

## شهروند مؤثر

مردم مؤثرترین عنصر وجودی در نظام کلان و مدیریت شهری هستند، این تأثیر گذاری از دو منظر اقتصاد شهری و مدیریت شهری قابل بررسی است.



■ سعید ابراهیمی  
مدیر مطالعات و پژوهش  
شهرداری اصفهان

### ■ تأثیر گذاری از منظر اقتصاد شهری

در تأثیر گذاری مردم از منظر اقتصاد شهری می‌توان گفت مردم هم از دیدگاه عوامل تولید (عرضه) و هم از دیدگاه مصرف محصولات و خدمات (تقاضا) بر اقتصاد شهری تأثیر گذاشته و از آن تأثیر می‌پذیرند. هر گونه رشد در عوامل تولید منجر به رشد اقتصادی شهر خواهد شد، در این صورت با افزایش مهارت، آگاهی تعهد و احساس مسئولیت و تخصص افراد جامعه، پویایی و ارتقای تولیدات داخلی و اعتماد سازی به مصرف کالاهای داخلی و همچنین افزایش گردش مالی در شهر محقق می‌شود. مصرف منطقه‌ای و هوشمند یکی از مهم‌ترین اجزای تقاضا است، مردم می‌توانند با مصرف کالاهای داخلی و بالطبع بالا بردن انتظارات و مطالبات خود از کیفیت تولیدات ملی، نقش ویژه‌ای در اقتصاد شهر و کشور داشته باشند، همچنین وجود حداقل مشخصی از تقاضای داخلی می‌تواند زمینه‌های برنامه‌ریزی آگاهانه برای ایجاد ظرفیت‌های تولید را فراهم سازد.

### ■ تأثیر گذاری از منظر مدیریت شهری

در این زمینه تأثیر گذاری مردم در دو موضوع قابل بررسی است، یکی مشارکت فعال در اداره امور شهر از طریق حضور حداکثری در ارائه نظرات به صورت مستمر و کمک به تدوین برنامه‌ها و دیگری همکاری در اجرای اقدامات و پروژه‌های شهری و نظارت بر حسن اجرای آن‌ها.

### ■ نقش محله محوری

بندیک سیاست‌های ابلاغی اقتصاد مقاومتی می‌گوید: «توسعه کارآفرینی و به حداکثر رساندن مشارکت آحاد جامعه در فعالیت‌های اقتصادی با تسهیل و تشویق همکاری‌های جمعی و تأکید بر ارتقاء درآمد و نقش طبقات کم‌درآمد و متوسط»، برای نیل به این موضوع می‌توان گفت تأکید بر محله محوری در برنامه‌ریزی‌ها از طریق تشکیل هسته‌های فرهنگی اجتماعی یا شوراهای اجتماعی محلات از مهم‌ترین راهبردهای کلان مدیریت شهری است. این امر در ابعاد زیر قابل بررسی است.

### ■ مدیریت هزینه

تهیه فهرست مصادیق اجرایی مدیریت هزینه و آموزش انضباط مالی و اصول آن به شهروندان و ترویج فرهنگ صرفه‌جویی و قناعت یکی از مهم‌ترین فعالیت‌ها در این زمینه است.

### ■ مدیریت منابع و درآمد

تشویق فعالیت‌های کارآفرینانه و معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری، افزایش توانمندی شهروندان در انجام فعالیت‌های کسب و کارانه و ایجاد زمینه‌های اشتغال محلی از مهم‌ترین فعالیت‌ها در این زمینه است.

### ■ گفتمان سازی اقتصاد مقاومتی

بند ۲۱ سیاست‌های ابلاغی نیز می‌گوید: «تبیین ابعاد اقتصاد مقاومتی و گفتمان سازی آن به ویژه در محیط‌های علمی، آموزشی و رسانه‌ای و تبدیل آن به گفتمان فراگیر و رایج ملی»، برای گفتمان سازی مفهوم اقتصاد مقاومتی در میان اقشار مردم در دو سطح پیشنهاد می‌شود.

### ■ در سطح نخبگان

به عنوان افراد تأثیر گذار بر عموم جامعه و افرادی که می‌توانند بنیان‌های نظری را به طور عمیق‌تر مورد بررسی و مذاقه قرار داده و از این طریق با ساده‌سازی مفاهیم برای مردم و اجرایی شدن آن کمک نمایند.

### ■ در سطح عموم مردم

در این سطح با افزایش آگاهی مردم در موضوعات مختلف می‌توان سطح مطالبات آن‌ها از نخبگان و مسئولین را بالا برده و در نتیجه به فراگیری موضوع و اجرای آن کمک نمایند. هر دو مورد فوق در قالب شورای محلات می‌توانند از طریق ارتباط مؤثر و کارآمد با نخبگان و انتقال مفاهیم مورد نظر و سپس ایجاد مقدمات لازم و کمک به ارتباط بیشتر نخبگان و معتمدین محلی با عموم مردم به گفتمان سازی در خصوص موضوعات مختلف نمایند. ■■

می‌توانند پیش قدم این مشارکت شوند تا این پروژه با سرعت بالاتری انجام شود اما این اتفاق تاکنون نیفتاده است چنانچه محمد مدرسی، مسئول دفتر مطالعات فرهنگی و اجتماعی شهرداری مشهد و کارشناس ارشد علوم اجتماعی معتقد است: «شهرداری می‌توانسته در حوزه بافت فرسوده با مالکان شریک شود و به جای پرداخت هزینه تملک، هزینه ساخت و ساز را به مردم اعطا کند و با مردم شراکت کند در این صورت در نیمی از هزینه‌ها صرفه‌جویی صورت می‌گیرد و چهبسا پروژه با سرعت بالاتری انجام و پایان می‌پذیرفت». اما دیوار بی‌اعتمادی میان مردم و شهرداری باعث شد این اتفاق با مشارکت اتفاق نیفتد مردم از ترس اینکه مبادا سرمایه اولیه خود و ملکشان را از دست بدهند حاضرند حتی با قیمتی کمتری ملکشان را بفروشند و خود را درگیر با شهرداری نکنند.

مدرسی نیز می‌گوید: «البته برای شهرداری نیز مشارکت در ۳۰۰ هکتار بافت فرسوده با مردم کار ساده‌ای نیست و چهبسا که یک ریسک نیز هست». اما آیا این ضعف از جانب مردم است یا شهرداری؟ مسئول دفتر مطالعات فرهنگی اجتماعی شهرداری مشهد درباره ریشه این بی‌اعتمادی می‌گوید: «این ضعف از سوی مدیریت شهر است البته اگر به ساختار اجتماعی شهر مشهد که یک شهر مهاجرپذیر است دقت شود، مشاهده می‌کنید که حس مشارکت در میان مردم کم است، از طرفی تجربه قبلی پیرامون احیای بافت فرسوده شورای اجتماعی محلات در کشور ما وجود نداشته تا مسئولان الگو برداری کنند».

زمانی شورای اجتماعی محله واقعاً شورای اجتماعی محله است که مکانیزم انتخاب و جایگاهی که برای آن تعریف می‌شود، واقعی شود و بتواند پاسخگوی مطالبات باشد در این باره مدرسی خاطر نشان کرد: «متأسفانه اکنون سطح اختیارات این شورا فقط در حد مشورت است و این کافی نیست اما باید شورای شهر و یا دولت اختیارات این شورا را افزایش دهد». به‌طور یقین هر قدر با هزینه کمتر، رضایت‌مندی بیشتری برای مردم فراهم کنیم آن موقع است که می‌توانیم بگوییم موفق شده‌ایم.

شورای اجتماعی محله باید اولویت دادن به نیاز اصلی را در مدیریت شهر فراهم کند، نیازی که با کمترین هزینه بیشترین خدمات و رضایت را به شهروندان بدهد؛ در این صورت شهرداری توانسته یک گام در راستای اقتصاد مقاومتی بردارد. مدرسی درباره اقداماتی که مردم می‌توانند در جهت تلاش برای حفاظت از شهر و تأثیر بر اقتصاد آن انجام دهند، تأکید می‌کند: «اگر مردم، محله‌شان تمیز نگه‌دارند، درختان محله‌شان را خودشان آب بدهند، فعالیت‌های فرهنگی انجام دهند؛ بسیاری از هزینه‌های مالی شهرداری کم می‌شود یا همین‌طور اگر شهروندان عوارضشان را به موقع پرداخت کنند، همه این‌ها اگر هزمانی اتفاق می‌افتد که احساس تعلق به شهر میان شهروندان بالا رود.» ■■