

سلسله نشست‌های آب، فرهنگ و جامعه

متن کامل نشست تخصصی آب، فرهنگ و رسانه

«باید درباره آب گفت و گو کنیم.»

انجمن مطالعات فرهنگی و
ارتباطات

اندیشکده تدبیر آب ایران

انجمن جامعه‌شناسی ایران

مرکز بررسی‌های استراتژیک
ریاست جمهوری



شهریورماه ۱۳۹۴

فهرست

بخش اول : طرح مباحث توسط اعضای پانل

۲	سخن آغازین
۴	آقای دکتر خانیکی
۵	آقای مهندس علایی
۶	آقای دکتر یوسفی
۷	آقای دکتر منتظر قائم
۹	آقای دکتر خانیکی
۱۱	آقای مهندس علایی
۱۲	آقای دکتر یوسفی
۱۲	آقای دکتر منتظر قائم

بخش دوم: پرسش و پاسخ

۱۴	خانم مهندس جوادی
۱۴	آقای مهندس سمیعی (مدیرعامل شرکت مهندسان آبادنگاه)
۱۵	آقای مهندس خضرای
۱۵	آقای اسماعیل پور (خبرنگار خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران)
۱۶	آقای فولادیان
۱۶	خانم شایان (کارشناس آب منطقه‌ای)
۱۷	خانم امینی
۱۷	آقای مهندس علایی
۱۸	خانم مهندس جوادی
۱۸	آقای مهندس علایی
۱۸	آقای دکتر یوسفی
۱۹	آقای دکتر منتظر قائم
۲۰	آقای دکتر خانیکی

سخن آغازین

نابه‌سامانی‌های ناشی از برنامه‌ها، اقدامات توسعه و نوسازی، و خصایص شیوه زیست ایرانیان، تأثیرات خود را بر حیات جمعی مردمان ایران زمین بر جای گذاشته‌اند. از جمله عوارض ناشی از آن‌ها، تخریب محیط‌زیست و پیدایش بحران‌هایی است که بحران آب از جمله آن‌هاست. توجه به اهداف و الزامات توسعه پایدار در جریان توسعه ایران، مغفول مانده و امروز مشکلات عدیده‌ای بروز کرده‌اند. مشکلاتی که هزینه‌هایشان در درازمدت بسیار بیشتر از منافع کوتاه‌مدت برنامه‌هایی است که باعث بروز این مشکلات شده‌اند. آلودگی آب‌ها و سواحل، نابودی دریاچه ارومیه و زاینده‌رود و کاهش چشم‌گیر آب در کارون و ارس، از بین رفتن بسیاری از تالاب‌ها و آبراه‌ها حاصل این نوع ناهماهنگی و عدم تعادل در روابط و مناسبات انسان و محیط بوده است.

علی‌رغم بروز آثار و عوارض ناشی از بحران آب در حوزه محیط‌زیست و حتی فضای اجتماعی (مثلاً بوجود آمدن اختلافات و مناقشات محلی و منطقه‌ای در برخی از استان‌های کشور)، هنوز توجه، حساسیت و دغدغه‌مندی لازم در میان عموم مردم و حتی کارشناسان و سیاست‌گذاران آنگونه که باید پدید نیامده است. بی‌توجهی به بحران آب و چشم بستن بر روی اهمیت و پیامدهای آن در کشور، می‌تواند در آینده آثار مخرب و جبران‌ناپذیرتری بر جای گذارد. لذا نیاز است که بحران آب و عوامل و پیامدهای آن موضوع گفت‌وگوی علمی و تخصصی قرار گرفته و متخصصین و صاحب‌نظران عرصه‌های گوناگون مهندسی، جامعه، اقتصاد، سیاست، فرهنگ و ارتباطات در این باره به گفت‌وگو بنشینند.

اندیشکده تدبیر آب ایران، انجمن جامعه‌شناسی ایران، و انجمن مطالعات فرهنگی و ارتباطات، به عنوان نهادهای مدنی، و مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست‌جمهوری، با توجه به اهمیت راهبردی بحران آب، قصد دارند سلسله نشست‌هایی را با شعار «باید درباره آب گفت‌وگو کنیم» در شش‌ماهه دوم سال ۱۳۹۳ برای بررسی ابعاد مختلف بحران آب در ایران برگزار نمایند تا بدین طریق ضمن روشن شدن ابعاد راهبردی بحران آب، بسترها و زمینه‌های شکل‌گیری گفتمان جدید متناسب با تحولات نو، برای سیاستگذاری راهبردی در این حوزه فراهم گردد.

نشست تخصصی هفتم از این سلسله نشست‌های با موضوع «**آب، فرهنگ و رسانه**» روز پنج‌شنبه مورخ ۲۴

اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۴ از ساعت ۹ الی ۱۲ در دانشکده فرودسی مشهد (سالن رحیم زاده) برگزار شد.

این نشست با حضور آقایان

- مهدی منتظر قائم (عضو هیئت علمی گروه ارتباطات اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران)،
- علی یوسفی (عضو هیئت علمی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد)
- محمد علایی (معاون برنامه‌ریزی و بهبود آب منطقه‌ای خراسان رضوی) و
- هادی خانیکی (رئیس انجمن مطالعات فرهنگی و ارتباطات)

به عنوان اعضای پانل و با هدف پاسخگویی به سؤالات زیر برگزار گردید:

۱. تفاوت و فاصله بین تصویر واقعی و تصویر ارائه شده در رسانه‌ها از نظر گستردگی و عمق ابعاد مسئله آب در سطح ملی و استانی به چه اندازه است؟
۲. ارتباط و نسبت بین پدیده طبیعی-انسانی بحران آب و جامعه و فرهنگ ایرانی چیست و چه گروه‌های اجتماعی بیشتر درگیر مسئله آب هستند؟
۳. رسانه‌ها در برابر پدیده بحران آب چه وظایف و تکالیفی دارند و در حال حاضر عملکرد آنها چگونه ارزیابی می‌شود؟

بخش اول: طرح مباحث توسط اعضای پانل

آقای دکتر خانیکی

سه نهاد اندیشکده تدبیر آب، انجمن جامعه‌شناسی ایران و انجمن مطالعات فرهنگی با همکاری مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری اقدام به برگزاری نشست‌هایی با هدف بررسی مسئله آب از طریق گفتگوهای سه جانبه بین محققان، مدیران اجرایی و جامعه نموده‌اند.

در این نشست آقای مهندس علایی معاون برنامه‌ریزی و بهبود آب منطقه‌ای خراسان رضوی، آقای دکتر یوسفی عضو هیات علمی گروه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد و معاون فرهنگی و اجتماعی این دانشگاه، آقای دکتر مهدی منتظرانم مدیر گروه ارتباطات دانشگاه تهران، و اینجانب عضو هیات علمی گروه ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی و مسئول انجمن مطالعات فرهنگی و ارتباطات، به بحث پیرامون پرسش‌هایی می‌پردازیم که در ادامه بدان اشاره می‌شود:

- **پرسش اول:** چه تفاوتی بین تصویر واقعی و تصویر رسانه‌ای آب در این کشور وجود دارد؟ تصویری که در رسانه‌ها اعم از مطبوعات، رادیو و تلویزیون و شبکه‌های مجازی از مسئله آب انعکاس پیدا می‌کند از نظر گستردگی و عمق تا چه میزان با واقعیت مسأله آب تطابق دارد؟
- **پرسش دوم:** چه نسبتی بین پدیده‌های طبیعی و انسانی در بحران آب، جامعه و فرهنگ ایرانی وجود دارد؟ به عبارتی دیگر نوع مواجهه گروه‌های اجتماعی درگیر با مسأله آب چگونه است؟ آیا این مسأله در بُعد اجتماعی حاوی مسایل بحرانی هست یا صرفاً مشکل فقط در سطوح حکمرانی آب و در سطح مدیریتی وجود دارد؟
- **پرسش سوم:** رسانه‌ها در برابر مسأله بحران آب چه وظایف و تکالیفی دارند و در حال حاضر عملکرد آنها چگونه ارزیابی می‌شود؟

مفروض این بوده است که آب در این کشور یک مسأله جدی است، ولی مانند هر مسأله دیگر از مبانی و قواعد و مهارت‌های گفتگو برخوردار نیست، همانند سایر مسایل مثل انتخابات، وضعیت جوانان، آسیب‌های اجتماعی و ... که وقتی جامعه‌ای دچار فقر یا ضعف در فرهنگ گفتگو باشد، بر سر آن نمی‌تواند به خوبی گفتگو کند. از این‌رو تلاش این نشست‌ها بر این است که دست‌اندرکاران حوزه‌های فنی و مهندسی را به حوزه‌های اجتماعی، فرهنگی و ارتباطی، و نیز نهادهای مدنی را به نهادهای رسمی و دولتی نزدیک گرداند، تا اینکه همگی به این درک برسند که آب یک مسأله ملی است و باید بر سر آن گفتگو کرد. باید ظرفیت‌های کشور اعم از ظرفیت‌های فرهنگی، فکری و مدیریتی را به خدمت گرفت. همچنین نباید مسأله را محدود کرده و مدیران را مقصر دانست. یا مدیران نباید مقصر مسأله را دانشگاهیان بدانند، یا هر دو، دولت و حکومت را مقصر بدانند و در نهایت مقصر اصلی را مردم بدانند. چنین نگاهی در نهایت به اینجا ختم می‌شود که مردم باید یاد بگیرند صرفه‌جویی کنند، در حالی که این یک انتظار حداقلی است و در نهایت چیزی کمتر از دو درصد مشکل آب کشور را می‌تواند حل کند. لذا برای اینکه گرفتار چنین وضعیتی نشویم، باید پذیرفت که همه مقصر هستند و به نوبه خود مسئولیت بپذیرند.

آقای مهندس علایی

در این کشور، به ویژه محدوده شرق و فلات مرکزی، با بحران گسترده و فزاینده کمی و کیفی آب مواجه هستیم. باید توجه کرد که مسأله آب در این کشور یک مشکل تاریخی بوده است و مسأله امروز و فردای ما هم خواهد بود. ولی آنچه که مسأله را تبدیل به بحران کرده است فعالیت‌هایی است که طی ۶ دهه اخیر، انسان و به خصوص مدیران در چارچوب رفتارهای مدیریتی انجام داده‌اند و این محدوده را با بحران بسیار خطرناکی روبرو کرده‌اند، به نحوی که پیامدهای بحران می‌تواند آینده فرهنگ، تمدن، بقا و پایداری این کشور را تهدید کند. در واقع متناسب با افزایش درآمدهای نفتی در کشور و درآمد نسبی دولت و عدم توجه و نیاز به مالیات و ارتباط با مردم، سبب شد دولت از یک نهاد حاکمیتی به مجموعه‌ای توانمند و پولدار تبدیل شود که می‌توانست منابع مالی را توزیع کند و محیط زیست هم باید به هر قیمتی در خدمت او قرار گیرد. این دیدگاه به تدریج به بدنه اجتماعی رسوخ پیدا کرد و آن شد که می‌بینیم.

منابع آب تجدیدپذیر در استان خراسان رضوی حدود ۷/۵ میلیارد مترمکعب هست، ولی ۸/۵ تا ۹/۵ میلیارد مترمکعب میانگین برداشت از منابع آب هست. یعنی بیش از ۱ میلیارد در شرایط ترسالی و ۲ میلیارد مترمکعب در خشکسالی از آب زیرزمینی اضافه برداشت می‌شود، یعنی حدود ۱۲۳ درصد نسبت برداشت به تغذیه در شرایط معمول. این استان رودخانه پُر آب ندارد و هیچ‌گونه ارتباطی با دریا نیز ندارد، لذا زندگی و پایداری مردمان در این منطقه متکی به برداشت از منابع آب زیرزمینی است. ولی این حجم عظیم برداشت، آن هم در مناطقی که معمولاً دشت‌ها با کویر و مناطق خشک ارتباط دارد، منجر به کاهش حجم سفره‌های آب زیرزمینی، و متناسب با آن کاهش چشمه‌ها، قنات‌ها و چاه‌ها می‌شود و آب شور می‌شود و سطح زمین نشست پیدا می‌کند. نشست زمین که خود پیامدهای مصیبت‌باری دارد مثل ایجاد شکاف‌هایی در دشت مشهد به طول بیش از ۸۰ کیلومتر یا تهدید پایداری راه‌ها، راه‌آهن و ساختمان‌ها و خطوط انتقال انرژی که متأسفانه این پدیده‌ها در دشت مشهد مشاهده می‌شود.

حال راهکار برای مدیریت آب در شش دهه گذشته چه بوده است؟ می‌توان خلاصه گفت: حفر چاه‌های عمیق در مناطق بحرانی و احداث سدها در مناطق بحرانی بر روی رودخانه‌هایی که دشت‌ها را تغذیه می‌کردند. ولی پیامد شش دهه فعالیت عملکرد خوبی نیست. در این کشور شاهد ۱۰ میلیارد مترمکعب تبخیر از سدها هستیم. در حالی که بررسی تاریخ این سرزمین نشان می‌دهد که گذشتگان به خصوص در فلات مرکزی ایران، در ارتباط با شناخت منابع آب، برداشت و انتقال آن و مسئولیت‌های دیگر سرآمد جهانیان بودند. به طور مثال، قنات قصبه گناباد که اگر بررسی شود هنوز این سؤال مطرح هست که چطور انسان در ۲۵۰۰ سال قبل، با این دقت و با این ابزار ساده از عمق ۳۵۰ متری آب برداشت می‌کرده است. ولی ورود اعتبارات نفتی باعث شد محدودیت منابع آب و باورهای مذهبی فراموش شود، درحالی که قرآن به صراحت می‌فرماید: "ما برای هر منطقه‌ای حجم محدودی از آب را معین کرده‌ایم". قداست‌زدایی از آب اتفاق افتاد، حال آنکه برای آب حرمت نگه می‌داشتیم. منابع آب به مفهوم کالا تبدیل شد و مالکیت و مدیریت آن نیز از مردم سلب شد. لذا برداشت من این هست که

باید برای برون‌رفت از بحران، تمام اجزاء آن فرهنگ و تمدن شکوفا که توانسته بود زندگی را طی ۸ هزار سال در این منطقه ممکن سازد، درک و احیا کنیم.

آقای دکتر یوسفی

در ضرورت پرداختن به مساله بحران آب در کشور اتفاق نظر وجود دارد، ولی جنبه‌ای که مغفول مانده است و نیاز به تقویت دارد نگاه به آب از منظر اجتماعی و جامعه‌شناسی است. در مقوله بحران آب بخش قابل توجه‌ای از مسئله به رفتار ذینفعان و کنشگران مرتبط است فارغ از محدودیت‌های طبیعی. یعنی ممکن است از مواجه مردمان یک جامعه، همین منابع محدود در خیلی مناطق صورت بحرانی پیدا نکند. لذا مواجه و تدبیری که در آب می‌شود بسیار تعیین‌کننده هست. برای همین باید به ریشه‌های اجتماعی و فرهنگی توجه کرد. فرهنگ آب یعنی فرهنگ مرتبط با رفتارهای این حوزه مثل مصرف آب، بهره‌برداری از آب، تدبیر آب، نگهداری آب، استحصال آب و ... در واقع فرهنگ آب عبارت است از ارزش‌ها، باورها و هنجارهای مشترک که در مصرف، تدبیر، نگهداری آب و ... راهنما قرار می‌گیرد. راهنمای عمل بودن ارزش‌ها و هنجارهای مشترک یعنی این که فرهنگ یک جزء و عنصر دائمی و ذاتی عمل است و در هر رفتار اجتماعی حضور دارد و مستقل از عمل نیست. بنابراین در نحوه نشستن و برخاستن و صحبت کردن و معاشرت کردن و گفتگو کردن و ... عناصر فرهنگی حضور دارند. بنابراین وقتی چارچوب‌های فرهنگی تغییر پیدا می‌کند، تغییر در حالات، مظاهر و عناصر رفتاری هم ایجاد می‌شود.

فرهنگ حاصل یک فرایند گسترده تاریخی و اجتماعی است، و به راحتی حاصل نمی‌شود. لذا فرهنگ یک میراث اجتماعی تجدیدشونده است که از گذشته می‌آید و از طریق فرایندهای یادگیری و جامعه‌پذیری به نسل فعلی منتقل می‌شود و در طی این انتقال تقویت می‌شود. بنابراین متعلق به یک نسل نیست، برای همین است که نمی‌توان نقطه عزیمت برای فرهنگ پیدا کرد، چرا که از یک عقبه تاریخی برخوردار است و فاقد متولی مشخص، بلکه همه جامعه درگیر فرایندهای یادگیری و جامعه‌پذیری و نقل و انتقال مفاهیم و میراث‌های فرهنگی هستند.

اگر از منظر جامعه‌شناسی فرهنگ به رفتارهای مرتبط با آب نگاه شود، لازم است ارزش‌ها، باورها و هنجارهای محوری رفتارها شناسایی شوند. مثلاً در جامعه ایرانی بخش قابل توجه و تعیین‌کننده‌ای از بسته فرهنگی را فرهنگ مذهبی تشکیل می‌دهد و خیلی نقش و حضور برجسته‌ای دارد، مثل هنجارهای طهارت. لذا برای مداخله و اصلاح رفتار مصرف در جامعه ایرانی شیعه اثنی‌عشری، ورود به مباحث و احکام ضرورت دارد. لذا اگر فرهنگ مذهبی آب اعتلا پیدا کند و جامعه آن را پذیرا باشد، خیلی از مشکلات که در بحث آب وجود دارد، کاهش می‌یابد. در واقع هم کشاورزانی که آب را مصرف می‌کند و هم مدیرانی که آب را مدیریت می‌کند، تابع همان فرهنگ هستند. در این صورت می‌توان گفت که رسانه‌ها قادرند در اشاعه و انتقال فرهنگ آب در چارچوبی که مورد توافق هست، نقش اساسی داشته باشند. چرا که بسیاری از ارزش‌ها، باورها و هنجارها که مورد تأکید است، از طریق فرایندهای رسانه‌ای اشاعه و ترویج پیدا می‌کند. اجمالاً می‌توان گفت تصویری که امروزه در رسانه‌ها از آب و رفتارهای مرتبط با آب در حال انتقال هست، تناسبی با وضعیت بحرانی آب ندارد، بلکه نوعی ترس و نگرانی در عدم انتقال وضعیت بحران به جامعه وجود دارد. یعنی بحران آب بسیار جنبه امنیتی یافته، لذا صرفاً به دغدغه

نخبگان، مدیران و کنشگران تأثیرگذار در نظام تصمیم‌گیری تبدیل شده است و ذینفعان و مصرف‌کنندگان و بهره‌برداران واقعی و گستره اجتماعی چنین تلقی از بحران آب ندارند.

آقای دکتر منتظر قائم

مسئله رسانه و آب حداقل از چهار زاویه قابل بررسی است که هر کدام به لحاظ نظری و رویکرد قالب متفاوتی دارد. در مطالعات رسانه‌ای بحثی تحت عنوان کارکرد رسانه‌ها وجود دارد. از زاویه کارکرد رسانه‌ها، اثرات محتوای رسانه‌ای بر رفتار مخاطب و مصرف‌کنندگان بررسی می‌شود. زاویه ارتباطات زیست‌محیطی، زاویه ارتباطات بحران به ویژه ارتباطات بحران طبیعی مثل خشکسالی و زاویه مدیریت کارزارهای رسانه‌ای و یا مدیاکمپین‌های دیگر می‌باشند.

کارزار یعنی چه؟ کارزار یعنی مجموعه‌ای هدفمند از تولید محتواهای رسانه‌ای که برای ایجاد تغییرات مشخص در جهان واقعی و به واسطه ایجاد تغییراتی در نگرش و رفتارهای مخاطبان و به اصطلاح کنشگران اجتماعی انجام می‌شود، یعنی محتوایی طراحی می‌شود که هدف آن ایجاد تغییر در جهان واقعی است. برای این تغییر در رفتار، دانش و آگاهی و گرایش و کنش، حال نخبگان و سیاستگذاران یا توده‌های مردم، باید از سه مرحله عبور کرد.

مرحله اول شناخت وضع موجود است که مسئله واقعاً چیست؟ این مرحله باید صریح، روشن، دقیق و جامع صورت گیرد. ارزیابی این مرحله ما را متوجه می‌سازد که چرا کمپین‌های موفق در حوزه آب طراحی و اجرایی نشده است. مسأله چیست؟! آقای مهندس علایی می‌فرمایند ۸ هزار سال آب به بهترین نحو استحصال می‌شد، حال آن که ۸ هزار سال جمعیت ۸۰ میلیونی وجود نداشته است. لذا باید دید که مسأله چیست؟ و چقدر قابل تغییر است؟ چرا که اگر مسأله خارج از اراده و اختیار انسان باشد به هیچ وجه برای آن هیچ روشی وجود ندارد.

لذا باید به این سؤال پاسخ داد که چه میزان از مسأله قابل تغییر است؟ و توسط چه ابزار و مهارت‌هایی قابلیت تغییر وجود دارد؟ مباحثی وجود دارد که صرفاً مهندسی و شرکت‌های مشاوره بدان اشراف دارند، مانند دانش زمین‌شناسی، دانش آب و هوا و اقلیم‌شناسی و آثاری که این دانش‌ها در سیاستگذاری کلان آب می‌گذارد. همچنین اطلاعاتی وجود دارد که قانون‌گذاران باید از آن مطلع باشند، مانند عدم تأمین حق‌آبه کشور از منابع ورودی توسط کشورهای همسایه و نیز برنامه‌های توسعه آب کشورهای همسایه در میان مدت و ... و بخشی از مباحث که به شهروندان و توده مردم مربوط می‌شود. همچنین باید توجه کرد که هر نوع تغییری را در هر مدت زمانی نمی‌توان انجام داد، چرا که ارزش‌ها در شرایط اقتصادی و سیاسی و فرهنگی بسیار طولانی شکل گرفته است. لذا آثار اقدام برای تغییرات در لایه‌های زیرین نظام شخصیت و روابط فرهنگی و ... ممکن است چند دهه بعد هویدا شود.

مرحله دوم طراحی و تولید کارزار است. ما برای اینکه بتوان این مرحله را به درستی طی کرد، ابتدا باید جامعیت، دقت، کامل و به‌روز بودن در آن رعایت شود. یعنی باید مجموعه عوامل فراملی، ملی، منطقه‌ای و محلی مربوط به اقلیم، متغیرهای جمعیتی و مسایل امنیتی لحاظ شود. دوم؛ باید شناخت دقیق از مخاطب و نحوه ادراک، دریافت، معناشناسی، ارزش‌ها و نحوه نگرستن‌شان به مفهوم حیات و زندگی روزمره تبیین شود. سوم؛ باید شناخت دقیق در مورد رسانه‌ها، ظرفیت رسانه‌ها و نوع

بهره‌وری مخاطبان از رسانه‌های مختلف و زمان و مکان رسانه‌های متفاوت وجود داشته باشد. در این شرایط تلاقی بین اطلس جغرافیایی، سیاسی و فرهنگی مخاطبان با اطلس رسانه‌ای معنا پیدا می‌کند و می‌توان با کمترین هزینه بیشترین توفیق را در ارسال پیام به مخاطب داشت.

مرحله سوم ارزیابی محتواست. یعنی سنجش محتوای تولیدشده در میدان عمل.

حالا بحث آب با چه مشکلاتی روبرو هست که نمی‌توان برای آن مدیاکمپین مطلوب طراحی کرد؟ برای جواب به این پرسش باید مجدد از خود پرسید که واقعاً مسأله آب چیست؟ آیا واقعاً مسأله خشک و نیمه‌خشک بودن اقلیم ایران و یا بخشی از مناطق ایران است؟ متأسفانه در ایران گزارش جامع‌الاطرفی برای مسأله بحران آب که بتوان بر آن مهر تأییدی زد و برآیند تمام منافع سازمانی، نهادی، صنعتی، شخصی، حزبی و جناحی باشد، وجود ندارد. متأسفانه صاحبان صنعت مسأله را به یک نحو طراحی می‌کنند، صاحبان قدرت و قانونگذار نحوی دیگر، شرکت‌های مهندسی مشاور و شهروندان نیز قص علی هذا... به هر حال هر گروهی استراتژی مجزایی برای خودش طراحی می‌کند فارغ از توجه به سایر گروه‌ها. همین موضوع باعث شده که تصویر روشنی از مسأله آب در ایران شکل نگیرد. آیا واقعاً مسأله سدسازی و جایابی‌های اشتباه است؟ آیا واقعاً مسأله استراتژی‌های غلط در بهره‌برداری‌های منابع آب زیرزمینی است؟ حال آنکه آمایش سرزمین می‌گوید که بایستی جمعیت را به سمت استان‌های مرکزی، شرقی و جنوبی نیز سوق داد. لذا نیاز به کمیته‌ای ملی برای مطالعات کلان وجود دارد، تا با بررسی ابعاد مختلف مطالعات گذشته‌نگری و آینده‌نگری، مطالعات امنیتی، سیاسی، ملی و منطقه‌ای بتوان تشخیص داد که مسأله چیست.

مرحله بعدی در طراحی مدیاکمپین‌ها، طراحی کارزار بر اساس شناخت از مخاطبان و هدفگذاری برای آن هست. متأسفانه مخاطب ایرانی، یکی از مجهول‌ترین پدیده‌ها است. تئوری‌های روانشناسی، جامعه‌شناسی و ارتباطات در مواجهه با انسان ایرانی دچار چالش می‌شود، و در بهترین حالت صرفاً سوالات بیشتری مطرح می‌شود. انسان ایرانی قواعد رفتاری و معرفتی دارد که در هیچ‌کدام از تئوری‌های غربی به درستی توضیح داده نشده است. لذا ادراک رفتار و نگرش بر اساس تئوری‌های علمی میسر نمی‌شود. بنابراین برای ادراک و دریافت مخاطب ایرانی نیاز به مطالعات کیفی و ارزش‌شناسانه و عمقی هست که متأسفانه بدان توجهی نمی‌شود.

مرحله آخر، ارزیابی تولید و اثربخشی محتوا با توجه به بهره‌وری مالی است. حال آنکه در هر ساختار رسانه‌ای در ایران، تعداد محدودی آدم مشغول به فعالیت‌های تکراری هستند آن هم بدون امکان نظارت و ارزیابی در مورد تولیدات. بنابراین دانشگاه، محقق، رسانه خصوصی و تمام سیاست‌گذاران خارج از حیطه‌ای هستند که بتوانند کوچکترین اثری در طراحی و شناخت مخاطب داشته باشند.

آقای دکتر خانیکی

برای درک از شرایطی که دال بر نزدیک شدن به مسأله واقعی دارد، باید تحول گفتمانی، به‌ویژه در حوزه نخبگان مدنظر قرار داد. همان‌طور که پیش‌تر در نشست‌های قبلی اشاره کردم، در اوایل دهه ۵۰ وقتی سهراب سپهری شعر «آب را گل نکنید در فرودست کفتری می‌خورد آب ...» را مطرح کرد، شاملو در نقد او گفت: «خون را در آب نمی‌بیند و فقط دنبال این هست که کفتری آب برایش گل‌آلود نشود». یعنی نگاه مسلط در فضای سیاسی ایران این بود که به جای آب باید به منازعات سیاسی توجه داشت. آقای دکتر رنانی نیز در جلسات گذشته این نشست‌ها، از منظری دیگر بدین موضوع اشاره کرد. به ظن ایشان، تا چند سال پیش خطری که ایران را تهدید می‌کند خطر خارجی و دخالت کشورها در ایران و مسأله منازعات مذهبی در منطقه بوده است، ولی اکنون بر این اعتقاد است که خشکسالی و بی‌آبی کشور را تهدید می‌کند، و آن موضوعی که امنیت ملی را به مخاطره می‌اندازد مسأله آب است. باید بررسی شود که به چه دلیل طی ۵ دهه اخیر، چرخش گفتمانی حداقل در حد نخبگان رخ داده است. به همین اعتبار، می‌توان وضعیت رسانه‌ها را در این موضوع بررسی کرد. بررسی ۷ تیتراژ برجسته طی دو سال اخیر در رسانه‌ها نشان می‌دهد که آیا به درک واقعیت مسأله نزدیک بوده‌ایم و مسأله تا چه میزان در ابعاد واقعی‌اش مطرح شده است؟ هرچند که ماحصل رصد دو سال اخیر نشان می‌دهد که گفتگو درباره مسأله آب هنوز اتفاق نیفتاده است.

یکی از مباحث مطرح شده، سد گوتوند بوده است که خیلی برجسته شد، و نهایتاً برجسته‌ترین وجه تیتراژ درباره آن این بود: «سد گوتوند موزه عبرت محیط‌زیست در ایران». با زیرتیتراژی چون «پرهزینه‌ترین سد ایران»، «موزه‌ای با کارفرمایی شرکت دولتی توسعه منابع آب و نیروی ایران»، «سدی با میزان شوری ده برابری آب اقیانوس»، «سدی با دستاورد تخریب میراث تاریخی ایران» و

موضوع دوم که برجسته شد، مسأله رودخانه زاینده‌رود، و نسبت آن با فرهنگ ایرانیان بود. اینکه ریچارد فراین مایل بوده که در کنار این رودخانه دفن شود. حال چنین رودخانه‌ای با چنین پیوند فرهنگی، به خشکی رسیده است. منشاء خشکی کجاست؟ منشاء آن نابه‌سامانی در مدیریت آب و ضعف نظام تدبیر است، منشاء‌اش بر می‌گردد به درک غلط و ناقص از توسعه تا جایی که رئیس‌جمهور در شهرکرد اعلام می‌کند: «من مدیر آب استان شما هستم و هر چه در بالادست می‌خواهید آب بردارید و هر چه ماند به پایین دست برسد». که بحران‌های اجتماعی در استان اصفهان به دنبال داشت. چنین موضوعی مطالعات مسایل فرهنگی، اجتماعی و سیاسی را طلب می‌کند که آیا آب یک مسأله ملی یا منطقه‌ای است. اگر منطقه‌ای باشد هرج و مرج به وجود می‌آید و پدیده‌ای که شاید به لحاظ مدیریتی کم‌نظیر باشد، اتفاق افتاد. نمایندگان مجلس در دفتر رئیس‌جمهور تحصن کردند برای اینکه مسأله آب به گونه‌ای دیگری تعبیر شود، یعنی بخشی از حاکمیت برای بخش دیگری تحصن کرد. به هر حال مسأله رودخانه زاینده‌رود، دومین عنوان برجسته‌ای است که در رسانه‌های شدن مسأله آب در این سال‌ها دیده شده است.

موضوع سوم که جنبه بین‌المللی داشت، و البته ایران نیز گرفتار پیامدهای آن شده است، به‌ویژه بعد از مسأله بهار عربی و شکل‌گرفتن جنبش‌های تکفیری در جهان عرب، نقش تحولات اقلیمی در شکل‌گیری جنبش‌ها است. انتشار گزارش فدراسیون اروپا در مورد اینکه بزرگ‌ترین چالش امنیتی جهان تغییرات اقلیمی است و اینکه ارتباط معنادار بین خشکسالی و خشونت‌گرایی در حوزه‌هایی از جهان عرب به‌ویژه شمال آفریقا دیده می‌شود. یعنی خشونت‌گرایی با پدیده کم‌آبی هم‌پوشانی دارد که طبیعتاً این نگرانی در مورد ایران نیز مطرح هست. البته ایران در ده کشور در معرض چنین تهدیدی قرار ندارد، ولی کارشناسان و محققان می‌گویند دور از انتظار نیست، چرا که خشکسالی ابتدا دامان طبیعت را می‌گیرد، سپس دامان کشاورزی و بعد دامان آب‌شرب، و الان در ابتدای این مسیر هست.

موضوع چهارم که طی چندماه اخیر برجسته شد، گزارش ناسا درباره آغاز دوره سی ساله خشکسالی در ایران بود که خیلی برجسته شد.

موضوع پنجم ابراز نگرانی از تخلیه جمعیت ایران از جنوب البرز تا دریا‌های آزاد بود. اینکه هیچ تالاب و هیچ سرزمینی در ایران آب ندارد و از دریاچه بختگان تا حورالعظیم و نیز آب‌های زیرزمینی در حال شور شدن هستند و ادامه این روند یعنی تخلیه ایران.

موضوع ششم بحثی بود که آقای دکتر رنای مطرح کردند. اینکه توصیه نمود مسئولان با آتش آب، بازی نکنند. اشاره داشتند به اینکه ایران بحرانی عمیق‌تر از مناقشه هسته‌ای دارد و آن موضوع آب است. اینکه بحران آب در آستانه ورود به حوزه اجتماعی کشور است، یعنی از حوزه طبیعی وارد حوزه اجتماعی شده است. اینکه مردم در مسأله بحران آب متهم نیستند، بلکه مردم قربانی حکمروایی اشتباه مسأله آب هستند.

موضوع آخر، انتشار گزارشی است که توسط گروه آینده‌بان انجام شد و در رسانه‌ها به نحو مطلوبی برجسته شد. گزارشی با بهره‌گیری از نخبگان فرهنگی، علمی، سیاسی و ... درباره مسایل پیش‌روی کشور که نتیجه این شد: در میان ۱۰ مسأله مهم کشور در سال ۹۴، ۴ مسأله زیست‌محیطی وجود دارد که دوتای آنها اختصاص به آب دارد، خشکسالی و تخریب منابع آب زیرزمینی.

این ۷ موضوع نشانگر این است که در رسانه‌ها توجه خاصی به مسأله آب و بحران آب شده است، اما باید بررسی شود که این مباحث تا چه میزان با واقعیت مسأله تطابق دارد و چه میزان غلو شده است و آیا منتج به گفتگو درباره مسأله آب شده است یا نه؟! به‌طور مثال دکتر رنای اشاره داشتند که کارشناسان و استادان کهگیلویه و چهارمحال به‌هیچ وجه حاضر به حضور در نشستی با موضوع آب زاینده‌رود در اصفهان نیستند. یعنی پرداختن به مسأله با دیوار بلند عدم اعتماد و بحران گفتگو مواجه هست. این چالش بین وزارت نیرو و جهاد کشاورزی، میان دانشگاهیان و مدیران اجرایی، و رسانه‌ها و جامعه نیز به وضوح مشاهده می‌شود. لذا می‌توان گفت که مسأله آب یا بحران آب آنگونه که باید به مسأله گفتگو تبدیل نشده است، لذا نیاز به یک نهاد ملی برای تصمیم‌گیری که بتواند چنین شکاف‌هایی را کم کند، بیش از پیش احساس می‌شود.

آقای مهندس علایی

بحران آب به لحاظ زمانی در استان خراسان به دو بخش تقسیم می‌شود، قبل و بعد از بحران. بذر بحران آب از کودتای ننگین در سال ۱۳۳۲ کاشته شد. قبل از بحران، جمعیت استان حدود ۴۰۰ هزار نفر بود که اقتصاد معیشتی داشت. ۲۹ درصد در شهر و ۷۱ درصد در روستاها ساکن بودند و از این جمعیت حدود ۱۳ درصد در شهر مشهد ساکن بودند. مردم معتقد بودند باید با کمیابی بسازند و آب را خودشان مدیریت می‌کردند، آب مالکیت خصوصی داشت، آن‌طور که یکی از مهم‌ترین شاخص‌های اجتماعی برای هویت افراد دارایی نسبت به آب بود. متأسفانه در دهه ۳۰ درآمدهای هنگفت نفتی وارد جامعه شد، بدون وجود هیچ‌گونه طرح مدونی برای توسعه استان. پیامد آن پدیده گسترده مهاجرت به مرکز بود به طوری که امروزه استان ۶ میلیون نفر جمعیت دارد و ۵۳ درصد جمعیت استان در شهر مشهد است، و ۷۵ درصد صنعت استان در دشت مشهد است، در حالی که مساحت دشت مشهد کمتر از ۱ درصد مساحت استان است. اگر متوسط مصرف آب حدود ۷/۵ میلیارد در استان باشد، حدود ۷ میلیارد در کشاورزی و مابقی در سایر حوزه‌ها از جمله شرب، صنعت و خدمات مصرف می‌شود.

لذا باید گفت باورها، نگرش‌ها و شیوه برخورد در حوزه فرهنگ متناسب با ورود پول نفت به کشور و توسعه رویکرد و مالکیت دولتی تغییر یافت. مردم از فرآیند مدیریت و مالکیت حذف شد، در حالی که در گذشته امکان حفرچاه غیر مجاز وجود نداشت، که مصداقش کشته شدن ۶ نفر در جنوب خراسان به واسطه حفر چاه در حوالی یک قنات بود، ولی امروزه به واسطه مدیریت دولتی، حفر و بهره‌برداری آب اتفاق می‌افتد و نهاد دولت هیچ‌کاری نمی‌تواند بکند.

در حوزه مصرف نیز چنین است، میانگین تولید ماده خشک در کشور از زمان صدارت هویدا تا امروز حدود ۷۰۰ گرم به ازای هر مترمکعب هست. در حالی که در زمان هویدا همین آمار در اروپا متوسط ۲/۵ کیلوگرم و امروز ۳/۵ کیلوگرم می‌باشد. اگر قانون برنامه چهارم که قانون بسیار متری نسبت به موضوع آب بود، اجرا می‌شد، بهره‌وری آب به ۵۰ درصد می‌رسید، در استان حدود ۴/۵ میلیارد مترمکعب صرفه‌جویی رخ می‌داد، در حالی که کل مشکل فعلی استان حداکثر ۲ میلیارد مترمکعب آن هم در سال‌های خشکسالی است. در حوزه شرب و بهداشت نیز چنین است. ۳۰ درصد منابع آب تصفیه شده آن هم با هزینه‌های هنگفت مانند آب سد دوستی، هدررفت دارد، در حالی که میانگین هدررفت در اروپا ۸ تا ۱۰ درصد است.

در حوزه سرانه مصرف، میانگین سرانه مصرف ایرانی دو برابر دنیا است، در شهر لندن تقریباً یک سوم ایران، آب مصرف می‌کنند در حالی که به دلیل نداشتن طهارت، روزانه یکبار حمام می‌روند. در حوزه صنعت آب بازچرخانی ندارد، ولی در صنعت آمریکا، آب حداقل ۱۷ بار بازچرخانی می‌شود، در ایران به ازای تولید یک مترمکعب کاغذ ۸۰۰ مترمکعب آب مصرف می‌شود، ولی در آمریکا حداکثر ۱۴ مترمکعب آب مصرف می‌کنند. حال چرا در ایران چنین اتفاقی در حوزه مصرف نمی‌افتد؟! برای روشن شدن موضوع به طور مثال، در خراسان رضوی میانگین قیمت فروش یک مترمکعب آب سد دوستی به شرکت آب و فاضلاب مشهد ۱۰۰ تومان می‌باشد، در حالی که قیمت تمام شده ۳۰۰ تومان هست، ولی این شرکت به شهروندان مترمکعبی ۲۸۰۰ تومان می‌فروشد. حالا با این حساب مدیر این شرکت تمایلی به کاهش مصرف و اعمال مدیریت بر آن دارد؟! اینکه مدیر آب لندن یا آمستردام تلاش دارد که مصرف را کاهش دهد، به دلیل اعمال استانداردهای زیست‌محیطی

هست که اجازه تخلیه فاضلاب را به محیط نمی‌دهد، و لذا بار مالی بر دوش سازمانش قرار داده می‌شود که مصرف بیشتر یعنی هزینه بیشتر برای تصفیه مجدد. ولی در این کشور به دلیل رویکرد مدیریت دولتی مصرف بیشتر یعنی درآمد بالاتر. برای همین لاجرم باید مدیریت آب را به مردم سپرد و احساس مالکیت آب را مجدد در مردم ایجاد کرد تا آمیدی به حل مسائل پیش‌رو داشت.

آقای دکتر یوسفی

همان‌طور که اشاره شد بخش قابل توجهی از مسأله آب منشاء فرهنگی دارد یعنی به رفتار مصرف‌کنندگان و بهره‌برداران آب مربوط می‌شود. لذا مداخله فرهنگی در این خصوص، باید ناظر به ارزش‌ها، باورها و هنجارهای مصرفی به ویژه هنجارهای مذهبی باشد. به‌طور مثال، در بحث طهارت، مصرف آب تحت قاعده کُر می‌باشد. آیا می‌شود قاعده طهارت تغییری پیدا کند؟ برای این مداخله لازم است رویکرد اجتهادی جدیدی به وجود بیاید تا قاعده تطهیر عوض شود، البته این بحث علما و مراجع هست. در واقع نیاز است که اجماع ملی بر روی ارزش‌ها، باورها و هنجارهای مشترک در حوزه مصرف آب ایجاد شود. در حالی که فرهنگ کنونی مصرف فرهنگی چندپاره و گسسته است، و هیچ توافقی بر روی آن وجود ندارد، وضعی که در فرهنگ عامه آب نیز مشاهده می‌شود، و به سطح سیاست‌ها و تدبیر آب نیز منتقل شده است. برای همین سیاست‌های رسانه‌ای آب نیز دچار کم‌کاری است و سیاست یکپارچه‌ای در این زمینه وجود ندارد. لذا موضوعی که بتواند جامعه را با شیب ملایمی از این وضعیت جدا کند، گفتگو برای آب است، گفتگو در قیاس بسیار وسیع در سطح نخبگان و توده. گفتگو درباره آب از خانه، مدرسه، محیط‌های دانشگاهی، محیط کار، محیط‌های اداری و رسانه‌ای. محیط‌های رسانه‌ای باید در جهت انتشار ارزش‌ها و هنجارهای مصرف آب و تلاش برای ایجاد اجماع ملی فعالیت داشته باشند.

انجام گفتگو در هر سطحی مصداق عمل فرهنگی است. این فرایند فرهنگی وقتی یک عمل تمام‌عیار فرهنگی به‌شمار می‌رود که توافق حاصل شود. وجود چنین شرایطی موجب می‌شود که جامعه، رسانه‌ها، دولت، نخبگان درگیر گفتگو شوند. لذا آنچه که امروزه تحت عنوان دیپلماسی اجتماعی، فرهنگی آب مطرح است، ناظر به این است که گفتگوها هرچه بیشتر گسترش یابد تا جامعه به توافق برسد. بدین منظور اگر مهندسان و سخت‌افزاران تا به حال بیشترین نقش را ایفا کرده‌اند، حقیقتاً برای حل بحران نیاز است که کارشناسان اجتماعی، فرهنگی و کسانی که در حوزه‌های فکری و اندیشه‌ای فعال هستند، بیشتر ایفای نقش کنند.

آقای دکتر منتظر قائم

در ادامه بحث و این‌که چرا رسانه‌ها اعم از دولتی و خصوصی نمی‌توانند اثربخش، ایفای نقش داشته باشند، باید به مجموعه عوامل درون‌سازمانی و بیرون‌سازمانی رسانه‌ها اشاره داشت. رسانه‌ها در ایران عمدتاً دولتی هستند، رسانه‌های خصوصی، شبه‌دولتی، یا عمومی نیز توسط مدیران نامرتب با حوزه رسانه اداره می‌شوند. بنابراین رسانه‌ها به لحاظ شاخص‌های اقتصادی - سیاسی با وضعیتی که بتواند در خدمت منافع ملی باشد فاصله قابل توجهی دارد. بایستی ترکیب

مالکیت و مدیریت رسانه‌ها به سمت واقعیت جامعه میل پیدا کند تا مسائل واقعی جامعه قابل طرح باشد. وضعیت شاخص‌های نیروی انسانی چندان خوشایند نیست. بخش اعظم نیروهای انسانی شاغل در رسانه‌های ایران دارای مدارک تحصیلی در رشته‌های غیرمرتبط هستند. هنوز در دانشگاه‌های ایران گرایش تحت عنوان ارتباطات زیست‌محیطی، ارتباطات منابع طبیعی و ... وجود ندارد، لذا خبرنگار خبرنگار زیست‌محیطی نیز وجود ندارد. همچنین نشریات، روزنامه‌ها و صدا و سیما نیز چنین نیروهایی را تربیت نکرده‌اند. فقدان انجمن ملی خبرنگاران فعال حوزه محیط زیست کاملاً احساس می‌شود. بنابراین تا زمانی که مشکلات مرتبط با مالکیت، مدیریت و نیروی انسانی در عرصه رسانه‌ها مرتفع نشود، نمی‌توان انتظار داشت رسانه به وظیفه‌اش درست عمل کند.

از سویی دیگر، تا زمانی که عدم دسترسی به اطلاعات، راهبرد اصلی حفظ منافع سازمان‌ها در ایران به‌شمار می‌رود، نمی‌توان به مسائل اصلی پرداخت. علی‌رغم هزینه‌های هنگفت در حوزه دولت الکترونیک و راه‌اندازی سازمان‌ها و دستگاه‌های مرتبط، متأسفانه اطلاعات پایه هیچ ارگان و نهادی در فضای مجازی قابل دسترسی نیست. در حالی که اطلاعات باید به‌طور شفاف در اختیار جامعه قرار بگیرد.

نکته دیگر در ایران امنیتی کردن مسائل توسط مسئولان است. هر مسئله‌ای که در کشور اتفاق می‌افتد اولین اتفاق امنیتی کردن مسئله است. یک سازمان سدی را نامطلوب طراحی می‌کند، متأسفانه می‌شود منافع ملی، و پرداختن بدان نظام را به خطر می‌اندازد. در واقع جایگاه یک شرکت، یک مهندس، یک وزیر، یک نماینده به جایی رسیده که با منافع ملی یکسان تلقی می‌شود. لذا تا زمانی که در سطح کلان منافع ملی، منافع سازمانی، دستگاهی، حزبی به‌طور دقیق تنظیم نشود و ارکان مختلف قدرت و ثروت یعنی پول، جریان اقتدار، جریان شایسته‌سالاری درست تنظیم نشود، میدان عمل برای هیچ مسأله‌ای در حوزه جمعیت، اقتصاد، توسعه، کشاورزی و از جمله آب و محیط‌زیست فراهم نخواهد شد. ضمناً نکته‌ای که مهندس علایی درباره قیمت آب اشاره کردند، هیچ ارتباطی با مردم ندارد، بلکه یک اشکال در تعریف ساختار حاکمیتی بین دستگاه‌هاست. اینکه منافع حاکمیتی بین دو سازمان دولتی درست تنظیم نشده و زحمت، هزینه، مسئولیت بر عهده یک نهاد و پول و قدرت و ثروت در اختیار نهاد دیگر گذاشته شده است. لذا حکمرانی و سیاست‌گذاری و عدم آگاهی مقام بالاتر مسبب این موضوع بوده نه رفتار مردم.

بخش دوم: پرسش و پاسخ

خانم مهندس جوادی

وقتی اعداد و ارقام متفاوتی از رسانه‌ها و جلسات گوناگون می‌شنوم، چطور می‌توانم به عنوان بخشی از مردمی که قرار است در گفتمان مشارکت داشته باشد، ایفای نقش داشته باشم؟ بحث این نیست که آمار بیلان یا مصرف و ... چه میزان بوده و صحت و سقم آن‌ها چه حد است، بحث این است که اصلاً تصویر درستی از مسأله نداریم. گرفتاری اینجاست. مردم شنونده‌های خوبی هستند. اگر تصویر واقعی به ایشان ارائه بشود، قطعاً آنچه که به عنوان فرهنگ و از تاریخ ایران یاد می‌کنیم، آنها نیز توجه خواهند داشت. بنابراین باید به مردم خبر و اطلاعات موثق داده شود و اعتمادشان جلب شود تا تصویر درستی از مسأله در اذهان عمومی شکل بگیرد تا این که همراهی خوبی از آن‌ها دیده شود. بنده مسئولیت انتقال آب سد دوستی را در مقطعی به عهده داشتیم، در جلسه‌ای یک نفر صحبت از سرریز شدن آب سد کرد، فردی دیگر صحبت از خشک شدن آن. این‌ها مثال‌هایی است که نشان می‌دهد اطلاعات به درستی و موثق انتقال داده نمی‌شود. حالا چرا تصویر واقعی شکل نگرفته است؟ یکی از علل آن به اعتقاد بنده، این است که مدیران روحیه انتقادپذیری ندارند، چرا که ارائه تصویر واقعی از مسأله دلالت می‌کند بر اینکه مدیران نفهمیده دست به اقداماتی زده‌اند و لذا مسببان بحران ایجاد شده هستند. لذا دوست ندارند انتقاد بشود. علت بعدی نیز مستندسازان و تحلیلگران بخش آب یعنی مهندسان مشاور هستند، که مجموعه‌های کلیشه‌ای شده‌اند و صرفاً به تولید گزارش‌های درخواستی از جانب مدیران اقدام می‌کنند.

آقای مهندس سمیعی (مدیرعامل شرکت مهندسان آب‌انگاز)

بنده چهار موضوع مناسب دیدم که اشاره کنم. موضوع اول، تیرهای رسانه‌ای بود که آقای دکتر خانیکی بدان‌ها اشاره داشتند. سد گتوند، زاینده‌رود، ارومیه و ... هر کدام ابعاد خاص خود را دارد و مسائل مهمی هستند، اما موضوعی که اصلاً مطرح نشد، وضعیت آب زیرزمینی کشور بود. آن هم به دلیل آن که در جلوی دیدگان رسانه‌ها نیست تا وضعیت آن قابل انعکاس باشد.

موضوع دوم، مسأله خشکسالی هست که اخیراً زیاد بدان اشاره می‌شود. خواهش دارم عبارت جایگزین برای این موضوع یافت شود، چرا که عموم مردم تصورشان از خشکسالی یعنی کمبود بارش فارغ از تعاریف علمی خشکسالی و انواع آن. واقعیت این است که وقتی از خشکسالی صحبت می‌شود، مردم به کاهش باران توجه دارند، پس وقتی که باران بیاید مسأله خشکسالی مرتفع شده است و حتی در رسانه‌ها دغدغه نسبت به مسأله آب کم‌رنگ می‌شود.

موضوع سوم، فعالیت‌های بین‌رشته‌ای است. یونسکو در گزارش سال ۲۰۱۳ راجع به ابعاد اجتماعی مسائل محیط‌زیستی صحبت کرده است و آنجا به عنوان یک چالش مطرح می‌کند که متأسفانه متخصصان علوم اجتماعی به دور خود پیله‌ای بافته‌اند و حاضر به خارج شدن از آن نیستند. نگاه صرف آکادمیک به مسائل اجتماعی نیاز امروز جامعه نیست، بلکه دانشگاه

باید به همراه نهادهای مسئول در این حوزه اقدام کند، حال آقای مهندس علایی بفرمایند شرکت آب منطقه‌ای خراسان رضوی در این خصوص چه اقدامی داشته است؟ در سخنان مدیران ارشد وزارت نیرو در سطوح ملی و منطقه‌ای به کرّار سخن از اقدامات غیرسازه‌ای شنیده شده است، ولی چه ساختاری برای این موضوعات ترتیب داده‌اند؟ عناوین معاونت‌های آب منطقه‌ای گویای عدم توجه به این موضوع در نگاه ساختاری هست. لذا در مقام سخن به مسائل اجتماعی، فرهنگی و تشکلیها تأکید می‌شود، ولی در مقام عمل میلیاردها تومان صرف احداث سد می‌کنند، فقط به دلیل آنکه منابع مالی در ساختار اداری در حوزه مباحث سازه‌ای قرار داده شده است.

موضوع آخر اینکه برای ارتقای فرهنگی و ظرفیت‌سازی نیاز هست نگاه پروژه‌ای به مسائل شود. یعنی مدیر آب منطقه‌ای یا معاون یا ... احساس نکند متخصص امور فرهنگی و جامعه‌شناسی هست، احساس نکند با دو تا زیرنویس در شبکه‌ای که بیننده ندارد، فرهنگ‌سازی می‌کند. لذا باید کارهای تخصصی به متخصصان امور سپرده شود.

آقای مهندس خضرای

به نظر من متولی آب تصمیم‌گیرنده نبوده و نیست، بلکه فقط مسئولیت یدک می‌کشد، و تصمیم‌گیرنده‌ها دیگران هستند. همچنین قوانین آب روزآمد نیست.

آقای اسماعیل پور (خبرنگار خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران)

به نظر می‌رسد که مثل همیشه همه کاسه و کوزه بر سر رسانه‌ها شکسته شد. دکتر خانیکی نکته درستی اشاره داشتند، اینکه رسانه همین است. از رسانه نمی‌توان بیش از این انتظار داشت. اتفاقاً برعکس آن چیزی که در فرمایشات بعضی از اساتید مطرح شد، به نظر می‌رسد که همین نشست محصول گزارش‌ها و خبرهای رسانه‌هاست. رسانه‌ها ابعاد فاجعه‌آمیز بحث را باز کردند. البته در کار رسانه مثل هر کار دیگری خطا هست، ولی کل فرآیند حرکت، از جانب رسانه‌ها صورت گرفته است. نمی‌دانید چقدر کار دشوار و مشقت‌باری است که از مدیر بخش دولتی اطلاعات دریافت کنید. در واقع دشواری کار خبر همین است. چنان رفتار می‌کنند که از تهیه گزارش منصرف می‌شوید، در حالی که طبق قانون اخیر، دسترسی به اطلاعات باید آزاد باشد. نکته آقای منتظر قائم کاملاً به‌جاست. امنیتی شدن مسائل واقعاً آفتی شده است. براساس چه مبنایی یک مسئول به خود این اجازه را می‌دهد که به خبرنگار تکلیف کند که ننویسد؟!

بخش دیگری از صحبت برمی‌گردد به گزاره‌هایی که در بحث وجود داشت مانند این که فرهنگ دینی آب باید تقویت شود. در گزارش‌های متعددی که در ایرنا از معضل آب در دشت مشهد تهیه کردیم، دریافتیم که اتفاقاً بخش زیادی از مشکل به همین فرهنگ دینی آب برمی‌گردد. یعنی حجم زیادی از چاه‌های غیرقانونی که موجب از بین رفتن آب سفره‌های زیرزمینی شده، با مجوز مراجع دینی صادر شده است. یعنی باید فرهنگ دینی آب تغییر کند نه اینکه تقویت بشود.

نکته بعدی نحوه ورود به بحث است. نحوه ورود به مسأله مانند این می‌ماند که کشور خارجی به مملکت ما حمله کرده، ولی ما در نشستی درباره باور تهاجم و دفاع، هنجار تهاجم، هنجار دفاع، پیشینه دفاع و تهاجم بحث می‌کنیم. انگاری قرار است در صد سال آینده اتفاقی برای کشور بیافتد، در حالی که طبق گفته آقای دکتر رنایی خطر خیلی نزدیک است. نکته آخر، به‌نظرم صورت‌بندی واقعی مسأله با مطالبی که همکاران مطرح می‌کنند، تفاوت دارد. صورت‌بندی مسأله این است که از سوی شهروندان در مواجهه با آب رفتار نادرستی در چند دهه اخیر صورت گرفته است. حاکمیت هم به این رفتار اشراف نداشت، بعد هم که اشراف پیدا کرده است به خاطر ترس از کاهش آرای مردم در انتخابات، به خاطر ترس از واکنش‌های اعتراضی و ... با این رفتار نادرست مقابله نکرده است. لذا اراده کافی در حاکمیت برای حل این مشکل وجود ندارد و باعث سیاسی شدن مسأله آب شده است.

آقای فولادیان

نکته‌ای که آقای دکتر منتظر قائم اشاره داشتند، بسیار مهم است. باید شناخت دقیق، کامل و جامعی از مسأله آب در کشور داشته باشیم. بدانیم در چه مناطقی بحران داریم، به مصرف‌کنندگان در مناطق مختلف با فرهنگ‌ها، ویژگی‌ها و قومیت‌های مختلف اشراف داشته باشیم. لذا عدم شناخت مانعی است که باعث می‌شود نتوانیم ارتباط برقرار کنیم. لذا نگاه دقیق، جامع و کارشناسی شده از مخاطبان نیاز است.

نکته بعدی این است که چرا آب را همانند بنزین گران نمی‌کنیم؟ آب خیلی ارزان هست و برای همین ارزشی در بین مردم ندارد. اگر ساختاری گران شود، سرمایه‌گذاران تمایل به سرمایه‌گذاری در حوزه آب پیدا می‌کنند. لذا آب باید چنان گران شود که مصرف آن برای مردم ارزشمند شود.

در خصوص نکات مطرح شده توسط دکتر یوسفی، نیز باید گفت مباحثی چون طهارت دیگر جایگاه درخوری ندارند، در واقع فرهنگ دینی دیگر جواب‌گو نیست. بلکه باید بحث برای مردم کاملاً عقلانی و اقتصادی مطرح شود تا بتوان به راهکارهای مشخص رسید.

خانم شایان (کارشناس آب منطقه‌ای)

به نظر، مردم خیلی مظلوم واقع شده‌اند و همه ظلم به آنها رفته است. در حالی که خبر ندارند چه ظلمی به ایشان صورت گرفته است. سی سال مدیران طفره رفتند و بحران آب را قبول نکردند. حالا بعد از سی سال که به وجود بحران آب اذعان دارند، مردم را مقصر ایجاد چنین مشکلاتی می‌دانند. متأسفانه رسانه‌ها در خصوص آگاه‌سازی مردم از حقوق‌شان در مسأله آب هیچ فعالیتی ندارند. همچنین پراکنده‌گویی و پراکنده‌کاری در مسأله آب بسیار است که نتیجه‌ای نخواهد داشت. پیشنهاد این هست که کمیته‌ای از فعالان آب نزد شخص اول مملکت بروند و مشکلات را برای ایشان خیلی شفاف و واضح توضیح بدهند. تا شاید ایشان درک کنند که کشور در حال نابودی است، تا ایشان بسیج عمومی همانند قضیه جنگ اعلام کنند. والا هیچ راه دیگری برای مسأله وجود نخواهد داشت و هرکس به ساز خود خواهد رقصید.

خانم امینی

در ارتباط با سؤال اصلی باید گفت یکی از موضوعات اطلاعات پایه است. متأسفانه یا اطلاعات پایه وجود ندارد یا اطلاعات مملو از آمار ضد و نقیض هست. ارزشی را که باید برای کار کارشناسی قائل می‌شدند در این سال‌ها قائل نشدند. مسئله دیگر این است که بهره‌برداران کشاورزی و صنایع همیشه دولت را موظف به تأمین آب می‌دانند و هیچگاه خود را مسئول در مسأله آب نمی‌دانند، بلکه دولت را موظف می‌دانند به هر نحو و روشی منابع آب را تأمین کند.

آقای مهندس علایی

به درستی خانم مهندس جوادی بیان کردند، متأسفانه در حوزه مدیریت منابع آب اطلاعات دقیق، روزآمد و علمی نداریم که ارائه دهیم. برای همین یکی از برنامه‌های اصلی دولت تولید داده‌های علمی است که در دست اقدام هست. در خصوص نکته آقای مهندس سمیعی که فرمودند: چرا وزارت نیرو علی‌رغم اینکه قرار شد اقدامات سازه‌ای نداشته باشد، لکن همچنان این روند مشاهده می‌شود؛ باید گفت: به‌طور مثال ساخت یک سد حداقل هشتاد میلیارد تومان گردش مالی در شرکت، پرداخت پول پیمانکار، مشاور، سفر خارجی، کلنگ‌زنی، افتتاح، خرید ساختمان، ماشین و توسعه شرکت به همراه دارد. ولی هیچ‌گاه از من مدیر کسی نخواهد پرسید که احداث سد چه کمکی به حل مسئله کرد. به این دلیل که ساختار کاری به این موضوعات ندارد. نهایت موضوع حساسیت بر دست‌کچی مدیران است که مبدا منابع مالی خارج از موضوع هزینه‌کرد شود. لذا معتقدم بالای هفتاد درصد منابع مالی در بخش آب هیچ‌گونه دستاوردی ندارد و صرفاً خرج می‌شود. مؤید این موضوع سخن آقای وزیر است که اعلام کردند: منابع آب سطحی قابل مدیریت ۴۸ میلیارد مترمکعب است، ولی برای مدیریت ۶۸ میلیارد متر مکعب، سد احداث شده است. در طرف دیگر، اگر مدیر بخواهد در حوزه مدیریت مصرف کار کند، از اعتبارات که خبری نیست، ولی باید با کشاورز، شهردار، فرماندار، شورای شهر، شورای تأمین و... درگیر شود. لذا مشکل از مدیریت دولتی است. مدیر دولتی از چه کسی پول می‌گیرد؟ از دولت و محل اعتبارات فروش نفت. لذا باید صرفاً به دولت پاسخگو باشد، دولت هم پاسخگویی نمی‌خواهد. حال با این تفاسیر عاقلانه است که مدیر بخواهد در حوزه مدیریت مصرف اقدامی انجام دهد؟! لذا تا مدیریت مردمی نشود، و مردم وارد حوزه تصمیم‌گیری، تصمیم‌سازی و اجرا نشوند، تحولی صورت نخواهد گرفت.

در بحث قیمت آب باید گفت از هشت هزار سال پیش تا سال ۱۳۳۰ شمسی، قیمت آب قیمت دقیق بود. در حوزه کشاورزی یک سوم قیمت محصول تمام شده تعلق به آب داشت. ولی اکنون صفر است. برای اینکه مردم در پروسه مدیریت نیستند، برای اینکه اعلام کردیم مالکیت آب برای دولت است، و هزینه تأمین آن را هم از منابع نفتی تأمین کردیم. به امت حزب‌الله هم گفتیم که نگران مصرف نباشید که آب تأمین خواهد شد. در نتیجه این می‌شود که شهری مثل مشهد که یک و نیم متر افت آب زیرزمینی دارد، این همه فضای سبز دارد، حال آن که در کشورهای اروپایی مشابه آن نیست. لذا اعتقاد جدی دارم مادامی که مردم در فرایند تصمیم‌گیری حضور نداشته باشند، من مدیر به هیچ کس بابت عملکردم پاسخگو نخواهم بود.

خانم مهندس جوادی

آقای مهندس می‌فرمایند دولت برنامه دارد که تصویر درستی از وضعیت منابع آب زیرزمینی ارائه دهد. در حالی که اعتباری برای غنی‌سازی شبکه داده‌ها تخصیص داده نمی‌شود. چطور امکان دارد؟! در حالی که همین مدیر برای اعتبارات عمرانی ساعت‌ها و روزها در وزارتخانه رفت و آمد دارد.

آقای مهندس علایی

فرمایش خانم مهندس جوادی کاملاً درست است. این را هم بگذارید به حساب چالش مدیریت دولتی. وقتی که مدیر می‌تواند سدی احداث کند که قابل رؤیت برای همه باشد و مورد تشویق واقع شود، همچنین کسی جویای مستندات اهداف پروژه و ارزیابی اهداف نباشد، چرا باید برود و چاه پیرومتری بزند که هیچ دیده نمی‌شود؟! لذا معتقدم هر فردی در چنین ساختاری قرار بگیرد، بهتر از این عمل نخواهد کرد. در ارزیابی وزارت نیرو هیچ‌گاه از یک مدیر درباره صحت آمار و اطلاعات سوال نمی‌شود، ولی از ساخت سد و هزینه‌کرد منابع مالی سؤال می‌شود و نمره می‌گیرد. لذا نباید انتظار داشت که مدیر وارد حوزه‌هایی بشود که هیچ‌گونه ارزیابی درباره آن در ساختار وجود ندارد. برای همین باید دنبال ساختاری بود که بتوان برای مدیرش چه در سطح ملی و چه محلی شاخص تعیین کرد تا نسبت به آن پاسخگو باشد.

آقای دکتر یوسفی

وقتی نسبت آب - فرهنگ را می‌خواهیم بررسی کنیم، باید به سه لایه ارزش‌های مشترک، باورهای مشترک و هنجارهای مشترک مثلاً در حوزه مصرف آب توجه کرد، و این توافق و اجماع بر مشترکات چالش کار هست. آقای دکتر فولادیان! بستر فرهنگی که در آن قرار داریم که فرهنگ مذهبی یا فهم دینی می‌نامند، به شکل آشکار یا ضمنی بسیار تعیین‌کننده است. از جمله در همین موضوع مالکیت که آب آیا به مردم تعلق دارد یا دولت، کاملاً از خواستگاه فهم دینی برمی‌خیزد. بنابراین اگر قرار باشد اصلاحی در رفتار مصرفی آب به وجود بیاید، براساس این قاعده که عموم مردم در بستر مذهبی و با برداشت‌ها و دریافتهای عدیده مذهبی زندگی می‌کنند، بایستی چارچوبی از فهم مذهبی در جامعه خودمان داشته باشیم. حال می‌توان سؤال کرد که آیا هر فهم مذهبی مناسب این شرایط هست؟ آیا قادر به حل و مهار بحران آب هست؟ قطعاً چنین نیست. بلکه باید رویکرد اجتهادی متفاوت و فهم مذهبی متفاوت، که ناظر به حل مشکل آب باشد، انتخاب گردد. لذا اگر قرار باشد در تحولی به وجود بیاید، و به دولت و جامعه کمک اساسی بشود، باید در رویکرد دینی به ویژه مرجعیت تحول شکل بگیرد.

همچنین در خصوص زمان‌بر بودن تغییر پارامترهای فرهنگی، و این که بسیاری از فعالین اجتماعی به کارا بودن ابزارهای فرهنگی در کوتاه‌مدت چندان خوشبین نیستند، باید گفت: در هر صورت مجاب کردن جامعه و رسیدن به اجماع کار ساده‌ای نیست، والا صحبت‌هایی که می‌شود، قطعاً طی دو دهه گذشته در مجامع مختلفی مطرح شده است. ولی مشاهده می‌شود که

اجماعی درباره آن‌ها صورت نگرفته است و همچنان وضعیت به همان منوال پیش می‌رود. همچنین این موضوع مانع از این نمی‌شود که اقدامات مدیریتی و قانونی انجام گیرد.

همچنین همکاران اشاره داشتند که باید فرهنگ مذهبی تغییر پیدا کند. قطعاً همین است. یعنی یک فرهنگ دینی، فقهی، نوآرندیشانه، کارآمد و به‌هنگام که ناظر به حل مسأله باشد، ضرورت دارد. همان‌طور که امام موسی صدر اشاره دارند که دین باید در خدمت انسانیت باشد. لذا موضوع را ساده نبینید، بعضی از مراجع حدود پنج تا شش میلیون مقلد دارند که نمی‌توان نادیده گرفت، ضمن اینکه این ساختار دینی بر سیستم قانون‌گذاری و مدیریتی این کشور کاملاً سایه افکنده است، و لذا اگر یک فهم نوآورانه‌ای به وجود بیاید، به نظر خیلی تأثیرگذار است.

آقای دکتر منتظر قائم

ابتدا خواهش دارم هفت بزرگواری که اظهار نظر کردند تشویق بفرمایید. فکر می‌کنم حقیقتاً خستگی‌مان در رفت. گفتگو به رغم واژه‌ها و عبارات شاید متفاوت و متناقضی که مطرح شد، جذاب‌تر، دقیق‌تر و جامع‌تر شد. می‌شود گفت که اگر حرفی زده شد، شنیده شد و در جواب آن نقدی مطرح شد. همچنین شخصاً از آقای مهندس علایی تشکر می‌کنم. به هر حال برای مدیران اجرایی شرکت در این جلسات به دلیل وجود شائبه‌های سیاسی آن جرأتی می‌خواهد، که ایشان نه تنها شجاعت‌شان بلکه علم و احاطه‌شان به مسائل قابل تحسین است.

در تأیید و تکمیل سخنان آقای دکتر یوسفی باید گفت: فرهنگ دینی باید توجه شود، ولی نباید فرهنگ دینی را معادل فقه یا شرع لحاظ کرد، بلکه فرهنگ دینی یعنی نظام الهیات، انسان‌شناسی، زیبایی‌شناسی، هستی‌شناسی. در واقع فرهنگ دینی به هیچ‌وجه مساوی فقه، شرع یا مرجعیت نیست. بلکه فرهنگ دینی باید به کیستی و چیستی خودمان، رابطه خودمان با طبیعت، تولد و مرگ و... بپردازد. باید به مفاهیم قناعت، حق مصرف، حق برخورداری، حقوق به اصطلاح مالکانه، اساس تقسیم مبنای قدرت و اقتدار، که از منبع الهیات، انسان‌شناسی و هستی‌شناسی ساطع می‌شود، بپردازد.

و اما نکته آخر و در تکمیل سخنان آقای مهندس علایی، باید گفت که مرجع و مصداق مدیریت دولتی محل بحث است نه مفهوم عام مدیریت دولتی. در واقع این کشور نیاز به اصلاحات در چرخش نظام اجتماعی در توزیع ساخت قدرت دارد. نیاز به تعریف درست از ساخت ملی دارد، نیاز به بازتعریف نقش شهروند در مدیریت دولتی و مدنی دارد. ولی نبایستی مفهوم مدیریت دولتی انکار شود. همچنین باید مفاهیم تدقیق شود، متأسفانه در این کشور چند مفهوم اساسی مانند قوه مجریه، دولت، حکومت، حاکمیت و ... حدود صد سال جابه‌جا استفاده می‌شود. لذا وقتی حرف از حاکمیت زده می‌شود، منظور حکومت، دولت، یا قوه مجریه نیست. در واقع اگر سطوح تحلیلی در تبیین مفاهیم رعایت شود، می‌توان در فرایند اصلاح فرهنگ دینی به شناخت اسلام بنیادین متناسب با نظام اجتماعی خودمان امیدوار بود.

آقای دکتر خانیکی

خیلی مختصر چهار نکته را به عنوان جمع‌بندی مباحث عرض می‌کنم. موضوع اول، این هست که در مورد شدت مسائل دچار ابهام و ایهام هستیم. فلذا نمی‌توان رسانه‌ها را در این امر مقصر دانست، که چرا صرفاً برخی موضوعات را برجسته می‌کنند. همچنین نگرانی در شیوه طرح ابعاد واقعی مسئله وجود دارد که هشدارها به جای دعوت به مشارکت از کارشناسان، نخبگان و شهروندان، رویکردی یک‌سویه و انتقادی دارد و این جزو موانع گفتگوست. در گفتگو طرفین آزادی و برابری دارد، و باید بدانند در موقعیت برابر با هم گفتگو می‌کنند. در واقع کل حقیقت مسأله آب نه پیش مدیران هست، نه پیش جامعه‌شناسان، نه مهندسان. بلکه هرکسی بخشی از آن را می‌بینید. پس باید به جای هشدار، دعوت به مشارکت و اشکال مختلف مشارکت و گفتگو را تشویق کرد. همچنین باید به این نکته توجه داشت که عدم شناخت مسئله موجب می‌شود افرادی در قالب راه‌حل‌های پروژه‌محور فضای فعالیت را تحت تأثیر قرار دهند، و به نوعی مسئله‌نما جای مسئله را می‌گیرد که مصداق آن تمثیل تاریخی میرزا آقاسی و مقنی هست که اگر از چاه آب حاصل نمی‌شود، ولی نان که حاصل می‌شود. متأسفانه مشاهده شده که ذیل پوشش مسأله بحران آب، در سطوح کارشناسی و تحقیق، گروه‌هایی به منافی رسیده‌اند. این به نان رسیدن‌ها خود یکی از موانع برای گفتگو هست. برای همین پیش‌شرط انجام گفتگو این است که باید سهم و نقش تمامی گروه‌های مشارکت‌کننده تعریف شود، مثل اهالی هنر، فرهنگ، ادب که در ظاهر دور از فضای فعلی هستند، ولی در صورتی که بخواهیم به سمت حل مسأله حرکت کنیم، باید به نقش و اهمیت بالای این گروه‌ها توجه کرد.

موضوع دوم؛ انتظاراتی است که در سطح دولت مطرح می‌شود. به هر حال نقشی که نهاد دولت در جوامعی نظیر ایران در امر توسعه دارد، محوری است و نمی‌توان آن را کتمان کرد. به همین دلیل توجه به موضوعاتی مانند گزارش ملی آب و سیاست‌گذاری رسانه از سوی دولت خیلی مهم هست.

موضوع سوم؛ نقش نهادهای مدنی است. اصلاح‌انگاره یا تصور عمومی و تهیه گزارش‌های میان‌رشته‌ای و ارتقای سطح فرهنگ جز مسائلی است که علی‌القاعده باید توسط چنین نهادهایی برجسته شود تا دولت به آن توجه کند. استفاده از رسانه‌های اجتماعی یا کمپین‌ها نیز بسیار مهم هستند که باید در سیاست‌گذاری رسانه‌ای دیده شود. همچنین باید به نقش رسانه‌های محلی توجه ویژه داشت. نشریه‌های محلی در جلب مشارکت می‌توانند نقش مهمی ایفا کنند. این موضوع بر این ضرورت تأکید دارد که اساتید حوزه ارتباطات باید مباحث نظری ارتباطات توسعه را در قالب برنامه‌های کاربردی و عملی وارد مسائل جامعه از جمله آب کنند.

و نکته آخر، آینده‌نگری نسبت به مسئله آب هست. نقش رسانه این است که نوک کوه یخ را ببیند. ولی اگر قرار بر این هست که بدنه کوه یخ هم دیده بشود، باید آینده‌نگری کرد. این که خشک شدن تالاب‌ها چه نتیجه‌ای در پی دارد؟ دشت مشهد چه خواهد شد؟ چه مناطقی فرونشست دارد؟ و... لذا باید به موضوعاتی مانند مهاجرت‌های آب‌محور، تغییر سبک زندگی مبتنی بر وضعیت آب، خشونت و خشکسالی در حوزه سیاست و... پرداخته شود.

در انتها باید گفت که آب مسئله‌ای جدی است. مسئله‌ای که دولت به تنهایی نمی‌تواند خودش را متولی بداند، بلکه باید سه حوزه مدنی، دولت و بخش خصوصی به دیده‌شدن مسئله در حد واقعی و حل آن کمک کنند.

تا بجوشد آب از بالا و پست

آب کم‌جوی تشنگی آور به دست

