

Strategic Planning to Achieve a Creative City (Case Study: Ardabil City)

Navid Ghaffari Chanzanaqh¹, Mohammad Hasan Yazdani^{2*}, Delavar Masoumi³

1. Ph.D Candidate in Geography and Urban Planning, Faculty of Social Sciences, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran..

2. Professor, Department of Geography and Urban and Rural Planning, Faculty of Social Sciences, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran.

3. Ph.D Candidate in Geography and Urban Planning, Faculty of Social Sciences, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran.

Received Date: 16 February 2025 Accepted Date: 26 May 2025

Abstract

Background and Aim: Urban creativity is one of the main drivers for achieving sustainable development. This requires having creative industries, creative employees, creative knowledge, and cultural richness. The present study was conducted with the aim of strategic planning to achieve a creative city in Ardabil.

Methodology: The present study is applied in terms of purpose and descriptive-analytical in terms of method. The data collection method is library-survey. Based on the creative city indicators and the collected data, 34 strategies for achieving a creative city were divided into five main criteria (people, economic enterprises, urban spaces, connections and communications, and city vision and reputation), and to determine their importance (opinions of 50 experts), structural equation testing was used in SMART-PLS software.

Results and Discussion: The results showed that the economic enterprises criterion (factor loading 0.937), the people criterion (factor loading 0.936), the urban spaces criterion (factor loading 0.918), the linkages and communications criterion (factor loading 0.896), and the city vision and reputation criterion (factor loading 0.875) are the best strategies for achieving a creative city. Also, among the economic enterprises criterion, specialized support for creative businesses (factor load 0.87), among the people criterion, developing creative capacity at all levels of general education (factor load 0.85), among the urban spaces criterion, creating stable and secure spaces for cultural and artistic activities (factor load 0.76), among the linkage and communications criterion, providing virtual infrastructures and facilitating electronic communications (factor load 0.82), and among the city's vision and reputation criterion, planning to enhance the city's regional and supra-regional position and facilitating the presence of tourists (factor load 0.83) are the most important strategies for achieving a creative city in Ardabil.

Keywords: Creativity, Urban Planning, Urban Development, Creative City, Ardabil.

* Corresponding Author Email: yazdani@uma.ac.ir

Cite this article: Ghaffari Chanzanagh, N., Yazdani, M. H. and Masoumi, D. (2026). Strategic Planning to Achieve a Creative City (Case Study: Ardabil City). Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS), 7(2), 117-128.



برنامه‌ریزی راهبردی جهت دستیابی به شهر خلاق (مطالعه موردی: شهر اردبیل)

نوید غفاری چندانق^۱، محمد حسن یزدانی^۲، دلاور معصومی^۳

۱- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.

۲- استاد گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری و روستایی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.

۳- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۲۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۳/۰۵

چکیده

زمینه و هدف: خلاقیت شهری یکی از محرک‌های اساسی برای دستیابی به توسعه پایدار است. این امر مستلزم دارا بودن صنایع خلاق، کارکنان خلاق، دانش خلاق و غنای فرهنگی است. مطالعه حاضر با هدف برنامه‌ریزی راهبردی جهت دستیابی به شهر خلاق در شهر اردبیل انجام گرفت.

روش‌شناسی: پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش به صورت توصیفی - تحلیلی است. روش گردآوری داده‌ها به صورت کتابخانه‌ای - پیمایشی می‌باشد. براساس شاخص‌های شهر خلاق و داده‌های گردآوری شده ۳۴ راهبرد دستیابی به شهر خلاق در پنج معیار اصلی (مردم، بنگاه‌های اقتصادی، فضاهای شهری، پیوند و ارتباطات و چشم‌انداز و آوازه شهر) تقسیم‌بندی شدند که برای تعیین اهمیت آن‌ها (نظرات ۵۰ نفر کارشناسان) از آزمون معادلات ساختاری در نرم‌افزار SMART-PLS استفاده گردید.

یافته و نتایج: معیار بنگاه‌های اقتصادی (ضریب ۰/۹۳۷)، معیار مردم (ضریب ۰/۹۳۶)، معیار فضاهای شهری (ضریب ۰/۹۱۸)، معیار پیوند و ارتباطات (ضریب ۰/۸۹۶) و معیار چشم‌انداز و آوازه شهر (ضریب ۰/۸۷۵) بهترین راهبردهای دستیابی به شهر خلاق می‌باشند. همچنین از بین معیار بنگاه‌های اقتصادی، حمایت تخصصی از کسب‌وکارهای خلاق (ضریب ۰/۸۷)، از بین معیار مردم، توسعه ظرفیت خلاقیت در کلیه سطوح آموزش عمومی (ضریب ۰/۸۵)، از بین معیار فضاهای شهری، ایجاد فضاهای با ثبات و مطمئن برای فعالیت‌های فرهنگی و هنری (ضریب ۰/۷۶)، از بین معیار پیوند و ارتباطات، فراهم کردن زیرساخت‌های مجازی و تسهیل‌کننده در ارتباطات الکترونیکی (ضریب ۰/۸۲) و از بین معیار چشم‌انداز و آوازه شهر، برنامه‌ریزی برای ارتقاء موقعیت منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای شهر و تسهیل حضور گردشگران (ضریب ۰/۸۳) مهم‌ترین راهبردهای دستیابی به شهر خلاق در اردبیل می‌باشند.

کلید واژه‌ها: خلاقیت، برنامه‌ریزی شهری، توسعه شهری، شهر خلاق، اردبیل.

* نویسنده مسئول : yazdani@uma.ac.ir

ارجاع به این مقاله غفاری چندانق، نوید، یزدانی، محمد حسن و معصومی، دلاور. (۱۴۰۵). برنامه‌ریزی راهبردی جهت دستیابی به شهر خلاق (مطالعه موردی: شهر اردبیل). فصلنامه مطالعات توسعه پایدار شهری و منطقه‌ای، ۷(۲)، ۱۱۷-۱۲۸.

مقدمه و بیان مسأله

قرن ۲۱، قرن شهری شدن نظام سکونتگاهی در جهان است (Darchen, S & Simon, 2022: 5). به طوری که ابعاد گسترش شهرنشینی به قدری زیاد شده که تمامی جوانب جمعی و فردی زندگی انسان‌ها را تحت تأثیر قرار داده و چه بسا امروزه شهرها را به پیچیده‌ترین اختراع بشر تبدیل کرده است (Macklin et al, 2025: 11). به دنبال تغییر پارادایم‌ها و تسلط زندگی شهری، جایگاه شهرها به عنوان کنشگرهای همه‌جانبه ارتقا یافته و تمامی ابعاد زندگی انسان‌ها را تحت تأثیر قرار داده‌اند (Erdiaw- 86: 2016, Kwasié). بر همین مبنا هم اکنون شهر مکانی است که در آن ترکیبات نوینی از فرهنگ‌ها و اقتصادها، در حال ظهور و توسعه است (Abdollahi et al, 2023: 4). بنابراین شهر با استفاده از اصطلاحاتی چون شهر خلاق و طبقه خلاق که بیانگر اهمیت فرهنگ در بافت شهری است به طور فزاینده‌ای مفهوم‌سازی می‌شود (Mohammadi Kouchehbagh et al, 2023: 2). شهر خلاق نظریه جدیدی است که به دنبال شهرگرایی افراطی و بی‌برنامه در قرن‌های گذشته، در اواخر سده ۲۰ و اوایل سده ۲۱ مورد توجه برنامه‌ریزان شهری قرار گرفت (Amini et al, 2021: 6). هدف از مطرح شدن ایده شهر خلاق، تلاش برای مهیا کردن شرایط لازم برای بسترسازی مناسب در سرزندگی، زیست‌پذیری، پویایی، رقابت‌پذیری، پایداری، توسعه اقتصاد شهری است (Nazmfar et al, 2018: 4).

لازمه تحقق شهر خلاق، استفاده خلاقانه از قابلیت‌های انسانی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، آموزشی، مکانی، فضایی و طبیعی موجود در شهرها است (Mirzaei et al, 2019: 2). توده‌های انسانی از قومیت‌ها، فرهنگ‌ها و خرده فرهنگ‌های مختلف نمادی از استعداد و مداراگری است که به شکل بالقوه برای اجرای طرح‌های شهری خلاق محور مورد نیاز است (Naderi et al, 2022: 4). نیروی انسانی متخصص و تحصیل کرده، هنرمندان، ادیبان، اساتید دانشگاه، مخترعین، مبتکران، کارآفرینان در حکم سرمایه اجتماعی برای گام برداشتن در مسیر شهر خلاق نقش کلیدی ایفا می‌کنند. همچنین تحقق محیط و فضای شهری خلاق، در گرو وجود مکان‌های شهری اثرگذار در تعالی و تجلی خلاقیت در شهرهاست (Mirzaei et al, 2019: 2). با وجود اقدامات انجام شده در کشورهای توسعه یافته جهت استفاده از طبقه خلاق برای توسعه شهرها، اما ایران تاکنون آنطور که شایسته است، نتوانسته در این راستا گام بردارد و هنوز بستر شهرها جهت جذب طبقه خلاق و نهایتاً ایجاد شهر خلاق مناسب نیستند (Amelhelali et al, 2019: 2).

در سند چشم انداز ۲۰ ساله ایران (مصوب ۱۳۸۲) در افق ۱۴۰۴ ایران کشوری است توسعه یافته با جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه و همچنین جامعه ایرانی در افق این چشم‌انداز، ویژگی‌هایی هم‌چون برخوردار از دانش پیشرفته، توانا در تولید علم و فناوری، متکی بر سهم برتر منابع انسانی و سرمایه اجتماعی در تولید ملی خواهد داشت (Javid et al, 2013: 11). بدیهی است برای کسب چنین ویژگی‌ها و جایگاهی پرداختن به نیروی انسانی خلاق و نوآور امری با اهمیت و ضروری است.

شهر اردبیل، به عنوان یکی از شهرهای میانه اندام کشور، بنا به موقعیت خود در برخی از زمینه‌ها دارای پتانسیل بالایی جهت تبدیل شدن به شهر خلاق می‌باشد. از جمله شرایط ویژه این شهر می‌توان به تاریخ غنی، موقعیت ویژه ارتباطی، گردشگری، کشاورزی، برخورداری از هنرها (موسیقی و خوانندگی، نوازندگی) و سایر موارد اشاره کرد. مسئله مهم این است که با وجود اینکه اردبیل از منظر شاخص‌های جغرافیایی، معماری، تاریخی، اجتماعی، فرهنگی، انسانی گنجینه‌ای از قابلیت‌ها در کشور است، با این حال هدایت صحیح و با برنامه اردبیل برای پیوستن به شبکه شهرهای خلاق یکی از چالش‌های اساسی برنامه‌ریزان شهری است. بنابراین در این پژوهش به بررسی راهبردهای دستیابی شهر اردبیل به شهر خلاق پرداخته می‌شود.

پیشینه پژوهش

در ارتباط با موضوع شهر خلاق پژوهش‌های مختلفی صورت گرفته است. ساساکی^۱ (۲۰۱۰) در پژوهشی با عنوان بازنگری تفکر شهرهای خلاق در کانازوای ژاپن به این نتیجه دست یافته است که یک شهر خلاق، به سیستمی مبتنی بر تولیدات فرهنگی نیاز دارد. در مفاهیم توسعه نیز باید به خلاقیت هنری و فرهنگی به عنوان زیرساخت‌های اجتماعی و همچنین عامل تأثیرگذار

^۱ Sasaki

توجه کرد. برای ترویج سیاست شهر خلاق باید علاوه بر توجه منابع انسانی و نیروهای بااستعداد و خلاق، از رهبران کسب و کار در راستای توسعه شهر استفاده کرد. گروداچ^۱ (۲۰۱۷) در مقاله سیاست‌های شکل‌دهی شهر خلاق عنوان می‌کند که مفهوم شهر خلاق، زبان سیاستی جدید و توجیهی برای پیوستن سیاست فرهنگی به برنامه‌های سیاست‌های شهری است و در سیاست توسعه شهری، این سیاست‌گذاری‌های فرهنگی نقش مهمی دارند.

مینز^۲ و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی به شناسایی خوشه‌های صنایع خلاق در کشورهای ترکیه، ایتالیا و اسپانیا پرداخته و نتیجه می‌گیرند که صنایع فرهنگی و خلاق در منطقه مدیترانه عمدتاً یک پدیده شهری است و به صورت خوشه‌ای در کلانشهرها متمرکز یافته‌اند. در واقع کانون‌های خلاقیت در شهرهای آنکارا، استانبول، رم، میلان، بارسلونا و مادرید قرار گرفته‌اند. حبیبی و احمدی دهرشید (۱۳۹۹) در مقاله با عنوان تحلیلی بر برنامه‌ریزی راهبردی شهر سنندج با رویکرد شهر خلاق به این نتیجه دست یافته‌اند که بهترین راهبردها برای برنامه‌ریزی راهبردی شهر سنندج از منظر شهر خلاق، راهبردهای تدافعی هستند. از جمله راهبردهای مهم این استراتژی می‌توان به فرهنگ‌سازی و جلب توجه عمومی به زیبایی و منظر شهر سنندج، سرمایه‌گذاری بر زیرساخت‌های مناسب برای ایجاد شهر خلاق و تلاش برای استفاده از شیوه‌های نوین و تغییر ساختارهای سازمانی سنتی اشاره کرد.

امینی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی به سنجش و رتبه‌بندی برنامه‌ریزی شهر خلاق در مناطق ۲۲ گانه کلانشهر تهران پرداخته‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد تعداد ۱۷ منطقه از مناطق ۲۲ گانه تهران در خوشه‌های بسیار ضعیف تا خوب و پنج منطقه در خوشه‌های بسیار خوب و عالی قرار دارند. منطقه ۶ با قرار گرفتن در خوشه ۱ حائز شرایط شهر خلاق برده و منطقه ۱۷ و ۲۲ با واقع شدن در خوشه ۵ از چارچوب کلی شهر خلاق خارج تشخیص داده شده است.

نادری دیزج و همکاران (۱۴۰۱) به بررسی وضعیت عوامل محلی مؤثر بر تحقق شهر خلاق میانه اندام (مطالعه موردی: شهر بناب) پرداخته و نتیجه گرفته‌اند که معیارهای غذا و گردشگری و تفریح، ارتباطات و IT، صنعت، صادرات، بازرگانی و خدمات، دانشگاه، تحقیقات و بهداشت - درمان، اجتماعی، فرهنگ و هنر، معماری - شهرسازی و مدیریتی در اولویت‌های اول تا هشتم قرار دارند. در نهایت پیشنهاد می‌شود تحقق شهر خلاق در بناب با محوریت گردشگری غذا و توسعه موقعیت ارتباطی و دانشگاهی صورت گیرد.

یاری حصار و محمدی (۱۴۰۲) در پژوهش خود با عنوان سنجش و اولویت‌بندی مناطق پنج‌گانه شهر اردبیل بر اساس شاخص‌های شهر خلاق به این نتیجه دست پیدا کرده‌اند که منطقه یک با مقدار ۰/۵۳۹ و وضعیت خوب در رتبه اول، منطقه دو با مقدار ۰/۵۳۷ و وضعیت خوب در رتبه دوم، منطقه سه با مقدار ۰/۴۶۵ و وضعیت متوسط در رتبه سوم، منطقه چهار با مقدار ۰/۴۳۶ و وضعیت متوسط در رتبه چهارم و منطقه پنج با مقدار ۰/۴۲۵ و وضعیت متوسط در رتبه آخر از نظر شاخص‌های شهر خلاق قرار گرفته است.

موسوی و شمس (۱۴۰۲) در مقاله‌ای با عنوان برنامه‌ریزی در جهت تحقق شهر خلاق با رویکرد توسعه پایدار شهری نشان می‌دهند که عامل اقتصادی در مدل برنامه‌ریزی در جهت تحقق شهر خلاق با رویکرد توسعه پایدار شهری دارای مرکزیت زیادی نسبت به سایر عوامل می‌باشد. به این معنی که این عامل، هم دارای تأثیرگذاری زیادی بر سایر عوامل بوده و هم تأثیرپذیری زیادی از سایر عوامل دارد.

مبانی نظری پژوهش

مفهوم شهر خلاق از سوی مقامات و برنامه‌ریزان شهری، کسب و کارها و همه علاقه‌مندان به توسعه شهر و با هدف باز تعریف شهر به عنوان یک مرکز خلاق و نیز به عنوان نوعی از برنامه‌ریزی راهبردی به کار می‌رود (Mens et al, 2021: 6). این شهرها می‌توانند راه‌حل‌های جدیدی برای مشکلات روزمره خود ارائه دهند. شهرهای خلاق، بر تولیدات فرهنگی متمرکز است؛ یعنی تولید کالاها و خدمات فرهنگی با فعالیتهایی ارتباطی می‌گیرند که مرکز خلاقیت به حساب می‌آیند (Mousavi & Shams).

^۱ Grodach

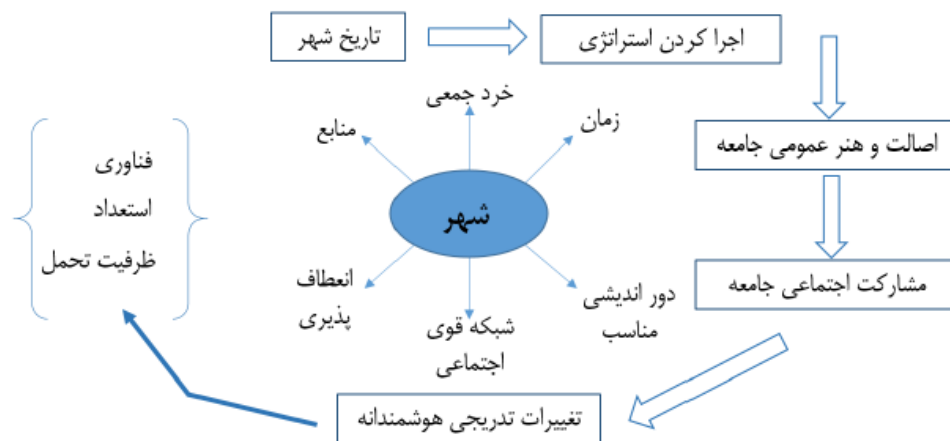
^۲ Mens

7: 2023). مفهوم دیگر بر ظرفیت و توانایی شهر بر جذب سرمایه انسانی خلاق تأکید می‌کند. در بسیاری از متون مربوط به شهر خلاق، بر فهم پایداری و پویایی‌های جریان کاربرد دانش تأکید شده است. از سوی دیگر، مفهوم شهر خلاق با بسیاری از مفاهیم دیگر پیوند خورده است؛ از جمله صنایع خلاق، صنایع فرهنگی، فعالیت‌های فرهنگی و فعالیت‌های هنری شهر و اقتصاد دانایی (Costa et al, 2007: 123).

نظریه‌های مختلفی درباره شهر خلاق و رشد اقتصادی مطرح شده است. سه نظریه رشد اقتصادی که همگی آنها بر ایجاد رشد اقتصادی در شهرها تمرکز دارند عبارت‌اند از: ۱- نظریه سرمایه انسانی؛ ۲- نظریه سرمایه خلاق؛ ۳- نظریه خوشه‌ای شدن. هرکدام از این نظریه‌ها شاخص‌هایی را برای خلاقیت شهر معرفی می‌کنند. در نظریه خوشه‌بندی شدن عامل اصلی و مهم برای رسیدن به رشد اقتصادی درون شهرها این است که بنگاه‌های درون شهرها به منظور به دست آوردن کارایی و بازده تولید و مزیت‌های رقابتی که از شاخص‌های مهم و اصلی شهرهای خلاق است، خوشه‌بندی و تجمیع می‌شوند. خوشه‌ها، تجمیع و تمرکز جغرافیایی از بنگاه‌های به هم پیوسته، عرضه‌کنندگان متخصص و ارائه‌دهندگان خدمات متخصص، بنگاه‌ها در صنایع وابسته و نهادهای مرتب‌اند و در زمینه‌های خاص رقابت و همچنین همکاری می‌کنند (Porter, 2000: 253).

بر خلاف نظریه خوشه‌ای شدن که در آن تشکیل خوشه از بنگاه‌ها، مهم‌ترین عامل رشد اقتصادی درون شهرهاست، در نظریه سرمایه سرمایه انسانی، آموزش و تحصیل مهم‌ترین عامل است و اولویت با تحصیلات عالی و مردم مولد است (Glaeser, 2000: 24). که این عوامل حرکت شهرها به سمت خلاقیت را باعث می‌شود. در نظریه سرمایه خلاق، فناوری و استعداد و تحمل مهم‌ترین عوامل برای ایجاد رشد اقتصادی است (Florida, 2033: 9). براساس این نظریه، شهرهایی با نیروی انسانی تحصیل کرده، تکنولوژی گسترده، تنوع اقوام، تنوع نژادها و داشتن سهم چشمگیری از مهاجر، خلاقیت بیشتر و در نتیجه رشد اقتصادی افزون‌تری دارند (Delangizan et al, 2017: 9).

در هر شهری همیشه ظرفیتی بسیار بیشتر از آنچه ما در وهله اول تصور می‌کنیم، وجود دارد. اگر بتوانیم شرایطی فراهم کنیم که مردم بتوانند بر اساس تخیلات بلند پروازانه فکر، برنامه‌ریزی و عمل کنند و فرصت‌های مداوم تکامل یابد، می‌توانیم به تحقق شهر خلاق نزدیک‌تر شویم. این فرصت‌ها می‌توانند در برگزیده اقدام‌هایی برای تولید و افزایش بازده اقتصادی، ارتقای زیبایی بصری در محیط شهری باشند (Fotouhi Mehrabani et al, 2016: 5). در حرکت به سمت تحقق شهر خلاق «مدیریت شهری» نقش کلیدی را بر عهده دارد. مدیریت شهری با اهدافی چون شهر برای مردم، برخورداری اقتصادی، شهر دانش، شهر اکولوژیک، شهر متصل، شهر پیش‌رو و استفاده بهینه از منابع منجر به ارتقای کیفیت زندگی و زیست‌پذیری شهر کمک خواهد کرد (Sayadi et al, 2022: 3).



شکل ۱. فرآیند برنامه‌ریزی در راستای تحقق شهر خلاق (Delangizan et al, 2017: 6)

مواد و روش پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش به صورت توصیفی - تحلیلی است. روش گردآوری داده‌ها به صورت کتابخانه‌ای - پیمایشی می‌باشد. در روند تهیه و تولید داده‌ها (راهبردهای برنامه‌ریزی شهر خلاق اردبیل) از نظرات کارشناسان

شامل استادان و کارشناسان در دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی استفاده شده است. در این خصوص با توجه به مشخص نبودن تعداد جامعه آماری (کارشناسان امر مربوطه) و ابهام در شناخت کارشناسان از موضوع تحقیق (شهر خلاق)، لذا برای تکمیل پرسشنامه از روش گلوله برفی استفاده شد که نهایتاً با استفاده از اشیاع نظری، تعداد ۵۰ پرسشنامه به دست آمد. لازم بذکر است که سوالات پرسشنامه ابتدا مورد تأیید کارشناسان قرار گرفت (تأیید روایی محتوایی پرسشنامه) و سپس در محیط آزمایشی مورد سنجش قرار گرفت که نتایج آزمون آلفای کرونباخ برای پرسشنامه محقق ساخته برابر با ۰/۸۹۴ به دست آمد که نشان دهنده قابلیت اطمینان بالای ابزار تحقیق (پرسشنامه) می‌باشد. همچنین برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از آزمون معادلات ساختاری در نرم‌افزار SMART-PLS استفاده گردید.

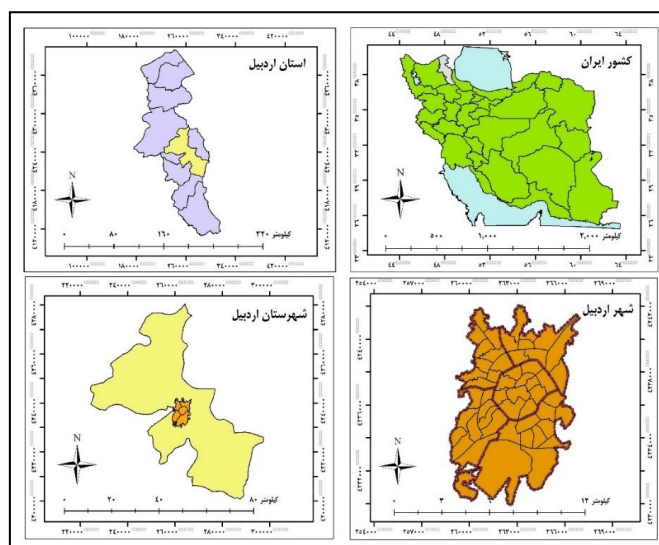
جدول ۱. ابعاد و شاخص‌های دستیابی به شهر خلاق

ابعاد	شاخص	محققان تأیید کننده
اجتماعی - فرهنگی	داشتن طبقه خلاق، نیروی انسانی انعطاف پذیر، تنوع قومی و فرهنگی، مهاجریذیری مناسب، برگزاری نمایشگاه‌های هنرهای نمایشی و تجسمی، تشکیل خوشه‌های فرهنگی در شهر	Florida, 2005; UNESCO, et al., 2007; 2007; Costa and Landry, 2012
اقتصادی	سرمایه‌گذاری‌های خلاق، صنایع رسانه‌ای و فرهنگی قوی، صنایع تفریحی، ارائه خدمات خلاق به کسب و کار و سرمایه‌گذاری در فناوری برتر	Grossling and Rutten, 2007; 2007; Vivant, UNESCO, 2013; Batabyal and Beladi, 2016
سیاسی	نظام یکپارچه مدیریتی با رویکرد مشارکت محور، تعامل دولت با بخش خصوصی و شهروندان، گذر از حکومت به حکمرانی خوب شهری، داشتن رهبران ریسک‌پذیر، داشتن نظام بوروکراسی خلاق	Unctad, 2008; UNESCO, 2007; Sasaki, 2010,
زیست محیطی	داشتن محیط مطبوع و لذت بخش برای جذب طبقه خلاق، طراحی مناسب فضای شهری، بسترهای خلاق (دانشگاه خلاق، مدارس خلاق و غیره) ایده‌های خلاقانه حفاظت از محیط زیست، استفاده بیشتر از صنایع خلاق به جای صنایع سنگین و آلوده کننده	Hartley, 2012; UNESCO, 2007, Rabbani, 2011; Cooke and Lazzarotti, 2008; Durmaz, 2015

ماخذ: نویسندگان، ۱۴۰۴

محدوده مورد مطالعه

شهر اردبیل در شمال غرب ایران بین ۱۱° ۳۸' تا ۱۸° ۳۸' عرض شمالی و ۱۴° ۴۸' تا ۲۰° ۴۸' طول شرقی از نصف‌النهار گرینویچ با ارتفاع متوسط ۱۴۰۰ متر از سطح دریا قرار گرفته است. شهر اردبیل مرکز استان اردبیل در فاصله ۵۸۸ کیلومتری شمال غرب تهران واقع شده است و بر اساس آخرین گزارشات، جمعیت آن حدود ۵۸۸۰۰۰ نفر بوده و مساحتی برابر ۶۲,۸۹۰,۹۶۲ متر مربع را شامل می‌شود و طبق آخرین تقسیم‌بندی شامل ۵ منطقه و ۵۱ محله می‌باشد (Statistical Center of Iran, 2021) (شکل ۲).



شکل ۲. موقعیت جغرافیایی شهر اردبیل (ماخذ: نویسندگان، ۱۴۰۴)

بحث و ارائه یافته‌ها

در مرحله اول پژوهش، براساس شاخص‌های شهر خلاق و داده‌های گردآوری شده از طریق بررسی منابع موجود و مصاحبه‌ها، مفاهیم کلیدی از متن یادداشت‌ها و مصاحبه‌ها استخراج و طی انجام کدگذاری باز ۳۴ راهبرد دستیابی به شهر خلاق در شهر اردبیل شناسایی شدند. در مرحله کدگذاری باز، مفاهیم با همدیگر مقایسه و با ادغام مفاهیمی که خصوصیت یکسانی داشتند در پنج ارکان اصلی از راهبردها شامل مردم، بنگاه‌های اقتصادی، فضاهای شهری، پیوند و ارتباطات و چشم‌انداز و آوازه شهر تقسیم‌بندی شدند (جدول ۲).

جدول ۲. چارچوب دستیابی به شهر خلاق در شهر اردبیل

معیار	راهبردها	نماگر
مردم	M1	توسعه ظرفیت خلاقیت در کلیه سطوح آموزش عمومی
	M2	سرمایه‌گذاری در برنامه‌ریزی اجتماعی خلاقیت
	M3	پشتیبانی از برنامه‌های خلاق در آموزش عالی
	M4	برنامه‌ریزی فعالیت‌ها و رخداد‌های فرهنگی، هنری و تاریخی
	M5	راهبردهای جذب و نگهداری استعدادها
	M6	برنامه‌ریزی برای استفاده از تنوع قومی زبانی برای جذب افراد خلاق
بنگاه‌های اقتصادی	B1	فراهم نمودن شرایطی که برای بنگاه‌های اقتصادی به‌صورتی که این بنگاه‌ها بتوانند ریسک‌ها را بپذیرند
	B2	افزایش حمایت از بخش‌هایی که مورد توجه بین‌المللی هستند
	B3	الهام بخشی و تشویق کلیه بنگاه‌ها و کارآفرینان در تمام بخش‌های اقتصادی برای اینکه خلاقانه فکر کنند
	B4	توسعه و بهبود آموزش مربیگری در زمینه مهارت‌های کسب‌وکار
	B5	پشتیبانی از کارآفرینی خلاقانه
	B6	حمایت از خوشه‌ها یا بخش‌های خلاقانه
	B7	حمایت از محصولات خلاق
	B8	توسعه ظرفیت‌های خلاقیت در سایر صنایع
	B9	حمایت تخصصی از کسب‌وکارهای خلاق
	B10	سرمایه‌گذاری و اهدای تسهیلات به شرکت‌های دانش بنیان
	B11	ایجاد فضای مناسب و امن برای معاملات بین‌المللی و منطقه‌ای
	B12	ایجاد مراکز همگرایی افراد خلاق
فضاهای شهری	F1	ایجاد فضاهای با ثبات و مطمئن برای فعالیت‌های فرهنگی و هنری
	F2	فرهنگ‌سازی و جلب توجه عمومی به زیبایی و منظر
	F3	ایجاد و بهبود فضاهای خلاقانه شهری
پیوند و ارتباطات	P1	ایجاد یک بدنه رهبری برای شهر خلاق
	P2	تقویت واسطه‌ای ارتباطی برای پیوند فعالیت‌های خلاقانه فعلی شهر
	P3	فراهم کردن زیرساخت‌های مجازی و تسهیل‌کننده در ارتباطات الکترونیکی
	P4	شبکه‌سازی
	P5	افزایش توجه به خلاقیت در ساختارهای موجود
	P6	ایجاد مکانیسم‌های تأمین منابع مالی برای پروژه‌های خلاقانه
	P7	تجلیل از پیشرفت‌های خلاقانه
چشم‌انداز و آوازه شهر	A1	توسعه فرهنگ خطرپذیری
	A2	توسعه حمایت چند سطحی سیاسی برای فعالیت‌های خلاقانه
	A3	پیشبرد وفاق اجتماعی
	A4	بازاریابی، ترفیعات و پیام‌رسانی
	A5	تلاش برای استفاده از شیوه‌های نوین و تغییر ساختارهای سازمانی سنتی
	A6	برنامه‌ریزی برای ارتقاء موقعیت منطقه‌ای و فرا منطقه‌ای شهر و تسهیل حضور گردشگران
	A7	

پرسشنامه متغیرها و شاخصها با همکاری کارشناسان تکمیل گردیده که شامل سه طیف اثرگذاری پایین (امتیاز ۱)، متوسط (امتیاز ۲) و اثرگذاری بالا (امتیاز ۳) می باشد و حد میانگین عدد ۱/۵ در نظر گرفته شده است. در جدول (۳) درصد و اثرگذاری راهبردها به همراه میانگین هر کدام، بیان شده است.

جدول ۳. رتبه بندی راهبرد دستیابی به شهر خلاق از دیدگاه کارشناسان بر حسب میانگین

میانگین	میزان تأثیر			راهبردها (نماگر)	معیار
	بالا	متوسط	پایین		
۲,۲۴	۳۷,۵	۵۱	۱۱,۵	M1	مردم
۲,۱۴	۳۳	۴۷,۵	۱۹,۵	M2	
۲,۱۶	۳۷,۵	۴۲,۵	۲۰	M3	
۲,۳۲	۴۷,۵	۳۹	۱۳,۵	M4	
۲,۱۹	۳۴	۵۱	۱۵	M5	
۲,۱۸	۳۸,۵	۴۱	۲۰,۵	M6	
۲,۲۱	میانگین معیار مردم				
۲,۲۲	۳۲	۵۷,۵	۱۰,۵	B1	بنگاه های اقتصادی
۲,۲۹	۳۹	۵۱	۱۰	B2	
۲,۳۳	۴۰	۵۲,۵	۷,۵	B3	
۲,۱۷	۳۶	۴۴,۵	۱۹,۵	B4	
۲,۳۷	۴۶,۵	۴۴	۹,۵	B5	
۲,۰۵	۲۵	۵۴,۵	۲۰,۵	B6	
۲,۱۱	۲۹,۵	۵۲	۱۸,۵	B7	
۲,۱۲	۳۳,۵	۴۴,۵	۲۲	B8	
۲,۱۲	۳۲,۵	۴۷	۲۰,۵	B9	
۲,۳۳	۴۹	۳۴,۵	۱۶,۵	B10	
۲,۳۲	۴۶,۵	۴۰	۱۳,۵	B11	
۲,۲۷	۳۷	۵۲,۵	۱۰,۵	B12	
۲,۲۳	میانگین معیار بنگاه های اقتصادی				
۲,۲۷	۴۳,۵	۴۱	۱۵,۵	F1	فضاهای شهری
۲,۲۴	۳۸	۵۰,۵	۱۱,۵	F2	
۲,۰۹	۲۸	۵۴,۵	۱۷,۵	F3	
۲,۲۰	میانگین معیار فضاهای شهری				
۲,۱۱	۳۱	۵۱	۱۸	P1	پیوند و ارتباطات
۲,۳۳	۴۷	۴۲,۵	۱۰,۵	P2	
۲,۰۹	۲۵	۶۲	۱۳	P3	
۲,۲۵	۴۲	۴۳,۵	۱۴,۵	P4	
۲,۱۱	۲۹	۵۴,۵	۱۶,۵	P5	
۲,۱۵	۳۲	۵۳,۵	۱۴,۵	P6	
۲,۱۷	میانگین معیار پیوند و ارتباطات				
۲,۲۸	۳۶,۵	۵۴,۵	۹	A1	چشم انداز و آوازه شهر
۲,۳۱	۴۳,۵	۴۴	۱۲,۵	A2	
۲,۱۶	۳۰,۵	۵۵	۱۴,۵	A3	
۲,۰۴	۲۶,۵	۵۱	۲۲,۵	A4	
۲,۰۸	۲۹,۵	۴۹	۲۱,۵	A5	
۲,۳۳	۴۷,۵	۳۸,۵	۱۴	A6	
۲,۱۰	۳۱,۵	۴۹	۱۹,۵	A7	
۲,۱۹	میانگین معیار چشم انداز و آوازه شهر				

براساس جدول (۳) تمامی شاخص‌های تحقیق در وضعیت بالای متوسط (عدد ۱/۵) قرار دارند و نشان‌گر اثرگذاری آن‌ها با شدت‌های مختلف بر سیاست مورد مطالعه هستند. یافته‌ها نشان می‌دهد معیار بنگاه‌های اقتصادی با میانگین ۲,۲۳، معیار مردم با میانگین ۲,۲۱، معیار فضاهای شهری با میانگین ۲,۲۰، معیار چشم‌انداز و آوازه شهر با میانگین ۲,۱۹ و معیار پیوند و ارتباطات با میانگین ۲,۱۷ به ترتیب مهم‌ترین راهبردهای دستیابی به شهر خلاق می‌باشند. از بین معیار مردم، برنامه‌ریزی فعالیت‌ها و رخدادهای فرهنگی، هنری و تاریخی (با میانگین ۲/۳۲)، از بین معیار بنگاه‌های اقتصادی، پشتیبانی از کارآفرینی خلاقانه (با میانگین ۲/۳۷)، از منظر فضاهای شهری، ایجاد فضاهای با ثبات و مطمئن برای فعالیت‌های فرهنگی و هنری (با میانگین ۲/۲۷)، از منظر پیوند و ارتباطات، تقویت واسطه‌ای ارتباطی برای پیوند فعالیت‌های خلاقانه فعلی شهر (با میانگین ۲/۳۳) و از منظر چشم‌انداز و آوازه شهر، تلاش برای استفاده از شیوه‌های نوین و تغییر ساختارهای سازمانی سنتی (با میانگین ۲/۳۳) از جمله مهم‌ترین راهبردهای دستیابی به شهر خلاق در اردبیل هستند.

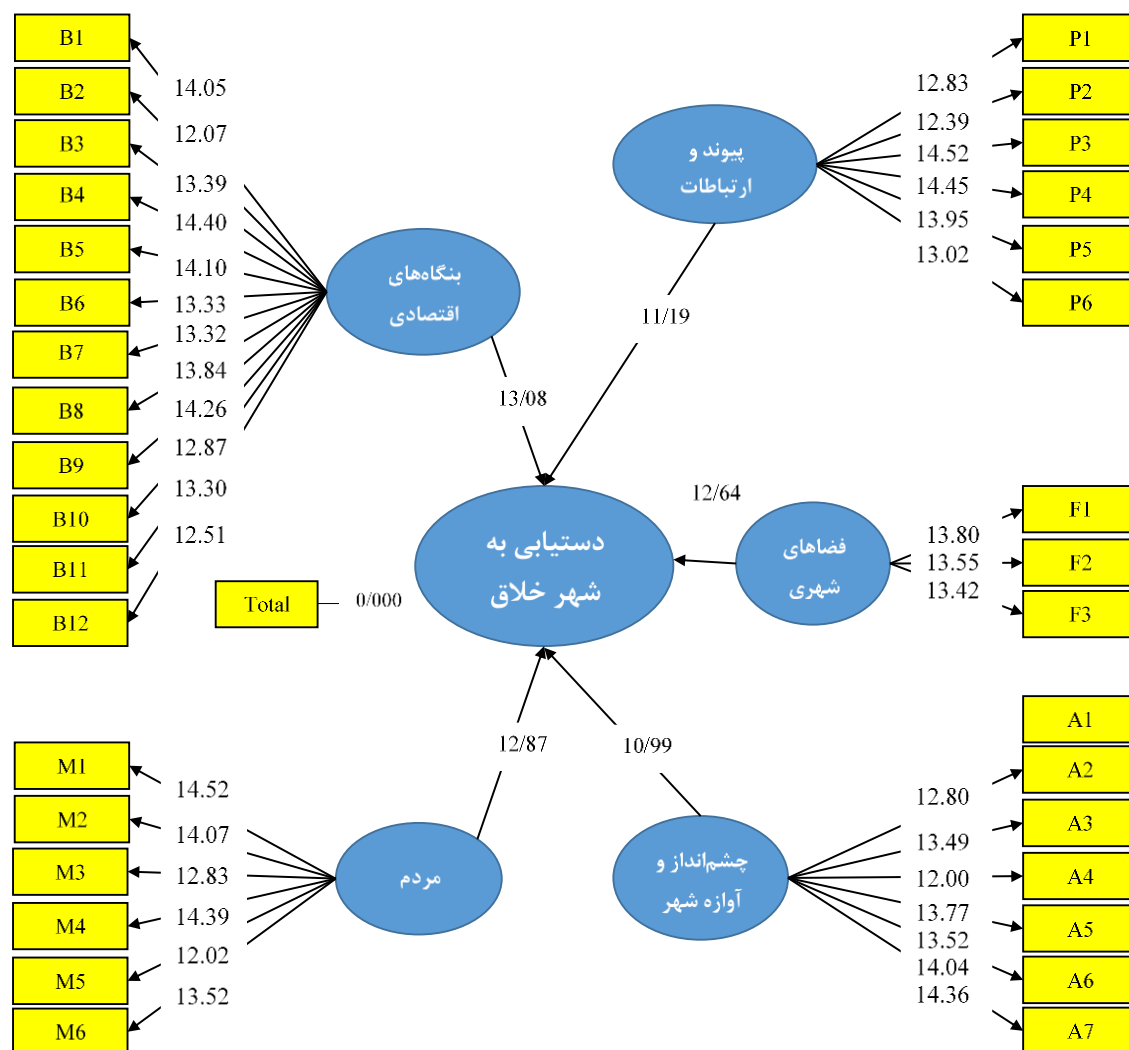
در مرحله دوم پژوهش مربوط به مدل‌سازی معادلات ساختاری است که برای این کار از نرم‌افزار SMART-PLS استفاده گردید. سطح پایایی ترکیبی و روایی همگرا مدل در جدول (۴) آورده شده است.

جدول ۴. سطح پایایی ترکیبی و روایی همگرا

AVE	CR	آلفای کرونباخ	معیار
۰/۷۲۸	۰/۹۳۶	۰/۷۹۶	مردم
۰/۷۳۸	۰/۹۳۷	۰/۸۰۶	بنگاه‌های اقتصادی
۰/۷۰۳	۰/۹۱۸	۰/۷۹۹	فضاهای شهری
۰/۶۹۵	۰/۸۹۶	۰/۷۹۵	پیوند و ارتباطات
۰/۶۸۳	۰/۸۷۵	۰/۸۰۳	چشم‌انداز و آوازه شهر

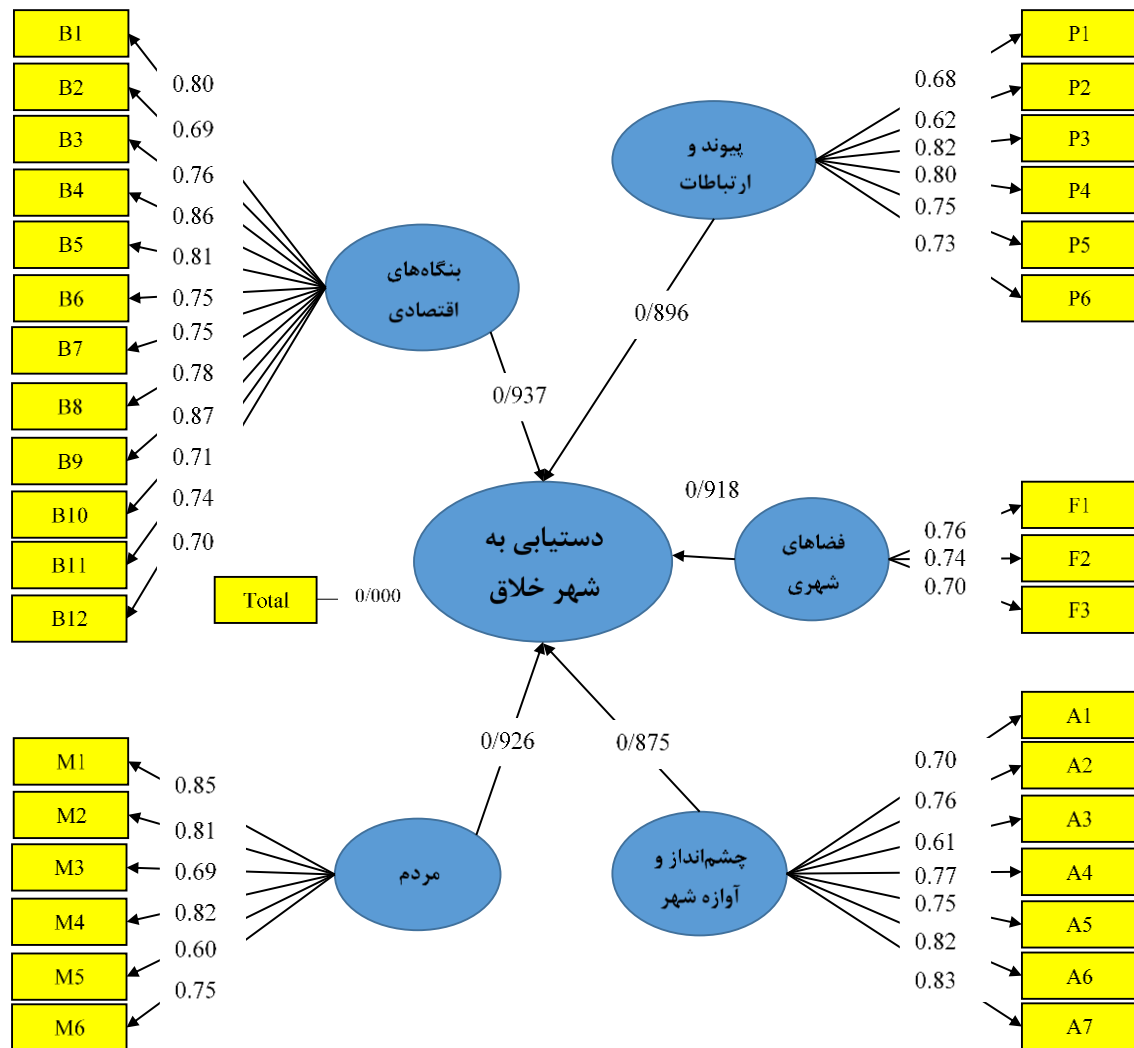
ماخذ: نویسنگان، ۱۴۰۴

نتایج ارزیابی، بیانگر سازگاری درونی است، چرا که ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بالاتر از حد بحرانی (عدد ۷) بوده و میانگین واریانس‌های استخراجی نیز بیشتر از حد ۰/۴ هستند. از این رو مدل‌های اندازه‌گیری، مورد پذیرش می‌باشد. در بررسی ضریب‌های معناداری در نرم‌افزار SMART-PLS ابتدا باید به چند نکته توجه کرد: آماره T نشانگر معناداری اثر متغیرها بر یکدیگر است که اگر مقدار آن از ۱/۹۶+ بیشتر باشد، تأثیر مثبت را تداعی می‌کند، اگر میان ۱/۹۶+ تا ۱/۹۶- باشد، بیانگر عدم وجود معناداری است و اگر کوچک‌تر از ۱/۹۶- باشد، به مفهوم تأثیر منفی است. به عبارت دیگر، مقدار T مربوط به هر شاخص از عدد ۱/۹۶+ (مقدار بحرانی) است که در سطح خطای یک درصد، بیش از ۲/۵۸ می‌باشد. برای ضریب مسیر نیز این قاعده برقرار است که شرط برقراری ارتباط قوی میان دو متغیر، بیش از ۰/۶، ارتباط متوسط، میان ۰/۳ تا ۰/۶ و ارتباط ضعیف، زیر ۰/۳ است. با اجرای مدل، هیچ‌کدام از شاخص‌ها در بازه میان ۱/۹۶+ تا ۱/۹۶- قرار نداشتند. در نتیجه نیازی به آزمون مجدد مدل پژوهش نبوده و خروجی آن در شکل‌های (۴ و ۵) به نمایش درآمده است.



شکل ۳. مدل روابط راهبردهای دستیابی به شهر خلاق در سطح معناداری (ماخذ: نویسنگان، ۱۴۰۴)

براساس نتایج به دست آمده معیار بنگاههای اقتصادی با مقدار $13/08 T$ و بار عاملی $0/937$ ، معیار مردم با مقدار $12/87 T$ و بار عاملی $0/926$ ، معیار فضاهای شهری با مقدار $12/64 T$ و بار عاملی $0/918$ ، معیار پیوند و ارتباطات با مقدار $11/19 T$ و بار عاملی $0/896$ و معیار چشم انداز و آوازه شهر با مقدار $10/99 T$ و بار عاملی $0/875$ دارای سطح معناداری $0/000$ و تأثیر مثبت هستند. یا به عبارتی این معیارها بهترین راهبردهای دستیابی به شهر خلاق از دیدگاه کارشناسان می باشند. همچنین براساس بارهای عاملی بدست آمده از بین معیار بنگاههای اقتصادی، حمایت تخصصی از کسب و کارهای خلاق (بار عاملی $0/87$)، از بین معیار مردم، توسعه ظرفیت خلاقیت در کلیه سطوح آموزش عمومی (بار عاملی $0/85$)، از بین معیار فضاهای شهری، ایجاد فضاهای با ثبات و مطمئن برای فعالیتهای فرهنگی و هنری (بار عاملی $0/76$)، از بین معیار پیوند و ارتباطات، فراهم کردن زیرساختهای مجازی و تسهیل کننده در ارتباطات الکترونیکی (بار عاملی $0/82$) و از بین معیار چشم انداز و آوازه شهر، برنامه ریزی برای ارتقاء موقعیت منطقه ای و فرا منطقه ای شهر و تسهیل حضور گردشگران (بار عاملی $0/83$) مهم ترین راهبردهای دستیابی به شهر خلاق در اردبیل می باشند.



شکل ۴. مدل روابط راهبردهای دستیابی به شهر خلاق در سطح بار عاملی (ماخذ: نویسنگان، ۱۴۰۴)

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در رویکردهای نوین به شهر، شهر خلاق به عنوان یک روش راهبردی در عرصه تفکر، برنامه‌ریزی و اجرای طرح‌های شهری مطرح شده است و تنوع و ظرفیت بسیار بالای عوامل مکانی و فضایی در محیط شهری باعث تنوع زیاد شاخص‌های ضروری برای احراز خلاقیت در مناطق شهری می‌شود. اهدافی که در فضاهای شهری خلاق دنبال می‌شود، پروژه قدرت خلاقیت ساکنین شهرها است و اینکه چگونه می‌توان با کمک مردم مکانی بهتر برای زندگی، کار، بازی و یادگیری ایجاد کرد. در واقع خلاقیت زمانی شکل خواهد گرفت که مردم با عقیده‌های گوناگون، توانایی این را داشته باشند که با یکدیگر در یک شرایط محیطی آرام تعامل داشته و گفتگو کنند و این تعامل و گفتگوی ایده‌های مختلف است که زمینه رشد خلاقیت بیشتر را فراهم می‌کند. شهر خلاق با تکیه بر مردم و بنگاه‌های اقتصادی به عنوان ارکان اصلی خود و از سوی دیگر، از طریق تنوع جمعیت باعث تقویت خلاقیت شهر می‌شود. شهر به عنوان محل شکل‌گیری خلاقیت، دانایی، صنایع خلاق و نوآورد در یک رویکرد ترکیبی در نظر گرفته شده است. بنابراین دسترسی به استعدادها و منابع انسانی و فکری خلاق، محرکت شهر خلاق‌اند و آن‌ها می‌تواند شامل افراد شناخته شده و هنرمندان، محققان، استادان دانشگاه تا افراد کمتر شناخته شده که در اقتصاد دانش کار می‌کنند را شامل شود. در این پژوهش با اهداف بررسی راهبردهای دستیابی به شهر خلاق اردبیل انجام گرفت و نتایج نشان داد که، معیار بنگاه‌های اقتصادی با مقدار $T = 0.8/1.3$ و بار عاملی 0.937 ، معیار مردم با مقدار $T = 0.87/1.2$ و بار عاملی 0.926 ، معیار فضاهای شهری با مقدار $T = 0.64/1.2$ و بار عاملی 0.918 ، معیار پیوند و ارتباطات با مقدار $T = 0.68/1.1$ و بار عاملی 0.896 و معیار چشم‌انداز و آوازه شهر

با مقدار $T99/10$ و بار عاملی $0/875$ دارای سطح معناداری $0/000$ و تأثیر مثبت هستند. یا به عبارتی این معیارها بهترین راهبردهای دستیابی به شهر خلاق می‌باشند. همچنین براساس بارهای عاملی بدست آمده از بین معیار بنگاه‌های اقتصادی، حمایت تخصصی از کسب‌وکارهای خلاق (بار عاملی $0/87$)، از بین معیار مردم، توسعه ظرفیت خلاقیت در کلیه سطوح آموزش عمومی (بار عاملی $0/85$)، از بین معیار فضاهای شهری، ایجاد فضاهای با ثبات و مطمئن برای فعالیت‌های فرهنگی و هنری (بار عاملی $0/76$)، از بین معیار پیوند و ارتباطات، فراهم کردن زیرساخت‌های مجازی و تسهیل کننده در ارتباطات الکترونیکی (بار عاملی $0/82$) و از بین معیار چشم‌انداز و آوازه شهر، برنامه‌ریزی برای ارتقاء موقعیت منطقه‌ای و فرا منطقه‌ای شهر و تسهیل حضور گردشگران (بار عاملی $0/83$) مهم‌ترین راهبردهای دستیابی به شهر خلاق در اردبیل می‌باشند. با این اوصاف نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش‌های گروداچ (۲۰۱۷)، حبیبی و احمدی دهرشید (۱۳۹۹)، نادری دیزج و همکاران (۱۴۰۱) و موسوی و شمس (۱۴۰۲) همسو می‌باشد. در آخر سر می‌توان گفت استان اردبیل از پتانسیل‌های طبیعی، اقتصادی و نیروی انسانی بالایی برخوردار است و با وجود زمین‌های زراعی مرغوب، آب‌های گرم زیرزمینی، معادن، طبیعت عالی گردشگری، مرزهای مشترک با کشورهای همسایه، نیروی انسانی جوان و تحصیل کرده و ... می‌توانست این شهرستان و شهر را در رتبه‌های بالای کشور و جزء شهرهای خلاق قرار دهد ولی این چنین نشده است. امید است با تلاش فراوان مسئولین استان زمینه را برای معرفی اردبیل به عنوان شهر خلاق در آینده‌ای نه چندان دور فراهم گردد تا این استان به جایگاه واقعی خود در عرصه‌های ملی و بین‌المللی برسد. در ارتباط با این موضوع پیشنهادهای بدین شرح ارائه می‌گردد:

- هویت قدیمی و غنی شهر اردبیل (استان اردبیل) به لحاظ فرهنگی و تاریخی، امکان بالقوه‌ای برای این شهر جهت جذب توریست در حوزه‌های فرهنگی، هنری و ادبی می‌باشد. لذا برگزاری فستیوال‌های فصلی در این خصوص می‌تواند قدم مثبتی برای مطرح شدن در سطح بین‌المللی و ایجاد شهر خلاق باشد؛
- حمایت مادی و معنوی از توسعه فناوری حوزه‌های اولویت‌دار مورد نیاز شهر و مدیریت شهری شهر اردبیل؛
- ایجاد شرایط و فرصت‌های حضور قومیت‌ها و ملل مختلف در شهر اردبیل در راستای ارتقای تنوع فرهنگی و اجتماعی؛
- ارتباط با خواهر شهرهای شهر اردبیل برای ایجاد شهرهای خلاق و دانش پایه مشابه مانند باکو، استانبول و غیره برای افزایش رقابت و ارتباطات جهانی؛
- حمایت از هنرهای بومی و صنایع دستی، تأمین فضای مناسب برای انجام امور با خلاقیت شهری و طراحی آن.
- تلاش برای تأمین شرایط و عضویت در شبکه شهرهای خلاق سازمان یونسکو جهت توسعه بین‌المللی شهر اردبیل و استفاده از تجارب سایر شهرهای خلاق.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

نویسندگان اصول اخلاقی را در انجام و انتشار این پژوهش علمی رعایت نموده‌اند و این موضوع مورد تأیید همه آنهاست.

مشارکت نویسندگان

مشارکت نویسندگان در مقاله به شکل توضیح داده شده از سوی مجله، مورد تأیید نویسندگان این مقاله است.

تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد.

حامی مالی

مقاله حاضر فاقد حمایت مالی است.

سپاسگزاری

از کلیه کسانی که در مراحل مختلف نوشتن این مقاله با نظرات خود ما را یاری دادند سپاسگزاری می‌کنیم.

References

- Abdollahi, A., mafi, E. & Vatanparast, M. (2023). Measuring the development levels of urban neighborhoods based on having creative city indicators (Case study: district one of Mashhad metropolis). *Geography and Urban Space Development*. In press. <https://doi.org/10.22067/jgusd.2024.83284.1327> [In Persian].
- Amelhelali, B., Saeideh Zarabadi, Z.S., Dolatabadi, F. (2019). Exploring the foundations of creating a creative city in areas of Neyshabur city. *Quarterly Journal of Urban Research and Planning*, 10(38), pp. 123-132. [20.1001.1.22285229.1398.10.38.11.7](https://doi.org/10.1001.1.22285229.1398.10.38.11.7) [In Persian].
- Amini, D., Marsousi, N. & Lotfi, A. (2021). Assessment and ranking of creative city planning in 22 districts of Tehran metropolis, *Scientific Journal of Physical Development Planning*, 6(3(New Series)), pp. 150-177. [20.1001.1.26455471.1400.8.3.8.6](https://doi.org/10.1001.1.26455471.1400.8.3.8.6) [In Persian].
- Batabyal, A., & Beladi, H. (2016). The Effects of Probabilistic Innovations on Schumpeterian Economic Growth in a Creative Region. *Economic Modelling*, 53, 224–230. DOI: [10.1016/j.econmod.2015.11.026](https://doi.org/10.1016/j.econmod.2015.11.026)
- Cooke, P., & Lazeretti, L. (2008). *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*, Cheltenham. UK; Northampton, MA: Edward Elgar. DOI: [10.1016/j.econmod.2015.11.026](https://doi.org/10.1016/j.econmod.2015.11.026)
- Costa, P., Magalhães, M., Vasconcelos, B., & Sugahara, G. (2007). A discussion on the governance of 'Creative Cities': Some insights for policy action. *Norsk Geografisk Tidsskrift-Norwegian Journal of Geography*, 61(3), 122-132. <https://doi.org/10.1080/00291950701553905>
- Darchen, S. & Simon, G. (2022). Transitory urbanism for the creative industries in a top-down regeneration process (Nantes, France). *European Planning Studies*. 30 (10), 1-18. [10.1080/09654313.2021.2024149](https://doi.org/10.1080/09654313.2021.2024149).
- Delangizan, S., Dehghanshabani, Z., Khanzadi, A. & Zabihidan, M.S. (2017). Determining the Indicators of Creative City and Rankings of Iranian Metropolises Based on Creative City Criteria: An Application of Modified TOPSIS Method. *Urban Economics*, 3(1), pp. 24-1. [10.22108/ue.2018.107566.1036](https://doi.org/10.22108/ue.2018.107566.1036) [In Persian].
- Florida, R. (2005). *Cities and the Creative Class*. London, UK: Routledge.
- Fotouhi Mehrabani, B, Kalantari, M., Rajaei, A. (2016). Analysis of Iran Metropolises in Terms of Possessing Indices of Creative City. *Quarterly Journal of Geography and Urban Planning*, 14(51), pp. 101-1178. [10.22059/jurbangeo.2016.62197](https://doi.org/10.22059/jurbangeo.2016.62197) [In Persian].
- Grodach, Car. (2017). Urban cultural policy and creative city making. *Cities*, 68, 82-91. DOI: [10.1016/j.cities.2017.05.015](https://doi.org/10.1016/j.cities.2017.05.015)
- Habibi, M. & Ahmadi dehrashid, A. (2020). Analyzing the Strategic Planning of Sanandaj City with the Creative City Approach. *Research in the Geography of Urban Planning*, 8(4), pp. 789-812. [10.22059/jurbangeo.2020.302971.1291](https://doi.org/10.22059/jurbangeo.2020.302971.1291) [In Persian].
- Hartley, J., Potts, J., MacDonalds, T., Erkunt, C., & Kufleitner, C. (2012). CCI Creative City Index 2012 final report. ARC Centre of Excellence for Creative Industries and Innovation, Queensland. <https://sciendo.com/article/10.5334/csci.41>
- Hashemi dizaj, A. & mohammadi, Ch. (2023). Measuring and evaluating the economic resilience of urban neighborhoods against earthquake risk (case of study: Neighborhoods of the three region of Ardabil city). *Geography and Human Relations*, 6(3), pp. 303-284. [10.22034/gahr.2023.420357.1964](https://doi.org/10.22034/gahr.2023.420357.1964) [In Persian].
- Javid, M.H., Hosseinpour, A. & Akbari Motlagh, M. (2013). *Creative City, Strategic Planning*, Volume 1, Tehran: Tahan Publications. https://shahr.journals.umz.ac.ir/article_3437_dcdafcf80386622cb1ba16a8833446bd.pdf. [In Persian].
- Landry, C. (2016). *Helsinki Creative City Index*. Retrieved from <http://www.CCI.com>.
- Landry, C. (2012). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. London, UK: Earthscan.
- Macklin, S., van den Berg, A. & Pretorius, D. (2024). Reimagining pathways into culture and creative industries in the city of Seattle. *SAGE Open*. 5, 1-17. <https://doi.org/10.1177/21582440241253995>

- Mareque, M., de Prada Creo, E. & Álvarez-Díaz, M. (2021). Exploring creative tourism based on the cultural and creative cities (C3) index and using bootstrap confidence intervals. *Sustainability*, 13 (9), 5145. <https://doi.org/10.3390/su13095145>
- Mens, J. van Bueren, E., Vrijhoef, R. & Heurkens, E. (2021). A typology of social entrepreneurs in bottom-up urban development. *Cities*, 110, 103066. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2020.103066>
- Mirzaei, M., Arghan, A. & Zand, M. (2019). The role of indicators in the creative city to create interactive urban spaces (Case Study: Ray Town). *Geography (Quarterly Scientific and International Research Journal of the Iranian Geographical Society)*, 17(61), pp. 109-124 https://mag.iga.ir/article_247516_en.html [In Persian].
- Mohammadi Kouchehbagh, A., Fathi, A., Nazmfar, H. & Masoumi, M.T. (2023). [Recreating Strategy for Creative City's Focusing on the Historical and Cultural Context of the city, with Use the TOPSIS Method \(Case Study: Tabriz City\)](#). *Scientific and Research Quarterly Journal of Urban Research and Planning*, 14(55), 269-284. [10.30495/jupm.2021.27218.3769](https://doi.org/10.30495/jupm.2021.27218.3769) [In Persian].
- Mousavi, M. & Shams, M. (2023). Planning towards the realization of a creative city with a sustainable urban development approach, *Geography and Environmental Studies*, 13(50), pp. 23-6. <https://sanad.iau.ir/en/Article/979199> [In Persian].
- Naderi, B., Panahi, A., Teimori, I. & Valizade, R. (2022). Investigating the status of local factors affecting the realization of the mid-sized creative city (Case study: Bonab city). *Journal of Geography*, 20(74), PP 69-84. <http://dor.net/dor/20.1001.1.27833739.1401.20.74.4.4> [In Persian].
- Nahidi Azar, A., Mirgholami, M, and Nejad Ebrahimi, A. (1402). Sustainable and creative urban regeneration with emphasis on sustainable economic activities. *Quarterly Journal of Sustainable Urban and Regional Development Studies*, 4(3), 76-101. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.27830764.1402.4.3.6.5> [In Persian].
- Nazmfar, H., Aftab, A., Ghafari Gilandeh, A. & Mousavi, N. (2018). analyzing key factors influencing the planning of a creative city (case study: Urmia). *Quarterly Journal of Urban Planning Geography Research*, 6(1), pp. 1-22. [10.22059/jurbangeo.2018.242044.784](https://doi.org/10.22059/jurbangeo.2018.242044.784) [In Persian].
- Redaelli, E., (2011). Analyzing the “creative city“ governance: Relational process in Columbus Ohio. *City, Culture and Society*. 2, 85-91. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2011.05.001>
- Sasaki, M. (2010). Urban Regeneration through Cultural Creativity and Social Inclusion: Rethinking Creative City Theory through a Japanese Case Study. *Cities*, 27, 53–59. DOI:[10.1016/j.cities.2010.03.002](https://doi.org/10.1016/j.cities.2010.03.002)
- Sohrabi Ashlaghi, E., Ilanloo, M. (2022). Explaining the Levels of Creativity in the Urban System of Tehran Metropolis. *Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS)*, 3(1), 108-127 https://www.srds.ir/article_152291.html?lang=en [In Persian].
- Sayadi, F., Taghvaei, M., Hayraptian, V. (2022). The feasibility of a sustainable creative city in Tehran Metropolis. *Geography & Regional Planning Journal*, 3(12), PP 1031-1016. [20.1001.1.22286462.1400.11.4.1.5](https://doi.org/10.22286462.1400.11.4.1.5) [In Persian].
- Statistical Center of Iran. (2021). Population and Housing Census of Ardabil. [In Persian].
- Vivant, E. (2013). Creative in the City: Urban Contradictions of the Creative City. *City, Culture and Society*, 4, 57–63. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2013.02.003> [In Persian].