

ترجمه انگلیسی این مقاله نیز تحت عنوان :
Tolerance; a Spiritual Strategy or a Strategic Spirituality
in Development of Creative Tourism
در همین شماره مجله به چاپ رسیده است.

رواداری؛ راهبردی معنوی یا معنویتی راهبردی در توسعه گردشگری خلاق

مهرنوش بسته‌نگار^{۱*}، علی حسنی^۲

۱. دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ
۲. استادیار دانشگاه علم و فرهنگ

تاریخ دریافت: ۹۶/۱۰/۰۲ تاریخ اصلاح: ۹۶/۱۲/۲۱ تاریخ پذیرش: ۹۶/۱۲/۲۳ تاریخ انتشار: ۹۷/۰۳/۰۱

چکیده: با طرح نظرات الگوهای رشد درون‌زا، نظریه شهر خلاق با تمرکز بر نقش فرهنگ محلی و خلاقیت مورد توجه و تأکید بین‌المللی قرار گرفت. در میان نظریه‌پردازان «شهر خلاق»، فلوریدا نظریه‌پرداز برجسته، سه متغیر کلیدی^۱ رواداری، استعداد و تکنولوژی را از ویژگی‌های اصلی شهر خلاق برمی‌شمرد و واجدان آن را برندگان این عصر تعریف می‌کند. در میان این سه شاخص، اما تسامح و تساهل، نقشی پررنگ‌تر و راهبردی دارد زیرا وجود و حضور استعداد و فناوری، سخت به پیش‌شرط رواداری، محتاج است. به اعتقاد فلوریدا فرهنگ تسامح‌گرا و باز، عامل اصلی موفقیت اقتصادی جدید شهرهاست.

گردشگری خلاق، نسل سوم گردشگری، که از یک‌سو با فرهیختگی گردشگران و تمایل به داشتن تجارب متمایز، ارتباطی ناگسستنی دارد و از سوی دیگر به دلیل عدم نیاز به سرمایه‌گذاری‌های سنگین و سخت و توجه به فرهنگ، آداب و رسوم محلی و ویژگی‌های منحصر به فرد شهرها، مورد اقبال شهرها و مقاصد گردشگری قرار گرفته است، فرایندی است که اگر آن را شرط لازم و کافی توسعه شهرها بدانیم، بیراه نرفته‌ایم. اما آنچه این مقاله بر آن تأکید و تصریح دارد، نقش راهبردی رواداری در این فرایند است. گردشگری خلاق عرضه‌محور، مقصدمحور و فعالیت‌محور، خصوصاً در بستر شهر خلاق را گریزی نیست جز آنکه پرچم سفید تسامح، تساهل و مدارا را به عنوان معنوی‌ترین و مهم‌ترین مؤلفه شهر خلاق، افراشته نماید تا بذر استعدادهای انسانی در این فضای مساعد، شکوفه کند و فناوری ثمره آن شود. به این ترتیب است که جوامع محلی طعم شیرین توسعه و رفاه را خواهند چشید. پژوهش حاضر با روش توصیفی-تحلیلی نشان می‌دهد که رواداری، راهبردی معنوی برای توسعه گردشگری خلاق است که در گستره شهر خلاق تحقق می‌یابد، از آن سود می‌برد و به آن بهره می‌رساند. همچنین بیان می‌کند که این شاخص در منابع چهارگانه معنویت مورد توجه و تأکید است.

واژگان کلیدی: شهر خلاق، گردشگری خلاق، رواداری.

مقدمه

مختلف مانند کشاورزی، هنر، آشپزی، رقص و موسیقی و سایر فعالیت‌های خلاقانه به عهده می‌گیرند. بدین ترتیب فرصت‌هایی جدیدی برای یادگیری مهارت‌های جدید و برقراری پیوند نزدیکی میان گردشگران و مردم محلی و میراث فرهنگی آنها پدید می‌آید (Richards & Wilson, 2007).

این نسل نوین گردشگری، زیرساخت‌ها و تمهیداتی می‌طلبد که مطابق نظر اندیشمندان این حوزه در نظریه شهر خلاق به آن پرداخته شده است. این ایده که از میانه دهه ۱۹۹۰ میلادی تولد یافت، از جمله مفاهیم جدیدی است که شهرسازان و اقتصاددانان شهری با آن مواجه شده‌اند و نظریه‌پردازان بسیاری در خصوص آن سخن گفته‌اند. ایده «شهر خلاق» راهبرد حیات‌بخش جدیدی را برای شهرها رقم زده و سبب شده تا جوامع به طور فزاینده‌ای به هنر و فرهنگ به عنوان ابزار توسعه روی آورند. به طور کلی دو مسیر برای تحقق شهر خلاق مطرح است یکی جذب مستقیم سرمایه با توجه به ویژگی‌های خاص شهر و دیگری جذب افراد خلاق برای توسعه اقتصادی شهر. به بیان دیگر شهر خلاق باید زیرساخت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری خلاق داشته باشد زیرا خلاقیت بیان ایده و ظرفیت کاربرد آن است. شهر خلاق، استعدادها را شناسایی، پرورش و جذب می‌کند و امکان تداوم آن را نیز فراهم می‌سازد (قربانی، ۱۳۹۲). در شهر خلاق فرهنگ، اصلی‌ترین نقش را عهده‌دار است چرا که به ویژگی‌های مکانی انحصار و یگانگی می‌بخشد (Pratt, 2010). و این صفت منحصر به فرد شدن شهر در مقوله رقابت اقتصادی، دست‌مایه اصلی شکوفایی و رونق شهرها در ساختار جهانی اقتصاد است و موجب پایدارسازی جوامع محلی می‌شود. افزون بر این، در شهر خلاق قدرت صنایع فرهنگی و خلاق افزایش می‌یابد و با افزایش میزان اشتغال، شهر توسعه می‌یابد. به نظر نگارندگان البته مهم‌ترین محصول و جلوه شهر خلاق، جذب گردشگر بین‌المللی است که سبب رفاه و رونق اقتصادی جامعه محلی می‌شود.

از جمله مهم‌ترین نظریه پردازان شهر خلاق فلوریداست که سه شاخص^۱ مهم را برای شهر خلاق برمی‌شمرد و به نقش طبقه خلاق اهمیت ویژه‌ای می‌دهد و معتقد است نخبگان یا طبقه خلاق به سکونت در شهرهایی گرایش دارند که از تنوع، تساهل و تسامح چشمگیری برخوردار است و سطح کیفیت محیط شهری و استانداردهای طراحی آن بالاست (حاجی حسینی، ۱۳۹۳).

با این مقدمه که از «گردشگری خلاق» و «شهر خلاق» بیان شد، پژوهش حاضر مطابق مدل مفهومی زیر و با روش توصیفی- تحلیلی و مطالعات کتابخانه‌ای به این پرسش

تحولات تکنولوژیکی، اجتماعی و اقتصادی، سبب شده تا در نظام گردشگری رویکرد یا مفهوم جدیدی با عنوان «گردشگری خلاق» ظهور نماید. از یک طرف، روزافزونی کاربری‌های اینترنتی و توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی و همچنین پیشرفت‌های پرسرعت در حوزه حمل‌ونقل، و از سوی دیگر افزایش تقاضا برای سفر تجربه‌گرایانه‌تر، منحصر به فردتر و معنادارتر، همچنین اشباع مقاصد سنتی گردشگری و فشار برای عرضه فرآورده‌های نوآورانه در این صنعت از سوی سوم، از اهم مواردی است که پارادایم نوین گردشگری با عنوان «گردشگری خلاق» را به میان آورده است.

در این نوع از گردشگری، رسوم محلی، سنت، هنر، تاریخ و فرهنگ بیشتر مورد توجه قرار گرفته و گردشگران به طور فعالانه در فرهنگ و خلاقیت محلی درگیر شده و از فرآورده‌هایی که آن‌ها را به مشاهده‌گران صرف تنزل می‌دهد، روی می‌گردانند (Richards, 2008). به این ترتیب مقاصدی که تجارب منحصر به فرد عرضه می‌کنند، ارزش و مزیت رقابتی بالاتری به دست می‌آورند (Voss, 2004). موارد زیر از دیگر تغییرات مهم فرهنگی و اجتماعی است که ذائقه گردشگران امروزی را تحت تأثیر قرار داده و سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان را به توجه به گردشگری خلاق سوق داده است: (Richards, 2014).

- در فرایند خلاقیت، تأکید از دانش و مهارت فردی به تأکید بر دانش جمعی، از طریق روابط اجتماعی و شبکه‌ها، تبدیل شده است.
- "زندگی مانند یک فرد محلی"، تجربه‌ای است که گردشگران امروز به آن اشتیاق یافته‌اند.
- بنیان اقتصاد فرهنگی امروز از شیفتگی برای فرهنگ متعالی (به عنوان مثال دیدار از موزه‌ها و آثار باستانی)، به سوی درک و تجربه صنایع خلاق و محصولات نمادین حرکت کرده و همچنان به سمت "فرهنگ خلق مشارکتی"، مسیری رو به رشد دارد.
- تغییر ذائقه گردشگران پسامدرن امروزی از داشتن تجاربی بر مبنای میراث تاریخی و منابع ملموس فرهنگی به سوی اشکال نمادین‌تر و ناملموس‌تر فرهنگ، که امکان بازتفسیر آنها بر مبنای خلاقیت را مساعدتر کرده است.
- درهم تنیدگی روزافزون فرهنگ و خلاقیت، خلق روابط جدیدی میان ساکنان شهر و بازدیدکنندگان را ضروری ساخته است.

در گردشگری خلاقانه، گردشگران در چشم‌انداز فرهنگی مقصد طوری درگیر می‌شوند که سهمی در فعالیت‌های

از رهگذر توسعه خلاقانه، استفاده از فنون خلاقانه برای ارتقای تجارب گردشگری و افزودن نشاط و تنفس به مکان‌ها، می‌تواند در صنعت گردشگری نمایان شود. (Richards, 2014) ولی در عین حال مشارکت فعال، تجارب معتبر، توسعه ظرفیت خلاقانه و توسعه مهارت، از ویژگی‌های مهم گردشگری خلاق است (Kian Tan, 2013). از جمله مهم‌ترین دلایل توجه به خلاقیت برای توسعه گردشگری، موارد زیر است:

- تولید ارزش توسط خلاقیت به واسطه کم‌پایی این پدیده، آسان‌تر است.
 - خلاقیت به مقاصد گردشگری امکان می‌دهد به سرعت فرآورده‌های جدید ابداع کرده و به این ترتیب، مزیت رقابتی نسبت به سایر مقاصد پیدا کند.
 - خلاقیت فرایندی است که از منابع پایدار تغذیه می‌شود که به طور نامحدود قابل تجدید هستند.
 - خلاقیت، تحرک‌پذیر است و نیاز به زیرساخت ویژه ندارد.
- به این ترتیب خلاقیت، پیشران اصلی صنعت، اقتصاد، توسعه شهری و زندگی اجتماعی قرن بیست و یکم و اکسیر توسعه گردشگری است. راهبردهای توسعه فرهنگ محور و خلاقانه مسیر جدیدی برای نیل به تجارب یگانه دست اول گردشگری فراهم ساخته‌اند.
- گردشگری خلاق در برنامه شبکه شهرهای خلاق سازمان آموزش، علوم و فرهنگ جامعه ملل (یونسکو)، مورد پذیرش قرار گرفته و سازمان مزبور تعریف خود را از این

پاسخ می‌دهد که «راهبردی‌ترین مؤلفه معنوی برای توسعه گردشگری خلاق چیست؟»

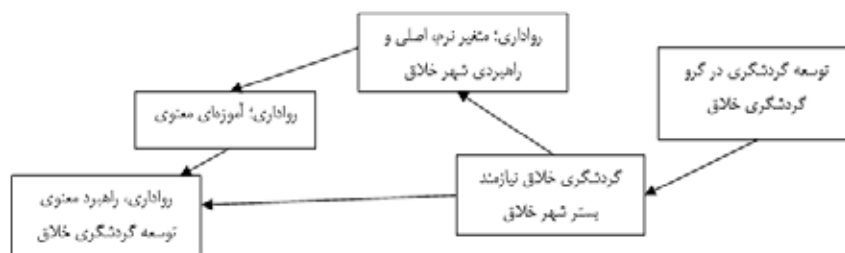
به این منظور در این پژوهش تلاش شده تا فرضیات زیر اثبات شود:

- گردشگری خلاق آخرین حلقه از زنجیره توسعه گردشگری است.
- توسعه گردشگری خلاق، نیازمند بسترشهر خلاق است. تحقق شهر خلاق، منوط به تحقق مؤلفه‌ها و متغیرهای سخت و نرم آن است.
- رواداری، متغیر کلیدی، راهبردی و معنوی شهر خلاق است (تصویر ۱).

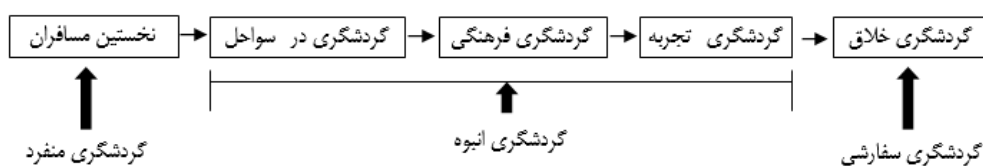
گردشگری خلاق

تحولات حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات و تکنولوژی‌های حمل‌ونقل از یک سو و فرهیختگی گردشگران امروزه که به دوران پسامدرن پا گذاشته و جویای کسب تجارب یگانه و پرمعنا هستند و از نظاره‌گری میراث فیزیکی و ملموس فراتر رفته و خواهان درک منابع فرهنگی ناملموس و رسوم محلی جوامع گوناگون هستند، از سوی دیگر، سبب شده تا نظام گردشگری با تغییر پارادایمی به گردشگری خلاق دگرگون شود. این روند تکاملی در تصویر ۲ به خوبی نمایش داده شده است:

خلاقیت با توسعه فرآورده‌ها و تجارب گردشگری، احیای مجدد فرآورده‌های موجود، افزودن بر ارزش مادی دارایی‌های فرهنگی و خلاقانه، ایجاد فرآورده‌های جنبی



تصویر ۱. مدل مفهومی پژوهش



تصویر ۲. تحول نظام گردشگری. مأخذ: نگارندگان.

(۲۰۰۰) با الهام از ایده‌های جین جاکوبز^۲ (۱۹۶۹)، که به نقش شهرها در جذب افراد مستعد، نخبه و خلاق و متقابلاً بر نقش حایز اهمیت افراد خلاق در سازماندهی فعالیت‌های اقتصادی در شهرها توجه داشتند؛ همچنین پایان‌چینی و لندری (۱۹۹۵)، ریچارد فلوریدا (۲۰۰۰)، ریچارد کیوز و در آسیا افرادی نظیر ماسایوکی ساساکی (۱۹۹۷، ۲۰۰۱) و سازمان‌ها و نهادهایی چون دیپارتمان فرهنگ، رسانه و ورزش دولت انگلستان در دهه ۱۹۹۰ میلادی که مفهوم صنایع خلاق را توسعه دادند، را می‌توان از مهم‌ترین نظریه‌پردازان شهر خلاق برشمرد.

مفهوم شهر خلاق را باید در ورود ایده فرهنگ به عنوان موتور توسعه اقتصادی شهر جستجو کرد. سنت‌های بومی و محلی زندگی جمعی، جشنواره‌ها، آیین و تشریفات مذهبی یا قصه‌ها می‌توانند منابع فرهنگی باشند که می‌توانند ویژگی‌های منحصر به فردی به یک مکان بدهند

مفهوم چنین ارایه کرده است: "گردشگری خلاق سفری است که با هدف دستیابی به یک تجربه فعالانه و معتبر صورت می‌گیرد و در طی آن با مشارکت در یادگیری هنر، میراث فرهنگی یا ویژگی‌های خاص یک مکان، هدف مورد نظر تحقق یافته و ارتباطی محکم و مؤثر با ساکنین محلی یعنی آفرینندگان این فرهنگ زنده پدید می‌آید" (یونسکو، ۲۰۰۶). (ریموند، ۲۰۰۷) نیز گردشگری خلاق را به عنوان یک شکل پایدار گردشگری تعریف می‌کند.

دو طیف و گستره مهم در مفهوم گردشگری خلاق و پژوهش‌های مرتبط با آن وجود دارد: طیف «عرضه‌محور - تقاضا محور» و گستره «مقصد محور - فعالیت محور» که در جدول ۱ و ۲ تشریح شده است:

شهر خلاق و متغیرهای آن

اندیشمندانی چون پیترهال (۱۹۹۸) و چارلز لندری

جدول ۱. تبیین گستره «عرضه‌محور - تقاضا محور» در گردشگری خلاق. مأخذ: نگارندگان با توجه به (Richards & Marques, 2012) (Lee, 2015).

رویکرد عرضه محور	رویکرد تقاضا محور
همگرا ساختن صنایع خلاق و فرهنگی و فناوری اطلاعات با خدمات گردشگری خلاق	ابزاری برای تقویت هویت و تشخص
شکلی از آموزش در حین تفریح؛ آموزش همراه با تحقق شخصیت	شکلی از تجلی و کشف درونی
ابزاری خلاقانه برای استفاده از منابع فرهنگی ناملموس محلی	مشارکت و یادگیری هنر یا میراث فرهنگی محلی
ابزاری برای درگیر ساختن گردشگران در زندگی خلاقانه جاری در مقصد گردشگری (انتقال دانش و مهارت به گردشگر)	مشارکت در تولید و خلق تجارب منحصر به فرد، تجاربی برای رضایتمندی خویش

جدول ۲. تبیین گستره «مقصد محور - فعالیت محور» در گردشگری خلاق منبع: نگارندگان

رویکرد مقصد محور	رویکرد فعالیت محور
نهادینه‌سازی خلاقیت و ارزش‌های خلاقانه در مکان و مقصد گردشگری	برپایی رویدادها و جشنواره‌ها و فستیوال‌ها که ارزش‌های نمادین خلق می‌کنند.
توسعه فضاهای خلاق و جدید و ساختارهای زیربنایی	مشاهده، خرید، آموزش و تجربه‌اندوزی گردشگر
کاربست نمادها و نشانه‌های خلاق در فضای شهری	زندگی گردشگر همانند یک فرد محلی (شهروند- گردشگر)
شهرهای خلاق ثبت شده در شبکه شهرهای خلاق یونسکو	همه فعالیت‌های خلاقانه مستقل از مکان
احیای مقاصد و بازسازی خلاقانه آن	فعالیت‌هایی که ساکنان محلی را به مریبان و گردشگران را به فراگیران، تبدیل می‌کند.
	کاربست خلاقیت برای ارتقای تجربه گردشگری

به رشد آنهاست (Landry, 2006). مفهوم شهر خلاق، مفهومی متنوع و وسیع است. در یک مفهوم، شهرهای خلاق؛ شهرهایی هستند که قادرند راه‌حل‌های جدیدی برای مشکلات روزمره، محدودیت‌ها و

و آن را از سایرین متمایز سازند. منابع فرهنگی، مواد خام یک شهرند و پایه ارزش آن محسوب می‌شوند و به عنوان دارایی جایگزین عناصری مثل زغال سنگ، فولاد و طلا می‌شوند. خلاقیت شیوه بهره‌برداری از این منابع و کمک

طبقه خلاق در مکان‌هایی ریشه می‌دانند که در آن شاخص رواداری و تحمل‌پذیری، در بالاترین درجه خود باشد (Florida, 2005).

در تعریف ساساکی هم شهر خلاق که در مقوله فرهنگ و صنعت از حیث خلاقیت غنی بوده، اساس کار بر بیان آزادانه فعالیت‌های خلاقانه مردم استوار است و در عین حال، این شهر مجهز به نظام اقتصادی مترقی و انعطاف‌پذیری است که از تولید انبوه فاصله می‌گیرد (Sasaki, 2001).

شهر خلاق، افراد و شرکت‌هایی را که به مسایلی چون ارزش‌های فرهنگی، انصاف، نوآوری، برابری جنسیتی، نژادی و مذهبی اهمیت می‌دهند، تشویق می‌کند. اصول دموکراتیک و شمولگرایی فرهنگی، از ویژگی‌های عمومی آگاهانه و سنجیده شهر خلاق است (Reis, 2009) خلاق با کشف استعداد مردم و کالبدی مبتنی بر فرهنگ و فضاهای جمعی و استفاده از فناوری، فضاهای عمومی درخور حضور مردم را فراهم می‌کند. ساختار شهر خلاق ویژگی‌هایی دارد که شالوده فضای عمومی باقابلیت حضور بالای مردم را دارد و خلق‌کننده انواع تعاملات و فعالیت‌های شهری است (صادقی، ۱۳۹۴).

در سطح بین‌المللی سازمان‌هایی نظیر سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی سازمان ملل متحد^۸ با طرح شبکه جهانی شهرهای خلاق، سازمان همکاری و توسعه اقتصادی^۹ و کمیسیون اروپا^{۱۰} نیز از این ایده در سیاستگذاری‌های خود استفاده کردند. البته زمینه پرداختن به ایده شهر خلاق در یونسکو را باید در سال ۲۰۰۱ و بیانیه جهانی تنوع فرهنگی، جستجو کرد که به دنبال نفی استانداردسازی فرهنگ تحت شرایط جهانی شدن بود (Sasaki, 2010). شبکه شهرهای خلاق یونسکو نشان دهنده پتانسیل بسیار بالای فرهنگ برای تقویت توسعه پایدار است. شهرها با پیوستن به این شبکه متعهد می‌شوند که با نگرش تقویت خلاقیت و صنایع فرهنگی، مشارکت را در زندگی فرهنگی ارتقا داده و فرهنگ را در طرح‌ها و استراتژی‌های توسعه اقتصادی و اجتماعی بگنجانند. گفتنی است دستور کار توسعه پایدار برای سال ۲۰۳۰ که سپتامبر سال ۲۰۱۵ به تصویب رسید، بر نقش فرهنگ و خلاقیت به عنوان اهرم‌های کلیدی برای توسعه پایدار شهری تأکید می‌کند. شاید اصلی‌ترین مزیت حضور در این شبکه را بتوان در افزایش آگاهی جهانی از ویژگی‌های منحصر به فرد هر یک از این شهرها دانست که در نهایت می‌تواند به افزایش سرمایه‌گذاری، استفاده بهینه از سرمایه‌های انسانی، رونق گردشگری داخلی و بین‌المللی و در نهایت رونق اقتصادی و فرهنگی این شهرها بیانجامد.



تصویر ۳. متغیرهای شهر خلاق. ماخذ: Teresa, 2010.

موانع (فیزیکی، اجتماعی، فرهنگی و...) شان ارایه دهند. مفهوم دیگر شهرهای خلاق بر تولیدات فرهنگی متمرکز است؛ مفهوم دیگر بر ظرفیت و توانایی شهر بر جذب سرمایه انسانی خلاق تأکید می‌کند. در بسیاری از متون مربوط به شهر خلاق، فهم پایداری و پویایی‌های جریان کاربرد دانش مورد تأکید قرار گرفته است.

ریچارد فلوریدا نظریه پرداز پرآوازه شهر خلاق، اما اساس چنین شهری را بر پایه سه متغیر کلیدی^۴ بنا نهاده است (تصویر ۳). سه مؤلفه: فناوری^۵ استعداد^۶ و تساهل و تسامح (رواداری)^۷. فناوری، به دلیل فراهم ساختن فرصت‌هایی برای کسب دانش بیشتر و کاربرد آن نقش مهمی در رشد اقتصادی دارد. استعداد، نشان دهنده افرادی است که اندیشه‌های نوآورانه‌ای دارند. تسامح بیانگر فرهنگی باز و متنوع بر مبنای قومیت، مذهب، نژاد و جنسیت است. این عامل، عاملی کلیدی در توانمند ساختن مکان برای به حرکت درآوردن و جذب فناوری و استعداد است. گرچه اقتصاددان‌ها همیشه فناوری و استعداد را به عنوان محرک‌های مهم رشد اقتصادی در نظر می‌گیرند، اما منابعی مانند فناوری، دانش و سرمایه انسانی ذخایر ثابتی نیستند، بلکه جریان‌های ناپایدارند. فناوری و استعداد عوامل متحرک مهمی هستند که به مکان‌ها وارد و خارج می‌شوند و این پرسش را ایجاد می‌کند که آنچه به برخی مکان‌ها ظرفیت جذب نخبگان و استعدادها خلاق می‌بخشد، چیست؟ پاسخ عقلی این پرسش در تنوع، تسامح و تساهل نهفته است. در این نظریه، تساهل و تسامح به معنای تعصب کورکورانه نداشتن، پذیرش همه نوع افراد، پذیرش و تنوع در تمام قومیت‌ها، نژادها و سبک‌های زندگی است. بر این اساس،

شهر فرصت‌هایی را برای انتشار آگاهی و دانش، ایده‌های مشترک مردم، توسعه محصولات جدید و فناوری‌های تولید فراهم می‌آورد. همچنین در شهرها فرصت‌های آموختن مهارت برای کارگران فراهم است.

- فضاهایی عمومی در شهر خلاق، تعدیل‌کننده و هماهنگ‌کننده نظام ارتباطی شهری است خصوصاً به هنگامی که بازیکنان جدیدی وارد صحنه آن می‌شوند.

بنابراین فرهنگ باز و با پذیرش و تحمل بالا، عاملی برای کارآفرینی، توسعه اقتصادی و نوآوری است. به بیان دیگر، در جهان به شدت رقابتی امروز، شهرها با ترویج فرهنگی باز، چندملیتی، تکثرگرا و تسامح‌گرا قادر به جذب نخبگان و به تبع آن پیشرفت و توسعه اقتصادی می‌شوند (حاجی‌حسینی، ۱۳۹۳). ایده شهر خلاق تنوع علایق و عقاید در پهنه شهر را به رسمیت می‌شناسد و تلاش می‌کند به همه نیازهای شهروندان پاسخی در خور دهد. نقش محوری فرهنگ و به ویژه فرهنگ و هنر بومی و محلی در رویکرد شهر خلاق، سبب می‌شود که تنوع فرهنگی به جای یک فرهنگ واحد جهانی، راهبرد اصلی شهر خلاق باشد. به بیان دیگر شهر خلاق، هوشمندانه شرایط جهانی محلی را درک کرده است.

رواداری و معنویت

معنویت فهم خفتگی و خفته‌گردی ماست؛ مطابق نظر صاحب‌نظران می‌توان آموزه‌های معنوی را از منابع چهارگانه زیر فرا گرفت و به مدد آن معنوی زیست :

- آموزه‌های ادیان و مذاهب جهانی،
- مجموعه آنچه که عارفان جهان گفته‌اند (چه عارفانی که خودشان به دین و مذهب خاصی تعلق داشته‌اند و چه عارفانی که فارغ از هرگونه دین و مذهبی بوده‌اند)،

- آموزه‌های اگزیستانسیالیسم^{۱۱}، به ویژه این‌که بعضی از اگزیستانسیالیست‌ها بسیاری از مؤلفه‌های زندگی معنوی را نشان داده و در زندگی معنوی تجارب مثبت بسیاری بیان داشته‌اند.

- آثار روان‌شناسان انسانگرا یعنی آثار کسانی چون آبراهام مزلو، کارل راجرز، خانم کارن هورنای، اریش فروم، یونگ، شولتس و... که از آن به نهضت سوم روان‌شناسی تعبیر می‌شود (ملکیان، ۱۳۸۱).

در این پژوهش به بررسی مفهوم و جایگاه رواداری و مدارا در آموزه‌های دین اسلام و اسلام‌پژوهان، آموزه‌های اگزیستانسیالیسم، آیین بودا و داتو و اشعار عرفایی چون حافظ و مولانا پرداخته شده است.

واژه رواداری دربرگیرنده فضیلت‌هایی چون فروتنی،

طبق نظر فلورید شهرهای خلاق، به صورت جهان‌وطن عمل می‌کنند. به این معنا که برای پذیرش ایده‌های جدید، باز و گشوده هستند. آن‌ها پذیرای سبک‌های زندگی غیرمعارف هستند و افراد با استعداد را جذب می‌کنند که برای نوآوری بسیار مهم هستند (Florida, 2005).

بحث اساسی فلوریدا این است که سطوح خلاقیت و نوآوری با باز بودن و بردباری محیطی که افراد خلاق در آن کار می‌کنند، در ارتباط است (موماس، ۲۰۰۴).

ویژگی‌های شهرهای خلاق را می‌توان چنین برشمرد :

- این شهرها را می‌توان محیط‌های بازی دانست که تحمل پذیرش تنوع را دارند. حضور جمعیتی متنوع با عقاید و ایده‌های متفاوت فرصتی ویژه برای بروز خلاقیت، نوآوری و ابتکار در زمینه‌های مختلف است.

- فراهم کردن یک بستر مناسب جهت بروز ایده‌های ساکنان و تبادل این ایده‌ها و در نهایت استفاده از آن‌ها جهت حل مشکلات و مسائل و نیز توسعه اقتصادی، اجتماعی و شهری است. برای این کار ایجاد محیطی برای گفت‌وگو و مشارکت مردم، ایجاد جامعه‌ای شبکه‌ای برای استمرار بخشیدن به روند تولید ایده‌ها، ایجاد امکاناتی زیرساختی جهت تبدیل ایده به محصول و نیز بازاریابی کالا و خدمات تولید شده از ضروریات است.

- دسترسی شهر خلاق به استعدادهای و منابع انسانی و فکری است. این اصطلاح تحت عنوان طبقه خلاق از آن یاد می‌شود. طبقه خلاق موتورهای حرکت شهر خلاقند.

- دسترسی این شهرها به فناوری‌های سطح بالا و داشتن اقتصادی خلاق و استخدام افراد در این نوع صنایع است.

- در این شهرها قدرت و توان ویژه‌ای در مواجهه با بحران‌هایی چون فقر، بی‌خانمانی، بافت‌های فرسوده و... دارند.

- وجود حکمروایی مطلوب در این شهرها؛ به طوری که می‌توان سه عنصر، دولت محلی، نهادهای مردمی و بخش خصوصی را در کنار هم و در تعامل با هم دید.

- جایگاه ویژه فرهنگ در ابعاد مختلف شهر و نیز سیاست‌ها و برنامه‌های شهری و استفاده مؤثر از تمام منابع فرهنگی.

- ارتباطات چهره به چهره مؤثرترین ابزار انتقال ایده‌های ظریفی است که به توسعه محصولات جدید و فرایندهای تولید می‌انجامد. یک شهر خلاق فرصت‌های بسیاری را برای مردم جهت تعامل با کسانی که دارای علایق مشترک هستند، فراهم می‌آورد؛ بنابراین باعث ارتقاء تفکر خلاق می‌شود. از دیدگاه اقتصاد شهری،

رفق و مدارا با مردم شدم.^{۱۴} «امرئی ربی بمداراة الناس کما امرئی بتبلیغ الرساله». پرودگار من مرا به مدارا با مردم فرمان داد همان‌طور که مرا به تبلیغ رسالت فرمان داد و در تعبیر دیگری هست که «امرئی ربی بمداراه الناس کما امرئی بأداء الفرائض»^{۱۵}؛ پس مدارا یک تکلیف اخلاقی در اسلام است. پیامبر اکرم (ص) همچنین می‌فرماید: «مداراة الناس نصف الايمان و الرفق بهم نصف العيش»^{۱۶}؛ نیمی از ایمان، مدارای با مردم است و نیمی از زندگی، رفق و ملامطت با آنان است (محدثی، ۱۳۹۱).

رواداری را می‌توان در سفارش مولای پرهیزکاران و معلم مدارا به وضوح دید، آن‌جا که خطاب به فرزندشان امام حسن (ع) می‌فرماید: «ای فرزندم! در روابطت با دیگران، خویشتن خویش را میزان قرار ده. هر آنچه که برای خود می‌پسندی برای دیگران نیز بپسند و آنچه را که برای خویش نمی‌پسندی، برای دیگران نیز مپسند. چنانچه دوست نداری ستم ببینی، خود نیز ستم مکن و همان‌گونه که از دیگران نیکی انتظار داری، خود نیز در حق آنان نیکی کن. هر کاری را که از دیگران زشت می‌شماری، ارتکابش را برای خود نیز زشت بدان. در نهایت، آنچه نمی‌دانی مگو، هرچند دانسته‌هایت اندک باشد، و آنچه را دوست نداری درباره‌ات بگویند، تو نیز درباره دیگران مگو».

همچنین حدیثی از امام حسن عسکری (ع) در تفسیر آیه «با مردم به زبان خوش سخن بگویند» نقل است که ایشان فرمودند^{۱۷}: «با همه مردم، چه مؤمن و چه مخالف، به زبان خوش سخن بگویند. مؤمن، به هم‌مذهبان، روی خوش نشان می‌دهد و با مخالفان، با مدارا سخن می‌گوید تا به ایمان، جذب شوند و حتی اگر نشدند، با این رفتار، از بدی‌های آنان در حق خود و برادران مؤمنش، پیشگیری کرده است»^{۱۸}.

رواداری آن است که شخص در عین توانایی و قدرت برخورد قهرآمیز، با مخالفین از در مسالمت و مهر وارد شده و با مدارا با آنان برخورد می‌کند. در آیات فراوانی نحوه رفتار و سلوک با مخالفان بیان شده است از جمله: «و جادلهم بالتی هی احسن»^{۱۹} خداوند تبارک و تعالی به پیامبر سفارش می‌کند که با موعظه حسنه و حکمت و مجادله احسن، کافران را دعوت به حق کند. نیز داریم: «ولا تجادلوا اهل الکتاب الا بالتی هی احسن الا الذین ظلموا منهم و قولوا آمنا بالذی انزل الینا و انزل الیکم و الهننا و الهکم واحد و نحن له مسلمون»^{۲۰}؛ با اهل کتاب جز به روشی که از همه نیکوتر است مجادله نکنید، مگر کسانی که از آنها مرتکب ظلم و ستم شدند، به آن‌ها بگویند ما به تمام آنچه از سوی خدا بر ما و شما نازل

انسان دوستی، بردباری و خویشتن‌داری، فرو بردن خشم، دوری از کینه‌توزی، دوری از خشونت و سخت‌گیری، ترک ستیزه‌جویی، پرهیز از دشنام‌گویی، آسان‌گیری و بالاخره مقابله به نیکی در مقابل بدی‌هاست. آنچه مسلم است مدارا و رواداری در عمق مفهوم خود پذیرش و تحمل مخالف را آشکار می‌سازد.

«رحمت»، که با مفهوم رواداری نزدیکی و خویشاوندی دارد، از جمله کلیدی‌ترین مفاهیم و تعالیم اسلامی است، چنانکه تمامی سوره قرآن با ذکر رحمت خاصه و عامه الهی آغاز شده است همچنین این واژه و مشتقات آن ۳۱۸ بار در قرآن تکرار شده، به عنوان نمونه «کتب علی نفسه الرحمه» (انعام ۱۲)؛ «مَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ» (انبیاء ۱۰۷)؛ (کدیور، ۱۳۹۴).

از امام موسی بن جعفر (ع) نقل شده که «عَلَيْكَ بِالرَّفْقِ، فَإِنَّ الرَّفْقَ يُمِّنُ وَالخَرْقُ شَوْمٌ إِنَّ الرَّفْقَ وَ التَّوَّابُ وَ حُسْنُ الخَلْقِ يَعْمُرُ الدِّيَارَ وَ يَزِيدُ فِي الرِّزْقِ»^{۲۱} بر شما لازم است باهم نرم باشید مدارا کنید و آسان بگیرید؛ زیرا نرمش، نیکو و کج خلقی، شوم و مذموم است، بدون شک نرمش و نیکوکاری و خوش اخلاقی، خانه و شهر را آباد می‌کند و بر روزی می‌افزاید.

در توضیح این سخن آمده است: مؤمن باید در همه مظاهر روابط اجتماعی خود با دیگران چه در گفتار و چه در رفتار رفق و مدارا و سازش داشته باشد و از خشونت و سخت‌گیری اجتناب کند. اثر رفق و رواداری تنها ثواب اخروی و یا در روابط فردی خلاصه نمی‌شود؛ بلکه در وضع کلی جامعه اثر گذارده شهرها را آباد و زندگی اجتماعی را رونق و شکوه می‌دهد. چون نرمش و سهل‌گیری موجب الفت و همکاری بین افراد شده و در نتیجه امور جامعه پیشرفت می‌کند و وقتی که در جامعه عمران و آبادی رواج گرفت، روزی انسان‌ها هم زیاد می‌شود.

پیامبر اکرم درباره جایگاه رفق فرمودند: «من اعطی حظه من الرِّفْقِ فَقَدْ اعطى خَيْرَ الدُّنْيَا وَ الْآخِرَةِ وَ مَنْ حَرَّمَ حَظَّهُ مِنَ الرِّفْقِ فَقَدْ حَرَّمَ حَظَّهُ مِنَ خَيْرِ الدُّنْيَا وَ الْآخِرَةِ»^{۲۲}. به هر کس بهره‌ای از رفق و رواداری عنایت شود، نصیبش خیر دنیا و آخرت است و اگر محروم از رفق باشد محروم از خیر دنیا و آخرت خواهد بود.

خداوند هم در قرآن تساهل و تسامح را یک نعمت بزرگ قلمداد و به نقش اساسی آن این‌گونه اشاره فرموده است: «فبما رحمة من الله لنت لهم و لو كنت فظا غليظ القلب لانفضوا من حولك» (آل عمران ۱۵۹). در پرتو رحمت الهی در برابر آنان نرم و مهربان بودی و اگر خشن و سنگدل بودی از اطراف تو پراکنده می‌شدند. خود آن حضرت نیز فرمود: من برای تحقق رسالت خود مأمور به

شده، ایمان داریم. معبود ما و شما یکی است و در برابر او تسلیم هستیم. خداوند به مسمانان دستور داده که از طریق گفت‌وگو و مجادله علمی، منکران را به حق دعوت کنید.

امام محمد باقر (ع) می‌فرماید: «انّ لكل شیء قفلا و قفل الايمان الرفق»^{۲۱}؛ هر چیزی قفلی دارد و قفل ایمان، رفق و رواداری است. در ذیل این روایت آمده است که شیطان، دزد ایمان مؤمنین است. شیطان وقتی می‌تواند ایمان را برباید که این قفل را باز کند و انسان را به اموری چون خشونت، قهر، فحش، ناسزاگویی و امور دیگری که موجب نقص ایمان می‌شود، سوق دهد. از امام علی (ع) نیز نقل شده: «سلامه الدین و الدنیا فی مداراه الناس»^{۲۲}؛ سلامتی دین و دنیا در مدارای با مردم است. در حدیثی دیگر ایشان می‌فرمایند: «دار الناس تستمتع بأخائهم و ألقهم بالبشر تمت اضغانهم»^{۲۳}، با مردم مدارا کن، تا از برادری آنان بهره‌مند شوی و با آنان با روی گشاده ملاقات کن تا کینه‌هایشان بمیرد.

رفق و رواداری در سیره سیاسی و اجتماعی پیامبر اسلام، هم به طور جدی مشاهده می‌شود. او مصداق بارز «خلق عظیم» بود. پیامبر (ص) در برابر تهمت‌ها و افتراهای مخالفان و اذیت و آزارهایی که در طول دوران رسالت از مشرکین و مخالفین دید، صبر و بردباری پیشه و با رفق و مدارا و بزرگواری از خود واکنش نشان می‌داد و از خداوند برای کسانی که او را با سنگ به شدت مجروح ساخته بودند، طلب آمرزش می‌کرد.

همچنین گفته شده که «شمار کسانی که پس از صلح حدیبیه به اسلام گرویده‌اند، بیش از همه کسانی است که ظرف بیست سال پیش از آن مسلمان شده بودند»^{۲۴}. نمونه بارز برخورد مسالمت‌آمیز پیامبر اسلام با مشرکان، گذشت تاریخی و مدارای پیامبر اسلام با مشرکین در جریان فتح مکه است. در سال هشتم هجرت، هنگامی که سپاه اسلام به فرماندهی پیامبر اسلام (ص) مکه را فتح کردند و مسلمین بر همه اوضاع آن سامان مسلط شدند، پیامبر (ص)، خطاب به مردم مکه که مشرک بودند فرمود: «ای قریشیان به گمان شما من درباره شما چه فرمانی می‌دهم؟» آنها در پاسخ گفتند: «خیراً، اخی کریم و ابن اخی کریم»؛ ما جز خیر و نیکی از تو انتظار نداریم، تو برادر بزرگوار و بخشنده و فرزند برادر بزرگوار ما هستی و اکنون قدرت در دست توست.^{۲۵} پیامبر (ص) با کمال بزرگواری به آنان فرمود: «من در مورد شما همان را گویم که برادرم یوسف به هنگام پیروزی به برادرانش گفت: «لا تریب علیکم الیوم؛ امروز سرزنشی بر شما نیست». آنگاه حضرت چنین اعلام کرد: «الیوم یوم المرحمه لا الملحمه؛

فهم غیرعقلانی از دین سبب می‌شود که در فرد تعصب، جزم و جمود، پیش‌داوری یا خودشیفتگی پیدا شود و مردم نسبت به یکدیگر بی‌مدارا شوند. انسان متعصب یعنی انسانی که از مرحله اعتدال بیرون است. انسان اهل جزم و جمود یعنی کسی که از حالت مفتوح بودن و مشروح‌الصدر بودن خارج شود. چنین فردی به جای این‌که خودش را طالب حقیقت یا طالب نجات بداند، مالک حقیقت یا مالک نجات می‌داند. این خودشیفتگی باعث متلاشی شدن جامعه می‌شود و نه تنها بقای روانی و روحانی که گاهی حتی بقای زیستی هم مستحیل می‌شود (ملکیان، ۱۳۸۲).

انسان معنوی، آراء و عقاید خود را نمی‌پرستد، زیرا عقیده‌پرستی را با حق‌پرستی ناسازگار می‌بیند و آن را یکی از مصادیق بت‌پرستی تلقی می‌کند. به زبان دینی، می‌توان گفت که هیچ عقیده‌ای خدا نیست و نباید پرستیده شود؛ حتی عقیده به وجود خدا، خودش خدا نیست.

از نظر یک انسان معنوی، نفی عقیده‌پرستی لازمه‌اش این است که همه عقاید خود را، به تعبیر گوردون آلپورت^{۲۸}، روان‌شناس انسان‌گرای آمریکایی (۱۸۹۶-۱۹۶۷) عقیده اکتشافی^{۲۹} قلمداد کند، یعنی عقیده‌ای که موقتاً می‌توان

سهراب سپهری «کار ما نیست شناسایی راز گل سرخ، کار ما شاید این است که در افسون گل سرخ شناور باشیم». نمی‌توان به راز گل سرخ پی برد، اما می‌شود در این افسون خوب یا بد زندگی کرد؛ پس خوب زندگی کردن را باید برگزید (ملکیان، ۱۳۹۴).

لازم است همین‌جا ذکر شود که «مدارا^{۳۴}» و «رواداری^{۳۵}» با ظرافتی دارای بار معنایی متفاوتی هستند. رواداری یک الگوی ذهنی برای پذیرش گوناگونی‌هاست، در حالی که مدارا یک الگوی رفتاری در مواجهه با تضادهاست.^{۳۶} اندیشمندان دیگری بیان کرده‌اند که آن‌جا که سخن از مداراست، دو طرف خود را در یک سطح نمی‌بینند و فرد مداراگر با مخاطب خود یا از موضعی بالاتر مواجه می‌شود و یا از موضعی پایین‌تر و در هر دو حالت ترجیح می‌دهد بی‌آنکه وارد گفتگو شود، صلح مداراگونه‌ای را در پیش بگیرد. چنانچه لسان‌الغیب، حافظ چنین می‌سراید که «آسایش دو گیتی تفسیر این دو حرف است، با دوستان مروت با دشمنان مدارا» این مدارا با دشمن و نگاه به مخاطب از موضع بالا را نشان می‌دهد. اما در بیتی چون «گفتگو آیین درویشی نبود، ورنه با تو ماجراها داشتیم» مواجهه با فردی است که سطح بالاتری دارد و لذا بدون گفتگو با او صلح مداراگرانه‌ای در پیش گرفته می‌شود. اما در «رواداری» دو طرف در موضع برابرند یا می‌خواهند که در موضع برابر باشند؛ گرچه منتقد اندیشه یکدیگر هستند لیکن حساب اندیشه را از صاحب اندیشه جدا می‌دانند و اگر فکر و نظر هم را نقد می‌کنند ولی با صاحب‌نظر رواداری پیشه می‌کنند و او را محترم و عزیز می‌شمرند (مجاهدی، ۱۳۹۶). در بحث شهر خلاق واژه «رواداری» تصریح شده است.

مولوی، بزرگ عارف و فیلسوف برجسته ایرانی هم همانند تمامی عرفا، منادی صلح و پرهیزاننده انسان از خشونت است. در حکایات مثنوی، مولوی در پی رسیدن به نوعی تفاهم و فهم مشترک است. فهم مشترکی که بعضاً به «چندصدایی» منجر می‌شود. با مذاقه در عرفان مولوی می‌توان دریافت که عامل ایجادکننده این نوع نگرش در او همان عشق به مبدأ هستی است. در آرمان‌شهر مولوی، شیر خدا و رستم دستان و موسی عمران، مسیح جاودان و رسول کرام در زیستی همدلانه تصویر می‌شوند و الگوهای آرمانی انسانیت را در پیش چشم می‌گذارند. مولوی، موانع تحقق جهان آرمانی و بدون خشونت را هوس‌ورزی و لذت‌پرستی می‌داند و بر آن است که بندهای تعلق به امور گوناگون مادی، آدمی را به خشونت علیه دیگران و ترجیح خود بر دیگری سوق می‌دهد و سرانجام وی را دچار توهم لذت دائمی می‌سازد. توهم و خودخواهی و

بدان التزام ورزید تا این‌که بتواند تأیید شود یا کمک کند تا بتوان به عقیده‌ای معتبرتر دست یافت. بنابراین عقیده‌پرستی نه تنها موجب جزم و جمود^{۳۰}، تعصب^{۳۱} و عدم مدارا^{۳۲} می‌شود و بلکه جزم و جمود، تعصب و عدم مدارا مهم‌ترین عوامل تحدیدکننده و تهدیدکننده آزادی‌های اجتماعی‌اند. و انسان معنوی، به سبب دوری از جزم و جمود، تعصب و بی‌مدارایی، پاسدار آزادی‌های اجتماعی است (ملکیان، ۱۳۸۹).

این‌که برخی نمی‌توانند آدمیان را دوست بدارند و از موضع بالا و با خشونت رفتار می‌کنند به دلیل این است که به آشکاری حقیقت قائلند و می‌گویند آن حقیقت آشکار هم نزد ماست. اما اگر کسی بداند حقیقت آنقدر آشکار نیست با دیگران دوستی می‌ورزد. اگر احساس شود که همه آدمیان درد مشترک دارند، درد بی‌یقینی، درد شک، درد تزلزل‌های زیاد فکری، آنگاه به هم عشق می‌ورزند (ملکیان، ۱۳۹۴).

در آیین‌های بودا و دائو، به درس‌آموزی از جمادات و نباتات به منظور درک آموزه‌های معنوی توصیه شده است. در این رابطه بودا می‌گوید از آب بیاموزید؛ آب وقتی که به مانعی برخورد می‌کند، هرگز با این مانع مبارزه نمی‌کند، بلکه مانع را دور می‌زند و راهش را می‌یابد. بودا می‌گفت هیچ وقت در برابر کسانی که برای شما مانع‌اند، نایستید، دورشان بزنید. ضمناً آب در عین این که بسیار نرم است کاری می‌کند که هیچ سختی نمی‌کند، در واقع نرم باشید ولی سخت‌کوش، تعبیری که دائو هم دارد، مثل آب باشید، یعنی تسامح کنید اما هدفتان را فراموش نکنید، آب در واقع هرچه قوی‌تر می‌شود ساکت‌تر می‌شود، می‌گفت شما هم همین‌طور باشید، هر چه سر و صدا داشته باشید آب کمتری هستید. انسان وقتی هویت اندک دارد، سر و صدا دارد. آب یک نهر بیشتر از آب دریا سر و صدا دارد و آب دریا بیشتر سر و صدا دارد تا آب اقیانوس (ملکیان، ۱۳۷۹). همه فیلسوفان پست مدرن در حقیقت پراگماتیسم هستند و قائل به نوعی پلورالیسم^{۳۳} (لکم دینکم ولی دین) هستند. آنان می‌گویند «تو به عقیده خودت من هم به عقیده خودم تو مکتب خودت من هم مکتب خودم». پلورالیسم در واقع یعنی این که همه آدمیان قبول می‌کنند که وضعشان مثل هم است و هیچکس به دیگری تحکم نمی‌کند که به آستانه باورهای من بیا! این امر نظری، در مقام عمل تبدیل به رواداری می‌شود. تساهل و تسامح یعنی ارتباط آدمیان با واقعیت و حقیقت گسیخته است، هر فیلسوفی تلاش کرده تا بخشی از این واقعیت را بنماید ولی در این دنیای مسدود به هر حال باید زندگی کرد، پس ای انسان‌ها در همین دنیا زندگی کنید. به تعبیر بسیار عالی

گسترش روابط شبکه‌ای و در پی آن ارتقای سرمایه اجتماعی جز با دارا بودن فرهنگ تحمل، تکثرپذیری و مدارا جویی صورت نمی‌گیرد.

- از گردشگری خلاق می‌توان انتظار تجربه کردن در حوزه‌های هنرها و صنایع دستی؛ طراحی؛ آشپزی؛ سلامت و درمان؛ زبان؛ معنویت؛ طبیعت؛ ورزش؛ بازی‌ها و سرگرمی‌های سنتی؛ موسیقی و رقص؛ فیلم و سایر رسانه‌های آفرینشی داشت که همگی مبتنی بر عرضه فراورده‌های خلاقانه‌ای هستند که در زمینه مساعدت تکرر و پذیرش و تحمل فرهنگ‌های مختلف می‌رویند.

- از منظری بالاتر، شهرها دیگر صرفاً ظرفی برای خلاقیت و اجتماعی شدن نیستند، بلکه باید خود را با جریان‌های متحرک افراد و فعالیت‌های خلاق آن‌ها هماهنگ سازند تا مشوق رابطه‌هایی شوند که خالق سرمایه رابطه‌ای و محرک خلاقیت است. بنابراین مردم ساکن یک شهر باید به تحرک واداشته شوند تا با شهروندانی که از شهر عبور می‌کنند تماس یابند. این امر در واقع اساس برنامه‌ها و پروژه‌های گردشگری خلاق است که گردشگران را قادر به ملاقات با افراد محلی، تعامل با آن‌ها و یادگیری درباره آن‌ها می‌کند تا امکان تجربه زندگی مانند یک فرد محلی را پیدا کنند. این برخوردهای انسانی می‌تواند در هر مکان و زمانی روی دهد که این واقعیت به نوبه خود نه تنها سلطه‌گری نهادهای فرهنگی مانند موزه‌ها و سایر فضاهای جاافتاده فرهنگی را با افزودن رستوران‌ها، پلاژها و میدان‌های تفریحی به عنوان مکان‌هایی برای تبادل خلاقانه و توسعه سرمایه اجتماعی کاهش می‌دهد، بلکه به سلطه جمود فرهنگی و نپذیرفتن فرهنگ‌ها و آداب متکثر و متعدد هم پایان می‌دهد که خود تأثیرگذار و تأثیر پذیر از تسامح و تساهل است.

- افراد متخصص و با استعداد یا به تعبیر فلوریدا طبقه خلاق، مقاصد و مکان‌هایی را برای زندگی برمی‌گزینند که دارای بالاترین سطح تحمل و پذیرش باشد. گردشگری خلاق هویت خود را از تعامل نزدیک میان تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان می‌گیرد طبقه خلاق که قادرند نقش‌های خود را با یکدیگر عوض کنند و تجارب منحصر به فردی بیافرینند؛ همه این‌ها جز در فضای باز و روادارانه قابل تحقق نیست.

نتیجه‌گیری

همپای سایر تحولات اجتماعی، اقتصادی و تکنولوژیکی در جوامع انسانی، گردشگری هم مسیر تکاملی خود از گردشگری سنتی به گردشگری خلاق را پیموده‌است (Richard, 2011). در حالی که گردشگری

جهل مرکب انسان را دائم در بند خود نگه می‌دارد. تصور حقیقت مطلق دانستن خود و جزم‌اندیشی نگاهی است که صدها سال است بر جان بشریت چنگ انداخته و کمر بر نابودیش بسته است؛ کیمیای اندیشه مولانا مس وجود آدمی را می‌تواند تبدیل به گوهر خردمندی و آزادگی کند و به آدمی بردباری و تحمل را بیاموزد. در جستجو برای یافتن حقیقت چه بسا کسانی راه را گم کنند. مولانا همه روندگان و کوشندگان را به رسمیت می‌شناسد. اساسا دینداری در نزد او با به رسمیت شناختن دیگران معنا پیدا می‌کند. مولانا در حیات خویش نیز همین شیوه را به کار بست (غفارنژاد، ۱۳۹۴).

بنابراین با پژوهش و بررسی صورت گرفته در منابعی که معنویت و حیطة زندگی معنوی آدمیان را تبیین می‌کند، ملاحظه می‌شود که رواداری از اصول مهم و کلیدی آموزه‌های معنوی است.

رواداری و اکوسیستم گردشگری خلاق

آنچه هدف اصلی این پژوهش است رویکرد «مقصدمحور» و «عرضه محور» و همچنین «فعالیت‌محور» در گردشگری خلاق است، که پیشتر به آن پرداخته شد و باید مورد اهتمام سیاست‌گذاران و دست‌اندرکاران توسعه گردشگری قرار گیرد. در این گستره است که باید اکوسیستم و اتمسفر خلاقیت شکل بگیرد و بالنده شود و این مطالعه تأکید دارد که به دلایل زیر "رواداری"، عامل کلیدی، زیربنایی و اصلی شکل‌گیری این اکوسیستم خلاق است:

- امروزه، فرهنگ معرف ایده‌ها، مکان‌ها و نمادهایی است که از مجموع آنها به عنوان «اقتصاد نمادین» یاد می‌شود و از رهگذر این فعالیت‌های فرهنگی، ثروت خلق می‌شود (Richards & Palmer, 2010). در این معنا، خلاقیت می‌تواند از طریق ابداع محصولات یا تجارب جدید، اشکال جدید مصرف یا اماکن جدید گردشگری کاربرد عملی پیدا کند (Richards and Wilson, 2007). مدارا و تسامح بستری است که نطفه ایده‌های خلاقانه در آن بسته می‌شود.

- در دنیای کنونی شبکه‌ها، مجراهایی برای تبادل انواع مختلف سرمایه از جمله سرمایه اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و رابطه‌ای میان گروه‌ها و افراد هستند. در جامعه شبکه‌ای معاصر، روابط آزادتر و منعطف‌تر جایگزین ساختارهای اجتماعی سنتی شده است و ساخت شبکه‌ها و جریان اطلاعات، دانش و مهارت‌ها درون این شبکه‌ها اهمیت بیشتری یافته است. (Richards & Marques, 2012) و گردشگری خلاق به طرز فزاینده‌ای به شکل رابطه میان مردم نگرسته می‌شود (Richards, 2011).

کلید رشد اقتصاد منوط به شکوفا کردن این پتانسیل در نظر گرفته می‌شود، لازمه این شکوفاسازی وجود فرهنگی باز است. فرهنگی که تبعیض قائل نمی‌شود، مردم را محدود نمی‌سازد و به شکل‌های گوناگون به انسان و هویت انسانی اعتبار می‌بخشد و در یک کلمه فرهنگی متنوع، تکثرگرا و تسامح‌گرا است. به این معنی و مفهوم، فرهنگ نه از طریق تحمیل امکانات برای ایجاد خلاقیت انسانی بلکه به واسطه تسهیل و تحریک خلاقیت‌های انسانی، عمل می‌کند.

با مطالعه و بررسی منابعی که معنویت و زیست معنادار آدمیان را مورد توجه و تمرکز قرار داده‌اند، چنین دریافت می‌شود که تساهل و تسامح از مؤلفه‌های مهم معنوی است که در حوزه زندگی فردی و اجتماعی بر آن تأکید شده است. به طوری که در بیانات بزرگان دین، آبادی شهرها و افزایش روزی از نتایج مدارا و آسان‌گیری ذکر شده و رفق و رواداری با مردم، کلید اصلاح جامعه معرفی شده است.

در این پژوهش از منابع اسلامی، آموزه‌های اگزیستانسیالیسم، دیدگاه عرفا و آموزه‌های بودا و دائو، مدد گرفته شده و نشان داده شده است که رواداری و تسامح، ثمره خردورزی و عقلانیت است؛ چنانچه پیامبر رحمت با استمداد از این ویژگی توانست جامعه آن روز را که مظهر خشونت و کینه و دشمنی بود متحول سازد. رعایت اصول «مروت و مدارا» در ساختار سیاسی، اجتماعی و مدیریتی، شاخص مهمی از شایستگی حکومت و حکمرانان یک کشور است.

مطابق اعلامیه اصول مدارا هم که در بیست و هشتمین نشست کنفرانس عمومی سازمان یونسکو (۱۹۹۵) تصویب شده است، «رواداری» تنها یک اصل بسیار با ارزش از نظر شناسایی حقوق دیگران و حقوق بشر جهان شمول نیست، بلکه پیش‌شرط ضروری برای صلح و رشد اقتصادی و اجتماعی همه ملت‌هاست. تسامح باید توسط افراد، گروه‌ها و دولت‌ها اعمال شود. در بنیادهای یک دموکراسی واقعی و در فرهنگ مروت و مدارا، مهم‌ترین خواسته‌های مردم از نظام‌های سیاسی و اقتصادی خود مسایل ساده و طبیعی هستند، که از آن جمله است: «تأمین برابری فرصت‌ها برای جوانان و آحاد جامعه، شغل برای کسانی که توانایی کار کردن دارند، نبود خشونت، امنیت برای همگان، قانون‌مداری، پایان دادن به امتیازات ویژه برای برخی و محافظت از حقوق اساسی و آزادی‌های مدنی برای همه».

فرهنگی سنتی بر پایه مشاهده، نگرستن و تفکر بنا شده، گردشگری خلاق مبتنی بر تجربه، مشارکت و یادگیری است. بر این اساس گردشگری خلاق، به عنوان نسل سوم گردشگری، برآورنده سطوح بالاتری از نیاز به رشد روحی آدمی، نزدیک به راس هرم مازلو، و با تمرکز اصلی بر توسعه فعالانه مهارت‌هاست.

پژوهشگران حوزه گردشگری، از ابعاد و زوایای مختلفی گردشگری خلاق را مورد مطالعه قرار داده‌اند. نگارندگان در تحقیق جداگانه‌ای، با در نظر گرفتن طیف‌ها و مفاهیم گوناگون گردشگری خلاق، مدلی مفهومی طراحی کرده‌اند که از شاملیت و جامعیت برخوردار است. در این مدل «اکوسیستم گردشگری خلاق» یکی از خانه‌های مدل چهار خانه‌ای است که به گردشگری خلاق عرضه‌محور و مقصدمحور تمرکز و توجه دارد (بسته‌نگار و همکاران، ۱۳۹۶). در این رویکرد و قرائت از گردشگری خلاق، شهر خلاق و ویژگی‌های آن پررنگ می‌شود. از جمله ویژگی‌های مهم هر شهر خلاق این است که افزون بر اینکه مکانی جذاب برای کار و زندگی شهروندان خصوصا جوانان و زن‌هاست، فضایی دلچسب و شوق‌آور برای گردشگران، خصوصا گردشگران بین‌المللی، است که با به کارگیری و مدیریت درست فناوری‌های نوین به شکوفایی بخش‌های مهم اقتصادی شهر می‌انجامد.

همان‌طور که نظریه‌پرداز شاخص شهر خلاق هم تصریح کرده است، کلیدی‌ترین و مهم‌ترین مؤلفه در چنین شهری، رواداری، تسامح و تساهل است که در کنار استعداد و تکنولوژی، منجر به توسعه شهر می‌شود. در حقیقت شهر به مانند یک صحنه عظیم از هویت‌های متکثر است و شهروندان دارایی‌های اصلی شهرند که خود با داشتن روابط شبکه‌ای و پویا، صاحبان سرمایه‌های اجتماعی فراوانند. سرمایه اجتماعی معلول و گسترش دهنده سه مؤلفه مهم اعتماد اجتماعی، ارتباطات شبکه‌ای (انسجام اجتماعی) و هنجارها (مشارکت اجتماعی) است که وابستگی و ارتباط متقابل و محکمی با سرمایه فیزیکی، اقتصادی و انسانی دارند و به تسریع توسعه اقتصادی، فرهنگی و اطلاعاتی و رشد و بالندگی جامعه یاری می‌رساند و موجب ایجاد حس همکاری، همیاری و مشارکت میان اعضای جامعه می‌شود.

در هر حال چه رویکرد جذب سرمایه و چه رویکرد جذب نخبه برای شهر خلاق مد نظر باشد، لاجرم باید فرش قرمزی از تساهل و تسامح و رحمت و مهربانی در شهر گسترانیده شود. از آن‌جا که نظریه خلاقیت قائل به نقش گسترده‌تر فرهنگ و پتانسیل‌های نامحدود انسان است و

پی‌نوشت‌ها

intolerance.۳۲
pluralism.۳۳
Toleration .۳۴
Tolerance.۳۵
dictionary Merriam Webster .۳۶

3T .۱
Technology, Talent, Tolerance (3T) .۲
Jane Jacobs .۳
3T .۴
Technology .۵
Talent .۶
Tolerance .۷
UNESCO .۸
OECD .۹
European Commission .۱۰

۱۱. طبق باور اگزیستانسیالیست‌ها زندگی بی‌معناست مگر این‌که خود شخص به آن معنا دهد.

۱۲. علامه مجلسی، بحار الأنوار، مؤسسه‌الوفاء بیروت - لبنان، ۱۴۰۴ هجری قمری، ج ۱، ص ۱۵۱.

۱۳. ابن ابی‌الحدید معتزلی، شرح نهج البلاغه، انتشارات کتابخانه آیت الله مرعشی قم، ۱۴۰۴ هجری قمری، ج ۶، ص ۳۳۹

۱۴. ثقة الاسلام کلینی، الکافی، دار الکتب الإسلامیه تهران، ۱۳۶۵ هجری شمسی، ج ۲، ص ۱۱۷

۱۵. وسائل الشیعه، ج ۸، ص ۵۴۰ - اصول کافی، ج ۲، ص ۱۱۷.

۱۶. نهج الفصاحه، حدیث ۴۲۹۵ - حر عاملی، وسائل الشیعه (الاسلامیه)، ج ۸، ص ۵۴۰ - کلینی، اصول کافی، ج ۲، ص ۱۱۷

۱۷. فی تفسیر قوله تعالی «وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا» قَالَ: قُولُوا لِلنَّاسِ كُلِّهِمْ حُسْنًا مُؤْمِنِهِمْ وَ مُخَالِفِهِمْ، أَمَّا الْمُؤْمِنُونَ فَيَسْطُرْ لَهُمْ وَجْهَهُ وَ أَمَّا الْمُخَالِفُونَ فَيَكْلُمُهُمْ بِالْمُدَارَاةِ لِاجْتِنَابِهِمْ إِلَى الْيَمَانِ. فَإِنْ اسْتَتَرَ مِنْ ذَلِكَ بِكَفِّ شُرُورِهِمْ عَنْ نَفْسِهِ وَ عَنْ إِخْوَانِهِ الْمُؤْمِنِينَ؛

۱۸. مستدرک الوسائل، ج ۱۲

۱۹. نحل، آیه ۱۲۵

۲۰. عنکبوت، آیه ۴۶

۲۱. کلینی، اصول کافی، همان، ج ۲، ص ۱۱۸.

۲۲. آقا جمال، خوانساری، شرح غررالاحکم، به تصحیح جلال‌الدین محدث ارموی، ج ۴، ص ۱۴۰.

۲۳. آقا جمال، خوانساری، شرح غررالاحکم، به تصحیح جلال‌الدین محدث ارموی، ج ۴، ص ۱۶.

۲۴. محمد حسن، نجفی، نکته‌هایی در فقه روابط بین الملل، مجله فقه، ش ۱۰، سال ۳، زمستان ۱۳۸۵.

۲۵. احمد بن ابی‌یعقوب، یعقوبی، تاریخ یعقوبی، ج ۲، ص ۶۰.

۲۶. ابن ابی‌جمهور، الاحسایی، غوالی اللثالی ج ۱، ص ۳۷۱.

۲۷. تَمَرَةُ الْعُقُلِ مُدَارَاةُ النَّاسِ، لیثی واسطی، علی، محقق، مصحح، حسینی بیرجندی، حسین، ص ۲۰۹، قم، دار الحدیث، چاپ اول، ۱۳۷۶ ش.

Gordon Allport .۲۸

heuristic belief.۲۹

dogmatism.۳۰

fanatism.۳۱

فهرست منابع

- بسته‌نگار مهرنوش، حسنی علی و خاکزاربفرویی مرتضی. ۱۳۹۶. طراحی مدل مفهومی گردشگری خلاق. فصلنامه علمی-پژوهشی گردشگری خلاق، (۱۱) : ۱۰۸_۸۱.
- حاجی حسینی حجت‌الله، اشتری حسن و مهدنژاد حافظ. ۱۳۹۳. نقش نظریه شهر خلاق در پویای اقتصاد فرهنگی و زندگی شهری. ترویج علم، ۵ (۷) : ۳۷-۱۵.
- صادقی سما، شمس‌دهکردی میلاد و اسماعیلی اعظم. ۱۳۹۴. شهرخلاق؛ تبیین ماهوی. دومین کنفرانس بین‌المللی و چهارمین کنفرانس ملی معماری، عمران و محیط زیست شهری، همدان، اسفند ۱۳۹۴، <http://confpaper.com/event>.
- غفارنژادرائی دین‌محمدی، حکیمه. ۱۳۹۴. گفتگومندی، تساهل ومدارا در دفتر چهارم و ششم مثنوی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تربیت مدرس. دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
- قربانی رسول، حسین‌آبادی سعید، و طورانی علی. ۱۳۹۲. شهرهای خلاق، رویکردی فرهنگی در توسعه شهری. مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، ۳ (۱۱) : ۱۱-۱.
- کدیور محسن. ۱۳۹۴. قشری‌گری و خشونت بلای آئین پیامبر رحمت. سخنرانی در شب مبعث ۲۵ اردیبهشت ۱۳۹۴؛ ۱۵ می ۲۰۱۵، بنیاد اسلامی فرهنگی ایرانیان، هیوستون.
- مطهری، مرتضی، ۱۳۷۴، سیری در سیره نبوی، انتشارات صدرا، چاپ چهاردهم.
- محدثی، جواد. ۱۳۹۱. آسان‌گیری و مدارا جز فضایل است. <http://www.askdin.com/archive/index.php/t-19858.html>
- ملکیان، مصطفی. ۱۳۸۱. دین و بحران معنا در جهان جدید، سایت فرهنگی نیلوفر، قابل دسترس در : <http://www.neeloofer.org/mostafamalekian/lecture/306-2012-11-02-10-33-31.html>
- ملکیان، مصطفی. ۱۳۷۸. سنت‌گرایی، تجددگرایی، پسانتجدگرایی. جلسه ۱۰، درس‌گفتارهایی در دانشگاه صنعتی شریف طی سال‌های ۱۳۷۸ - ۱۳۸۱
- ملکیان، مصطفی. ۱۳۸۲. ایمان و تعقل. سلسله درس‌گفتارهای استاد : ۷۵۵ تا ۷۵۷. قابل دسترس در : <http://ketabnak.com/book/57609>
- ملکیان، مصطفی. ۱۳۸۹. حدیث آرزومندی. چاپ دوم. تهران نشر نگاه معاصر.
- ملکیان، مصطفی. ۱۳۹۴. معرفت‌شناسی باور دینی، سلسله درس‌گفتارهای استاد؛ وب‌سایت صدانت. قابل دسترس در <https://3danet.ir/>

- Florida, R. L. (2005). *Cities and the creative class*. London: Routledge.
- Kian T., Far K. & Bang L.(2013) . A Model of 'Creative Experience' in Creative Tourism, *Annals of Tourism Research*, 2(2): 174_153.
- Kim H. (2013). The concept and strategy of creative tourism. *Policy of Korean Tourism*, Summer: 8-20. Available from: https://www.ftm.uniri.hr/files/Kongresi/THI/Papers/2014/THI_May2014_507to517.pdf. (accessed 5 November 2017)
- Landry, C. (2006). *The art of city_making*. London: Earthscan.
- Lee J. & Lee H. (2015). Deriving Strategic Priority of Policies for Creative Tourism Industry in Korea using AHP , *Information Technology and Quantitative Management (ITQM 2015)* , 1877-0509 © Published by Elsevier B.V. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license ,(2015) 479 – 484. Available from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050915014933> (accessed 5 November 2017)
- Mojahedi, M. M. (2016). *Is There Toleration in Islam?*” Reframing a Post-Islamist Question in a Post-Secular Context, *ReOrient*, Vol. 2, No. 1 (Autumn 2016), pp. 51-72 Published by: Pluto Journals Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/10.13169/reorient.2.1.0051> Accessed: 16-10-2017 04:34 UTC.
- Mommas, H. (2004). Cultural cluster and the post-industrial city: Towards the remapping of urban culturalpolicy. *Urban Studies*, (41):507–532.
- Pratt, A. C. (2010). «Creative cities: Tensions within and between social, cultural and conomic development, A critical reading of the UK experience,» *City, Culture and Society*, 1 (1), 13–10.
- Raymond, C. (2007). *Creative Tourism New Zealand: The practical challenges of developing creative tourism*. In: *G. Richards & J. Wilson (Eds.), Tourism, creativity and development*. London: Routledge.
- REIS, A.C & KAGEYAMA, P.(2009). *Creative City Perspectives*, 1st Edition, Garimpo de Soluções, São Paulo, 12-20, <http://garimpodesolucoes.com.br/o-que-fazemos/cidades-criativas-perspectivas-3/>
- Richard G. (2011). *Creativity and tourism: The state of the art*. *Annals of Tourism Research*, 38(4):1225-1265.
- Richards G. & Marques L. (2012). *Exploring* ملکیان، مصطفی. ۱۳۷۹. معنویت در نهج البلاغه، سلسله درسگفتارهای استاد، وب سایت صдат قابل دسترس در <https://3danet.ir/>
- ملکیان، مصطفی. ۱۳۹۴. سنت‌گرایی، تجددگرایی، پساتجددگرایی، سلسله درسگفتارهای استاد، وب سایت صдат قابل دسترس در https://3danet.ir
- مهدوی، ناصر . ۱۳۹۵. از مجموعه سخنرانی‌های منتشر نشده استاد. *Creative Tourism: Editors Introduction, Journal of Tourism Consumption and Practice*,4 (2): 1_11.
- Richards, G. (2008). creative Tourism and Local Development, in Rebecca wurzburger, Tom Aageson, Alex Pattakos and Sabrina Pratt (eds.) *Creative Tourism, A Global Conversation*, Sunstonepress, Santa Fé. <https://www.amazon.com/Creative-Tourism-Conversation-Rebecca-Wurzburger/dp/086>
- Richards, G. & Palmer, R. (2010). *Eventful cities, cultural management and urban revitalization*, Butterworth-Heinemann, UK <https://www.amazon.com/Eventful-Cities-Greg-Richards/dp/075066987X>
- Richards, G. & Wilson, J. (2007). *Tourism Development Trajectories: From Culture to Creativity?*, in Richards, G.; Wilson, J. (Eds.). *Tourism, Creativity and Development*. London, New York: Routledge.
- Richards, Greg .(2014). *Creativity and tourism in the city*, *Current Issues in Tourism*, 17:2, 119-144, DOI: 10.1080/13683500.2013.783794
- Sasaki, M .(2010). «Urban regeneration through creativity and social inclusion: Rethinking creative city theory through a Japanese case study,» *Cities*, 27, S3–S9.
- Sasaki, M. (2001). *The Challenges for Creative Cities*. Tokyo: Iwanami Shoten.
- Teresa, M. (2010). Fernández Fernández, More than sun, beach and heritage: innovating Mediterranean tourism through creative tourism. *Interactions, co-operation, competitiveness and economic development*, Rey Juan Carlos University (Madrid, Spain), http://reser.net.afna.si/materiali/priloge/slo/fernandez_t.pdf
- UNESCO. (2006). *UNESCO Creative Cities Network (2006) Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism: Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism Santa Fe, New Mexico, U.S.A. October 25-*

27, 2006. Available from: http://portal.unesco.org/culture/fr/es/34633/11848588553oct2006_meeting_report.pdf/oct2/06_meeting_report.pdf

- Voss, c. (2004). *Trends in the experience and Service Economy: The Experience Profit Cycle*,

London School of Economics, Professor of Operations Management Senior Fellow Advanced Institute of Management Research <https://www.researchgate.net/publication/242274223>.

COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the author(s), with publication rights granted to the Bagh-e Nazar Journal. This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



نحوه ارجاع به این مقاله

مهرنوش بسته‌نگار؛ علی حسنی. ۱۳۹۷. رواداری؛ راهبردی معنوی یا معنویتی راهبردی در توسعه گردشگری خلاق. باغ نظر، ۱۵ (۶۰) : ۵۰-۳۷.

DOI: 10.22034/bagh.2018.62764

URL: http://www.bagh-sj.com/article_62764.html

