

چرا محله محوری!؟

سعید سعادت

۱. طرحی که اکنون نظام سلطه غرب آن را دنبال و پیگیری می کند دهکده جهانی است که به معنی هم رنگ شدن و هماهنگ شدن جوامع ذیل سبک زندگی، نگرش و اهداف تمدن مادی محور غرب است. برای مقابله با این تز، بایستی بتوانیم روی ظرفیت های بومی جامعه اسلامی خودمان متمرکز بشویم و خرده اجتماعات، خرده فرهنگ ها، اقتضائات محلی، بومی و جغرافیایی را به رسمیت بشناسیم. ضمن اینکه در تاریخ اسلام و سیره حضرت رسول و بقیه ائمه اطهار، همیشه اقتضائات زمانی، مکانی، فرهنگی و اجتماعی، ذائقه های متفاوت و متنوع، خرده فرهنگ ها همیشه به رسمیت شناخته شده است. بنابراین تکرار در حوزه سلاطین، روش ها و اجرائیات، امری پذیرفته شده است و در عین حال در اصول و مسائل اساسی هرچقدر به سمت ریشه ها حرکت می کنیم، بایستی متحدتر بشویم.
۲. امروز در غرب هم موضوع تشکلهای اجتماع محور (SBO) مطرح است اما این ایده تفاوت بنیادینی با نگاه محلی در انقلاب اسلامی دارد؛ یکی از تمایزات اساسی، این است که آنها بحث محله محوری یا اجتماع محوری را ذیل جامعه مدنی و شهروندی مطرح می کنند در حالی که ما این را ذیل «خانواده محوری» مطرح می کنیم. یعنی کوچک ترین هسته یک محله، خانواده است. تمایز دوم در این خصوص برمی گردد به مقوله تکالیف دینی. در اسلام، مسئله حق و تکلیف همواره در کنار یکدیگر مطرح می شوند. یعنی افراد و خانواده های محله هم حقوقی دارند که این حقوق درباره آنها بایستی تحقق یابد و رعایت شود و هم تکالیفی نسبت به یکدیگر دارند که این تکالیف به عنوان مسئولیت های اجتماعی ذیل تکالیف دینی آنها مطرح می شود. مسئله تقوای جمعی همین جا مطرح می شود که افراد و ساکنین یک محله می بایست علاوه بر خود و خانواده خود، وضعیت تک تک همسایه ها و افراد محله برایشان موضوعیت داشته باشد و این تکلیفی است که دین بر گردن او نهاده است.
۳. در جامعه اسلامی بهترین مکان برای مدیریت محله «مسجد» است؛ این موضوعی است که هم در متون و معارف اسلامی بر آن تاکید شده و هم در سیره انبیا و اولیای خدا نقش مسجد در حوزه مسائل اجتماعی، بسیار برجسته است. ضمن اینکه «مسجدمحوری» در محلات، یکی دیگر از تفاوت های اصلی و اساسی ما با مدل های غربی محله محوری است. نقش آفرینی اجتماعی با مرکزیت مسجد، بستگی به چند شاخص دارد: اول اینکه روحانی مسجد، صرفاً پیشنماز نباشد بلکه امام جماعت «محله» و پیگیر امور باشد. دومین ویژگی، مربوط به امت مسجد است؛ نمازگزاران و مسجدی ها بایستی نسبت به وضعیت محله و ارتقای محله در ابعاد مختلف آن، اهتمام داشته باشند. سوم اینکه، فعالان و کنشگران مسجد و محله بایستی در رابطه با ارتقای سطح محله، پای کار باشند؛ از تشکلهای خارج از مسجد گرفته مثل خیریه، مدارس، مرکز بهداشت، اصناف، حوزه های علمیه و... تا مجموعه های

مسجدی مثل پایگاه بسیج، هیئت، کانون فرهنگی و... با محوریت مسجد و باهماهنگی با یکدیگر ذیل یک طرح منسجم و کلان بایستی در محله نقش خود را ایفا کنند.

۴. در سه بند قبلی به سه ویژگی اساسی در راهبرد محله‌محوری اشاره کردیم. این سه ویژگی عبارت بودند از: خانواده‌محوری، تکلیف‌محوری و مسجد‌محوری. در ادامه به نقش نهادها و ساختارهای حاکمیتی در راستای راهبرد محله‌محوری اشاره‌ای می‌کنیم.

۵. نهادهای حاکمیتی و ستادی در این حوزه‌ها می‌توانند ورود کنند: اول اینکه بستری فراهم کنند تا محلات، دانش تجربی هم را به اشتراک بگذارند؛ مثلاً اشتباهی که محله‌ای کرده، محله دیگر آن را تکرار نکند، تجربه خوبی که طی یک سال به دست آورده، محله بعدی یک سال زمان برای آن نگذارد و از تجربیات موفق او استفاده کند. دوم، مسئله «اجتماع محلات» است. وقتی محله‌ای در کنار محله دیگر و آن هم در کنار محلات دیگر خود را ببینند، به اینها انگیزه، اتحاد و حس حماسی دست می‌دهد و خود را تنها احساس نمی‌کنند بلکه خود را در جبهه‌ای منسجم می‌بینند؛ این کار به آنان هم هویت جمعی می‌دهد و هم اراده‌های آنها مستحکم‌تر می‌شود و هم حرکت آنها یک حرکت جمعی با آثار گسترده‌تر می‌شود. سوم «هم‌افزایی محلات» است. به این معنی که محلات بتوانند از داشته‌ها و امکانات یکدیگر - چه در حوزه زیرساختی و مادی و چه در حوزه برنامه‌ریزی و معرفتی - استفاده کنند و با یکدیگر هم‌افزایی داشته باشند. چهارم توجه به «پیوست رسانه‌ای» است. شاید همه محلات نتوانند ایده‌ها، کارها و عملیات خود را در معرض دید و رسانه قرار بدهند و دیده شوند، اما نهادهای ستادی می‌توانند با استفاده از ظرفیت‌هایی که دارند این محلات را در رسانه بیاورند و آنها را برجسته کنند. این کار علاوه بر انتشار ایده‌های خوب، «اعتماد به نفس» در فعالان آن محله را تقویت و تشدید می‌کند.

۶. در آخر اینکه، باید توجه داشته باشیم که با توجه به تحولات فرهنگی و اجتماعی و ظهور اشکال نوینی از ارتباطات اجتماعی، شاهد افول و فروپاشی تشکلهای سازمان‌های سخت و رسمی و جایگزینی تشکلهای محلی و نرم با آن هستیم. به عنوان مثال بارها دیده‌ایم که یک گروه جهادی در یک منطقه، خیلی بهتر و کارآمدتر از فرمانداری آن شهر عمل می‌کند و با مردم و مسائل ارتباط می‌گیرد. حتی بعضی فعالان و پژوهشگران رسانه‌ای معتقدند رسانه‌های محلی و فردی در حال جایگزینی با رسانه‌های رسمی و بزرگ هستند. در این نگاه، یک چهره محلی یا یک ستاره محلی برای مخاطبان محلی بسیار جذاب‌تر از سلبریتی‌ها هستند. چه اینکه آنها می‌توانند الگویی واقعی و عینی برای جوانان محلات باشند. بنابراین راهبرد «محله‌محوری» بایستی بیش از پیش مورد تاکید و توجه فعالان و برنامه‌ریزان فرهنگی اجتماعی در سطوح خرد و کلان قرار گیرد.