

## عملکرد ستاد احیای دریاچه ارومیه در زمینه اجتماعی در سال ۱۳۹۴ و افق‌های پیش‌رو

گفتگو با دکتر احمد محسنی

عضو کمیته نظارتی ستاد احیای دریاچه ارومیه



بسیاری بر این باورند که احیای دریاچه ارومیه تنها با مشارکت همگانی مردم محقق خواهد شد؛ بدین منظور گفتگویی با دکتر احمد محسنی عضو کمیته نظارتی ستاد احیای دریاچه ارومیه در این باره ترتیب دادیم و نظر ایشان در ارتباط با عملکرد اجتماعی ستاد در سال جاری و برنامه‌های پیش‌رو جويا شدیم. در ادامه آنچه در این مصاحبه بیان شده است را خواهیم خواند.

### عملکرد ستاد در زمینه اجتماعی در سال ۱۳۹۴ را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

از همان ابتدا که بحث مسایل اجتماعی مطرح شد، اولین بحثی که در ذهن ما شکل گرفت این بود که چگونه با مردم برخورد نماییم؟ اگرچه ابعاد اجتماعی فعالیت‌های ستاد بسیار متفاوت است، زیرا با طیف وسیعی از مخاطبان از جمله اساتید، فرهنگیان، اصحاب رسانه، کارشناسان، دانشجویان، قشرهای مختلف مردم و از همه مهمتر کشاورزان و یا روستاییان که بیشترین مقدار مصرف آب توسط این گروه صورت گرفته است، مواجه هستیم. بنابراین، نحوه برخورد با این مخاطبان بسیار حائز اهمیت است؛ اولین گام در این راستا که یکی از مصوبات نیز بوده، اطلاع‌رسانی، آگاهی‌بخشی و جلب مشارکت مردم است. در بحث ارتباطات زمانیکه می‌خواهیم با گروه وسیعی از جامعه ارتباط برقرار نماییم به سراغ رسانه‌های ارتباط جمعی چون رادیو، تلویزیون، وبسایت، نشریات و غیره خواهیم رفت. اثرگذاری این نوع رسانه‌ها بسیار کلی است و سنجش آن کار آسانی نیست. عمدتاً ستاد در فعالیت‌های خود به منظور اطلاع‌رسانی و افزایش آگاهی مردم از این ابزار استفاده نموده و اطلاع‌رسانی‌ها به صورت کلی و عمومی بوده است. این نوع رسانه‌ها مخاطبان خاصی دارند در نتیجه بسیاری از مخاطبان مهم ما نمی‌توانند ارتباط برقرار نمایند. (خصوصاً مخاطبان جوامع محلی که ذینفعان اصلی طرح هستند). این مسئله از اثربخشی عملکرد اجتماعی ستاد کاسته است. به بیان دیگر، مخاطبان اصلی این رسانه‌ها افرادی بوده‌اند که به طور مستقیم منافع آنان به دریاچه ارومیه گره نخورده است؛ اگر چه این افراد بسیار دلسوز دریاچه و خواستار احیای آن هستند، اما به دلیل اینکه ذینفعان اصلی دریاچه نیستند اقدام اساسی توسط این افراد صورت نمی‌گیرد و یا نمی‌دانند برای احیای دریاچه ارومیه چه کمکی از دست آن‌ها بر می‌آید!

در راستای کاهش مصرف آب، فعالیت‌های اجتماعی که صورت می‌گیرد باید تمرکز بر روی افرادی باشد که مصرف‌کننده‌های اصلی آب در حوضه هستند و همانطور که می‌دانیم مصرف‌کننده‌های اصلی ما کشاورزان هستند. بنابراین اگر بخواهیم نقدی بر عملکرد ستاد در زمینه اجتماعی داشته باشیم، می‌توان گفت: اگر چه مخاطبان عام را به خوبی تحت پوشش قرار داده است و اذهان عمومی را با ابعاد مختلف موضوع چون شرایط موجود، تهدیدات و راهکارها آشنا نموده است و از حیث اطلاع‌رسانی کلی فعالیت‌های ستاد در راستای احیای دریاچه ارومیه به جامعه کارشناسان، اساتید و دستگاه‌های ذی‌ربط در کل کشور به خوبی عمل نموده است، اما برای مخاطبان اصلی، فعالیت‌های ستاد بیشتر ستادی بوده و یا بهتر بگوییم مستند سازی شیوه‌های انجام کار و فرایندها (اینکه چه باید کرد؟)، شناخت مسائل و مشکلاتی که با آن‌ها درگیر هستند و یا فعالیت‌هایی عمومی که به صورت مجزا توسط هریک از سازمان‌های مربوطه چون جهاد کشاورزی، وزارت نیرو، سازمان محیط زیست و آب منطقه‌ای‌ها با همکاری ستاد در حوضه صورت گرفته، بوده است. شاید بتوان گفت در سال ۹۵ کمیته اجتماعی به صورت دقیق‌تر به مسئله ورود خواهد نمود.

### برای اثر بخش‌تر شدن عملکرد ستاد چه می‌توان کرد؟

در پاسخ به این سوال می‌توان گفت: آگاهی‌بخشی عمومی بدون برنامه خیلی اثر گذار نخواهند بود و یا می‌توان از این فرایند به عنوان افزایش آگاهی‌های عمومی تابعی یاد کرد؛ یعنی زمانیکه پروژه‌ای در حال انجام است، جامعه همزمان با اجرای پروژه با اهداف، مأموریت‌ها و نحوه‌ی مشارکت خود آشنا شود. اگر مردم را به صورت کلی و عمومی آگاه نماییم،

نمی‌دانند جایگاه آن‌ها در راستای احیای دریاچه ارومیه چگونه است. بنابراین دیگر نباید برنامه‌های اجتماعی جداگانه برای احیای دریاچه ارومیه داشته باشیم. یعنی تا سال ۹۴ هر آنچه نیاز بود در ارتباط با ابعاد مختلف موضوع چون بحران دریاچه، آینده‌نگری، اتفاقاتی که رخ داده، تهدیدات ناشی از عدم احیای دریاچه، عوامل تاثیرگذار در خشک شدن دریاچه ارومیه به حد کافی صحبت شده است و برای کسی در حوضه پوشیده نیست.

مشکلی که در حال حاضر مردم با آن مواجه هستند این است که چه نقشی در احیای دریاچه ارومیه می‌توانند داشته باشند. اگر مخاطبان اصلی را در نظر بگیریم ذهنیتی در آن‌ها ایجاد شده است که باید آب کمتری مصرف نمایند. بنابراین برای شروع برنامه‌های سال آینده در ابتدا باید پهنه‌بندی از حوضه داشته باشیم و بعد از آن مشخص نماییم هر یک از پهنه‌ها با توجه به فاصله‌ای که از دریاچه دارند در چه زمینه‌هایی باید آگاه شوند و چه رفتاری از مردم آن منطقه انتظار داریم. مثلاً برای فردی که در سراب زندگی می‌نماید چگونه حس این فرد را نسبت به دریاچه برانگیزانیم؟ در حالیکه برای فردی که در نزدیک دریاچه زندگی می‌کند و با تهدیداتی چون شوری خاک و آب زیرزمینی و طوفان‌های نمکی آشناست این مسئله متفاوت خواهد بود.

نکته مهم دیگری که وجود دارد این است که سازمان‌های متولی زیادی در راستای احیای دریاچه ارومیه وجود دارد که باید رویکرد واحد و هماهنگی را دنبال نمایند. برای مثال، ممکن است در نقطه‌ای خاص که نزدیک مرکز استان است تمام این سازمان‌ها در آن نقطه متمرکز شوند و از نقاط دیگر غافل شوند و یا در چند نقطه‌ی متفاوت که هیچگونه هم‌افزایی با هم ندارند فعالیت نمایند، باید جلوی این رویکردهای ناپیوسته و ناهماهنگ گرفته شود.

مسئله‌ی حائز اهمیت دیگر این است که کلیه پروژه‌هایی که توسط ستاد در نظر گرفته شده است، چه مطالعاتی و چه اجرایی، باید پیوست اجتماعی داشته باشند و علاوه بر این اگر کمیته اجتماعی در منطقه فعالیت می‌نماید هیچ فعالیتی بدون هماهنگی با این گروه در منطقه انجام نشود.

شاید در این راستا لازم باشد در هر منطقه (شهر و یا روستا) شرکت‌ها و یا افرادی را به عنوان افراد معین دریاچه ارومیه معرفی نماییم؛ برای مثال، در هر روستا به یک فرد کارت عضویت در شبکه افراد معین دریاچه ارومیه داده شود و هر گروه و یا سازمان داخلی و بین‌المللی که برای انجام هر نوع فعالیتی چون رهاسازی آب، توانمندسازی، نمونه‌برداری، مطالعاتی و دیگر فعالیت‌ها وارد منطقه می‌شود با این افراد به عنوان دروازه‌بانان ورود به منطقه مواجه شود و در صورت لزوم نشست با این افراد داشته باشد و اگر نیاز به اطلاعات و راهنمایی‌هایی داشت توسط این افراد همکاری‌های لازم صورت گیرد. نکته‌ای که در این راستا باید به آن توجه شود، تهیه شناسنامه‌ای برای هر منطقه است که اطلاعات عمومی چون تعداد خانوار، جمعیت روستا، تعداد کشاورزان و دامداران منطقه، شغل اصلی و فرعی مردم روستا و ... اطلاعاتی تخصصی چون اقداماتی که تا کنون انجام شده و یا در حال انجام است و اهدافی را که دنبال می‌نمایند، سازمان‌هایی که در منطقه مشغول فعالیت هستند، افراد ذی‌نفع منطقه چه کسانی هستند؟ و دیگر موارد را در بر گیرد. برای مثال بارها از اهالی برخی روستاها شنیده‌ایم که می‌گویند افراد و گروه‌های مختلفی به منطقه آن‌ها آمده‌اند و اکثر آن‌ها سوالات یکسانی را پرسیده‌اند و مردم دیگر خسته شده‌اند؛ در نهایت، این مسئله بلا تکلیفی و سردرگمی مردم منطقه را به همراه داشته است. در نتیجه برای حل این مشکل شاید نیاز است سازمانی را تحت عنوان سازمان اجتماعی در



منطقه تاسیس نماییم و وظیفه این سازمان کنترل اینگونه مسائل باشد؛ با این کار مردم را از بلا تکلیفی و آلودگی اجتماعی ایجاد شده نجات داده‌ایم. در مجموع می‌توان گفت در سال آینده ما نیازمند ساماندهی مطالعات اجتماعی و یا مسائلی فراتر از مطالعات اجتماعی خواهیم بود.

همانطور که اشاره شده است فعالیت‌های اجتماعی باید پروژه محور باشند؛ افزایش آگاهی‌های عمومی بدون موضوع موثر و پایدار نخواهد بود.

برای مثال تصمیم بگیریم با مردم منطقه‌ای در ارتباط با دریاچه صحبت نماییم به جز حرف‌های تکراری که این دریاچه خشک شده است، وضعیت دریاچه رو به وخامت است، در صورت خشک شدن به شما آسیب‌های جدی می‌رسد و این وظیفه شماست که کمک نمایید و آب کمتری مصرف نمایید و اما در ادامه‌ی این صحبت‌ها اگر پرسیده شود که چگونه این اتفاق بیافتد و چه الگوی کشتی را انتخاب نماییم، اگر با کاهش مصرف آب در آمد کشاورز کم شود چه راهکاری اندیشیده شده است و یا با تغییر الگوی کشت آیا تمهیداتی برای فروش محصولات جدید در نظر گرفته شده است و سوالاتی از این دست، و ما پاسخ و برنامه‌ای برای آن‌ها در نظر نگرفته باشیم، صحبت تنها در ارتباط با دریاچه تاثیر چندانی بر عملکرد افراد نخواهد داشت. بنابراین طرح‌ها و پروژه‌هایی که برای منطقه‌ای خاص تعریف می‌نماییم باید همه جانبه محور باشد.

به طور کلی باید به دنبال طرح‌هایی باشیم که با کاهش مصرف آب و سطح زیر کشت، میزان تولید و درآمد مردم افزایش یابد. با توجه به مشکلاتی که کشاورزی نابهره‌ور در کشور ما دارد، با حل مشکلات موجود این هدف دست یافتنی است. نکته‌ای که بسیار حائز اهمیت است ما نباید به کشاورزان پیشنهادهای دهیم که درآمد آن‌ها کم شود؛ کشاورز زمانی در کاری که از وی خواسته شده است همکاری می‌نماید که در وهله‌ی اول ضرری در این کار متحمل نشود و سپس اگر در ازای انجام این کار زحمتی را متحمل می‌شود، بابت این زحمت ارزش افزوده‌ای را برای وی در نظر بگیریم. بنابراین این نکته باید همواره برای ما یک اصل باشد که اگر خواسته‌ای از کشاورز داریم منجر به افزایش درآمد وی و یا حداقل تامین درآمد قبلی وی شود.

نکته‌ی نهایی اینکه، اگر از کشاورزان بخواهیم تنها به خاطر دریاچه کم بکارند و کم برداشت نمایند، شاید درخواست منطقی نباشد. به همین دلیل است وقتی وارد محیط‌های شهری می‌شویم استقبال از برنامه‌های احیای دریاچه ارومیه بسیار زیاد است؛ زیرا در حال حاضر آن‌ها ذی نفعان اصلی دریاچه نیستند. بنابراین لازم است سازمان‌های مختلف را توجیه نماییم که چه محتوایی را برای جلب مشارکت مردم در مناطق مختلف مطرح نمایند. حتی در برخی مناطق برای پیگیری طرح‌های احیا نباید اجازه دهیم سازمان به خصوصی دخول نماید. برای مثال اگر در ناحیه‌ای که حجم استفاده از آب‌های زیرزمینی بالاست، اگر با نیروهای آب منطقه‌ای ورود نماییم، طرح با شکست روبه‌رو خواهد شد؛ طبیعتاً ساکنین آن منطقه کارشناسان این سازمان را به عنوان افرادی که منافع مخالفی با مردم آن منطقه دارند و به دنبال قطع روزی آن‌ها هستند قلمداد می‌کنند. با اجرا و در نظر گرفتن نکات اشاره شده می‌توان عملکرد اجتماعی با تاثیرگذاری مطلوب‌تری را انتظار داشت.



در مجموع می‌توان گفت ستاد در زمینه اجتماعی نیازمند تغییر رویکردی اساسی است. باید این حس را در مردم منطقه ایجاد نمود که بگویند کاش زودتر برای دریاچه این اتفاق افتاده بود که اوضاع زندگی ما هم زودتر خوب می‌شد. در حالیکه نگرش ما تا کنون به گونه‌ای بوده است که برویم و صحبت‌هایی کنیم و حقایق را روشن سازیم تا احساس جامعه را نسبت به دریاچه برانگیزانیم و سپس آن‌ها را با اهداف خود همراه سازیم. ما سال‌هاست که می‌گوییم دریاچه وضعیت بحرانی دارد و خشک شدن آن خطراتی چون افزایش بیماری‌هایی چون سرطان و بیماری‌های تنفسی و یا مهاجرت میلیون‌ها انسان را به همراه خواهد داشت و هر آنچه که بوده را به گوش مردم رسانده‌ایم و اگر حسی بوده در مردم ایجاد کردیم، اما چرا عکس‌العملی نشان نمی‌دهند و با خشک شدن دریاچه مشکلی ندارند؟

رویکرد ما باید اینگونه باشد، به جای اینکه مردم را دلسوز دریاچه نماییم، چند گام مثبت در راستای بهبود معیشت مردم برداریم، بطوریکه آن‌ها حس نمایند به علت نجات دریاچه ارومیه این تغییرات مثبت در زندگی آن‌ها رخ داده است و در راستای احیای دریاچه ارومیه با ما همسو شوند. در نهایت می‌توان گفت: این رویکرد و نگاهی متفاوت است که نجات دریاچه ارومیه در گرو این تغییر رویکرد خواهد بود.

