

## Research Paper

# Creative Tourism Planning Theory Framework: A Systematic Review

Sareh Pourjahan<sup>1</sup> , Boshra Mohajer<sup>2</sup> , Salar Kuhzady<sup>\*3</sup> 

<sup>1</sup> Ph.D Candidate of Tourism Management, Faculty of Management, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran  
[s\\_pourjahan@atu.ac.ir](mailto:s_pourjahan@atu.ac.ir)

<sup>2</sup> Ph.D Candidate of Tourism Management, Faculty of Management, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran  
[b\\_mohajer@atu.ac.ir](mailto:b_mohajer@atu.ac.ir)

<sup>3</sup> Assistant Professor, Department of Tourism Management, Faculty of humanities and social sciences, University of Kurdistan, Sanandaj, Iran  
[s.kuhzady@uok.ac.ir](mailto:s.kuhzady@uok.ac.ir)



10.22080/JTPD.2022.22659.3631

**Received:**

November 18, 2021

**Accepted:**

April 6, 2022

**Available online:**

July 9, 2022

**Keywords:**

Creative Tourism,  
Tourism Planning,  
Systematic Review,  
Critique of theory

## Abstract

Creative tourism developed as the third generation of tourism after mass tourism and cultural tourism, in response to the challenges and negative effects of the two previous forms. Creative tourism, emerged as a form of tourism since the 1990s, has seen changing in essence and planning trend and up to now. Creative tourism is not a theory, but several theories of tourism planning have been effective in the process of its studying, planning and managing. With attention to the existing research gap, the purpose of this study is to identify effective planning theories in the process of creative tourism study, planning and management. Based on this goal, using Prisma model, 117 articles published in journals in the field of creative tourism were selected for systematic review. In this article, theories of tourism planning including stakeholders, partnership, sustainability, co-creation and network are identified as potential theories in the field of creative tourism and are reviewed and analyzed.

**\*Corresponding Author:** Salar Kuhzady

**Address:** Department of Tourism Management,  
University of Kurdistan, Sanandaj, Iran

**Email:** [s.kuhzady@uok.ac.ir](mailto:s.kuhzady@uok.ac.ir)



## Extended Abstract

### 1. Introduction

Due to numerous changes in the forms of tourism, models and theories of planning in the field of creative tourism have logically changed. The purpose of this study is to identify effective planning theories in the process of creative tourism study, planning and management. Based on this goal, using Prisma model, 117 articles published in journals in the field of creative tourism were selected for systematic review. In this article, theories of tourism planning including stakeholders, partnership, sustainability, co-creation and network are identified as potential theories in the field of creative tourism and are reviewed and analyzed.

### 2. Research Methodology

In order to achieve the objectives of the research, the articles on creative tourism have been reviewed based on the Prisma model. In order to identify related articles, first related keywords were identified. In the next step, Web of Science and Scopus were selected as the main databases and the initial review was performed using keywords and similar articles were deleted. At the end, 117 articles published in journals were selected for systematic review after reviewing them one by one. In order to identify common areas in studies related to creative tourism, keyword analysis was used. In the next step, the results were visualized using Vos viewer software.

### 3. Research Findings

In order to identify the main planning theories involved in creative tourism, title, abstract and keyword analysis method were applied. The results show that the main theories planning include: sustainability, participatory, co-creation,

stakeholder and network. Then, in order to investigate the frequency of theories involved in creative tourism planning, quantitative content analysis technique was used by MXQDA software. For this purpose, the abstracts of all the articles were reviewed and the words related to planning theories in creative tourism were coded to obtain their frequency. The most frequently keyword based on the results are: stakeholder theory (61), participatory theory (50), sustainability (45), co-creation (36) and network theory (36)..

### 4. Conclusion

The most important and effective theories in this field are the participatory, sustainability, stakeholder and network theory .Of course applying the proposed planning theories to creative tourism in practice will certainly not be without challenges. Because there will be many problems in the implementation of these theories in creative tourism planning. Problems related to the way of stakeholder participation, potential tensions resulting from stakeholder involvement, identification of all stakeholders, complex and evolving interpretation of stakeholder social relationships in terms of space and time, their resistance to cooperation, time-consuming, costly forming the participation process, ignoring sustainable development principles, industrialization of culture and creativity, replacement of economic value with cultural values, the importance of the economic dimension of development and its dominance over other dimensions of sustainability, serial production of culture and bringing the views, attitudes and goals of creative tourism stakeholders into networks are the most important challenges.

In general, sustainability requires participation, and the need for



participation is the presence of different stakeholders and the order of the effect of their views in planning. In creative tourism, in addition to the possibility of active presence of residents as a teacher, the context of active tourist participation is provided as a dimension of demand in the form of a special type of participation called co-creation. With the presence of multiple stakeholders, the need for managing communication between them, determining how to communicate, examine the extent of power and influence of each stakeholder, and balancing the interactions, highlight the need for network planning.

Knowing the effective approaches in planning and developing creative tourism, as well as understanding its operational challenges, will improve the decision-making process and decision-making by those in charge of this type of tourism. It seems to create a deeper view by planners and wider attention to sustainability, multiple stakeholders, their participation as well as networks and clusters that play

a key role in creative tourism planning in urban or rural areas. In addition to optimizing development decisions and the development process, planners and development managers will significantly improve the implementation and evaluation of programs. It should not be forgotten that not paying attention to the constructive approaches of creative tourism will disrupt its nature and its planning, consequently.

### **Funding**

There is no funding support.

### **Authors' Contribution**

Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work

### **Conflict of Interest**

Authors declared no conflict of interest.

### **Acknowledgments**

We consulting in this paper are grateful to all the persons for scientific.



علمی پژوهشی

## چارچوب نظریه‌ای برنامه‌ریزی گردشگری خلاق: مرور نظام‌مند

ساره پورجهان<sup>۱</sup> , بشری مهاجر<sup>۲</sup> , سالار کهزادی<sup>۳\*</sup> 

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران  
[S\\_pourjahan@atu.ac.ir](mailto:S_pourjahan@atu.ac.ir)

<sup>۲</sup> دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران  
[B\\_mohajer@atu.ac.ir](mailto:B_mohajer@atu.ac.ir)

<sup>۳</sup> استادیار، گروه گردشگری، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران  
[s.kuhzady@uok.ac.ir](mailto:s.kuhzady@uok.ac.ir)



10.22080/JTPD.2022.22659.3631

### چکیده

گردشگری خلاق که به عنوان نسل سوم گردشگری پس از گردشگری انبوه و گردشگری فرهنگی و در پاسخ به چالش‌ها و اثرات منفی آنها ایجاد شده، از ابتدای معرفی در دهه ۱۹۹۰ تا به امروز شاهد تغییراتی در روند برنامه‌ریزی و ماهیت بوده است. این نوع گردشگری به عنوان یک تئوری مطرح نیست، اما تئوری‌های برنامه‌ریزی گردشگری متعددی در فرایند مطالعات، برنامه‌ریزی و مدیریت آن موثر بوده‌اند. با توجه به شکاف مطالعاتی موجود، هدف این پژوهش شناسایی تئوری‌های برنامه‌ریزی تاثیرگذار در فرایند مطالعات، برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری خلاق می‌باشد. بر مبنای این هدف، با بهره‌گیری از مدل پریسما، ۱۱۷ مقاله منتشر شده در حوزه گردشگری خلاق در پایگاه‌های داده وب اف ساینس و اسکوپوس برای مرور نظام‌مند (سیستماتیک) انتخاب شد. به منظور بررسی تعداد فراوانی تئوری‌های دخیل در برنامه‌ریزی گردشگری خلاق، از تکنیک تحلیل محتوای کمی از نرم افزار مکس کیودا استفاده شد. بر اساس نتایج به دست آمده برخی تئوری‌های برنامه‌ریزی گردشگری از جمله ذی‌نفعان، مشارکتی، پایداری، هم‌آفرینی و شبکه‌ای به عنوان تئوری‌های بالقوه در حوزه گردشگری خلاق شناسایی و مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته است. همچنین نتایج حاکی از آن است که رویکرد ذی‌نفعان و مشارکتی، بیشترین تعداد فراوانی را در مطالعات مرتبط با گردشگری خلاق داشته است.

تاریخ دریافت:

۲۷ آبان ۱۴۰۰

تاریخ پذیرش:

۱۷ فروردین ۱۴۰۱

تاریخ انتشار:

۱۸ تیر ۱۴۰۱

کلیدواژه‌ها:

گردشگری خلاق، برنامه‌ریزی گردشگری، مرور نظام‌مند

\* نویسنده مسئول: سالار کهزادی

آدرس: گروه مدیریت گردشگری دانشگاه کردستان، سنندج، ایران

ایمیل: [s.kuhzady@gmail.com](mailto:s.kuhzady@gmail.com)

## ۱ مقدمه

های علمی می انجامد. در حقیقت نظریه ها را می توان نوعی گفتمان دانست که می تواند مورد استفاده سیاست گذاران قرار گیرد و به آنها قدرتی قابل توجه ببخشد. یکی از وظایف اصلی مدیران و سیاست گذاران نیز برنامه ریزی است. بالتبع نظریات برنامه ریزی به تعریف مرزهای این حوزه از دانش و همچنین طرح موضوع های اساسی برای نظریه پردازان و کنش گران حوزه برنامه ریزی منجر می شود (اجلالی، ۱۳۹۹).

پرداختن به این موضوع که ماهیت گردشگری خلاق چیست، به چه روش یا روش های برنامه ریزی، قابلیت اجرا می یابد، در دامنه برنامه ریزی آن، به چه مسائلی باید توجه شود و یا چه کسانی در آن درگیرند، موضوعی است که به شکل متمرکز در پژوهش ها کمتر به آن پرداخته شده و به عنوان یک شکاف مطالعاتی مطرح است. آنچه از بررسی ادبیات و چگونگی ماهیت گردشگری خلاق به دست می آید، ضرورت تحلیل و واکاوی زمینه های نظریه ای برنامه ریزی در این نوع گردشگری را روشن می سازد. بنابراین نیاز به شناسایی رویکردهایی از برنامه ریزی گردشگری که تا کنون در توسعه ماهیت و مفهوم گردشگری خلاق موثر بوده است، مسیر مناسبی را برای درک بهتر مفهوم این نوع گردشگری و روندهای برنامه ریزی آن مشخص می نماید.

بر همین اساس هدف پژوهش پیش رو، شناسایی نظریه هایی از برنامه ریزی گردشگری براساس مطالعات پیشین است که در توسعه مفهوم و ماهیت گردشگری خلاق نقش داشته است. تشخیص و تبیین رویکردهای موثر در برنامه ریزی گردشگری خلاق می تواند به برنامه ریزان، تصمیم گیران و خط مشی گذاران به منظور طراحی برنامه های اثربخش در جوامع روستایی و شهری یاری رساند.

ایده گردشگری خلاق، موضوعی نسبتاً نو در ادبیات گردشگری است. گردشگری خلاق از ۱۹۹۰ و در نتیجه گذار از دوران صنعتی به دوران خلاقیت شکل گرفت (ریچاردز و ویلسون، ۲۰۰۶). آنچه از دل گردشگری خلاق بیرون می آید به شکل تجربه های عملی و مدل های جدید تعامل با جامعه بومی ارائه می گردد (ریچاردز، ۲۰۱۶). به تبعیت از تغییرات متعددی که در اشکال گردشگری ایجاد شد، مدل ها و نظریات برنامه ریزی در حوزه گردشگری خلاق به شکلی منطقی دچار تحولاتی شده است. در حال حاضر، دو الگوی مدیریت در گردشگری خلاق در سراسر جهان وجود دارد. شکل اول شهر خلاق است (ریچاردز و ویلسون، ۲۰۰۶) و شکل دوم نمایش زندگی روزمره، حالت عادی یک شهر و محله هاست (میتلند و نیومن، ۲۰۰۴؛ بوآبان، ۲۰۱۶). بنابراین از آنجا که گردشگری خلاق هم در مناطق شهری و هم در مناطق روستایی و کمتر توسعه یافته گزینه مناسبی برای توسعه به نظر می رسد، توجه به روند صحیح برنامه ریزی و بایدها و نبایدهای فرایند آن ضروری است. گردشگری خلاق در واقع شکل جدیدی از گردشگری است و این توانایی را دارد که مدل های موجود توسعه گردشگری را تغییر داده و در ایجاد تنوع و نوآوری در تجربه گردشگری کمک نماید. این روند، نیازمند شناخت صحیح ماهیت گردشگری خلاق و رویکردهای برنامه ریزی آن است (ریچاردز، ۲۰۰۹).

نظریه پردازی در واقع مرحله عالی فرایند تولید دانش است. مشاهدات و داده های به دست آمده می بایست مورد پردازش قرار گیرند و بر اساس معیارهای گوناگون و با روش های مختلف مانند مقایسه، چیدمان بر اساس سیر تکوین و تطور، طبقه بندی، شمارش و سایر روش ها دسته بندی شده و به تولید دانش کمک کنند. در واقع همین تعمیم ها به وحدت بخشی نتایج پراکنده مشاهده

<sup>3</sup> Maitland and Newman

<sup>4</sup> Buaban

<sup>1</sup> Richards & Wilson

<sup>2</sup> Richards



## ۲ مبانی نظری

فرهنگی متفاوت از گردشگر دارد و به همین دلیل گردشگر کنجکاو است که به دیدن آن برود، فارغ از اینکه به عمق لایه‌های زندگی "دیگری" بپردازد. در مقابل، گردشگران پست مدرن در پی به رخ کشیدن آنچه دارند، نیستند بلکه به دنبال تجربه‌هایی اصیل و عمیق از سفر خود و مشارکت در فعالیت‌های گردشگری هستند موسکاردو، دان و مک کرچر<sup>۹</sup>، (۲۰۱۴). از اواخر ۱۹۹۰، با ظهور گردشگری نئو فوردیست، علاقه گردشگران به سوی مصرف محصولات تخصصی‌تر و سفارشی‌گرایش یافت (تورس، ۲۰۰۲). بر همین اساس گردشگری خلاق که معنای "دیدن" را به "بودن" تبدیل می‌کند به شکل گسترده‌ای مورد توجه گردشگران پست مدرن قرار گرفت (جلینچیک<sup>۱۰</sup>، ۲۰۰۹). امروزه، پس از تغییرات گسترده در بخش عرضه و تقاضای گردشگری، می‌توان گفت گردشگری از یک پارادایم مبتنی بر اطلاعات (پون<sup>۱۱</sup>، ۲۰۰۳)، به یک پارادایم دانش محور و مهارت محور (ریچاردز و ویلسون، ۲۰۰۷) تغییر جهت داده است.

بنابراین گردشگری خلاق پس از مطرح شدن به عنوان گونه‌ای از گردشگری در دهه ۱۹۹۰، تاکنون شاهد تغییراتی بوده است. نگاه به این گونه از گردشگری به عنوان فرصتی جهت مشارکت فعال در دوره‌های آموزشی، گسترش توانایی‌های خلاقیت، توجه به اصالت تجربه، خودسازی، توسعه مهارت فردی، سفر به منظور یادگیری مشارکتی و تعامل با جامعه بومی نشان از برخی تحولات در نگرش به گردشگری خلاق و متعاقباً مدل‌های برنامه‌ریزی برای آن دارد.

گردشگری خلاق به شکل گسترده، بعد از ظهور مفاهیمی چون "طبقه خلاق" (فلوریدا<sup>۱</sup>، ۲۰۰۲)، شهرهای خلاق (لندری<sup>۲</sup>، ۲۰۰۰) و خوشه‌های خلاق (هیترز و ریچاردز<sup>۳</sup>، ۲۰۰۲) مورد توجه قرار گرفت (تان، کونگ و لوه<sup>۴</sup>، ۲۰۱۳) و افرادی نظیر فلوریدا (۲۰۰۰) و ساساکی<sup>۵</sup> (۲۰۰۱) نقش مهمی در اثرگذاری این مفاهیم بر مباحث علمی و سیاست‌گذاری‌ها ایفا کرده‌اند (شفیعی و همکاران، ۱۳۹۳). بر همین اساس بسیاری از مناطق و شهرها در پی ایجاد مدل جدیدی از توسعه در زمینه‌های مختلف و از جمله گردشگری برآمدند. گردشگری خلاق اولین بار توسط پیرس و باتلر<sup>۶</sup> (۱۹۹۳) ارائه شد اما تعریفی از آن ارائه نگردید. در سال‌های بعد، گردشگری خلاق توسط ریچاردز و ریموند مورد توجه قرار گرفت که ریشه آن از تلاش برای افزایش فروش صنایع دستی در گردشگری سرچشمه می‌گیرد (ریچاردز و ریموند، ۲۰۰۰).

گردشگری خلاق به منظور پاسخ به اثرات گردشگری فرهنگی ایجاد شد و تمرکز آن از رفتار گردشگر به روابط بین گردشگر و مقصد تغییر یافت (سانو<sup>۷</sup>، ۲۰۱۶). گردشگری در بستر پارادایم "مدرن" پدید آمده و با این تفسیر، ماهیتی سرمایه‌داری دارد و بی‌تردید، اثر خود را بر برخی داشته‌های اصیل بومی همچون صنایع دستی با تبدیل آنها به گزینه‌هایی برای "فوردیسم" (خط تولیدی) نشان می‌دهد (تورس<sup>۸</sup>، ۲۰۰۲).

در گردشگری مدرن، انگیزه اصلی سفر "دیدن" و "مشاهده" بود و تعامل با جامعه بومی دغدغه گردشگر محسوب نمی‌شد. گردشگر مدرن، به دنبال بازدید "دیگری" است و "دیگری" کسی است که

<sup>7</sup> Sano

<sup>8</sup> Torres

<sup>9</sup> Moscardo, Dann & McKercher

<sup>10</sup> Jelinčić

<sup>11</sup> Poon

<sup>1</sup> Florida

<sup>2</sup> Landry

<sup>3</sup> Hitters & Richards

<sup>4</sup> Tan, Kung & Luh

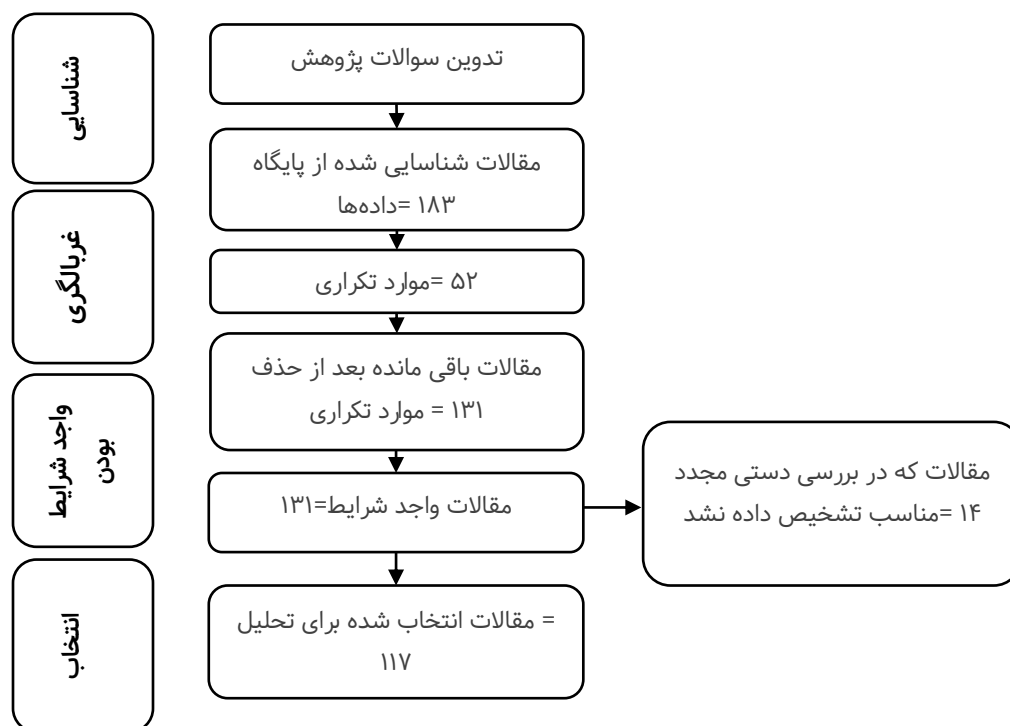
<sup>5</sup> Sasaki

<sup>6</sup> Pearce and Butler

### ۳ روش تحقیق

بررسی اولیه صورت پذیرفت. از آنجا که پایگاه های داده مذکور، گاه مجلات یکسانی را نمایه می‌کنند، امکان تکراری بودن نتایج وجود دارد. به همین خاطر ابتدا از مقالات مرتبط خروجی اکسل گرفته شد و در آن فایل، مقالات یکسان حذف شدند. در مرحله بعد مقالات استخراج شده، تک به تک مورد بررسی قرار گرفتند و ۵۲ مورد تکراری از مقالات حذف گردیدند. در پایان ۱۱۷ مقاله منتشر شده در مجلات برای مرور نظام‌مند انتخاب شد. به منظور شناسایی حوزه‌های رایج برنامه‌ریزی در مطالعات انجام شده مربوط به گردشگری خلاق، تحلیل کلمات کلیدی مورد استفاده قرار گرفت. در مرحله بعد نتایج با استفاده از نرم افزار Vos viewer بصری سازی شدند (نمودار ۱).

تاکنون پژوهش مشابهی به لحاظ تشخیص زمینه‌های تئوریک برنامه‌ریزی در گردشگری خلاق صورت نگرفته و این پژوهش می‌تواند به عنوان مبنای علمی جهت برنامه‌ریزی گردشگری خلاق در مقاصد مختلف روستایی و شهری به کارگرفته شود. بر اساس اهداف پژوهش و بر مبنای مدل پریسما (نمودار ۱) مطالعات انجام شده در حوزه گردشگری خلاق مورد بررسی قرار گرفته است. به منظور شناسایی مقالات انجام گرفته پس از شناسایی کلمات کلیدی مرتبط با موضوع، وب اف ساینس<sup>۱</sup> و اسکوپوس<sup>۲</sup> به عنوان پایگاه داده‌های اصلی انتخاب شدند و با استفاده از کلمات کلیدی



نمودار ۱ بررسی مطالعات انجام شده در زمینه گردشگری خلاق (مدل پریسما)، (منبع: یافته‌های پژوهش)

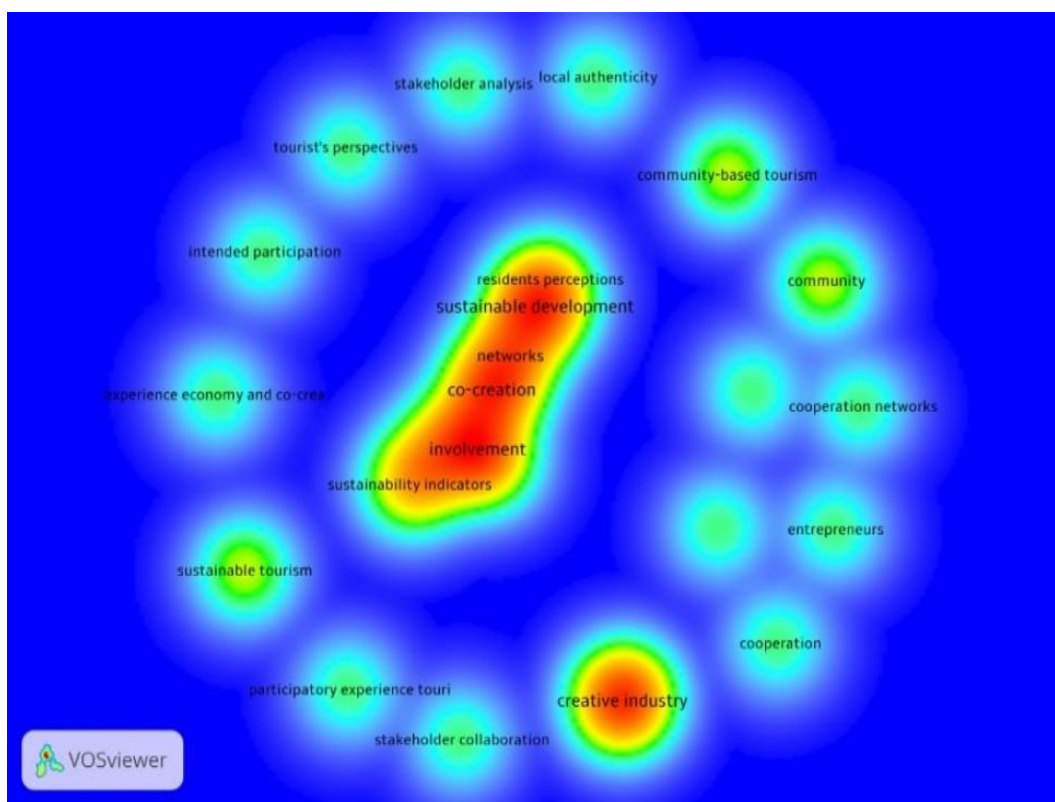
<sup>2</sup> scopus

1 Web of science

## ۴ یافته‌ها

می‌باشد (شکل ۱) که در ادامه هر کدام از رویکردها به تفکیک بررسی شده‌اند. به منظور بررسی تعداد فراوانی تئوری‌های دخیل در برنامه ریزی گردشگری خلاق، از تکنیک تحلیل محتوای کمی از نرم افزارمکس کیودا<sup>۲</sup> استفاده شد. بدین منظور چکیده تمام مقالات مورد نظر بررسی و کلمات مرتبط با تئوری‌های برنامه‌ریزی در گردشگری خلاق کدگذاری شدند تا تعداد فراوانی و تکرار آنها به دست آید. نتایج در جدول ۱ آمده است. در ادامه به تحلیل و تبیین رویکردهای برنامه ریزی شناسایی شده که در طراحی برنامه برای گردشگری خلاق موثرند و نیز چگونگی عملکرد در این نوع گردشگری آنها اشاره می‌شود.

در راستای رسیدن به اهداف پژوهش، مقالاتی که در مورد گردشگری خلاق به انجام رسیده، مورد بررسی قرار گرفت. به منظور شناسایی رویکردهای اصلی برنامه ریزی دخیل در گردشگری خلاق، از روش تحلیل عنوان، چکیده و کلیدواژه‌ها استفاده شد. تحلیل کلمات کلیدی پژوهش‌ها نه تنها می‌تواند در شناسایی حوزه‌های اصلی تمرکز پژوهشگران مفید واقع شود، بلکه می‌تواند به تعیین روندهای اصلی یک حوزه مطالعاتی نیز کمک کند (هو<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۸: ۱۰۳۲). بررسی‌ها نشان داد که رویکردهای عمده و مکاتب اصلی برنامه ریزی شامل رویکردهای پایداری، مشارکتی، هم‌آفرینی، ذینفعان و شبکه‌ای



شکل ۱ رویکردهای برنامه ریزی دخیل در گردشگری خلاق (یافته‌های پژوهش)

<sup>۲</sup> MXQDA

<sup>۱</sup> Hu



**جدول ۱ مروری بر بنیان های نظریه ای برنامه‌ریزی موثر در گردشگری خلاق و فراوانی آنها (منبع: نویسندگان، خروجی نرم افزار MXQDA)**

تئوری‌های دخیل در برنامه ریزی گردشگری خلاق	عنوان، نویسندگان و سال انتشار برخی مقالاتی که به تئوری ها اشاره کرده‌اند	فراوانی تئوری‌ها در ۱۱۷ مقاله منتخب (بر اساس خروجی MXQDA)
ذینفعان	گردشگری خلاق در توسعه مقصد(لیندروث، ریتالاhti و سویسالون سوسینن، ۱، ۲۰۰۷) مدیریت گردشگری خلاق جامعه‌محور به منظور افزایش توسعه پایدار محلی در استان کانچانابوری، تایلند(بوابان، ۲۰۱۶) به سمت یک برنامه تحقیقاتی برای گردشگری خلاق: تحولات، تنوع، و پویایی شناسی(دوگزبری و ریچاردز، ۲، ۲۰۱۹)	۶۱
مشارکتی	گردشگری خلاق در توسعه مقصد(لیندروث، ریتالاhti و سویسالون سوسینن، ۲۰۰۷) نگاشت پژوهش گردشگری خلاق: بررسی زمینه و ترسیم مسیره‌های آینده(گالوانو و جیاکون، ۳، ۲۰۱۹) مدیریت گردشگری خلاق جامعه‌محور به منظور افزایش توسعه پایدار محلی در استان کانچانابوری، تایلند (بوابان، ۲۰۱۶) به سوی گسترش گردشگری خلاق: گردشگری تجربه مشارکتی(دوبرون ۴ و جلینچیک، ۲۰۱۶) طراحی مدل مفهومی گردشگری خلاق (بسته نگار، حسنی و خاکزاریفروئی، ۱۳۹۶)	۵۰
پایدار	ترویج پایداری گردشگری با توسعه گردشگری خلاق: فاصله اسلوانی چقدر است؟(کورز وید، ۵، ۲۰۱۳) مدیریت گردشگری خلاق جامعه‌محور به منظور افزایش توسعه پایدار محلی در استان کانچانابوری، تایلند (بوابان، ۲۰۱۶) رابطه بین گردشگری خلاق و توسعه محلی: رویکرد کتاب سنجی برای دوره ۲۰۰۹-۲۰۱۹ (پیمنتا، ریبیرو و ریموالدو، ۶، ۲۰۲۱)	۴۵
هم‌آفرینی	توانمند سازی مسافر جدید: داستان‌سرایی به عنوان یک رفتار سازنده در گردشگری خلاق(ریکا پرا، ۷، ۲۰۱۷) مرور زمینه های نظری در زمینه تحقیقات خلاق گردشگری(کاروالهو، داکوستا و فیریرا، ۸، ۲۰۱۹)	۳۶

<sup>1</sup> Lindroth, Ritalahti & Soisalon-Soininen

<sup>2</sup> Duxbury and Richards

<sup>3</sup> Galvagno & Giaccone

<sup>4</sup> De Bruin

<sup>5</sup> Korez Vide

<sup>6</sup> Pimenta, Ribeiro & Remoaldo

<sup>7</sup> Rebecca Pera

<sup>8</sup> Carvalho, da Costa, & Ferreira



	رابطه بین گردشگری خلاق و توسعه محلی: رویکرد کتاب سنجی برای دوره ۲۰۰۹-۲۰۱۹ (پیمنتا، ریبریو و ریموالدو، ۲۰۲۱)	
۱۷	شبکه تجربه گردشگری: ایجاد مشترک تجارب در فرآیندهای تعاملی (فاندلا و بیورک، ۲۰۱۳) به سمت یک برنامه تحقیقاتی برای گردشگری خلاق: تحولات، تنوع، و پویایی شناسی (دوگزبری و ریچاردز، ۲۰۱۹) شیوه های مدیریت گردشگری خلاق: روایت های مدیران موسسات بین المللی از شکل پایداری از گردشگری (ریوموآلدو و همکاران، ۲۰۲۰)	شبکه ها

## ۵ بحث

### ۵/۱ رویکردهای برنامه ریزی دخیل در گردشگری خلاق

#### ۵/۱/۱ تئوری ذینفعان<sup>۳</sup>

به طور کلی گروه های ذینفع، نقش اصلی را در حوزه حاکمیت محلی بازی می کنند و علاوه بر هدایت برنامه های محلی، دارای ابزارهای قدرت نیز هستند. هدف مشارکت، ایجاد پتانسیل در جامعه محلی و تمرکززدایی قدرت است (رفیعیان<sup>۴</sup>، ۱۳۹۹). در این نوع برنامه ریزی، صحبت از افراد، گروه ها و اعضای مختلفی است که حضور آنها در روند برنامه ریزی ضروری است. مفهوم تئوری ذینفعان از آنجا مطرح شد که نگرش بالا به پایین برنامه ریزان و عدم ورود نظرات ذینفعان به برنامه، این ذهنیت را ایجاد نمود که سیستم تصمیم گیری درون خود به دنبال منافع رقابتی است و محتوای برنامه ها بازتاب دهنده نگرش ذینفعان نیست و از سوی دیگر سیستم

تصمیم گیری درون خود به دنبال منافع رقابتی است که مجدداً عدم انعکاس دیدگاه های ذینفعان را به دنبال خواهد داشت (بیرد<sup>۵</sup>، ۲۰۰۷). فریمن در اوایل دهه ۱۹۸۰، تئوری ذینفعان با نگرش پایین به بالا را در مقابل رویکرد مشارکت سنتی (نگرش بالا به پایین) مطرح نمود. طبق تعریف، ذینفع سازمان، گروه و یا هر فردی است که می تواند در روند دستیابی به اهداف سازمان تاثیر بگذارد و یا تاثیر بپذیرد (فریمن<sup>۶</sup>، ۱۹۸۴). از نظر برد<sup>۷</sup> (۲۰۰۷)، پاسخ به دو سوال اساسی به منظور مشارکت موفقیت آمیز ذینفعان در طرح توسعه پایدار لازم است: اول چه کسانی ذینفع هستند و دوم برنامه ریزان و توسعه دهندگان چگونه می توانند ذینفعان شناسایی شده را در برنامه های پایدار گردشگری دخیل و سهیم سازند. علیرغم اینکه برنامه ریزی بر اساس تئوری ذینفعان ممکن است وقت گیر و هزینه بر باشد، اما از تعارضات احتمالی ذینفعان ممانعت خواهد نمود و تجمیع دانش و توانایی های آنها را به دنبال خواهد داشت (یوکسل<sup>۸</sup> و همکاران، ۱۹۹۹). در گردشگری

<sup>1</sup> Sfandla and Peter Björk

<sup>2</sup> Remoaldo

<sup>3</sup> Stakeholder's theory

<sup>4</sup> Rafieian

<sup>5</sup> Byrd

<sup>6</sup> Freeman

<sup>7</sup> Byrd

<sup>8</sup> Yuksel

برای آنها فراهم کند (ریچاردز و ریموند، ۲۰۰۰). جامعه محلی، به عنوان اصلی‌ترین بخش از منابع یک مقصد محسوب می‌شود و لذا در موضوع برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری عنصری بسیار مهم به حساب می‌آید (طالب، بخشی‌زاده و میرزایی، ۱۳۸۷؛ بدری، رضوانی و حیدری، ۱۳۹۲). جامعه محلی، به عنوان اصلی‌ترین بخش از منابع یک مقصد محسوب می‌شود و لذا در موضوع برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری عنصری بسیار مهم به حساب می‌آید (طالب، بخشی‌زاده و میرزایی، ۱۳۸۷؛ بدری، رضوانی و حیدری، ۱۳۹۲). مشارکت فعال گردشگر در روند تولید و عرضه تجربه نیز، نوع خاصی از مشارکت با عنوان "هم‌آفرینی" را ایجاد می‌کند.

### ۵/۱/۳ برنامه‌ریزی پایدار و گردشگری خلاق

پارادایم گردشگری پایدار در نتیجه تحولات داخلی و خارجی نیم قرن گذشته پدیدار گشت. به زعم جعفری<sup>۹</sup> (۲۰۰۱) گردشگری پس از جنگ جهانی دوم، تحت تاثیر دیدگاه‌های "حمایتی"<sup>۱۰</sup>، "احتیاطی"<sup>۱۱</sup>، "سازگاری"<sup>۱۲</sup> و "دانش‌بنیان"<sup>۱۳</sup> قرار گرفته و این چارچوب، به خوبی ظهور پارادایم گردشگری پایدار را توضیح می‌دهد (ویور<sup>۱۴</sup>، ۲۰۰۷). گردشگری خلاق به عنوان جایگزین گردشگری فرهنگی انبوه (پیمنتا<sup>۱۵</sup> و همکاران، ۲۰۲۱ و ریچاردز، ۲۰۱۱)، ارتباط تنگاتنگی با عناصر و جنبه‌های ارزشی جامعه دارد و مفاهیم مختلفی را با هم ترکیب می‌نماید: خلاقیت، ظرفیت توسعه (ریچاردز و ریموند، ۲۰۰۰ و بریگس<sup>۱۶</sup>، ۲۰۰۵) تعامل با مردم بومی (یونسکو، ۲۰۰۶ و ریچاردز، ۲۰۱۱)، تعامل با فرهنگ محلی، مشارکت فعال (ریچاردز و ریموند، ۲۰۰۰ و بینخورست، ۲۰۰۷) و ایجاد تجربه اصیل (بینخورست، ۲۰۰۷) که همگی بخشی از مفهوم تئوری پایداری به حساب می‌آیند. توسعه

خلاق، علاوه بر ذینفعان حاضر در مقصد، گردشگر نیز یکی از ذینفعان مهم محسوب می‌شود و بدون حضور فعال او، تجربه خلاق وجود نخواهد داشت (تان، کونگ و لوه، ۲۰۱۳). لذا شناسایی نگرش‌ها، ارزش‌ها و ادراک گروه‌های ذینفع از توسعه گردشگری خلاق در روند برنامه‌ریزی و توسعه مقصد گردشگری خلاق موثر است.

### ۵/۱/۲ رویکرد مشارکتی<sup>۱</sup> و گردشگری خلاق

اصطلاح مشارکت، مفهومی چند بعدی است و تعیین ابعاد آن بر اساس اینکه چه کسی از آن استفاده و یا چه کسی آن را تبلیغ می‌کند، متغیر است (توسان<sup>۲</sup>، ۱۹۹۹). وانگ (۲۰۰۶)، مشارکت را یک فرآیند غیر متمرکز می‌داند که امکان توزیع منابع، فرصت‌ها، آموزش و قدرت تصمیم‌گیری در سطوح پایین‌تر و توسط مردم فراهم می‌سازد. شری آرنشتاین<sup>۳</sup> (۱۹۷۰) به گونه‌شناسی مشارکت شهروندان (نردبان مشارکت) اشاره می‌نماید و معتقد است که مشارکت شهروندان می‌بایست با توزیع قدرت همراه باشد. این نردبان شامل هشت پله و سطوح مختلف مشارکت عدم مشارکت<sup>۴</sup>، مساوات‌طلبی نمایشی (توکنیسم)<sup>۵</sup> و قدرت شهروند<sup>۶</sup> است (بیرد، ۲۰۰۷؛ شیان، رضوی الهاشم و دلپسند<sup>۷</sup>، ۱۳۹۱). در دیدگاه عملکردی در مورد توسعه گردشگری، اعتقاد بر این است که همه گروه‌ها و ذینفعانی که از توسعه گردشگری متاثر می‌شوند می‌بایست در برنامه‌ریزی و توسعه سیستم گردشگری همکاری و مشارکت داشته باشند (سوتر و ليسان<sup>۸</sup>، ۱۹۹۹). ریچاردز و ریموند تأکید می‌کنند که در گفتمان گردشگری خلاق، نه تنها گردشگران باید درگیر فعالیت‌های خلاقانه باشند، بلکه مقصد گردشگری نیز باید چنین تجربیاتی را

<sup>9</sup> Jafari

<sup>10</sup> advocacy

<sup>11</sup> cautionary

<sup>12</sup> adaptancy

<sup>13</sup> knowledge-based

<sup>14</sup> Weaver

<sup>15</sup> Pimenta

<sup>16</sup> Briggs

<sup>1</sup> Participatory approach

<sup>2</sup> Tosun

<sup>3</sup> Arnstein

<sup>4</sup> Non participation

<sup>5</sup> Degrees of Tokenism

<sup>6</sup> Degrees of citizen power

<sup>7</sup> Shiani, Razavi Al-Hashim, Delpsand

<sup>8</sup> Sautter & Leisen



همکاران، ۲۰۲۱). بر اساس تئوری ارزش آفرینی از دیدگاه اکوسیستم خدمات، شرکت کنندگان در ایجاد این ارزش آفرینی، تمامی مشارکت کنندگان اجتماعی و اقتصادی و سایر شرکت کنندگانی هستند که به شکل یک سیستم شبکه‌ای و پویا در ادغام منابع سهیم بوده و ارزش آفرینی می‌کنند (وارگو و لوچ<sup>۵</sup>، ۲۰۱۶).

### ۵٫۱٫۵ تئوری شبکه‌ها<sup>۶</sup> (برنامه‌ریزی شبکه‌ای) و تئوری کنشگر- شبکه<sup>۷</sup>

آنچه گاهی در کاربرد نظریه دینفعان نادیده گرفته شده است، موضوع روابط متقابل و پیچیدگی آن میان دینفعان و شبکه‌های مرتبط و به علاوه عناصر غیرانسانی است که می‌تواند روابط و تعاملات میان دینفعان را در شبکه‌ها تحت تاثیر قرار دهد. در میان این روابط مجموعه پیچیده‌ای از ارتباطات متقابل، پشتیبانی و فعالیت سیستماتیک قابل مشاهده است که ضرورت "برنامه‌ریزی شبکه‌ای" را نشان می‌دهد (نگویان<sup>۸</sup> و همکاران، ۲۰۱۹).

گیلچریست<sup>۹</sup> (۲۰۰۹) بیان می‌کند که شبکه نه گروه است و نه سازمان. مرزها در شبکه، غیر شفاف و مبنای مبادلات، ارزش‌ها و منافع مشترک است (جهان‌دید، رحمتی و زارعی متین، ۱۳۹۶). درگ (۲۰۰۶)، اشاره می‌کند که تئوری شبکه، دریچه‌ای به سوی درک ساختارها و روابط اجتماعی میان دولت، تولیدکنندگان محصولات گردشگری و جامعه مدنی ایجاد می‌کند و به همین ترتیب، توانایی آگاه‌سازی سیاست‌ها و ختمش‌های تشریک مساعی در مدیریت مقصد را ارائه می‌دهد. درگ (۲۰۰۶)، اشاره می‌کند که تئوری شبکه، دریچه‌ای به سوی درک ساختارها و روابط اجتماعی میان دولت، تولیدکنندگان محصولات گردشگری و جامعه مدنی ایجاد می‌کند و به همین ترتیب، توانایی آگاه‌سازی سیاست‌ها و ختمش‌های تشریک مساعی در

پایدار با ارائه نوعی منافع "سه گانه"، الگوهایی سازمانی جامعه را با معیار عقلانیت مدرن صنعتی به عنوان پیش فرض قرار می‌دهد. سوزا سانتوس (۲۰۰۰) عقلانیت مبتنی بر رشد اقتصادی را "اتلاف تجربه" می‌خواند. در مقابل گردشگری خلاق تمامی ویژگی‌هایی نظیر خصوصیات جمعیت شناختی، جغرافیایی، سرزمینی، هویتی، نژادی، اجتماعی، اخلاقی، نمادین، مادی و غیرمادی را که با تنوع، تنوع زیستی، اخلاق و اخلاق زیستی مرتبط هستند، در بطن خود جای می‌دهد. ترکیب چنین تنوعی، مجموعه‌ای از فعالیت‌ها، بازیگران اجتماعی، گردشگری، جامعه بومی و بنگاه‌های مرتبط را خلق می‌کند که پتانسیل ایجاد توسعه پایدار اقتصادی و اجتماعی را دارد (پیمنتا و همکاران، ۲۰۲۱).

### ۵٫۱٫۴ تئوری هم‌آفرینی

هم آفرینی ارزش یک پارادایم جدید در ادبیات مدیریت است که از دهه ۱۹۹۰ آغاز شد و ریشه در تئوری تولید مشترک دارد و به صورت رسمی از تجربه مشتری و منطق دامنه خدمات<sup>۱</sup> شکل گرفت (جیان<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۶). در این دیدگاه تامین‌کنندگان و مشتریان در دو سوی متفاوت قرار ندارند، بلکه به منظور ایجاد فرصت‌های جدید کسب و کار با یکدیگر تعامل می‌کنند (گالوانو و دالی<sup>۳</sup>، ۲۰۱۴).

فرایندهای تجربه هم‌آفرینی، از متداول‌ترین شاخصه‌های گردشگری خلاق و شامل مشارکت در تولید محصولات، صنایع محلی و سایر فعالیت‌های معمول در مقصد است (گالوانو و دالی، ۲۰۱۴ و پربنسن و فاس<sup>۴</sup>، ۲۰۱۱). این فرایند علاوه بر توسعه خلاقیت شخصی و تعامل بین گردشگران و میزبانان فعالیت‌های خلاقانه در مقصد را محقق می‌کند و بخشی اصلی بنیان نظری اکثر مقالات موجود یا تعاریف ارائه شده را تشکیل می‌دهد (پیمنتا و

<sup>6</sup> Networks theory

<sup>7</sup> Actor- network theory (ANT)

<sup>8</sup> Nguyen

<sup>9</sup> Gilchrist, A.

<sup>1</sup> service dominant logic (SDL)

<sup>2</sup> Jian

<sup>3</sup> Galvagno & Dalli

<sup>4</sup> Prebensen & Foss

<sup>5</sup> Vargo & Lusch

ارتباط گردشگری خلاق و تئوری کنشگر- شبکه صورت نگرفته و به نظر می‌رسد در این مورد یک خلا مطالعاتی وجود دارد. اما در عین حال، در این مقاله به منظور اشاره به تکمیل سیر مطالعات در برنامه‌ریزی گردشگری خلاق، به این تئوری نیز اشاره شد. در گردشگری خلاق، علاوه بر حضور عوامل انسانی، شاهد درگیری فرهنگ، تکنولوژی و سایر عناصری هستیم که به عنوان کنشگران غیرانسانی قابل تامل‌اند و بنابراین به منظور برنامه‌ریزی اثربخش‌تر، ادغام گردشگری با سایر زنجیره‌های ارزش و ایجاد رویکردی گسترده‌تر به شبکه ذینفعان در گردشگری خلاق، امری اجتناب‌ناپذیر است.

## ۶ جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

گردشگری خلاق، به عنوان یک تئوری مطرح نیست. اما بی‌تردید، زمینه‌های تئوریک و جریان‌های متعددی در شکل‌گیری این گونه از گردشگری و برنامه‌ریزی آن، تاثیرگذار بوده‌است. گردشگری خلاق را چنانچه ادامه راه گردشگری فرهنگی، با تغییراتی چند در رویکردهای برنامه‌ریزی بدانیم، نیازمند شناسایی ماهیت و ابعاد آن هستیم تا مسیر و روند برنامه‌ریزی آن به بهترین شیوه ممکن مشخص شود.

به منظور شناسایی رویکردهای برنامه‌ریزی موثر در گردشگری خلاق، پس از تعیین کلمات کلیدی در این حوزه، وب اف ساینس و اسکوپوس به عنوان پایگاه داده‌های اصلی، انتخاب شدند. پس از استخراج مقالات و حذف موارد تکراری، نهایتاً ۱۱۷ مقاله به منظور مرور نظام‌مند (سیستماتیک) مورد بررسی قرار گرفت. بر اساس یافته‌های پژوهش مهم‌ترین تئوری‌های اثرگذار در حوزه گردشگری خلاق، تئوری ذینفعان، رویکرد مشارکتی، پایدار، و شبکه‌ای است که در این مقاله به تحلیل آنها در زمینه گردشگری خلاق پرداخته شد.

مدیریت مقصد را ارائه می‌دهد. از دیدگاه برامول<sup>۱</sup> (۲۰۰۴)، پس از حرکت به سوی توسعه پایدار و مشارکت در برنامه‌ریزی، گردشگری به طور فزاینده‌ای با ویژگی‌هایی چون درک ساختارها، تعاملات میان چند بازیگر پویا، روابط پیچیده قدرت و تبادل اطلاعات عجین شده است (درج<sup>۲</sup>، ۲۰۰۶). گردشگری خلاق می‌تواند به عنوان نوعی گردشگری شبکه‌سازی شده از تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان نگریست. بنابراین فضاهای خلاق (شهر یا روستا) به ظرف تولید شبکه‌ها و خوشه‌ها تبدیل می‌شوند (ریچاردز و ویلسون، ۲۰۰۷). به زعم ریچاردز و پالمر (۲۰۱۰)، در گردشگری خلاق، شاهد تغییر جهت از منابع به سوی روابط هستیم (بسته‌نگار و همکاران، ۱۳۹۶).

مطالعات در حوزه رویکرد شبکه‌ای در گردشگری به سه بخش قابل تقسیم است؛ گروه اول شبکه‌ها را نوعی رویکرد و دیدگاه تلقی می‌کند. دومین بخش، شبکه‌ها را به عنوان تعامل میان ذینفعان برمی‌شمرد که با تئوری ذینفعان و شبکه‌ها قابل توصیف است. جریان سوم به نحوه شکل‌گیری شبکه‌ها در گردشگری می‌پردازد که تئوری شبکه- کنشگر (ANT<sup>۳</sup>) را می‌توان یکی از نمونه‌های خروجی از جریان سوم دانست (نگویان و همکاران، ۲۰۱۹). تئوری کنشگر- شبکه بر پایه نظریات برونو لاتور<sup>۴</sup> و کالون<sup>۵</sup> قرار دارد. این تئوری که مسیر جدیدی را در مطالعات گردشگری گشوده، به عنوان یک نظریه اجتماعی مشارکت، قائل به حضور افراد، اشیا و فضاها درون شبکه‌ای از روابط اجتماعی است (انوری و کرم‌اللهی، ۱۳۹۷).

تئوری ذینفعان، شبکه‌ها و کنشگر- شبکه با یکدیگر هم‌پوشانی‌هایی دارند. ذینفعان در شبکه‌ها، قدرت پیدا می‌کنند. تئوری کنشگر- شبکه، توان بررسی و مقایسه روابط قدرت، قبل و بعد ارتباط در یک شبکه را دارد (نگویان و همکاران، ۲۰۱۹). لازم به ذکر است که تاکنون پژوهش مشخصی در مورد

<sup>4</sup> Bruno Latour

<sup>5</sup> Callon

<sup>1</sup> Bramwell, B.S.

<sup>2</sup> Dredge

<sup>3</sup> Actor-Network Theory



غیرانسانی در شبکه‌ها ایجاد شد. بی‌تردید این نظریه نیاز به مطالعه گسترده‌تری در حوزه برنامه‌ریزی گردشگری خلاق دارد و می‌تواند روش مناسبی برای برنامه‌ریزی گردشگری خلاق محسوب شود تا با استفاده از فرایند انتقال مفاهیم، بتواند عناصر غیرهمگن را با تعریف نقش‌هایی وارد شبکه سازد.

در این میان، علاوه بر توجه به رویکردهای موثر در برنامه ریزی گردشگری خلاق، در نظرگرفتن چالش‌ها و مشکلات عملیاتی این تئوری‌ها نیز ضروری به نظر می‌رسد. برای مثال علیرغم آنکه تلاش می‌شود مشارکت جامعه بومی در برنامه ریزی‌ها گسترش یابد اما اغلب آنچه در عمل مشاهده می‌شود این است که مسیر حضور بومیان در این فرایند از سوی حاکمیت هموار نمی‌شود. هرچند مشارکت ذینفعان علاوه بر آنکه می‌تواند فرصت‌های جدیدی را برای گروه‌هایی که پیشتر در زمینه برنامه ریزی دخیل نبوده‌اند را فراهم سازد، در عین حال می‌تواند زمینه ساز تنش‌ها، نابرابری‌ها و درگیری‌های میان ذینفعان نیز باشد. بنابراین لازم است نحوه مشارکت ذینفعان و موانع مشارکت در توسعه گردشگری خلاق از سوی حاکمیت و برنامه ریزان مشخص گردد.

تماس گسترده گردشگران با فرهنگ محلی که توسط الگوهای گردشگری خلاق به عنوان فرآیند هم‌آفرینی تسهیل می‌شود نیز ممکن است مشکل‌آفرین باشد و به همین دلیل، ارزیابی اینکه آیا فعالیت‌های گردشگری خلاق تأثیر مثبتی در جوامع محلی، ساکنین آن، خلاقیت بومی و تجربه خلاق گردشگر دارد، سوالی اساسی است.

دیگر چالش مهم در این فرایند، موضوع تفسیر پیچیده و متحول روابط اجتماعی ذینفعان از نظر فضا و زمان است. شناسایی همه ذینفعان از یک سو، مقاومت آنها در برابر همکاری و زمان‌بَر بودن و هزینه‌های شکل‌گیری فرایند مشارکت از سوی دیگر، از دیگر مشکلات این تئوری در عمل است. همچنین تشخیص اینکه یک برنامه گردشگری خلاق در جایی

خلاقیت را می‌توان به عنوان منبعی با ارزش دانست که می‌تواند روند برنامه‌ریزی گردشگری را تنوع و غنا ببخشد (بسته‌نگار و همکاران، ۱۳۹۶). تکامل گردشگری خلاق را می‌توان به سه مرحله کلی تقسیم نمود: مرحله اول (پیش از سال ۲۰۰۰)، وجود برخی ابتکارات در گردشگری فرهنگی با رویکرد خلاقانه، در حالی که خلاقیت در مرکز اصلی توجه قرار نداشت. مرحله دوم (بین سال‌های ۲۰۱۰-۲۰۰۰) که با مشارکت‌های نظری گرگ ریچاردز و پیاده‌سازی خلاقیت‌ها در مناطق مختلف جغرافیایی و مشارکت گسترده گردشگران ایجاد شد و مرحله سوم از سال ۲۰۱۰ به بعد که به عنوان یک گونه گردشگری در حال توسعه شناخته شد. در طی این سال‌ها، تئوری‌های مختلف و متعددی در روند تغییر رویکردها موثر بوده‌اند.

به طور کلی لازمه پایداری، مشارکت است و ضرورت مشارکت، حضور ذینفعان مختلف در برنامه‌ریزی. در گردشگری خلاق، علاوه بر آنکه امکان حضور فعال ساکنین، به عنوان معلم مهارت فراهم می‌شود، بستر مشارکت فعال گردشگر به عنوان بعد تقاضا از سیستم گردشگری نیز به شکل نوع خاصی از مشارکت با عنوان هم‌آفرینی، مهیا می‌گردد. با حضور ذینفعان متعدد، که هر یک به نحوی از گردشگری و تصمیمات آن، متأثر می‌شوند، ضرورت ارتباط میان آنها، نحوه ارتباط، بررسی میزان قدرت و نفوذ هر یک از ذینفعان و چگونگی برقراری تعادل و توازن تعاملات میان آنها، ضرورت برنامه‌ریزی شبکه‌ای را نشان می‌دهد. بر همین اساس تئوری برنامه‌ریزی شبکه‌ای حاصل تشخیص یک شکاف در روابط میان ذینفعان است که به شکل گسترده‌ای در برنامه‌ریزی و پژوهش‌های گردشگری خلاق مورد توجه قرار گرفته است (دوکسبری و ریچاردز، ۲۰۱۹ و ریمالدو و همکاران، ۲۰۲۰). با احساس نیاز به ضرورت حضور عوامل غیر انسانی همچون فرهنگ، عوامل اجتماعی و عناصر فناورانه، در کنار عوامل انسانی در فرایند برنامه‌ریزی، زمینه شکل‌گیری تئوری کنشگر- شبکه با هدف ادغام عناصر

شناخت رویکردهای موثر در برنامه ریزی و توسعه گردشگری خلاق و همچنین درک چالش‌های عملیاتی آن، به بهبود روند تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی از سوی متولیان امر در این نوع گردشگری، منجر خواهد شد. به نظر می‌رسد ایجاد نگاه عمیق‌تر از سوی برنامه‌ریزان و توجه گسترده‌تر به پایداری، ذینفعان متعدد، مشارکت آنها و نیز شبکه‌ها و خوشه‌هایی که نقشی اساسی در برنامه ریزی گردشگری خلاق در مناطق شهری و یا روستایی را ایفا می‌کنند، از سوی برنامه‌ریزان و متولیان توسعه، علاوه بر بهینه‌سازی تصمیم‌ها و فرایند توسعه، اجرا و ارزیابی برنامه‌ها را نیز به شکل چشمگیری، ارتقا خواهد داد. نمی‌بایست فراموش کرد که عدم توجه به رویکردهای سازنده گردشگری خلاق، ماهیت آن را متزلزل و به تبع برنامه ریزی در مورد آن را نیز مختل خواهد نمود.

که جامعه محلی در امر توسعه گردشگری دخیل هستند، تا چه حد می‌تواند بر پایه اصول گردشگری پایدار باشد، مسئله مهمی است: عدم توجه به اصالت تجربه، ابزاری شدن فرهنگ و خلاقیت، جایگزینی ارزش اقتصادی به جای ارزشهای فرهنگی، تولید سریالی فرهنگ و سایر معضلات از مشکلات پیش روی گردشگری خلاق پایدار است. اهمیت بعد اقتصادی توسعه و تسلط آن بر سایر ابعاد پایداری همچون وجوه فرهنگی و زیست محیطی نیز می‌تواند چالش‌هایی را در برنامه ریزی گردشگری خلاق پایدار ایجاد کند. وارد نمودن دیدگاه‌ها، نگرش‌ها و اهداف ذینفعان گردشگری خلاق به داخل شبکه‌ها نیز مفهومی انتزاعی و کاری بسیار دشوار و بی‌شک نیازمند مطالعه گسترده در این حوزه است.



## منابع

### منابع فارسی

- اجلالی، پرویز. (۱۳۹۹). *نظریه برنامه ریزی چیست؟ در نظریه برنامه ریزی، دیدگاه‌های سنتی و جدید*. اجلالی، پرویز؛ رفیعیان، مجتبی و عسگری، علی. چاپ هشتم. نشر آگه.
- انواری، م. ر. و کرم اللهی، ن. ا. (۱۳۹۷). *بررسی انتقادی مبانی معرفتی نظریه کنشگر- شبکه برونو لاتور*. معرفیت فرهنگی اجتماعی. سال نهم، شماره سوم، پیاپی ۳۵، ۳۵-۵۴.
- بدری، س. ع.؛ رضوانی، م. ر. و حیدری، ز. (۱۳۹۲). *مشارکت اجتماع محلی در برنامه ریزی گردشگری کشاورزی (مطالعه موردی: نواحی روستایی بخش مرکزی شهرستان تنکابن)*. برنامه ریزی و توسعه گردشگری. شماره ۴، ۴۳-۶۵.
- بسته نگار، م.، و حسنی، ع.، و خاکزار بفرویی، م. (۱۳۹۶). *طراحی مدل مفهومی گردشگری خلاق*. گردشگری و توسعه، ۲۶ (پیاپی ۱۱)، ۸۱-۱۰۸.
- جهان‌دیده، س.، و رحمتی، م.، و زارعی متین، ح. (۱۳۹۶). *طراحی مدلی برای خط مشی گذاری شبکه ای در حوزه گردشگری*
- کشور. مدیریت فرهنگ سازمانی، ۱۵(۳)، ۴۸۳-۵۰۲.
- طالب، م.، و بخشی زاده، ح.، و میرزایی، ح. (۱۳۸۷). *مبانی نظری مشارکت اجتماع روستایی در برنامه ریزی گردشگری روستایی در ایران*. روستا و توسعه، ۱۱(۴)، ۲۵-۵۲.
- رفیعیان، م. (۱۳۹۹). *برنامه ریزی مشارکتی*. در نظریه برنامه ریزی، دیدگاه‌های سنتی و جدید. اجلالی، پرویز؛ رفیعیان، مجتبی و عسگری، علی. چاپ هشتم. نشر آگه.
- شفیعی، زاهد، فرخیان، فیروزه و میرقدر، لیلا (۱۳۹۲). *اصفهان به عنوان شهر خلاق صنایع دستی با رویکرد توسعه گردشگری*. فصلنامه علمی- پژوهشی و بین المللی جغرافیای ایران، دوره جدید، ۱۲(۴۳).
- شیانی، م.، و رضوی الهاشم، ب.، و دلپسند، ک. (۱۳۹۱). *بررسی عوامل اجتماعی موثر بر مشارکت شهروندان در مدیریت امور شهری تهران*. مطالعات جامعه شناختی شهری (مطالعات شهری)، ۲(۴)، ۲۱۵-۲۴۰.

### منابع لاتین

- Anvari, M.R. & Karamollahi, N. (2018). A Critical Examination of the Epistemic foundations of Actor-Network Theory by Bruno Latour. 9(3), 35 [In Persian].
- Badri, S.A., Rezvani, M.R. & Heydari, Z. (2013). *Community participation in agricultural tourism planning (Case study: Rural areas of central district, Tonekabon county)*. Journal of Tourism Planning and Development, 2(4), 43 [In Persian].
- Bastenegar, M., Hasani, A. & Khakzar Befruee, M. (2017). *The Design of Creative Tourism Conceptual Model*. Journal of tourism and



- development, 6(2), 81-108 [In Persian].
- Binkhorst, E. (2007), *Creativity in tourism experiences: the case of Sitges*, in G. Richards and J. Wilson (eds), *Tourism, Creativity and Development*, London: Routledge, pp. 125-44.
- Briggs, S. (2005). *Cultural Tourism: How You Can Benefit - a VisitBritain Advisory Guide*, ed. A. Bevan, London: VisitBritain.
- Buaban, M. (2016). *Community-Based Creative Tourism Management to Enhance Local Sustainable Development in Kanchanaburi Province, Thailand*. Unpublished doctoral dissertation. Nakhon Pathom Rajabhat University
- Byrd, E. T. (2007). *Stakeholders in sustainable tourism development and their roles: applying stakeholder theory to sustainable tourism development*. *Tourism review*.
- Carvalho, R. M. F., da Costa, C. M. M., & Ferreira, A. M. A. P. (2019). *Review of the theoretical underpinnings in the creative tourism research field*. *Tourism & Management Studies*, 15(1SI), 11-22.
- Dredge, D. (2006). *Networks, Conflict and Collaborative Communities*. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(6), 562-581.
- De Bruin, A., & Jelinčić, D. A. (2016). *Toward extending creative tourism: participatory experience tourism*. *Tourism Review*.
- Duxbury, N., & Richards, G. (2019). *Towards a research agenda for creative tourism: developments, diversity, and dynamics*. In Duxbury, N. & Richards, G. (Eds.), *A Research Agenda for Creative Tourism*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Ejlali, P. (2020). *What is theory of planning?* In *planning theory, traditional and new perspectives*. Ejlali, P., Rafieian, M. & Asgari, A. Eighth edition. Agah Publications [In Persian].
- Freeman, R. E. 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.
- Galvagno, M., & Dalli, D. (2014). *Theory of value co-creation: a systematic literature review*. *Managing service quality*.
- Galvagno, M., & Giaccone, S. C. (2019). *Mapping creative tourism research: Reviewing the field and outlining future directions*. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 43(8), 1256-1280.
- Hu, K., Wu, H., Qi, K., Yu, J., Yang, S., Yu, T., Zheng, J., & Liu, B. (2018). *A domain keyword analysis approach extending Term Frequency-Keyword Active Index with Google Word2Vec model*. *Scientometrics*, 114(3), 1031-1068.
- Jelinčić, D.A. (2009), *Splintering of tourism market: New appearing forms of cultural tourism as a consequence of changes in everyday lives*. *Collegium*



- antropologicum, Vol. 33, No. 1, pp.259-266.
- Jahandideh, S., Rahmati, M.H. & Zareei Matin, M. (2018). *Proposing a Model for Networking policy Making in Iran,s Tourism Area*. *Organizational Culture Management*, 15(45), 483-502 [In Persian].
- Jian, Z. Q., Linghu, K. R., & Li, L. (2016). *The evolution and prospects of value co-creation research: a perspective from customer experience to service ecosystems*. *Foreign Economies & Management*, 38, 3-20.
- Korez-Vide, R. (2013). *Promoting sustainability of tourism by creative tourism development: how far is Slovenia?* *Innovative issues and approaches in social sciences*, 6(1), 77-102.
- Lindroth, K., Ritalahti, J., & Soisalon-Soininen, T. (2007). *Creative tourism in destination development*. *Tourism Review*, 62(3/4), 53-58.
- Maitland, R., & Newman, P. (2004). *Developing metropolitan tourism on the fringe of central London*. *International Journal of Tourism Research*, 6(5), 339-348.
- Moscardo, G., Dann, G., & McKercher, B. (2014). *Do tourists travel for the discovery of "self" or search for the "other"?* *Tourism Recreation Research*, 39(1), 81-106.
- Nguyen, T. Q. T., Young, T., Johnson, P., & Wearing, S. (2019). *Conceptualising networks in sustainable tourism development*. *Tourism Management Perspectives*, 32, 100575.
- Pera, R. (2017). *Empowering the new traveller: storytelling as a co-creative behaviour in tourism*. *Current Issues in Tourism*, 20(4), 331-338.
- Pimenta, C. A. M., Ribeiro, J. C., & Remoaldo, P. C. (2021). *The relationship between creative tourism and local development: a bibliometric approach for the period 2009-2019*. *Tourism & Management Studies*, 17(1), 5-18.
- Poon, A. (2003). *Competitive strategies for a 'new tourism*. *Classic reviews in tourism*, 130-142.
- Prebensen, N. K., & Foss, L. (2011). *Coping and co-creating in tourist experiences*. *International journal of tourism research*, 13(1), 54-67.
- Rafieian, M. (2020). *Collaborative planning*. In *planning theory, traditional and new perspectives*. Ejlali, P., Rafieian, M. & Asgari, A. Eighth edition. Agah Publications [In Persian].
- Remoaldo, P., Matos, O., Freitas, I., Gôja, R., Araújo Alves, J., Ribeiro, V., Pereira, M. & Xavier, C. (2020). *An international overview of certified practices in creative tourism in rural and urban territories*. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 1096348020950792.
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). *Creative tourism*. *ATLAS news*, 23(8), 16-20.



- Richards, G., & Wilson, J. (2006). *Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?* *Tourism Management*, 27, 1209-1223.
- Richards, G., & Wilson, J. (2007). *Tourism, Creativity and Development*, London: Routledge.
- Richards, G. (2009). *Creative tourism and local development*. *Creative Tourism: A global conversation*, 78-90.
- Richards, G. (2011). *Creativity and tourism: The state of the art*. *Annals of Tourism Research*, Vol. 38 No. 4, pp. 1225-1253.
- Sano, H. (2016). *Theoretical consideration on creative tourism*. *Journal of Global Tourism Research*, 1(2), 127-132.
- Sautter, E. T., & Leisen, B. (1999). *Managing stakeholders a tourism planning model*. *Annals of tourism research*, 26(2), 312-328.
- Sfandla, C., & Björk, P. (2013). *Tourism experience network: Co-creation of experiences in interactive processes*. *International Journal of Tourism Research*, 15(5), 495-506.
- Shafiei, Z., Farokhian, F. & Mirghadar, L. (2015). *Isfahan's potentials as a creative city of crafts with tourism development approach*. *Geography*, 12(43), 251-278 [In Persian].
- Shiani, M., Razavi Al-Hashim, B. & Delpсанд, K. (2012). *Investigating the social factors affecting the participation of citizens in the management of urban affairs in Tehran*. *Quarterly Journal of Urban Sociological Studies*, 2 (4), 215 [In Persian].
- Taleb, M., Bakhshizadeh, H. & Mirzaee, H. (2009). *Theoretical Underpinnings of Rural Community Participation in the Planning of Rural Tourism in Iran*. *Journal of Village and Development*, 11(4), 25-52 [In Persian].
- Tan, S. K., Kung, S. F., & Luh, D. B. (2013). *A model of 'creative experience' in creative tourism*. *Annals of tourism research*, 41, 153-174.
- Torres, R. (2002). *Cancun's tourism development from a Fordist spectrum of analysis*. *Tourist studies*, 2(1), 87-116.
- Tosun, C. (1999). *Towards a typology of community participation in the tourism*
- Vargo, S.L.; Lusch, R.F. (2016). *Institutions and axioms: An extension and update of service-dominant logic*. *J. Acad. Mark. Sci.* 44, 5-23.
- Weaver, D. (2007). *Sustainable tourism*. Routledge.
- Yuksel, F., Bramwell, B. & Yuksel, A. (1999). *Stakeholder interviews and tourism planning at Pamukkale, Turkey*. *Tourism Management*, 20, 351-360