



Research Paper

Explaining the Factors Affecting the City's Cultural Policies with the Approach of Creative and Cultural Industries of Isfahan City

Sahar Golchini¹, Zohreh Fanni^{*2}

1. PhD student of geography and urban planning, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.
2. Professor, Department of Human Geography and Urban Planning, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.

ARTICLE INFO

PP: 357-374

Use your device to scan and
read the article online



Keywords: *Cultural Policies of the City, Expected Functions, Creative Industries, Sustainability, Isfahan.*

Abstract

Cultural policies are adopted based on cultural approaches with the aim of creating cultural changes in the society and are implemented under the influence of various factors. The main goal of this research is to identify the effective factors, expected functions and cultural policies in the form of a model for the implementation of cultural policies with the approach of cultural creative industries of Isfahan city. For this purpose, this research was carried out in the spatial territory of Isfahan city in 1401. The research method is interpretive, practical and qualitative. The statistical population of this research includes experts and owners of creative and cultural industries in Isfahan city. Snowball sampling method and the sample volume is determined at the theoretical saturation point of 16 people. In order to collect data, a semi-structured interview tool is used, and in their analysis, a content analysis method is used in the form of Maxqda software. The results of this research identify the factors and components that influence the formation of the pattern of creative cultural policies in the form of 10 factors (geographical location, proximity, cultural facilities and infrastructure, political support, managers' support, laws and regulations of the economic situation, cultural maturity, characteristics of activists, market capabilities), cultural policies in the form of 3 policies (production, class and creative place-oriented), and expected functions in the form of 6 factors (cultural stability, development of consumer orientation, cultural diversity, development of participation, development of cultural economy, development of competitiveness)) Led. which can be used to strengthen and strictly implement cultural policies in creative and cultural industries. Finally, based on the functional indicators, it is possible to evaluate the success rate (effectiveness) of the implementation of these policies. Finally, these factors have been examined based on the research background.

Citation: Golchini, S., Fanni, Z. (2023). **Explaining the Factors Affecting the City's Cultural Policies with the Approach of Creative and Cultural Industries of Isfahan City.** *Geography(Regional Planning)*, 13(52), 357-374

DOI: 10.22034/JGEOQ.2024.307549.3340

DOR:

* **Corresponding author:** Zohreh Fanni, **Email:** z-fanni@sbu.ac.ir

Extended Abstract

Introduction

Policies, strategic plans, vision development documents, and studies by Amish Sarmeen, as well as the operational plan of 1405 by Isfahan Municipality, UNESCO monitoring reports, mega plans of municipalities, and programs of cultural heritage and tourism organizations contribute to the development of cultural and tourism creative industries. Isfahan joined the World Creative Cities Network in 2015 due to its strengths in local industry production, particularly handicrafts and folk arts (Gianpour et al., 2017). The aim is to generate novel ideas to address urban cultural challenges through investment in creative and efficient industries, fostering initiative and innovation. However, recent challenges in the land and real estate market stem from zoning and urban land policies. An aspect worthy of examination in Isfahan is the formulation of cultural policies to nurture the growth of creative industries. Upon reviewing documents provided by art departments and cultural industry stakeholders, integrated and precise policies for developing creative cultural industries in Isfahan are notably absent. The existing policies, according to the researcher, require significant reevaluation. Conversely, many cities in Iran and neighboring countries have endeavored to foster the development of these industries through the formulation of cultural policies, thus enhancing their cultural economies. Consequently, the emphasis on creative and cultural industries' development in cities has cultivated a competitive environment. Isfahan must strive to maintain competitiveness in the cultural economy realm by updating and refining its cultural concepts and policies. It is imperative to formulate appropriate policies to achieve this objective. This research aims to present a model for policymaking in cultural creative industries within Isfahan.

Methodology

The study adopts a qualitative, interpretive paradigm, presenting itself as applied research aiming to comprehend and propose a conceptual framework within urban policies for cultural industries. It utilizes inductive reasoning in the qualitative phase, drawing secondary data from literature such as

Grodach and Gibson (2019), and primary data from interviews and questionnaires. Experts' opinions form the basis of the research variables. The study combines field and library research, involving expert participants from Isfahan's urban sectors. Snowball sampling with a sample size saturation point of 16 participants is employed. Qualitative tools like semi-structured interviews and document analysis, followed by coding and content analysis using Maxqda software, facilitate data analysis. Content Validity Ratio (CVR) formula is applied for qualitative analysis, validated by 16 experts to ensure content validity.

Results and Discussion

To identify the codes, the initially conducted interviews, which were in the form of audio files, were transcribed verbatim. Subsequently, the content presented in each text was analyzed line by line using MaxQDA software. Given that the content units in this research comprised text, meaningful concepts related to the main question were extracted from each line and sentence. Then, based on the combination of semantic units exhibiting semantic and conceptual similarity with each other, they were grouped together and presented in the form of codes. In the subsequent stage, content analysis is conducted based on the relationship between the investigated codes, as well as the degree of conceptual proximity among the codes and the elimination of duplicate codes. Finally, by combining these codes with the initial classification of the desired sub-categories, these elements are presented in Table No. 2. Additionally, at this stage, following the identification of the sub-categories, in order to verify the validity of the investigated codes and the process of implementing the steps of coding and identifying the sub-categories up to this point, a survey was conducted by consulting the experts once again to determine their agreement or disagreement with the extracted sub-categories. This assessment is based on the Content Validity Ratio (CVR) formula, which calculates and confirms or rejects the validity of this index as a percentage, according to Lavashi et al.'s table. With 16 experts, a value above 0.49 or 49% signifies the confirmation of the validity of the desired sub-category.

Conclusion

This study investigated three questions and objectives. The first question focused on cultural policies in order to identify these policies in the field of cultural creative industries. The second question was devoted to investigating the factors that influence the formation of the pattern of creative industries. Finally, the third question addressed the functional indicators of the implementation of creative industries. As stated in the section on cultural policies, cities define their cultural policies according to their unique cultural approaches. Neoliberalism and postindustrial approaches have influenced many policies around the world, utilizing cultural industries for urban regeneration (O'Connor, 2010). The

interviews revealed that currently in Isfahan, the dominant approach to creative industries is post-industrial. The city is shifting towards services, cultural jobs are becoming professional, innovative solutions are emerging in cultural industries, and new technologies have been utilized in these industries in recent years. However, out of the 16 interviewees, 12 agreed with the cultural industries-based development approach of the United States, which is mentioned in this study. Factors influencing cultural policies, such as geographic location, proximity, cultural facilities, political support, managerial support, laws, economic status, cultural maturity, characteristics of actors, and market capabilities, were identified and combined with the dominant policies.

References

- Ashley, A. J. (2014). Negotiating risk in property-based arts economic development: Exploring the innovative but untimely development partnership between the Seattle Art Museum and Washington Mutual. *Cities*, 37, 92–103.
- Battisti, S., Agarwal, N., & Brem, A. (2022). Creating new tech entrepreneurs with digital platforms: Meta-organizations for shared value in data-driven retail ecosystems. *Technological Forecasting and Social Change*, 175, 121392.
- Bell, D. A. and de-Shalit, A. (2011). *The Spirit of Cities. Why the identity of the city matters in a global age?* Princeton & Oxford: Princeton University Press
- Clark, T. N. and Filipe, C. (2009). "Revisiting Tocqueville: citizenship norms, political repertoires, and cultural participation", in Mohamed Cherkaoui, Peter Hamilton, and Alexandra Frenod (eds.), *Raymond Boudon: A Life in Sociology*. Eds. Oxford and Paris: Bardwell Press/GEMAS: 1-32.
- Darchen, S., & Simon, G. (2022). 'Transitory urbanism' for the creative industries in a top-down regeneration process (Nantes, France). *European Planning Studies*, 1-18.
- Dunphy, Kim, Linda Tavelli, and Lyndall Metzke. (2013). "Cultural Planning Practices in Local Government in Victoria." Paper presented to ACELG Local Government Researchers Forum (June 5-6), Adelaide
- Evans, G. (2002). *Cultural planning: An urban renaissance?*. Routledge.
- Fernandes, J. R., & Chamusca, P. (2014). Urban policies, planning and retail resilience. *Cities*, 36, 170-177.
- Gabauer, A., Knierbein, S., Cohen, N., Lebuhn, H., Trogal, K., Viderman, T., & Haas, T. (2022). *Care and the city: encounters with urban studies* (p. 254). Taylor & Francis.
- García, B. (2004). Cultural policy and urban regeneration in Western European cities: lessons from experience, prospects for the future. *Local economy*, 19(4), 312-326.
- Garnham, N. (2005). From cultural to creative industries: An analysis of the implications of the "creative industries" approach to arts and media policy making in the United Kingdom. *International journal of cultural policy*, 11(1), 15-29.
- Gianpour, M., Mohammad Hossein Qorchani, Sahar Mohadi, Nafiseh Bagheri, Mehri Shahzaidi (2017), *Looking at the creative city* (2nd office) of Isfahan Experience, Isfahan Municipal Cultural and Recreation Organization.
- Griffiths, R. (1993). The politics of cultural policy in urban regeneration strategies. *Policy & Politics*, 21(1), 39-46.
- GRODACH C. (2012). Before and after the creative city: the politics of urban cultural policy in Austin, Texas, *Journal of*

- Urban Affairs 34, 81–97. HAASE A. KABIS
15. Grodach, C. & Gibson, C. (2019). Advancing Manufacturing? Blinkered visions in U.S. and Australian urban policy. *Urban Policy and Research*, 37(3), 279–29
 16. Grodach, C. (2010). Beyond Bilbao: Rethinking flagship cultural development and planning in three California cities. *Journal of Planning Education and Research*, 29(3), 353–366. <https://doi.org/10.1177/0739456X09354452> Grodach,
 17. Grodach, C. (2017). Urban cultural policy and creative city making. *Cities*, 68(2017), 82-91.
 18. Lerch, J. C., Bromley, P., & Meyer, J. W. (2022). Global Neoliberalism as a Cultural Order and Its Expansive Educational Effects. *International Journal of Sociology*, 52(2), 97-127.
 19. Lita, R. P., & Faisal, R. F. (2018). Sme's performance of creative industries supporting tourism in Indonesia: market orientation, learning orientation and organizational innovativeness as determinants. *Academy of Marketing Studies Journal*, 22(1), 1-18.
 20. Mager, C., & Wagner, M. (2022). A “Motor” for the Neighbourhood? Urban Planning and the Challenges of Relocating Cultural Infrastructures. *Urban Planning*, 7(4), 470-485.
 21. Makagon, D. (2010). Bring on the shock troops: Artists and gentrification in the popular press. *Communication and Critical/Cultural Studies*, 7(1), 26-52.
 22. Markusen, A. and Gadwa, A. (2010). “Creative Placemaking: a white paper for the Mayors’ Institute on City Design” National Endowment for the Arts.
 23. Merwin, L., Umek, L., & Anastasio, A. E. (2022). Urban post industrial landscapes have unrealized ecological potential. *Restoration Ecology*, e13643.
 24. Mulero, M. P., & Rius-Ulldemolins, J. (2017). From creative city to generative governance of the cultural policy system? The case of Barcelona's candidature as UNESCO City of Literature. *City, culture and society*, 10, 1-10.
 25. Murphy, E. (2022). Putting Neoliberalism in a Place: A Memory Site, Urban Restructuring, and Property’s Entanglements in Chile. *Comparative Studies in Society and History*, 64(2), 446-477.
 26. O'Connor, J. (2010). The cultural and creative industries: A literature review. London: Creativity, Culture and Education.
 27. Pratt, A. (2009), “Urban Regeneration: From the Arts „Feel Good” Factor to the Cultural Economy: A Case Study of Hoxton, London”, *Urban Studies*, Vol. 46, N. ° 5-6, pp. 1041–1061.
 28. Pratt, A. C. (2011). An economic geography of the cultural industries. *The SAGE handbook of economic geography*, 322-337.
 29. Prince, Russell. (2010). “Policy Transfer as Policy Assemblage: Making Policy for the Creative Industries in New Zealand.” *Environment and Planning A* 42 (1): 169–186.
 30. Qian, H., & Liu, S. (2018). Cultural entrepreneurship in US cities. *Journal of Urban Affairs*, 40(8), 1043-1065.
 31. Rose-Redwood, R. Vuolteenaho, J. Young, C. & Light, D. (2021). Introduction: Naming rights, place branding, and the tumultuous cultural landscapes of neoliberal urbanism. In *Naming Rights, Place Branding, and the Cultural Landscapes of Neoliberal Urbanism* (pp. 1-15). Routledge.
 32. Tafel-Viia, K., Viia, A., Terk, E., & Lassur, S. (2014). Urban policies for the creative industries: A European comparison. *European Planning Studies*, 22(4), 796-815.
 33. Theodore, N. (2020). Governing through austerity: (II) logics of neoliberal urbanism after the global financial crisis. *Journal of Urban Affairs*, 42(1), 1-17.
 34. Van Eijk, G. (2010) “Exclusionary Policies Are Not Just About the ‘Neoliberal City’: a critique of theories of urban revanchism and the case of Rotterdam”, *International Journal of Urban and Regional Research*, 34(4): 820-834.
 35. Wansborough, M., & Mageean, A. (2000). The role of urban design in cultural regeneration. *Journal of Urban Design*, 5(2), 181-197.
 36. Wu, Y., Wei, Y. D., Li, H., & Liu, M. (2022). Amenity, firm agglomeration, and

- local creativity of producer services in Shanghai. *Cities*, 120, 103421.
37. Yang, J. (2011). The Chinese understanding of cultural industries. *Santalka: Filosofija, Komunikacija*, 19(2), 90.
38. Vogel, D., Lisboa Sohn, A. P., & de Mello Rossini, D. (2022). Florianópolis, Creative City of Gastronomy UNESCO. *Journal of Culinary Science & Technology*, 1-15.





انجمن ژئوپلیتیک ایران

فصلنامه جغرافیا (برنامه ریزی منطقه‌ای)

دوره ۱۳، شماره ۵۲، پاییز ۱۴۰۲

شاپا چاپی: ۶۴۶۲-۲۲۲۸ شاپا الکترونیکی: ۲۱۱۲-۲۷۸۳

Journal Homepage: <https://www.jgeoqeshm.ir/>



مقاله پژوهشی

تبیین عوامل موثر بر سیاست‌های فرهنگی شهر با رویکرد صنایع خلاق فرهنگی شهر اصفهان

سحر گلچینی - دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران
زهره فنی* - استاد، گروه جغرافیای انسانی و آمایش شهری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.

چکیده	اطلاعات مقاله
<p>به منظور دستیابی به سطحی از صنایع فرهنگی مورد انتظار ابتدا می‌بایست سیاست‌های فرهنگی شهر با هدف ایجاد تغییرات در سیاست‌های برنامه‌ریزی شهری مورد بازبینی دقیق قرار گیرد. هدف اصلی این پژوهش، توصیف فاکتورهای تأثیرگذار در تغییر سیاست‌های فرهنگی در رابطه با الگوی‌های غالب سیاست‌های فرهنگی شهر اصفهان با رویکرد صنایع خلاق فرهنگی بوده است. مطالعات انجام شده در این تحقیق در قلمرو مکانی شهر اصفهان با استفاده از روش تحقیق تفسیری، کاربردی و کیفی مورد بررسی قرار گرفته است. و جامعه آماری این تحقیق شامل خبرگان و صاحبان صنایع خلاق فرهنگی شهر اصفهان بوده‌اند. روش مورد استفاده در این پژوهش نمونه‌گیری گلوله برفی و حجم نمونه در نقطه اشباع نظری ۱۶ نفر تعیین شد. به منظور گردآوری داده‌ها از ابزار مصاحبه نیمه ساختار یافته و روش تحلیل محتوی استفاده شده است همچنین نیز این عوامل بر اساس پیشینه تحقیقاتی مورد بررسی قرار گرفته است و به شناسایی مؤلفه‌های مؤثر، مزایای صنایع فرهنگی، موانع و ویژگی‌ها، کارکردهای مورد انتظار و سیاست‌های مرتبط انجامید. در نهایت نیز راهکارهایی به منظور توسعه و بهبود سیاست‌های فرهنگی در شهر اصفهان بر اساس الگوی مطلوب ارائه می‌گردد. نتایج این تحقیق به شناسایی ۱۰ عامل تأثیرگذار در سیاست‌های فرهنگی شهر اصفهان و ۳ قالب مؤثر در تقویت و اجرای سیاست‌های فرهنگی شهر اصفهان و نهایتاً ۶ کارکرد مورد انتظار پایداری فرهنگی، توسعه گرایش به مصرف، تنوع فرهنگی، توسعه مشارکت، توسعه اقتصاد فرهنگی، توسعه قابلیت رقابت منجر شد. که می‌توانند در تقویت و اجرای دقیق سیاست‌های فرهنگی در صنایع خلاق فرهنگی استفاده نمود و بر اساس شاخص‌های کارکردی نیز می‌توان به ارزیابی میزان موفقیت (اثربخشی) اجرای این سیاست‌ها اقدام نمود.</p>	<p>شماره صفحات: ۳۷۴-۳۵۷</p> <p>از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید</p>  <p>واژه‌های کلیدی: سیاست‌های فرهنگی شهر، کارکردهای مورد انتظار، صنایع خلاق، پایداری، اصفهان</p>

استناد: گلچینی، سحر؛ فنی، زهره (۱۴۰۲). تبیین عوامل موثر بر سیاست‌های فرهنگی شهر با رویکرد صنایع خلاق فرهنگی شهر اصفهان. فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، ۱۳(۵۲)، صص ۳۵۷-۳۷۴.

DOI: 10.22034/JGEOQ.2024.307549.3340

DOR:

مقدمه

گزارش سال ۲۰۲۲ یونسکو^۱ در خصوص شهرهای نوین جهانی با تمرکز بر شهرهای خلاق و فرهنگی، تأکید بر سیاست‌های جدیدی داشته است که غالباً بر گرفته از تغییرات جهانی و توسعه تکنولوژی‌های نوین می‌باشد (Vogel et al, 2022). در این میان سیاست‌های فرهنگی نقش مهمی در پیاده‌سازی فرهنگ شهری در جهان نوین دارند. سیاست‌های فرهنگی شهری در دنیا بیشتر توسط محققانی مانند گروداخ و سیلور مطرح شده است که پدیده جهانی شدن سیاسی را در زمینه اقتصاد شهری و دانش پسا صنعتی دخیل می‌دانند در سه دهه گذشته ما شاهد سیاست فرهنگی شهری بوده‌ایم و افرادی مانند اسکات^۲ (۲۰۱۴) عوامل نمادین را عامل توسعه شهرها مطرح کرده‌اند مانند آب‌نماها، موزه‌ها و مناطق فرهنگی و هنری، همچنین سیاست‌های فرهنگی شهری را وسیله‌ای برای تقویت نمایندگان محلی، افزایش مشارکت شهروندان و تأثیرات تصمیم‌گیری مردم در انجام پروژه‌های احیا و بازسازی بخش‌های داخلی شهرها می‌دانند (Pratt, 2009). سیاست‌های فرهنگی به‌طور فزاینده‌ای بر فضاها و صنایع فرهنگی و خلاق متمرکز شده است و توسعه‌دهندگان شهری با مؤسسات بازآفرینی شهری ارتباط تنگاتنگ دارند و افکار و تصمیمات آنان بر نتایج برنامه‌ریزی فضاها و صنایع فرهنگی تأثیر زیادی دارد (Markusen & Gadwa, 2010). تصمیمات ذینفعان و سیاستمداران فرهنگی شهر سبب نگاه مصرف‌گرایانه به شهر به‌عنوان یک کالای عمومی توسط شهروندان و حکومت‌ها شده است و در بیشتر شهرهای بزرگ دنیا به‌عنوان ابزاری برای پویایی و بازآفرینی مکان (مکان خلاق) تولید صنایع (صنایع خلاق) توسط افراد ماهر و تحصیل کرده (طبقه خلاق)^۳ مطرح شده است (Grodach and Gibson, 2019). این دسته‌بندی‌ها خود می‌تواند نشان‌دهنده رویکرد های سیاستی در بخش فرهنگی باشد. چراکه تمرکز بر مکان، صنایع و یا طبقه خلاق می‌تواند کلیه امور اجرایی و مدیریتی شهری را بر این مفاهیم استوار سازد. برای مثال در صورتیکه تمرکز بر طبقه خلاق صورت پذیرد سیاست‌ها به سمت حمایت از کارآفرینان خلاق در بخش‌های هنری و ویژگی‌های شخصیتی آن‌ها سوق پیدا می‌کند.

در نهایت اجرای سیاست‌های جدید و خلاقانه فرهنگی شهری نهایتاً به تقویت شهرهای خلاق^۴ منتهی شد که در ظاهر یکی از توسعه‌یافته‌ترین ابتکارات سیاست‌های عملی با استراتژی مشارکتی در سطح محلی است (Memon and Lenoard, 2008; Landerly, 2011). اما سیاست‌های فرهنگی نتیجه سیاست‌هایی بود (Clark & filipe, 2009) که بر توسعه فرهنگی شهری تأثیرگذار است نمونه‌هایی در (آستین و تگزاس) که گواه نقش اصلی ساختار حکمرانی محلی بوده است (Grodach, 2012)، زیرا حکمرانان محلی سیاست‌هایی را برنامه‌ریزی کردند که از فرهنگ به‌عنوان منبعی سودآور برای توسعه شهرها استفاده کنند این برنامه‌ها در پاسخ به نیازهای متغیر بازیگران متنوع طراحی شده است و سبب کاهش انگیزه کارگران محلی بامهارت و کاهش شدید نرخ رشد تولید صنایع فرهنگی و هنری شده است (Eijk Van, 2010) یعنی عمل رشد اقتصادی صورت نگرفته است (Prince, 2010, sgallit). (De and Bell, 2011) در همین زمینه برنامه‌ها و سیاست‌هایی که در زمینه توسعه فرهنگی و صنایع فرهنگی تولیدی دستی شهرها در شهرهای فرهنگی از جمله شهر اصفهان فعالیت می‌کنند سیاست‌ها و برنامه‌های راهبردی، سند توسعه چشم‌اندازها و مطالعات آمایش سرزمین، برنامه عملیاتی ۱۴۰۵ شهرداری اصفهان، گزارش نظارت یونسکو، برنامه‌های کلان شهرداری‌ها و برنامه‌های سازمان‌های میراث فرهنگی و گردشگری و در زمینه توسعه صنایع خلاق فرهنگی و گردشگری است. شهر اصفهان به سبب داشتن برخی قوت‌ها و قابلیت‌ها در زمینه تولید صنایع محلی خصوصاً صنایع دستی و هنرهای مردمی در سال ۲۰۱۵ به شبکه شهرهای خلاق جهان پیوست (Gianpour et al, 2017). تا با سرمایه‌گذاری در صنایع خلاق و کارآمد و بهره‌مندی از ابتکار و نوآوری، ایده‌های جدیدی را برای مقابله با چالش‌های فرهنگی شهری ایجاد کند. اما اخیراً به دلیل سیاست‌های ناشی از منطقه‌بندی و زمین شهری بازار زمین و املاک به یک چالش عمده تبدیل شده است. نکته‌ای که می‌توان در حیطه شهر اصفهان مورد بررسی قرار داد بحث سیاست‌های فرهنگی است که در این شهر به‌منظور توسعه صنایع خلاق فرهنگی می‌بایست مورد بررسی قرار گیرد. در واقع در بررسی اسناد و مدارک ارائه‌شده توسط بخش‌های هنری و متولیان مرتبط با صنایع فرهنگی نمی‌توان سیاست‌های یکپارچه و دقیقی را در خصوص توسعه صنایع فرهنگی خلاق در شهر اصفهان مشاهده نمود. همچنین سیاست‌های موجود به نظر

¹ Unesco

² Cultural policy

³ Scott

⁴ Creative class

⁵ Creative cities

محقق نیاز به یک بازاندیشی مهم دارد. از سویی بسیاری از شهرها در ایران و کشورهای منطقه تلاش کرده‌اند تا با توسعه سیاست‌های فرهنگی خود در حیطه صنایع فرهنگی و خلاق، زمینه لازم را برای توسعه این صنایع ایجاد نمایند و از این منظر به توسعه اقتصاد فرهنگی خود کمک کنند. در همین ارتباط توسعه توجه به صنایع خلاق فرهنگی در شهرها منجر به ایجاد یک محیط رقابتی نیز شده است. شهر اصفهان نیز به منظور باقی ماندن در این عرصه رقابت اقتصاد فرهنگی می‌بایست با به‌روزرسانی و توسعه مفاهیم و سیاست‌های فرهنگی در شهرها تلاش نماید تا مزیت رقابتی را در میان شهرهای جهان و منطقه به خود اختصاص دهد و همان‌طور که بیان گردید در جایگاه نخست می‌بایست با تدوین سیاست‌گذاری‌های صحیح در این حیطه به این مهم دست یابد. این پژوهش در تلاش است تا به ارائه الگویی جهت سیاست‌گذاری صنایع خلاق فرهنگی در شهر اصفهان بپردازد.

مبانی نظری

در زمینه مدیریت شهری سیاست‌های مختلف فرهنگی مطرح شده است که این موضوعات از دیدگاه‌های نظریه‌پردازان مختلف قابل بررسی است. در همین زمینه یکی از مهم‌ترین این سیاست‌ها در ارتباط با دسته‌بندی‌های کلان سیاسی در فرهنگ شهرها بوده است که بیشتر از دسته‌بندی‌های سیاسی مرسوم نشأت گرفته است. در این دسته‌بندی می‌توان سیاست‌های فرهنگی را در سه بخش سیاست‌های نئولیبرالیسم فرهنگی، سیاست‌های پسا صنعتی و سیاست‌های ترکیبی دسته‌بندی نمود (Theodore, 2020). در خصوص سیاست‌های نئولیبرالیسم فرهنگی باید بیان نمود که نئولیبرالیسم در عصر حاضر برای اشاره به سیاست‌های اصلاحی بازار محور مانند «حذف کنترل قیمت‌ها، مقررات زدایی از بازار سرمایه، کاهش موانع تجاری» و کاهش نفوذ دولت در اقتصاد، به‌ویژه از طریق خصوصی‌سازی و ریاضت، استفاده می‌شود (Lerch et al, 2020).

نئولیبرال در مفاهیم شهری نیز بارها مورداستفاده توسط محققان قرار گرفته است (Murphy, 2022). شهرسازی نئولیبرال مفهومی است که به‌طور فزاینده‌ای برای توصیف مترقی استفاده می‌شود. خصوصی‌سازی فضای عمومی و قلمرو عمومی (مسکن، تأسیسات شهری و غیره) و همچنین کالایی شدن شهرهای ما به‌عنوان ماشین‌های سودآور در آن مطرح می‌باشد. در این رویکرد نگاه به محور بازار اساس بسیاری از مفاهیم و سیاست‌گذاری‌ها است. در حیطه‌های شهری این نگاه تمرکز ویژه‌ای به هر پدیده‌ای از منظر بازار دارد؛ بنابراین مفاهیم فرهنگی در این نگاه نیز با رویکرد بازار محوری در حیطه‌های شهری مورد توجه قرار می‌گیرد (Rose-Redwood et al, 2021).

یکی دیگر از رویکردهای صنعتی در حیطه پسا صنعتی است. این رویکرد بر جامعه پسا صنعتی متمرکز است. جامعه فرا صنعتی، جامعه‌ای که با گذار از اقتصاد مبتنی بر تولید به اقتصاد مبتنی بر خدمات مشخص شده است، گذار که با بازسازی بعدی اجتماعی نیز مرتبط است (Merwin et al, 2022). در دسته‌بندی دیگر سیاست‌های حوزه‌های فرهنگی را می‌توان در گروه‌های طبقه خلاق، تولید خلاق و مکان خلاق مشخص نمود (Wu et al, 2022). در این دسته‌بندی تمرکز سیاست‌ها بر حیطه‌های شخصیتی افراد خلاق (طبقه خلاق)، تولیدات خلاق صورت گرفته (تولید خلاق) و یا تغییرات بنیادین و زیربنایی مرتبط با مکان‌هایی است که خلاقیت در آن‌ها روی می‌دهد.

سیاست شهر خلاق تا حد زیادی از شهرنشینی سیاست فرهنگی ناشی می‌شود. سیاست فرهنگی شهری در دهه ۱۹۸۰ توسعه یافت، زیرا دولت‌های محلی در آمریکای شمالی، اروپا و استرالیا با (۱) بازسازی اقتصادی و زوال شهری، (۲) حکومت نئولیبرال و (۳) تغییر روندهای جمعیتی و اجتماعی دست‌وپنجه نرم کردند (Gabauer et al, 2022). در دهه ۱۹۸۰، بسیاری از شهرها با شرایط شهری روبه‌زوال و پایه مالیاتی ناکافی به دلیل از بین رفتن اشتغال مرتبط با تولید روبه‌رو بودند. هم‌زمان، اقتصادهای شهری پیرامون خدمات مالی و تجاری با دستمزد بالا، از جمله طراحی و سایر صنایع خلاق و مشاغل با دستمزد کمتر در خرده‌فروشی، گردشگری و مهمان‌نوازی، بازسازی می‌شدند. بسیاری از شهرها امیدهای خود را برای بهبودی به این صنایع در حال رشد با هدایت نئولیبرالیسم دوران ریگان-تاچر بسته بودند. برنامه ریاضت مالی و خصوصی‌سازی آن‌ها، دولت‌های محلی را تشویق کرد تا بر تسهیل توسعه به‌جای تنظیم رشد تمرکز کنند این موضوع شامل تمرکز بر تصویر مکان از طریق توجه به امکانات فرهنگی، طراحی شهری و مصرف بود. استراتژی‌های شهری همچنین تلاش کردند تا بر روی تغییر جمعیت‌شناسی برای فروش سبک زندگی شهری و ایجاد توسعه مجدد سرمایه‌گذاری کنند. کاهش اندازه خانوار و افزایش خانوارهای غیر خانوادگی همراه با زمان رفت‌وآمد

طولانی‌تر منجر به ادعای جنبش «بازگشت به شهر» شد و با انتقادهای فزاینده از حومه شهرها به‌عنوان نه طرحی مضر برای محیط‌زیست مضر تقویت شد. در این زمینه، سه روایت درهم‌تنیده، دولت‌های محلی را تشویق کردند که به هنر و فرهنگ به‌عنوان یک دارایی توسعه نگاه کنند. اول، دولت‌ها به هنر به‌عنوان وسیله‌ای برای افزایش مصرف، سوخت‌رسانی به توسعه دارایی و ارتقای تصویر شهر نگاه کردند. دوم، کار صنعت فرهنگی به‌طور فزاینده‌ای برای «اقتصاد فرا صنعتی» و به‌عنوان «جایگزینی» برای از دست دادن فعالیت‌های تولیدی حیاتی تلقی می‌شد. سوم، برخاسته از این روایت‌ها، ایده هنر به‌عنوان نیروی برای اصیل‌سازی در رسانه‌های عمومی و سیاست‌گذاری شهری متبلور شد (Grodach, 2017).

سیاست‌های شهری و صنایع خلاق فرهنگی

مفهوم صنایع خلاق در حال حاضر هم در گفتمان دانشگاهی و هم در گفتمان سیاست‌گذاری به‌خوبی تثبیت شده است. با توجه به تمرکز جهانی این مفهوم، تغییر از سیاست فرهنگی/صنایع فرهنگی به صنایع خلاق، خود چیزی شبیه یک جهش بسیار سریع و زیربنایی بوده است (Darchen and Simon, 2022). همان‌طور که به‌خوبی مستند شده است. این تغییر نتیجه تلاقی ایده‌های علمی و سیاسی در اطراف و پاسخ‌های نهادی به فشارهای متعدد جهانی است. در میان آن‌ها، بازسازی‌های اقتصادی از دهه ۱۹۷۰ به بعد است که شاهد تغییر تولید از شمال جهانی به فرهنگ‌های کار ارزان‌تر در جاهای دیگر بود که منجر به فشار هم‌زمان بر دولت‌ها برای یافتن شغل از طریق توسعه بخش‌های جدید دانش‌محور شد. در دانشگاه‌ها نیز مدل‌های کسب‌وکار در حال تغییر بودند و کارآفرین‌تر می‌شدند و بر ایجاد یک مورد اقتصادی برای ارزش شخصی و اجتماعی مدارک و تحقیقاتشان تمرکز می‌کردند (Battisti et al, 2022). با این حال، سیاست فرهنگی، همان‌طور که در ابتدا در اواسط قرن بیستم ظهور کرد، به‌طور محدود بر بودجه هنر متمرکز بود - چه چیزی و چگونه باید تأمین شود - و در درجه اول در ارتباط با اشکال هنری نسبتاً نخبه: اپرا، ارکسترها، تئاتر و هنرهای زیبا بود. این نقش سنتی‌تر و زیبایی‌شناسانه‌تر دروازه‌بانی برای سیاست فرهنگی مورد انتقاد کسانی قرار گرفت که نه تنها به گسترش دسترسی به اصطلاح «فرهنگ عالی» به‌عنوان بخشی از برنامه بزرگ‌تر تمدن سوسیال دموکراتیک برای هنر و فرهنگ، بلکه در پرتوی گسترده‌تر توجه داشتند (Mulero et al, 2017). جنبش‌های اجتماعی و دانشگاهی در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۷۰ که تعاریف موجود از فرهنگ «قابل قبول» را به چالش کشیدند. به‌شدت تحت تأثیر ظهور رویکردهای مطالعات فرهنگی بریتانیا به فرهنگ که به دنبال کار ریموند ویلیامز، فرهنگ را به‌طور گسترده‌تری به‌عنوان «کل زندگی» تعریف کرده است، سیاست فرهنگی به معنایی بیش از بهبود تعریف‌شده از نظر دسترسی به نخبگان یارانه‌ای شد. اخیراً این رویکرد را با به‌کارگیری درک فوکویی از حکومت برای توسعه مدل گسترده‌تری از سیاست فرهنگی ارائه شده است (Tafel-Viia et al, 2014).

روش پژوهش

پژوهش حاضر در تحلیل‌های کیفی بر پارادایم تفسیری استوار است. از آنجاکه پژوهش حاضر در پی درک و ارائه چارچوب مفهومی در قالب سیاست‌های شهری در حیطه صنایع فرهنگی است می‌توان آن را به‌عنوان یک پژوهش کاربردی مطرح نمود. از سوی دیگر با توجه به دانش‌افزایی ناشی از طراحی مدل‌نهایی بر اساس شاخص‌های داخلی و بین‌المللی و بررسی اثرات متغیرهای موردبررسی می‌توان این پژوهش را دارای جهت‌گیری توسعه نیز معرفی کرد. در این پژوهش در مرحله کیفی از رویکرد استقرایی استفاده شده است. داده‌های ثانویه در این پژوهش از کتاب‌ها، مقالات و اسناد و مدارک به‌دست آمده است. این منابع متمرکز بر تحقیقات صورت گرفته در پیشینه تحقیق همچون Grodach and Gibson (2019) و با تکیه بر گزارش‌های استخراجی از صنایع خلاق فرهنگی در شهر اصفهان که در سال ۱۳۹۷ توسط ژیانپور و همکاران (۲۰۱۷)، منتشر شده تهیه گردید. داده‌های اولیه نیز از مصاحبه و پرسشنامه حاصل شده‌اند. بنابراین متغیرهای پژوهش در نهایت بر اساس نظرات خبرگان استخراج شده است. از این منظر پژوهش حاضر در زمره پژوهش‌های میدانی و کتابخانه‌ای به شمار می‌رود. جامعه آماری در این روش مشارکت‌کنندگان خبره در شهر اصفهان (فعال در بخش‌های شهری و شهرداری‌ها) هستند.

روش نمونه‌گیری گلوله برفی و حجم نمونه در نقطه اشباع ۱۶ نفر تعیین شده است. در مرحله کیفی، از ابزار کیفی نظیر مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با صاحب‌نظران شاخص و کلیدی و پیاده‌سازی مصاحبه‌ها و مستندات محقق تا حد امکان استفاده شد و سپس با استفاده از روش‌های کدگذاری، تحلیل‌های لازم انجام شد. در این تحقیق از تحلیل روایی با استفاده از فرمول CVR استفاده می‌شود. در این زمینه از نظرت ۱۶ نفر از نخبگان برای بررسی روایی محتوی ابزار تحقیق استفاده می‌شود. در نهایت به منظور تحلیل و بررسی و استخراج مفاهیم از روش تحلیل محتوی استفاده شده است. نرم‌افزار این بخش در قالب Maxqda بوده است. به منظور اجرای این تحقیق سؤالات محوری بر اساس عنوان و هدف اولیه محقق که در قالب طراحی الگوی اجرای سیاست‌های فرهنگی با رویکرد صنایع خلاق فرهنگی شهر اصفهان مطرح شده است:

- سیاست‌های فرهنگی با رویکرد صنایع خلاق فرهنگی در شهر اصفهان کدام موارد می‌باشند؟
- عوامل مؤثر بر شکل‌گیری الگوی صنایع خلاق فرهنگی در شهر اصفهان کدامند؟
- شاخص‌های کارکردی مورد انتظار از شکل‌گیری الگوی صنایع خلاق فرهنگی در شهر اصفهان کدامند؟

بحث و یافته‌های تحقیق

هم‌نظور شناسایی کدها، ابتدا مصاحبه‌های انجام‌شده که به صورت فایل‌های صوتی بوده است عیناً مکتوب گردید. سپس خط به خط مطالب ارائه‌شده در هر متن در قالب نرم‌افزار maxqda مطالعه گردید و با توجه به اینکه واحدهای محتوایی در این تحقیق متن بوده است در هر خط و جمله معنی‌داری که مفاهیم مرتبط با سؤال اصلی طرح‌شده است استخراج گردید. سپس بر اساس ترکیب واحدهای معنایی که دارای مشابهت معنایی و مفهومی با یکدیگر بوده‌اند در کنار یکدیگر قرار گرفته‌اند که در قالب کدها ارائه گردید. در جدول ۱، کدگذاری متغیرها ارائه شده است.

جدول ۱. شناسایی کدها بر اساس واحدهای معنایی

ردیف	کدها	واحدهای معنایی (مصاحبه‌های انجام‌شده)
۱	۱) موقعیت جغرافیایی مراکز فرهنگی	۱) اینکه مراکز فرهنگی خلاق در چه موقعیت جغرافیایی باشند تأثیر بالایی دارد.
	۲) جغرافیای طبیعی مراکز فرهنگی	۲) به نظرم جغرافیای طبیعی مراکز که صنایع فرهنگی خلاق در آن قرار می‌گیرند اهمیت زیادی دارد.
۲	۱) نزدیکی مراکز فرهنگی به مراکز دانشگاهی	۱) مراکز فرهنگی اگر به مراکز دانشگاهی نزدیک باشند تأثیر زیادی دارد.
	۲) مجاورت مراکز فرهنگی در بخش‌های نوآوری	۲) به نظرم مجاورت مراکز فرهنگی با بخش‌های نوآوری مثل شتابنده‌ها باعث توسعه صنایع خلاق فرهنگی می‌شود
	۳) مجاورت مراکز فرهنگی در مراکز خلاق	۳) نزدیکی مراکز فرهنگی به مراکز خلاق طبیعتاً باعث شکوفایی صنایع خلاق فرهنگی می‌شود
۳	۱) زیرساخت‌های نرم‌افزاری موردنیاز	۱) برای توسعه صنایع خلاق فرهنگی زیرساخت‌های نرم‌افزاری باید محیا باشد
	۲) زیرساخت‌های سخت‌افزاری مراکز فرهنگی	۲) به نظرم زیرساخت‌های سخت مثل مکان مناسب و ابزارهای موردنیاز باید وجود داشته باشد
	۳) امکانات موردنیاز برای توسعه مراکز فرهنگی خلاق	۳) مراکز فرهنگی خلاق امکاناتی نیاز دارند که باید توسط مسئولین پیاده‌سازی شوند
۴	۱) حمایت‌های نمایندگان شهر آر صنایع خلاق فرهنگی	۱) برای توسعه صنایع خلاق فرهنگی ما نیاز به حمایت نمایندگان در بخش بودجه‌ای داریم
	۲) حمایت‌های وزارت خانه‌ای از مراکز خلاق فرهنگی	۲) برای توسعه صنایع خلاق فرهنگی وزارت ارشاد نقش مهمی در حاکمیت دارد
	۳)	

واحد‌های معنایی (مصاحبه‌های انجام شده)	کدها	ردیف
<p>(۱) مدیران فرهنگی اگر از صنایع خلاق فرهنگی حمایت کنند رشد می‌کند</p> <p>(۲) بدون حمایت بخش خصوصی و مدیران صنعتی نمی‌توان توسعه صنایع خلاق فرهنگی را انتظار داشت</p>	<p>(۱) حمایت مدیران فرهنگی از صنایع خلاق فرهنگی</p> <p>(۲) حمایت مدیران صنعتی از توسعه صنایع فرهنگی</p>	۵
<p>(۱) باید قوانین داشته باشیم که از صنایع خلاق فرهنگی حمایت کنند</p> <p>(۲) قوانین گمرکی در کشور باید حامی بخش‌های صنایع فرهنگی خلاق باشند</p> <p>(۳) قوانین بیمه و مالیات ما از صنایع خلاق فرهنگی حمایت نمی‌کنند</p>	<p>(۱) قوانین حمایتی از صنایع خلاق فرهنگی</p> <p>(۲) قوانین گمرکی و صادراتی صنایع فرهنگی خلاق</p> <p>(۳) قوانین بیمه و مالیات در بخش صنایع خلاق و فرهنگی</p>	۶
<p>(۱) تحریم‌ها در سال‌های قبل تأثیر زیادی بر صنایع فرهنگی داشته است</p> <p>(۲) وضعیت اقتصادی باعث شده تأمین مواد اولیه در برخی صنایع خلاق فرهنگی با مشکل روبه‌رو شود</p> <p>(۳) وضعیت اقتصادی سبب می‌شود تا قدرت خرید مردم با مشکل روبه‌رو شود</p>	<p>(۱) وضعیت تحریم‌های مؤثر بر صنایع</p> <p>(۲) وضعیت اقتصادی در تأمین موارد اولیه</p> <p>(۳) وضعیت اقتصادی و قدرت خرید مردم</p>	۷
<p>(۱) به نظرم مقدار دانش فرهنگی مردم تأثیر زیادی بر توسعه صنایع خلاق دارد</p> <p>(۲) به نظرم مردم هر چه آگاه‌تر شوند تمایل به استفاده از صنایع خلاق بیشتر می‌شود</p> <p>(۳) تمایل به استفاده از صنایع خلاق فرهنگی تأثیر بالایی بر بهبود این صنعت دارد</p>	<p>(۱) سطح دانش فرهنگی مردمی</p> <p>(۲) سطح آگاهی‌های فرهنگی مردم</p> <p>(۳) میزان تمایل به صنایع خلاق فرهنگی</p>	۸
<p>(۱) فعالین صنایع فرهنگی و خلاق باید مهارت لازم را برای توسعه این صنعت داشته باشند</p> <p>(۲) خلاقیت خود فعالین صنایع خلاق هم برای توسعه آن مهم هستند</p> <p>(۳) اینکه فعالین صنایع خلاق بتوانند کارهای خود را توسعه دهند اهمیت زیادی دارد</p>	<p>(۱) مهارت‌های فعالین صنایع فرهنگی</p> <p>(۲) میزان خلاقیت فعالین صنایع فرهنگی</p> <p>(۳) توانایی‌های توسعه‌ای فعالین صنایع فرهنگی</p>	۹
<p>(۱) بازارهای داخلی تأثیر بالایی بر توسعه صنایع خلاق فرهنگی دارند</p> <p>(۲) بازارهای بین‌المللی را باید برای توسعه صنایع خلاق فراهم کرد</p> <p>(۳) رفتار مصرف‌کننده در حیطه بازاریابی صنایع خلاق بسیار مهم است</p>	<p>(۱) وجود بازارهای داخلی صنایع خلاق فرهنگی</p> <p>(۲) وجود بازارهای بین‌المللی صنایع خلاق فرهنگی</p> <p>(۳) رفتار مصرف‌کننده در استفاده از صنایع خلاق فرهنگی</p>	۱۰
<p>(۱) به نظرم باید بر سیاست‌های متمرکز بر مراکز توسعه خلاق تمرکز کرد</p>	<p>(۱) سیاست‌های متمرکز بر مراکز خلاق</p>	۱۱
<p>(۱) به نظر من سیاست‌های حمایتی از افراد خلاق می‌تواند در توسعه صنایع خلاق فرهنگی مؤثر باشد</p>	<p>(۱) سیاست‌های متمرکز بر افراد خلاق</p>	۱۲
<p>(۱) به نظرم من باید از سیاست‌هایی استفاده کرد که منجر به توسعه تولید خلاق شود</p>	<p>(۱) سیاست متمرکز بر تولید خلاق</p>	۱۳
<p>(۱) یکی از مهم‌ترین دستاوردهای فرهنگی خلاق باید توسعه پایداری فرهنگی باشد</p> <p>(۲) به نظرم توسعه پایداری صنایع خلاق فرهنگی از مهم‌ترین دستاوردهای این موضوع است</p> <p>(۳) اگر بتوانیم صنایع خلاق فرهنگی را توسعه دهیم اول پایداری صنایع خلاق نیز توسعه می‌یابد</p>	<p>(۱) پایداری فرهنگی</p> <p>(۲) توسعه پایداری صنایع خلاق فرهنگی</p> <p>(۳) پایداری صنایع خلاق</p>	۱۴
<p>(۱) یکی از دستاوردهای صنایع خلاق فرهنگی افزایش گرایش به خرید محصولات محصولات مرتبط است</p>	<p>(۱) افزایش گرایش به خرید محصولات</p> <p>(۲) تمایل به استفاده از صنایع خلاق فرهنگی</p>	۱۵

ردیف	کدها	واحد‌های معنایی (مصاحبه‌های انجام‌شده)
		۲) به نظرم می‌توان با نسجش تمایل به استفاده از صنایع خلاق فرهنگی متوجه شد که چقدر موفق بوده‌ایم
۱۶	۱) توسعه تنوع در صنایع خلاق فرهنگی ۲) تمایل به تنوع‌گرایی خلاق در صنایع فرهنگی ۳) تنوع فعالین صنایع خلاق فرهنگی	۱) اگر صنایع خلاق فرهنگی رشد کند باید تنوع آن نیز بیشتر شود ۲) وقتی در این زمینه موفق باشیم باید تمایل به تنوع نیز در مصرف‌کنندگان بیشتر شود ۳) توسعه صنایع خلاق فرهنگی در نهایت به توسعه تعداد و تنوع فعالین این بخش منجر می‌شود.
۱۷	۱) افزایش سهم بخش خصوصی در توسعه صنایع خلاق ۲) افزایش مشارکت مردم در استفاده از صنایع خلاق فرهنگی	۱) به نظرم اگر بخش خصوصی در این حوزه سهم بیشتری داشته باشد به‌عنوان یک خروجی قابل‌تصور است ۲) نتیجه توسعه صنایع خلاق فرهنگی افزایش مشارکت مردم هست.
۱۸	۱) افزایش درآمدهای فعالین صنایع خلاق فرهنگی ۲) افزایش سهم بازار صنایع خلاق فرهنگی ۳) افزایش صادرات صنایع خلاق فرهنگی	۱) درآمدهای فعالین صنایع خلاق فرهنگی یک معیار است ۲) سهم بازار صنایع فرهنگی باید نتیجه این مدل باشد ۳) به نظرم صادرات بخش فرهنگی و صنایع خلاق فرهنگی به‌عنوان معیاری برای این بخش هست
۱۹	۱) افزایش توان رقابت با محصولات خارجی ۲) ایجاد مزیت‌های رقابتی پایدار در محصولات	۱) وقتی بتوانیم مدل مناسبی ارائه کنیم رقابت با محصولات خارجی باید امکان‌پذیر باشد ۲) در بعد رقابتی به نظرم ایجاد مزیت‌های رقابتی پایدار در محصولات فرهنگی بخشی از دستاورد توسعه صنایع خلاق فرهنگی هست.

در این مرحله از تحلیل محتوی بر اساس ارتباط بین کدهای موردبررسی و همچنین میزان نزدیکی مفهومی کدها و حذف کدهای تکراری در نهایت با ترکیب این کدها و طبقه‌بندی اولیه زیر مقوله‌های موردنظر شناسایی شده‌اند که این موارد در قالب جدول شماره ۲ ارائه شده است. همچنین در این مرحله پس از شناسایی زیر مقوله‌ها به منظور بررسی روایی کدهای موردبررسی و روند اجرای مراحل کدگذاری و شناسایی زیر مقوله‌ها تا این مرحله با مراجعه مجدد به خبرگان در خصوص موافقت و یا مخالفت خود با زیر مقوله‌های استخراج‌شده نظرسنجی صورت گرفته است که بر اساس فرمول CVR این شاخص محاسبه و تأیید و یا رد زیر مقوله موردنظر از دیدگاه خبرگان در قالب درصد این شاخص ارائه گردید. بر اساس جدول لاواشی و همکاران در تعداد ۱۶ خبره مقدار بالای ۰,۴۹ یا ۴۹ درصد به معنی تأیید روایی زیر مقوله موردنظر می‌باشد. در جدول ۲، کدها و زیر مقوله‌ها ارائه شده است.

جدول ۲. استخراج زیر مقوله‌ها از کدهای شناسایی شده

ردیف	زیر مقوله‌ها	کدها	تکرار	CVR
۱	موقعیت جغرافیایی	موقعیت جغرافیایی مراکز فرهنگی جغرافیای طبیعی مراکز فرهنگی	۲	۷۵
۲	مجاورت	نزدیکی مراکز فرهنگی به مراکز دانشگاهی مجاورت مراکز فرهنگی در بخش‌های نوآوری مجاورت مراکز فرهنگی در مراکز خلاق	۳	۷۵
۳	امکانات و زیرساخت‌های فرهنگی	زیرساخت‌های نرم‌افزاری موردنیاز زیرساخت‌های سخت‌افزاری مراکز فرهنگی امکانات موردنیاز برای توسعه مراکز فرهنگی خلاق	۳	۸۷
۴	حمایت‌های سیاسی	حمایت‌های نمایندگان شهر از صنایع خلاق فرهنگی حمایت‌های وزارت خانه‌ای از مراکز خلاق فرهنگی	۲	۸۷

ردیف	زیر مقوله‌ها	کدها	تکرار	CVR
۵	حمایت مدیران	حمایت مدیران فرهنگی از صنایع خلاق فرهنگی حمایت مدیران صنعتی از توسعه صنایع فرهنگی	۲	۶۳
۶	قوانین و مقررات	قوانین حمایتی از صنایع خلاق فرهنگی قوانین گمرکی و صادراتی صنایع فرهنگی خلاق قوانین بیمه و مالیات در بخش صنایع خلاق و فرهنگی	۳	۷۵
۷	وضعیت اقتصادی	وضعیت تحریم‌های مؤثر بر صنایع وضعیت اقتصادی در تأمین موارد اولیه وضعیت اقتصادی و قدرت خرید مردم	۳	۷۵
۸	بلوغ فرهنگی	سطح دانش فرهنگی مردمی سطح آگاهی‌های فرهنگی مردم میزان تمایل به صنایع خلاق فرهنگی	۳	۸۷
۹	ویژگی‌های فعالین	مهارت‌های فعالین صنایع فرهنگی میزان خلاقیت فعالین صنایع فرهنگی توانایی‌های توسعه‌ای فعالین صنایع فرهنگی	۳	۶۳
۱۰	قابلیت‌های بازار	وجود بازارهای داخلی صنایع خلاق فرهنگی وجود بازارهای بین‌المللی صنایع خلاق فرهنگی رفتار مصرف‌کننده در استفاده از صنایع خلاق فرهنگی	۳	۱۰۰
۱۱	سیاست مبتنی بر مراکز خلاق	سیاست‌های متمرکز بر مراکز خلاق	۱	۷۵
۱۲	سیاست مبتنی بر طبقه خلاق	سیاست‌های متمرکز بر افراد خلاق	۱	۶۳
۱۳	سیاست مبتنی بر تولید خلاق	سیاست متمرکز بر تولید خلاق	۱	۶۳
۱۴	پایداری فرهنگی	یکی از مهم‌ترین دستاوردهای فرهنگی خلاق باید توسعه پایداری فرهنگی باشد به نظرم توسعه پایداری صنایع خلاق فرهنگی از مهم‌ترین دستاوردهای این موضوع است اگر بتوانیم صنایع خلاق فرهنگی را توسعه دهیم اول پایداری صنایع خلاق نیز توسعه می‌یابد	۳	۷۵
۱۵	توسعه گرایش به مصرف	یکی از دستاوردهای صنایع خلاق فرهنگی افزایش گرایش به خرید محصولات مرتبط است به نظرم می‌توان با نسجش تمایل به استفاده از صنایع خلاق فرهنگی متوجه شد که چقدر موفق بوده‌ایم	۳	۶۳
۱۶	تنوع فرهنگی	اگر صنایع خلاق فرهنگی رشد کند باید تنوع آن نیز بیشتر شود وقتی در این زمینه موفق باشیم باید تمایل به تنوع نیز در مصرف‌کنندگان بیشتر شود توسعه صنایع خلاق فرهنگی در نهایت به توسعه تعداد و تنوع فعالین این بخش منجر می‌شود.	۳	۱۰۰
۱۷	توسعه مشارکت	به نظرم اگر بخش خصوصی در این حوزه سهم بیشتری داشته باشد به‌عنوان یک خروجی قابل‌تصور است نتیجه توسعه صنایع خلاق فرهنگی افزایش مشارکت مردم هست.	۳	۱۰۰
۱۸	توسعه اقتصاد فرهنگی	درآمدهای فعالین صنایع خلاق فرهنگی یک معیار است سهم بازار صنایع فرهنگی باید نتیجه این مدل باشد به نظرم صادرات بخش فرهنگی و صنایع خلاق فرهنگی به‌عنوان معیاری برای این بخش هست	۳	۶۳
۱۹	توسعه قابلیت رقابت	وقتی بتوانیم مدل مناسبی ارائه کنیم رقابت با محصولات خارجی باید امکان‌پذیر باشد در بعد رقابتی به نظرم ایجاد مزیت‌های رقابتی پایدار در محصولات فرهنگی بخشی از دستاورد توسعه صنایع خلاق فرهنگی هست.	۲	۶۳

با توجه به جدول لاواشه برای تعداد ۱۶ خبره که در نظرسنجی شرکت کرده‌اند ضریب بالای ۴۹٪ به‌عنوان ضریب مناسب در شاخص CVR مطرح می‌گردد. با توجه به مقادیر محاسبه‌شده شاخص در جدول فوق روایی کلیه شاخص‌های موردبررسی تأیید می‌گردد. همچنین با استفاده از یک نفر کدگذار بی‌طرف استفاده گردید که نهایتاً با محاسبه توافق بین دو کدگذار در قالب شاخص کاپای کوهن استفاده گردید که مقدار این ضریب در سطح ۰,۷۸ محاسبه گردید و بنابراین پایایی و کفایت کدگذاری‌ها مورد تأیید قرار گرفته است.

در این بخش با مراجعه مجدد به کدها و زیر مقوله‌های شناسایی‌شده اقدام به بررسی مجدد زیر مقوله‌ها انجام گردید و بر اساس مشابهت‌های معنایی و مفهومی و همچنین بر اساس میزان نزدیکی هر یک از زیر مقوله‌ها به مقوله‌های اصلی شناسایی‌شده در بخش مدل مفهومی اولیه در شکل شماره ۱ اقدام به دسته‌بندی زیر مقوله‌ها انجام گردید. در این مرحله در صورتی که یک زیر مقوله به هیچ‌یک از این دسته‌ها تعلق نداشته باشد، دسته‌بندی جدیدی ایجاد می‌گردد. در جدول زیر مفاهیم متناظر با هر مقوله و میزان دفعات تکرار آن‌ها ذکر شده‌اند. بر این اساس، ۱۹ زیر مقوله شناسایی‌شده در قالب ۳ مقوله دسته‌بندی گردید که این مقوله‌ها در جدول ۳، قابل مشاهده است.

جدول ۳. جدول کدگذاری انتخابی مطالعه کیفی - اکتشافی

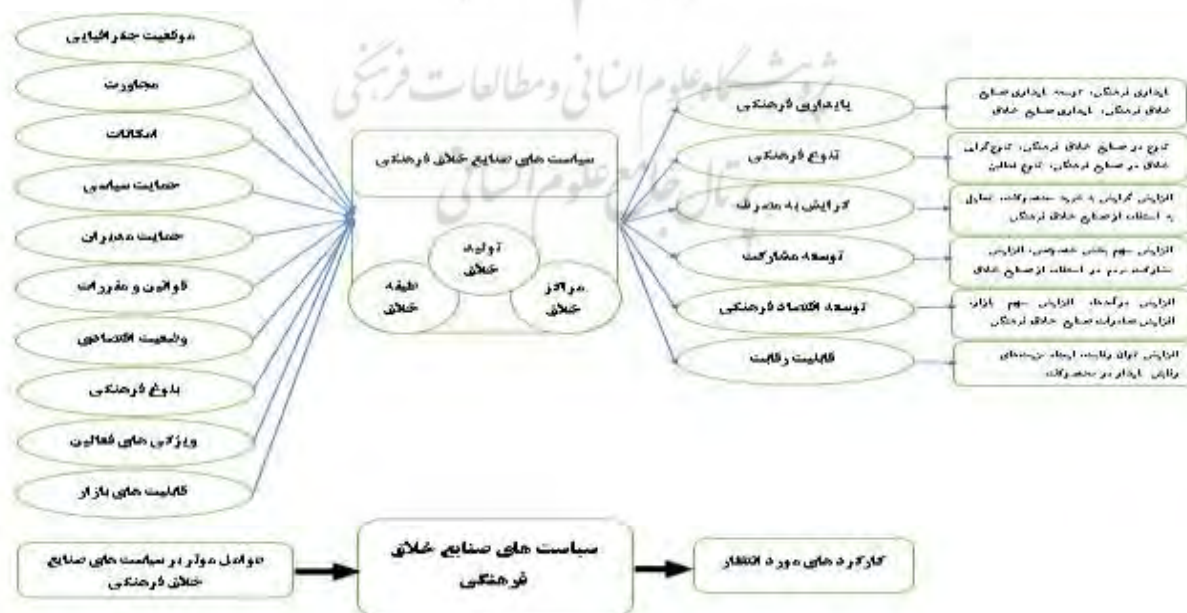
ردیف	عنوان مقوله	دفعات تکرار مفاهیم
۱	عوامل مؤثر	۱۰
۲	سیاست‌های فرهنگی	۳
۳	کارکردهای مورد انتظار	۶

مقوله ۱- عوامل مؤثر: موقعیت جغرافیایی، مجاورت، امکانات و زیرساخت‌های فرهنگی، حمایت‌های سیاسی، حمایت مدیران، قوانین و مقررات، وضعیت اقتصادی، بلوغ فرهنگی، ویژگی‌های فعالیت، قابلیت‌های بازار

مقوله ۲- سیاست‌های فرهنگی خلاق: سیاست مبتنی بر مراکز خلاق، سیاست مبتنی بر طبقه خلاق، سیاست مبتنی بر تولید خلاق

مقوله ۳- شاخص‌های کارکردی مورد انتظار: تنوع فرهنگی، توسعه مشارکت، توسعه اقتصاد فرهنگی، توسعه قابلیت رقابت

در نهایت الگوی استخراج‌شده بر اساس اهداف و سؤالات تحقیق و همچنین مصاحبه انجام‌شده در قالب شکل ۱ ارائه شده است:



شکل ۱. مدل مفهومی برگرفته از نتایج تحقیق

با توجه به مدل مفهومی نهایی که در قالب الگوی سیاست‌های صنایع خلاق فرهنگی در شهر اصفهان مطرح شده است می‌توان بیان نمود که در نهایت ۱۰ عامل مؤثر بر سیاست‌ها، سه سیاست اصلی و ۶ کارکرد مورد انتظار استخراج گردید که به‌منظور پیاده‌سازی الگوی سیاست‌های صنایع خلاق فرهنگی بر این اساس می‌توان ضمن در نظر گرفتن عوامل مؤثر، نوع شناسی سیاست‌های صنایع خلاق فرهنگی، در نهایت شاخص‌های ارزیابی و نتایج مورد انتظار را به جهت ارزیابی وضعیت سیاست‌های صنایع خلاق فرهنگی مورد استفاده قرارداد.

نتیجه‌گیری

در این تحقیق سه سوال و هدف مورد بررسی قرار گرفت. سوال اول تحقیق با تمرکز بر سیاست‌های فرهنگی مرتبط بوده است که به هدف شناسایی این سیاست‌ها با رویکرد صنایع خلاق فرهنگی مرتبط بوده است. در سوال دوم هدف بررسی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری الگوی صنایع خلاق مورد بررسی بوده است. در این بخش تمرکز بر عوامل تأثیر گذار بر صنایع خلاق بوده است. در نهایت در سوال سوم به شاخص‌های کارکردی که از اجرای صنایع خلاق مورد انتظار است بررسی گردید. در واقع این عوامل متمرکز بر شاخص‌های تأثیر پذیر از اجرای صنایع خلاق فرهنگی بوده است. همان‌طور که در بخش سیاست‌های فرهنگی مطرح گردید، شهرهای مختلف بر اساس رویکردهای فرهنگی خاص خود اقدام به تعریف سیاست‌های فرهنگی در بخش صنایع خود می‌نمایند. رویکردهای نئولیبرالیسم و پساصنعتی دو محور اصلی سیاست‌گذاری‌ها در شهرهای مختلف جهان هست که بیشترین استقبال را در این زمینه دارند. سیاست‌های نئولیبرالیسم از توسعه صنایع فرهنگی به‌عنوان ابزاری برای بازسازی شهرها استفاده کردند، یعنی مبنای توسعه این شهرها بر اساس صنایع فرهنگی صورت گرفته است (O,CConor,2010). دسته دوم سیاست‌گذاری‌ها بر اساس رویکرد پساصنعتی است. این رویکرد همان‌طور که بیان گردید با گذار از اقتصاد مبتنی بر تولید به اقتصاد مبتنی بر خدمات مشخص شده است، گذار که با بازسازی بعدی اجتماعی نیز مرتبط است (Merwin et al,2022).

بر اساس مصاحبه‌های انجام‌شده، تمامی مصاحبه‌کنندگان معتقد بودند رویکرد غالب بر صنایع خلاق فرهنگی در شهر اصفهان در حال حاضر پساصنعتی می‌باشد. چراکه به سمت خدماتی شدن حرکت کرده، مشاغل فرهنگی به سمت حرفه‌ای شدن سوق پیدا کرده‌اند، استفاده از راه‌حل‌های جدید خلاق در صنایع فرهنگی رشد کرده است و در سال‌های اخیر از فناوری‌های جدید در این صنایع استفاده شده است. مواردی که بر اساس نظر کوزیور و همکاران (۲۰۲۲)، همگی از نوآوری‌های رویکرد فرا صنعتی به حوزه صنایع فرهنگی هست. این ابعاد رویکرد فعلی در شهر اصفهان را نشان می‌دهد. اما در طی مصاحبه انجام‌شده از میان ۱۶ مصاحبه انجام‌شده ۱۲ نفر بیان کرده‌اند که با رویکرد توسعه بر اساس محور صنایع فرهنگی موافقت کاملی دارند. رویکردی که با عنوان نئولیبرال در این تحقیق ذکر شده است. هرچند گذار از رویکرد فرا صنعتی به نئولیبرالیسم نیاز به تغییر پارادایم‌های اساسی دارد می‌بایست این موضوع نیز در تحقیقات آتی از لحاظ ظرفیت‌ها، واقعیت‌های موجود، ارزش‌ها و فرهنگ‌های بومی، به‌خوبی بازنمایی شود.

در نهایت نتایج این تحقیق به شناسایی سه سیاست اصلی مبتنی بر طبقه خلاق، تولید خلاق و مراکز خلاق منجر گردید. سیاست‌هایی که در دسته‌بندی‌های عمومی صنایع و شهرهای خلاق از سوی محققین مطرح شده است (Grodach and Gibson,2018;Wu et al,2022). نکته حائز اهمیت این است که بر اساس نظرات مصاحبه‌شوندگان می‌توان بر اساس دسته‌بندی نوع صنایع خلاق فرهنگی هر یک از این سیاست‌ها را به‌صورت غالب و اولویت‌دار مطرح کرد. برای مثال در مصاحبه شماره ۱۱ بیان گردید که: " البته در خصوص سیاست‌هایی که بر تولید متمرکز است نظر من این است که صنایعی همچون تولیدات مדיا می‌توانند از این رویکرد استفاده کنند چراکه به تولید انبوه و کیفیت نیازمند هستند."

بنابراین می‌توان بیان نمود که استفاده از سیاست‌های مبتنی بر افراد، تولید و یا مکان‌های خلاق فرهنگی در نهایت می‌بایست نوع شناسی دقیقی از صنایع موردنظر و تناسب این سیاست‌ها با نوع صنعت در شهر اصفهان داشت.

همچنین در پاسخ به سؤال مرتبط با شناسایی عوامل مؤثر بر سیاست‌های فرهنگی نیز شاخص‌هایی همچون موقعیت جغرافیایی، مجاورت، امکانات و زیرساخت‌های فرهنگی، حمایت‌های سیاسی، حمایت مدیران، قوانین و مقررات، وضعیت اقتصادی، بلوغ

فرهنگی، ویژگی‌های فعالین، قابلیت‌های بازار مطرح گردید که می‌توان بر اساس سیاست‌های ارائه‌شده توسط خبرگان در قالب جدول (۴) هر یک از این عوامل را به سیاست غالب مرتبط دانست:

جدول ۴. ارتباط بین عوامل مؤثر و سیاست‌های غالب مرتبط

ردیف	عوامل مؤثر	سیاست غالب	تحقیقات پیشین
۱	موقعیت جغرافیایی	مبتنی بر مکان خلاق	Waite & Gibson (2009)
۲	مجاورت	مبتنی بر مکان خلاق	O, CConor (2010)
۳	امکانات و زیرساخت‌های فرهنگی	مبتنی بر تولید خلاق	Evans (2002), Mager and Wagner (2022)
۴	حمایت‌های سیاسی	مبتنی بر طبقه خلاق	Griffiths (1993), García (2004).
۵	حمایت مدیران	مبتنی بر طبقه خلاق	Wansborough and Mageean (2000)
۶	قوانین و مقررات	مبتنی بر تولید خلاق	Fernandes and Chamusca (2014)
۷	وضعیت اقتصادی	مبتنی بر تولید خلاق	Pratt (2011).
۸	بلوغ فرهنگی	مبتنی بر طبقه خلاق	Yang (2011)
۹	ویژگی‌های فعالین	مبتنی بر طبقه خلاق	Qian and Liu (2018)
۱۰	قابلیت‌های بازار	مبتنی بر تولید خلاق	Lita et al(2018)

در نهایت نیز در بخش سوم و پاسخ به سؤال کارکردهای مورد انتظار شاخص‌هایی همچون پایداری شهری، تنوع فرهنگی، توسعه مصرف، توسعه مشارکت‌ها، وضعیت اقتصادی و قابلیت رقابت به‌عنوان شاخص‌های کارکردی مورد انتظار از اجرای سیاست‌های فرهنگی در شهر اصفهان مطرح شده است. در این بخش می‌توان بیان نمود که تنوع در صنایع، فعالین، و مصرف‌کنندگان مطرح شده است. در خصوص پایداری نیز پایداری فرهنگی، توسعه صنایع خلاق، و پایداری صنایع خلاق فرهنگی مطرح شده است. در خصوص گرایش مصرف‌کننده نیز مولفه‌های این بخش در قالب تمایل به مصرف کالای فرهنگی، و تمایل به خرید این کالاها مطرح شده است. در بخش مشارکت نیز با دو رویکرد حقیق و حقوقی به موضوع مشارکت در صنایع خلاق پرداخته شده است. در بخش توسعه اقتصادی نیز بر توسعه درآمد‌ها، افزایش سهم بازار، افزایش صادرات مطرح شده است.

در نهایت در خصوص کارکرد قابلیت رقابت نیز بر مزیت رقابتی و توان رقابتی به‌عنوان زیرمولفه‌های این بخش تاکید شده است. در همین زمینه می‌توان بیان نمود که مدیران و مسئولین شهری در نهایت می‌بایست بر اساس شناخت رویکرد اساسی در سیاست‌گذاری‌های موردنیاز در شهر اصفهان در صنایع خلاق فرهنگی، نهایتاً بر اساس نوع صنعت سیاست‌های مبتنی بر تولید، طبقه و مکان خلاق را به‌صورت غالب یا ترکیبی اتخاذ نمایند. در این راستا درک عواملی که می‌توانند بر اجرای این سیاست‌ها مؤثر باشند می‌تواند برای کارشناسان مفید باشد که در این تحقیق به این عوامل اشاره شده است. در پایان مدیران و مسئولین مرتبط می‌توانند با شاخص‌های کارکردی بیان‌شده در این تحقیق در نهایت به ارزیابی پیاده‌سازی سیاست‌های فرهنگی در صنایع خلاق فرهنگی اقدام نمایند.

منابع

1. Ashley, A. J. (2014). Negotiating risk in property-based arts economic development: Exploring the innovative but untimely development partnership between the Seattle Art Museum and Washington Mutual. *Cities*, 37, 92–103.
2. Battisti, S., Agarwal, N., & Brem, A. (2022). Creating new tech entrepreneurs with digital platforms: Meta-organizations for shared value in data-driven retail ecosystems. *Technological Forecasting and Social Change*, 175, 121392.
3. Bell, D. A. and de-Shalit, A. (2011). *The Spirit of Cities. Why the identity of the city matters in a global age?* Princeton & Oxford: Princeton University Press

4. Clark, T. N. and Filipe, C. (2009). "Revisiting Tocqueville: citizenship norms, political repertoires, and cultural participation", in Mohamed Cherkaoui, Peter Hamilton, and Alexandra Frenod (eds.), Raymond Boudon: A Life in Sociology. Eds. Oxford and Paris: Bardwell Press/GEMAS: 1-32.
5. Darchen, S., & Simon, G. (2022). 'Transitory urbanism' for the creative industries in a top-down regeneration process (Nantes, France). *European Planning Studies*, 1-18.
6. Dunphy, Kim, Linda Tavelli, and Lyndall Metzke. (2013). "Cultural Planning Practices in Local Government in Victoria." Paper presented to ACELG Local Government Researchers Forum (June 5-6), Adelaide
7. Evans, G. (2002). *Cultural planning: An urban renaissance?*. Routledge.
8. Fernandes, J. R., & Chamusca, P. (2014). Urban policies, planning and retail resilience. *Cities*, 36, 170-177.
9. Gabauer, A., Knierbein, S., Cohen, N., Lebuhn, H., Trogal, K., Viderman, T., & Haas, T. (2022). *Care and the city: encounters with urban studies* (p. 254). Taylor & Francis.
10. García, B. (2004). Cultural policy and urban regeneration in Western European cities: lessons from experience, prospects for the future. *Local economy*, 19(4), 312-326.
11. Garnham, N. (2005). From cultural to creative industries: An analysis of the implications of the "creative industries" approach to arts and media policy making in the United Kingdom. *International journal of cultural policy*, 11(1), 15-29.
12. Gianpour, M., Mohammad Hossein Qorchani, Sahar Mohadi, Nafiseh Bagheri, Mehri Shahzaidi (2017), *Looking at the creative city (2nd office) of Isfahan Experience*, Isfahan Municipal Cultural and Recreation Organization.
13. Griffiths, R. (1993). The politics of cultural policy in urban regeneration strategies. *Policy & Politics*, 21(1), 39-46.
14. GRODACH C. (2012). Before and after the creative city: the politics of urban cultural policy in Austin, Texas, *Journal of Urban Affairs* 34, 81-97. HAASE A. KABIS
15. Grodach, C. & Gibson, C. (2019). Advancing Manufacturing? Blinkered visions in U.S. and Australian urban policy. *Urban Policy and Research*, 37(3), 279-29
16. Grodach, C. (2010). Beyond Bilbao: Rethinking flagship cultural development and planning in three California cities. *Journal of Planning Education and Research*, 29(3), 353-366. <https://doi.org/10.1177/0739456X09354452> Grodach,
17. Grodach, C. (2017). Urban cultural policy and creative city making. *Cities*, 68(2017), 82-91.
18. Lerch, J. C., Bromley, P., & Meyer, J. W. (2022). Global Neoliberalism as a Cultural Order and Its Expansive Educational Effects. *International Journal of Sociology*, 52(2), 97-127.
19. Lita, R. P., & Faisal, R. F. (2018). Sme's performance of creative industries supporting tourism in Indonesia: market orientation, learning orientation and organizational innovativeness as determinants. *Academy of Marketing Studies Journal*, 22(1), 1-18.
20. Mager, C., & Wagner, M. (2022). A "Motor" for the Neighbourhood? Urban Planning and the Challenges of Relocating Cultural Infrastructures. *Urban Planning*, 7(4), 470-485.
21. Makagon, D. (2010). Bring on the shock troops: Artists and gentrification in the popular press. *Communication and Critical/Cultural Studies*, 7(1), 26-52.
22. Markusen, A. and Gadwa, A. (2010). "Creative Placemaking: a white paper for the Mayors' Institute on City Design" National Endowment for the Arts.
23. Merwin, L., Umek, L., & Anastasio, A. E. (2022). Urban post industrial landscapes have unrealized ecological potential. *Restoration Ecology*, e13643.
24. Mulero, M. P., & Rius-Ulldemolins, J. (2017). From creative city to generative governance of the cultural policy system? The case of Barcelona's candidature as UNESCO City of Literature. *City, culture and society*, 10, 1-10.
25. Murphy, E. (2022). Putting Neoliberalism in a Place: A Memory Site, Urban Restructuring, and Property's Entanglements in Chile. *Comparative Studies in Society and History*, 64(2), 446-477.
26. O'Connor, J. (2010). *The cultural and creative industries: A literature review*. London: Creativity, Culture and Education.
27. Pratt, A. (2009), "Urban Regeneration: From the Arts „Feel Good“ Factor to the Cultural Economy: A Case Study of Hoxton, London", *Urban Studies*, Vol. 46, N. ° 5-6, pp. 1041-1061.
28. Pratt, A. C. (2011). An economic geography of the cultural industries. *The SAGE handbook of economic geography*, 322-337.

29. Prince, Russell. (2010). "Policy Transfer as Policy Assemblage: Making Policy for the Creative Industries in New Zealand." *Environment and Planning A* 42 (1): 169–186.
30. Qian, H., & Liu, S. (2018). Cultural entrepreneurship in US cities. *Journal of Urban Affairs*, 40(8), 1043-1065.
31. Rose-Redwood, R. Vuolteenaho, J. Young, C. & Light, D. (2021). Introduction: Naming rights, place branding, and the tumultuous cultural landscapes of neoliberal urbanism. In *Naming Rights, Place Branding, and the Cultural Landscapes of Neoliberal Urbanism* (pp. 1-15). Routledge.
32. Tafel-Viia, K., Viia, A., Terk, E., & Lassur, S. (2014). Urban policies for the creative industries: A European comparison. *European Planning Studies*, 22(4), 796-815.
33. Theodore, N. (2020). Governing through austerity: (II) logics of neoliberal urbanism after the global financial crisis. *Journal of Urban Affairs*, 42(1), 1-17.
34. Van Eijk, G. (2010) "Exclusionary Policies Are Not Just About the 'Neoliberal City': a critique of theories of urban revanchism and the case of Rotterdam", *International Journal of Urban and Regional Research*, 34(4): 820-834.
35. Vogel, D., Lisboa Sohn, A. P., & de Mello Rossini, D. (2022). Florianópolis, Creative City of Gastronomy UNESCO. *Journal of Culinary Science & Technology*, 1-15.
36. Wansborough, M., & Mageean, A. (2000). The role of urban design in cultural regeneration. *Journal of Urban Design*, 5(2), 181-197.
37. Wu, Y., Wei, Y. D., Li, H., & Liu, M. (2022). Amenity, firm agglomeration, and local creativity of producer services in Shanghai. *Cities*, 120, 103421.
38. Yang, J. (2011). The Chinese understanding of cultural industries. *Santalka: Filosofija, Komunikacija*, 19(2), 90.

