

نامه پژوهش فرهنگی، سال دهم، دوره سوم، شماره پنجم، بهار ۱۳۸۸

نقد و بررسی کتاب مهندسی فرهنگ خصوصی سازی

مجید مختاریان پور^P



نویسندگان: غلامرضا حیدری کرد زنگنه و زهره عالی پور

ناشر: پندار پارس

سال نشر: چاپ اول ۱۳۸۶

تعداد صفحات: ۹۵ صفحه

کتاب «مهندسی فرهنگ خصوصی سازی» تنها کتابی است که در حال حاضر در زمینه فرهنگ خصوصی سازی منتشر شده است. یکی از نویسندگان رئیس سازمان خصوصی سازی است، بنابراین نقطه نظرات ارائه شده در این کتاب را تا حدود زیادی می توان بیانگر دیدگاه های سازمان خصوصی سازی ایران - به عنوان مرجع دانست. در نوشتار حاضر دیدگاه های مطرح

^P عضو هیئت علمی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، دانشجوی دکتری سیاستگذاری عمومی، دانشگاه علامه طباطبائی

شده در کتاب مورد بررسی و نقد قرار گرفته و پیشنهادهایی برای بهبود مهندسی فرهنگ خصوصی سازی در کشور ارائه شده است. ابتدا خلاصه ای از مباحث مطرح شده در کتاب ارائه می شود.

خلاصه کتاب

کتاب حاضر با هدف سیاستگذاری، نظریه پردازی و تبیین بهترین شیوه ها برای ایجاد فرهنگ خصوصی سازی تدوین شده و به دنبال بسترسازی فرهنگی برای اجرای سیاست های خصوصی سازی است. این کتاب ۶ فصل دارد:

فصل اول: تاریخچه

فصل نخست تاریخچه ای از رفتار دولت ها و حکومت های مرکزی در زمینه تصدّی گری فعالیت ها را در مقاطع مختلف تاریخی کشور بررسی می کند. حضور دولت ها در اقتصاد کشور، در شرایط زمانی و مکانی مختلف، دو انگیزه دارد: نخست مقابله با بحران های پیش آمده اقتصادی، نظارت، کنترل اقتصاد و فائق آمدن بر نقصان ها و دوم برای کسب اقتدار و انحصار منابع اقتصادی کشور. البته نویسندگان با بیان مصادیق تاریخی از انجام فعالیت های مختلف اقتصادی مردم در کشور ایران، این سؤال را مطرح می کنند که آیا ورود دولت ها به عرصه اقتصادی از روی مقتضیات زمانی و مکانی برای فائق آمدن بر نقصان هاست یا برای کسب اقتدار و انحصار منابع اقتصادی؟ و این سؤال را بدون پاسخ می گذارند. البته از محتوای کلام نویسندگان این گونه بر می آید که معتقدند بازار خود می تواند خود را تنظیم کند و حضور دولت، به جز در برخی مواقع، لزومی ندارد. این تفکر منطبق بر تفکر اقتصاد باز است که عوارض فرهنگی مختص خود را در پی خواهد داشت.

فصل دوم: انگیزه فعالیت های اقتصادی

در فصل دوم به انگیزه فعالیت های اقتصادی اعضای جامعه پرداخته می شود. نویسندگان

نقد و بررسی کتاب مهندسی فرهنگ خصوصی‌سازی ■ ۱۸۹

معتقدند انسان‌ها علاوه بر حواس پنجگانه معمول، حسی به نام مالکیت نیز دارند. حق مالکیت و میل به آن منشأ فعالیت فعالان اقتصادی در طول تاریخ بوده است.

بر اساس مکتب نئوکلاسیک وظیفه دولت ایجاد شرایط رقابت، حفظ آزادی‌های فردی، احیای حقوق مالکیت، ضمانت اجرای قوانین و به‌طور کلی فراهم کردن فضای امن و مناسب برای مکانیسم بازار و شرکت در فعالیت‌های اقتصادی، تنها هنگامی که بازار نمی‌تواند به صورت بهینه عمل کند، است.

پس از اشاره به جایگاه مشارکت مردم در انجام امور بیان می‌شود که هیچ دولتی نمی‌تواند ادعا کند که بدون مشارکت و دخالت مردم قادر به دستیابی به همه اهداف موردنظر توسعه است. به عبارت دیگر، رفاه عمومی، که نتیجه تأمین شغل، مسکن، بهداشت و همه نیازهای ضروری انسان است، بدون مداخله و مشارکت گسترده مردم در مالکیت و مدیریت عوامل تولید امکان‌پذیر نیست.

در نهایت نویسندگان اصلی‌ترین مانع مشارکت مردم در فعالیت‌های اقتصادی را احساس عدم امنیت مطرح کرده نتیجه می‌گیرند ایجاد احساس امنیت و تعلق خاطر به سرمایه‌گذاری یک اصل پذیرفته شده است که بدون آن هر اقدام اقتصادی محکوم به شکست است.

فصل سوم: جایگاه اطلاع‌رسانی در اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی

این فصل به جایگاه اطلاع‌رسانی در فرایند خصوصی‌سازی پرداخته و بیان می‌دارد که باید اطلاع‌رسانی با دو هدف عمده پیگیری شود:

۱. ایجاد حساسیت و افزایش ضریب فعالیت مردم و بخش خصوصی در فعالیت‌های اقتصادی.

۲. افزایش ضریب اعتماد و اطمینان مردم به فرایند اجرایی خصوصی‌سازی و اصلاح ساختار نظام اقتصادی در راستای اهداف مصوب هر کشور.

از نگاه نویسندگان اطلاع‌رسانی از یک سو بایستی با هدف ایجاد اعتماد جهت مشارکت

۱۹۰ ■ نامه پژوهش فرهنگی، سال دهم، دوره سوم

مردم در فعالیت‌های اقتصادی باشد و از سوی دیگر برای تغییر و تحول رفتاری به سوی جامعه‌ای که مردم رفتارهای اقتصادی عقلایی دارند. آموزش و فرهنگ‌سازی بایستی به صورت گسترده از سنین کودکی انجام پذیرد تا افراد جامعه صاحب این رفتار اقتصادی عقلایی شوند.

در پایان نیز نویسندگان یادآور می‌شوند که در شرایط فعلی نیاز به برنامه‌ریزی در دو مرحله است:

۱. انتقال مفاهیم و مهارت‌های رفتاری اقتصادی به مردم.
۲. دیدگاه‌های صاحب‌نظران و کارگزاران اقتصادی.

فصل چهارم: دیدگاه‌های صاحب‌نظران و کارگزاران اقتصادی

فصل چهارم کتاب به بررسی دیدگاه‌های صاحب‌نظران و کارگزاران اقتصادی در زمینه چگونگی اطلاع‌رسانی و بسترسازی فرهنگی جهت اجرای اصل ۴۴ می‌پردازد. این فصل، با طرح پنج سوال، نظرات شمار زیادی از صاحب‌نظران را به تفکیک بیان داشته و در پایان عمده‌ترین نکات پاسخ‌ها را در چند بند بیان می‌دارد. سؤالات طرح شده بدین شرح هستند:

۱. بهترین شیوه‌های اطلاع‌رسانی در جهت بسترسازی و کار فرهنگی در این زمینه با

توجه به ویژگی‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی در کشور از نظر شما چیست؟

۲. از نظر شما بهترین راه شفاف‌سازی فرایند خصوصی‌سازی از نگاه مردم چیست؟

۳. آیا اطلاع‌رسانی از عملکرد خصوصی‌سازی توسط وزارتخانه‌های مختلف مطلوب‌تر

است یا بهتر است یک دستگاه اجرایی واحد امر مذکور را به عهده داشته باشد؟

۴. اولویت اطلاع‌رسانی جهت جذب بیشتر سرمایه‌گذاران کلان چیست؟

۵. از دیدگاه شما چه شیوه اطلاع‌رسانی و تبلیغاتی در جهت ورود سرمایه‌گذاران

خارجی در این امر حائز اهمیت است؟

فصل پنجم: نتیجه گیری

فصل پنجم کتاب به نتیجه گیری مباحث مطرح شده می پردازد: فرایند خصوصی سازی در یک چشم انداز وسیع با مؤلفه هایی چون حذف انحصارات، استقرار مبانی اقتصاد بازار، گسترش بازار سرمایه، مقررات زدایی (تسهیل فرایند)، واگذاری سهام و دارایی های دولت و ... یک اقتصاد رقابتی را شکل می دهد. و اقتصاد رقابتی به نوبه خود با تغییر نقش دولت، استفاده بهینه از منابع، افزایش کارایی و بهره وری، بهبود وضع مالی عمومی و ایجاد امکانات مالی جدید برای مصارف اجتماعی، که در نهایت به گسترش رفاه عمومی منجر می شود، افق دستیابی به توسعه اقتصادی را فراهم می کند.

هماهنگی و همکاری و تخصیص وظایف بر اساس «شاخص کارایی» بین مکانیسم خودسامان بخش بازار و مجموعه دولت، قاعده ای بلندمدت و کلی به حساب می آید. در هر جامعه باید با توجه به نظام اقتصادی، اجتماعی سیاسی، ارزش های فرهنگی و میزان برخورداری از عوامل و امکانات زیربنایی به دنبال ترکیبی بین دو بخش مسئول در اقتصاد (بخش خصوصی و نهاد دولت) بود. در طول زمان این ترکیب از طریق شاخص کارایی، تعدیل و تنظیم می شود که موجب قوام و پایداری مکانیسم بازار آزاد و قدرت پاسخگویی خواهد شد. شرط اصلی کارکرد سالم آن منوط به شرایطی است که هم آنها عبارتند از آزادی فردی، اطلاعات کامل، آزادی ورود و خروج (به بازارها)، قوانین و مقررات تقویت کننده، عدم تبانی و سازش و تلاش برای ایجاد شرایط رقابت.

لازمه این امر ایجاد یک فرهنگ عقلایی اقتصادی است. فرهنگ عقلایی ای که در آن نظم، قانون، حساب و کتاب، امنیت و مالکیت مشروع نهادینه شده باشد، زیرا این امر برای استقرار، رشد و برنامه ریزی در این زمینه لازم و ضروری است. نویسندگان دستیابی به فرهنگ مذکور را مستلزم بسترسازی فرهنگی یا به عبارتی مهندسی فرهنگی را دانسته که لازم آن ایجاد نظام اطلاع رسانی و مهندسی مجدد فرهنگ اقتصادی است. ایجاد یک نظام اطلاع رسانی سیستماتیک تفصیلی و شفاف که حاوی موارد زیر باشد:

۱۹۲ ■ نامه پژوهش فرهنگی، سال دهم، دوره سوم

۱. اطلاعات صحیح و به موقع، به آگاهی مردم برسد.
 ۲. مجموع اطلاعات مورد نیاز شامل اطلاعات بنگاه‌ها، نحوه ارزشگذاری، واگذاری و عرضه عمومی سهام در اختیار متقاضیان قرار گیرد.
 ۳. شفافیت سیستم اطلاع‌رسانی بایستی با هدف شفافیت نحوه اجرای عملیات (فرایند انجام کار)، صحت اجرای فرایندها و اطلاع‌رسانی صحیح صورت پذیرد.
- مهندسی مجدد فرهنگ اقتصادی از طریق اصلاح رفتارهای اقتصادی برای آحاد مردم انجام می‌پذیرد. بسترسازی باید متناسب با اقشار مختلف به صورت اصلاح رفتارهای اقتصادی در کودکان، افزایش حساسیت عمومی به شاخصهای اقتصادی و اصلاح فرهنگ رفتارهای اقتصادی و همچنین ایجاد برداشت واحد مسئولان از تعاریف و سیاست‌ها ایجاد شود.
- در نهایت الزامات مهندسی فرهنگی خصوصی‌سازی در قالب یک نمودار درختی جمع‌بندی شده است:



فصل ششم: ضمائیم

فصل پایانی کتاب نیز شامل سه ضمیمه است:

۱. اصل ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران
۲. سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران
- ۳- پاسخ رهبر معظم انقلاب اسلامی به درخواست رئیس‌جمهور

نقد کتاب

پیش از پرداختن به نقد کتاب لازم است برای ایجاد زبان مشترک، برخی مفاهیم اولیه تبیین شود:

عقلانیت ابزاری (Instrumental Rationality): عقلانیت به معنای جدید آن که فارغ از اخلاق و به نحوی خودبنیاد است برای نیل به اهداف فردی به کار گرفته می‌شود و ارزش‌های متعالی مد نظر آن نیست. در واقع مانند بسیاری از اصطلاحات، معنای عقلانیت نیز در گذر زمان تغییر کرده است. از دیدگاه اسلامی عقل وسیله تعالی مادی و معنوی همزمان و قرب به خداوند است و همواره، به عنوان پیامبر درونی، در کنار وحی به کار گرفته می‌شود. از دیدگاه علمای غرب همچون ارسطو عقلانیت اشاره به رفتار اخلاقی دارد. تعریف معاصر از عقلانیت رفتاری است که در پی به حداکثر رساندن ارزش (به معنای مادی آن یعنی منافع مالی، سیاسی و ...) است که هیچ نوع عنصر اخلاقی در آن وجود ندارد. بسته به ارزشی که فرد برای تحقق آن تلاش می‌کند، می‌توان رفتار درست یا نادرست را عقلایی نامید. در این صورت یک مفسد اقتصادی با دادن رشوه جهت اختلاس عملی کاملاً عقلایی انجام می‌دهد چرا که به دنبال بالا بردن ارزش مورد نظر خود، یعنی دستیابی به منابع مالی، بوده است. صورت اقتصادی آن عقلانیت محاسبه‌گر (Calculative Rationality) است که با نگاهی کاملاً مادی سود و منفعت فردی هر رفتار را در مقابل هزینه‌های مادی آن محاسبه و بر مبنای آن تصمیم‌گیری می‌کند.

انسان عقلایی (Rational Man) یا انسان اقتصادی (Economic Man): انسان عقلایی یا اقتصادی انسانی است که بر مبنای عقلانیت عمل کرده و همواره نتایج اعمالش را با عقلانیت محاسبه‌گر، براساس منافع مادی، محاسبه می‌کند. بسیاری از اندیشمندان معتقدند ترویج این دید کوتاه‌بینانه انسان را از گوهر اصلی خود دور می‌سازد.

منفعت عمومی (Public Interest): به معنای منفعت تمامی مردم جامعه است. در صورتی که مدیریت دولتی با رعایت عدالت به دنبال منفعت تمامی اقشار جامعه از زن و مرد، غنی و فقیر و ... باشد منفعت عامه محقق شده است.

منفعت فردی (Personal Interest): منفعت فرد یا گروه خاص. اگر افراد جامعه و کارگزاران دولت به دنبال منفعت خود یا گروه خود باشند و منافع عمومی را فدای دستیابی به آن کنند، منفعت فردی حاکم خواهد بود.

اقتصاد سرمایه‌داری (کاپیتالیستی): اقتصادی که در آن سودمحوری و سرمایه‌سالاری به عنوان جوهری انکارناپذیر بر تمامی شئون دیگر غلبه داشته و توسعه اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، امنیتی و ... مهیاکنندگان زمینه‌های توسعه اقتصادی هستند. در چنین اقتصادی انسان‌ها عقلایی فرض شده و عقلانیت ابزاری در تمامی شئون حاکم است. مفاهیم تعریف شده فوق، در مبنای بحث دقیقاً به همین معنا خواهند بود.

در ابتدای کتاب آمده است:

«اصول ارزشی حاکم بر جوامع به عنوان منشأ تبیین میل حکومتی برای حضور افراد جامعه در عرصه‌های مختلف از جمله اقتصادی است، دولتمردان بر اساس این اصول می‌توانند نسبت به ایجاد فضای مناسب برای این حضور اقدام نمایند.»

ولی سراسر کتاب مشحون از ارزش‌های عقلانیت ابزاری و کاپیتالیستی صرف است و اندکی از ارزش‌های بنیان شده در آن دیده نمی‌شود. در واقع «فرهنگ» در نظر نویسندگان، همان عقلانیت ابزاری است که می‌خواهد انسان‌هایی عقلایی (به مفهوم مدرن و اومانیستی آن) و اقتصادی (با قرائت اقتصاد کاپیتالیستی) را پرورش دهد که فرایند خصوصی‌سازی را

نقد و بررسی کتاب مهندسی فرهنگ خصوصی‌سازی ■ ۱۹۵

به پیش ببرند. در صفحه ۱۶۲ کتاب با نگاهی غیراخلاقی و سودمحور، جامعه به دو دسته «گروه سرمایه‌داران استراتژیک» و «سایر مردم» تقسیم بندی می‌شود که نگاه کاپیتالیستی در آن به خوبی دیده می‌شود. در صفحه ۱۶۲، اینکه انسان به دنبال استفاده بیشتر از منابع به نفع شخصی خود است را شاخصه‌ای مهم و مثبت برای سرمایه‌داران و کارآفرینان مطرح می‌کند. برای پاسخگویی به این نیاز بایستی یک نظام اطلاع‌رسانی سیستماتیک، تفصیلی و شفاف بنا نهاده شود، که خود یکی دیگر از نشانه‌های تعقل ابزاری و سودمحوری حاکم بر محتوای کتاب است.

در چنین شرایطی دیگر نمی‌توان مدعی حفظ ارزش‌های دینی و بومی، طی فرایند خصوصی‌سازی، بود چون عملاً فرهنگ کاپیتالیستی مبتنی بر عقل ابزاری در جامعه ما گسترش یافته و طی یک فرایند میان‌مدت، شاهد جامعه‌ای سکولار خواهیم بود.

این کتاب فرایند خصوصی‌سازی مورد استفاده در کشورهای سکولار را، بدون در نظر گرفتن عوارض و پیامدهای نامطلوب فرهنگی آن برای کشور، کاملاً درست می‌داند و می‌خواهد موانع فرهنگی پیاده‌سازی آن را برطرف کند. به طور مثال نویسندگان در فصل پنجم به دنبال آن هستند که فرهنگ موجود جامعه را مطابق با فرهنگ اقتصاد کاپیتالیستی بازمهندسی کرده و به گفته خود به اصلاح رفتارهای اقتصادی بپردازند. نسخه مطلوب آنها همان نسخه انسان عقلایی و اقتصادی مبتنی بر پارادایم سرمایه‌داری است. حتی طبق تجویز کتاب لازم است کودکان ما از همان ابتدا بر اساس معیارهای مراجع اقتصادی موجود دنیا (همچون بانک جهانی، صندوق بین‌المللی پول و ...)، که ارزش‌های کاپیتالیستی را تبلیغ می‌کنند، تربیت شوند تا در آینده جامعه‌ای عقلایی داشته باشیم.

بهر بود کتاب ابتدا این پیامدهای نامطلوب را بر می‌شمرد، سپس سعی می‌کند راهکارهایی بومی و مبتنی بر ارزش‌های دینی و ایرانی ارائه کند. چه خوب بود اگر از این دریچه به مهندسی فرهنگ خصوصی‌سازی می‌نگریست که چگونه می‌توان با غنا بخشیدن به فرهنگ جامعه بر مبنای ارزش‌های دینی بستر لازم جهت مشارکت فعال سازمان‌های خصوصی،

نیمه خصوصی و مردم نهاد (NGO ها) و ... را فراهم کرده و منافع عمومی را ارتقاء داد. اما کتاب در عوض آنکه با شناخت فرهنگ ایرانی، فرایند خصوصی سازی را اصلاح و بومی کند، به نحوی که نه تنها آسیبی به ارزش ها وارد نیاورد بلکه تعمیق گر ارزش های اسلامی در جامعه باشد، بی پروا تلاش کرده فرهنگ موجود کشور را برای خصوصی سازی آماده کند. گویی می خواهد پدیده فرهنگی را که با خصوصی سازی همخوانی ندارد، از لبه تیغ گذرانده و متناسب با فرهنگ کاپیتالیستی تغییر دهد، یعنی به جای بومی سازی خصوصی سازی، سعی در تغییر فرهنگ ایرانی متناسب با خصوصی سازی دارد.

نویسندگان شاخص کارایی را به عنوان شاخص بلندمدت و کلی اقتصاد کشور فرض کرده اند. برای مثال در صفحات ۱۵۷ و ۱۵۸ کتاب بیان می دارند:

«... هماهنگی و همکاری و تخصیص وظایف بر اساس «شاخص کارایی» بین مکانیزم خودسامان بخش بازار و مجموعه دولت، قاعده بلندمدت و کلی به حساب می آید...»
در حالی که کارایی معیار مناسبی برای فعالیت سازمان های بخش دولتی نیست. در واقع کارایی با نگاه محدود «ستانده به داده» تنها می تواند یکی از معیارها تلقی شود و در کنار آن باید به اخلاق، پاسخگویی و حفظ منفعت عمومی نیز توجه شود. نگاه نویسندگان به کارایی و بهره وری نیز کارایی بخش خصوصی است، در حالی که کارایی و بهره وری بخش خصوصی و عمومی با یکدیگر متفاوت هستند. بهره وری خصوصی به دنبال منافع فردی است و بهره وری عمومی به دنبال منافع عمومی است.

نقد دیگر آن است که در این کتاب خصوصی سازی به معنای محدود «مالکیت» شرکت های دولتی توسط بخش خصوصی دیده شده و هیچ گونه اشاره ای به چگونگی مدیریت شرکت های مشمول اصل ۴۴ و نحوه فرهنگ سازی جهت مدیریت درست این شرکت ها توسط بخش خصوصی پس از واگذاری نشده است. به نظر می رسد اگر نویسندگان می خواستند به طور جامع به فرهنگ خصوصی سازی پردازند، باید به این تغییر رویکردها، تغییر ارزش ها و نحوه مدیریت شرکت ها پس از خصوصی سازی نیز می پرداختند. در صورت اشاره به این

موارد قابلیت بررسی و نقد رویکرد موجود به پدیده خصوصی سازی بیشتر می‌شد. نکته دیگر این است که نویسندگان بر مقررات‌زدایی، به عنوان یک فرایند مثبت در جهت بهبود وضعیت اقتصادی کشور، تأکید دارند در حالیکه در نمونه‌های موفق خصوصی سازی (مانند خصوصی سازی شرکت مخابرات شیلی^۱)، به دلیل وضع چارچوب مقرراتی صحیح و اجرای درست قوانین، هم مصرف‌کنندگان، هم کارکنان شرکت مخابرات، هم دولت و هم خریداران این شرکت، همگی سود بردند. در واقع این مقررات درست و کنترل هوشمندانه است که وضعیت را بهبود می‌دهد چرا که وجود قانون، برای برقراری انصاف، عدالت و حمایت از شهروندان، لازم است.

جمع‌بندی

در مجموع باید گفت «مهندسی فرهنگ خصوصی سازی» که کتاب حاضر به دنبال مفهوم سازی برای آن است، مقوله‌ایست که بایستی از دریچه بومی و دینی به آن نگریسته و تلاش شود تا با غنا بخشیدن به فرهنگ جامعه بر مبنای ارزش‌های دینی، بستر لازم جهت مشارکت فعال تمامی سازمان‌های خصوصی، نیمه خصوصی، سازمان‌های مردم نهاد (NGOها) و ... در فعالیت‌های اقتصادی کشور فراهم شود. به بیان دیگر بایستی به خصوصی سازی به مثابه «سازوکاری جهت بهره‌گیری از تمامی ظرفیت‌های بخش غیردولتی در تأمین کالاها و خدمات مورد نیاز جامعه و خلق ثروت ملی و الگویی از روش‌های مدیریت بخش خصوصی در اداره سازمان‌های دولتی» نگریست تا فرهنگ جامعه با هدف تعمیق ارزش‌های دینی مهندسی شود. ولی کتاب حاضر مفروض گرفته و تلاش نموده فرهنگ جامعه را به مختصات اقتصاد سرمایه‌داری نزدیک کند که این امر موضوعی بسیار خطرناک برای فرهنگ بومی و دینی جامعه ایران در بلندمدت خواهد بود.