

شهر ماشینی در خدمت رشد: به سوی اقتصاد سیاسی مکان^۱

هاروی ملوچ

برگردان و تلخیص: ایمان واقفی

سنت‌های پیشین مطالعات شهری بویژه مکتب شیکاگو، در کاویدن مسائل اجتماعی شهری و با وام‌گیری از لویس ورت که شهریت را بر پایه‌ی «اندازه، تراکم و ناهمگونی» تعریف می‌کند، توان توجه به ابعاد حیاتی ساختار اجتماعی یعنی سلسله مراتب قدرت و طبقات اجتماعی را ندارند. از این رو مطالعات کلاسیک نسبت به فعالیت‌های واقعی و روزانه‌ی گروه‌های پر قدرتی که در راس نظام تصمیم‌گیری قرار دارند بی‌تفاوتند. این گروه‌ها با قدرتی که دارند در مورد کاربری اراضی، بودجه‌ی عمومی و زندگی اجتماعی شهری تصمیم‌گیری می‌کنند. به همین دلایل رویکرد غالب متوجه این موضوع نیست که زمین، که رکن رکین مفهوم مکان است، تبدیل به کالایی بازاری شده است. زمین برای یک دسته مکتب و برای دسته‌های دیگر ذلت به بار می‌آورد. نتیجه آنکه سنت‌های پیشین مطالعات شهری علیرغم انبانی از نظریات و مفاهیمی که در دو حوزه کامیونیتی و فضای شهری گردآورده‌اند، مطالعه‌ی چندانی که بتواند این دو حوزه را به‌شکلی منسجم به یکدیگر متصل کند انجام نداده‌اند. به عبارت دیگر مطالعات مرسوم فضای شهری را بر اساس اقتصاد سیاسی نمی‌نگرند.

در این مقاله می‌کوشم نشان دهم دست‌کم در شهرهای امریکایی ذات سیاسی و اقتصادی هر محلی (locality) پدیده‌ی رشد است. این میل به رشد است که میان نخبگان سیاسی یک منطقه، فارغ از تمام تفاوت‌ها و تضادهایی که میانشان برقرار است، اجماع ایجاد می‌کند. اما از سوی دیگر مقتضیات رشد جلوی هرگونه اصلاح اقتصادی و اجتماعی را گرفته است. از همین روست که امروزه به باور من ماشین رشد ذات عملکرد هر محل و هر مکانی را شکل می‌دهد.

مهمترین مشخصه‌ای که رشد یک مکان را نشان می‌دهد، میزان رشد جمعیت آن است. این رشد جمعیت معمولاً نشانی است از گسترش صنایع ابتدایی، بالارفتن شمار نیروی کار، بسط خرده‌فروشی و عمده‌فروشی‌ها، گسترش اراضی و متراکم شدن بافت شهری، افزایش تراکم جمعیتی و شدت گرفتن فعالیت‌های مالی. بدین ترتیب اگرچه در این مقاله من رشد جمعیت را به‌عنوان شاخص رشد در نظر گرفته‌ام، اما به‌طور کلی مفهوم «رشد» تمام فعل و انفعالات و رویه‌های به‌هم‌مرتبطی را که در بالا نام بردم در برمی‌گیرد. در ادامه نشان خواهم داد دغدغه و هدف تمام افرادی که به دنبال ارتقاء و بهبود مکان خود هستند، فراهم کردن شرایطی برای تحقق این رشد و رونق گرفتن تمام رویدادهای بهم‌مرتبطی است که بیشتر به آن اشاره کردم. افراد ایده‌ی رشد را در قالب یک نیروی سیاسی پی می‌گیرند. از این رو شهر برای قدرتمندان چیزی نیست جز یک ماشین رشد.

اکولوژی انسانی: نقشه‌هایی در نقش موزائیک منافع

هر قطعه زمین نماینده‌ی شکلی از سود اقتصادی است. از این رو هر محلی را می‌توان مجموعه‌ای از سودهای ارضی دانست. بدین ترتیب هر مالکی (یا هر شخصی که به نحوی از انحاء نفعی از یک قطعه زمین می‌برد) برنامه‌ای برای زمینش در سر دارد که وضع او را به شکلی بهتر کند. اگر شما مالک زمین باشید بدیهی است که با ارتقاء موقعیت زمین شما نیز به‌طور مستقیم سود می‌برید. اما در مواردی این سود غیرمستقیم است. نفع شما ممکن است در تغییر کیفیت اراضی مجاور باشد. اگر وضع زمین‌های کناری ارتقاء یابد شما نیز منتفع می‌شوید و اگر نازل شود شما متضرر. بدین رو آینده‌ی شما در گرو تغییرات آتی منطقه‌ای است که بسیار گسترده‌تر از زمین شخصی شماست: تغییرات آتی در مجموعه‌ای از اراضی همجوار، نفع یا ضرر مالی شما را به بار می‌آورد. بر این سیل ما باید نقشه‌های جغرافیایی (چه نقشه‌ای از یک قطعه زمین و چه نقشه‌ی یک منطقه، شهر و یا کشور)

^۱ این مقاله تلخیصی است از مقاله‌ای با مشخصات زیر:

City as a growth machine: Toward a political economy of place, *American Journal of Sociology*, Vol 82, pp. 309-333

را نه صرفاً بر اساس ویژگی‌های سیاسی-اداری یا توپوگرافیک، بلکه بر سیاقِ موزائیک‌هایی از اراضی متعارض‌المنافع بنگریم. موزائیک‌های رقیبی که می‌توانند ائتلاف‌ها و عمل‌های استراتژیک را رقم بزنند.

اگر شهر را از این دریچه بنگریم، درمی‌یابیم پیوندهای کامیونیتی (اجتماعات محلی) نیز برخاسته از این حس است که با بهبود موقعیت زمین‌های یک کامیونیتی، اراضی تک تک اعضای آن نیز افزایش قیمت می‌یابند. بدین ترتیب تک تک اعضای یک کامیونیتی می‌کوشد پتانسیل‌های اراضی محل خود را ارتقاء بخشد. البته این تلاش تنها به هزینه‌ی کاهش ارزش اراضی کامیونیتی کناری محقق می‌شود. از این رو ارتقاء موقعیت ارضی یک محل موجب از دست رفتن پتانسیل‌های اراضی محلات همجوار می‌شود. برای مثال مغازه‌داران برای اینکه در کنار مغازه‌ی خود ایستگاه اتوبوس گذاشته شود با یکدیگر رقابت می‌کنند و یا هتل‌داران برای اینکه مرکز همایش‌ها کنار دست آنان ساخته شود با یکدیگر نزاع می‌کنند. به همین شکل محل‌ها و مناطق مختلف برای ساخته شدن بزرگراه و خیابان، فرودگاه، مراکز دانشگاهی، امکانات امنیتی و انتظامی، چراغ‌های راهنمایی‌راندگی، یک‌طرفه یا دوطرفه شدن خیابان‌ها، گسترش فضای سبز و ... با یکدیگر در رقابت‌اند. با بالا و پایین شدن رقابت و چالش برای کالاهای عمومی، خودآگاهی گروه‌ها نیز کم و زیاد می‌شود. اما زمانیکه ائتلاف میان گروه‌ها به حدی از تعادل رسید و برای مدت زمان مشخصی استمرار یافت، کامیونیتی‌ای نسبتاً پابرجا شکل می‌گیرد. هر یک از اعضای یک کامیونیتی در عین حال عضو کامیونیتی‌های دیگری نیز هست. از این رو کامیونیتی‌ها را می‌توان در قالب لانه‌هایی تو در تو تصور کرد (یعنی مثلاً کامیونیتی همسایگان که درون کامیونیتی منطقه قرار دارد و کامیونیتی منطقه که درون کامیونیتی شهر قرار دارد و کامیونیتی شهر که درون استان قرار دارد و ...) که البته اهمیت و کیفیت هر کامیونیتی با توجه به شرایط و در دوره‌های زمانی مختلف متغیر است. بنا بر همین ماهیت تو در توی کامیونیتی‌ها، زیرواحدهایی که بر سر یک منفعت محلی (مثلاً ایستگاه اتوبوس) با یکدیگر سر تضاد دارند، در سطحی وسیع‌تر (مثلاً رقابت بین‌شهری بر سر اینکه فرودگاه جدید کجا ساخته شود) با یکدیگر ائتلاف می‌کنند.

بر این اساس ماهیت کامیونیتی مبتنی است بر همدستی گروه‌های متعارض‌المنافع در به‌دست آوردن نفع مشترک (این گروه‌ها می‌تواند در مقیاس خرد مانند اعضای یک بلوک ساختمانی، انجمن‌های محلی و یا در مقیاس‌های کلان‌تر مانند اتاق بازرگانی کلانشهر، کارگزاران دولتی، و یا اتحادهای منطقه‌ای باشند). چنین اجماعی چه به‌صورت رسمی باشد و چه به‌صورت غیررسمی، چه توسط دولت‌ها و حکمرانی‌های شهری ساخته شده باشد و چه توسط انجمن‌ها و گروه‌های غیردولتی، بدین شکل کار می‌کند: همدستی برای استفاده از امکان‌های دولتی برای به‌دست آوردن منابعی که به رشد محله یا منطقه کمک می‌کند.

از آنجایی که امتیازاتی که باعث رشد می‌شود محدود است، محله‌ها و مناطق مختلف برای به‌دست آوردن منافع بیشتر با یکدیگر رقابت می‌کنند. کمیابی منابع دولتی، حکمرانی شهری را به عرصه‌ای برای رقابت میان گروه‌هایی که منافع ارضی خود را دنبال می‌کنند و به‌دنبال اعتبارات عمومی و تحت تأثیر قرار دادن تصمیمات مدیریتی‌اند تبدیل کرده‌است. از این رو مناطق مختلف در رقابتی دائمی برای به‌دست آوردن پیش‌شرط‌های رشد‌اند. با مرور تاریخ شهرهای امریکایی می‌بینیم نحوه‌ی شکل‌گیری و تداوم آن‌ها بر همین اساس و متکی به چنین ایده‌ی رشدی بوده است (برای مطالعه‌ی بیشتر به ایده‌ی بازارگرایی (boosterism) مراجعه کنید). ایده‌ی رشد البته همچنان نقش بسیار پررنگی در اقتصاد سیاسی شهرها بازی می‌کند و جایگاهی کلیدی در تخصیص منابع عمومی و انتظام‌بخشی به دستورالعمل‌های محلی دارد.

اما دولت تنها بازیگری نیست که مکانیزم رشد را تعیین می‌کند. تصمیماتی که شرکت‌های خصوصی می‌گیرند نیز اثر بسیاری در سرنوشت شهرها دارد. وقتی یک شرکت بزرگ اقدام به تاسیس شعبه‌ای در یک منطقه می‌کند، شرایط و الگوی کاربری ارضی آن‌جا را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. ولی در این‌جا هم نقش دولت مهم است: تصمیم شرکت‌ها در انتخاب منطقه متکی به عواملی چون نرخ دستمزد نیروی کار، نرخ مالیات، هزینه‌ی مواد خام و حمل و نقل کالاهاست. بدین سان تصمیمات دولتی برای تعیین هزینه‌ی دسترسی به بازار و مواد خام کلیدی است. به‌عنوان نمونه تصمیم دولت برای سوبسید دادن به مواد خام (مثلاً تخفیف در معادن معدنی) و یا صدور مجوز و دادن سوبسید برای توسعه‌ی حمل و نقل هوایی، خاکی، بنادر و تاسیسات مکانیکی و خط لوله‌ها در انتخاب شرکت‌ها برای سرمایه‌گذاری اثرگذار است. همچنین قوانین دولتی به شکلی غیرمستقیم از طریق دستکاری نرخ بیکاری، استفاده از نیروی پلیس برای رام‌کردن اتحادیه‌ها و تقویت یا تضعیف قوانین رفاهی بر هزینه‌ی نیروی کار و نیز میزان هزینه‌های بالاسری (الزامات زیست‌محیطی، استانداردها و ایمنی محیط کار) اثر می‌گذارد.

مناطق شهری علاوه بر اینکه بر دامنه‌ی اثرگذاری دولت در تعیین پیش‌شرط‌های رشد واقف‌اند و می‌کوشند شرایط فیزیکی رشد صنعتی را مهیا کنند، سعی می‌کنند «فضای کسب و کار» را برای صاحبان صنایع فراهم کنند. این مهم از طریق پایین نگه‌داشتن نرخ مالیات، آموزش و کارآموزی نیروی کار غیرماهر یا نیمه ماهر، تعیین قوانین (حفاظت از مالکیت خصوصی) و مناسبات کار «مناسب» (انعطاف‌پذیر) انجام می‌پذیرد. برای فراهم کردن شرایط رشد، نرخ مالیات‌ها باید «قابل قبول» باشد، پلیس باید از مالکیت خصوصی محافظت کند و تضاد اجتماعی باید پایین باشد.^۲ این بودجه‌ی عمومی و نه شرکت‌های خصوصی است که باید هزینه‌های دولتی‌ای که بواسطه‌ی توسعه‌های شهری تحمیل شده است را پرداخت کند. عملاً صفحات تمام مجلات و روزنامه‌های اقتصادی پر شده است از تبلیغاتی که از امتیاز مناطق برای سرمایه‌گذاری می‌گویند و آینده‌ای روشن برای صنعت‌گران به تصویر می‌کشند. متولیان و مسئولان شهر فالواقع به چیزی چون «سفیران صنعت» تبدیل شده‌اند تا مزیت‌ها و امتیازات منطقه‌شان را به گوش سرمایه‌گذاران برسانند.

با این توضیحات می‌خواهم ادعا کنم چنین تلاش‌های نظام‌مندی برای به‌دست‌آوردن ملزومات رشد، حکمرانی محلی را به به یک نیروی سیاسی تبدیل کرده است. بنابراین نباید تصور کنیم این تلاش‌ها صرفاً یکی از کارکردهای حکومت در میان دیگر کارکردهاست. خیر، این اصلی‌ترین و کلیدی‌ترین کارکرد حکومت است که از قضا از دیده‌ها پنهان شده است. بر همین سبیل رشد را نباید هم‌ارز با دیگر فرآیندهای سیاسی دولت در نظر گرفت.

با وام‌گیری از آلدمن مایلم دو نوع مسأله را از یکدیگر تمیز دهم. یکی مسائل نمادین که به حوزه‌ی اخلاقی امور راجع است و دیگری مسائل مرتبط با توزیع [منابع] که دربرگیرنده‌ی فعالیت‌ها و سیاست‌هایی است که منابع غالباً ارضی را میان اقشار مختلف شهری [به‌صورت نابرابر] توزیع می‌کند. سیاستمداران محلی و دولت‌مردان شهری اگرچه با اتکاء به منابع و پول‌های گروه‌هایی انتخاب شده‌اند که از مراودات و مبادلات ارضی منتفع می‌شوند، اما به محض به قدرت رسیدن می‌کوشند با پررنگ کردن مسائل نمادین از قبیل جرم و جنایت‌های شهری، زد و بندهای اقتصادی، اختلاس‌ها و ارتشاء‌ها و ... مسائل مرتبط با توزیع را از حوزه‌های مباحث عمومی خارج کنند. بدین ترتیب با تقلیل مسئله به امری اخلاقی (و لذا فردی کردن و شخصی کردن آن)، راه را بر نقب زدن به مکانیزم‌ها و مناسبات زیرینی که مسیر توزیع منابع [ارضی] را به‌صورت نابرابری هموار می‌کند می‌بندند. (برای نقد این سیاست باید نشان داد چگونه تخلف‌ها و فسادهایی که فردی‌پنداشته می‌شوند تا چه پایه ریشه در مناسبات اقتصادی-شهری‌ای دارد که از قضا طبیعی قلمداد می‌شوند و بخشی از «روال عادی» در نظر گرفته می‌شوند.

اگر بخواهیم از گروه‌ها و اصنافی که در بهروزی و شکوفایی شهر مشارکت می‌کنند نام ببریم باید ابتدا به آن دسته‌هایی اشاره کنیم که بیشترین نفع/ضرر را از تصمیمات ارضی می‌برند. در این میان مهمترین گروه کاسبان محلی بویژه صاحبان زمین و سرمایه‌گذاران موسسات مالی‌اند. این گروه به حکومت محلی نیاز دارد. گروه بعدی وکلا، اتحادیه‌ها و خرده‌فروشان هستند.

این گروه‌ها بواسطه‌ی داشتن منافع مشترک در بازه‌های زمانی مختلف با یکدیگر ائتلاف می‌کنند و از این خلال روح جمعی شکل می‌گیرد. حکومت شهری نیز با حمایت‌های مالی، اقدام به بازارگرمی شهری می‌کند: اتاق بازرگانی، تبلیغات رسانه‌ای و مطبوعاتی، تبلیغات توریستی و مسافرتی، برگزاری جشن‌ها و ایجاد بازارهای محلی و ساخت استادیوم‌های ورزشی و سالن‌های فرهنگی همه و همه به میان می‌آیند تا نام آن مناطق را پرآوازه کنند. تیم‌های ورزشی در این میان نقش پررنگی در دمیدن روح شهرپرستی (jingoism) بازی می‌کنند. شهرپرستی‌ای که با ایده‌ی «پیشرفت» منطقه گره خورده است. استادیومی که پر شده است از هزاران هزار هوادار (و صدها هزار نفر دیگر که در خانه‌هایشان مسابقه را دنبال می‌کنند) و همه یکصدا «بالتیمور» یا «کلیولند» را فریاد می‌زنند چیزی جز بسط این روحیات شهرپرستانه نیست. مجلات و رسانه‌ها بر بال همین احساسات سوار می‌شوند و از «بالتیمور بزرگ» و «کلیولند باشکوه» می‌گویند تا مقبولیت توده‌ای برای طرح‌ها و پروژه‌های «رشد-محور»‌شان به دست آورند.

علاوه بر این، حکومت‌های شهری از مفاد درسی در مدارس دولتی، مسابقات مقاله‌نویسی نوجوانان، برنامه‌های تلویزیونی، مسابقه‌ی بانوی نمونه و ... برای فراهم کردن بستری ایدئولوژیک برای بازارگرمی محلی و مقبولیت ایده‌ی رشد استفاده می‌کند.

^۲ بر اساس مطالعات تطبیقی انجام‌گرفته در ۴ شهر آمریکایی، نخبگان و متنفذان منطقه عمیقاً هماهنگی و اتحاد را پاس می‌دارند: مدام از دست به دست هم‌دادن سخن می‌گویند. آن‌ها مسائل اجتماع محلی را امری از اساس «غیرسیاسی» می‌دانند و تمایل دارند بحث‌ها و اختلاف‌نظرها را سیاسی قلمداد کنند.

بنابراین می‌خواهم بگویم توضیحی که از پیوندهای محلی و منطقه‌ای می‌دهم با آن چیزی که این پیوندها را به غریزه و احساسات ذاتی انسان‌ها نسبت می‌دهد متفاوت است. من باور دارم دست‌کم بخشی از این پیوندهای انسانی را افرادی که نفعی از آن می‌برند می‌سازند و مستحکم می‌کنند. توجه داشته باشید که نمی‌گویم منابع دیگری برای شکل‌گیری روحیه شهرپرستی و اشتیاق برای رشد وجود ندارد. بلکه می‌خواهم توجه‌ها را بر این نکته معطوف کنم که «ائتلاف ماشین‌رشد» آنچه پیشاپیش در یک محل و لوکالیته وجود دارد را بسیج می‌کند، مشروعیت و استمرار می‌بخشد و از آن در قالب نیرویی سیاسی برای فشار بر مراکز تصمیم‌گیری استفاده می‌کند.

نهادهای محلی (از قبیل رسانه‌ها و روزنامه‌های شهری) که بیشترین نقش را برای حفظ این روحیه شهرپرستی دارند، بهترین نمونه‌ی کسب و کارهایی‌اند که در بقا و رشد محله نفع مشخصی می‌برند. از آنجاییکه شهرهای امریکایی هر کدام یک روزنامه مخصوص خود دارند (نیویورک تایمز، لس‌آنجلس تایمز و ...) و این روزنامه‌ها از افزایش جمعیت شهر و بالارفتن فروششان منتفع می‌شوند، حفظ روحیه شهری و بسط آن در دستور کار این روزنامه‌هاست. بر همین اساس روزنامه‌های محلی از جایگاه خاصی در منطقه‌ی خود برخوردارند: روزنامه‌ها مانند هر شرکت و بنگاه اقتصادی‌ای از رشد منطقه سود می‌برند، اما برخلاف اکثر آنان سود آنان وابسته به هیچ الگوی خاص جغرافیایی‌ای نیست. یعنی مهم نیست شمال شهر رشد کند یا محلات جنوب. برای اهالی نشر مهم نیست که مرکز همایش‌ها در منطقه ساخته شود یا مثلاً کارخانه‌ی تولید زیتون. هر شکلی از رشد برای آنان سودمند است. روزنامه‌ها به دنبال هیچ شکل خاص از رشد و هیچ مکان ویژه‌ای برای آن نیستند مگر یک شکل: نفس رشد کردن. از این رو گروه‌ها و محلاتی که با هم بر سر رشد کشمکش دارند، اصحاب نشر و روزنامه‌داران را رهبران منطقه می‌دانند که برای حل و فصل منازعات میان‌داری می‌کنند و بیش از منافع کوتاه‌مدت گروه‌ها به فکر منافع بلندمدت منطقه هستند. بدین ترتیب تعهدی که روزنامه‌ها نسبت به مسئله‌ی رشد دارند برای آنان نفوذ و شأن بالایی در میان مردم محله ایجاد کرده است. گویی رشد محلی هدفی‌ست که تمامی گروه‌ها و اقشار پشت آن متحد می‌شوند.

رؤسا و مدیران ارشد نهادهای عمومی و شبه‌عمومی (مثلاً دانشگاه‌ها) نقشی شبیه به روزنامه و مجلات بازی می‌کنند: آن‌ها به جای پشتیبانی از یک بخش خاص، به دولتمردان رشد تبدیل می‌شوند. دانشگاه برای محقق کردن برنامه‌ی گسترش خود نیازمند افزایش جمعیت است. همچنین دانشگاهیان احتمالاً از برنامه‌های دیگر اعضای ماشین رشد (بانکداران و روزنامه‌داران) که برای افزایش بودجه و یا ارائه تصویر مثبت از دانشگاه به آنان نیازمند است حمایت می‌کنند.

علاوه بر این گروه‌ها، ممکن است اصناف و افراد متنفزی پیدا شوند که نفع مستقیمی از رشد محلی نمی‌برند. به‌عنوان مثال هیات مدیره‌ی شرکتی که دفتر مرکزی آن در جایی دیگر است، در محلی کار می‌کند که شرکت سود خاصی از رشد آن مکان نمی‌برد. در این شرایط نفع غیر مستقیم این گروه‌ها نه در خود رشد بلکه در ایدئولوژی رشد است. این ایدئولوژی رشد است که به آنان شأن و منزلت می‌بخشد و زمینه‌ای را فراهم می‌کند تا سیاستگذاری محلی دولتی به سوی پایین‌آوردن هزینه‌های کار سوق پیدا کند. باری این گروه در نهایت در مقایسه با بساز بفروش‌ها، بانکدارها و صاحبان صندوق‌های اعتباری که مستقیماً از رشد منطقه سود می‌برند منافع کمتری دارند. از این روست که روند غالب در این مناطق به جایگزین شدن کاسبان محلی به جای هیات‌های مدیره‌هایی‌ست که دفاتر مرکزی‌شان در مناطقی دیگر قرار دارد.

بدین ترتیب از آن‌جا که شهر در واقع چیزی جز یک ماشین رشد نیست، افراد مشخصی درگیر سیاست شهری می‌شوند. این افراد غالباً کاسبان و صاحبان مشاغلند و البته اکثراً بومی. این دسته عموماً یا عضو احزاب محلی می‌شوند یا درگیر رویه‌های جمع‌آوری پول. چشمداشت غایی آنان بر فعل و انفعالات مرتبط با زمین و یا فرآیندهای توزیع منابع و اعتبارات متمرکز است. برخی از این افراد دولتمردانی هستند که به جای اینکه نگاهی به لحاظ جغرافیایی تنگ‌نظرانه داشته باشند، رشد کل کامیونیتی را در نظر می‌گیرند. این دسته معمولاً با زد و بند با حکمرانان محلی منابع و اعتبارات را به سمت کامیونیتی خود هدایت می‌کنند. این دولتمردان بخاطر مقامی که دارند و البته برای بزرگ کردن معضلات نمادینی که جایگاه و نام آنان را (در مقایسه با رقبای خود) بالا می‌آورد، مدام از مسائلی مانند اختلاس، حمل و نقل عمومی، جرائم خیابانی و قیمت گوشت صحبت می‌کنند. توجه به این مسائل نمادین بنابراین نتیجه‌ی ولع به قدرت رسیدن برای انجام کارهای دیگر است. البته این بدان معنی نیست که دولتمردان

شریفی پیدا نمی‌شوند که واقعاً برای مسائل اخلاقی دلسوزی کنند. حتماً افراد اینچنینی نیز پیدا می‌شوند. اما آنچه حیات سیاسی این گروه را تضمین می‌کند غالباً پول‌هایی است که منشائی غیر از مسائل نمادین و اخلاقی دارد.

کسانی که به قدرت می‌رسند و سکان حکمرانی شهری را به دست می‌گیرند نماینده‌ی واقعی مردم شهر یا منطقه‌ای که آنان را انتخاب کرده نیستند. از این زاویه مسائلی که این نمایندگان در صحن مجلس یا شورا مطرح می‌کنند مسائل واقعی مردم کوچه و خیابان نیست. از همین‌رو مسائل مربوط به حوزه‌ی «توزیع» که از قضا به اتکای آن نمایندگان رای جمع می‌کنند پس از به قدرت رسیدن آقایان تعمداً از گفتار و سخنانشان حذف می‌شود. بنابراین در سطح حکمرانی محلی تنها مسائلی اجازه‌ی مطرح شدن دارند که برخاسته از خواسته‌ها و تمناهای بخشی از کاسبان و طبقات بالادست باشد. یا آن مسائلی صرفاً رسانه‌ای می‌شود که به کمک آن نمایندگان می‌توانند احساسات مردم محلی خود را تحریک کنند و آنان را تحت تاثیر قرار دهند، البته بدون آنکه حرفی از مسائل توزیعی به میان آید. بدین ترتیب اگر قرار باشد تغییر سیاسی‌ای رخ دهد، به‌ناگزیر منافع طبقات منتفع از زمین به‌خطر می‌افتد و لاجرم باید به‌شکلی با نیروهای واپس‌گرا و ارتجاعی در جامعه رو در رو شد.

دردسری ماشین رشد

روندهای اخیر گویای آن است که هر روز بیش از پیش از قدرت ماشین رشد محلی کاسته می‌شود. اول آنکه گمان می‌رود در بسیاری از مناطق، رشد تنها خیل اندکی از ساکنان را منتفع کرده است. رشد همواره با خود مسائل و مشکلاتی را از قبیل آلودگی آب و هوا، افزایش ترافیک، بالارفتن نرخ مالیات آب و برق و گاز به همراه دارد. حتی اگر در مشکل‌ساز بودن رشد و بالارفتن جمعیت تردید کنیم، در اینکه این عوامل دست‌کم حل معضلات شهری را سخت‌تر می‌کنند نمی‌توان شک کرد. به‌عنوان نمونه بزرگ شدن مرزهای اداری-سیاسی شهر باعث سخت‌تر شدن دسترسی به مدارس در نزدیکی خانه می‌شود. از این‌روست که در شهرهای کوچک‌تر، چه بخاطر سرویس حمل و نقل بهتر و چه به‌خاطر نزدیکی خانه و مدرسه، دسترسی به مدارس سهل‌تر است.

دوم آنکه تحقیقات نشان داده‌اند رشد غالباً هزینه‌ی زندگی افراد را افزایش می‌دهد. کاهش نرخ سود به نقطه‌ای رسیده است که دیگر افزایش حداقلی درآمدها هم کمکی به مسئله نمی‌کند. مطالعات همچنین نشان می‌دهند دست‌کم در شهرهای متوسط با افزایش اندازه‌ی شهر و افزایش نرخ رشد، هزینه‌های نهاد حکمرانی شهری مستقیماً افزایش می‌یابد. بویژه در مورد نیروهای انتظامی و پلیس با افزایش اندازه و نرخ رشد سرانه‌ی هزینه‌ی آنان نیز بالا می‌رود.

علیرغم تبعاتی که افزایش جمعیت و گسترش شهر برای محیط زیست و هزینه‌های آب و برق و گاز دارد، اما باید توجه کرد که اندازه‌ی «بهینه» یک شهر وابسته است به «ارزش»ها و آنچه جامعه‌ی محلی برایش بیشتر مهم است. ممکن است برای اینکه امکان برگزاری یک اُپرای مجلل و بزرگ فراهم شود نیازمند وجود جمعیت قابل توجهی در یک شهر باشیم و این به معنای پایین آمدن کیفیت آب و هوای آنجاست. نکته‌ی اصلی اما این است که «رشد» برای مالیات‌دهندگان بسیار کمتر از آنچه غالباً تبلیغ می‌شود مزایای مالی و پولی دارد. مطالعات نشان می‌دهند مردم ترجیح می‌دهند بیشتر در شهرهای کوچک و نه بزرگ زندگی کنند. در حقیقت بخش قابل توجهی از کسانی که به کلان‌شهرها مهاجرت می‌کنند غالباً از سر اجبار و نه بخاطر دلدادگی به ارزش‌های شهرهای بزرگ است. بدین ترتیب آنچه «آزادی انتخاب» نامیده می‌شود، بیشتر آزادی انتخاب برای صاحبان مشاغل و شرکت‌ها و به عبارت دقیق‌تر آزادی انتخاب برای بخشی از شرکت‌های جهانی است که امکان جابه‌جایی در پس مرزهای جغرافیایی را دارند. بنابراین سوال اصلی آن است که اگر آزادی انتخاب شرکت‌ها در تعارض با آزادی انتخاب افراد قرار گرفت، حکمرانی شهری و سیاست‌گذاران کدام سمت می‌ایستند؟

بر اساس داده‌ها و شواهد موجود در بسیاری از مواقع رشد هم به‌لحاظ مالی و هم به‌لحاظ کیفیت زندگی برای اکثریت ساکنان یک منطقه دردسری به بار می‌آورد. رشد محلی در واقع باعث انتقال کیفیت زندگی و ثروت اغلب ساکنان محلی به قشر خاصی از نخبگان محلی می‌شود. بدین ترتیب با به چالش کشیدن «عقلانیت رشد» مسیر انتقال ثروت را افشا می‌کند و احتمالاً به بستن راه انتفاع کسانی که از این راه سودی به جیب می‌زنند منتهی می‌شود.

احتمالاً نافذترین سلاح ایدئولوژیک برای مدافعان «ماشین رشد» این ادعاست که رشد فرصت‌های شغلی بیشتری ایجاد می‌کند. این ایدئولوژی بویژه برای قانع کردن و جمع کردن حمایت طبقات کارگر که قاطبه‌ی جمعیت منطقه را تشکیل می‌دهد استفاده می‌شود. جالب آنکه بسازبفروش‌ها، سازندگان و اعضای اتاق بازرگانی مدام این ایدئولوژی را در بوق و کرنا می‌کنند. همچنین ستون روزنامه‌ها و سخنرانی‌های سیاستمداران پر است از این حرف‌ها. این‌ها اصرار دارند که رشد نه برای سود که برای بیشتر کردن فرصت‌های شغلی ضروری است. اما واقعیت آن است که رشد محلی شغل «ایجاد» نمی‌کند. بلکه مشاغل را «توزیع» می‌کند. سال آتی در ایالات متحده چند کارخانه‌ی جدید، دفاتر اداری و اتوبان ساخته و افتتاح خواهد شد. این مسئله ربطی به این ندارد که این کارخانه‌ها، دفاتر و اتوبان‌ها «کجا» ساخته می‌شوند. به همین شکل تعدادی ماشین، موشک و چراغ خواب ساخته خواهد شد، بدون اینکه مکان ساخت آن‌ها اهمیتی داشته باشد. بدین ترتیب ایجاد فرصت‌های شغلی جدید در یک جامعه وابسته است به نرخ بازگشت سرمایه، سیاست‌های دولت فدرال و دیگر متغیرهایی که چندان ربطی به تصمیم‌گیری‌های محلی ندارد. تنها کاری که دولت‌های محلی و قدرتمندان یک منطقه می‌توانند بکنند آن است که بخشی از این مشاغل جدید را به جایی که آن‌ها هستند بکشانند. با این حساب رقابت میان محل‌ها و مکان‌های برای «ایجاد» شغل هیچ اثری در مجموع فرصت‌های شغلی ایجاد شده ندارد.

بنابراین باری دیگر باید تاکید کرد که هیچ شواهدی دال بر مزیت ایده‌ی رشد در دست نیست: داده‌ای وجود ندارد که تایید کند مراکز شهری بزرگ و در حال گسترش نرخ بیکاری کمتری دارند. برعکس، مطالعاتی وجود دارد که نشان می‌دهد مناطقی با رشد بالا نرخ بیکاری بیشتری دارند. برای نمونه مقایسه‌ی نرخ بیکاری با سرعت رشد جمعیت در ایالات کالیفرنیا در خلال سال‌های ۶۶-۱۹۶۰ که در واقع دوره‌ی شکوفایی این ایالت است بسیار گویاست. آمار نشان می‌دهد هیچ رابطه‌ی معناداری میان نرخ بیکاری و رشد جمعیت در بین شهرها و مناطق این ایالات وجود ندارد. همچنین این داده‌ها نشان می‌دهد علیرغم تفاوت بسیاری در نرخ رشد جمعیت میان شهرهای مختلف کالیفرنیا، نرخ بیکاری از الگوی متناظری با این تغییر جمعیت پیروی نمی‌کند. می‌توان چنین نتیجه گرفت که رشد جمعیت محلی راه حلی برای فائق آمدن بر مسئله‌ی بیکاری محلی نبوده است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت امنیت شغلی برای کارگران در یک منطقه‌ی در حال رشد چندان فرقی نمی‌کند با یک منطقه‌ای که رشد پایین‌تری دارد: ما با پیشی‌گرفتن نیروی کار از فرصت‌های شغلی موجود روبه‌رویم. کارگران محلی احتمالاً سودی از ماشین رشد (تا آنجا که به اشتغال مربوط است) نمی‌برند. کارگران محلی بازی را به مهاجرانی که برای به‌دست آوردن شغل به آن‌جا مهاجرت کرده‌اند می‌بازند.

تشویش و دلهره‌ی کارگران و نیز پاسخ ایدئولوژیکی که غالباً داده می‌شود [=ماشین رشد] از این واقعیت ریشه می‌گیرد که امریکا جامعه‌ای با نرخ بیکاری نسبتاً بالاست. بر اساس تخمین محافظه‌کارانه‌ای که وزارت کار و تجارت می‌زند، در نرخ بیکاری چیزی بین ۴ الی ۸ درصد است. اتفاقی که می‌افتد شبیه به بازی صندلی و موزیک است. کارگران دور تا دور کشور می‌چرخند به امید آنکه به محض متوقف شدن موزیک شغلی خالی پیدا و آن را اشغال کنند. افزایش فرصت‌های شغلی در یک منطقه نه باعث می‌شود موزیک بیشتر و زودتر از موعد قطع شود و نه اینکه تعداد صندلی‌های خالی را افزایش می‌دهد. تنها راه مقابله با این وضعیت ایجاد اقتصادی با نرخ اشتغال کامل و نظام جامع بیمه‌ی بیکاری است. یا اینکه باید در برابر آن‌چه باعث می‌شود زندگی کارگران یک منطقه در دستان هیات مدیره‌ای قرار گیرد که از فرسنگ‌ها دورتر برای آنان تصمیم‌گیری می‌کنند ایستاد. اگر این برنامه‌ها اجرا نشود، ترس از بیکاری باعث می‌شود کارگران از نظر سیاسی در زمینه‌ی سیاست‌های کاربری اراضی، پروتکل‌های زیست محیطی و برنامه‌های مالیاتی که در حقیقت تسهیل‌کننده‌ی انتقال درآمدهای عمومی به نخبگان و برگزیدگان اند منفعل شوند. از این رو کارگران و رهبران کارگری نه به‌عنوان بخشی از «ائتلاف ماشین رشد» در محلی که خودشان زندگی می‌کنند، بلکه به‌عنوان بخشی از جنبش ملی‌ای که به‌دنبال اشتغال کامل، امنیت درآمد و برنامه‌های مالیاتی، کاربری اراضی و حفاظت از محیط زیستی که نفع اکثریت جامعه را به‌دنبال دارد باید بتوانند نیروی سیاسی خود را بسیج کنند. اما شوربختانه امروز به نظر نمی‌رسد چنین گرایش‌های سرمشق کارگران باشد.

اگرچه ایدئولوژی رشد به رویکردی غالب در اکثر شهرهای ایالات متحده تبدیل شده است، اما همواره شبکه‌های مقاومتی در کار بوده است. این شبکه‌ها در اکثر مواقع با بی‌توجهی نادیده گرفته می‌شوند. با همه‌ی این احوال در برخی شهرها شاهد خیزش و قدرت گرفتن جنبش ضد رشد هستیم که با اتکاء به مطالعات و اسناد تبعات ناخوشایند رشد را نشان می‌دهند. در جاهای دیگری با هزینه‌ی خدمات شهری بالا، سیاست‌های کنترل رشد اعمال شده است. جنبش‌های ضد رشد در چند شهر بزرگ مانند سن دیگو قدرت سیاسی قابل توجهی یافته و در شهرهایی مانند کلرادو و ورمونت در سیستم دولتی نیز حامیانی پیدا کرده است. با توجه به اثرات منفی‌ای که رشد جمعیت بر جای گذاشته است، می‌توان پیش‌بینی کرد که حتی در شهرهایی با امکانات شهری پایین نیز جنبش ضد رشد جان بگیرد. افزون بر این باید منتظر گسترش این جنبش در میان طبقات کارگر بود. با این حال مانند هر جنبش دیگری که بر مداخله‌ی داوطلبانه‌ی اعضای استوار است، حامیان اصلی جنبش ضد رشد نیز به نظر می‌رسد بیشتر در میان طبقات متوسطی که سابقه‌ی فعالیت‌های اکتیویستی بیشتری دارند قرار داشته باشند.

مطالعاتی که در حال انجام است نشان می‌دهد ریشه‌ی جنبش‌های ضد رشد در جنبش‌های محیط‌زیستی، فعالان جوانی با پیشینه‌های متنوع (کسانی که در گذشته تجربه‌ی مشارکت در جنبش‌های مدافع صلح و حقوق مدنی را در کارنامه داشتند)، حرفه‌مندان طبقه متوسطی و کارگرانی قرار دارد که نرخ مالیات و سبک زندگی‌شان را در تضاد با رشد جمعیت می‌بینند. نکته‌ی قابل توجه آنکه در صف رهبری جنبش‌های ضد رشد کارمندان حکومتی و کارکنان مشاغلی را می‌بینیم که درآمدشان ربطی به گسترش محل که قرار است سود بیشتری برای آن‌جا به بار بیاورد ندارد. در نگاه این دسته از کارکنان جامعه‌ی محلی نه مکانی برای کسب سود و ثروت بیشتر بلکه عرصه‌ای برای کار و زندگی‌ست. شگفت‌آور آنکه یک دسته از ابرثروتمندان نیز با این جنبش‌های ضد رشد هم‌صدا شده‌اند. ثروت این قشر پولدار از شهرهایی غیر از شهری که در آن ساکن‌اند استخراج می‌شود و غالباً عادت دارند به سنت اشراف‌منشی و محافظه‌کارانه‌ی خود ادامه دهند.

مسیر شکست ماشین رشد تا آنجا که به سیاست کاربری اراضی مربوط است روشن است. حکمرانی محلی باید یک ظرفیت مشخص برای رشد منطقه تعیین کند و بر اساس آن مقرراتی برای محدود کردن ظرفیت جمعیت وضع شود. در این راستا تغییرات و توسعه‌های آتی در جهت کاهش تبعات منفی محیطی طراحی خواهند شد. بدین ترتیب بنیان‌های سیاسی و اقتصادی رشد شهرهای امریکایی که بر پایه‌ی «فرآیند طبیعی» شکل گرفته بود، از بین می‌رود. اگر این اتفاق رخ دهد دیگر صاحبان صنعتی و مشاغل کمتر می‌توانند تهدید کنند که اگر سودشان به‌خطر بیافتد سرمایه‌شان را به جایی دیگر منتقل می‌کنند. با از بین رفتن ماشین رشد دیگر این صاحبان مشاغل هستند که باید خود را با قوانین و سیاست‌های محلی تطبیق بدهند و نه آنکه جامعه‌ی محلی پیش‌روی آنان تعظیم کند و تابع اوامرشان باشد. بدین طریق می‌توان مالیات‌های متنوع، برنامه‌های مبتکرانه‌ی کاربری اراضی و اشکال جدید خدمات شهری تعریف کرد. چراکه که دیگر حکمرانی شهری به‌جای تماشای جذب جمعیت بیشتر، می‌تواند به عاملی برای ارتقای زندگی ساکنان فعلی‌اش تبدیل شود. علاوه بر این پروژه‌های صنعتی می‌توانند این بار بر اساس نفع و استفاده‌ای که برای ساکنان محلی دارند ارزیابی شوند. تولیدی که صرفاً برای گسترش و وسعت بخشیدن به منطقه باشد دیگر کمتر محتمل خواهد بود.

وقتی ایدئولوژی رشد شکست بخورد دیگر کسی برای نفوذ و اثرگذاری در رویه‌های سیاسی‌ای که به‌دنبال تثبیت ایده‌ی رشد هستند سرمایه‌گذاری نمی‌کند. بر همین سیل روش‌ها و اصولی که افراد برای مداخله در امور سیاسی برمی‌گزینند تغییر می‌کند. می‌توان پیش‌بینی کرد که نخبگان و صاحبان محلی (که در رأس‌شان سازبفروش‌ها و باقی اعضای ائتلاف رشد قرار دارند) از صحنه‌ی سیاست محلی کنار می‌روند. خلاء قدرت بوجود آمده توسط نمایندگان حقیقی و فعالینی کمتر مرتجع پر خواهد شد. باید دوباره تاکید کرد که در صورت پیروزی جنبش‌های ضد رشد برنامه‌ها و سیاست‌های مترقی‌تری اجرا خواهد شد. برای نمونه جنبش زیست محیطی در کلرادو که در برابر حامیان میزبانی المپیک زمستانی صف‌آرایی کرده‌اند، از اصلاح قانون [ممنوعیت] سقط جنین و دیگر مطالبات مترقی نیز حمایت می‌کنند. بنابراین کوچک‌ترین اثری که جنبش‌های «نه به رشد» در یک منطقه خواهد گذاشت گسترش و اشاعه‌ی خواست‌های مترقی در سیاست محلی است.