خورد (تان و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۳: ۱).

ریچاردز و ریموند (۲۰۰۰) گردشگری خلاق را گونه‌ای از گردشگری می‌دانند که به گردشگران امکان یادگیری و کسب تجارب جدید را به‌واسطه مشارکت، که مشخصه اصلی این نوع از گردشگری است، می‌دهد. (ریچاردز و ریموند، ۲۰۰۰: ۱۸).

در سال ۲۰۰۶، سازمان ملل و سازمان فرهنگی شبکه شهرهای خلاق، گردشگری خلاق را سفر به سمت تجربه‌ای درگیر و معتبر، با یادگیری مشارکتی در هنر، میراث فرهنگی و

1. Eurotex

2. Castro

3. Tan et al

شخصیت خاص از یک محل، از طریق ارتباط و اتصال با کسانی که در این محل اقامت می‌کنند و فرهنگ زندگیشان را شکل می‌دهند تعریف کرده است (یونسکو، ۲۰۰۶: ۳).

بریگر<sup>۱</sup> (۲۰۰۱) به دو دلیل اصلی اهمیت گردشگری خلاق در بریتانیا اشاره می‌کند: - این گونه از گردشگری تجربه‌ای عمیق و رضایت‌بخش از مکانی که در ارتباط با هنر و فرهنگ است ارائه می‌دهد. (منظور مکانی فرهنگی و هنری است).

- این گردشگری بازدیدکنندگان را قادر می‌سازد تا به درک عمیق‌تری از چشم‌انداز و زندگی در بریتانیا برسند. بازدیدکنندگان اگر خواهان نقاشی، عکاسی، شعر یا رمان هستند می‌توانند در بریتانیا الهام بگیرند.

واسیلوا<sup>۲</sup> (۲۰۱۰) در مقاله‌ای به نام "مدل کسب‌وکار در گردشگری خلاق در بلغارستان" با استفاده از روش اسنادی کتابخانه‌ای و داده‌های ملی و روش‌های بازدید میدانی به این نتیجه رسید که گردشگری خلاق می‌تواند توسعه پایدار و سودآور را برای جوامع کوچک کشور به ارمغان آورد. ریچارد (۲۰۱۳) در مقاله‌ای به نام "بررسی گردشگری خلاق" چنین بیان می‌کند که گردشگری خلاق می‌تواند به‌عنوان یک شکل از گردشگری شبکه‌ای که به توانایی تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان در ارتباط با یکدیگر و ایجاد ارزش از آن‌ها بستگی دارد مورد توجه قرار گیرد. کین<sup>۳</sup> (۲۰۱۳) در پژوهشی با نام "یک مدل تجربه خلاقانه در گردشگری خلاق" به این نتیجه رسید که گردشگران خلاق در گردشگری خلاق ابتدا باید خودآگاهی، آگاهی اجتماعی، فرهنگی و محیطی را در ذهن داشته باشند تا بتوانند در گردشگری خلاق تجارب خلاقانه داشته باشند و به توسعه خود ادامه دهند.

---

1. Briggs

2. Vasilva

3. Ken

جدول (۱): شاخص و متغیرهای سنجش وضعیت گردشگری خلاق در محله

شاخص	متغیرها	پایایی
انعطاف‌پذیری و پذیرش	توجه به حفظ محیط‌زیست و زیباسازی محله و محافظت از مناظر زیبا در اطراف محله، پذیرش باورها و ارزش‌های جدید توسط اهالی، تمایل به محافظت از ارزش‌های فرهنگی گذشته، استقبال از اختراعات و نوآوری‌های مردم محله، استقبال از گردشگری توسط ساکنان محلی، استفاده از نمادهای فرهنگی و محلی و ملی در معابر و میادین محله، استفاده از مواد محلی مناسب برای محیط‌زیست محله، اعتماد به افراد تحصیل کرده در تصمیم‌گیری و اداره امور محله، پایگاه مناسب برای اقامت فرهیختگان در محله، و گرایش مردم به سمت ایده‌های جدید.	۱۱
ابتکار عمل و نوآوری	امکان استفاده از راه‌حل‌های خلاقانه برای حل مشکلات گردشگری، برگزاری جشنواره‌ها و جشن‌ها برای جذب گردشگر و برپایی نمایشگاه‌های هنری و فرهنگی، زیباسازی مناظر و منظره‌های دهکده، اماکن عمومی برای استراحت گردشگران و مردم محله، تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ها برای جذب گردشگر، استفاده از روش‌های جدید برای فروش صنایع‌دستی به‌همراه آموزش، تبلیغات جاذبه‌های گردشگری محله در دست با تهیه فیلم و سریال، حمایت از برنامه‌های گردشگری کارآفرینی توسط مسئولان محلی، نوآوری در بین اهالی در ارائه خدمات گردشگری	۱۰
ریسک‌پذیری	توانایی پذیرش پیامدهای ناکامی در فعالیت‌های فردی و ترس از خطر شکست به دلیل کمبود سرمایه، ریسک‌پذیری برای تحقق الزامات اساسی، استقبال از فعالیت‌های مرتبط با گردشگری، آماده‌سازی برای اشتغال افراد غیر محلی، آمادگی برای آموزش افراد در فعالیت‌های خوداشتغالی، جذب سرمایه از منابع شهری، مهاجرت از شهرهای مختلف به محله در دست و سرمایه‌گذاری در آن، افزایش صنایع کوچک و مشاغل با توجه به گردشگری، آماده‌سازی زمینه برای هنرمندان و تولیدکنندگان صنایع‌دستی در محله، امکان تهیه و فروش صنایع‌دستی و محصولات هنری به گردشگران، مشارکت مردم محله در فعالیت‌های جدید، و جاه‌طلبی و پایداری مردم برای شروع فعالیت‌های جدید در محله در دست	۱۳
رهبری و مدیریت	توانایی مدیران محلی برای هدایت محله به سمت توسعه گردشگری خلاق و اقتدار مدیران محلی در بین مردم، توجه به خلاقیت افراد محلی توسط مدیران محلی، به‌کار گرفتن افراد ماهر و متخصص در امور مدیریت محلی، تسهیل موانع قانونی و نهادی در حوزه هنری، نظارت و مدیریت فعالیت‌ها و تولیدات توسط مدیران محلی، عملکرد مناسب مدیران دهکده‌ها در جذب خدمات، توسعه مناسب زیرساخت‌های ارتباطی و حمل‌ونقل، توانایی مدیران محلی برای برقراری ارتباط با سایر محلات شهر اصفهان، تمایل این افراد و مدیران برای انتقال دانش مربوط به صنایع‌دستی، و تمایل مدیران برای حمایت از گردشگری	۱۰

ادامه جدول (۱):

شاخص	متغیرها	پایایی
سرمایه اجتماعی	مشارکت مردم محله در امور اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی محله دردشت، وحدت و همدلی بین مردم در موقعیت‌های مختلف (مشکل یا حوادث برای دیگران)، استقبال از گردشگران و مسافران توسط ساکنان محله، روحیه کار گروهی در بین مردم برای توسعه گردشگری خلاق آگاهی مردم محلی از نیازهای بازار و گردشگران، مشارکت مردم محله در فعالیت‌های فرهنگی - هنری، آمادگی برای مشارکت مردم در خوداشتغالی و تولید صنایع دستی، امکان مشارکت گردشگران در فعالیت‌های فرهنگی خلاق مانند صنایع دستی، مشارکت مردم محلی و گردشگران در حفاظت از میراث فرهنگی محله دردشت، افزایش اعتماد اجتماعی، افزایش همکاری مردم در سطح محله، افزایش مشارکت مردم در فعالیت‌های جذب گردشگر	۱۱

ماخذ: عینالی و همکاران، ۱۳۹۸؛ استولاریک، ۲۰۱۱؛ بیگدلی، ۱۳۹۴؛ دوستی، ۱۳۹۶؛ کیانی سلمی و صفری، ۱۳۹۸؛ دوستی و همکاران، ۱۳۹۸

## ۲- مشارکت

هال<sup>۲</sup> معتقد است که تعارض بین نظریات عمل‌گرایانه و نظریات عمدتاً فلسفی از مشارکت سبب شده که مشارکت به مفهومی چندوجهی بدل شود و طی زمان با معنای متفاوتی پیدا شود (نیک بین، ۲۰۰۷: ۴۰). از دید جامعه‌شناختی، باید بین مشارکت به‌عنوان عمل و تعهد و به‌عنوان حالت یا وضع تمایز قائل شد؛ از مشارکت در معنای اول، شرکت فعالانه در گروه مراد می‌شود و به فعالیت اجتماعی انجام‌شده نظر دارد و در معنای دوم، تعلق گروهی خاص و داشتن سهمی در هستی آن مد نظر است. او کلی<sup>۳</sup> معتقد است که مشارکت از بُعد کاربردی عبارت است از "حساس‌سازی مردم و در نهایت افزایش پذیرش و توانایی آنان برای پاسخ‌گویی برنامه‌ها، براساس تلاش‌های سازمان‌یافته". او کلی در تعریف زیر، مشارکت را مشخص‌تر می‌سازد: مشارکت به مفهوم سهم داشتن<sup>۴</sup> و مشارکت به‌عنوان توانمندسازی<sup>۵</sup> یعنی برخوردار شدن مشارکت‌کنندگان از مهارت، قابلیت‌های توسعه‌ای و توان تصمیم‌گیری. گالت<sup>۵</sup> مشارکت مردمی را به‌عنوان جزء حیاتی استراتژی‌های توسعه می‌داند و آن را واجد سه عملکرد عمده می‌داند: از دیدگاه وی، مشارکت اولاً نحوه

1. Stolarick et al
2. Hall
3. Okley
4. Contribution
5. Empowerment

برخورد غیرابزاری دولت با مردم و احساس ارزشمندی را تضمین می‌کند؛ دوما مشارکت به‌عنوان حلال اصلی مشکلات در شرایط اجتماعی خود به‌شمار می‌رود؛ علاوه بر آن، مشارکت به‌عنوان کانالی عمل می‌کند که گروه‌ها و جوامع محلی می‌توانند از طریق آن به عرصه‌های کلان و بزرگ‌تر تصمیم‌گیری دسترسی پیدا کنند؛ از دید گالت، بدون مشارکت تدبیرهای توسعه هم غیرمردمی و هم بی‌نتیجه خواهند بود (واحیدا، ۲۰۰۴: ۳). از دیدگاه آلموند<sup>۱</sup> و پاول<sup>۲</sup>، فعالیت‌های مشارکت‌جویانه آن دسته از فعالیت‌هایی‌اند که شهروند معمولی می‌کوشد از راه آن‌ها بر روی سیاست‌گذاری اثر بگذارد. انجمن‌های داوطلبانه مهم‌ترین عرصه شکل‌گیری و سازمان‌دهی فعالیت‌های مشارکتی در جامعه محسوب می‌گردند. از این نظر، مشارکت اجتماعی ارتباط تنگاتنگی با جامعه مدنی دارد. مشارکت به‌عنوان یک فرآیند اجتماعی، عام، جامع، چندجانبه، چندبعدی و چند فرهنگی است که سعی دارد همه گروه‌های مردم را در همه مراحل توسعه شرکت دهد (نیک‌بین، ۲۰۰۷: ۴۰).

مشارکت امروزه یکی از شاخص‌های رهبری و بلوغ سازمانی جامعه محسوب می‌شود (قدرجانی و قیطرانی، ۱۳۹۱: ۵). مشارکت علاوه بر اینکه باعث موفقیت مردم در فعالیت‌های خودگردان و خودتنظیمشان می‌شود اعتماد، مهارت‌ها و دانش مردم را که محصول نهایی مشارکت است افزایش می‌دهد (رسولی، ۱۳۹۵: ۱۲).

مدل‌های مختلفی در نوع‌شناسی مشارکت شهروندان در جامعه ارائه شده‌است که از مهم‌ترین آن‌ها نردبان مشارکت است. مدل نردبان مشارکت آرنشتاین<sup>۳</sup> (۱۹۶۹) هشت نوع یا مرحله از مشارکت را تقسیم می‌کند. پایین‌ترین پله‌های نردبان ظاهر فریبی<sup>۴</sup> و درمان<sup>۵</sup> هستند. این دو پله سطوحی از عدم مشارکت را شرح می‌دهند که از سوی تعداد اندکی از افراد برای جابه‌جا کردن مشارکت واقعی طراحی شده‌اند. در بالاترین پله‌ها، یک نقش فعال و درگیرانه برای شهروندان انعکاس می‌یابد که این پله‌ها با نام‌های شراکت، تفویض قدرت و کنترل شهروندی شناخته می‌شوند که در آن‌ها مردم وارد مشارکت و همکاری با مسئولان اجرایی می‌شوند (آرنشتاین، ۱۹۶۹: ۲۱۷).

- 
1. Almond
  2. Pawel
  3. Arnstein
  4. Manipulation
  5. Therapy



توماس<sup>۱</sup> (۱۹۹۵) نیز در زمینه مشارکت مدل دیگری مطرح کرده است. طبق نظر او، پنج رویکرد و تصمیم‌گیری وجود دارد که نمایندگان مردمی می‌توانند اتخاذ کنند (که به نوعی با نردبان مشارکت آرنشتاین موازی است). در یک سر طیف متولیان عمومی تصمیمات مستقلی را بدون دخالت مردم می‌گیرند و در سر دیگر طیف مدیران بخش عمومی، بعد از رایزنی کامل و گسترده با مردم، تصمیمات مستقلی را بدون دخالت مردم می‌گیرند. در بین این دو سر طیف، مسئولان سطوح مختلفی از مشارکت شهروندی را، از قبیل انتخاب گروه مشاوران تا فرایند بسیار گسترده‌تر بر می‌گزینند (کالاهان<sup>۲</sup>، ۲۰۰۷: ۱۱۸۴).

امروزه، در آمریکا و انگلیس، همکاری‌های گردشگرانه امری نسبتاً رایج است. گفته می‌شود یک دلیل اصلی برای این همکاری ایجاد تب‌وتاب رقابتی در مقصدهای گردشگری است. به‌طور کلی مشارکت در تدوین سیاست‌های گردشگری به احساس قدرت و برابری، مزایای ف و یک گردشگری بهبودیافته منجر می‌شود (میسون<sup>۳</sup>، ۲۰۱۲: ۲۲۷).

مفهوم مشارکت جامعه محلی مسئله‌ای مهم در بحث‌های توسعه گردشگری کشورهای جهان سوم است که معمولاً درباره رابطه رشد گردشگری انبوه و تاثیرات منفی آن بر جوامع محلی بحث می‌کند. در کشورهای جهان سوم، رشد گردشگری اغلب با ایجاد پیوند محلی در توزیع مزایای رشد در جامعه، بخش‌ها و حوزه‌های منطقه‌ای همراه نبوده‌است (هال و ریچاردز، ۲۰۰۰: ۱۷۰).

جنکینز<sup>۴</sup> (۱۹۹۳) هفت مانع را بر سر راه مشارکت محلی در برنامه‌ریزی گردشگری تاثیرگذار می‌داند. این عوامل به‌طور خلاصه عبارت‌اند از:

- عامه مردم معمولاً در فهم موضوعات تخصصی و پیچیده برنامه‌ریزی مشکل دارند؛
- عامه مردم لزوماً نمی‌دانند که فرایند برنامه‌ریزی چگونه اداره می‌شود یا تصمیمات چگونه اخذ می‌شوند؛
- در نظر گرفتن همه عقاید و آرای مختلف در فرایند تصمیم‌گیری بسیار دشوار است؛
- بی‌اعتنایی در میان تعدادی (نه اکثریت) از شهروندان مشهود است؛

---

1. Thomas  
2. Callahan  
3. Meyson  
4. Jenkins

- زمان و بودجه زیادی در رابطه با انجام پروژه‌های شهری با مشارکت محلی مورد نیاز است؛

- فرایند تصمیم‌گیری در خصوص مشارکت جامعه زمان‌بر است؛

- فرایند تصمیم‌گیری، و کارایی کلی (زمان، بودجه و اجرای هماهنگ) به شدت تحت تاثیر قرار می‌گیرد (میسون<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰: ۲۰۴).

جدول (۲): شاخص و متغیرهای سنجش وضعیت مشارکت اجتماعی شهروندان در محله

شاخص	زیر شاخص
مشارکت مالی	افزایش میزان سرمایه‌گذاری مشترک در محله و دریافت کمک بلاعوض به مردم محله در جهت توسعه گردشگری خلاق در محله
مشارکت ذهنی - معنوی	توجه اهالی به امور محله در زمینه گردشگری، انتقال پیام به هر شکلی به گردشگران، اعتماد به مدیران شهری و محلی
مشارکت فیزیکی	افزایش میزان مشارکت در نگهداری از گیاهان و فضای سبز در سطح محله، مشارکت اهالی در نظافت محله، میزان علاقه به کار بدون مزد برای توسعه محله، مشارکت در تفکیک و جمع‌آوری زباله‌ها و پسماند
مشارکت سیاسی	مشارکت در انتخابات و جلسات شورای شهر، حضور در جلسات علنی شورای شهر، مشارکت در انتخابات مختلف
مشارکت ابزاری	در اختیار قرار دادن محل یا مکان برای استقرار گردشگران، در اختیار قرار دادن امکانات شخصی در اختیار گردشگران، در اختیار قرار دادن افراد تحت امر در زمینه توسعه گردشگری

ماخذ: عینالی و همکاران، ۱۳۹۸؛ بیشمی و محمودی، ۱۳۹۴؛ عباسی و شبانی، ۱۳۹۶

## روش‌شناسی پژوهش

با توجه به اینکه این پژوهش به بررسی وضعیت گردشگری خلاق در محله دردشت شهر اصفهان و اثرات آن در مشارکت اجتماعی شهروندان پرداخته شده است، پس هدف کاربردی و ماهیت - روش آن توصیفی - تحلیلی است. به منظور جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز پژوهش از مطالعات کتابخانه‌ای و پیمایش میدانی استفاده شد. قلمرو مکانی تحقیق نیز محله تاریخی و گردشگری دردشت شهر اصفهان است. جامعه آماری طبق سرشماری سال ۱۳۹۵ خانوارهای ساکن در سطح محله دردشت با جمعیت ۳۳۶۱ نفر (۱۱۳۶ خانوار) بودند که با استفاده از فرمول اصلاح شده کوکران ۲۰۶ خانوار ساکن در

1. Meyson

محلّه به‌عنوان حجم نمونه و تکمیل پرسشنامه انتخاب شدند و البته برای افزایش اطمینان ۴ نمونه نیز به آن افزوده شد. بنابراین حجم نمونه این تحقیق ۲۱۰ سرپرست خانوار ساکن در محلّه گردشگری دردشت شهر اصفهان است. برای انتخاب پاسخگویان، از روش تصادفی ساده استفاده شد. در ادامه، جهت تحلیل بهتر، به عملیاتی‌سازی متغیرهای وابسته (گردشگری خلاق) (جدول ۱) و مستقل (مشارکت اجتماعی شهروندان) (جدول ۲) و تدوین پرسشنامه در ابعاد و زمینه‌های مربوط به موضوع مورد بحث اقدام شد. جهت گردآوری اطلاعات از پرسشنامه، مشاهده و مصاحبه استفاده شده است. اعتبار پرسش‌نامه توسط کارشناسان و جامعه نخبگان تأیید شده است و سطح پایایی با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۸۰۵ به دست آمده است، که بیانگر قابلیت اعتماد و پایایی آن است. تجزیه و تحلیل داده‌ها به روش‌های کمی و در نرم‌افزار SPSS و با آزمون‌های آماری تی تک نمونه‌ای و فریدمن و نرم‌افزار PLS و معادلات ساختاری صورت گرفته است. معادلات ساختاری دارای مراحل مختلفی است، اولین مرحله تعیین چهارچوب نظری بر اساس تجربه محقق و ادبیات نظری است. یک مدل معادله ساختاری مفروض، در واقع یک ساختار علی مشخص شده بین مجموعه‌ای از سازه‌های مشاهده‌ناپذیر است که هر یک توسط مجموعه‌ای از نشانگرها اندازه‌گیری می‌شود و می‌توان آن را از لحاظ برازش در یک جامعه به خصوص آزمود. یک مدل کامل معادله ساختاری شامل دو مؤلفه است: الف) یک مدل ساختاری که ساختار علی مفروض بین متغیرهای مکنون سازه‌های نظری که به گونه مستقیم مشاهده‌پذیر نیست را مشخص می‌نماید؛ ب) یک مدل اندازه‌گیری که روابط بین متغیرهای اندازه‌گیری شده یا نشانگرها متغیرهایی که به گونه مستقیم مشاهده‌پذیر است و متغیرهای مکنون را که برای آن‌ها برآورد تقریبی به کار می‌رود، تعریف می‌کند. وقتی داده‌های گروه نمونه به ماتریس همبستگی یا کوواریانس تبدیل شوند و توسط یک سری از معادلات رگرسیون توصیف گردند آن مدل را می‌توان به منظور بررسی برازش آن در جامعه‌ای که نمونه از آن بیرون آمده است تحلیل کرد. این تحلیل برآوردهایی از پارامترهای آن مدل ضرایب مسیر و جمله‌های خطا و چندین اندازه برای برازندگی آن مدل با داده‌های نمونه به دست می‌دهد. برآورد پارامترها و اطلاعات برازندگی را می‌توان به منظور انجام تغییرات احتمالی و آزمون دوباره مدل نظری مورد بررسی قرار داد (کریم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۸۳).

### محدوده مورد مطالعه

شهر تاریخی اصفهان در مرکز ایران دارای مختصات جغرافیایی ۵۱ درجه و ۳۹ دقیقه شرقی و ۳۲ درجه و ۳۸ دقیقه شمالی و مساحت ۱۰۷۰۲۷ کیلومتر است. اصفهان سومین شهر بزرگ ایران و سومین شهر پرجمعیت ایران پس از تهران و مشهد است. این شهر در آذر ۱۳۹۴ (دسامبر ۲۰۱۵) به همراه رشت به عنوان نخستین شهرهای ایران به شبکه شهرهای خلاق جهان زیر نظر یونسکو پیوست. محله دردشت از محلات تاریخی شهر به شمار می رود که هسته اولیه آن در عهد سلجوقی شکل گرفته و در زمان صفوی تکمیل گشته است. طبق تقسیمات جدید شهری، محله دردشت در منطقه سه اصفهان است و ۹،۸۶ کیلومتر مربع مساحت دارد. طبق آمارنامه سال ۱۳۹۷، جمعیت کل محله دردشت ۵۸۹۱ نفر است. دردشت از محلات بزرگ، با قدمت و مشهور اصفهان است. محور گردشگری در محله دردشت از مدرسه ابن سینا و منار گلدسته آغاز می شود و پس از بازارچه دردشت، کاروانسرای دردشت، سقاخانه، حمام دردشت، مسجد آقانور، مناره های دردشت، آرامگاه سلطان بخت آغا و خانه تاریخی جواهری به میدان عتیق ختم می شود. بنابراین خصلت گردشگری محله ضرورت توجه به خلاقیت در گردشگری را ایجاب می کند.

شکل (۱): نقشه محله دردشت در شهر اصفهان



منبع: پژوهشگران، ۱۳۹۹

### یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی تحقیق نشان داد که از بین ۲۱۰ سرپرست خانوار پاسخگوی تحقیق ۷۳/۸ درصد مرد و ۲۶/۲ درصد زن بودند، که ۷۷/۶ درصد آنان نیز متأهل بودند. از نظر سن، ۲۱/۹ درصد بین ۲۰ الی ۳۰ سال، ۳۹ درصد بین ۳۱ الی ۴۰ سال، ۲۹/۵ درصد بین ۴۱ الی ۵۰ سال و ۹/۵ درصد پاسخگویان بالاتر از ۵۰ سال سن داشتند. به لحاظ درآمدی، حدود ۴۷ درصد پاسخگویان بالاتر از متوسط حقوق یک کارگر در ایران را داشتند. از نظر تحصیلی نیز ۹/۵ درصد سیکل و پایین‌تر، ۱۰/۵ درصد دیپلم، ۷/۶ درصد فوق‌دیپلم، ۴۷/۶ درصد لیسانس و ۲۴/۸ درصد فوق‌لیسانس و بالاتر بودند (جدول ۳).

جدول (۳): وضعیت تحصیلی پاسخگویان

تحصیلات	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
سیکل و پایین‌تر	۲۰	۹/۵	۹/۵
دیپلم	۲۲	۱۰/۵	۲۰
فوق دیپلم	۱۶	۷/۶	۲۷/۶
لیسانس	۱۰۰	۴۷/۶	۷۵/۲
فوق لیسانس و بالاتر	۵۲	۲۴/۸	۱۰۰
جمع	۲۱۰	۱۰۰	-

ماخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹

### - وضعیت شاخص‌های گردشگری خلاق

در ادامه، جهت تحلیل و بررسی وضعیت گردشگری خلاق در محله دردشت شهر اصفهان از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده شد. تحلیل میانگین عددی نشان می‌دهد که شاخص‌های ریسک‌پذیری با میانگین عددی ۴/۰۱ و آماره تی ۱۲/۴۶، شاخص سرمایه اجتماعی با میانگین ۳/۵۳ و آماره تی ۱۵/۵۰، رهبری و مدیریت با میانگین ۳/۴۴ و ۱۲/۸۹ و شاخص ابتکار عمل و نوآوری با میانگین ۳/۳۹ و آماره ۹/۸۹ بالاتر از عدد اندازه آزمون (۳) قرار گرفته و در وضعیت نسبتاً مطلوبی قرار دارند و تنها شاخص انعطاف‌پذیری و پذیرش پایین‌تر از مطلوبیت عدد مورد نظر آزمون قرار دارند و تفاوت آن از میانگین به صورت منفی است. ضمناً همه شاخص‌های گردشگری خلاق در محله دردشت اصفهان در سطح آلفای ۰/۰۱ درصد معنادار هستند. لذا می‌توان گفت که در این محله، میزان ریسک‌پذیری

شهروندان نسبت به بقیه شاخص‌های گردشگری خلاق در وضعیت بهتری قرار داشته و وجود ریسک‌پذیری شهروندان عاملی برای توسعه گردشگری خلاق در این محله بوده است. چنانچه در بین شهروندان این محله، توانایی پذیرش پیامدهای ناکامی در فعالیت‌های فردی بالاست و ترس از خطر شکست به دلیل کمبود سرمایه نسبتاً پایین است و شهروندان سعی می‌کنند برای تحقق الزامات اساسی خود در زمینه توسعه گردشگری دست به ریسک‌های مختلفی بزنند.

جدول (۴): بررسی وضعیت شاخص‌های گردشگری خلاق با استفاده از آزمون t از دیدگاه خانوارهای نمونه

مطلوبیت عددی مورد آزمون = ۳							
مؤلفه‌ها	میانگین	آماره T	درجه آزادی	معناداری	تفاوت میانگین	فاصله اطمینان ۹۵ درصد	
						حد بالا	حد پائین
گردشگری خلاق	انعطاف‌پذیری و پذیرش	۲/۸۵	۲۰۹	۰/۰۰۱	-۰/۱۴۹	-۰/۲۳۶	-۰/۰۶۳
	ابتکار عمل و نوآوری	۳/۳۹	۲۰۹	۰/۰۰۰	۰/۳۹۱	۰/۳۱۳	۰/۴۶۹
	ریسک‌پذیری	۴/۰۱	۲۰۹	۰/۰۰۰	۱/۰۱	۰/۸۵۲	۱/۱۷
	رهبری و مدیریت	۳/۴۴	۲۰۹	۰/۰۰۰	۰/۴۴۱	۰/۳۷۴	۰/۵۰۹
	سرمایه اجتماعی	۳/۵۳	۲۰۹	۰/۰۰۰	۰/۵۳۲	۰/۴۶۴	۰/۶۰۰

ماخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹

همچنین در این محله استقبال از فعالیت‌های مرتبط با گردشگری خلاق در سطح مناسبی قرار دارد و آمادگی شهروندان برای آموزش افراد در فعالیت‌های خوداشتغالی گردشگری وجود دارد و در تلاش هستند با مدیریت قوی از منابع مختلف شهری انواع سرمایه‌ها را جذب محله خود بکنند. همین عامل موجب افزایش مهاجرت به این محله، سرمایه‌گذاری آنها در زمینه‌های مختلف، افزایش صنایع کوچک و مشاغل مرتبط با گردشگری، امکان

تهیه و فروش صنایع دستی و محصولات هنری به گردشگران، افزایش مشارکت مردم محله در فعالیت‌های جدید، جاه‌طلبی و پایداری مردم برای شروع فعالیت‌های جدید در محله دردشت افزایش چشمگیری داشته و در کنار عواملی نظیر رهبری و مدیریت قوی در سطح محله و وجود سرمایه اجتماعی کافی نظیر مشارکت مردمی، امنیت اجتماعی، انسجام شهروندان، وجود نهادی محلی و ... زمینه را برای توسعه بهتر گردشگری خلاق در محله دردشت شهر اصفهان (پایتخت گردشگری جهان اسلام) فراهم ساخته است (جدول ۴)

با توجه به احتمال وجود خطا در آزمون فوق، جهت اطمینان کامل از وضعیت شاخص‌های گردشگری خلاق در محله دردشت از آزمون رتبه‌ای فریدمن استفاده شد. نتایج این آزمون نشان داد که شاخص ریسک‌پذیری با میانگین رتبه‌ای ۳/۶۰، سرمایه اجتماعی با میانگین رتبه‌ای ۳/۵۵ و رهبری و مدیریت با میانگین رتبه‌ای ۳/۲۳ در وضعیت مطلوبی از نظر توسعه گردشگری خلاق قرار دارند. مقدار کای اسکوئر این آزمون ۲۰۵/۴۳۹ و سطح معناداری آن ۰/۰۰۰ است. همان‌طوری که مشخص است میزان ریسک‌پذیری شهروندان در این محله بالاست و این امر سبب افزایش سطح سرمایه اجتماعی، بهبود رهبری و مدیریت محلی و در نهایت توسعه هر چه بیشتر گردشگری خلاق در محله دردشت شده است. چنانچه مطالعات میدانی در این محله نشان داده است، مشارکت مردم محله در امور اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی در وضعیت مورد قبولی قرار دارد و وحدت و همدلی بین مردم در موقعیت‌های مختلف (مشکل یا حوادث برای دیگران) موج می‌زند و این امر سبب استقبال هر چه بیشتر شهروندان از گردشگران و مسافران ورودی به محله دردشت شده است و روحیه کار گروهی در بین مردم برای توسعه گردشگری خلاق، مشارکت مردم محله در فعالیت‌های فرهنگی — هنری، آمادگی برای مشارکت مردم در خود اشتغالی و تولید صنایع دستی، امکان مشارکت گردشگران در فعالیت‌های فرهنگی خلاق مانند صنایع دستی، مشارکت مردم محلی و گردشگران در حفاظت از میراث فرهنگی محله دردشت، افزایش اعتماد اجتماعی، افزایش همکاری مردم در سطح محله و افزایش مشارکت مردم در فعالیت‌های جذب گردشگر در سطح محله دردشت به صورت چشمگیری توسط شهروندان افزایش یافته است (جدول ۵).

جدول (۵): بررسی وضعیت شاخص‌های گردشگری خلاق با استفاده از آزمون فریدمن

رتبه	میانگین رتبه‌ای	میانگین عددی	مؤلفه‌ها	گردشگری خلاق
۵	۱/۷۲	۲/۸۵	انعطاف پذیری و پذیرش	
۴	۲/۹۰	۳/۳۹	ابتکار عمل و نوآوری	
۱	۳/۶۰	۴/۰۱	ریسک‌پذیری	
۳	۳/۲۳	۳/۴۴	رهبری و مدیریت	
۲	۳/۵۵	۳/۵۳	سرمایه اجتماعی	
۲۰۵/۴۳۹			Chi-Square	
۴			درجه آزادی	
۰/۰۰۰			معناداری	

ماخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹

- سنجش اثرات گردشگری خلاق در مشارکت اجتماعی
- در این قسمت از تحقیق، به بررسی و تحلیل نقش توسعه گردشگری خلاق در افزایش مشارکت اجتماعی شهروندان محله در دشت در توسعه محله‌ای با استفاده از معادلات ساختاری در نرم‌افزار PLS پرداخته شده‌است. لذا در ادامه مراحل مختلف، تکنیک معادلات ساختاری آورده شده‌است.

### بررسی پایایی مدل اندازه‌گیری

جهت سنجش پایایی متغیرهای مشاهده‌پذیر پرسشنامه از روش ترکیبی استفاده شده‌است. نتایج به دست آمده با توجه به مقادیر آلفای کرونباخ و قابلیت اطمینان مرکب نشان داد که متغیرهای ابتکار عمل و نوآوری با پایایی ۰/۷۱۵، انعطاف‌پذیری و پذیرش با ۰/۷۳۳ و سرمایه اجتماعی با ۰/۷۰۲ در سطح پایایی قابل قبولی قرار دارند. به طوری که سؤالات مربوط به شاخص‌های ابتکار عمل و نوآوری، انعطاف‌پذیری و سرمایه اجتماعی برای جامعه آماری قابل هضم و قابل درک تر هستند و از پایایی بیشتری برای پاسخگویی به سؤال یا هدف تحقیق برخوردار هستند (جدول ۶).



جدول (۶): بررسی پایایی متغیرهای مشاهده‌پذیر ترکیبی

متغیرها	آلفای کرونباخ	همبستگی	قابلیت اطمینان مرکب	میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE)
ابتکار عمل و نوآوری	۰/۷۱۵	۰/۳۳۴	۰/۷۶۹	۰/۴۳۴
انعطاف‌پذیری و پذیرش	۰/۷۳۳	۰/۳۹۱	۰/۷۸۴	۰/۳۹۱
رهبری و مدیریت	۰/۷۸۴	۰/۴۹۹	۰/۸۴۶	۰/۴۹۹
ریسک‌پذیری	۰/۲۲۴	۰/۲۳۸	۰/۲۶۲	۰/۲۳۸
سرمایه اجتماعی	۰/۷۰۲	۰/۴۱۷	۰/۷۵۲	۰/۴۱۷
مشارکت اجتماعی	۰/۶۸۰	۰/۲۳۴	۰/۲۹۷	۰/۲۳۴

ماخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹

### بررسی میزان واریانس تبیین‌شده

نتایج حاصل نشان می‌دهد با توجه به اینکه در این تحقیق شاخص‌های رهبری و مدیریت و سرمایه اجتماعی به عنوان متغیرهای تعدیل‌گر فعالیت می‌کنند و بر روی میزان مشارکت شهروندان تاثیر مستقیم دارند. لذا، واریانس تبیین‌شده متغیر رهبری و مدیریت به میزان ۰/۵۴۸، سرمایه اجتماعی ۰/۳۸ و مشارکت اجتماعی نیز ۰/۲۴ از تغییرات متغیر وابسته و توسعه گردشگری خلاق شهری در محله دردشت اصفهان را تبیین می‌کنند (جدول ۷).

جدول (۷): میزان واریانس و تغییرات تبیین‌شده

متغیرها	تغییرات (R)
ابتکار عمل و نوآوری	-
انعطاف‌پذیری و پذیرش	-
رهبری و مدیریت	۰/۵۴۸
ریسک‌پذیری	-
سرمایه اجتماعی	۰/۳۸۴
مشارکت اجتماعی	۰/۲۴۲

ماخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹

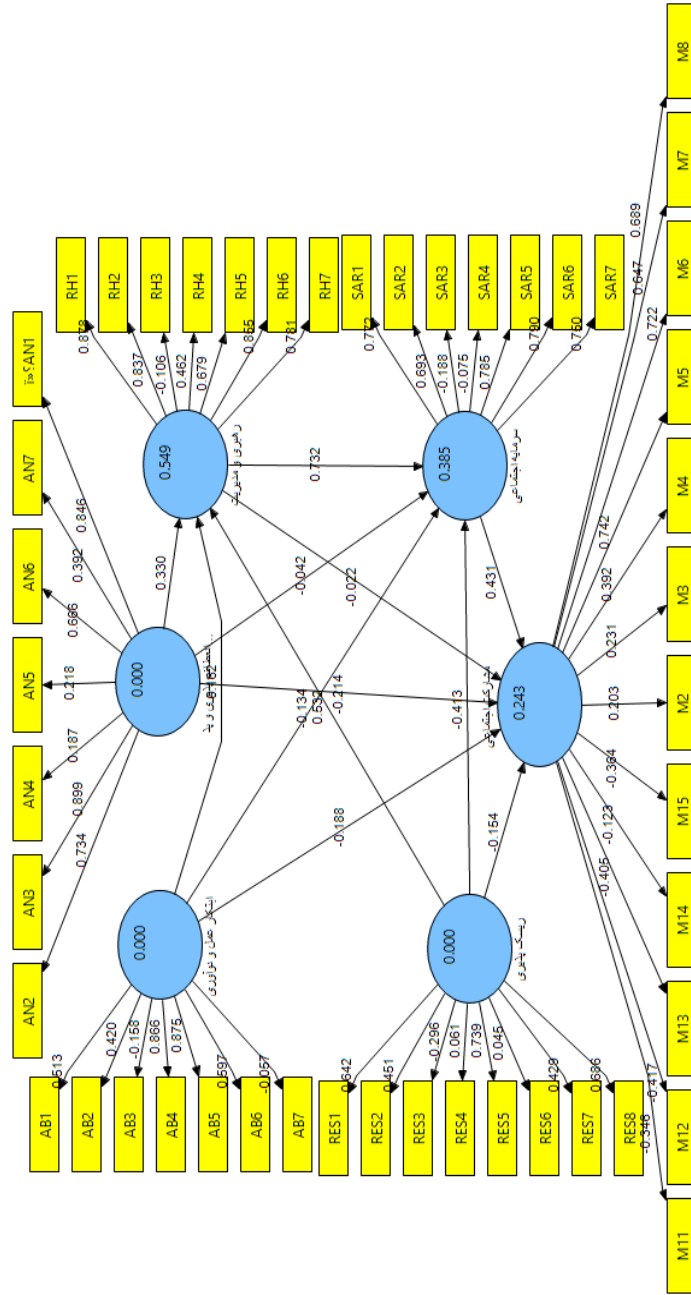
### ضرایب مسیر (بتا) و معناداری آن

در ادامه تحقیق نیز به بررسی ضرایب مسیر (بتا) و معناداری آن پرداخته شد. نتایج نشان داد شاخص ابتکار عمل و نوآوری با میزان بتای ۰/۱۸۸، انعطاف‌پذیری و پذیرش با میزان بتای ۰/۲۱۴، رهبری و مدیریت با میزان بتای ۰/۰۲۲، ریسک‌پذیری و میزان بتای ۰/۱۵۴-

و سرمایه اجتماعی با میزان بتای ۰/۴۳۱ تأثیرات متفاوتی در زمینه افزایش مشارکت شهروندان در زمینه‌های مشارکت مالی، مشارکت ذهنی — معنوی، مشارکت فیزیکی، مشارکت سیاسی و مشارکت ابزاری در سطح محله در دشت اصفهان با توسعه گردشگری خلاق شهری داشته‌اند. همان‌طور که مشخص است، در این میان، سرمایه اجتماعی به میزان بتای ۰/۴۳۱ تاثیر زیادی در توسعه گردشگری خلاق و مشارکت اجتماعی دارد. به طوری که، گردشگری خلاق بر روابط اجتماعی، بهبود اثربخشی مشارکت محلی و پیوند اجتماعی جهت حفاظت از محیط تاکید دارد. همچنین، از آنجا که منافع مردم محلی همراه با حفاظت از محیط در گردشگری مطرح است، "سرمایه اجتماعی" دارای اهمیتی ویژه برای مدیریت جمعی در سطح محلی از منابع مشترک است. از این رو، سرمایه اجتماعی توانایی بهبود همکاری بین افراد جامعه و هماهنگی در روند توسعه گردشگری طبیعی را دارد (شکل ۲).

با توجه به شکل ۲، در این قسمت نیز به بررسی معنی دار بودن مسیرهای شناسایی در زمینه افزایش مشارکت در محله در دشت با توسعه گردشگری خلاق پرداخته شده است. در این قسمت، اعداد به دست آمده در سطح معناداری ۹۰ درصد، ۹۵ درصد و ۹۹ درصد این مقدار به ترتیب با حداقل آماره تی ۱/۶۴، ۱/۹۶ و ۲/۵۸ مقایسه می‌شود. لذا، اثرات سرمایه اجتماعی با میزان ۲/۸۰ در سطح آلفای ۱ درصد معنادار است و بیشترین تاثیر را در بین شاخص‌های گردشگری خلاق در افزایش میزان مشارکت اجتماعی شهروندان در محله در دشت دارد و شاخص انعطاف پذیری و پذیرش در سطح ۹۰ درصد معنادار است؛ به طوری که افزایش سطح سرمایه اجتماعی مانند تقویت انسجام اجتماعی شهروندان، ایجاد امنیت اجتماعی برای کودکان و زنان، بهبود نهادهای محلی و گروه‌های مردم نهاد، افزایش اعتماد اجتماعی می‌تواند زمینه را برای افزایش گردشگری خلاق و مشارکت شهروندان فراهم نماید (جدول ۸).

شکل (۲): میزان تاثیر گذاري شاخص‌ها در مشارکت اجتماعي شهروندان (با ضريب بتا)



ماخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹

جدول (۸): معنی‌داری مسیرهای بدست آمده در مدل معادلات ساختاری

مشارکت اجتماعی	سرمایه اجتماعی	ریسک پذیری	رهبری و مدیریت	انعطاف پذیری و پذیرش	ابتکار عمل و نوآوری	
۱/۴۲۰	۰/۷۴۵	-	۱/۸۴۳	-	-	ابتکار عمل و نوآوری
۱/۸۳۶	۰/۲۷۰	-	۳/۷۹۶	-	-	انعطاف پذیری و پذیرش
۰/۱۶۷	۳/۲۹۳	-	-	-	-	رهبری و مدیریت
۰/۶۶۸	۱/۲۶۵	-	۴/۲۹۷	-	-	ریسک‌پذیری
۲/۸۰۵	-	-	-	-	-	سرمایه اجتماعی

ماخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹

در ادامه نیز به بررسی خروجی الگوریتم BT در آزمون مدل معادلات ساختاری پرداخته شده‌است و بیشترین تاثیر را در افزایش مشارکت در سطح محله مشاهده می‌کنیم؛ چنانچه الگوریتم رهبری و مدیریت > سرمایه اجتماعی با مقدار آماره تی ۳/۰۲، الگوریتم سرمایه اجتماعی > مشارکت اجتماعی با مقدار آماره تی ۲/۴۱ و الگوریتم رهبری و مدیریت > مشارکت اجتماعی با مقدار آماره تی ۱/۹۵ بیشترین تاثیر را در افزایش میزان مشارکت شهروندان محله دردشت در توسعه گردشگری خلاق داشته‌اند. به‌طور کلی، نقش سرمایه اجتماعی و رهبری و مدیریت در افزایش مشارکت شهروندان در محدوده مورد مطالعه قابل انکار نیست و نیاز به توجه بیشتری دارد (جدول ۹).

بررسی بارهای عاملی در آزمون معادلات ساختاری نیز نشان داد که در شاخص ریسک‌پذیری، مؤلفه توانایی پذیرش پیامدهای ناکامی در فعالیت‌های فردی و ترس از خطر شکست به‌دلیل کمبود سرمایه (SAR1) با بار عاملی ۰/۷۷۱؛ در شاخص ابتکار عمل و نوآوری، مؤلفه اماکن عمومی برای استراحت گردشگران و مردم محله، تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ها جذب گردشگر (AB5) با بار عاملی ۰/۸۷۵؛ در شاخص انعطاف‌پذیری و پذیرش، مؤلفه تمایل به محافظت از ارزش‌های فرهنگی گذشته (AN3) با بار عاملی ۰/۸۹۸؛ در شاخص سرمایه اجتماعی، مؤلفه مهاجرت از شهرهای مختلف به محله دردشت و سرمایه‌گذاری در این محله (RES5) با بار عاملی ۰/۷۳۸ و در شاخص رهبری و مدیریت، مؤلفه توانایی مدیران محلی برای هدایت محله به سمت توسعه گردشگری خلاق و اقتدار مدیران محلی در بین مردم (RH1) با بار عاملی ۰/۸۷۸ بیشترین

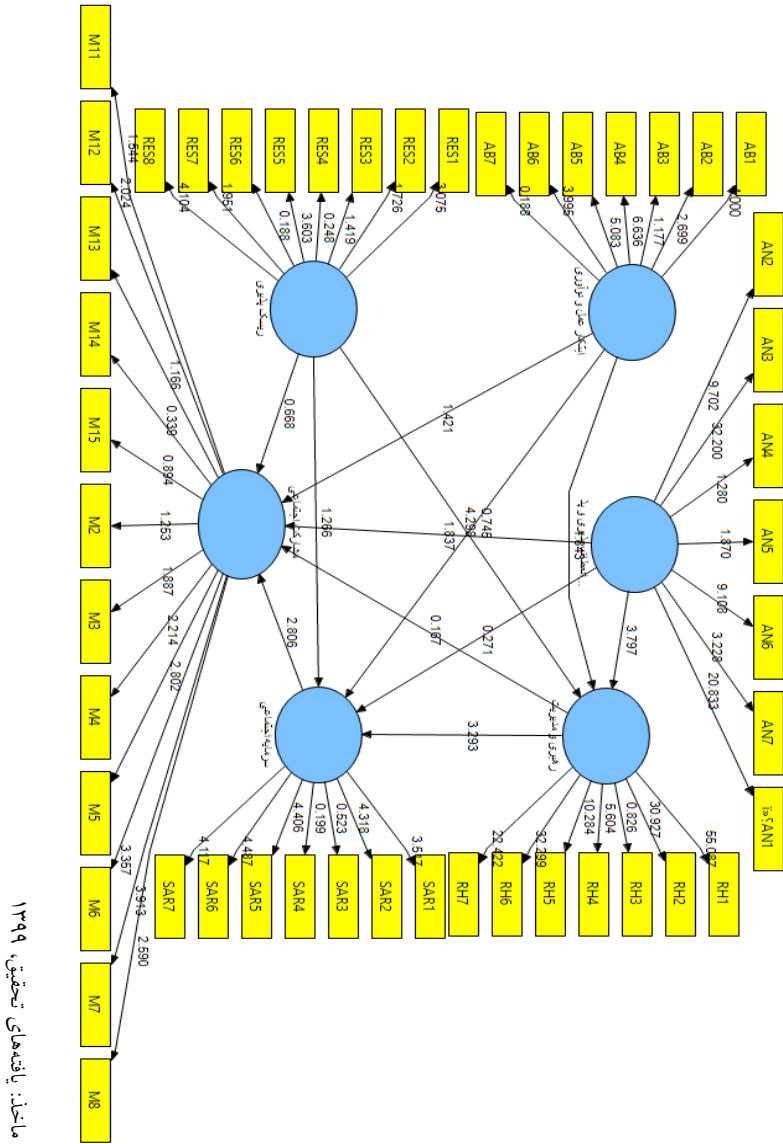
بارهای عاملی را به خود اختصاص دادند و تاثیر زیادی نسبت به سایر مولفه‌های پنهان مورد بررسی در افزایش مشارکت شهروندان با توسعه گردشگری خلاق شهری در محله دردشت اصفهان داشتند. به‌طور کلی، از نظر تحلیل عاملی نیز شاخص‌های سرمایه اجتماعی، ریسک‌پذیری و انعطاف‌پذیری و پذیرش تغییر بیشترین تاثیر را در افزایش مشارکت شهروندان در محله دردشت در زمینه توسعه گردشگری خلاق داشتند (شکل ۳).

جدول (۹): خروجی الگوریتم BT در آزمون مدل معادلات ساختاری

شاخص‌ها	نمونه اصلی (O)	میانگین نمونه (M)	انحراف معیار (STDEV)	خطای استاندارد (STERR)	آماره تی ((O/STDEV))
ابتکار عمل و نوآور -> رهبری و مدیریت	-۰/۱۶۱	-۰/۱۰۰۹	۰/۱۴۸	۰/۱۴۸	۱/۰۸۸
ابتکار عمل و نوآوری -> سرمایه اجتماعی	-۰/۲۵۲	-۰/۰۷۲	۰/۲۷۴	۰/۲۷۴	۰/۹۲۱
ابتکار عمل و نوآوری -> مشارکت اجتماعی	-۰/۲۹۲	-۰/۰۹۴	۰/۲۶۵	۰/۲۶۵	۱/۱۰۴
انعطاف‌پذیری و پذیرش -> رهبری و مدیریت	۰/۳۳۰	۰/۳۶۹	۰/۰۸۷	۰/۰۸۷	۱/۶۹۶
انعطاف‌پذیری و پذیرش -> سرمایه اجتماعی	۰/۱۹۹	۰/۱۵۰	۰/۱۷۵	۰/۱۷۵	۱/۱۳۴
انعطاف‌پذیری و پذیرش -> مشارکت اجتماعی	-۰/۱۳۵	-۰/۰۹۷	۰/۱۱۲۲	۰/۱۱۲۲	۱/۲۰۳
رهبری و مدیریت -> سرمایه اجتماعی	۰/۷۳۲	۰/۶۰۲	۰/۲۴۱	۰/۲۴۱	۳/۰۲۷
رهبری و مدیریت -> مشارکت اجتماعی	۰/۲۹۳	۰/۲۲۷	۰/۱۴۹	۰/۱۴۹	۱/۹۵۶
ریسک‌پذیری -> رهبری و مدیریت	۰/۵۳۱	۰/۵۳۱	۰/۱۱۳	۰/۱۱۳	۱/۶۹۴
ریسک‌پذیری -> سرمایه اجتماعی	-۰/۰۲۴	۰/۰۷۲	۰/۲۵۹	۰/۲۵۹	۰/۰۹۲
ریسک‌پذیری -> مشارکت اجتماعی	-۰/۱۷۶	۰/۰۱۰۹	۰/۳۱۳	۰/۳۱۳	۰/۵۶۲
سرمایه اجتماعی -> مشارکت اجتماعی	۰/۴۳۰	۰/۳۹۳	۰/۱۷۸	۰/۱۷۸	۲/۴۱۲

ماخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹

شکل (۳): بررسی وزنهای عاملی متغیرهای مشاهده‌پذیر



منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹

شاخص ارتباط پیش‌بین (اشتراک افزونگی یا شاخص کیفیت مدل ساختاری) هدف آن بررسی توانایی مدل ساختاری در پیش‌بینی کردن به روش چشم‌پوشی می‌باشد. معروف‌ترین معیار سنجش آن شاخص Q2 استون - گایسلر است. سه مقدار ۰/۱۵، ۰/۰۲ و ۰/۳۵ را به ترتیب به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای این شاخص معرفی کرده‌اند.

با توجه به نتایج شکل ۳ و جدول ۱۰ می‌توان گفت که شاخص‌های ریسک‌پذیری و مشارکت اجتماعی دارای مقادیر «ضعیف»، شاخص‌های ابتکار عمل و نوآوری، انعطاف‌پذیری و پذیرش و سرمایه اجتماعی دارای مقادیر «متوسط» و شاخص «رهبری و مدیریت» دارای مقادیر «قوی» برای تعیین قدرت پیش‌بینی مدل در مورد متغیرهای پنهان درون‌زا هستند.

جدول (۱۰): مقادیر به‌دست‌آمده برای شاخص CV Red

متغیر	SSO	SSE	Q <sup>2</sup> (=1-SSE/SSO)	قضاوت
ابتکار عمل و نوآوری	۷۷۰/۰۰	۶۴۸/۶۸	۰/۱۵۷	بالتر از ۰/۱۵ و متوسط بودن شاخص
انعطاف‌پذیری و پذیرش	۷۷۰/۰۰	۵۸۴/۵۳۶	۰/۲۴۰	بالتر از ۰/۱۵ و متوسط بودن شاخص
رهبری و مدیریت	۷۷۰/۰۰	۴۹۴/۲۵۸	۰/۳۵۸	بالتر از ۰/۳۵ و قوی بودن شاخص
ریسک‌پذیری	۸۸۰/۰۰	۸۴۵/۶۲۱	۰/۰۳۹	بالتر از ۰/۰۲ و ضعیف بودن شاخص
سرمایه اجتماعی	۷۷۰/۰۰	۵۹۹/۷۴۹	۰/۲۲۱	بالتر از ۰/۱۵ و متوسط بودن شاخص
مشارکت اجتماعی	۱۳۲۰/۰۰	۱۱۷۶/۱۲۷	۰/۱۰۸	بالتر از ۰/۰۲ و ضعیف بودن شاخص

ماخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹

در زمینه نیکویی برازش مدل معادلات ساختاری ارائه‌شده در این پژوهش و با عنایت به مقدار بدست‌آمده برای شاخص‌های NFI و Chi-Square، d<sub>G</sub>، d<sub>ULS</sub>، SRMR می‌توان گفت که مدل از مقدار نیکویی برازش خوبی برخوردار است و قابلیت تعمیم به جوامع مشابه را داراست. بنابراین با عنایت به مقادیر به‌دست‌آمده و مدل تحقیق می‌توان گفت که افزایش سرمایه اجتماعی (وجود انسجام اجتماعی، امنیت کافی، اعتماد اجتماعی، مشارکت عمومی و عملکرد نهادهای مردم نهاد و دولتی) و وجود رهبری و مدیریت مناسب در سطح محله در دشت با وجود گسترش پدیده گردشگری خلاق بیشترین تاثیر را در افزایش مشارکت در ابعاد و زمینه‌های مختلف داشته است.

## نتیجه گیری

گردشگری خلاق شکل جدیدی از گردشگری فرهنگی است و به بازدیدکننده‌ها و گردشگران امکان می‌دهد از طریق شرکت فعال در کارگاه‌ها و برنامه‌های آموزشی بومی قابلیت‌های خلاقانه خود را به منصفه ظهور برسانند. گردشگران به جای این که تماشاگر صنایع دستی مردم بومی باشند، در کارگاه‌های تولید این گونه محصولات شرکت می‌کنند و به این ترتیب می‌توانند ضمن پرورش خلاقیت و مهارتشان، با فرهنگ بومی تماس عمیق برقرار کنند. اینگونه فعالیت‌های خلاقانه راه عالی‌ای برای یکی شدن با فرهنگ بومی، کشف استعدادهای نهفته و به یادگار بردن خاطرات هنری هستند. این شیوه در طول یک دهه اخیر از رشد قابل توجهی برخوردار بوده است. در این میان، یکی از مهمترین اثراتی که این نوع از گردشگری در پی داشته است افزایش میزان مشارکت شهروندان در مسائل مختلف و به ویژه توسعه گردشگری بوده است.

مهم‌ترین هدف تحقیق حاضر بررسی نقش گردشگری خلاق در افزایش میزان مشارکت اجتماعی شهروندان در محله دردشت شهر اصفهان بوده است. بافت‌های فرسوده در محله دردشت به دلیل عدم توجه به الزامات کالبدی، اقتصادی، اجتماعی و با از بین رفتن حس تعلق در آنها، زمینه‌های لازم برای آسیب‌های اجتماعی را فراهم آورده‌اند، لذا در راستای سیاست‌های بهسازی و نوسازی، علاوه بر تقویت حس تعلق و مشارکت مردمی، بهبود وضعیت ساکنین از جنبه‌های اقتصادی و اجتماعی نظیر ایجاد فرصت‌های اشتغال و درآمد برای آنها و شرایط کالبدی در زمینه ارتقای کیفیت و ایمنی مسکن و برخورداری آنان از زیرساخت‌ها و خدمات اساسی شهری و تغییر در رویکرد برنامه‌ریزی در مقیاس‌های منطقه‌ای و شهری به منظور بهبود شرایط زیستی ضروری به نظر می‌رسد.

نتایج به دست آمده در زمینه وضعیت شاخص‌های گردشگری خلاق در محله دردشت نشان داد که شاخص‌های ریسک‌پذیری در بین مردم محله با میانگین عددی ۴/۰۱ و آماره تی ۱۲/۴۶، شاخص سرمایه اجتماعی با میانگین ۳/۵۳ و آماره تی ۱۵/۵۰، رهبری و مدیریت با میانگین ۳/۴۴ و ۱۲/۸۹ و شاخص ابتکار عمل و نوآوری با میانگین ۳/۳۹ و آماره ۹/۸۹ بالاتر عدد اندازه آزمون (۳) قرار گرفته و در وضعیت نسبتاً مطلوبی قرار دارند. در این راستا، گردشگری خلاق در محله مورد مطالعه طیف وسیعی از فعالیت‌های مختلف شامل آموزش



صنایع دستی محلی، کوزه‌گری، کاشی‌کاری، ساخت خانه زیست‌بوم سازگار، پخت‌وپز، نقاشی، موسیقی و عبور از مسیرهای باستانی و برگزاری فستیوال‌های مختلف تا تورهای آشنایی با فرهنگ و آثار باستانی در محله هستند، که پایداری اجتماعی — فرهنگی و زیست‌محیطی همچون دستاوردهای اقتصادی و مالی مورد توجه قرار می‌دهد.

علاوه بر این، نتایج به‌دست‌آمده از معادلات ساختاری در نرم افزار PLS در زمینه اثرات توسعه گردشگری خلاق شهری در مشارکت اجتماعی شهروندان نشان داد که شاخص‌های رهبری و مدیریت به میزان ۰/۵۴۸، سرمایه اجتماعی به میزان ۰/۳۸ و مشارکت اجتماعی نیز با میزان ۰/۲۴ از تغییرات متغیر وابسته و توسعه گردشگری خلاق شهری در محله دردشت اصفهان را توضیح می‌دهند و از نظر تأثیرگذاری گردشگری خلاق در افزایش میزان مشارکت اجتماعی اهالی محله دردشت نیز شاخص ابتکار عمل و نوآوری با میزان بتای ۰/۱۸۸-، انعطاف‌پذیری و پذیرش با میزان بتای ۰/۲۱۴-، رهبری و مدیریت با میزان بتای ۰/۰۲۲، ریسک‌پذیری و میزان بتای ۰/۱۵۴- و سرمایه اجتماعی با میزان بتای ۰/۴۳۱، تأثیرات متفاوتی در زمینه افزایش مشارکت شهروندان در زمینه‌های مشارکت مالی، مشارکت ذهنی — معنوی، مشارکت فیزیکی، مشارکت سیاسی و مشارکت ابزاری در سطح محله دردشت اصفهان با توسعه گردشگری خلاق شهری داشتند. همچنین الگوریتم انعطاف‌پذیری و پذیرش >- رهبری و مدیریت با مقدار آماره تی ۳/۷۹، رهبری و مدیریت >- سرمایه اجتماعی با مقدار آماره تی ۳/۰۲، ریسک‌پذیری >- رهبری و مدیریت مقدار آماره تی ۴/۶۹ و سرمایه اجتماعی >- مشارکت اجتماعی با مقدار آماره تی ۲/۴۱ بیشترین تأثیر را در افزایش مشارکت در سطح محله با توسعه گردشگری خلاق داشته‌اند. از نظر توانایی مدل در زمینه پیش‌بینی از شاخص Q2 استون — گایسلر استفاده شد و نتایج نشان داد که شاخص‌های ریسک‌پذیری و مشارکت اجتماعی دارای مقادیر «ضعیف»، شاخص‌های ابتکار عمل و نوآوری، انعطاف‌پذیری و پذیرش و سرمایه اجتماعی دارای مقادیر «متوسط» و شاخص «رهبری و مدیریت» دارای مقادیر «قوی» برای تعیین قدرت پیش‌بینی مدل در مورد متغیرهای پنهان درون‌زا هستند. بنابراین با توجه نتایج تحقیق پیشنهاداتی به شرح زیر ارائه می‌شود:

- ۱) با توجه به اینکه سرمایه اجتماعی نقش زیادی در افزایش مشارکت شهروندان دارد، لذا پیشنهاد می‌شود زمینه‌های مناسب اجتماعی برای پشتیبانی از برنامه‌های تقویت سرمایه اجتماعی در بین افراد محله در دست ایجاد شود.
- ۲) با توجه به ریسک پذیر بودن شهروندان محله در دست پیشنهاد می‌شود از فناوری‌های روز مانند؛ پیام رسان‌های مختلف در فضای مجازی برای افزایش و جلب رضایت اهالی محله برای مشارکت اجتماعی در توسعه طرح‌های گردشگری خلاق و افزایش ریسک‌پذیری و سرمایه اجتماعی شهروندان استفاده شود.
- ۳) با توجه به مناسب بودن وضعیت مدیریت محله در دست پیشنهاد می‌شود همایش‌ها و نشست‌های با عنوان گردشگری خلاق جهت آشنایی بهتر مدیران منطقه و مردم محله در دست با مزایای گردشگری خلاق برگزار شود.

## ORCID

Samane Mosayebi



<https://orcid.org/0000-0003-3708-9929>

Mahdi Mosayebian



<https://orcid.org/0000-0002-5421-3736>

Rizi

## منابع

- اعظمی، موسی؛ جلیلیان، سارا؛ هاشمی امین، ناهید (۱۳۹۴). تحلیل آثار اجتماعی، اقتصادی و محیطی گردشگری پایدار ( مطالعه موردی: روستاهای نوره) مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری چاپ ۱۴: صفحه ۱۵۴-۱۷۴.
- رحیمی، محمد؛ پازند، فاطمه (۱۳۹۵). الگوی گردشگری خلاق شهری در ایران با استفاده از مدل تحلیل سلسله مراتبی، فصلنامه علمی - پژوهشی ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی چاپ ۶ شماره ۱۳ صفحه ۹۷-۱۲۶
- رسولی، رقیه (۱۳۹۵). بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت ساکنین در بهسازی-نوسازی بافت فرسوده (نمونه موردی: محله وردآورد، منطقه ۲۱ شهر تهران). شانزدهمین همایش سیاست‌های توسعه مسکن در ایران، ۱۲ و ۱۳ مهرماه ۱۳۹۵، دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران.
- سپهرنیا، رزیتا (۱۳۹۴). نگرش خلاق به صنعت گردشگری در ارتقاء سرمایه فرهنگی ایران، فصلنامه علمی - پژوهشی ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی چاپ ۴ شماره ۴ صفحه ۵۱-۷۰.
- شفیعی، زاهد؛ فرخیان، فیروزه؛ و میرقدر، لیلیا (۱۳۹۳). اصفهان بعنوان شهر خلاق صنایع دستی با رویکرد توسعه گردشگری، فصلنامه جغرافیا، شماره ۴۳ صفحه ۲۵۱-۲۷۷

قدرجانی، راضیه. قیطرانی، نیما (۱۳۹۱). بررسی روش‌های ارتقاء مشارکت مردمی در بهسازی و نوسازی بافت‌های فرسوده شهری (مطالعه موردی: محله جولان همدان). مجله هفت حصار، سال ۱، شماره ۲

کریم زاده، مصطفی (۱۳۹۳). بررسی تاثیر نرخ ارز بر واردات دو جانبه ایران و ترکیه با استفاده از روش ARDL، انتشارات وزارت علوم چاپ ۲۱ شماره ۸ صفحه ۲۵۸-۳۱۰

مختاری ملک آبادی، رضا؛ سقایی، محسن؛ ایمان، فاطمه (۱۳۹۳). سطح بندی مناطق پانزده گانه شهر اصفهان از لحاظ شاخص‌های شهر خلاق با استفاده از مدل‌های برنامه ریزی منطقه‌ای، مجله پژوهش و برنامه ریزی شهری، چاپ ۵ شماره ۱۶ صفحه ۱۰۵-۱۲۰.

میسون، پیتر (۱۳۹۰). گردشگری. اثرات، برنامه ریزی و مدیریت، ترجمه روزبه میرزایی: انتشارات ترمه.

## References

- Nikbin, S. (2007). Women's cultural participation and family welfare. Tehran. Farhang 5 (18) 33 – 62
- Richards, G., & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism management*, 27(6), 1209- 1223.
- Ross, D. & Saxena, Gunjan. & Correia, Fernando. & Deutz, Pauline. (2017). Archaeological tourism: A creative approach. *Annals of Tourism Research*
- Ross, D. & Saxena, Gunjan. (2019). Participative co-creation of archaeological heritage: Case insights on creative tourism in Alentejo, Portugal. *Annals of Tourism Research*
- Vahida, F. (2004). The Relationship between Family Structure and Social Participation. *tehran: Social Sciences Magazine*
- Arnestein, S.R. (1969). "A Ladder of citizen participation". *AIP Journal*, pp 216-224.
- Azami, Mousa; Jalilian, Sara; Hashemi amin, Nahid (2015). The Analysis of Social, Economic and Environmental Impacts of Sustainable Tourism (Case Study: Noured Villages). *Jouranl Tourism Planning and Development*, No 14. pp. 154-174. [In Persain]
- Briggs, S. (2001). *Successful tourism marketing: a practical handbook*. Kogan Page Publishers
- Callahan, K. (2007). "Citizen Participation: Models and Methods". *International Journal of Public Administration*, 30: 11, pp 1179-1196.
- Campbell, C. (2010). Creative tourism providing a competitive edge. *Tourism Insights*, (February).

- Castro, C. M. D. (2012). New technology and creative tourism: a case study for the city of Porto= As novas tecnologias e o turismo criativo: estudo de caso da cidade do Porto (Doctoral dissertation).
- Ghadrajani, Razieh; Gheitarani, Nima (2012). Investigating the Developing Methods of People's Participation in Regeneration and Restoration of Urban Old Textures (Case Study: Joulan Neighbourhood in Hamedan). *Haft Hesar Journal of Environmental Studies*, 1(2). [In Persian]
- Hall, D and Richards. G. (2000). "Tourism and Sustainable Community Development". London, Routledge
- Hong, J.S., Tsai, C.Y., Yang, T.C., Liu, C.H.C., & Hu, D.C. (2016). Exploring the relationship between proactive personality, work environment and employee creativity among tourism and hospitality employees, *International Journal of Hospitality Management*, 54, 25-38.
- Karimzadeh, Mostafa (2014). The Estimation of Marquez's Bilateral Import Function for Iran and Turkey by Using ARDL, *Journal of Monetary Economic*, 21(8), pp. 258-310. [In Persian]
- Ken, S. (2013). An innovative creative experience model in Creative Tourism, *magazine Parmogan*, 41, 153-174.
- Mason, Peter (2003). *Tourism Impacts, Planning and Management*, Translated by: Mirzaee, Rouzbeh, Tehran:Termeh Publication. [In Persian]
- Mokhtarimalekabadi, Raza; Saghaei, Mohsen; Iman, Fatemeh (2014). Classification of Fifteen Regions in Isfahan City based on the Creative City Indicator Using Models in Regional Planning, *Research and Urban Planning Journal*, 5(16), pp. 105-120. [In Persian]
- Pourzakarya, M, Fadaei Nezhad, S & Jerdi, B. (2018). Towards developing a cultural and creative quarter: Culture-led regeneration of the historical district of Rasht Great Bazaar, Iran. *Land Use Policy*
- Rahimi, Mohammad; Pazand, Fatemeh (2016). Patterns of the Urban Creative Tourism Using a Proposal Pattern for Iran(AHP). *Innovation and Creative Human Sciences Quarterly*, 6(13). pp. 97-126. [In Persian]
- Rasouli, Roghayeh (2016). Investigating the Influencial Factors in Resident Participation in Regeneration and Restoration of Old Texture (Case Study: Vardavard Neighbourhood, Tehran Municipality Zone 21). *16th Conference of the Housing Development Policy in Iran*, Oct. 3rd and 4th, 2016, Economic Faculty of University of Tehran. [In Persian]
- Richards G. & Marques L. (2012). *Exploring Creative Tourism: Editors Introduction*, *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 4 (2): 1\_11.
- Richards, G. W., & Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS news*, 23, 16-20.
- Richards, Greg. (2014). Creativity and tourism in the city, *Current Issues in Tourism*, 17:2,119-144, <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.783794>

- Rusentraub, M.S., Joo, M. (2009). Tourism and economic development: Which investments produce gains for regions, *Tourism Management*, 30(2), 759-770.
- Sepehrnia, Rozita (2015). A Creative Approach to Tourism Industry to Improve Cultural Capital of Iran. *Innovation and Creative Human Sciences Quarterly*, 4(4), pp. 51-70. [In Persain]
- Shafeei, Zahed; Farokhian, Firouzeh; and Mirghadar, Leila (2014). Isfahan as a Creative City in Handicraft with Tourism Development Approach, *Geography Quarterly*, 43, pp. 251-277. [In Persain]
- Tan, S. K., Kung, S. F., & Luh, D. B. (2013). A model of 'creative experience' in creative tourism. *Annals of tourism research*, 41, 153-174.
- UNESCO. (2006). UNESCO Creative Cities Network (2006) Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism: Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism Santa Fe, New Mexico, U.S.A. October 25-27, 2006. Available from: [http://portal.unesco.org/culture/fr/es/34633/11848588553oct2006\\_meeting\\_report.pdf/oct2/06\\_meeting\\_report.pdf](http://portal.unesco.org/culture/fr/es/34633/11848588553oct2006_meeting_report.pdf/oct2/06_meeting_report.pdf)
- Vasilva, R. (2010). Business Model in Creative Tourism, *Journal of the Black Sea Tourism Association*. 12 (17), 74-89
- Voss, c. (2004). Trends in the experience and Service Economy: The Experience Profit Cycle.

---

استناد به این مقاله: مسیبانی ریزی، مهدی، (۱۴۰۰)، تحلیل نقش توسعه گردشگری خلاق شهری در افزایش مشارکت اجتماعی شهروندان، عنوان فصلنامه مطالعات گردشگری، (۵۵)، ۳۱۹-۳۵۵.



Tourism Management Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.