درآمدی بر مردمی‌سازی به عنوان یک ساختار حکمرانی جدید

نگاه ابزاری یا اصیل به مردم؟

محمدصادق تراب‌زاده‌جهرمی
پژوهشگر هسته عدالت اجتماعی مرکز رشد دانشگاه امام صادق(ع)

مشارکت مردم در اداره و پیشبرد امور جامعه، نه با نگاهی «ابزارگونه» به مردم بلکه با نگاهی «اصیل» به مردمی بودن اداره درست جامعه، نیازمند بازتعریف است. برخی مردم را فقط جیب می‌بینند تا در موقع لزوم، از آن پولی استخراج کنند و برخی آنان را سیاهی لشکر برای مواقعی خاص. در این نگاه، مردم به عنوان جیب و سیاهی لشکر در خدمت سلسله مراتب حاکمیت یا هر عامل دیگری که قصد اعمال اراده و قدرت دارد قرار می‌گیرد و مشارکت بیش از آن را به دلایل مختلفی رد می‌کنند؛ چنانکه در دوگانه بروکراسی-دموکراسی، برخی دموکراسی و پاسخگویی (اتصال به مردم) را مخل و مانع کارایی و بروکراسی می‌فهمند. این در حالی است که زمانی می‌توان از مشارکت حقیقی مردم سخن گفت که نسخه درست جامعه‌سازی را صرفا در ماهیت مردمی و سازوکارهای مردمی اداره جامعه ببینیم؛ یعنی پردازش و ساخت درست جامعه را وابسته به حضور موثر و حداکثری مردم ببینیم؛ والا شاهد همان نگاه ابزاری خواهیم بود. نگاه اصیل به مردم را اینچنین در بیان رهبران انقلاب اسلامی می‌توان مشاهده کرد: «بار اصلی برپایی حکومت عدل بر عهده مردم است و انبیاء نیامده‌اند که خود، حکومتی تشکیل دهند بلکه از دل این امت و با اراده عمومی و همیشگی آنان، حکومت عدل را برقرار سازند. حکومت عدل، مستظهر به تایید، پشتیبانی و شرکت فعالانه همه ملت است. علاوه بر این، اساسا مردم، قوه اقامه عدل هستند. پس حکومت در خدمت مردم و با مردم تعریف می‌شود.» (سرآبادانی و همکاران، ۱۳۹۹، ۸۲) مردمی بودن در اندیشه حضرت امام خمینی(ره) را چنین می‌توان مشاهده کرد: «تنها با استقرار حکومت عدل اسلامی مورد تایید و پشتیبانی مردم و با شرکت فعالانه همه ملت است که می‌توان خرابی‌های عظیم فرهنگی و اقتصادی و کشاورزی را که رژیم فاسد شاه به وجود آورده است جبران نموده و نوسازی مملکت را به نفع طبقات زحمتکش و مستضعف آغاز نمود.» (خمینی، ۱۳۶۸، ج۵: ۴۲۷) «ما باید اقامه عدل بکنیم. عذر نیست که ما قوه نداریم؛ این ملت قوه ماست. این ملتی بود که با مشت جلوی تانک و توپ را گرفت؛ کشته هم داد.» (خمینی، ۱۳۶۸، ج۶: ۳۴)

«یکی از اشکالات مهمی که ما داریم، این است که روی راه‌های مشارکت مردم فکر نکرده‌ایم. من همین جا به مسئولان محترم، به صاحبنظران اقتصادی، به کسانی که علاقه‌مند به سرنوشت کشورند توصیه می‌کنم بنشینند راه‌های مشارکت عموم مردم در مسائل اقتصادی را پیدا کنند. هر جا مردم وارد شده‌اند ما پیشرفت کرده‌ایم. در دفاع مقدس مردم وارد شدند، ما پیروز شدیم؛ در مسائل سیاسی کشور مردم هر جا وارد شدند ما پیروز شدیم؛ در مسائل اقتصادی هم همین جور است؛ [اگر] مردم وارد بشوند، آحاد مردم وارد بشوند، ما پیروز خواهیم شد، موفق خواهیم شد؛ منتها مردم چجور وارد بشوند؟ باید نقشه ورود مردم در حوزه اقتصادی را به مردم نشان داد.»[1] برای پاسخ به سوال نقشه مردمی‌سازی، اول باید مراد از مردم را بدانیم و سپس در مورد شیوه حضور مردم در اداره جامعه یا به تعبیر بهتر، حکمرانی مردمی سخن بگوییم. بدین منظور در این نوشتار، ابتدا تلقی‌های مختلف از مردم و برداشت‌های مختلف از حکمرانی را عرضه کرده و با عبور از انگاره‌های رایج، مردم و حکمرانی مردمی را صورت‌بندی جدیدی خواهیم کرد.

کدام مردم؟

علاوه بر چالش اصالت-ابزار، بحث مردمی‌سازی با یک چالش دیگر نیز مواجه است: تکثر و تعارض تلقی‌ها از معنا و مفهوم مردمی‌سازی. سالیانی است که واژه مردمی‌سازی بر سر زبان‌هاست و تلقی‌های مختلفی از آن ارائه می‌شود که ریشه در معنای «مردم» و گستره مشارکت آن دارد:

۱ بنگاه به مثابه مردم: برخی به دلیل اینکه صرفا بنگاه‌های خصوصی را مردم می‌دانند، مردمی‌سازی را نیز خصوصی‌سازی از مسیر واگذاری امور به بنگاه‌های اقتصادی یا بازآفرینی اداره امور عمومی با منطق بخش خصوصی فهم می‌کنند.

۲ توده به مثابه مردم: برخی مردم را بخشی از جامعه در کنار رسانه، بنگاه، دولت، سمن و... می‌بینند که منظورشان از مردم دقیقا آحاد و توده است. در این نگاه، مردمی‌سازی یعنی حرکت توده‌وار آحاد مردم که فاقد هرگونه جهت‌دهی و هدایت یا تشکیلات‌سازی است.

۳ تشکل خودجوش به مثابه مردم: تشکل‌های مردمی به صورت خودجوش و سازمان‌یافته، داوطلبانه، غیرانتفاعی و غیررسمی از آحاد جامعه، حول دغدغه یا اهداف یا منافع مشترکی تشکیل می‌شوند که می‌تواند کمک‌کار ساختار رسمی یا موازی و مقابل ساختار رسمی اداره جامعه باشد.

۴ تشکل‌های حقوقی و غیرانتفاعی اما غیرحاکمیتی به مثابه مردم: سمن‌ها، بنیادها، سازمان‌های ایمان‌محور، سازمان‌های بشردوستانه و موسسات داوطلب غیرانتفاعی با ثبت حقوقی مشخص (داخلی و بین‌المللی) که بیرون از بدنه حاکمیت رسمی تلقی می‌شوند و البته سازمان‌یافته‌تر از تشکل‌های خودجوش هستند نیز به عنوان مردم تلقی می‌شوند. این تشکل‌ها، به جهت رسمی بودن‌شان، محدودیت‌ها و فرصت‌های متفاوتی خواهند داشت. به تبع، مردمی‌سازی در این نگاه، یعنی توسعه بخش سوم در جامعه و توسعه جامعه مدنی از مسیر این تشکل‌ها. این تشکل‌ها عموما توسط طبقات متوسط یا مرفه‌تر جامعه تشکیل می‌شوند. این در حالی است که تشکل‌های خودجوش یا حرکت توده‌ای می‌تواند در طبقات ضعیف نیز جریان یابد. طبیعی است که راه‌اندازی این تشکل‌ها برای افراد دارای سطح اقتصادی-اجتماعی بالاتری معنادارتر است و اساسا توان راه‌اندازی و اداره آن را دارند.

۵ آحاد و هویت‌های جمعی به مثابه مردم: آحاد مردم با همه تکثرهایشان در کنار هویت‌های جمعی رسمی و غیررسمی با همه تنوع‌شان در قالب ایده «بسیج عمومی» و متناسب با ظرفیت خود. در این نگاه، مردم یعنی همه مردم در همه هویت‌های جمعی‌شان که شامل بنگاه، خانواده، اقوام، توده، رسانه، انواع تشکل‌های داوطلبانه و غیرانتفاعی، دولت (با همه تکثر نهادی‌اش) و... می‌شود. پس مردمی‌سازی نیز یعنی بسیج عمومی همه ظرفیت‌ها برای تحقق امور عمومی جامعه یا تحقق ارزش‌های اجتماعی که کل جامعه را درگیر می‌کند. در این نگاه، خلاف تمام مدل‌های حکمرانی، انحصار و دایره بسته‌ای وجود ندارد، بلکه مبتنی بر ایده توازن (عدالت اجتماعی)، هر ظرفیتی در جایگاه متناسب خود به کار گرفته می‌شود و منافع، دائما بین همه هویت‌های جمعی در گردش است. وقتی می‌گوییم هویت اجتماعی و جمعی، لفظ اجتماعی و جمعی را در معنای عام خود به کار می‌بریم: خانواده، اصناف شغلی، اقشار فرهنگی، گروه‌های سیاسی، طبقات درآمد و ثروت و.... در واقع افراد جامعه در قالب هویت‌های گوناگونی به زیست و حیات خود معنا می‌دهند و کم‌وبیش در هویت‌های مختلف، کنش اجتماعی دارند. این هویت‌ها (سیاسی، اقتصادی و...)، همزمان و متداخل هستند و می‌توانند بر هم اثر بگذارند. لازم به ذکر است که این هویت‌ها باید مشروع باشند. از این جهت، هویت‌هایی چون همجنس‌گرایان، گروه‌های مذهبی ساختگی یا معارضان سیاسی و نظامی علیه حکومت اسلامی را شامل نمی‌شود.[2]

تلقی‌های شایع از نظام‌های حکمرانی

سوال از حکمرانی سوال از آن است که چه کسی، چگونه و برای تحقق چه چیزی، اعمال قدرت و اراده می‌کند و تبعیت ایجاد می‌کند. این مفهوم با مشارکت و اختیاردهی به طیفی از افراد، گروه‌ها، ایده‌ها، گفتمان‌ها یا سازوکارهای[3] مختلف گره خورده است. مشارکت مردم نیز به همین حیث، با مفهوم حکمرانی در ارتباط است. در برهه‌هایی در جامعه ایرانی خصوصا از اوایل دهه ۱۳۷۰، تصور رایج از مردمی‌سازی و مشارکت مردم، به صورت وثیقی با خصوصی‌سازی یا مشارکت بنگاه‌های خصوصی گره خورد. یکی از ریشه‌های چنین تلقی، ادبیات رایج بین‌المللی حکمرانی در دعوای دولتی- خصوصی بود که برخی دولت را به عنوان ساختار سلسله مراتب بروکراتیک و حافظ منافع عامه، شایسته حکمرانی می‌دانستند و برخی در نقد دولت با ایده‌های دولت حداقلی، بازار را کارا‌تر و همراستا کننده منافع شخصی و عمومی تعریف کردند.

این نگاه که به شدت در دهه ۷۰ میلادی به‌واسطه قدرت یافتن ریگان در آمریکا و تاچر در انگلستان منتشر شد، با یک تاخیر زمانی به ایران نیز رسید و در عرصه‌های مختلفی چون آموزش، سلامت، خدمات عمومی، اقتصاد و... در قالب دعوای دولتی- غیردولتی بروز و ظهور یافت. گرچه در ایران همچنان این دعوا به صورت جدی وجود دارد، اما دیدگاه‌های دیگری نیز پس از دولت و بازار طرح شده‌اند؛ از قبیل نگاه شبکه‌ای که معتقد است بازیگران مختلفی در جامعه حضور دارند که در یک شبکه روابط پایدار، براساس اعتماد و منافع دو و چند جانبه با یکدیگر وارد تعامل می‌شوند و جامعه را می‌سازند. در این نگاه دولت و بازار در کنار بخش سوم، رسانه و آحاد مردم از جمله بازیگران در عرصه حکمرانی هستند. البته قصد داریم در این یادداشت مدل دیگری از حکمرانی را به عنوان گفتمان رقیب عرضه کنیم که به ایده شبکه نزدیک‌تر است اما با آن متفاوت است. این مدل را با واژگان «مردمی‌سازی» و «بسیج عمومی» معرفی خواهیم کرد که «آحاد مردم و هویت‌های جمعی رسمی و غیررسمی» را حول تعلق‌های اجتماعی و هنجارها، برای اقامه یک امر عمومی بسیج می‌کند.

چرایی ورود دولت و بازار به حکمرانی

گفته می‌شود نهاد دولت به عنوان بازیگری که دارای دو منبع قدرت مهم و حذف نشدنی است، ناگزیر در عرصه حکمرانی حضور جدی دارد: مشروعیت از جانب مردم برای اعمال اراده در عرصه عمومی، زمین و جغرافیا (که حتی گسترش زندگی در فضای مجازی هم نمی‌تواند اصل این منبع قدرت را حذف کند). گاهی ورود دولت، حداکثری و گاهی حداقلی می‌تواند باشد. برخی معتقدند دولت باید صرفا سیاستگذار و تنظیم‌گر باشد و برخی معتقدند که حتی تصدی‌گری و اجرا هم باید به دولت سپرده شود، زیرا به عنوان خادم ملت حافظ منافع عمومی است و در پی تامین منافع شخصی خود نیست. علاوه بر این در مورد تامین حقوق عمومی، توزیع عادلانه منافع اجتماعی (به دلیل وجود آثار خارجی)[4] و انسجام‌بخشی به جامعه هیچ نهادی احساس مسئولیت نکرده و همچون بازار اگر وارد شود، دچار شکست می‌شود. برخی هم به استناد اینکه ارائه خدمت عمومی استاندارد توسط دولت، صرفه به مقیاس بیشتری از تکثر ارائه خدمت توسط سایرین دارد، دولت را کارا‌تر و کم هزینه‌تر می‌دانند.

بازارگرایان در مخالفت با دولت و محدودسازی آن، بازار را کارا‌تر، کم هزینه‌تر، پاسخگوتر، باکیفیت‌تر، توام با رضایت بیشتر مشتری و رعایت‌کننده آزادی انتخاب از مسیر رقابت تصویرپردازی کرده‌اند اما بخش خصوصی چرا باید در عرصه حکمرانی و اداره عمومی جامعه ورود کند؟ سودآوری، پاسخ به کاهش کیفیت خدمات بخش دولتی، پاسخ به تقاضای متنوعی که بخش دولتی به صورت یکسان ارائه می‌کرد و پاسخ به تقاضای اضافی که بخش دولتی توان ارائه آن را نداشت، از جمله دلایل ورود بخش خصوصی به عرصه عمومی بیان شده است. مخالفان بازارگرایی و حاکمیت بازار بر عرصه عمومی نیز به دلیل ذات بازار در بخش‌بندی مخاطب به مشتری و غیرمشتری (کسی که توان خرید دارد یا ندارد) معتقدند که این ویژگی ذاتی، عرصه عمومی را تخریب کرده و انواعی از محرومیت‌ها را تولید می‌کند. درعین حال با سلطه پول بر سایر روابط سیاست را نیز به چنبره خویش درمی‌آورد تا منافع بیشتری به جیب خویش روانه سازد.

امادرنهایت نه دولت‌گرایان و نه بازارگرایان، درواقعیت نتوانستند سلطه تام یابند و رقیب خویش را حذف کنند. به همین دلیل دیدگاه دیگری مطرح شد که تلاش کرد دایره گسترده‌تری از بازیگران را وارد عرصه حکمرانی کند. آنان ضمن حفظ دولت و بازار، سایر بازیگران را نیز موثر در حکمرانی دانستند که همه آنها تابع روابط پایدار در شبکه و منافع متقابل، برآیندی از نیروها را تولید می‌کنند که درنهایت جهت حرکت جامعه را مشخص می‌کند. پرواضح است که در این مدل حکمرانی نیز به جهت واقعیات میدانی، همه بازیگران قدرت یکسان ندارند یا در جوامع مختلف، شبکه روابط بازیگران یکسان نخواهد بود.

طبیعتا هر مدل حکمرانی بر بستر یک فرهنگ و روابط اجتماعی بنیادی‌تر شکل می‌گیرد و به آن مدل حکمرانی امکان تنفس می‌دهد. به همین دلیل مدل شبکه می‌تواند به جای اینکه یک تعادل قدرت انسجام یافته و متعالی شکل دهد، به یک جنگل روابط قدرت تبدیل شود. از این رو است که باید مدل حکمرانی متناسب با جامعه خویش را یافت، طراحی کرد و مستقر ساخت. در جوامع یا اجتماعاتی که بافت عمومی نظم‌پذیر باشد، امکان تنفس سلسله مراتب بیشتر است. در جوامع یا اجتماعاتی که بافت عمومی، فردگرا و منفعت‌طلب باشند، ساختار بازار می‌تواند فعال بماند. در جوامع یا اجتماعاتی که بافت عمومی، جمع‌گروی و تعامل را پهپذیرد، ساختار شبکه نیز می‌تواند شکل بگیرد. گرچه این بافت‌ها تناظر کاملی با این ساختارها ندارند اما غرض آن است که هر ساختار حکمرانی یا ترکیبی از آنها می‌تواند در بستر فرهنگی خاص خود شکل بگیرد. این بستر فرهنگی هم کلیت جامعه است و هم فرهنگ اجتماعات محدود.

سلسله مراتب مبتنی بر اقتدار و سلطه، حاکمیت روال‌ها و نظارت، روابط استخدامی و رسمیت شکل می‌گیرد و اعمال قدرت می‌کند. طبیعتا میدان‌دار و بازیگر اصلی در این مدل حکمرانی، دولت است. مردم نهایتا می‌توانند در لایه‌هایی، برخی ارکان دولت را انتخاب کنند و در سایر موارد اگر دولت خواست، در محدوده خواست او، مشارکت کنند. پس در بهترین حالت، دولت از ظرفیت مردم استفاده می‌کند اما تابع خواست دولت. اکنون باید دید که مردم در نظام‌ها و مدل‌های حکمرانی تا چه حد می‌توانند حضور داشته باشند یا چقدر ظرفیت مردمی‌سازی در این مدل‌ها وجود دارد. ساختار بازار مبتنی بر تبادل و رقابت، عرضه و تقاضا، سیگنال‌دهی قیمت، نفع شخصی، مشتری‌محوری، قرارداد و حقوق مالکیت و بدگمانی متقابل شکل می‌گیرد. مردم در این ساختار در قامت مشتری می‌توانند تعریف شوند و روابط پولی و بازاری و به تبع بنگاه‌های خصوصی میدان‌دار زمین بازی هستند؛ پس یا مشتری هستند یا بنگاه. از این رو در جایی که امکان مشتری شدن یا بازارسازی وجود ندارد یا اینکه بازار، مخرب ارزش‌ها شود این ساختار شکست می‌خورد. ساختار شبکه مبتنی بر همکاری و انسجام، ارزش‌های مشترک، وفاداری و اجماع و اعتماد، روابط، احترام متقابل و دغدغه مشترک، قوت‌های مکمل یکدیگر و منافع دوجانبه شکل می‌گیرد. این ساختار حکمرانی در عین حفظ دولت و بازار، اما کلیت خود را بر تکثر بازیگری قرار داده است. در اینکه چه کشوری توانسته ساختار شبکه را در نظام حکمرانی خویش محقق کند، همچنان ابهام وجود دارد. ایده‌هایی چون حکمرانی فراگیر[5] یا توسعه جامعه مدنی یا ظهور زندگی جدید از مسیر فضای مجازی نیز هنوز نتوانسته‌اند جایی برای ساختار شبکه در دعوای سلسله مراتب بازار باز کنند. شاید ما حصل تلاش مدل شبکه را بتوان نوعی از اصلاح و تعدیل در قدرت سلسله مراتب و بازار دانست. به هر حال ساختار شبکه فارغ از میزان یا نوع تحققش می‌تواند محل نقد و بررسی قرار گیرد و با ایده مردمی‌سازی در مقایسه افتد. عدم توازن قدرت اعضای شبکه، بی‌جهتی شبکه و به تبع مصادره آن به نفع برخی بازیگران پرقدرت را به دنبال خواهد داشت. بار مثبت واژه «شبکه»، این غفلت را ایجاد می‌کند که شبکه با ادعای مشارکت حقیقی و گسترده عناصر اجتماع مطرح شده است اما بیشتر به استفاده ابزاری بازیگران قدرتمند از بازیگران ضعیف در یک بازی مشارکتی منجر می‌شود. یا اینکه شبکه دائمدار منافع بلندمدت شکل گیرد اما لزوما این روابط سالم نیستند. در عین حال پذیرش ساختار شبکه مستلزم پذیرش نوعی نگاه نهادگرا است تا اینکه بخواهد کنشگران را فاعل و فعال نشان دهد. دیدگاه کنشگرمحور می‌پذیرد هر کنشگر در لحظه، تصمیم متفاوت و منفعت‌گرایی بگیرد که با تصمیم بعدی متفاوت است اما دیدگاه نهادگرا این کنش‌های لحظه‌ای را کنار گذاشته و انسان را در طول زمان تحلیل می‌کند. به نظر می‌رسد که نگاه واقع‌بینانه ترکیبی از هر دو است. فلذا مدل حکمرانی شبکه، توان تحلیل کاملی از واقعیت میدانی را ندارد. قاعدتا ساختار مردمی‌سازی ما باید توان تبیین همه این حالات را داشته باشد.[6]

برخی نیز با طرح واژه «فراحکمرانی»[7]، قائل به این هستند که می‌توان هر ساختار حکمرانی را در عرصه‌ای مناسب دید و نیازی نیست با یک مدل به اداره جامعه پرداخت. قاعدتا نمی‌توان جامعه را گسسته اداره کرد. پس لازم است یک مدل حکمرانی مسلط بر این مدل‌ها وجود داشته باشد که تناظر بین هر عرصه و هر مدل حکمرانی را مشخص کند. تلقی ابتدایی از فراحکمرانی از دیدگاه ما مردود است اما فراحکمرانی به عنوان یک مدل حاکم و شامل بر سایر مدل‌ها برای ما همان حکمرانی مردمی است.

مدل حکمرانی ما؟

اجمالا می‌دانیم و می‌خواهیم مدلی از حکمرانی داشته باشیم که مردم (به وسیع‌ترین معنای آن) در آن جایگاهی موثر و جدی داشته باشند. در عین حال نیز بر اساس تجربه تاریخی داخلی و خارجی و نیز آموزه‌های مکتبی می‌توانیم تصریح کنیم که به دنبال یکی از ساختارهای سه‌گانه دولت‌گرایی سلسله مراتبی، بازارگرایی بی‌اخلاق و شبکه بی‌جهت نخواهیم رفت. از این رو واژه مردمی و مردمی‌سازی را اختیار کردیم تا پاسخ خود را ذیل آن بسته‌بندی کنیم. باز هم یادآور می‌شود که نقد این سه رویکرد به معنای رد نهاد دولت، نهاد بازار یا نهاد همکاری درون شبکه‌ای نیست بلکه محوریت یافتن مدل حکمرانی آنان را جامع یا درست نمی‌دانیم. حال پرسش‌هایی وجود دارد که باید بدان پاسخ گفت. به طور مثال، چه چیزی را می‌خواهیم مردمی کنیم و اساسا موضوع بحث چیست؟ تصمیم‌گیری، نظارت، تامین خدمات، تامین مالی، اداره و مدیریت، اطلاع‌رسانی، مشورت، همراستاسازی نیروها و هماهنگی یا...؟! آیا همه سطوح اداره زندگی، مشمول مردمی شدن هستند یا بخشی از آن؟ آیا موسع کردن معنای مردمی‌سازی به بی‌خاصیت شدنش می‌انجامد یا جهت‌دهی معنایی خاصی برای مفهوم مشارکت ایجاد می‌کند؟

پاسخ اولیه از منظر عدالت اجتماعی در اندیشه اسلامی آن است که:

«در جامعه‌ای که اساس حیات اجتماعی و ساختارهای آن برای رشد دادن و تعالی انسان وضع شده‌اند و از سوی دیگر، انسان مسیر رشدش را باید از مسیر اختیار دنبال کند و برای تجلی اختیارش نمی‌تواند به صورت اختیاری خود را منزوی کرده و اداره زندگی را به دیگری بسپرد، لازم است به صورت حداکثری (با انواع هویت‌های جمعی‌اش) در تمامی شئون زندگی خویش حاضر باشد تا از مسیر زندگی خود به تعالی برسد. این انسان با درک کامل معنای زندگی که خود می‌سازد، می‌تواند رشد کند. پس مشارکتش در عرصه‌های مختلف اداره جامعه، اصیل است (نه ابزاری) و گستردگی آن، به امکان و ظرفیتش بستگی دارد؛ نه محدودیت‌های از پیش تعیین‌شده. هرگاه انسان از اداره زندگی خویش[8] در همه ابعاد و سطوح، فاصله بگیرد به همان میزان از درک معنای زندگی و فرصت رشد نیز بی‌بهره شده است. به تبع، هر انسانی که از درک کامل زندگی محروم شود یا داشته‌ها و هویت‌هایش را درگیر نسازد، دیگران را نیز از آن داشته‌ها محروم ساخته یا زمینه سلطه انحصاری و ظالمانه برخی بر برخی را فراهم می‌کند. همان‌گونه که جامعه بستر شکوفایی کمالات انسانی است، حضور حداکثری موثر همه مردم در ساخت جامعه نیز لازمه کمال تلقی می‌شود.»

مردمی‌سازی به‌مثابه بسیج عمومی آحاد و هویت‌های جمعی حول ارزش‌های مشترک برای اقامه امور

در پیام حضرت امام خمینی (ره) به نهضت سوادآموزی (۷ دی ۱۳۵۷)، حکم شورای انقلاب برای تشکیل اداره امر به معروف و نهی از منکر (۱۳۵۸)، پیام به ملت ایران در مورد حساب ۱۰۰ (۲۱ فروردین ۱۳۵۸)، پیام از بیمارستان قلب در خصوص استقبال جوانان از بسیج عمومی (اسفند ۱۳۵۸)، پیام تشکیل جهاد سازندگی (۲۶ خرداد ۱۳۵۸) و... می‌توان شواهد ایده بسیج عمومی و حکمرانی مردمی را مشاهده کرد. تجربه دفاع مقدس نیز یکی از ناب‌ترین تجارب موفق مردمی‌سازی و در مقیاس بزرگ است که انواع آحاد و هویت‌های جمعی را متناسب با ظرفیت خویش، ذیل هدایت حاکمیت اسلامی در امر حیاتی دفاع درگیر می‌کند. این تجربه نافی همه نگاه‌های صرفا توده‌ای، صرفا خصوصی و صرفا تشکل داوطلبانه (خودجوش یا حقوقی) بلکه موید و جامع همه افراد و اجتماعات است که مدیریت جهادی توانست آن را روی زمین محقق کند.

جدول ۱: ضعف تلقی‌های مختلف از مردم در موضوع حکمرانی

ردیف	نوع تلقی از مردم	ضعف
۱	بنگاه	انحصار، پول‌محور، بخش‌بندی مخاطب
۲	توده	بی‌انضباط
۳	تشکل خودجوش	خرد و محدود
۴	تشکل‌های حقوقی- غیرانتفاعی اما غیرحاکمیتی	خرد و محدود، طبقاتی
۵	آحاد و هویت‌های جمعی	شکست درصورت ضعف پیوند اجتماعی و نیز کمبود سرمایه اجتماعی برای حاکمیت

مدل حکمرانی باید بتواند کنش‌های سطح خرد و کلان را سازمان‌دهی کند. به همین دلیل، توسعه تشکل‌ها یا بنگاه، نمی‌تواند یک مدل حکمرانی باشد زیرا فاقد طرحی برای عرصه کلان است. محوریت بنگاه نیز به حکمرانی سرمایه‌دارانه منجر می‌شود. حرکت توده نیز در عین اینکه برای سطح کلان، فاقد طرح است، در سطح خرد نیز چالش بی‌انضباطی را شاهد است و بیشتر نماینده یک حرکت کاتوره‌ای خواهد بود. پس این تلقی‌ها از مردمی‌سازی، نمی‌توانند معنای تام آن را تامین کنند. به طور خاص، مردمی‌سازی را در مقابل خصوصی‌سازی مفهوم‌پردازی خواهیم کرد تا ضمن نفی تساوی این دو مفهوم و رویکرد، مردمی‌سازی مدنظر خود را نیز روشن کنیم:

جدول ۲: مولفه‌های مردمی‌سازی در مقابل خصوصی‌سازی

مولفه	خصوصی‌سازی	مردمی‌سازی
واحد مشارکت‌کننده	بنگاه	افراد و هویت‌های جمعی
مدخل ورود اولیه	اقتصاد	سیاست و اجتماع
هدف دولت	واگذاری و نظارت	درونی‌سازی مبادلات، اجتماعی‌سازی و توسعه پیوندهای اجتماعی
عنصر سازمان‌ده	سود	هنجار، تعلق اجتماعی و مسئولیت اجتماعی
تاثیر مالی	رشد هزینه‌ها به دلیل افزایش هزینه بر مقیاس	کاهش هزینه‌ها با استفاده از ظرفیت‌های مردمی
موضع نسبت به عدالت	عدم تعادل تربیتی به دلیل کلونی‌سازی و خاص‌گرایی تکاثر	شکوفایی استعداد توازن در تکثر تبادلات بین هویت‌های متکثر

خصوصی‌سازی، واحد ارائه‌دهنده خدمت یا کالا را بنگاه اقتصادی تعریف می‌کند در حالی که مردمی‌سازی، همه افراد و هویت‌های جمعی از جمله بنگاه را گرههای از روابط و مبادلات می‌داند. این هویت‌ها متکثر و متداخل هستند، یعنی همزمان فرد می‌تواند در چند هویت جمعی قرار گیرد که صرفا اقتصادی یا سیاسی نیست. گاهی این هویت‌ها رسمی هستند و گاهی غیررسمی. به طور مثال یک کاسب، هم عضوی از اولیای دانش‌آموزان محل است و هم عضوی از نمازگزاران مسجد محل. پس می‌تواند داشته‌های هویت‌های مختلف را به اشتراک بگذارد (البته به تعبیر والزر، شرافت‌های یک عرصه لزوما نباید به شرافت سایر عرصه‌ها منتقل یا مسلط شود و به تعبیر دینی، حدود شرعی این اشتراک‌گذاری باید مشخص شود). وقتی واحد بررسی ما افراد و هویت‌های جمعی هستند، عنصر سازمان‌ده نظام حکمرانی نیز از سود به هنجارها و ارزش‌های اجتماعی تغییر می‌کند. هنجار می‌تواند افراد با هویت‌های متکثر را حول خویش جمع کند. از این رو اگر یک نظام ارزشی فراگیر (نه مبتنی بر تساهل و تسامح) و جذب‌کننده، غالب شود، توان بسیج عمومی بالایی برای اداره امور خواهد داشت. هنجارها، تعلق اجتماعی تولید می‌کنند و تعلق‌ها اگر قوی باشند، به نسبت مسئولیت‌پذیری بالایی را به همراه خواهند داشت. آن‌گاه است که تعهدات و مسئولیت‌پذیری، نیروها را به کمک می‌آورد. این کار به کاهش هزینه نیز منجر می‌شود. در ساختار سلسله مراتب اگر قرار بود برای هر کار جدید، فرد جدیدی استخدام شود و اگر در ساختار بازار اگر قرار بود برای هر کار جدید، قرارداد جدیدی منعقد شود، اکنون بسیاری از کارها در قالب مسئولیت‌پذیری و تعلق اجتماعی می‌تواند با هزینه کمتر یا منصفانه‌تر یا بدون هزینه انجام شود. به صورت ویژه می‌توان شاهد این ساختار در مدرسه باشیم. برخی مدیران هوشمند از ظرفیت‌های مختلف والدین یا محیط یا معلمان و حتی دانش‌آموزان استفاده می‌کنند و بدون قرارداد جدید یا استخدام جدید، کارهای جدیدی را تولید و ارائه می‌کنند که منجر به انسجام بیشتر مدرسه نیز می‌شود. این فضا که در آن به بهانه‌های مختلف اما حول تعلق به مدرسه، داشته‌های متنوعی ارائه و به گردش درمی‌آید زمینه بروز استعدادهای مختلف نیز خواهد بود و همه از هم بهره‌مند می‌شوند. این فضا به بهانه رشد استعداد به عدم تعادل منجر نمی‌شود و به بهانه تعادل، سرکوب استعداد نمی‌کند. پس به جای بخش‌بندی افراد بر اساس تمایزهایشان، تضارب حداکثری بر اساس همان تمایزها ایجاد می‌کند تا به توازن برسد، نه فاصله و شکاف. نهاد دولت و قدرت کجای مردمی‌سازی است؟ به نظر می‌رسد در اندیشه اسلامی، اصل بر مسئولیت حداکثری حاکمیت نسبت به زندگی دنیوی و اخروی مردم و در عین حال، اصل بر عدم ورود مستقیم و اجرایی به زندگی مردم است، مگر اینکه امری، معطل بماند یا نتوان مستقیما به مردم سپرد. از این رو دوگانه‌های دولت حداکثری و حداقلی یا دولت تنظیم‌گر و تصدی‌گر، ناقص هستند. دولت، متولی است و اگر امری بر زمین ماند، تصدی‌گری هم بر عهده او خواهد آمد. به تعبیری دولت، «وارث من لا وارث له» و «ولی من لا ولی له»[9] است. پس اولویت اصلی آن است که امور در قالب «روابط بین مردم» درونی‌سازی شود؛ یعنی تبدیل امور به جزئی از زندگی مردم و طبیعی‌سازی آن. در این صورت حاکمیت نسبت به نتیجه نهایی مسئول است و اگر به هر صورتی نتیجه محقق نشد باید مداخله کند.

اولویت حاکمیت آن است که درونی‌سازی امور در روابط اجتماعی رخ دهد، نه اینکه امور را تماما خود شخص انجام دهد چون شئون زندگی را از مردم می‌گیرد و معنای زندگی، ناقص می‌شود. پس دولت حتی اگر بخواهد مداخله کند بهتر است تا حد امکان مردم را واسطه قرار دهد (ورودی که پیوندها را تقویت کند نه اینکه درگیری و اصطکاک بین مردم را بالا برد). حاکمیت زمانی ورود می‌کند که مردم نمی‌خواهند یا نمی‌دانند یا نمی‌توانند ورود کنند. پس اول باید فهم، خواست و توانمندی ایجاد شود. برای این کار هم تربیت افراد و ساختارهای متناسب را در کنار هم باید دنبال کرد (تربیت افراد و اجتماعات در کنار ساختارهای تربیتی). حاکمیت اعمال هر ساختاری را مبتنی بر ظرفیت پذیرش پیش می‌برد و پس از هر اعمالی، باید به حکمت آن رهنمون شود تا اعتماد به نهاد اعمال اراده و اقتدار را حفظ و تقویت کند. برای این کار قطعا نیازمند دولتی قوی و هوشمند هستیم تا بتواند درونی‌سازی امور را پی بگیرد و هر جایی ناموفق بود، مداخله و تولی‌گری مستقیم داشته باشد. پس دولت ضعیف نمی‌تواند مردمی‌سازی را محقق سازد. از این رو دوگانه دولت حداکثری-حداقلی به دوگانه درست دولت قوی-ضعیف تبدیل می‌شود.

شروع نرم‌افزاری مردمی‌سازی

پرسش اینجاست که این مردمی‌سازی را از کجا باید آغاز کرد؟ اگر موتور جامعه‌سازی را سه‌گانه قدرت، پیوندهای اجتماعی و اموال بدانیم،[10] شروع مردمی‌سازی حتما از لایه اموال نیست. به عبارت دیگر، هیچ وقت مشارکت و حضور مردم را نباید از پول و ثروت شروع کرده بلکه باید از روابط اجتماعی و قدرت آغاز کرد، زیرا پایه‌ای‌ترین لایه تغییر، پیوندهای اجتماعی است و هر نوع تغییر باید بر بستر پیوندهای اجتماعی رقم بخورد. برای این کار هرچه بتوان پیوندهای اجتماعی را تقویت کرده و مشارکت در ساختار قدرت و تصمیم‌گیری و اداره امور را مردمی‌تر کرد، آن‌گاه تعلق اجتماعی بیشتر شده و زمینه مردمی‌سازی اقتصادی نیز بیشتر فراهم می‌شود. به تعبیر بهتر، در فضای مشارکت اجتماعی و سیاسی است که می‌توان مردمی‌سازی اقتصادی را معنادار کرد والا به رشد خصوصی‌سازی و بازارگرایی منجر خواهد شد. از این فرهنگ فردگرایی و منفعت‌محوری، بازار اسلامی برنمی‌خیزد و بازارگرایی سودمحور تولید می‌شود. مردم اول باید خود را موثر در تصمیم‌گیری ببینند و امور را جزئی از زندگی طبیعی خود بدانند که بخواهند در عرصه اموال هم وارد مشارکت شوند. در غیر این صورت مردم، به بخشی از مردم تقلیل می‌یابد که زمینه سلطه و تبعیض و فاصله است. حال برای مردمی کردن نهاد اجتماع و سیاست، برخی به اشتباه از سازوکار بازار استفاده می‌کنند، در حالی که اساسا این دو نهاد، محل شکست بازار هستند و ارزش‌های عمومی در آنها مخدوش می‌شود. پس اصل روابط اجتماعی و نهاد قدرت را نباید به بازار سپرد، بلکه بخشی از نهاد قوام مال را می‌توان با ساختار بازاری اداره کرد. اتکای صرف به بنگاه که هدف آن به طور انفرادی سودآوری است، یک فضای سودآگرانه و سرمایه‌دارانه بی‌رحم ایجاد می‌کند؛ در حالی که بنگاه در کنار سایر هویت‌های جمعی می‌تواند پیشران یک اقتصاد سالم باشد. طبیعتا بازاری که در بستر فرهنگ انصاف تنفس می‌کند با بازار سودمحور شخصی، متفاوت است و حتی در سازوکارهای نظارت و... نیز متفاوت عمل می‌کند.

در ادامه باید اشاره کرد با توجه به ضرورت حداکثرسازی تبادلات و مبادلات بین آحاد و هویت‌های جمعی، برای مردمی‌سازی باید از سیستم بسته به سیستم باز حرکت کنیم، یع