

## الگوپژوهی گردشگری خلاق در راستای بازآفرینی بافت‌های تاریخی

(مورد کاوی: محله گلستان سبزوار)

محسن کفاش، دانشجوی دکتری شهرسازی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران<sup>۱</sup>

**mo.kaffash@gmail.com**

سیدمحمد رشتیان، استادیار گروه شهرسازی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران (مسئول)

**sm.rashtiyani@gmail.com**

ناصر حسن پور کارزرونی، استادیار گروه شهرسازی، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران

**n.hasanpur@gmail.com**

### چکیده:

هسته‌ی مرکزی شهرها نقطه آغازین فرهنگ و خلقت هر شهر می‌باشد که خود را به عنوان هویت و شناسنامه شهر معرفی می‌کند فرسودگی و ناکارآمدی بافت‌های تاریخی در مرور زمان، لزوم توجه به این بافت‌ها را دوچندان میکند. بازآفرینی فیزیکی و کالبدی در سالهای اخیر نتوانسته آنچنان که باید سبب بهبود و حیات بخشی واقعی به این بافت‌ها گردد. توجه به پتانسیل‌های تاریخی و فرهنگی با تاکید بر فرهنگ مردمان مقیم، همان چیز است که گردشگری خلاق به عنوان راهکاری موفق در بازآفرینی تاریخی مطرح میکند. هدف این پژوهش شناسایی عوامل مؤثر در الگوی گردشگری خلاق مبتنی بر رویکرد بازآفرینی بافت تاریخی در محله گلستان سبزوار است. روش تحقیق مقاله حاضر، توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر مطالعات پیمایشی با استفاده از ابزار پرسشنامه

---

<sup>۱</sup>مقاله حاضر برگرفته از رساله دکتری محسن کفاش با عنوان "الگوپژوهی گردشگری خلاق شهری در راستای فرآیند بازآفرینی بافت تاریخی شهر (مورد کاوی محله گلستان سبزوار)" میباشد.

است. جامعه آماری تحقیق را ساکنان کوی گلستان شهر سبزوار تشکیل میدهند که بالغ بر ۵۸۰۰ نفر بوده است. بر اساس محاسبه فرمول کوکران، حجم نمونه به تعداد ۳۸۰ نفر محاسبه شد. ابزار گردآوری دادهها، پرسشنامه بوده که روایی آن از طریق جامعه نخبگان تأیید و پایایی نیز از طریق آلفای کرونباخ با ضریب ۰/۹۲ تأیید شد. نهایتاً الگوی گردشگری خلاق مبتنی بر رویکرد بازآفرینی تاریخی از ۶ معیار مهم و تاثیر گذار شامل: مشارکت، جاذبهها و صنایع فرهنگی، نوآوری و خلق ارزش، حفاظت میراث فرهنگی، اقتصاد خلاق و تسهیلات رفاهی تدوین گردید که با استفاده از آزمون فریدمن و روش تاکسونومی صنایع فرهنگی و نوآوری در بافت تاریخی محله گلستان سبزوار بیشترین تاثیر را در حیات بخشی موثر دارد. الگوی گردشگری خلاق می‌تواند، با بهره‌گیری از صنایع فرهنگی بر ظرفیت بالقوه فرایندهای خلاق در بافت تاریخی شهر، سبب رشد اقتصاد خلاق شود و امکان مشارکت بین گردشگران و ساکنان را فراهم آورده و سبب حیات بخشی موثر در بازآفرینی بافت تاریخی گردد.

مقدمه:

هسته‌ی مرکزی شهرها نقطه آغازین فرهنگ و خلقت هر شهر می‌باشد که خود را به عنوان هویت و شناسنامه شهر معرفی می‌کند، از همین رو در کشورهای توسعه‌یافته از جمله آمریکا و اروپا بازآفرینی بافت تاریخی و قدیمی شهرها از ضروریات و نکات مهم قابل بررسی در حوزه شهری به شمار می‌آید. آنچه در تمام رویکردها و نظریات در خصوص بازآفرینی مراکز تاریخی و قدیمی شهرها در تجارب جهانی به چشم می‌آید ارتقا و بهبود کالبد و فیزیک در قالب سیاستهای نوسازی و بازسازی است که اغلب منجر به شکست و عدم دستیابی به مفهوم بازآفرینی و حیات بخشی به نقاط تاریخی و قدیمی شهر گردیده است (Thiel, 2015)

امروزه شهرهای تاریخی ایران، به رغم پیشینه درخشان‌شان با مشکلات متعددی روبه رو هستند و هسته این شهرها به دلیل مشکلات کالبدی- فعالیتی از پرمسأله‌ترین نقاط شهری هستند. به منظور حل مشکلات

ناشی از پدیده افت شهری راهبردها و نظریات مختلفی ارائه شده‌اند که در رهیافت بازآفرینی شهری خلاصه می‌شوند (ایزدی و دیگران، ۱۳۹۵). این در حالیست که در عمل، فرایندهای بازآفرینی شهری در کشور ما متأثر از سیاست‌های کالبدی و رویکرد مدیریتی از بالا به پایین بوده و به مقیاس فراملی در این فرایندها توجه اندکی شده است. به بیان دیگر، عدم توجه به رویکردهای محلی و خلاقانه و کاربست رویکردهای مدیریتی تکراری و اتوکراتیک در بافت‌های فرسوده و تاریخی شهرهای ایران به تشدید معضلات بافت فرسوده و تاریخی شهرها دامن زده است. (رفیعیان، ۱۳۹۵) یکی از راهکارهای متفاوت و خلاقانه در حیات بخشی به بافت‌های تاریخی و قدیمی شهرها گردشگری خلاق می‌باشد.

ایده گردشگری خلاق، موضوعی نسبتاً نو در ادبیات گردشگری است. گردشگری خلاق از ۱۹۹۰ و در نتیجه‌ی گذار از دوران صنعتی به دوران خلاقیت شکل گرفت (ریچاردز و ویلسون، ۲۰۰۶). آنچه از دل گردشگری خلاق بیرون می‌آید به شکل تجربه‌های عملی و مدل‌های جدید تعامل با جامعه بومی ارائه می‌گردد (ریچاردز، ۲۰۱۶). به تبعیت از تغییرات متعددی که در اشکال گردشگری ایجاد شد، مدل‌ها و نظریات برنامه‌ریزی در حوزه گردشگری خلاق در سراسر جهان وجود دارد. شکل اول شهر خلاق حال حاضر، دو الگوی مدیریت در گردشگری خلاق در سراسر جهان وجود دارد. شکل اول شهر خلاق است (ریچاردز و ویلسون، ۲۰۰۶) و شکل دوم نمایش زندگی روزمره، حالت عادی یک شهر و محله‌هاست (میتلند و نیومن، ۲۰۰۴؛ بوابان، ۲۰۱۶). از آنجا که گردشگری خلاق در مناطق شهری خاصه بافت‌های تاریخی و فرسوده گزینه مناسبی برای توسعه و بازآفرینی به نظر می‌رسد، توجه به روند صحیح برنامه‌ریزی و بایدها و نبایدهای فرایند آن ضروری است. گردشگری خلاق در واقع شکل جدیدی از گردشگری است و این توانایی را دارد که مدل‌های موجود توسعه گردشگری را تغییر داده و در ایجاد تنوع و نوآوری در تجربه گردشگری کمک نماید. همیسن رویه سبب رونق اقتصادی در بافت و به تبع آن حیات بخشی موثر گردد. (رضوانی، ۱۴۰۱). پرداختن به این موضوع که ماهیت گردشگری خلاق چیست، به چه روش یا روش‌های برنامه‌ریزی، قابلیت اجرا می‌یابد، در دامنه برنامه‌ریزی آن، به چه مسائلی باید توجه شود و یا چه کسانی در آن درگیرند، موضوعی است که به شکل متمرکز در پژوهش‌ها به آن پرداخته شده ولی شکاف اصلی مطالعاتی در این حوزه، شناخت مولفه‌های تاثیرگذار و میزان

تاثیرگذاری هر یک میباید. (رضوانی، ۱۴۰۱). بر همین اساس هدف پژوهش پیش رو، شناسایی مولفه‌های تاثیرگذار گردشگری خلاق براساس مطالعات و تجارب موفق و پیشین است که در توسعه مفهوم گردشگری خلاق در جهت بازآفرینی بافت‌های تاریخی نقش داشته است.

مبانی نظری:

بافت شهری گستره هم پیوندی است که از ریخت شناسی های متفاوت طی دوران حیات شهری در داخل محدوده شهر و حاشیه آن درتداوم و پیوند با شهر شکل گرفته باشند. این گستره می تواند از بناها، مجموعه ها، راه ها، فضاهای شهری، تأسیسات و تجهیزات شهری و یا ترکیبی از آنها تشکیل شده باشد (شفاهی، ۲۰۰۵) برخی از صاحب نظران نیز بافت یک شهر را شامل تمامی عناصر و اجزای کالبدی شهر اعم از گونه های مختلف ساختمانی، فضاهای باز شهری و غیره فارغ از جنبه های اجتماعی، اقتصادی، محیطی و فرهنگی اش می دانند؛ در صورتی که بافت شهری تنها در سازمان کالبدی آن خلاصه نمی شود. آن چه در این بافت ها معنا دارد، ارزش های فضایی است که نسل ها با رفتارهای اجتماعی- فرهنگی خویش به آن تبلور بخشیده‌اند. تجربه شهر اهمیت دارد و نه چارچوب کالبدی آن. (اعظمی، ۱۳۹۸) فرسودگی یکی از مهم ترین مسائلی است که بافت های شهری بدان مبتلا می شوند و باعث بی سازمانی، عدم تعادل، عدم تناسب و بیقوارگی بافت‌های شهری می شود. فرسودگی عاملی است که باعث زدودن خاطره های جمعی، افول حیات شهری واقعی و شکل گرفتن حیات شهری روزمره میشود. همچنین با کاهش عمر اثر و با شتابی کم و بیش تند، باعث حرکت سریع به سوی نقطه پایانی اثر میشود(مقصودی ۲۰۱۸) فرسودگی را می توان حالتی از حیات شهری دانست که بافت پویای شهری در یک وضعیت ایستا قرارگیرد و پویایی و تحول های مثبت و سازنده را تجربه نکند و هرگونه تغییر جدید در بافت هم در جهت تنزل کیفیت شهر و فضای شهری صورت گیرد. (جعفرخانی، ۱۴۰۰)

رویکرد بازآفرینی شهری تنها به دنبال باززنده سازی مناطق متروکه نیست، بلکه با مباحث گسترده‌تری همچون اقتصاد رقابتی و کیفیت زندگی به خصوص برای کسانی که در محله های فقیرنشین زندگی می کنند، سروکار دارد. به صورت ایده آل، بازآفرینی شهری مشتمل بر فرموله کردن اهداف سیاسی، اجرای

آن از طریق برنامه های اجرایی و بازنمایی مداوم عملکرد است. واژه **Regeneration** از ریشه فعل **Regenerate** به معنای احیاء کردن، جان دوباره بخشیدن، احیاء شدن و از نو رشد کردن گرفته شده است. در مطالعه های شهری به معنای احیاء، تجدید حیات، معاصر سازی و بازآفرینی به کار می رود. این رویکرد مفهوم جامعی است که به معنای بهبود وضعیت نواحی محروم در جنبه های اقتصادی، کالبدی، اجتماعی و فرهنگی می باشد. بنابراین بازآفرینی شهری عبارت است از: دید جامع و یکپارچه و مجموعه اقدام هایی که به حل مسائل شهری منجر می شود، به طوری که بهبود دائمی در شرایط اقتصادی، کالبدی، اجتماعی و زیست محیطی ناحیه ای را که دستخوش تغییر شده، فراهم کند. (مدیری، ۱۴۰۰) نظریه پردازان شهری "گردشگری خلاق" را نسل جدیدی از گردشگری بعد از نسل اول: "گردشگری ساحل" (سفر اوقات فراغت و برای استراحت) و نسل دوم: گردشگری فرهنگی (متمایل به فرهنگ و موزه ها) قلمداد می کنند. "گردشگری خلاق" بر انجام فعالیت های تجربی و تعامل عمیق تر با زندگی واقعی فرهنگی و تاریخی در شهرها تمرکز می کند. گردشگری خلاق تنها بر پایه ی جاذبه های کالبدی و میراثی نیست بلکه در قالب ایجاد و اشاعه ی همه جانبه ی صنایع فرهنگی رخ داده است. صنایع خلاق و فرهنگی عامل خلق، تولید، تجاری سازی ارزش ها، استعدادها و جاذبه های گردشگری هستند و زمینه های لازم را برای حضور گردشگر فراهم می نمایند. زمانی که سخن از صنایع فرهنگی به میان می آید منظور تجلیات فرهنگی-سنتی، مکان های مبتنی بر تاریخ و فرهنگ، هنرهای تجسمی و تولیدات فرهنگی و خدمات خلاق است که با پرورش و تاکید بر آن اقتصاد خلاق رونق می گیرد. "گردشگری خلاق" مبتنی بر فعالیت های تجربی و تعامل عمیق با سبک زندگی جامعه ی مقصد است. موضوع جالب این است که اتفاقاً تعریف "میراث ناملموس" شامل سنت های شفاهی، هنرهای تجسمی، آیین و رویداد، دانش و تجربیات مرتبط با صنایع سنتی است که با مضامین "گردشگری خلاق" همبستگی فراوانی دارد. در واقع با توجه به "میراث ناملموس" یک جامعه است که می توان یک گردشگر را به مثابه ی یک عنصر اقتصادی پویا در بافت های دارای میراث ارزشمند تاریخی فرهنگی دانست که سبب بازآفرینی و حیات دوباره به بافت های تاریخی و قدیمی می شود. (پژوهان، ۱۳۹۹)

پیشینه پژوهش:

گروداچ (۲۰۱۹) در مقاله خود سیاستهای شکل دهی شهر خالق را واکاوی و بیان مینماید که در طول دو دهه گذشته سیاستهای فرهنگی شهری در شهرها بسیار بااهمیت تر شده است. گروداچ هنر و فرهنگ را علت مصرف و توسعه داراییها و صنایع دانش میداند. همچنین، اشاره میکند که مفهوم شهر خلاق زبان سیاستی جدید و توجیهی برای پیوستن سیاست فرهنگی به برنامه‌های سیاست شهری است و در سیاست توسعه شهری این سیاستگذارهای فرهنگی نقش مهمی دارند.

کاکیوچی (۲۰۱۸) در مقاله خود با نام «شهرهای فرهنگی خلاق در ژاپن: واقعیت، چشمانداز» به این نتیجه رسیده است که ارتقای صنایع دستی سنتی و دیگر اقدامات ظرفیت‌ساز که به افزایش جذابیت شهر کمک میکند به طور غیرمستقیم از لوازم خدمات رسان گردشگری فرهنگی است. بنابراین، سیاست شهر خلاق میتواند دارایی‌های فرهنگی را افزایش دهد و به تغییر مدل‌های رشد قبلی به یک مدل خدمات رسان و پایدار کمک کند.

پاپالو و میتلند و اسمیت (۲۰۱۸) در تحقیقی به این نتیجه رسیدند که خوشه‌های خلاق در توسعه گردشگری خلاق نقش مهمی دارند؛ به این صورت که تمرکز صنایع خلاق فرصت‌هایی برای مصرف و انباشت سرمایه فرهنگی مهیا می‌سازد و عواملی مانند ریخت‌شناسی، فعالیتهای روزمره، اصالت منطقه، جو نامتعارف، و تصویر ذهنی معرکه گردشگری خلاق را پشتیبانی میکند.

زنگ و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که تفاوت معناداری میان تقاضای گردشگران برای گردشگری خلاق فرهنگی بر اساس ویژگیهای جمعیتی و خصوصیات رفتاری گردشگری وجود دارد که بیشتر تحت تأثیر سن و درآمد ماهیانه است و متغیرهایی مانند جنس، شغل، پیش زمینه تحصیلات، زمان ورود، و شیوه‌های سفر کمترین تأثیر را دارد.

هورنگ و همکاران (۲۰۱۶) کلید موفقیت در صنعت رقابتی گردشگری تأمین تقاضاهای گردشگران از طریق ارائه محصول و خدمات خلاق است.

احمد پوراحمد (۱۳۹۹) در حوزه نقش گردشگری خلاق در بازآفرینی بافت تاریخی نمایش‌های عروسکی، شاخص تبلیغات و شاخص نقاشی در کنار جاذبه‌های تاریخی منطقه، از مهم‌ترین عوامل و اولویت‌های صنایع فرهنگی میدانند. احمد پوراحمد (۱۴۰۱) در تبیین الگوی بازآفرینی بافت تاریخی گردشگری را عاملی در راستای رشد اقتصادی دانسته و معتقد است به تبع آن بعد اجتماعی- فرهنگی، حس مکان و امنیت فضا را افزایش می‌دهد. میثم بصیرت (۱۴۰۱) به تبیین چارچوب بهینه تحقق‌پذیری بازآفرینی خلاق در بافت تاریخی تهران پرداخته و معتقد است که بافت تاریخی تهران با دوگانه‌ای از دارایی‌ها و محدودیت‌های ساختاری در مواجهه و تحقق رویکرد بازآفرینی خلاق روبه‌رو است. در چنین شرایطی رویکرد بازآفرینی خلاق می‌تواند به الگویی مناسب برای بافت تاریخی و به موتوری برای توسعه اقتصادی و فرهنگی شهر تهران تبدیل شود. رحمت اله فرهودی (۱۳۹۹) در بررسی گونه‌های گردشگری مؤثر بر بازآفرینی بافتهای تاریخی باید با الویت‌دهی به گردشگری تاریخی، فرهنگی، هنری، خلاق، اجتماعی، تفریحی، غذا صورت پذیرد. موسی پژوهان، (۱۳۹۸) در برنامه ریزی راهبردی گردشگری شهری با رویکرد بازآفرینی فرهنگ مبنا در بافت‌های تاریخی، بافت قدیم با وجود دارا بودن منابع فرهنگی درون خود، به دلیل ضعف زیرساخت‌های گردشگری فرهنگی و عدم خلاقیت در کاربست فرهنگ و هنر در فرایند بازآفرینی فرهنگ مبنا نتوانسته از این منابع محلی بهره جوید. ایجاد جاذبه‌های گردشگری نو و متفاوت با احیای سنت‌های آیینی و بومی بافت و ارائه به گردشگران، بهسازی بناهای تاریخی با تزریق فعالیت‌های جاذب برای گردشگران سبب بازآفرینی موفق در بافتها میگردد. ابوالفضل مشکینی (۱۳۹۷) کانونهای محرک توسعه خلاق در بافت تاریخی را توجه به ابعاد جاذب گردشگری میدانند. علی قاسمی، (۱۳۹۷) طراحی بافت تاریخی با استفاده از رویکرد گردشگری ادبی، فضاهای شهری واقعی گذشته را از داستان‌ها، رمان‌ها و روایت‌ها، بازنمایی شده و بعد از پی بردن به شکل صحیح این فضاها در گذشته، براساس تصویر موجود از آنها و ابرازهای طراحی در هویت بخشی ادبی بافت‌های تاریخی، به طراحی پرداخته شده است. بدین ترتیب می‌توان حس مکان، هویت، معنا، خاطرات جمعی از دست رفته این فضاها را دوباره بازگرداند. احمد رضا یزدانی (۱۴۰۰) نقش بازآفرینی شهری با رویکرد گردشگری را در

راهبردهای رقابتی بیشترین مساحت را در نیاز به بازآفرینی منطقه به خود اختصاص دادند. این نشان می‌دهد که وضعیت نهایی راهبردی منطقه بیشتر به سوی راهبردهای تنوع یعنی بهره‌گیری از پتانسیلهای منطقه در راستای غلبه بر تهدیدهای احتمالی تمایل دارد که در برنامه ریزیهای مربوط بایستی بیشترین تمرکز بر این بخش معطوف گردد. قاسم رحیمی فرد (۱۴۰۱) بین بازآفرینی و شاخص‌های شهر خلاق و میزان تحقق‌پذیری گردشگری خلاق شهری رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.

روش تحقیق:

مقاله حاضر به لحاظ رویکرد، استقرایی؛ به لحاظ روش، اسنادی - کتابخانه‌ای و میدانی؛ از نظر زمانی، مقطعی و از نظر نوع داده، کمی - کیفی است. با توجه به موضوع و هدف پژوهش، ابزار تحقیق، پرسشنامه بوده که پس از بررسی دقیق اسناد و تجارب موفق و بررسی دقیقتر مصاحبه‌ها با کارشناسان و نخبگان حوزه مورد پژوهش ۶ معیار اصلی حاصل گردید که معیارهای مذکور در قالب ۴۴ سوال جهت میزان اهمیت و رتبه‌بندی در میان جامعه پژوهش مورد بررسی قرار گرفت. که با استفاده از آرای متخصصان و تکنیک دلفی، نهایی شده و عملیات پرسش‌گر وارد فاز اجرایی گردیده است. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده و تعداد ۳۸۰ مورد به عنوان حجم نهایی نمونه برای تحقیق تعیین شدند و شیوه انتخاب پاسخگویان از میان ساکنان محدوده مورد مطالعه، با نمونه‌گیری تصادفی انجام شده است. برای پردازش و تحلیل داده‌های آماری، با استفاده از نرم افزار SPSS و روش‌های تاکسونومی و فریدمن و به رتبه‌بندی متغیرها و تعیین سطح و درجه اهمیت آنها پرداخته می‌شود.



محدوده مورد مطالعه:

محدوده مورد مطالعه این پژوهش، محله گلستان شهرستان سبزوار است. این منطقه با وسعت تقریبی هفت هکتار در مرکز شهر سبزوار واقع شده است. باوجود همجواری این بافت با یکی از محورهای تجاری و بازار اصلی شهر سبزوار، میزان تعاملات اجتماعی و مبادلات اقتصادی ساکنان این بافت با سایر مردم شهر بسیار کم است. در دانه‌بندیهای قطعات بافت، تداخل کاربریهای تجاری و مسکونی به کاهش این تعاملات و مبادلات اقتصادی دامن میزند. قبل از خیابان کشیها در محدوده فعلی بافت، چهار محله به نامهای غربتها، الداغی، پادرخت و زرگرها موجود بوده است. بعد از خیابان کشیها، سه محله به نامهای غربتها، الداغی و پادرخت، در حصار خیابانهای اصیل (بیهق، اسرار، عظاملک و مدرس) قرار گرفتند و تعریف جدیدی از محله‌بندی ارائه شد که در لفظ محلی به نام محله غربتها، غرشمار یا غیرشمار معروف است. امروزه به این محله، کوی گلستان میگویند. امروزه در بخش غربی خیابان اسرار مرکزی (از چهار راه امام زاده یحیی به سوی جنوب) به فاصله حدود ۲۰۰ متر، محل‌هایی است که به نام محله کولی‌ها یا غرشمار معروف شده است. محله کوی گلستان جایی پر سر و صداست و صدای پتک و تبر و تیشه در کارگاههای آن با فریاد مردمانش در هم آمیخته شده است. به هر حال جمعیت این محله را مهاجرین دوره گرد قدیمی تشکیل داده‌اند و در حالی که در شهر سبزوار ساکن شده‌اند، باز هم برخی از آنان در فصول بهره‌برداری جو و گندم برای تعمیر وسایل درو و کشت و کار به روستاها روان می‌شوند. در پائین این محله (کوی گلستان) سرای معمار زاده (در میدان اناریهای قدیم) و در سمت مشرق خیابان اسرار مرکزی، سرای شازده و پائین‌تر از این دو کاروانسراهای دیگری وجود دارند که هم از لحاظ خرید و فروش پشم و پنبه و پوست و کرک و مو و تمیز کردن و درجه‌بندی تخمه هندوانه در حال فعالیت می‌باشند. غربت‌های سبزوار را می‌توان به سه دسته تقسیم کرد. دسته اول که به آنها غربت‌های ترشیشی (ترشیزی) گفته می‌شود. از کاشمر به سبزوار آمده‌اند و در محله‌هایی به نام کوشک در سبزوار سکنی گزیده‌اند و در حال حاضر به شهر تهران رفته‌اند. این گروه همگی آهنگر بودند. دسته دوم که به آنها

غربت‌های کوه‌میش گفته می‌شود و به گفته خودشان از کوه میش، که منطقه‌ای در بخش ششتمد سبزوار است به شهر سبزوار آمده و در کوچه‌های خیابان رضوی سکنی گزیده‌اند. در محل زندگی آنان غیر غربت هم زندگی می‌کند. دسته سوم که از تمام غربت‌های خراسان منسجم‌تر هستند. این دسته در غرب خیابان اسرار جنوبی (کوی گلستان) زندگی می‌کنند و در محلشان غیر غربت وجود ندارد.

آمار جمع‌آوری شده از خانوارهای کوی گلستان نشان می‌دهد که نسبت جنسی ساکنان کوی گلستان مشابه جمعیت شهر سبزوار می‌باشد (۵۱ درصد مرد ۴۹ درصد زن).

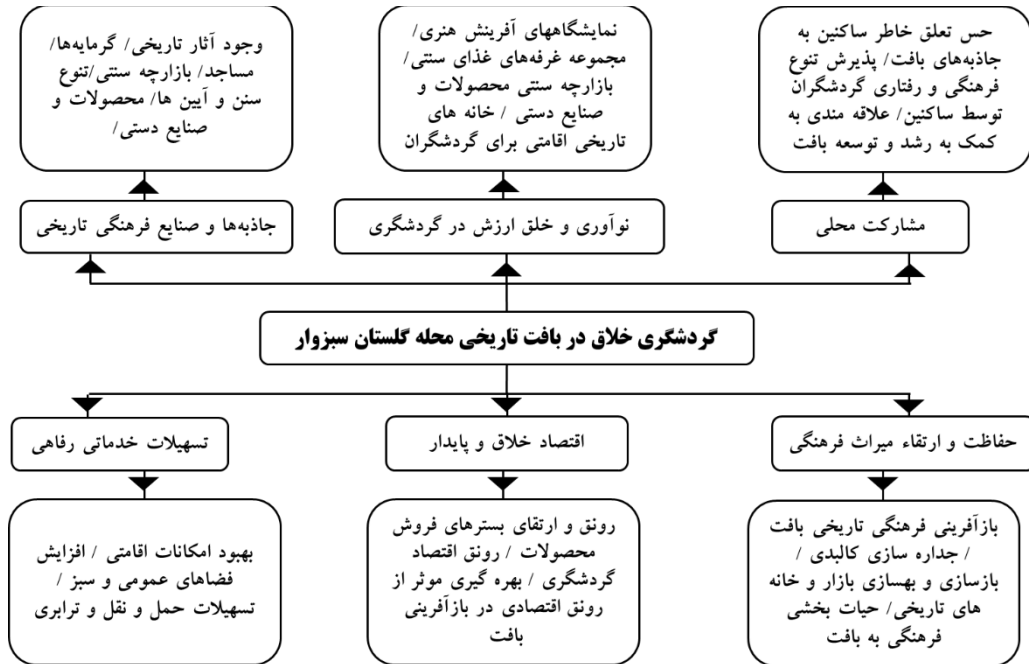
مطالعه جامعه ساکن در کوی گلستان سبزوار نشان می‌دهد که سطح سواد متوسط است. به طوری که ۱۰ درصد جامعه بی‌سوادند، در حالی که حدود ۵۲ درصد آنان دارای تحصیلات سیکل می‌باشند. ۳۸ درصد آنان تحصیلاتشان در سطح آموزش عالی است.

تصویر ۱: موقعیت کوی گلستان در نقشه شهر سبزوار



یافته های تحقیق:

تصویر شماره ۲: مدل مفهومی معیارهای حاصله جهت استفاده در پرسشنامه



پایایی و روایی پرسشنامه:

در این بخش ۴۴ سوال که در قالب شش عامل و شاخص عامل مشارکت، جاذبه‌های فرهنگی و ابنیه تاریخی، بازسازی و مرمت‌های صورت گرفته، نوآوری و خلق ارزش در گردشگری، اطلاع رسانی و تبلیغات و تسهیلات رفاهی خدماتی با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی تدوین شده اند. حجم نمونه مورد بررسی با استفاده از نرم افزار سمپل پاور تعیین شده است که با در نظر گرفتن میانگین ۳/۲ برای فرض صفر، میانگین ۳ برای فرض یک، انحراف معیار قابل قبول برای طیف لیکرت به مقدار

۱، سطح اطمینان ۰.۹۵، حداقل توان آزمون ۰.۸ و حداکثر بتا ۰.۲ حجم نمونه ای به تعداد ۳۸۰ نفر محاسبه شده است. برای حصول روایی، ابزار پژوهش در اختیار متخصصان و اساتید دانشگاه قرار گرفته و پس از انجام اصلاحات پیشنهادی به روایی لازم دست یافت. اطمینان از پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای صورت گرفته است. به این منظور در ابتدا ۳۰ پرسشنامه به صورت پایلوت بین جامعه نمونه به صورت تصادفی توزیع شد. نتایج آلفای محاسبه شده به مقدار ۰/۹۲۳ تأیید کننده پایایی و قابلیت اطمینان ابزار تحقیق است. جدول زیر میزان آلفای محاسبه شده به تفکیک عوامل مورد بررسی گزارش شده است.

جدول شماره ۱: میزان آلفای محاسبه شده به تفکیک عوامل

عامل	آلفا	شاخص	آلفا
گردشگری خلاق در بافت تاریخی محل گلستان	۰/۹۲۳	مشارکت	۰/۹۴۱
		جاذبه های فرهنگی و ابنیه تاریخی	۰/۸۸۷
		بازسازی و مرمت های صورت گرفته	۰/۹۲۹
		نوآوری و خلق ارزش در گردشگری	۰/۹۳۱
		اطلاع رسانی و تبلیغات	۰/۸۸۳
		تسهیلات رفاهی خدماتی	۰/۹۶۷

### سنجش معناداری داده ها

برای اینکه مشخص شود توزیع نمونه نرمال بوده یا نه از آزمون کلموگراف اسمیرونوف استفاده شد. مبنای تعیین معناداری، سطح کمتر از ۰/۰۵ است. با توجه به اعداد به دست آمده برای معیار تصمیم که کمتر از عدد ۰/۰۵ و برابر با ۰/۰۰۰ است، میتوان نتیجه گرفت که توزیع داده ها غیرنرمال است؛

چراکه همه اعداد به دست آمده در جدول کمتر از ۰/۰۵ میباشد و این نشان دهنده توزیع غیرنرمال شاخصها است. لذا از آزمونهای غیرپارامتریک استفاده شده است.

جدول ۲: سنجش معناداری نرمال بودن توزیع دادهها

متغیر	مشارکت	نوآوری و خلق ارزش	جاذبهها و صنایع صنایع فرهنگی تاریخی	حفاظت و ارتقا میراث تاریخی	اقتصاد خلاق و پایدار	تسهیلات خدماتی رفاهی
تعداد	۳۸۰	۳۸۰	۳۸۰	۳۸۰	۳۸۰	۳۸۰
آمار کلموگراف-اسمیرونوف	۰/۷۶۵	۰/۲۱۰	۰/۹۵۰	۰/۲۱۵	۰/۲۱۰	۰/۲۱۲
معناداری	۰/۰۰۴	۰/۰۰۰	۰/۰۱۹	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

### تحلیل توصیفی متغیرهای مورد بررسی

برای متغیرهای مورد نظر برای گردشگری خلاق (منتج از ادبیات نظری و پیشینه تحقیق)، معیارهای مرکزی (میانگین، میانه و مد) و پراکندگی (انحراف استاندارد و واریانس) محاسبه و به تفکیک متغیرها، در جدول زیر آمده است:

جدول ۳: معیارهای مرکزی و پراکندگی مولفهها

میانگین کلیه متغیرهای مورد نظر بالاتر از ۳ (میانگین مورد پژوهش) است که بیانگر بالاتر بودن نظر

متغیر	مشارکت	نوآوری و خلق ارزش	جاذبه‌ها و صنایع صنایع فرهنگی تاریخی	حفاظت و ارتقا میراث تاریخی	اقتصاد خلاق و پایدار	تسهیلات خدماتی رفاهی
تعداد	۳۸۰	۳۸۰	۳۸۰	۳۸۰	۳۸۰	۳۸۰
میانگین	۳/۰۹	۳/۲۴	۳/۰۸	۳/۲۴	۳/۳۸	۳/۴۹
میانه	۳/۱۶۶	۳/۳۳۲	۳/۰۰۰	۳/۲۴۹	۳/۲۴۹	۳/۴۹۹
مد	۳/۰۰۰	۳/۳۳۲	۳/۰۰۰	۳/۰۰۰	۳/۴۹۹	۳/۴۹۹
انحراف	۰/۶۰۹	۰/۸۷۰	۰/۶۴۴	۰/۷۶۱	۰/۸۱۱	۰/۸۸۰
واریانس	۰/۳۷۲	۰/۷۵۷	۰/۴۱۵	۰/۵۸۰	۰/۶۵۸	۰/۷۷۶
معناداری	۰/۰۰۴	۰/۰۰۰	۰/۰۱۹	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

پاسخ‌دهندگان از حد متوسط است. میانه در این جدول، مقداری است که نیمی از داده‌های آماری بزرگ‌تر از آن و نیمی کوچک‌تر از آن می‌باشد. مد نیز مقداری است که بیشترین تکرار را در مجموعه داده نشان می‌دهد. انحراف معیار، بیانگر انحراف مقدار میانگین از مقدار متوسط در پژوهش است و درنهایت، هرچقدر واریانس بالاتر باشد، نشانگر میزان انحراف بیشتر ارقام از میانگین است.

#### آمار استنباطی

برای سنجش تأثیردار بودن متغیرها، از آزمون‌های معناداری برای میانگین استفاده شده است. با استفاده از آزمون تی تک نمونه بررسی می‌گردد که آیا به‌طور متوسط می‌توان ادعا نمود میانگین متغیر مورد بررسی، اختلاف معناداری با عدد ۳ دارد که در صورت وجود اختلاف با توجه به ساختار پرسشنامه میانگین بیشتر از ۳ حاکی از تأثیرگذاری متغیر است.

#### متغیر مشارکت

جدول زیر آزمون تأثیرگذاری متغیر مشارکت را برای گردشگری خلاق در بازآفرینی بافت تاریخی نشان می‌دهد. با توجه به مقدار سطح معناداری ۰/۰۰۴، نتیجه می‌گیریم که آزمون معنادار است. بنابراین فرض صفر در سطح اطمینان ۰/۹۵ درصد رد می‌گردد. رد شدن فرض صفر به این معناست که تأثیرگذاری این متغیر با حد متوسط، اختلاف معنادار دارد.

جدول ۴: نتایج آزمون تأثیرگذاری متغیر مشارکت برای گردشگری خلاق در بازآفرینی بافت تاریخی

متغیر	میانگین	مقدار T	درجه آزادی	سطح معناداری	فاصله اطمینان تفاضل از ۳	
					حد پایین	حد بالا
مشارکت	۳/۰۹	۲/۸۹۶	۳۷۹	۰/۰۰۴	۰/۰۲۸	۰/۱۵۱

میانگین متغیر مشارکت ۳/۰۹ است، با توجه به اینکه از مقدار سه بیشتر است، در سطح معناداری ۰/۰۵ می‌توان گفت که در گردشگری خلاق در بازآفرینی بافت تاریخی تأثیر داشته و دارای اهمیت بالاتر از متوسط است.

### متغیر جاذبه‌ها و صنایع فرهنگی تاریخی

در جدول زیر آزمون تأثیرگذاری جاذبه‌ها و صنایع فرهنگی تاریخی در گردشگری خلاق در بازآفرینی بافت تاریخی مطرح شده است. با توجه به سطح معناداری ۰/۰۰۰ نتیجه می‌شود که آزمون معنادار است. بنابراین، فرض صفر در سطح اطمینان ۰/۹۵ رد می‌شود.

جدول ۵: نتایج آزمون تأثیرگذاری متغیر جاذبه‌ها و صنایع فرهنگی برای گردشگری خلاق در بازآفرینی بافت تاریخی

متغیر	میانگین	مقدار T	درجه آزادی	سطح معناداری	فاصله اطمینان تفاضل از سه



حد بالا	حد پایین					
۰/۳۲۵	۰/۱۴۹	۰/۰۰۰	۳۷۹	۵/۳۰۲	۳/۲۴	جاذبه‌ها و صنایع فرهنگی تاریخی

میانگین متغیر جاذبه‌ها و صنایع صنایع فرهنگی تاریخی ۳/۲۴ است، بنابراین در سطح معناداری ۰/۰۵ می‌توان گفت که بر گردشگری خلاق در بازآفرینی بافت تاریخی تأثیر داشته و دارای اهمیت بالاتر از متوسط است.

### متغیر نوآوری و خلق ارزش

در جدول زیر آزمون تأثیرگذاری متغیر نوآوری و خلق ارزش در گردشگری خلاق در بازآفرینی بافت تاریخی، بررسی شده است. با توجه به مقدار سطح معناداری ۰/۰۱۹، آزمون معنادار است از این رو، فرض صفر در فاصله اطمینان ۰/۹۵ رد می‌شود.

جدول ۶: نتایج آزمون تأثیرگذاری متغیر نوآوری و خلق ارزش در گردشگری خلاق در بازآفرینی بافت تاریخی

فاصله اطمینان تفاضل از سه		سطح معناداری	درجه آزادی	مقدار T	میانگین	متغیر
حد بالا	حد پایین					
۰/۰۷۹	۰/۰۱۲	۰/۰۱۹	۳۷۹	۲/۳۶	۳/۰۸	نوآوری و خلق ارزش

میانگین این متغیر ۳/۰۸ شده و چون از سه بیشتر است، در سطح معناداری ۰/۰۵، در گردشگری خلاق تأثیر داشته و دارای اهمیت بالاتر از متوسط است.

### متغیر میراث صنایع فرهنگی

آزمون تأثیرگذاری متغیر حفاظت میراث صنایع فرهنگی در گردشگری خلاق در بازآفرینی بافت تاریخی، مورد بررسی قرار گرفته است. با توجه به سطح معناداری ۰/۰۰۰ نتیجه می‌شود که آزمون معنادار است، بنابراین فرض صفر در سطح اطمینان ۰/۹۵ رد می‌شود.

جدول ۷: نتایج آزمون تأثیرگذاری متغیر حفاظت میراث فرهنگی در گردشگری خلاق در بازآفرینی بافت تاریخی

متغیر	میانگین	مقدار T	درجه آزادی	سطح معناداری	فاصله اطمینان تفاضل از سه	
					حد بالا	حد پایین
میراث فرهنگی	۳/۲۴	۶/۱۳۴	۳۷۹	۰/۰۰۰	۰/۱۶۲	۰/۲۴۱

میانگین متغیر ۳/۲۴ است و نظر به بزرگ‌تر بودن آن از میانگین سه، این متغیر در سطح معناداری ۰/۰۵ در گردشگری خلاق تأثیر داشته و دارای اهمیت بالاتر از متوسط است.

#### متغیر اقتصاد خلاق

آزمون تأثیرگذاری متغیر اقتصاد خلاق در گردشگری خلاق در بازآفرینی بافت تاریخی، در جدول زیر بررسی شده است. با توجه به سطح معناداری ۰/۰۰۰، این آزمون معنادار است، بنابراین فرض صفر در سطح اطمینان ۰/۹۵ رد می‌شود.

جدول ۸: آزمون تأثیرگذاری متغیر اقتصاد خلاق در گردشگری خلاق در بازآفرینی بافت تاریخی

متغیر	میانگین	مقدار T	درجه آزادی	سطح معناداری	فاصله اطمینان تفاضل از سه	
					حد بالا	حد پایین
اقتصاد	۳/۳۸	۹/۰۵۱	۳۷۹	۰/۰۰۰	۰/۲۹۴	۰/۳۷۶

میانگین متغیر اقتصاد خلاق ۳/۳۷۷ است و به دلیل بزرگتر بودن آن از رقم سه، در بازآفرینی بافت تاریخی در سطح معناداری ۰/۰۵، تأثیر داشته و دارای اهمیت بالاتر از متوسط است.

### متغیر تسهیلات رفاهی

آزمون تأثیرگذاری متغیر تسهیلات رفاهی در گردشگری خلاق در بازآفرینی بافت تاریخی در جدول زیر مورد بررسی قرار گرفته است. آزمون به دلیل سطح معناداری ۰/۰۰۰ در جدول مربوط، معنادار است و فرض صفر در سطح اطمینان ۰/۹۵ رد می‌شود.

جدول ۹: آزمون تأثیرگذاری متغیر تسهیلات رفاهی در گردشگری خلاق در بازآفرینی بافت تاریخی

متغیر	میانگین	مقدار T	درجه آزادی	سطح معناداری	فاصله اطمینان تفاضل از سه	
					حد بالا	حد پایین
تسهیلات رفاهی	۳/۴۹	۹/۰۵۱	۳۷۹	۰/۰۰۰	۰/۲۹۴	۰/۳۷۸

میانگین متغیر تسهیلات رفاهی، برابر با ۳/۴۹ است و بنابراین در سطح معناداری ۰/۰۵ بیانگر تأثیر بازآفرینی بافت تاریخی است و اهمیت آن بالاتر از متوسط می‌باشد.

### رتبه‌بندی با روش فریدمن

آزمون فرض (جدول ۱۰) میانگین رتبه مؤلفه‌ها را نشان می‌دهد. آزمون، با توجه به سطح معناداری ۰/۰۰۰، معنادار است، بنابراین فرض صفر یعنی برابری میانگین رتبه مؤلفه‌ها در سطح معناداری ۰/۰۵، رد می‌شود.

جدول ۱۰: نتیجه آزمون فریدمن در خصوص برابری میانگین متغیرها

تعداد داده‌ها	۳۸۰
مقدار آماره خی دو	۱۸۲/۶۴۲
درجه آزادی	۶
سطح معناداری	۰/۰۰۰

با توجه به وجود اختلاف در میانگین رتبه‌ها در متغیرهای مورد بررسی، نتیجه می‌شود که می‌توان آنها را اولویت‌بندی نمود. با توجه به روش فریدمن، میانگین رتبه‌ای اعداد و رتبه هر متغیر در جدول زیر، خلاصه شده است.

جدول ۱۱: میانگین اعداد به روش فریدمن

شرح	مشارکت	صنایع فرهنگی	نوآوری	میراث فرهنگی	اقتصاد	تسهیلات رفاهی
میانگین رتبه اعداد	۴/۴۲۸	۴/۵۵۸	۴/۰۴۵	۴/۳۳۸	۴/۱۵۱	۴/۱۸۳
رتبه	۵	۴	۶	۳	۲	۱

نتیجه رتبه‌بندی براساس روش فریدمن نشان می‌دهد که در گردشگری خلاق برای بازآفرینی بافت تاریخ، اولویت‌بندی متغیرها از دیدگاه پاسخگویان، به ترتیب، امنیت، صنایع فرهنگی، مشارکت، میراث فرهنگی، تسهیلات رفاهی، اقتصاد و نوآوری است. همچنین رابطه زیاد مابین دستاوردهای حاصله از صنایع فرهنگی یا مان صنایع دستی با حصول مشارکت مردم بومی که به سبب ارتقای اقتصادشان حاضر به بازآفرینی بافت خودشان می‌گردند.

جدول ۱۲: فاصله متغیرهای مختلف از متغیرهای ایده‌آل و رتبه متناظر با هر متغیر

رتبه	فاصله از متغیر ایده‌آل	متغیرها	ردیف
۲	۳۰/۳۱۲	مشارکت	۱
۱	۳۰/۰۹۱	صنایع فرهنگی	۲
۳	۳۰/۲۳۹	نوآوری	۳
۴	۳۰/۳۴۷	میراث فرهنگی	۴
۶	۳۰/۷۰۹	اقتصاد	۵
۵	۳۰/۵۴۹	تسهیلات رفاهی	۶

تلفیق روش تاکسونومی عددی و آزمون فریدمن

در بخش رتبه‌بندی مؤلفه‌های هر متغیر را بر مبنای روش فریدمن و بر مبنای روش تاکسونومی عددی انجام گرفت. همان‌طور که در شیوه تاکسونومی عددی اشاره شد، فاصله برخی از متغیرها از متغیرهای ایده‌آل، ناچیز بوده که به نظر می‌رسد رتبه‌بندی بر مبنای این شاخص و تمایز میان رتبه برای متغیرهای های پیش‌گفته، نتواند مناسب باشد. بنابراین، نتایج دو روش، تلفیق و بر مبنای میانگین رتبه مورد استفاده از دو روش، رتبه نهایی هر متغیر، معلوم می‌شود که نتایج آن به صورت زیر است:

جدول ۱۳: رتبه بندی بر مبنای تلفیق روش تاکسونومی عددی و آزمون فریدمن

روش	مشارکت	صنایع فرهنگی	نوآوری	میراث فرهنگی	اقتصاد	تسهیلات رفاهی
-----	--------	--------------	--------	--------------	--------	---------------

فریدمن	۳	۲	۴	۵	۶	۵
تاکسونومی	۴	۱	۲	۵	۳	۶
میانگین رتبه‌ها	۳/۵	۱/۵	۳	۵	۴/۵	۵/۵
رتبه نهایی	۳	۱	۲	۵	۴	۶

رتبه‌بندی نهایی بر اساس تلفیق دو روش و مبتنی بر نگاه پاسخگویان که ساکنان بافت فرسوده سمنان هستند، به ترتیب جدول زیر عبارتند از:

جدول ۱۴: رتبه نهایی متغیرهای گردشگری خلاق بر بازآفرینی بافت تاریخی محله گلستان سبزوار

رتبه	متغیرها
۱	صنایع فرهنگی
۲	نوآوری
۳	مشارکت
۴	اقتصاد
۵	میراث فرهنگی
۶	تسهیلات رفاهی

## نتیجه گیری و پیشنهادات:

در دوره‌ی جهانی شدن، برای پررنگ کردن نقش شهرها در ذهن جهانیان و سهم بزرگ‌تری از عواید سازوکارهای اقتصادی جدید، نقش خاطره‌ای شهرها در دو بعد کالبدی- بصری و محتوایی - رویدادی تقویت شد. بی‌رقیب بودن در کالبد و محتوا و کوشش برای ارتقای جنبه‌های نمادین شهر، بازآفرینی شهری را در میان زمینه‌های دیگر مرمت و حفاظت شهری، به امری فراگیر و تعاملی و کوششی پیوسته و دائمی تبدیل کرد. یکی از بخش‌هایی که با وجود تمام فرسودگی و مشکلات، به‌خوبی قابلیت نمادین شدن را دارد، بخش تاریخی شهرهاست. بازآفرینی شهری در بافت‌های تاریخی که روزگاری مهم‌ترین و بهترین محله‌های مسکونی شهرها بوده‌اند و امروزه به فرسودگی و ناکارآمدی دچار شده‌اند، تمهیداتی برای هماهنگ کردن شرایط بافت و نیازمندی‌های توسعه محلی ایجاد کرده است. باید توجه داشت که رفع فرسودگی و ناپایداری در آن‌ها به موضوعی جدی و محوری از قرن نوزدهم تا امروز تبدیل شده است، اما با توجه به تعریف بازآفرینی شهری می‌توان گفت در طرح‌های این بازآفرینی، برای رفع معضلات فرسودگی، از پتانسیل‌های بافت‌های تاریخی استفاده می‌شود. در این میان، حیات بخشی با رویکرد گردشگری خلاق با تکیه بر خلاقیت و ابتکار ایجاد می‌گردد. در این حوزه در سال‌های اخیر پژوهش‌های متعددی انجام گردیده است که نقش موثر گردشگری خلاق را در بازآفرینی شهری نمایان می‌کند. خلا موجود در میان بیشتر پژوهش‌ها معرفی و شناسایی دقیق مولفه‌های گردشگری خلاق می‌باشد که مستقیماً سبب بازآفرینی به مفهوم حیات بخشی می‌گردد. در پژوهش حاضر تلاش گردید تا با شناسایی مولفه‌های موثر، میزان اهمیت و تاثیر هر یک را در بافت تاریخی محله گلستان سبزوار مورد بحث قرار داد. در مرحله اول پس از تدوین شاخص‌ها و مولفه‌های تاثیرگذار گردشگری خلاق به بررسی اثرپذیری هر یک پرداخته شد. نتایج حاصله نشان می‌دهد که مولفه صنایع فرهنگی مهم‌ترین شاخص مؤثری است که قادر است در بازآفرینی بافت تاریخی با رویکرد گردشگری خلاق نقش داشته

باشد.. در این گردشگری، تجربه زیست میان آداب و رسوم و سنن افراد محلی بافت، جاذبه‌ها و فضاهاى تاریخی همراه با انواع عناصر فرهنگى در بخش هاى تاریخی، به عنوان مجموعه اى از صنایع فرهنگى عمل مى‌کنند و عرصه‌هاى خلاقانه‌اى برای تولید و مصرف فرهنگى، رقابت با یکدیگر، افزایش جذابیت در سرمایه‌گذارى بالقوه، بهبود تعامل با جوامع محلی و ایجاد مکان خاطره فراهم مى‌کنند. از آنجا که این صنایع مبتنى بر نوآورى، انعطاف پذیرى، ایده‌پرورى و تغییرپذیرى مداوم هستند، محرکى اساسى برای تحولات گسترده و مؤثر بر اقتصاد منطقه و رفع فرسودگى هاى آن‌ها به‌شمار مى‌روند.

در همین راستا پیشنهادات زیر با رویکرد تقویت صنایع و جاذبه‌هاى فرهنگى جهت بازآفرینى و حیات بخشى بافت تاریخی محله گلستان سبزوار ارائه میگردد:

ایجاد بازارچه‌هاى سنتى با تاکید بر صنایع دستى تولیدى بافت

ایجاد نمایشگاه‌هاى در جهت معرفى آداب و رسوم ویژه ساکنان بافت

برپایى مکان رویدادهایى مططابق با سنن ویژه مردمان بافت

بازطراحی حمامها و مساجد قدیمى درون بافت

ایجاد صندوق اقتصاد خلاق جهت بازآفرینى بافت کالبدى با مشارکت مردم



منابع:

Richars,G. (۲۰۰۹) Creative tourism and local development, Journal of Financial Stability

E. Bonetti, M. Simoni, R. Cercola (۲۰۱۴), Creative Tourism and Cultural Heritage: A New Perspective,

Duxbury, N., & Richards, G. (2019). Towards a research agenda for creative tourism: developments, diversity, and dynamics. In Duxbury, N. & Richards, G. (Eds.), A Research Agenda for Creative Tourism. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

Ejlali, P. (2020). What is theory of planning? In planning theory, traditional and new perspectives. Ejlali, P., Rafieian, M. & Asgari, A. Eighth edition. Agah Publications [In Persian].

Galvagno, M., & Dalli, D. (2014). Theory of value co-creation: a systematic literature review. Managing service quality.

Mapping creative tourism research: Reviewing the field and outlining future directions. Journal of Hospitality & Tourism Research, 43(8), 1256-1280.

Bang loo, D. (2018). A Classification of Tourists in Creative Tourism, *Tourism Management*, 42, 248-259.

David, R., Gunjan, S., Fernando, C., & Pauline, D. (2021).

Archaeological tourism: A creative approach, *Annals of Tourism Research*, 67, 37-47.

Florida, R. (2010). *The Rise of the Creative Class. And how it's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York. N.Y.: Basic Books.

Jongwon, L., & Heeseok, L. (2015). Deriving Strategic Priority of Policies for Creative Tourism Industry in Korea using AHP, *Procedia Computer Science*, 55, 479-484.

Houng, V. (2020). Commerce and Innovation in Creative Tourism, *Kent Echo Magazine Tourism*, 19(8), 763-771.

Horng, J.S., Tsai, C.Y., Yang, T.C., Liu, C.H.C., & Hu, D.C. (2019). Exploring the relationship between proactive personality, work environment and employee creativity among tourism and hospitality employees, *International Journal of Hospitality Management*, 54, 25-38.

Ken, S. (2013). An innovative creative experience model in Creative Tourism, magazine *Parmogan*, 41, 153-174.

Scott, A.J. (2012). Capitalism and urbanization in a new key? The cognitive-cultural dimension. *Social Forces*, 85(4), 1465-1482.

Sasaki, M. (2017). Developing Creative Cities through Networking. *Policy Science*, (15) 3, p54.

Sarac, M., Efil, I., Eryilmaz, M. (2018). A study of the relationship between person-organization fit and employee creativity. *Management Research Review*; 37(5), 479 –501.

Siow, K., Tan, S., FarKung, D., & Bang, L. (2013). A MODEL OF 'CREATIVE EXPERIENCE' IN CREATIVE TOURISM, *Annals of Tourism Research*, 41, 153-174.

Rusentraub, M.S., Joo, M. (2019). Tourism and economic development:

Which investments produce gains for regions, *Tourism Management*, 30(2), 759-770.

Richard, G. (2017). development of tourism from culture to creativity,  
journal of management studies and tourism, 7 (17), 9-15.

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 14: 154-174. گردشگری

اصفهان زیبا (۱۳۹۵) گشت و گذاری در منطقه سه، احیای بافت قدیم و هویت بخشی محلهها، شماره ۳۸، صص ۱-۱۶. گزارش مصاحبه با مهندس کارگر، شهردار منطقه سه

(بسته نگار، مهنوش؛ حسنی، علی؛ خاکزار بفرئی، مرتضی (۱۳۹۶). طراحی مدل مفهومی گردشگری خالق، نشریه گردشگری و توسعه، ۶(۱): ۸۱-۱۰۸-۱.

بسته نگار، مهنوش (۱۳۹۳). نماد رنگ در برند گردشگری خالق. مجله هنر و تمدن شرق. ۴- 61- 11(43): به عنوان مقصد گردشگری خوراک نشریه جستارهای اجتماعی. ۱(۲): ۱۴-۶۰

بابایی همتی، روشن؛ ارض پیما، سیامک؛ شاهی، نگین (۱۳۹۴). عوامل موثر بر گردشگری مکانهای تاریخی شهری (

رحیمی، محمد؛ پازند، فاطمه (۱۳۹۵). الگوی گردشگری خالق شهری در ایران با استفاده از مدل تحلیل سلسله مراتبی، فصلنامه علمی - پژوهشی ابتکار و خالقیت در علوم انسانی. ۶(۱۳): 124۹۷-.

سپهرنیا، رزیتا (۱۳۹۴). نگرش خلاق به صنعت گردشگری در ارتقای سرمایه فرهنگی ایران، فصلنامه علمی - پژوهشی ابتکار و خالقیت در علوم انسانی. ۴(۴): ۵۱-۷۰.

شفقی، سیروس (۱۳۸۱). جغرافیای اصفهان. انتشارات دانشگاه اصفهان. ۱(۱).

شفیعی، زاهد؛ فرخیان، فیروزه؛ میرقدر، لیال (۱۳۹۳) اصفهان به عنوان شهر خالق صنایع دستی با

رویکرد توسعه گردشگری، نشریه جغرافیا، ۱۲ (۴۳): ۲۵۱-۲۷۸

عبداللهی، علی اصغر؛ غضنفرپور، حسین؛ بشردوست، نسرین (۱۳۹۵). بررسی بافت شهری با رویکرد

توسعه گردشگری، فصلنامه جغرافیا و آمایش شهری منطقه ای. ۶ (۲۱): ۷۷-۹۴.

عبداللهی، علی اصغر؛ بهداشت، سعیده (۱۳۹۴). شناسایی پتانسیل های زمینه ساز توسعه خلاق در  
بافت

فرسوده - تاریخی با تاکید بر ارتقای گردشگری (نمونه موردی: محله میدان ارگ، منطقه ۱ شهر

کرمان، مطالعات نواحی شهری، ۲ (۵): ۹۷-۱۱۸.

محمدی، علی؛ محرر، معصومه؛ باباخانی فرد، محمداصادق (۱۳۹۵). ارائه چارچوبی برای ارزیابی

محصولات گردشگری خالق با استفاده از کارت امتیازی متوازن، گردشگری و توسعه، ۵ (۲):

۱۷-۳۴.

قربانی، رسول؛ حسین آبادی، سعید؛ طورانی، علی (۱۳۹۲). شهرهای خلاق، رویکردی فرهنگی در

توسعه شهری، فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق خشک. ۳ (۱۱): ۱-۱۸.

کیخا، احمد؛ عباسپور، عباس (۱۳۹۸). رابطه بین هوش سازمانی و عملکرد سازمانی با میانجیگری

خالقیت، فصلنامه علمی- پژوهشی خالقیت و ابتکار در علوم انسانی، ۸ (۴): ۱-۳۲.

رحیمی فرد، قاسم، قربانی، رسول، بابایی اقدم، فریدون & وحیدری چیا، رحیم. (۱۴۰۰). ارزیابی

شاخص های شهر خلاق در ایجاد گردشگری خلاق شهری (مطالعه موردی: خوی). (پژوهشهای

جغرافیای انسانی. 53(4), 1509-1522,

قاسمی، تارا، امینی، الهام، و مدیری، آتوسا. (۱۴۰۰). طراحی بافت تاریخی شهر تهران با رویکرد گردشگری ادبی نمونه موردی: حصار ناصری شهر تهران. مطالعات ساختار و کارکرد شهری، ۱۶(۵)، ۲۶-۹.

رفعیان، مجتبی. (۱۳۹۵). بازآفرینی شهری و رویکرد ایجاد و توسعه محلات سنتی شهری (DNT). نوسازی، ۲(۸)، ۰-۰.

مشکینی، ابوالفضل، احمدی فرد، نرگس، و موحد، علی. (۱۳۹۶). شناسایی کانون های محرک توسعه خلاق در بافت تاریخی با رویکرد گردشگری (مطالعه موردی: منطقه ۱۲ شهر تهران). پژوهش های جغرافیای برنامه ریزی شهری، ۵(۳)، ۴۰۵-۴۲۳.

پژوهان، موسی، و پورمقدم، زهرا. (۱۳۹۷). برنامه ریزی راهبردی گردشگری شهری با رویکرد بازآفرینی فرهنگ مبنا در بافت های تاریخی (نمونه موردی: بافت قدیم شهر رشت). مطالعات شهری، ۷(۲۷)، ۵۳-۶۶.

پوراحمد، احمد، فرهودی، رحمت اله، زنگنه شهرکی، سعید، و شفاعت قراملکی، طهورا. (۱۴۰۰). بررسی گونه های گردشگری مؤثر بر بازآفرینی بافت های تاریخی (مطالعه موردی شهر تبریز). پژوهش های ایرانشناسی، ۱۰(۲)، ۲۱-۴۳.

پوراحمد، احمد، و احمدی فرد، نرگس. (۱۳۹۹). بررسی نقش گردشگری خلاق در بازآفرینی بافت تاریخی (مطالعه ی موردی: منطقه ی ۱۲ شهر تهران). پژوهش های جغرافیای برنامه ریزی شهری، ۱۶(۱)، ۷۵-۹۰.

عظمی، موسی؛ جلیلیان، سارا؛ هاشمی امین، ناهید (۱۳۹۸). تحلیل آثار اجتماعی، اقتصادی و

محیطی گردشگری پایدار (مطالعه موردی: روستاهای نوره). مجله برنامه ریزی و توسعه

گردشگری. ۱۴: ۱۵۴-۱۷۴.

جعفرخانی، فاطمه (۱۴۰۰). بررسی تأثیر آموزش بر اعتبار آزمون های خالقیت، خالقیت و ابتکار در  
8(3): 217-240. انسانی )

The central core of cities is the starting point of the culture and creation of every city, which introduces itself as the city's identity and birth certificate. Paying attention to the historical and cultural potentials with an emphasis on the culture of the resident people is what creative tourism proposes as a successful solution in historical re-creation. The aim of this research is to identify the influencing factors in the creative tourism model based on the approach of recreating the historical texture in Golestan Sabzevar neighborhood. The research method of this article is descriptive-analytical and based on survey studies using questionnaire tools. The statistical population of the research consists of the residents of Koi Golestan, Sabzevar city, which is more than ۵۸۰۰ people. Based on the calculation of Cochran's formula, the sample size was calculated as ۳۸۰ people. The data collection tool was a questionnaire whose validity was confirmed through elite society and reliability was confirmed through Cronbach's alpha with a coefficient of ۰,۹۲. Finally, a creative tourism model based on the approach of historical recreation was developed from ۶ important and effective criteria including: participation, cultural attractions and industries, innovation and value creation, cultural heritage protection, creative economy and welfare facilities, which was developed using Friedman's test and taxonomy method. Cultural industries and innovation in the historical context of Golestan Sabzevar neighborhood have the greatest impact on effective revitalization. The model of creative tourism can, by taking advantage of the cultural industries and the potential capacity of creative processes in the historical fabric of the city, cause the growth of the creative economy and provide the possibility of cooperation between tourists and residents, and be the cause of effective revitalization in the re-creation of the historical fabric.