فصلنامه رویکردهای پژوهشی نو در علوم مدیریت

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۶

نقش رویدادهای فرهنگی و متغیرهای شهر خلاق بر اقتصاد فرهنگی (مطالعه موردی: شهر شیراز)

عطاالله امیدواری[۱]، امیرمحسن مدنی[۲]

چکیده

هدف اصلی پژوهش حاضر نقش رویدادهای فرهنگی و متغیرهای شهر خلاق بر اقتصاد فرهنگی (مطالعه موردی: شهر شیراز) می‌باشد. پژوهش حاضر ازنظر ماهیت کاربردی – توسعه‌ای و ازنظر روش انجام، ترکیبی از روش‌های توصیفی، تحلیلی و پیمایشی است. جامعهٔ و نمونه آماری در بخش کیفی، کارشناسان و متخصصان حرفه برنامه‌ریزی شهری، مسئولان و متولیان سازمان‌ها و ادارات مربوطه در شهر شیراز می‌باشند که تعداد ۳۰ نفر با روش هدفمند انتخاب شدند. جامعهٔ و نمونه آماری در بخش کمی پژوهش، کلیه‌ی بازدیدکنندگان و استفاده‌کنندگان از رویدادهای فرهنگی و شاخص‌های شهر خلاق می‌باشند که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی، تعداد ۵۰۰ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. به‌منظور جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات در این پژوهش از روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی هم‌زمان استفاده شد که درروش میدانی از ابزار پرسشنامه استفاده شد. برای تحلیل داده‌های کیفی پژوهش از روش دلفی فازی و نرم‌افزار MAXQDA و برای تحلیل داده‌های کمی از مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزار Lisrel استفاده شد. فرآیند دلفی فازی طی دو مرحله صورت پذیرفت که در پایان این مرحله، توافق آراء حاصل شد و ابعاد و مؤلفه‌های رویدادهای فرهنگی و متغیرهای شهر خلاق بر اقتصاد فرهنگی توسط خبرگان احصاء شد. با توجه به نتایج بعد سازمانی – مدیریتی با میانگین ۳/۹۶۲۸، کالبدی – اکولوژیکی با میانگین ۳/۹۱۳۷، اقتصادی با میانگین ۳/۸۷۸۲ و اجتماعی – فرهنگی با میانگین ۳/۸۱۰۱ به ترتیب، دارای رتبه اول تا چهارم و بیشترین اهمیت در ابعاد شهر خلاق کلان‌شهر شیراز می‌باشند. همچنین نتایج ضرایب مسیر رابطه نشان داد بین شهر خلاق و اقتصاد فرهنگی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. همچنین نتایج مربوطه نشان داد که بعد مدیریتی – نهادی با میانگین ٤/٢٠٦٥، کالبدی – محیطی با میانگین ٤/٠٨٠٥، فرهنگی – ادبی با میانگین ٤/٠٥٤٨، دسترسی و زیرساخت‌ها با میانگین ٤/٠١٩٣ و تسهیلات با میانگین ۳/۸۳۷۵ به ترتیب، دارای رتبه اول تا پنجم و بیشترین اهمیت در رویدادهای فرهنگی کلان‌شهر شیراز می‌باشند. همچنین نتایج ضرایب مسیر رابطه نشان داد بین رویدادهای فرهنگی و اقتصاد فرهنگی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

واژگان کلیدی: اقتصاد فرهنگی، شهر خلاق، رویدادهای فرهنگی، زندگی شهری.

[۱] دانشجوی دکتری، گروه مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، واحد بین المللی کیش، دانشگاه آزاد اسلامی، کیش، ایران (نویسنده مسئول)
Imanomidvari1980@gmail.com
[۲] استادیار گروه طراحی صنعتی دانشگاه آزاداسلامی، واحد یادگار امام خمینی (ره)، تهران، ایران Amir_m_madani@yahoo.com

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-09-18]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۶

مقدمه و بیان مسئله

امروزه برگزاری رویدادهای فرهنگی[1] و جشنواره‌ها در شهرهای دنیا را می‌توان شاخه‌ای جدید از صنعت گردشگری برای آن‌ها نام برد. اگرچه هر جشنواره‌ای ویژگی‌های منحصربه‌فرد را دارد و همین امر باعث می‌شود که نتوان هیچ قالب استانداری را برای آن‌ها تعریف کرد، اما مهم نیست که علت برگزاری یک رویداد چه باشد بلکه مهم شرکت‌کنندگانی هستند که هریک انتظارات ویژه خود را از جشنواره دارند (استویکا و همکاران[2]، ۲۰۲۲). روکساندرا پوپسکو[3] و رازوان آندری کوربوش[4] در پژوهشی با عنوان نقش جشنواره‌ها و رویدادهای فرهنگی در توسعه راهبردی شهرها، با مرور کوتاه بر تاریخچه پیدایش این پدیده سعی داشته‌اند به تأثیرگذاری و نقش رخدادهای فرهنگی و جشنواره‌ها در توسعه شهرها بپردازند. آن‌ها همچنین درنهایت چارچوبی منطقی و نظری را برای پیشبرد اجرای یک رویداد موفق در شهر را تدوین و ارائه کرده‌اند (پولتسان و همکاران[5]، ۲۰۲۲).

در اوایل دهه ۱۹۹۰ برگزاری جشنواره‌ها و رویدادهای فرهنگی موردتوجه قرار گرفت تا جایی که امروزه شاهد رونق و استقبال گرم از این قبیل رویدادها در سطوح بین‌المللی، ملی و البته محلی هستیم. برگزاری جشنواره‌ها که می‌توان از آن‌ها به‌عنوان ژانر جدیدی از صنعت گردشگری یادکرد، در وهله اول رونق مکان برگزاری را به دنبال خواهد داشت که البته به‌شرط اجرای خوب، خوش‌نامی شهر میزبان و در غیر این صورت، تأثیری عکس داشته و تصویر ناخوشایندی از مکان اجرای جشنواره را در اذهان باقی خواهد گذاشت. هر جشنواره‌ای ویژگی‌های منحصربه‌فرد خود را دارد و همین امر باعث می‌شود که نتوان هیچ قالب استانداری را برای آن‌ها تعریف کرد (تقوایی و همکاران، ۱۴۰۱). درواقع مهم نیست که علت برگزاری یک رویداد چه باشد بلکه مهم شرکت‌کنندگانی هستند که هریک انتظارات خاص خود را از جشنواره دارند. بسیار مهم است که در نظر داشته باشیم برگزاری جشنواره‌ها تأثیرات بسیار چشمگیری را به‌ویژه بر اقتصاد، جامعه، فرهنگ و همچنین آینده شهر میزبان خواهد داشت. برای مثال اگر برگزاری جشنواره به‌درستی انجام نگیرد و گردشگران و همچنین شرکت‌کنندگان تجربه رضایت بخشی را کسب نکرده باشند، قطعاً برای دفعات بعدی در این جشنواره شرکت نخواهند کرد و اینجاست که حفظ وجهه اجتماعی و بازگشتن به موقعیت قبلی برای شهر میزبان سخت‌تر از هر موقع دیگری خواهد بود (علیزاده و لطفی، ۱۳۹۸).

شهرها به لحاظ دارا بودن تاریخ طولانی و استقرار نمادهای باستانی، تاریخی و فرهنگی، ارزش‌های ملی هر کشوری به‌حساب آمده و با دارا بودن مناظر طبیعی از مکان‌های جذاب برای گردشگران محسوب می‌شوند. رویدادهای فرهنگی با دو انگیزه و هدف اصلی تجارت (اقتصاد) و فرهنگ شناخته‌شده است (بادین و همکاران[6]، ۲۰۱۹). ارتقا و گسترش رویدادهای فرهنگی مستلزم ایجاد شرایط و زیرساخت‌های سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی است و لازم به ذکر است که در بخش سوم اقتصاد(خدمات)، شهرها را به سمت تغییر عملکردی رهنمون می‌کند؛ به‌گونه‌ای که با بالا رفتن نسبت سطح درآمد و نیز ترویج استفاده از اوقات فراغت، حوزه‌های مختلف شهری به‌سرعت رشد می‌کنند.

[1] Cultural events
[2] Stoica et al
[3] Roxandra Popescu
[4] Razvan Andrey Korbush
[5] PLETSAN et al
[6] Badin et al

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-09-18]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۶

به‌این‌ترتیب شهری که برای برنامه‌های فرهنگی ازجمله فستیوال‌ها و نمایشگاه‌ها آمادگی پیدا می‌کند، زمینه پویایی خود را فراهم می‌سازد و البته سبب تسهیل جریان‌های مولد اقتصادی نیز می‌شود (گومز[1]، ۲۰۲۱).

فعالیت‌های فرهنگی و هنری که درگذشته فرض می‌شد اثرات جانبی روی شکوفایی اقتصادی دارند، امروزه جایگاه بسیار مهمی از جانب سیاست‌گذاران و سرمایه‌گذاری عمومی کسب کرده‌اند (جو و همکاران[2]، ۲۰۲۱). لارندی[3] بر محیط فرهنگی به‌عنوان مجموعه‌ای از زمینه‌های اقتصادی و نهادی تأکید می‌کند و در این زمینه، کانون توجه فلوریدا بر فضای کالبدی محیط از قبیل مکان‌های عمومی، مدنی و رستوران‌ها متمرکزشده است. به سخن دیگر، در بررسی شیوه‌هایی که در آن نهادها و فرایندهای فرهنگی بر جنبه‌های سیاسی و اقتصادی جامعه تأثیر داشته‌اند، علاقه روزافزونی به فرهنگ شکل گرفته است (میرطوقیان و همکاران، ۱۴۰۰). به‌موازات زمینه فرهنگی فعالیت‌های اقتصادی، ابعاد اقتصادی فرهنگ، دیدگاه مهمی است که جهش فرهنگی را بر مبنای علوم اجتماعی تعریف می‌کند. حقیقت امر آن است که عتیقه‌ها و هنرهای باکیفیت بالا و بسیار گران نشان‌دهنده اقتصاد خدماتی و کالاهای فرهنگی و خصوصی هستند (مطهر و شکوهی، ۱۴۰۰). جیمسون[4] (۱۹۹۹)، معتقد است که در آخرین مرحله سرمایه‌داری، مفاهیم و معانی نمادین تعیین‌کننده ارزش اقتصادی کالاها هستند. به اعتقاد جیمسون در فرهنگ مصرفی فرانوگرایی، راهبرد تحمیل نمادگرایی، معانی، ارزش‌ها و عواطف روی کالاها موجب ابهام در مرز بین تصور این کالاها و واقعیت عینی‌شان شده است. اندیشمندانی نظیر سارون زوکین[5] و آلن اسکات[6] نیز بر اهمیت ارزش نمادین تولیدات تأکید کرده‌اند، و به اعتقاد آن‌ها تولیدات نشان‌دهنده ایده‌ها و صاحبان شرکت‌ها است (اسپشیال و همکاران[7]، ۲۰۲۱). در این میان، اهمیت شهرها به‌عنوان مراکز خلاقیت و نوآوری به‌شدت توجه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان را به خود جلب کرده است؛ به این معنا که در این عصر، دانش و خلاقیت جایگزین منابع طبیعی و کارایی نیروی کار فیزیکی به‌عنوان منبع ایجاد ثروت و رشد اقتصادی شده‌اند. در این عصر نوین، سرمایه انسانی یا خلاق به عمده‌ترین عوامل مؤثر بر تولید تبدیل‌شده‌اند. به گفته پائول رابرت[8] عمده‌ترین عامل رشد، مشتمل بر یکپارچگی در اقتصادی نیست که حاوی تعداد زیادی از افراد باشد، بلکه یکپارچگی در اقتصادی است که دربرگیرنده میزان بسیار بالایی از سرمایه انسانی و خلاق است (امینی و همکاران، ۱۴۰۰). در این میان ظهور نظریه طبقه خلاق[9] و شهر خلاق[10] موجب اهمیت یافتن روزافزون اقتصاد فرهنگی در پژوهش‌ها و تحقیقات علوم شهری و به‌خصوص اقتصاددانان شهری شده است؛ چنانکه به‌حق باید گفت در اقتصاد دانش‌محور سده بیست و یکم، خلاقیت نقش حائز اهمیتی در افزایش توان رقابتی شهرها دارد. در این میان ریچارد فلوریدا[11] در سال ۲۰۰۲ نظریه شهر خلاق را مطرح کرد (عرب عامری و همکاران، ۱۴۰۰). برمبنای این نظریه، نخبگان یا طبقه خلاق به سکونت در شهرهایی گرایش دارند که از تنوع، تساهل و تسامح چشمگیری

[1] Gómez
[2] Ju et al
[3] Larandi
[4] Jameson
[5] Saron Zukin
[6] Alan Scott
[7] Special et al
[8] Paul Robert
[9] creative class
[10] Creative City
[11] Richard Florida

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-09-18]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۶

برخوردار است و ازنظر کیفیت محیط شهری و استانداردهای طراحی از سطح بالایی برخوردار باشند. ازآنجایی‌که این نظریه به‌تازگی در محافل علمی جهان مطرح‌شده، در متون شهری کشور به‌طور بایسته مورد کاوش قرارگرفته است (باقری و همکاران، ۱۳۹۹).

شهر شیراز از دیرباز به‌واسطه مرکزیت نسبی‌اش در منطقه زاگرس جنوبی و واقع‌شدن در یک منطقه به نسبت حاصلخیز، محلی طبیعی برای مبادلات محلی کالا بین کشاورزان، یکجانشینان و عشایر بوده است. همچنین این شهر در مسیر راه‌های تجاری داخل ایران به بندرهای جنوب مانند بندرعباس و بندر بوشهر قرارگرفته است. شیراز به سبب جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، مذهبی و طبیعی فراوان، همواره گردشگران بسیاری را به‌سوی خود فرامی‌خواند. شیراز پایتخت فرهنگی ایران است. شهر شیراز در بین سال‌های ۱۳٤۷ تا ۱۳۵۷ محل برگزاری جشن هنر شیراز بود. این جشنواره در زمان خود، بزرگ‌ترین رویداد فرهنگی در نوع خود در سطح جهان بود (ابراهیمی، ۱۳۸۷). این رویداد باهدف تشویق هنرهای سنتی ایران و بالا بردن استانداردهای فرهنگی ایران تشکیل‌شده بود. همچنین این رویداد محلی برای گردآمدن بزرگ‌ترین هنرمندان سنتی و مدرن ایران و سراسر دنیا در رشته‌های مختلف هنری بود (رفیعیان، ۱۳۹۰). رویدادهای فرهنگی نقش بسیار مؤثری در افزایش ماندگاری و جذب گردشگر در این شهر رادارند، به‌شرط اینکه تمام نیازهای یک رویداد را در نظر بگیریم؛ لذا رویدادهایی جهت جذب گردشگر برای این شهر برنامه‌ریزی شده است که این رویدادها باید به‌گونه‌ای طراحی شوند که اقتصاد این شهر را متحول کرده و کارآفرینی ایجاد کنند. به‌طورکلی شناخت ارکان و راهبردهای توسعه شهر خلاق و پیاده‌سازی این الگو در بستر شهر شیراز می‌تواند به توسعه سریع، کم‌هزینه و با کمترین مداخله منجر گردد؛ و با توجه به این مهم بررسی پتانسیل و عملکرد شهر شیراز در عرصه رقابت‌های ملی و بین‌المللی بسیار مهم است زیرا این شهر مرکز خلاقیت و نوآوری و منبع ایجاد ثروت و رشد اقتصادی است و توسعه خلاق این شهر باید به‌عنوان یکی از اهداف مهم در اسناد و چشم‌اندازهای این کلان‌شهر باشد تا با حرکت به سمت خلاقیت، فرصت‌های بیشتری را جذب کرده و باعث پیشرفت و توسعه شهر شود. نظر به اهمیت این موضوع، در پژوهش حاضر چند محور و محدوده مهم (محور حافظیه تا سعدیه، محور باغ عفیف‌آباد تا باغ ارم، محدوده مجموعه زندیه، محدوده مجموعه شاه‌چراغ(ع) به‌عنوان نقاط با پتانسیل بالا و اثرگذار در توسعه شهر خلاق در شهر شیراز انتخاب و سپس به رتبه‌بندی و بررسی جایگاه این محدوده‌ها نسبت به شاخص‌های منتخب در زمینه توسعه شهر خلاق در ابعاد مختلف (کالبدی – اکولوژیکی، اجتماعی– فرهنگی، اقتصادی، و سازمانی مدیریتی) پرداخته شد.

بر همین مبنا هدف کلی این مقاله، تبیین و تحلیل نقش نظریه طبقه خلاق و رویدادهای فرهنگی در پویش اقتصاد فرهنگی و زندگی شهری شهر شیراز به‌منظور بسط و گسترش این مفهوم در جامعه علمی کشورمان و همچنین تبیین نقش غیرقابل‌انکار نخبگان در توسعه کشورها و ضرورت توجه به حفظ نخبگان و استعدادهای خلاق است. به عبارتی سؤال اصلی پژوهش حاضر این است که آیا رویدادهای فرهنگی و متغیرهای شهر خلاق بر اقتصاد فرهنگی و زندگی شهری شهر شیراز مؤثرند؟

ادبیات و پیشینه پژوهش

- **اهمیت اقتصاد فرهنگی:**

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-09-18]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۶

در سالیان اخیر بحث و بررسی در مورد رقابت‌پذیری مناطق از متغیرهای مکانی سخت (نظیر انباشت اقتصادی، سطوح اجاره‌داری، قابلیت دسترسی به فضاهای اداری، قابلیت دسترسی، تسهیلات فنی و ترافیکی، سیستم‌های مالیاتی ملی و محلی) به سمت متغیرهای مکانی نرم تغییر جهت داده است. از این متغیرهای مکانی نرم می‌توان امکانات مسکونی، خدمات رفاهی فرهنگی و زیبایی‌شناختی، جستجوی سبکهای بدیل زندگی، تنوع قومی و نژادی، چشم‌اندازهای زیبای فرهنگی و ایجاد مکانهای عمومی برای اهداف تفریحی و تجاری را برشمرد. صنایع فرهنگی حدود پنجاه و چهار دسته کلی را در برمی‌گیرد که در چهارده شاخه اصلی طبقه‌بندی شده است. ازجمله صنایع فرهنگی می‌توان به رادیو و تلویزیون، نشر، هنر و ادبیات، موسیقی، تبلیغات و مشاوره، آژانس‌های خبری (خبرگزاری‌ها)، نمایش، هنرهای تجسمی، طراحی مد لباس، موزه داری، صنایع ضبط، بازتولید و انتشار نوارها و لوح های فشرده صوتی، جواهرآلات و ساعت، عتیقه‌فروشی، گردشگری و جهانگردی، صنعت ورزش، موزه‌ها و نگارخانه های هنری، جشنواره‌های فرهنگی هنری، صنایع دستی، صنعت معماری، دانشگاه‌ها، دانشکده‌های هنر و هنرستان‌های هنری، تالارهای هنری، سینما و ویدئو (تولید و توزیع هر نوع فیلم و ویدئو و ...) اشاره کرد. هسته اصلی اقتصاد خلاق شامل تبلیغات، معماری، هنرها و ابزارهای عکاسی، هنرهای تجسمی و عملکردی، موسیقی، ناشران، بازیهای کامپیوتری، ابزارهای نرم‌افزاری و برقی، رادیو و تلویزیون است. صنایع فرهنگی به طیفی از کسب وکارهای انتفاعی (تجاری) اطلاق می‌شود که مواد اولیه آن‌ها را خلاقیت هنری و فرهنگی انسان تشکیل می‌دهد. صنایع فرهنگی را صنایع محتوایی نیز می‌نامند که در نقطه مقابل صنایع فیزیکی قرار می‌گیرد. در واقع به ابزار و فرایندهای تبدیل دانش و منابع فرهنگی به محصولات، کالاها و خدمات، یعنی ابزار و شیوه‌هایی که به وسیله آن‌ها، یک فرهنگ می‌تواند ارزش اقتصادی و اجتماعی خود را نشان دهد، صنایع فرهنگی گفته می‌شود. بایستی دانست که توسعه صنایع فرهنگی با سطح توسعه اقتصادی و کیفیت فرهنگ ملی و عمومی یک کشور ارتباط تنگاتنگی دارد. به باور گیبسون[1] و فری استون[2] اشکال برنامه‌ریزی فرهنگ-محور، مشتمل بر نوسازی فرهنگ شهری، ارتقای فرهنگ گردشگری، ایجاد نواحی فرهنگی و ارتقای صنایع فرهنگی است. به اعتقاد تروسبای[3] صنعت فرهنگی مشتمل بر موسیقی، رقص، نمایش، هنرهای بصری، مهارتها و بسیاری از رویه‌های جدید نظیر هنر ویدئو، هنر نمایش، کامپیوتر و هنر چندرسانه‌ای است (ترکنلی و گورگولا[4]، ۲۰۲۱).

از آنجایی که طبقه خالق مهمترین رکن اقتصاد فرهنگی هستند و در پیدایش، توسعه، تکامل و بارور شدن اقتصاد فرهنگی نقش حائز اهمیتی دارند، در ادامه این نوشتار به بیان نظریه طبقه و شهر خلاق و نقش آن‌ها در پویش اقتصاد فرهنگی مبادرت شده است (اسدی و سامی، ۱۳۹۸).

- **مفهوم نظریه طبقه خلاق و شهر خلاق:**

فلوریدا[5]،عقیدهٔ سرمایهٔ انسانی متشکل از حرفه‌ای‌های مشغول در صنایع مدرن و صنایع خدماتی پیشرفته و پژوهشی را، با افزودن حرفه‌ای‌های مربوط به هنر و فرهنگ به آن را بسط داد. او این افراد را به‌عنوان سرمایه خلاق معرفی کرد؛ به‌گونه‌ای که این اصطلاح نسبت به سرمایه انسانی بیشتر توجه رسانه‌های جمعی را به سمت خود جذب کرده

[1] Gibson
[2] Freestone
[3] Trusby
[4] Terkenli, T. S., & Georgoula, V
[5] Florida

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-09-18]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۶

است. به طور کلی، شناخت نظریه طبقه خلاق مستلزم تبیین پیشینه، مفهوم، شاخص‌ها، اصول، متغیرهای کلیدی، نقش سرمایه خلاق در رشد اقتصاد و نقاط قوت و ضعف آن است که در ادامه به شرح مبسوط آن‌ها پرداخته شده است (علیزاده و همکاران، ۱۳۹۸).

مفهوم نقش استعدادهای خلاق در توسعه اقتصادی شهر در کتابهای ریچارد فلوريد (۲۰۰۵ و ۲۰۰۲)، به طور کامل تشریح شده است. فلوريد (۲۰۰۲)، ظهور طبقهٔ اجتماعی جدیدی به نام طبقهٔ خلاق را تشریح کرده است که اقتصاد خلاق جدید را رهبری می‌کند؛ او هشدار داد که اقتصاد آمریکا در رقابت جهانی بر سر استعدادهای خلاق ممکن است متحمل شکست شود. با وجود اینکه نظریه فلوریدا به تازگی مطرح شده است، اما پژوهشگران حوزه شهری و جغرافی‌دانان به دقت آن را مورد بررسی قرار داده‌اند. تز اصلی فلوریدا بر ظهور طبقه خلاق متمرکز شده است، گروهی که به نظر او بیش از ۳۸ میلیون آمریکایی یا به عبارتی ۳۰ درصد نیروی کاری آمریکا را دربرمی‌گیرد؛ این افراد ۵۰ درصد درآمد این کشور را به خود اختصاص می‌دهند (عامل‌هلالی و همکاران، ۱۳۹۸).

ریچارد فلوریدا نظریه شهر خلاق را بر اساس سه متغیرعمده (موسوم به سه T) پایه‌گذاری کرده است که عبارتند از: فناوری، استعداد و تساهل و تسامح. فناوری به واسطه فراهم ساختن فرصت‌هایی برای کسب دانش بیشتر، نقش مهمی در رشد اقتصادی دارد. استعداد دربرگیرنده آن دسته از افرادی است که واقعا اندیشه‌های ابداع‌گرانه و نوآورانه‌ای دارند. تسامح دربرگیرنده فرهنگی باز و متنوع بر مبنای قومیت، نژاد و جهت‌گیری جنسی است (باقری و همکاران، ۱۳۹۹).

بیشتر ادبیاتی که در زمینه شهرهای خلاق و نوآور نگارش یافته‌اند، تنها به نقش خلاقیت در رشد و شکل‌دهی به شهر نپرداخته‌اند، بلکه بیشتر بر این تأکید دارند که با حذف محدودیتها و موانع (فیزیکی، اجتماعی، فرهنگی و...) از شهرها، خلاقیت به نیروی محرکه رشد و توسعه اقتصادی شهرها، مناطق و ملت‌ها تبدیل خواهد شد. مفهوم شهر خلاق، مفهومی متنوع و وسیع است. در یک مفهوم، شهرهای خلاق شهرهایی هستند که قادرند راه‌حل‌های جدیدی برای مشکلات روزمره‌شان ارائه دهند. مفهوم دیگر شهرهای خلاق بر تولیدات فرهنگی متمرکز است؛ یعنی تولید کالا و خدمات فرهنگی با فعالیتهایی در ارتباط قرار می‌گیرد که مرکز خلاقیت به‌حساب می‌آیند. مفهوم دیگر، بر ظرفیت و توانایی شهر بر جذب سرمایه انسانی خلاق تأکید می‌کند. در بسیاری از متون مربوط به شهر خلاق، فهم پایداری و پویایی‌های جریان کاربرد دانش مورد تأکید قرار گرفته است. مفهوم شهرهای خلاق با بسیاری از مفاهیم دیگر پیوند خورده است؛ ازجمله آن می‌توان به صنایع خلاق، صنایع فرهنگی، فعالیت‌های فرهنگی و فعالیت‌های هنری شهر و اقتصاد دانایی اشاره کرد. صنعت شهرها و مناطق خلاق مشتمل بر صنایع فرهنگی، چندرسانه‌ای و خدمات برتر و در مقیاس حوزه‌های محلی بیشتر در صنایع دستی و بومی خلاصه می‌شود. عناصر کلیدی که برای پدیدآمدن شهرهای خلاق مطرح شده‌اند به این شرح است: شبکه‌ای از تولیدکنندگان منطقه‌ای، بازار نیروی کار محلی یعنی تکنسین‌ها و کارگران خلاقی که در یک منطقه استقرار دارند و می‌توانند در شکل‌گیری توسعه خلاقیت در شهر و منطقه اثرگذار باشند و رقابت و همکاری بین مجموعه‌ای از شهرها که بتوانند عنصر خلاقیت را به منطقه و شهر تزریق کنند (فوآدیان و همکاران، ۱۴۰۰).

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-09-18]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۶

افزون بر این، ازجمله ویژگیهای شهر خلاق این است که مکانی جذاب برای کارکردن و زندگی شهروندان خود (به ویژه نسل جوان)، مکانی جذاب برای گردشگران، توانمند در شکوفایی بخش‌های مختلف اقتصادی (از راه به کارگیری فناوری و مدیریت صحیح آن) و همچنین مرکز جذب بنگاه‌های مختلف اقتصادی نوظهور (خوشه‌ها و مراکز تحقیقاتی به ویژه در زمینه فناوری‌های برتر) باشد. بر همین اساس راهبرد شهر خلاق، ایفای نقش رهبری در بین تمام اجزای سیستم شهری است و طوری جهت‌گیری شده تا در پیدا کردن روشهای کارآمد برای ایجاد یک محیط همکاری و برهم‌کنشی و دعوت از شهروندان برای مشارکت در فعالیت‌های فرهنگی مناسب باشد (حبیبی و همکاران، ۱۳۹۹).

به طور کلی، طبقه خلاق در مکانهایی ریشه می‌دواند که دارای این سه متغیر سرنوشت‌ساز باشد. هر کدام از این سه عامل دارای اهمیت هستند، اما شرط کافی نیستند. یک مکان به‌منظور جذب افراد، ایجاد نوآوری و تحول اقتصادی باید هر سه متغیر را دارا باشد. همچنین فلوریدا شاخص نوآور[1] را ابداع کرد، که تراکم هنرمندان، نویسندگان و بازیگران، طراحان، موسیقی‌دانان، کارگردانان، نقاشان، تندیس‌سازان و عکاسان در یک منطقه را اندازه‌گیری می‌کند. این شاخص به طور مستقیم تولیدکنندگان هنر را از طریق استفاده از داده‌های آماری معتبر می‌شمارد. شاخص بوهمیان پیش‌بینی کننده قوی همه چیز از پایه فناوری پیشرفته یک منطقه تا جمعیت کلی و رشد اشتغال آن به‌حساب می‌آید. به‌منظور فهم بهتر شهر خلاق، در جدول زیر مبادرت به بیان شاخص‌های شهر خلاق شده است (حمیدی و همکاران، ۱٤۰۰).

جدول (۱)، شاخص‌های شهر خلاق

شاخص	توضیحات
منظر	شهری مملو از نشانه‌ها، نمادها و چشم‌اندازهای متنوع که در عین کثرت وحدتی یکپارچه دارند.
هنر	ارتقای هنرهای جدید و تقویت میراث‌های هنری قدیمی شهر.
تنوع	شهری مملو از نژادها و قومیتهای مختلف جهان و به غایت جهانگردپذیر.
فضاهای عمومی	وجود پارکهای متعدد، ساخت و ارتقای مکانهای عمومی و فضاهای مدنی جدید.
آموزش عالی	تعداد دانشگاه‌ها و مراکز علمی و پژوهشی در شهر.

- **رویدادهای فرهنگی:**

رویدادهای فرهنگی، از مهمترین رویدادهای شهری هستند که می‌توانند زیرساخت لازم برای جذب گردشگر را فراهم کنند. اهم این رویدادها عبارتند از: جشنواره‌ها یا فستیوال‌ها، نمایشگاه، همایش یا کنگره‌ها و غیره. امروزه فرصت‌های گردشگری شهری نقش مهمی در جذب گردشگران به شهرها و کشورها دارند (یاری، ۱۳۹۷).

جشنواره‌ها: یکی از زمینه‌های توسعه‌ی گردشگری، گردشگری «جشنواره‌ها» و وقایعی است که در مدیریت مقصدهای گردشگری، اهمیت زیادی دارد. جشنواره‌ها برحسب اهمیت می‌توانند در سطح‌های منطقه‌ای یا محلی ایفای نقش

[1] Bohemian Index

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-09-18]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۶

کنند که علاوه بر جاذبه فرهنگی، از جنبه اقتصادی و فنی نیز اهمیت دارد. جشنواره‌ها می‌توانند در کنار هزینه‌ی بالایشان، ایجاد شغل کنند و نقش مهمی در جذب گردشگر داشته باشند.

همایش‌ها: «همایش‌ها»، فعالیتهایی هستند که اغلب به دلیل اهمیت و شکوه و عظمتی که دارند مورد توجه مردم و به‌عنوان یکی از اجزای اصلی جاذبه‌های شهری است. همایش‌ها با هدفهای علمی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و غیره برگزار می‌گردند.

نمایشگاه: برگزاری نمایشگاه‌ها در شهرهای مختلف به تخصص آن شهر یا امکانات آن شهر در برگزاری چنین نمایشگاهی بستگی دارد. نمایشگاه‌هایی که در شهرها برگزار می‌شوند، با جلب توجه گروهی از علاقه‌مندان، فرصتی را برای تبلیغ و شناساندن شهر به گردشگران فراهم می‌کند؛ همین موضوع بر تصمیم‌گیری و انتخاب در خرید محصول از مزیت‌های نمایشگاه‌ها است. بنابراین نمایشگاه‌ها به طور خیلی مطلوبی می‌توانند پایه‌ای برای بررسی امر گردشگری شهری را فراهم کنند. تأثیر یک مرکز نمایشگاهی در شهر را می‌توان طی دوره‌های مختلف براساس سه عامل تعداد افراد شاغل، شغل‌های مربوط به فعالیتهای وابسته و شغل‌هایی که بازدیدکنندگان ایجاد می‌کنند، اندازه‌گیری کرد. نمایشگاه‌ها نه تنها موجب اشتغال‌زایی می‌گردند بلکه درآمد زیادی را در شهر تزریق می‌کنند.

استویکا[1] و همکاران (۲۰۲۲)، در مقاله‌ای با عنوان چشم‌اندازی برای توسعه پایدار گردشگری فرهنگی با استفاده از تحلیل سوات و پارتو به این نتیجه دست یافتند که گردشگری فرهنگی بخارسات از جنبه‌هایی مانند بناهای تاریخی، مذهبی و معماری ناکارآمد است. پلتسان[2] و همکاران (۲۰۲۲)، در پژوهشی با عنوان اصول خلاقانه توسعه گردشگری فرهنگی در اوکراین نشان دادند که برای توسعه گردشگری فرهنگی نیاز به افزایش فناوری وجود دارد. نوآوری در فناوری منجر به رشد درآمد و اقتصاد در بازار جهانی می‌شود. ارتباطات ضعیف شکافی است که منجر به کندی توسعه فرهنگی می‌شود، بنابراین ارتباطات برای تعامل بهتر با گردشگران باید افزایش یابد. سوشانا و میلر[3] (۲۰۱۹)، در تحلیل استراتژیهای شهر خلاق در دستور کار شهرداری در نیویورک به اینکه استراتژی‌های شهر خلاق چیست و چگونه می توانند جایگاهی در دستور کار شهرداری به دست آورند؟ پرداخته‌اند و جریان‌های چندگانه، شهرسازی خلاقانه و سیاست فرهنگی در دستور کار شهرداری نیویورک را شناسایی می‌کنند و عقیده دارند که در طول دهه ۲۰۰۰ ، نیویورک دستخوش یک تجدید حیات خلاق شد، که در آن بخش خلاق عاملی در استراتژی شهرداری برای احیای پس از شوک بیرونی ۱۱ سپتامبر بود. رودریگوس و فرانکو[4] (۲۰۱۹)، در بررسی شبکه‌ها و عملکرد شهرهای خلاق نتیجه گرفته اند که در مطالعه مفهوم شهرهای خلاق، دو خوشه شناسایی شده اند: (۱) شهرهای خلاق و ارتباط آن‌ها با طبقه و فرهنگ خلاق و (۲) خوشه‌ها و شبکه‌های خلاق فرهنگی. بر اساس شواهد به دست آمده، شکافی در مورد عدم انجام مطالعات اضافی در مورد عملکرد شهرهای خلاق و عوامل تعیین‌کننده مربوطه مانند شبکه‌ها وجود دارد. برخی مفاهیم نظری و عملی همراه با پیشنهاداتی برای تحقیقات آتی ارائه شده است. یا و سان[5] (۲۰۱۹)، در پژوهشی با عنوان نقش اینستاگرام در شهر خالق غذا یونسکو: مطالعه موردی ماکائو بیان کرده اند: ماکائو از سال ۲۰۱۷ به‌عنوان

[1] Stoica
[2] PLETSAN
[3] Shoshanah & Miller
[4] Rodrigues & Franco
[5] Yu, Ch, Sun, R

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-09-18]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۶

شهر خلاق غذا در یونسکو تعیین شده است و دولت همچنین قصد دارد فرهنگ غذا شناسی شهر را حفظ و احیا کند و در انجام این کار، رسانه‌های اجتماعی، به ویژه محتوای تولید شده توسط ابزارهایی مانند اینستاگرام، نقش مهمی ایفا می‌کنند. این مطالعه از تجزیه و تحلیل محتوای کمی در اینستاگرام برای کشف و معرفی محبوب‌ترین غذاها استفاده کرد. یافته‌ها نشان داد که غذاهای تایوانی، غذاهای کافه‌های محلی و تنقلات محلی محبوب‌ترین غذاها هستند. علاوه بر این، ساکنان محلی معتقد بودند که دولت باید یک حساب رسمی اینستاگرام برای تبلیغ و معرفی منحصر به فرد بودن ماکائو و دسترسی بیشتر به گردشگران بین‌المللی ایجاد کند. بورن و یانگ[1] (۲۰۱۶)، در پژوهشی با عنوان هنرمندان و سیاست شهر خلاق: مقاومت، زندگی روزمره و مشارکت در استکهلم سوئد، به بررسی نگرش‌های نمونه‌ای از هنرمندان در استکهلم سوئد می‌پردازد. این تحلیل، تنوع دیدگاه‌ها، نگرش‌ها و برداشت‌های هنرمندان را نسبت به سیاست شهر خلاق در نظر می‌گیرد و به دنبال این است تا بررسی کند که چگونه عدم توافق بین تولیدکنندگان خلاق و سیاست‌گذاران می‌تواند نتیجه اقدامات زندگی روزمره باشد و به طور کلی در پی بررسی پاسخ های هنرمندان و درگیری با خط مشی شهر خلاق است. کاکیوچی[2] (۲۰۱۵)، شهرهای خلاق فرهنگی در ژاپن: این مقاله به بررسی سیاست شهر خلاق در شهر کانازاوا که به طور رسمی استراتژی شهر صنایع دستی خلاق را با استفاده از قابلیت های طراحی پیشرفته برای احیای صنایع دستی سنتی اتخاذ کرده است، می‌پردازد و بیان می‌کند که ترویج صنایع دستی سنتی و سایر اقدامات ظرفیت سازی به افزایش جذابیت یک شهر کمک می‌کند و به طور غیرمستقیم از صنایع خدمات‌محور ازجمله گردشگری فرهنگی حمایت می‌کند.

عظیمی و همکاران (۱۴۰۲)، در پژوهشی به بررسی تأثیر برگزاری رویدادهای بزرگ ورزشی بر اقتصاد شهری از دیدگاه دانشجویان تحصیلات تکمیلی رشته تربیت‌بدنی دانشگاه‌های شهر تهران (دانشگاه تهران، خوارزمی، شهید بهشتی، تربیت‌مدرس، علامه طباطبایی و رجایی) پرداختند. نتایج نشان داد که مؤلفه‌های توسعه زیرساخت و مدیریت، توسعه فرهنگی و توسعه اقتصادی به ترتیب در رتبه‌های بیشتر و کمتر قرار گرفتند. همچنین نتایج همبستگی خطی بین متغیرها نشان داد که بین توسعه زیرساخت و مدیریت و توسعه اقتصادی با میزان همبستگی بیشترین ارتباط، توسعه فرهنگی و توسعه زیرساخت بین توسعه فرهنگی و توسعه اقتصادی ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود داشت. نتایج نشان داد که عامل توسعه زیرساخت و مدیریت مهم‌ترین اثرات برگزاری رویداد ورزشی بر اقتصاد شهری محسوب می‌شوند. تقوایی و همکاران (۱۴۰۱)، در پژوهشی به بررسی و رتبه بندی جایگاه مهمترین محورهای مرتبط با توسعه شهر خلاق در شهر شیراز نسبت به شاخص‌های شهر خلاق پرداختند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد در معیار اجتماعی – فرهنگی، محدوده حافظیه تا سعدیه، در معیار اقتصادی، مجموعه شاه‌چراغ در معیار کالبدی – اکولوژی و سازمانی- مدیریتی محدوده باغ عفیف‌آباد تا باغ ارم در جایگاه اول قرار گرفتند و درنهایت پیشنهاداتی به تفکیک اولویت زمانی و مکانی ارائه شده است که به‌عنوان نمونه تعدادی از آن‌ها ارائه شده است: مشخص کردن طرح‌های کاربردی و قابل توجیه اقتصادی برای شهر خلاق در شیراز، آموزش نیروهای متخصص اقتصادی در زمینه شهر خلاق، تعریف چشم‌اندازها و سیاستهای اشتغال محور با رویکرد خلاق در شهر شیراز. نتایج پژوهش مشکینی و همکاران (۱۳۹۹)، در تبیین سطوح خلاقیت شهری در نظام شهری کلان‌شهر کرج نشان داد مناطق شهری در حال حرکت به

[1] Boren & Young
[2] Kakiuchi

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-09-18]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۶

سمت خلاقیت و شکوفایی می باشند. باقری کشکولی و همکاران (۱۳۹۹)، شاخص‌های توسعه پایدار را به‌منظور تحقق پذیری شهر خلاق در شهرهای استان یزد تحلیل کرده اند. نتایج مطالعه بیانگر این است که نوآوری بالاترین اثر را در تحقق شهر خلاق دارد که با استفاده از دانش‌های نوین در تولیدات صنعتی با استقرار صنایع با تکنولوژی بالا در شهرهای استان، به کارگیری ایده‌های جدید در کنترل ساخت و سازها، راه اندازی خانه گفتمان مدیریت یکپارچه شهری در راستای تحقق‌پذیری شهر خلاق در شهرهای استان موثر هستند. نژاد ابراهیمی و همکاران (۱٤۰۰)، با استفاده از شاخص‌های منطبق با فرهنگ و تمدن ایرانی- اسلامی حاکم بر شهرهای کشور به رتبه بندی مناطق شهر زنجان با استفاده از شاخص‌های بومی‌سازی شده شهر خلاق پرداخته‌اند و نتایج نشان داد که مناطق ۳ و ٤ خلاقیت بالا، مناطق ٦ و ۲ خلاقیت متوسط و مناطق ۵ و ۱ از خلاقیت پایینی را دارا می باشند. علیزاده و لطفی (۱۳۹۸)، اثرگذاری عضویت شهر رشت در شبکه شهرهای خلاق بر توسعه شهری پایدار را تبیین و تحلیل کرده اند. یافته‌های پژوهش نشان داد که عضویت در شبکه شهرهای خلاق یونسکو بر توسعه شهری پایدار رشت موثر است و به میزانی که مؤلفه‌های اجتماعی و اقتصادی شهر خلاق تغییر یابند، توسعه شهری پایدار رشت نیز تغییر می‌کند. همچنین مؤلفه‌های اقتصادی شهر خلاق اهمیت بیشتری در بین مؤلفه‌های شهر خلاق در اثرگذاری بر توسعه پایدار شهر رشت دارد. حسین‌پور و همکاران (۱۳۹۸)، در بررسی شاخص‌های شهر خلاق در خیابان ابوطالب شهر مشهد به این نتیجه رسیدند که عوامل ساختار بالغ هماهنگ با رفتار خلاق بیشترین تاثیر را در میزان خلاقیت خیابان ابوطالب شهر مشهد داشته است و در میان شاخص‌ها اختلاط کاربریها، شکل‌گیری اجتماعات و ... بیشترین میزان اثرگذاری را دارد. مافی و همکاران (۱۳۹۷)، به ارائه الگوی مطلوب شهر خلاق در کلان‌شهر تهران پرداخته‌اند. نتایج تحقیق نشان داد از یک طرف افزایش و بهبود معیارهای شهر خلاق تاثیرات خود را در جهت حرکت محلات شهر به سوی تحقق شهر خلاق می‌گذارد و از طرف دیگر میزان این تاثیرگذاری بسیار متفاوت است؛ به شکلی که معیار نوآوری، بیشترین تاثیر را در تحقق شهر خلاق در محلات تهران دارد. عاطفی و حاتمی علمداری (۱۳۹٦)، اثر انگاره شهر خلاق در پویش اقتصادی واجتماعی کلان‌شهر تبریز را بررسی نموده‌اند. یافته‌های پژوهش نشان داد متغیر نوآوری در بهترین وضعیت، و متغیر رهبری در وضعیت ضعیف‌تری قرار دارد. همچنین کیفیت زندگی، بالاترین تاثیر و رهبری، کمترین تاثیر را بر پویش اقتصادی و اجتماعی دارند.

۱) روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر ازنظر ماهیت کاربردی – توسعه‌ای و ازنظر روش انجام، ترکیبی از روش‌های توصیفی، تحلیلی و پیمایشی است. در این پژوهش با توجه به هدف و ماهیت پژوهش از روش پژوهش ترکیبی یا آمیخته[1] از طریق تلفیق روش‌های کیفی و کمّی استفاده خواهد شد. جامعهٔ و نمونه آماری در بخش کیفی، کارشناسان و متخصصان حرفه برنامه‌ریزی شهری، مسئولان و متولیان سازمان‌ها و ادارات مربوطه در شهر شیراز می‌باشند که تعداد ۳۰ نفر با روش هدفمند انتخاب شدند. جامعهٔ و نمونه آماری در بخش کمّی پژوهش، کلیه‌ی بازدیدکنندگان و استفاده‌کنندگان از رویدادهای فرهنگی و شاخص‌های شهر خلاق می‌باشند که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی، تعداد ۵۰۰ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. روش گردآوری اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای و میدانی بود. در بخش کتابخانه‌ای،

1 Mixed

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-09-18]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۶

اطلاعات از طریق مطالعه کتب، نشریات، منابع اینترنتی و پایگاه‌های اطلاعاتی جمع‌آوری و پس از انتخاب منابع نسبت به تهیه، فیش‌برداری و ترجمه متون مورد نظر اقدام شده است. حاصل این بخش مشخص کردن مؤلفه‌های رویدادهای فرهنگی و شاخص‌های شهر خلاق شهر شیراز بر اساس مبانی نظری و عملی و همچنین پیشینه پژوهش می‌باشد. در مرحلهٔ کیفی پژوهش، با مطالعه ادبیات پژوهش و همچنین انجام مصاحبه نیمه ساختار یافته با ۳۰ نفر از خبرگان شاخص‌های اولیه احصاء شد. برای تفسیر مصاحبه‌ها و کدگذاری داده‌ها از روش دلفی فازی استفاده شد. مرحله کمّی پژوهش براساس مؤلفه‌های استخراج‌شده از مرحله کیفی، پرسشنامه محقق‌ساخته آنلاین طراحی و با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس در اختیار نمونه آماری بخش کمی قرار گرفت. روایی پرسشنامه، قبل از توزیع مورد ارزیابی صاحب نظران قرار گرفت و شاخص روایی محتوایی برای آن‌ها محاسبه گردید. روایی همگرا نیز مورد تائید بود، زیرا CR>0.7؛ CR>AVE؛ AVE>0.5 و همین‌طور روایی واگرا نیز مورد تائید بود زیرا MSV[1] < AVE و ASV[2] < AVE. در این پژوهش پایایی از طریق ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی[3] محاسبه شد. مقادیر این دو ضریب برای همه متغیرهای پژوهش بالای ۰/۷ به دست آمد که نشان‌دهنده پایا بودن ابزار اندازه‌گیری بود. نرم‌افزارهای مورد استفاده در بخش کیفی، اکسل و MAXQDA می‌باشند. در بخش کمّی با توجه به سؤال‌های پژوهش از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. روابط علی موجود در مدل پژوهش با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری و همچنین نرم‌افزار Lisrel مورد بررسی قرار گرفت.

محدوده مورد مطالعه پژوهش شهر شیراز می باشد که ازنظر جغرافیایی در جنوب غربی ایران، در بخش مرکزی استان فارس قرار گرفته است که در موقعیت ۵۲ درجه و ۳۲ دقیقه طول شرقی و ۲۹ درجه و ۳۶ دقیقه عرض شمالی و در فاصله ۹۱۹ کیلومتری تهران قرار دارد و از سمت شمال به رشته کوه های بمو، سبز پوشان، چهل مقام و باباکوهی از غرب به کوه های دراک و سفیدار و از جنوب غربی و شمال شرقی به جلگه شیراز محدود می شود. شهر شیراز به ۱۱ منطقه شهرداری تقسیم شده و با مساحت ۲۱۷ کیلومتر مربع به شکل مستطیل در جنوب غربی ایران قرار دارد. ارتفاع شهر از سطح دریا حدود ۱۴۹۰ متر تا ۱۷۰۰ متر می باشد. پست ترین نقطهٔ دشت شیراز در جنوب شرقی (دریاچه مهارلو) و بلندترین نقطهٔ آن در شمال غرب دشت است. خط‌القعر دشت را رودخانه خشک تشکیل می دهد که در امتداد ساختار طبیعی از محور اردکان از موقعیت شمال غرب شروع و در جنوب شرق به حوزهٔ دریاچه مهارلو که نقطه قعر حوزهٔ آبریز را تشکیل می دهد، منتهی می گردد.

1 Maximum Shared Squared Variance (MSV)
2 Average Shared Squared Variance (ASV)
3 Composite Reliability (CR)

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-09-18]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۶

شکل (۱)، محدوده جغرافیایی شهر شیراز

در راستای تحقق اهداف پژوهش و بر اساس مشاهدات و مصاحبه‌های صورت گرفته چهار محور و محدوده به‌عنوان مناطق با پتانسیل بالاتر جهت پیاده سازی راهبردهای توسعه شهر خلاق پیشنهاد گردید:

۱. محور حافظیه تا سعدیه آرامگاه دو شاعر نامی با شهرت جهانی بطول ۳,۳ کیلومتر.

۲. محور باغ عفیف آباد تا باغ ارم، دو باغ کلاسیک با سازماندهی منحصر به فرد و شهرت ملی با پتانسیل بالای اکولوژیکی بطول ۳,۱ کیلومتر.

۳. محدوده مجموعه زندیه شامل ارگ کریم خان، بازار، حمام و مسجد وکیل، آثار تاریخی شاخص از دوره کریم خان زند به مساحت تقریبی ٦ هکتار.

٤. مجموعه حرم حضرت شاهچراغ(ع) که شیراز را به‌عنوان سومین حرم اهل بیت(س) معرفی کرده است و از شاخص ترین آثار مذهبی کشور می باشد به مساحت حدود ١٦ هکتار.

جدول (۲)، معیارها و زیرمعیارهای توسعه شهر خلاق شیراز

اجتماعی- فرهنگی		اقتصادی		کالبدی- اکولوژیکی		سازمانی- مدیریتی	
زیرمعیار	کد	زیرمعیار	کد	زیرمعیار	کد	زیرمعیار	کد
همخوانی فرهنگ جامعه با جاذبه ها	A1	ایجاد اشتغال	B1	-امکانات کالبدی اکولوژیکی	C1	توسعه قطب های سازمانی - اداری	D1

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-09-18]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۶

افزایش تنوع فرهنگی	A2	افزایش درآمد	B2	افزایش ابعاد اکولوژیکی طبیعی	C2	گرایش جوانان به عضویت در سازمانها	D2
فراهم کردن تبادلات فرهنگی	A3	بهبود کمی و کیفی صنایع دستی	B3	احداث شهر اکولوژیکی	C3	افزایش مراکز مدیریتی	D3
–	–	–	–	مجتمع بزرگ تفریحی	C4	تجهیز سالن‌های سخنرانی	D4

بر اساس مشاهدات و مصاحبه‌های صورت گرفته سه محور جهت رویدادهای فرهنگی پیشنهاد گردید که در جدول (۳) آمده‌اند:

جدول (۳)، معیارها و زیرمعیارهای رویدادهای فرهنگی شیراز

فرهنگی – ادبی		**تسهیلات**		**دسترسی و زیرساخت‌ها**		**مدیریتی – نهادی**		**کالبدی – محیطی**	
زیرمعیار	کد	زیرمعیار	کد	زیرمعیار	کد	زیرمعیار	کد	زیرمعیار	کد
سایتها و رویدادهای تاریخی – فرهنگی	E1	مراکز پذیرایی و رستوران	F1	دسترسی آسان	G1	تخصیص بودجه	H1	امنیت	I1
ادبیات و مشاهیر	E2	فضاهای تفریحی و سبز	F2	ایمن و باکیفیت	G2	سرمایه-گذاری و مشارکت بخش خصوصی	H2	جذابیت بصری	I2
مکان ادبی و اصالت	E3	مراکز اقامتی	F3	تنوع وسایل حمل‌ونقل در سطح ملی و بین‌المللی	G3	مشارکت سازمانهای مردم‌نهاد	H3	کیفیت محیط-زیست	I3
ارزشهای فرهنگی و نوستالژیک	E4	–	–	سیستم حمل‌و نقل درون‌شهری و منطقه	G4	قیمت-گذاری	H4	کیفیت و وضعیت نگهداری ابنیه	I4

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-09-18]

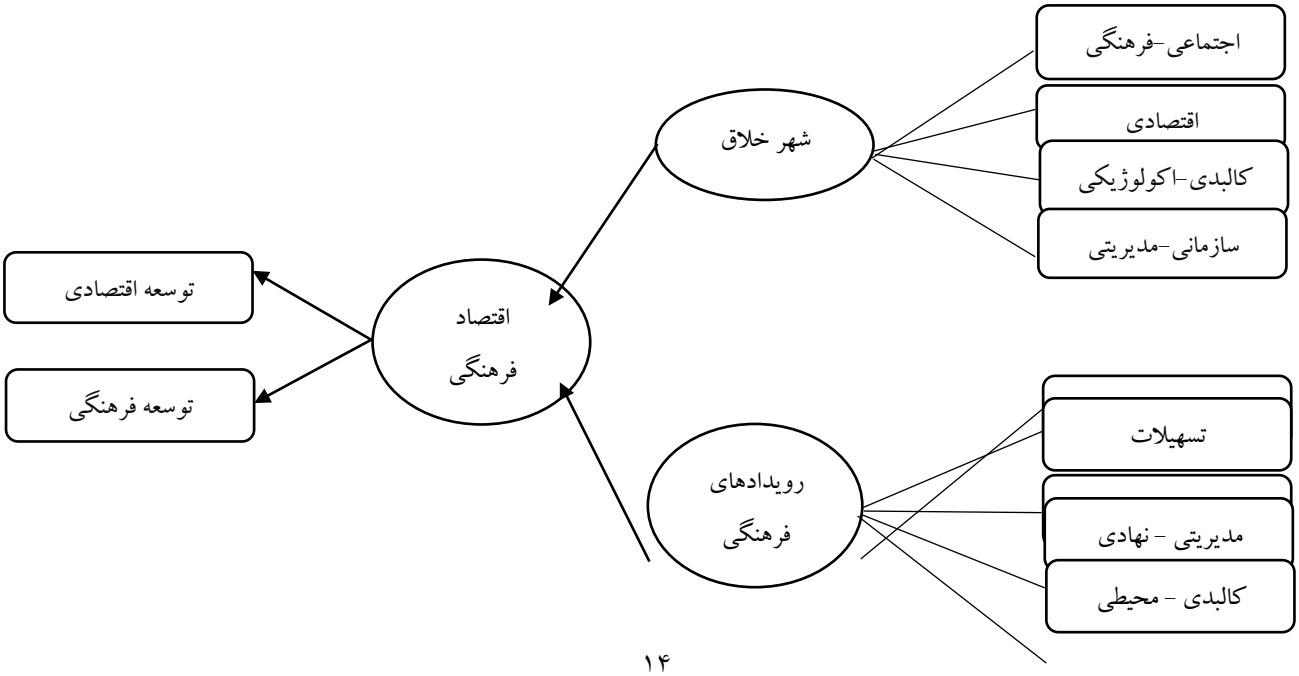
شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۶

صنایع دستی و فرهنگی	E5	-	-	-	منابع انسانی	H5	-

بر اساس مشاهدات و مصاحبه‌های صورت گرفته دو محور جهت اقتصاد فرهنگی پیشنهاد گردید که در جدول (٤) آمده‌اند:

جدول (٤)، معیارها و زیرمعیارهای اقتصاد فرهنگی شیراز

توسعه اقتصادی		توسعه فرهنگی	
زیرمعیار	کد	زیرمعیار	کد
برگزاری اینگونه رویدادها باعث افزایش درآمدهای جامعه میزبان از طریق تبلیغات و حامیان مالی می‌شود.	J1	برگزاری اینگونه رویدادها باعث افزایش پوشش رسانه‌ای جامعه میزبان می‌شود.	K1
به واسطهٔ میزبانی اشتغال و درآمدهای جدید در جامعه میزبان ایجاد می‌شود.	J2	برگزاری اینگونه رویدادها غرورو افتخار را برای جامعه میزبان به ارمغان می‌آورد.	K2
میزبانی انگیزهٔ بیشتری در مسئولین برای ایجاد امکانات جدید فراهم می‌آورد.	J3	زمینه‌ای را برای استفاده بازدیدکنندگان از امکانات جامعه میزبان در آینده فراهم می‌آورد.	K3
زمینه‌ای را برای افزایش تقاضای کالا و خدمات توسط بازدیدکنندگان در جامعه میزبان ایجاد می‌کند.	J4	میزبانی شهر باعث جذب گردشگردر جامعه میزبان می‌شود.	K4
زمینه را برای به حداقل رساندن کمبود امکانات جامعه میزبان فراهم می‌آورد.	J5	برگزاری رویدادها باعث حفاظت و ساماندهی میراث‌فرهنگی شهر میزبان می‌شود.	K5



[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-09-18]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۶

شکل (۲)، مدل مفهومی پژوهش

۲) یافته‌های پژوهش

در فرآیند دلفی فازی ابتدا متغیرهای کیفی به‌صورت اعداد فازی ذوزنقه‌ای شکل زیر تعریف می‌شوند.

شکل (۳)، نمودار اعداد فازی ذوزنقه‌ای

به عبارت ریاضی‌تر، می‌توان توابع عضویت عدد فازی ذوزنقه‌ای شکل (M_1, M_2, M_3, M_4) را به‌صورت زیر تعریف نمود:

$$\mu_{\bar{M}}(x) = \begin{cases} \dfrac{x - M_1}{M_2 - M_1} & s.t (M_1 \le x < M_2) \\ 1 & s.t (M_2 \le x < M_3) \\ \dfrac{x - M_4}{M_3 - M_4} & M_3 \le x < M_4 \\ 0 & \text{سایر نقاط} \end{cases}$$

M_i ها رئوس ذوزنقه می‌باشند که مقادیر آن‌ها روی محور x ها تعیین می‌گردد. به‌عنوان‌مثال، در شکل بالا شکل فازی متغیرهای زبانی به‌صورت زیر می‌باشد:

در شکل فوق متغیر زبانی مخالف برابر است با (۰،۰،۲،٤)، نه موافق و نه مخالف برابر است با (۳،٤،٦،۷) و موافق برابر است با (٦،۸،۱۰،۱۰).

با توجه به گزینه‌های پیشنهادی و متغیرهای زبانی تعریف‌شده در قسمت قبل پرسشنامه مورد نظر طراحی گردیدند. پس از توزیع و جمع‌آوری پرسشنامه‌ها دو پیشنهاد جدید نیز دریافت شده است. جدول زیر نتایج شمارش نظرات خبرگان در مورد هر یک از مؤلفه‌ها را در پرسشنامه‌ی نخست نشان می‌دهد:

جدول (۵)، نتایج شمارش آراء خبرگان در مرحله اول توزیع پرسشنامه

مولفه‌ها	ابعاد	نظر خبرگان
شهر خلاق	اجتماعی- فرهنگی	۱۰-۷-۲
	اقتصادی	۲۷-۱-۱
	کالبدی- اکولوژیکی	۲۸-۱-۱
	سازمانی- مدیریتی	۱۳-۹-۳
	فرهنگی - ادبی	۲۰-۲-٤

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-09-18]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۶

رویدادهای فرهنگی	تسهیلات	۳-۸-۱۲
	دسترسی و زیرساخت‌ها	۱-۵-۲۳
	مدیریتی - نهادی	۷-۲-۱۵
	کالبدی - محیطی	۱-٤-۲٤
اقتصاد فرهنگی	توسعه اقتصادی	۱-۲-۲۱
	توسعه فرهنگی	۱۰-۵-۱۵

بر اساس نتایجی که از پرسشنامه‌های جمع‌آوری‌شده از ۳۰ خبره که در اجرای تحقیق همکاری داشته‌اند، به دست آمد، میانگین هریک از شاخص‌ها با توجه به رابطه‌ی زیر محاسبه می‌گردد:

$$A^i = (a_1^i, a_2^i, a_3^i, a_4^i, a_5^i) \qquad i = 1,2, \dots, n$$

$$A_m = (a_{m1}, a_{m2}, a_{m3}, a_{m4}, a_{m5}) = (\frac{1}{n}\sum a_1^i, \frac{1}{n}\sum a_2^i, \frac{1}{n}\sum a_3^i, \frac{1}{n}\sum a_4^i, \frac{1}{n}\sum a_5^i)$$

در رابطه‌ی بالا، A^i بیانگر دیدگاه خبره‌ی i ام و A_m بیانگر میانگین دیدگاه‌های خبرگان است. میانگین هریک از شاخص‌ها در جدول زیر آمده است.

جدول (٦)، میانگین آراء خبرگان در مرحله اول توزیع پرسشنامه

مولفه‌ها	ابعاد	میانگین آراء
شهر خلاق	اجتماعی- فرهنگی	[۵,۳,٦,٤,۷,۲,۸,۷]
	اقتصادی	[۵,۹,۷,۱,۸,٤,۹,۳]
	کالبدی- اکولوژیکی	[۳,۷,٤,۷,۵,٤,٦,۳]
	سازمانی- مدیریتی	[۰,۸,۱,٤,۲,۷,٤,٦]
رویدادهای فرهنگی	فرهنگی - ادبی	[٦,۱,۷,٤,۸,۷,۹,۷]
	تسهیلات	[٤,۳,۵,۷,٦,٤,۷,۹]
	دسترسی و زیرساخت‌ها	[۵,۸,۷,۲,۸,۱,۹,۷]
	مدیریتی - نهادی	[۵,۱,٦,۳,۷,۷,۹,۳]
	کالبدی - محیطی	[۵,۲,٦,٤,۷,۸,۹,٤]
اقتصاد فرهنگی	توسعه اقتصادی	[۵,۹و۸,۱و۹,۲و۹,٦]
	توسعه فرهنگی	[٤,۸,۵,٦,۷,۲,۸,۹]

میانگین نظرات خبرگان برای بعد اجتماعی- فرهنگی شهر خلاق این‌گونه می‌باشد که بیشترین تأثیرگذاری ازنظر خبرگان برابر با ۸,۷ و کمترین برابر است با ۵,۳ درصورتی‌که اکثر نظرات در بازه‌ی ٦,٤ تا ۷,۲ می‌باشند. با توجه به نظرات و نمودار اعداد فازی ذوزنقه‌ای را ازنظر گذشت می‌توان بیان نمود که نظرات در قسمت تأثیرگذاری زیاد قرار می‌گیرند. تفسیر اعداد برای سایر شاخص‌ها نیز به همین صورت می‌باشد.

تا این مرحله از پژوهش، پرسشنامه‌ی اولیه توزیع، و نظرات خبرگان اندازه‌گیری شد و میانگین کل نظرات نیز محاسبه گردید. در قدم بعدی از فرآیند دلفی، بایستی بازخورد نظرات را برای خبرگان ارسال نماییم؛ به این صورت که تفاوت

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-09-18]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۶

نظرات هریک از خبرگان را نسبت به میانگین نظرات برای هر فرد ارسال نماییم. با توجه به فازی بودن اعداد بایستی طبق رابطه‌ی زیر تفاوت از میانگین را برای هریک از نخبگان محاسبه نماییم:

$$(a_{m1}-a_1^{(i)}, a_{m2}-a_2^{(i)}, a_{m3}-a_3^{(i)}, a_{m4}-a_4^{(i)}, a_{m5}-a_5^{(i)})$$

اینک می‌توان بر اساس نتایج حاصل از رابطه‌ی بالا، پرسشنامه‌ی دیگری تنظیم کرد که در آن اختلاف محاسبه‌شده مربوط به هر فرد خبره ثبت شده است. در این صورت بر اساس ارزیابی مجدد هر خبره ازنظر قبلی خود، می‌توان نتایج جدیدی را به دست آورد. نتایج حاصل از این پرسشنامه جدید در جدول زیر ارائه شده است.

جدول (۷)، نتایج شمارش آراء پرسشنامه‌ی مرحله‌ی دوم

مولفه‌ها	ابعاد	نظر خبرگان
شهر خلاق	اجتماعی- فرهنگی	۲۸-۰-۰
	اقتصادی	۲٤-۳-۰
	کالبدی- اکولوژیکی	۲۹-۰-۰
	سازمانی- مدیریتی	۲٦-۰-۰
رویدادهای فرهنگی	فرهنگی - ادبی	۰-۲٤-۱
	تسهیلات	۲٦-۲-۰
	دسترسی و زیرساخت‌ها	٦-۲۱-۰
	مدیریتی - نهادی	۲۸-۱-۰
	کالبدی - محیطی	۲۸-۰-۰
اقتصاد فرهنگی	توسعه اقتصادی	۲٦-۳-۰
	توسعه فرهنگی	۲۹-۱-۰

نتایج میانگین نظرات خبرگان در جدول زیر ارائه شده است:

جدول (۸)، میانگین آراء خبرگان در مرحله‌ی دوم

مولفه‌ها	ابعاد	میانگین آراء
شهر خلاق	اجتماعی- فرهنگی	[٦,٥,٧,٨,٨,٤,٩,٧]
	اقتصادی	[٤,٥,٥,٣,٦,٦,٧,٦]
	کالبدی- اکولوژیکی	[٦,٨,٧,٨,٨,٧,٩,٦]
	سازمانی- مدیریتی	[٦,٢,٧,٥,٨,٦,٩,٧]
رویدادهای فرهنگی	فرهنگی - ادبی	[٥,٩,٦,٨,٧,٩,٩,٣]
	تسهیلات	[٦,٧,٧,٨,٨,٤,٩,٥]
	دسترسی و زیرساخت‌ها	[٥,٧,٧,٩,٩,١,٩,٧]
	مدیریتی - نهادی	[٥,٤,٦,٦,٧,٨,٩,٤]
	کالبدی - محیطی	[٦,٥,٧,٥,٨,٧,٩,٤]

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-09-18]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۶

اقتصاد فرهنگی	توسعه اقتصادی	[٦,٣,٧,٢,٨,٥,٩,٣]
	توسعه فرهنگی	[٤,٤,٥,٢,٦,٧,٧]

تا این مرحله از تحقیق دو مرتبه پرسشنامه‌ها بین خبرگان توزیع شد و نظرات آن‌ها جمع‌آوری شد و در این بین خبرگان پرسشنامه‌ی دوم را با علم به نظرات اکثریت پر نمودند. حال جهت بررسی اینکه آیا نظرات به اجماع رسیده است یا خیر؟ یا به‌عبارت‌دیگر به‌منظور ارزیابی نظرات به این صورت که نظرات در تعیین شاخص‌های شناسایی‌شده به اجماع رسیده‌اند یا خیر؛ از طریق رابطه‌ی زیر تفاوت میانگین‌ها را محاسبه می‌نماییم:

$$S(A_{m2},A_{m1})=\frac{1}{4}\left[a_{m21}+a_{m22}+a_{m23}+a_{m24}\right]-\left[a_{m11}+a_{m12}+a_{m13}+a_{m14}\right]$$

حال چنانچه این اختلاف میانگین از حد آستانه‌ی ۰/۲ کمتر شود، فرآیند متوقف می‌شود و در نتیجه خبرگان به اجماع رسیده‌اند. نتایج تفاوت میانگین‌ها در جدول زیر ارائه شده است.

جدول (۹)، تفاوت میانگین آراء مرحله‌ی اول دوم

مولفه‌ها	ابعاد	تفاوت میانگین‌ها
شهر خلاق	اجتماعی- فرهنگی	۰,۱۷
	اقتصادی	۰,۰۷
	کالبدی- اکولوژیکی	۰,۰۳
	سازمانی- مدیریتی	۰,۰۲
رویدادهای فرهنگی	فرهنگی - ادبی	۰,۱۹
	تسهیلات	۰,۰۷
	دسترسی و زیرساخت‌ها	۰,۰۸
	مدیریتی - نهادی	۰,۰۲
	کالبدی - محیطی	۰,۱۷
اقتصاد فرهنگی	توسعه اقتصادی	۰,۱۷
	توسعه فرهنگی	۰,۰۲

همان‌طور که ملاحظه می‌شود اختلاف میانگین‌ها در جدول کمتر از ۰/۲ می‌باشد. لذا فرآیند دلفی متوقف می‌شود و می‌توان گفت که در پایان این مرحله توافق آراء حاصل شده است. لذا میزان موافقت خبرگان با شاخص‌های شناسایی‌شده در جدول زیر ارائه شده است.

جدول (۱۰)، اهمیت هریک از مؤلفه‌های مدل

مولفه‌ها	ابعاد	تفاوت میانگین‌ها

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-09-18]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۶

شهر خلاق	اجتماعی- فرهنگی	زیاد
	اقتصادی	زیاد
	کالبدی- اکولوژیکی	زیاد
	سازمانی- مدیریتی	زیاد
رویدادهای فرهنگی	فرهنگی - ادبی	زیاد
	تسهیلات	زیاد
	دسترسی و زیرساخت‌ها	زیاد
	مدیریتی - نهادی	زیاد
	کالبدی - محیطی	زیاد
اقتصاد فرهنگی	توسعه اقتصادی	زیاد
	توسعه فرهنگی	زیاد

نتایج نرمال بودن متغیرها با کمک آزمون کلموگروف اسمیرنوف در جدول (۹)، ارائه شده است. در صورتی که سطح معنی داری آزمون کمتر از ۰/۰۵ باشد فرض صفر را رد کرده و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت توزیع داده‌ها نرمال نیست. در صورتی که سطح معنی داری آزمون بیشتر از ۰/۰۵ باشد فرض صفر را می‌پذیریم و توزیع داده‌ها نرمال است. با توجه به نتایج و با توجه به اینکه سطح احتمال تمامی متغیرهای پژوهش بیشتر از مقدار استاندارد ۰/۰۵ درصد می‌باشد، بنابراین فرضیه صفر پژوهش رد شده و متغیرهای پژوهش نرمال می‌باشند.

جدول (۱۱)، بررسی نرمال بودن توزیع متغیرها

متغیر	K.Sآماره	)sigسطح معنی‌داری (	نتیجه
اجتماعی- فرهنگی	۰/٤٥٢	۰/١٤٥	نرمال
اقتصادی	۰/٦٣٢	۰/١٢٥	نرمال
کالبدی- اکولوژیکی	۰/٨٤٧	۰/٥٢٤	نرمال
سازمانی- مدیریتی	۰/٤١٥	۰/٦٥٨	نرمال
فرهنگی - ادبی	۰/٧٢٥	۰/٧٤٢	نرمال
تسهیلات	۰/٦٩٨	۰/٣٢٥	نرمال
دسترسی و زیرساخت‌ها	۰/٥٢٦	۰/٥٦٣	نرمال
مدیریتی - نهادی	۰/٣٩٦	۰/٥٤١	نرمال
کالبدی - محیطی	۰/٨٥٢	۰/٢٥٤	نرمال
توسعه اقتصادی	۰/٤٧١	۰/٨٥٧	نرمال
توسعه فرهنگی	۰/١٤٧	۰/٦٨٩	نرمال

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-09-18]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۶

در جدول (۱۲)، میانگین ابعاد و مؤلفه‌های پژوهش ارائه شده است. مقایسه میانگین عوامل نشان می‌دهد که از بین ابعاد شهر خلاق، بعد سازمانی- مدیریتی نسبت به دیگر ابعاد از اهمیت بالاتری برخوردار است؛ زیرا میانگین آن ۳/۹۶۲۸ می‌باشد که از میانگین سایر ابعاد بیشتر می‌باشد. همچنین از بین ابعاد، بعد مدیریتی-نهادی نسبت به دیگر ابعاد از اهمیت بالاتری برخوردار است. زیرا میانگین آن ٤/۲۰٦٥ می‌باشد که از میانگین سایر ابعاد بیشتر می‌باشد. همچنین از بین ابعاد اقتصاد فرهنگی بیشترین میانگین مربوط به توسعه فرهنگی (٤/۰٤۷۱) می‌باشد.

جدول (۱۲)، میانگین و انحراف‌معیار ابعاد و مؤلفه‌های پژوهش

مولفه‌ها	ابعاد	میانگین	انحراف معیار
شهر خلاق	اجتماعی- فرهنگی	3.8101	.58290
	اقتصادی	3.8782	.57955
	کالبدی- اکولوژیکی	3.9137	.56445
	سازمانی- مدیریتی	3.9628	.50805
رویدادهای فرهنگی	فرهنگی - ادبی	4.0548	.51882
	تسهیلات	3.8375	.60934
	دسترسی و زیرساخت‌ها	4.0193	.50809
	مدیریتی - نهادی	4.2065	.50806
	کالبدی - محیطی	4.0805	.49189
اقتصاد فرهنگی	توسعه اقتصادی	3.9390	.48844
	توسعه فرهنگی	4.0471	.51037

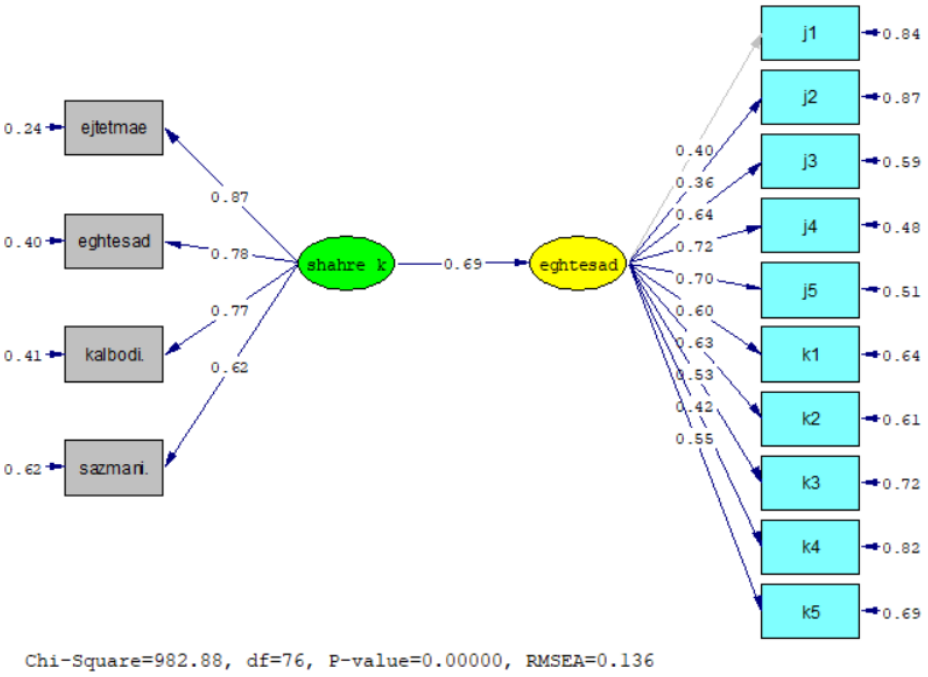
نتایج ضرایب مسیر رابطه بین شهر خلاق و اقتصاد فرهنگی، در جدول (۱۳) و نمودارهای (۱) و (۲) نمایش داده شده است. همانطور که نتایج نشان می‌دهد، بین شهر خلاق و اقتصاد فرهنگی، رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد زیرا مقدار آماره t، ۸/۹٦ می‌باشد که این آماره بیشتر از مقدار استاندارد ۱/۹٦ می‌باشد. همچنین ضریب مسیر نشان دهنده این موضوع می‌باشد که بین شهر خلاق و اقتصاد فرهنگی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. ضریب ۰/٦۹ نشان دهنده این موضوع می‌باشد که با بهبود ابعاد شهر خلاق، اقتصاد فرهنگی شهر شیراز افزایش می‌یابد.

جدول (۱۳)، ارزیابی ضرایب مسیر رابطه بین شهر خلاق و اقتصاد فرهنگی

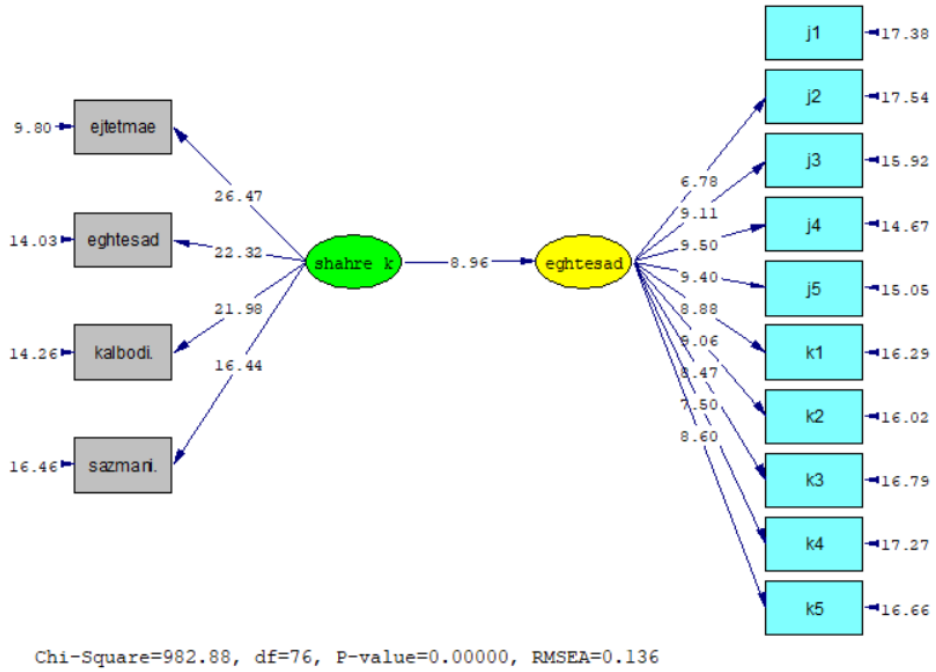
مسیر	tآماره	ضرایب مسیر	نتیجه
شهر خلاق ← اقتصاد فرهنگی	۸/۹٦	۰/٦۹	تایید

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-09-18]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۶



نمودار (۱)، مقادیر ضرایب مسیر رابطه بین شهر خلاق و اقتصاد فرهنگی در حالت استاندارد



نمودار (۲)، مقادیر آماره t رابطه بین شهر خلاق و اقتصاد فرهنگی در حالت استاندارد

نتایج ضرایب مسیر رابطه بین رویدادهای فرهنگی و اقتصاد فرهنگی، در جدول (۱٤) و نمودارهای (۳) و (٤) نمایش داده شده است. همانطور که نتایج نشان می‌دهد، بین رویدادهای فرهنگی و اقتصاد فرهنگی، رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد زیرا مقدار آماره t، ۹/۸٦ می‌باشد که این آماره بیشتر از مقدار استاندارد ۱/۹٦ می‌باشد. همچنین ضریب مسیر نشان دهنده این موضوع می‌باشد که بین رویدادهای فرهنگی و اقتصاد فرهنگی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود

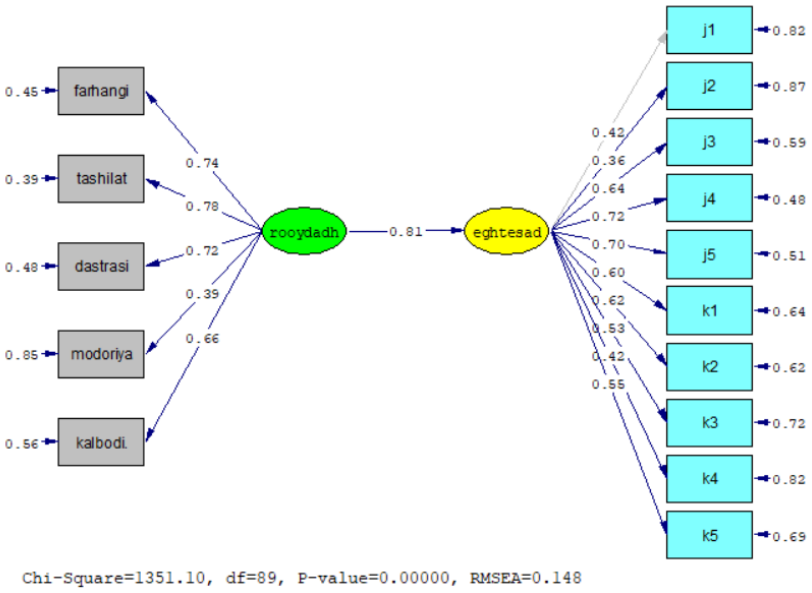
[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-09-18]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۶

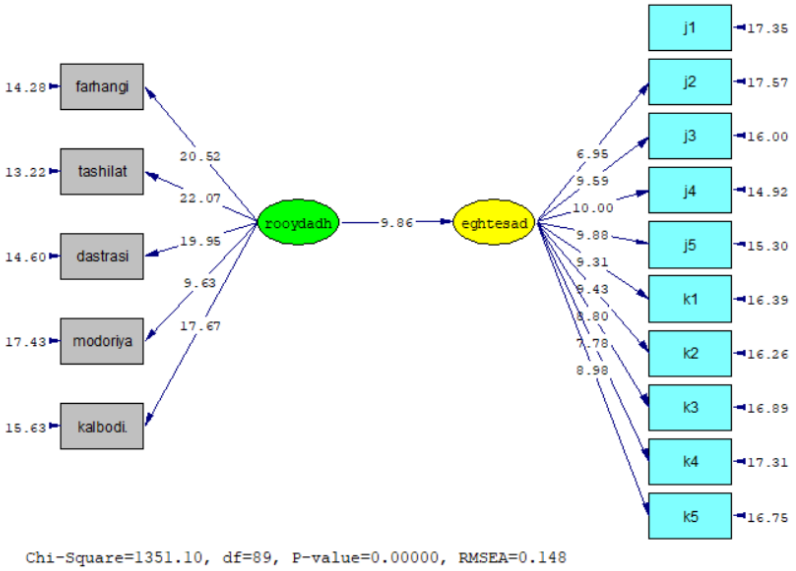
دارد. ضریب ۰/۸۱ نشان دهنده این موضوع می‌باشد که با بهبود ابعاد رویدادهای فرهنگی، اقتصاد فرهنگی شهر شیراز افزایش می‌یابد.

جدول (۱٤)، ارزیابی ضرایب مسیر رابطه بین رویدادهای فرهنگی و اقتصاد فرهنگی

مسیر	tآماره	ضرایب مسیر	نتیجه
رویدادهای فرهنگی ← اقتصاد فرهنگی	۹/۸٦	۰/۸۱	تایید



نمودار (۳)، مقادیر ضرایب مسیر رابطه بین رویدادهای فرهنگی و انتصاب مدیران در حالت استاندارد



[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-09-18]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۶

نمودار (٤)، مقادیر ضرایب مسیر رابطه بین رویدادهای فرهنگی و انتصاب مدیران در حالت استاندارد

جدول (۱۵)، مقدار ضرایب R^2، Q^2 (سازه‌های درون‌زا)، Redundancy (متغیرهای درون‌زا) و GOF (نیکویی برازش) را نشان می‌دهد.

جدول(۱۵)، نتایج معیارهای R^2، Q^2، Redundancy و GOF

متغیر وابسته	R^2	Q^2	COMMUNALITY	Redundancy	GOF
انتصاب مدیران	۰/٦٨٩	۰/٥٩٦	۰/۳٥٨	۰/۲٤٦	۰/٥۳۹

با توجه به نتایج، مقدار ضریب R^2 برای متغیر وابسته پژوهش ۰/٦٨٩ به دست آمد که نشان دهنده برازش قوی مدل ساختاری پژوهش می‌باشد. به عبارتی مقدار این ضریب نشان دهنده این موضوع می‌باشد که متغیر وابسته توانسته است ٦٨/٩ درصد از تغییرات متغیر وابسته را پیش‌بینی کنند. از آنجایی که مقدار Q^2 به دست آمده ۰/٥٩٦ می‌باشد، نشان از قدرت پیش‌بینی مناسب مدل در خصوص سازه‌های درون زای پژوهش دارد و برازش مناسب مدل ساختاری را تأیید می‌سازد. نتایج نشان داد که مقدار معیار افزونگی برابر با ۰/۲٤٦ می‌باشد. درمورد مقدار ملاک برای این شاخص، عددی بیان نشده است و میانگین شاخص افزونگی یک معیار کلی کیفیت مدل ساختاری می باشد که برای همه سازه‌های درون زا به کار می‌رود و تنها برای استفاده در فرمول محاسبه برازش مدل کلی و شاخص نیکویی برازش محاسبه می‌شود. با توجه به اینکه مقدار بدست آمده شاخص نیکویی برازش ۰/٥۳۹ (بیشتر از ۰/۳٦) است، می توان گفت مدل از برازش قوی برخوردار می‌باشد.

۳) نتیجه‌گیری

در دهه‌های گذشته تمایل به زندگی در شهرها به طور چشمگیری افزایش یافته است. رشد سریع جمعیت شهری بخصوص در کشورهای در حال توسعه مسائل و مشکلات زیادی را به وجود آورده و در صورت عدم برنامه‌ریزی برای زیرساخت‌های مورد نیاز، آینده‌ای ناگوار را برای چنین شهرهایی باید پیش‌بینی کرد. این مسئله زیاد خوشایند نیست و نیاز به توجه به رویکردهایی همچون توسعه شهر خلاق را برای شهرها می طلبد. مدیریت نامناسب شهرها را به سمت افزایش آلودگی هوا و آب، بالا بودن نرخ بی کاری و محیط های نا امن، ازدحام ترافیک، کاهش سلامتی، و .... سوق می دهد. در این راستا حرکت به سوی تحقق و ایجاد شهرهای خلاق راهکار اساسی برای حل این گونه بحران‌ها می‌باشد. بدون شک محیط شهری موفق محیطی است که استعدادها را پرورش می‌دهد و قابلیت‌هایی را به ابعاد اقتصادی، اجتماعی – فرهنگی، مدیریتی و کالبدی می‌افزاید و فرصت‌های جدیدی را برای شهرها در مقیاس‌های ملی و فرا ملی ایجاد می کند. کلان شهر شیراز با بیش از یک و نیم میلیون نفر پر جمعیت‌ترین شهر جنوب کشور ایران است و با توجه به دارا بودن پیشینه‌ی تاریخی و فرهنگی، وجود آثار تاریخی و مذهبی در سطح شهر و دارا بودن امکانات و پتانسیل های زیست محیطی جهت جذب گردشگران داخلی و خارجی، و سابقه اقتصادی مطلوب، در صورت بکارگیری راهبردهای مناسب و بکارگیری آن‌ها توسط مدیران و مسولان شهری می‌تواند به‌سرعت گام‌های پیشرفت و شکوفایی را طی کند. این پژوهش با هدف نقش رویدادهای فرهنگی و متغیرهای شهر خلاق بر اقتصاد فرهنگی (مطالعه موردی: شهر شیراز) صورت گرفت.

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-09-18]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۶

مطابق با تحلیل‌های صورت گرفته و نتایج و یافته‌های حاصل از تحلیل مدل‌سازی معادلات ساختاری در تعیین سهم و اولویت‌بندی ابعاد شهر خلاق به جهت دستیابی به مدلی مناسب نشان داد که بعد سازمانی- مدیریتی با میانگین ۳/۹۶۲۸، کالبدی- اکولوژیکی با میانگین ۳/۹۱۳۷، اقتصادی با میانگین ۳/۸۷۸۲ و اجتماعی- فرهنگی با میانگین ۳/۸۱۰۱ به ترتیب، دارای رتبه اول تا چهارم و بیشترین اهمیت در ابعاد شهر خلاق کلان‌شهر شیراز می‌باشند. همچنین نتایج ضرایب مسیر رابطه نشان داد بین شهر خلاق و اقتصاد فرهنگی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. بطور کلی پیدایش اقتصاد خلاق موجب تغییر شیوه‌هایی شده است که شهرها و مناطق به واسطه آن‌ها مزیت رقابتی را ایجاد و حفظ می‌کردند. کلید موفقیت در عصر صنعتی آسان و مشتمل بر هزینه‌های کلی انجام کسب و کار بوده است. در دوره تولید انبوه، مناطق از طریق مزیت های طبیعی در دارا بودن منابع خدادادی، دسترسی به وسایل حمل‌ونقل، هزینه و بهره‌وری نیروی کار فیزیکی مزیت‌های رقابتی ایجاد می‌کردند. شرکت‌ها به‌منظور کاهش هزینه‌ها، مکان هایی را برمی‌گزیدند که قیمت زمین در آنجا پایین، دارای نیروی کار ارزان یا بهره‌وری زیاد و همچنین دارای شرایط تجاری و آگاه از هزینه‌ها بود. اما دراقتصاد خلاق، مزیت رقابتی به مناطقی تعلق می‌گیرد که می‌توانند به‌سرعت استعداد، منابع و توانایی لازم را به حرکت درآورند و آن‌ها را به نوآوری در ایده‌های جدید کسب‌وکار و محصولات تجاری تبدیل کنند و مناطق را به سمتی هدایت سازند که از طریق توانایی‌هاشان، مزیت رقابتی ایجاد کنند. بر همین اساس مزیت رقابتی به مناطقی رهنمون می‌شود که می‌توانند بهترین استعداد را پرورش، حفظ و جذب کنند. امروزه، توانایی جذب سرمایه انسانی یا افراد مستعد و خلاق موجب ایجاد مزیتهای منطقه‌ای می‌شود؛ مناطقی که دارای افراد خالق هستند، همواره پیروز می‌شوند. به اینگونه کیفیت مکان یک شهر یا منطقه به‌عنوان نقطه محوری مزیت رقابتی، جایگزین متغیر دسترسی شده است. بنابراین کیفیت ویژگیهای مکان به استراتژی محوری مناطق در راه توسعه صنایع فناوری پیشرفته تبدیل شده است.

همچنین مطابق با تحلیل‌های صورت گرفته و یافته‌های حاصل از تحلیل مدل‌سازی معادلات ساختاری در تعیین سهم و اولویت‌بندی ابعاد رویدادهای فرهنگی به جهت دستیابی به مدلی مناسب نشان داد که بعد مدیریتی- نهادی با میانگین ٤/٢٠٦٥، کالبدی- محیطی با میانگین ٤/٠٨٠٥، فرهنگی- ادبی با میانگین ٤/٠٥٤٨ ، دسترسی و زیرساخت‌ها با میانگین ٤/٠١٩٣ و تسهیلات با میانگین ٣/٨٣٧٥ به ترتیب، دارای رتبه اول تا پنجم و بیشترین اهمیت در رویدادهای فرهنگی کلان‌شهر شیراز می‌باشند. همچنین نتایج ضرایب مسیر رابطه نشان داد بین رویدادهای فرهنگی و اقتصاد فرهنگی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. درواقع، با نگاهی به وضعیت فعلی کلان‌شهر شیراز و بررسی داده‌ها، آمار، ارقام و مشاهده‌های میدانی، می‌توان پی برد که این منطقه در حوزه رویدادهای فرهنگی بیشتر با چالشهای مدیریتی – نهادی روبه‌رو است که عدم مدیریت یکپارچه مابین سازمان‌های دست اندرکار شرایط را پیچیده‌تر می‌کند. بنابراین، همانطور که تحلیل یافته‌ها نشان داد، ابعاد مدیریتی- نهادی دارای اولویت اول و بیشترین سهم و اهمیت در توسعه رویدادهای فرهنگی کلان‌شهر شیراز است و ضروری می‌باشد تا در وهله نخست، مسئولان ذیربط با بازنگری و اصل ساختارهای مدیریتی موجود در راستای تحقق این بعد گام بردارند که این امر مبین لزوم برقراری مدیریت یکپارچه نهادها، چه در منطقه و چه در سطح فراتر کشوری و انعطاف‌پذیری نهادها به جهت تخصیص بودجه، جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، قیمت‌گذاری اصولی و مناسب، مدیریت منابع انسانی و جلب مشارکت سازمانهای مردم‌نهاد است. بنابراین، باتوجه به مباحث بیان شده، می‌توان گفت که به‌منظور توسعه گردشگری فرهنگی کلان‌شهر

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-09-18]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۶

شیراز که یکی از قطبهای مهم گردشگری کشاور می‌باشد، بایستی بر مبنای پیاده سازی و به کارگیری مؤلفه‌های ظرفیت توسعه رویدادهای فرهنگی به ترتیب اولویت که مهمترین آن مؤلفه‌های نهادی – مدیریتی بود با تمرکز بر شاخص‌های هر مؤلفه، گام برداشته شود.

منابع

ابراهیمی، م. (۱۳۸۷)، نشست شهر خلاق: مفاهیم، سیاست‌ها، مطالعه موردی از شهرهای موفق و ناموفق. مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران. تهران: فرهنگسرای نیاوران.

اسدی، ع، سامی، ای، (۱۳۹۸)، بررسی انطباق شهر قاین با شاخص های شهر خلاق، فصلنامه نگرش های نو در جغرافیای آنیانی، شماره ٤، صص ۱۳-۲٦.

امینی، د، مرصومی، ن، لطفی، ع، (۱۳۹۰)، ارزیابی و رتبه بندی برنامه ریزی شهری خلاق در مناطق ۲۲ گانه کلانشهر تهران، مجله برنامه ریزی توسعه کالبدی، شماره ۳، ۱۵۰-۱۲۷.

باقری کشکولی، ع، ضرابی، ع، موسوی، م، (۱۳۹۹)، تحلیل فضایی شاخص های توسعه پایدار برای تحقق شهرهای خلاق مطالعه موردی: شهرهای استان یزد، پژوهش های جغرافیای انسانی، ۳، ۷۹۳-۸۱٦.

حبیبی، م، احمدی درشید، (۱۳۹۹)، تحلیلی بر برنامه ریزی راهبردی سنندج با رویکرد شهر خلاق، پژوهش های جغرافیایی در برنامه ریزی شهری، ٤، ۷۸۹-۸۱۲.

حسین پور، ع، امیرگیلکی، م، حفار، ا م، کامل صغیان، غ، (۱۳۹۸)، تبیین شاخص های شهر خلاق در خیابان ابوطالب مشهد با استفاده از مدل AHP، مطالعات طراحی شهری و تحقیقات شهری، ۳، ۱۷-۲٤.

حمیدی، ع، سالاری، ع، حسام، م، (۱۳۹۰)، ارزیابی سیاست‌های مدیریت شهری در بهره‌گیری از برند شهر خلاق مطالعه موردی: رشت، پژوهش‌های جغرافیایی برنامه‌ریزی شهری، ۲، ٤۳۹-٤٦۱.

رفیعیان، م. (۱۳۹۰)، درآمدی بر مناطق و شهرهای خلاق، مجله شهرداری‌ها، سال یازدهم، شماره ۱۰۰، صص ۱۲-۱۵.

عامل هلالی، ب، سعیده زرآبادی، ز، دولت آبادی، ف، (۱۳۹۸)، تحلیل بسترهای ایجاد شهر خلاق در مناطق شهری نیشابور، فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی شهری، ۳۸، ۱۲۳-۱۳۲.

عرب عامری، ر، ارغان، ع، کامیابی، س، (۱۳۹۰)، تحلیل مولفه های موثر در امکان سنجی شهر خلاق با رویکرد آینده نگری پایدار، مطالعه موردی: شهر رودیان، جغرافیا و برنامه ریزی، شماره ۷۸، ۳۰۷- ۲۸۹.

علیزاده، م، لطفی، ح، (۱۳۹۸)، تبیین تأثیر عضویت در شبکه شهرهای خلاق بر توسعه پایدار شهری (مطالعه موردی: شهر رشت)، فصلنامه مطالعات برنامه ریزی سکونت انسانی، ۳، ٦٦۱-٦۷۵.

علیزاده، م، لطفی، ح، عزتی، ه.، (۱۳۹۸)، تبیین تأثیر شاخص‌های شهر خلاق بر توسعه پایدار مطالعه موردی شهر اصفهان، پژوهش‌های جغرافیای سیاسی، ۳، ۱-۱۹.

فوادیان، م، کرکه آبادی، ز، کامیابی، س، (۱۳۹۰)، تحلیل جایگاه شاخص های شهر خلاق در جهت برندسازی و دستیابی به توسعه پایدار شهری (مطالعه موردی: شهر دامغان)، فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق کوهستانی، ۱، ۱۲۷-۱٤۲.

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-09-18]

شماره ۳۳،
دوره سیزدهم،
سال ششم،
بهار ۱۴۰۳
صص ۱-۲۶

مافی، ر، قدمی، م، مظاهری، م، فراهانی، ف، (۱۳۹۷)، ارائه الگوی مطلوب شهر خلاق در کلانشهر تهران، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۱۱، ۳۳-۶۱.

مشکینی، ع، علیپور، س، حاجی زاده، م، (۱۳۹۹)، تبیین سطوح خلاقیت شهری در سیستم شهری کلانشهر مطالعه موردی: کلانشهر کرج، پژوهش جغرافیای انسانی، ۲، ۳۸۵-۴۰۰.

مطهر، ر.، و شکوهی بیدهندی، م.س. (۱۴۰۰). رتبه بندی شهرهای استان سیستان و بلوچستان بر اساس ظرفیت گردشگری فرهنگی و میراثی به روش ارس. مجله گردشگری و توسعه، ۱۰(۴)، ۱۷۵-۱۹۸.

میرتقیان رودسری، س. م.، پوراحمد، ع.، و زیاری، ک. (۱۳۹۰). مدل عوامل مؤثر بر وفاداری به گردشگری میراث فرهنگی در رامسر، مجله مدیریت گردشگری، ۱۷(۵۷)، ۱۱۳-۱۴۶.

یاری، م (۱۳۹۷). تحلیل فضایی- مقایسه ای مقاصد گردشگری شهری مدل تبیینی گردشگری فرهنگی پایدار در شهر سنندج. پایان نامه دکتری، به راهنمایی دکتر اسماعیل علی اکبری، دانشگاه پیام نور.

Badin, G., Allen, J., Atwell, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2019). Comprehensive management of tourism events. Translated by Zohra Abbasi and Maryam Mohammad Jaafar, second edition, Tehran: Mahkameh Publications. [In Persian].

Bagheri kashkooli, A, Zarabi, A, Moosavi, M, (2020), Spatial Analysis of Sustainable Development Indicators for Realization of Creative Cities Case Study: Cities of Yazd Province, Human Geography Research, 3, 793-816. (In Persian).

Boren, T, Young, C, (2016) ,Artists and creative city policy: Resistance, the mundane and engagement in Stockholm, Sweden, City, Culture and Society,8, 21-26.

Gómez, L. A. E. (2021). Cultural tourism in cities post-COVID-19: a perspective and proposals for an alternative model. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, 6 (91), 1-12.

Ju, G., Liu, J., He, G., Zhang, X., & Yan, F. (2021). Literary destination familiarity and inbound tourism: evidence from mainland China. Journal of Social Computing, 2(2), 193-206.

PLETSAN, Kh., ANTONENKO, V., HAVRYLIUK, A., MOTSA, A., & IZHAK, T. (2022). Creative Principles of Cultural Tourism Development in Ukraine. WSEAS TRANSACTIONS on ENVIRONMENT and DEVELOPMENT, 18, 1058-1093.

Rodrigues, M, Franco, M, (2019), Networks and performance of creative cities: A bibliometric analysis, City, Culture and Society, 20.

Shoshanah, B, Miller, G, (2019), Creative city strategies on the municipal agenda in New York, City, Culture and Society, 17, 26-37.

Special, M., Najafizadeh, N. E., & Javanmard, H. (2021). Explaining the tourism development model with emphasis on the role of social-cultural drivers, case study: Arak city. Journal of Urban Tourism, 8(3), 62-47.

Stoica, G. D., Andreiana, V. A., Duica, M. C., Stefan, M. C., Susanu, I. O., Coman, M. D., & Iancu, D. (2022). Perspectives for the Development of Sustainable Cultural Tourism. Sustainability, 14, 56-78

Yu, Ch, Sun, R, (2019), The role of Instagram in the UNESCO's creative city of gastronomy: A case study of Macau, Tourism Management, 75, 257-268.

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-09-18]