

بر سر این نیست که مردم مشهد نیاز به پارک، سینما و یا مسائلی از این دست ندارد بلکه اولاً صحبت از نسبت این ترتیبات نهادی با اقتصاد فرهنگی است و ثانیاً، بحث بر سر گستردگی آن‌ها در یک شهر است. یقیناً مردم یک شهر نیازمند دیدن فیلم طنز هم خواهند بود و نمی‌توان به صورت صفر و یکی به مباحث نگریست. یا آنکه نمی‌توان گفت در این شهر نیاز به کارخانه مواد غذایی نداریم بالاخره مردم این شهر غذا هم لازم دارند! اما سخن از آن است که نسبت این تولیدات در این شهر با یک اقتصاد فرهنگی چقدر باید باشد.

ارزایی‌های کمی گرامغایر با تغییرات تربیتی

همچنین، بایستی به نکته‌ای که رویکرد جدید دانش اقتصاد برای آن اهمیت زیادی قابل است توجه نمود و آن بحث تدریج است. زیرا، در نگاه جدید دانش اقتصاد، فضای انسانی، برخلاف نگاه پیشین، فضای مکانیکی نیست و انتخاب‌ها در یک فضای انسانی شکل می‌گیرد و در فضای انسانی ما یقیناً مواجه با مفهوم یادگیری که امری تدریجی است خواهیم بود. به عبارت بهتر، تغییر ترجیحات انسانی و انتخاب‌ها تدریجی است. شمانمی توانیدیک شبه این کار را انجام دهید، در یک پروسه ۲۰ ساله است که می‌توان بخشی از منابع شهر را به سوی اقتصاد فرهنگی سوق داد. خود این مسئله نیز یکی از دلایل عدم توجه مدیران شهری به اقتصاد زیارت در معنای مورد نظر است. زیرا، اصولاً ارزیابی‌های کمی گرای کشور ما باعث می‌شود که مدیر به سراغ رویکرد سنتی در حوزه توسعه شهری برود و با احداث چند پارک و مجموعه معمولی بتواند آمار و ارقامی به مسئولین بالاتر خود بدهد و برای خود محبوبیت کسب نماید. و متأسفانه از این امر گریزی نیست اما در این میان نکته قابل توجه اینست که اقداماتی از این دست حتماً بایستی با مقتضیات اجرایی یک مدیر نیز به نوعی همخوانی داشته باشد و نمی‌توان به یک مدیر گفت توبه هیچ کار عمرانی شهری بوده اختصاص نده که من می‌خواهم اقتصاد فرهنگی ایجاد کنم!

نمی‌خواهیم واتیکان شویم

اقتصاد فرهنگی این نیست که مشهد واتیکان باشد شک نکنید این کار شکست خورده است. اقتصاد فرهنگی واتیکان درست کردن نیست. زیارت مفهومی بسیار پر ظرفیت است که با توجه به فرهنگ و هویت دینی و اقتضات بومی می‌توان بر اساس آن طرحی نو براندازیم.

نگاه جدید به دانش اقتصاد بیان می‌کند که حسب پستر این شهر، تعاملات اجتماعی باید به نحوی مدیریت شود که هم آدم‌های ی که در این شهر می‌خواهند سکونت کنند و هم کسانی که می‌خواهند به این شهر بیایند از شکل خاصی از ترجیحات برخوردار باشند. یعنی لزوماً قرار نیست همه افراد، این شهر را برای پاسخ به تمامی نیازهای خود انتخاب کنند. مدل انتخاب در این شهر باید متفاوت از مدل انتخاب در تهران و تبریز باشد

با اقتصاد زیارت است. همچنین، در سلامت، این شهر می‌تواند بزرگترین بیمارستان‌های خاورمیانه را که حتی جنس خدمات آن می‌تواندندکی با دیگر نقاط کشور متفاوت باشد و یک زوار از خدمات درمانی متفاوتی در این بیمارستان برخوردار گردد در خود جای دهد.

طراحی بازارهای فرهنگی ویژه

باید دانست که این مواردی که بیان شد تماماً ناشی از یک پیش فرض است که مشهد اصولاً بازار مناسبی برای این گونه موارد است. به عبارت بهتر، همانگونه که بیان کردم در چارچوب رویکرد جدید دانش اقتصاد، ایجاد و طراحی بازار خود یکی از محورهای اساسی دانش اقتصاد است و در یک اقتصاد فرهنگی سیاستگذار بایستی بتواند انواع بازارهایی را که به صورت بالقوه در یک شهر موجود است با طراحی به با لفعّل تبدیل نماید (منظور از بازار در اینجا وجود تقاضاکننده انبوه است). به عبارت دیگر، شهر مشهد پتانسیل طراحی چنین بازارهایی را دارد این در حالی است که شما خیلی وقت‌ها پول دارید، سرمایه و تجهیزات را هم دارید اما نمی‌توانید یک صنعت را به خاطر وجود نداشتن بازار مناسب ایجاد کنید. خیلی وقت‌ها بازار است که تعیین می‌کند یک صنعت در جایی شکل بگیرد. بنابراین در بحث زیارت نگاه باید این باشد که زیارت چه بازارهایی را برای شما به صورت بالقوه ایجاد می‌کند.

در این رویکرد جدید، صنعت، سینما، پارک داری با اولویت گذاری جدید بازتعریف می‌شود. به عبارت بهتر، بحث

فرهنگی هم مردم در آمد دارند و از لذات دنیوی بهره می‌برند اما مدل و زمینه آن می‌تواند متفاوت از مردم ساکن در یک اقتصاد صنعتی صرف باشد. به طور مثال شهری مثل مشهد می‌تواند مرکز بزرگترین ناشران مذهبی در خاورمیانه باشد و تمامی مراکز مذهبی در مشهد فروشگاه داشته باشند. بزرگترین دایره المعارف‌های اسلامی می‌تواند در این شهر نوشته شود و مرکزش در این شهر باشد بزرگترین پارک‌های مذهبی و دینی می‌تواند در این شهر باشد. مانند این پارک‌ها در آمریکا با بهترین تکنولوژی وجود دارد و از این طریق درآمد زیادی هم کسب می‌شود.

اما در ایران می‌بینیم در خصوص مسائلی نظیر غدیر بازسازی‌هایی انجام می‌شود اما بسیار ضعیف و از توانمندی‌های هنری بسیار کمی برخوردار است.

هویت تاریخی یکی از شاخص‌های اقتصاد فرهنگی

در رویکرد جدید دانش اقتصاد، یکی از عوامل اصلی در تدبیر و تمشیت تعاملات انسانی بحث تاریخ است. حال در جامعه اسلامی ما تاریخ اسلام و تاریخ تمدن اسلامی بحث مهمی خواهد بود و یقیناً شهر مشهد می‌تواند در این زمینه مرکز باشد. شهر مشهد می‌تواند مرکز بزرگترین دانشگاه‌های علوم انسانی خاورمیانه باشد. ممکن است بزرگترین مراکز نساجی اسلامی بتواند در این منطقه شکل بگیرد، ممکن است شهر مشهد مرکز هنر و فیلم معناگرادر حوزه خاورمیانه باشد و موارد متعدد دیگر که پرداختن به تمامی آن‌ها نیازمند مطالعه جامعی در باب رابطه اقتصاد فرهنگی

زیارت یک جایگزین بسیار مناسب بجای گردشگری است. بخش قابل توجهی از آمار گردشگری ما نیز مرتبط با زیارت است که شناخت عوامل مؤثر بر آن کاملاً متفاوت از گردشگری متعارف است. بنابراین اقتصاد زیارت اولاً اقتصاد گردشگری نیست و ثانیاً وقتی صحبت از اقتصاد زیارت می‌کنیم در مورد یک بستر جدید بحث می‌کنیم که این بستر گردشگری نیست و حداکثر کردن و حداقل کردن منافع و هزینه‌ها در آن صورت متفاوتی از گردشگری دارد. همانگونه که بیان شد در نگاه جدید دانش اقتصاد به مقوله انتخاب، انسان یک برداری از تعاملات است و به عبارت بهتر هویت‌های مختلفی دارد. صبح که از خواب بیدار می‌شود اول همسر است بعد پدر بعد شهروند و بعد عضو یک سازمان است داخل هر کدام این موقعیتهای تعاملی مختلف، نوعی از کنش‌ها را انجام می‌دهد. در جایی همکاری می‌کند و در جایی رقابت، جایی می‌جنگد و در جایی دیگر ایثار و فداکاری می‌کند.

«ترجیحات مشهد» در مدل توسعه اقتصادی چیست؟

صحت بر این است که در اقتصاد زیارت چه ترکیبی از این تعاملات بایستی در فضای شهر مشهد شکل بگیرد و این ترکیب چه تفاوت‌هایی با شهرهای دیگر خواهد داشت؟ به عبارت بهتر، تعاملات اجتماعی بازیگران شهری که مدل توسعه آن مبتنی بر زیارت است چگونه باید تدبیر و تمشیت شود؟ مدل اقتصاد گردشگری در نگاه اول می‌گوید هیچ فرقی ندارد. اما نگاه جدید به دانش اقتصاد بیان می‌کند که حسب پستر این شهر، تعاملات اجتماعی باید به نحوی مدیریت شود که هم آدم‌هایی که در این شهر می‌خواهند سکونت کنند و هم کسانی که می‌خواهند به این شهر بیایند از شکل خاصی از ترجیحات برخوردار باشند. یعنی لزوماً قرار نیست همه افراد، این شهر را برای پاسخ به تمامی نیازهای خود انتخاب کنند. مدل انتخاب در این شهر باید متفاوت از مدل انتخاب در تهران و تبریز باشد. اتفاقاً در دنیا هم همچنین تقسیم‌بندی وجود دارد و از آن حالت یکسان گذشته است. یعنی باید ببینیم کارویژه شهر زیارتی چیست و اگر شکل بگیرد دانش اقتصاد در این نگاه جدید چه کمکی می‌تواند به ما بکند اما، این به معنای این نیست که مردم این شهر نباید رفاه و درآمد داشته باشند. به عبارت بهتر، به احتمال زیاد نگاه این است که اقتصاد این شهر باید اقتصاد فرهنگی باشد اما در اقتصاد