روزنامه سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، ورزشی صبح ایران
صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مهدی رحمانیان
نشانی: تهران: میدان فاطمی، خیابان بهرام‌مصیری، پلاک ۲۲ • تلفن: ۵۴ و ۸۸۹۳۶۲۷۰ • نمابر: ۸۸۹۲۵۴۶۷
تلفن آگهی‌ها: ۸۶۰۳۶۱۱۹ • تلفن امور آگهی‌های شهرستان‌ها: ۷-۴۴۰۱۹۸۰۵ • تلفن امور مشترکین: ۸۸۹۰۳۵۴۸
توزیع: شرکت پیام‌رسان سبز تلفن: ۶۶۲۸۷۳۴۴ • چاپ: صمیم

روزنامه شرق

شنبه ۲ تیر ۱۴۰۳ • ۱۵ ذی‌الحجه ۱۴۴۵ • ۲۲ ژوئن ۲۰۲۴ • سال بیست‌ویکم • شماره ۴۸۶۱ • ۱۲ صفحه
اذان ظهر تهران ۱۲:۰۶ • اذان مغرب ۱۹:۴۵ • اذان صبح فردا ۳:۰۳ • طلوع آفتاب ۴:۴۹

خط راه آهن رشت - کاسپین سومین ابرپروژه ریلی کشور، صبح پنجشنبه ۳۱ خرداد
با حضور سرپرست ریاست‌جمهوری به بهره‌برداری رسید. عکس:مجتبی محمدی، ایرنا

instagram:sharghdaily1 twitter:sharghdaily youtube:sharghdaily Telegram:SharghDaily aparat:tasvirshargh www.sharghdaily.com

اتفاق‌خوانی

وعده‌های انتخاباتی در عصر شیشه‌ای

احمد افروز: کشور در آستانه انتخاباتی دیگر است و از این رو بررسی نقش رسانه‌ها در راهبری افکار عمومی و مهندسی فکری جامعه اهمیت بسزایی دارد.

رسانه را می‌توان به عنوان مهم‌ترین آوردگاه برای کسب اقبال و رأی مردم دانست هم از این روست که رویکرد رسانه‌ای کاندیداها تعیین‌کننده سرنوشت سیاسی آنان است.

انتخابات رخدادی است که می‌توان از آن به عنوان یکی از بارزترین حوزه‌های مدیریت روابط‌عمومی یاد کرد چراکه نقش تبلیغات و رسانه در آن بسیار پررنگ است چه بسا که در عصر هوش مصنوعی که همه عرصه‌ها به ویژه روابط‌عمومی و رسانه تحت سیطره تکنولوژی‌های نوین سایبری درآمده توجه به شیوه‌های جدید ارتباطی و استفاده از روش‌های تبلیغاتی و ظرفیت‌های رسانه مورد توجه است.

قطع به یقین روش‌های پیشین که اغلب مبتنی بر تولید ویدئوهای احساسی که در آن نامزدها عمدتا سوژه‌هایی تکراری چون تأکید بر ساده‌زیستی، وعده حل کامل و یکباره مشکلات، نداشتن خواب و خوراک از دغدغه مردم و... بود نه تنها کارساز نیست بلکه می‌تواند تبدیل به ضد تبلیغ نیز شود.

هرچند بخشی از جامعه امروز به واسطه عملکرد دولت‌های پیشین با تردید به انتخابات می‌نگرند و حتی حاضر به حضور در پای صندوق‌های رأی نیستند اما همان بخش از جامعه که در تکاپوی شرکت در انتخابات هستند گروه هدف رسانه‌ها را تشکیل می‌دهند تا با راه‌اندازی یک کارزار تبلیغاتی و بازاریابی اجتماعی مسیر حضور کاندیدای مدنظر خود را در ساختمان پاستور فراهم کنند.

انسان امروز را می‌توان حاضر در دو زیست موازی دانست؛ زیست حقیقی و زیست مجازی یا همان زیستن در دنیای رسانه‌ها و تکنولوژی‌های ارتباطی که لازمه زیستن در این جهان مجازی داشتن سواد و بینش درست است که عموما از آن تحت عنوان سواد رسانه‌ای یاد می‌شود، چیزی که اغلب خود رسانه‌ها تمایل به فراگیری آن توسط مخاطبان ندارند.

تشخیص رفتار رسانه‌ای در این برهه را می‌توان یکی از مهم‌ترین فاکتورهای سواد رسانه‌ای دانست. به عنوان مثال و در اقدامی عجیب پایگاه خبری شهر متعلق به شهرداری تهران از ۲۱ خرداد یعنی یک روز پس از اعلام نتایج احراز صلاحیت‌شدگان اقدام به انتشار مکرر اخبار توفیقات شهرداری در قالب پیامک به شهروندان کرده است یعنی تبلیغ غیرمستقیم شهردار تهران که اینک جزء شش نفر منتخب شورای نگهبان است.

مطالبه مسئولیت حرفه‌ای رسانه از سوی مردم یکی دیگر از نشانه‌های بلوغ اجتماعی و ارتقای سواد رسانه‌ای است. این مطالبه در دو بخش مورد نظر است؛ ابتدا مسئولیت حرفه‌ای رسانه تا روز انتخابات است، یعنی ایفای نقش به عنوان مدعی‌العموم و مطالبه‌گری به جای مردم از کاندیداها درخصوص برنامه‌های اجرائی آنان در ارتباط با مسائلی چون اقتصاد و معیشت مردم، نظام آموزشی، نظام درمان، محیط زیست، تضمین آزادی‌های مصرح در قانون اساسی و... با هدف سنجش عیار و اعتبار و راستی‌آزمایی مدعیات کاندیداها دانست تا مردم بتوانند سره را از ناسره تشخیص دهند.

مطالبه دوم مردم از رسانه نیز این است که در ادامه پس از تکیه‌زدن کاندیدای پیروز بر صندلی داغ پاستور باید ناظر بر رفتار و عملکرد رئیس‌جمهور باشند که البته همین مسئله علاوه بر خواست و میل رسانه، نیازمند وجود فضایی مساعد برای فعالیت رسانه است و این خود شاخصی برای ارزیابی عملکرد دولت به‌ویژه در حوزه تأمین و تضمین آزادی‌هاست.

کاندیداهای حاضر در عرصه رقابت انتخاباتی باید به این نقطه واقف باشند که تمام سخنان و وعده‌ها و شعارهای ایشان در انواع رسانه‌های دیداری، شنیداری و مکتوب ضبط و ثبت می‌شود و اگر امروز برای دلبری از مردم، حرف و قولی صادر می‌کنند فردا باید پاسخ‌گو باشند البته نه به شیوه‌های نخ‌نماشده چراکه در عصر شیشه‌ای، نمی‌توان در حیاط خلوت رسانه‌های رسمی به تعریف و تمجید از عملکرد خود و دوستان و صدور بیانیه‌های روابط‌عمومی پرداخت بلکه عمدتا رسانه‌های غیررسمی و جریان شهروند خبرنگاری است که فرهنگ مطالبه‌گری و پاسخ‌گویی را راهبری می‌کنند.

اضطرابِ سلامت در تفوق عقلانیت بازار

سیمین کاظمی
جامعه‌شناس و پزشک

اضطرابِ سلامت به معنای اجتماعی و نه روانشناختیِ آن، یکی از عمومی‌ترین و اصلی‌ترین مؤلفه‌های احساس ناامنی در ایران امروز است. چون هر تهدید جدی سلامت و وقوع بیماری ممکن است زندگی شخص را به قهقرا ببرد، آن هم نه به واسطه ماهیت بیماری بلکه به دلیل تنهایی در مواجهه با بیماری و تأمین سلامت. با افزایش بروز و شیوع بیماری‌های پیچیده، صعب‌العلاج و مهلک، بیش از هر زمان دیگری ازدست‌رفتن سلامت و وقوع بیماری، برای هر فرد تهدیدی جدی، نگران‌کننده و نزدیک به نظر می‌رسد. بسیاری از افراد در این نگرانی هستند که اگر من به بیماری مبتلا شوم، چگونه می‌توانم از پس آن برآیم؟ آنچه در بیش و کمِ این نگرانی تعیین‌کننده است طبقه اجتماعی و جایگاه فرد در سلسله مراتب اجتماعی است. غیر از اقلیتی که بیشترین منابع، امتیاز و پاداش‌ها را در انحصار دارند، اضطراب سلامت در جامعه ایران یک رنج همگانی است. این رنج مشترک نه تنها فرودستان اقتصادی و طبقه کارگر را گرفتار کرده، بلکه گریبان‌گیر طبقه متوسط رو به اضمحلال هم شده است. با هزینه‌های کمرشکن درمانی، وقوع یک بیماری مزمن و صعب‌العلاج می‌تواند فرد را به حراج‌کردن سرمایه‌های زندگی‌اش مجبور کند و او را به ورطه ادبار و بدبختی بکشاند. هراس از ادبار و وضعیت رقت‌بار است که اضطراب سلامت را به اضطراب‌های دیگرِ جامعه ایران افزوده است. آنچه در شکل‌گیری این اضطراب سلامت تعیین‌کننده بوده، رویکرد دولت‌ها به مسئله سلامت و تصمیم‌گیری‌های غیرمسئولانه و مدیریت بی‌رحمانه آنها در مواجهه با یک حق همگانی بوده است. درحالی‌که طبق اصل ۲۹ قانون اساسی، خدمات بهداشتی و درمانی و مراقبت‌های پزشکی به صورت بیمه و... حقی است همگانی و دولت مکلف به تأمین آن برای تک‌تک افراد است، اما این اصل در حال حاضر، یکی از اصول متروک قانون اساسی است که هرچه می‌گذرد دولت‌ها بیشتر از آن فاصله می‌گیرند و اکنون در عمل سلامت امتیازی است که تنها کسانی که قادر به پرداخت بهایش هستند به آن دست پیدا می‌کنند. در رویکرد دولت‌های پس از جنگ هشت‌ساله، نگاه و رویکرد غالب به سلامت، متأثر از منطق و عقلانیت بازار بوده است. در این نگاه غالب، آنچه از سلامت و ضرورت تأمین آن برجسته می‌شود، هزینه‌هایش است که به عنوان باری بر دوش دولت تلقی می‌شود. در شرایطی که دولت‌ها همواره با کسری بودجه مواجه‌اند، بیشترین دغدغه‌شان این است که از بارِ مالی و هزینه‌های سلامت بکاهند و راهی پیدا کنند که از وظیفه‌شان در قبال سلامت جامعه عقب‌نشینی کنند. اصلی‌ترین راهکار دولت‌ها برای فرار از هزینه‌های سلامت، تاکنون برون‌سپاری خدمات سلامت، خصوصی‌سازی بهداشت و درمان، تقویت بخش خصوصی و تبدیل‌کردن سلامت به یکی از قلمروهای بازار بوده است. وقتی عقلانیت بازار بر امر سلامت مستولی می‌شود، نتیجه طبیعی آن به حاشیه رفتن بهداشت و پیشگیری و کالایی‌شدن سلامت است. در حال حاضر درمان‌محوری مهم‌ترین خصیصه نظام سلامت در ایران است، به طوری که امر درمان اهمیت مرکزی و محوری یافته و پیشگیری و بهداشت کم‌رنگ شده و ضرورتش به فراموشی سپرده شده است. واقعیت این است که اصل «پیشگیری بهتر از درمان است»، سال‌هاست در مقابل عقلانیت بازار که می‌گوید «درمان سودآورتر از پیشگیری است»، شکست خورده و اهمیتش را از دست داده است. بناهای کلنگی و رو به زوال مراکز بهداشتی و درمانی دولتی در برابر عمارت‌های عظیم بیمارستان‌های خصوصی علامتی آشکار از نابودی تفکر پیشگیری و بهداشت در نظام سلامت ایران است. مراکز بهداشتی و درمانی به اداراتی تبدیل شده‌اند که در فقدان امکانات و کسری بودجه عمدتا متکی به زحمات نیروی کار زنانه هستند که در شرایط غیرمنصفانه و حقوق ناچیز در حال خدمت‌رسانی به مراجعه‌کنندگان هستند.

در منطق بازار، پیشگیری‌ای که منافعش برای کل جامعه آن هم در بلندمدت است، عرصه‌ای قابل اعتنا و جذاب برای سرمایه‌گذاری به حساب نمی‌آید، اما درمان چون بازدهی آن به زودی مشخص می‌شود و قابلیت فروش دارد، می‌تواند سودهای کلان برای سرمایه‌گذاران به همراه بیاورد. بنابراین پیشگیری و بهداشت فروگذاشته می‌شود تا فروش درمان رونق بگیرد. در تفوق رویکرد درمان‌محوری و سرسپردن به عقلانیت بازار، دولت خود نیز در مسیر رقابت با بخش خصوصی قرار گرفته و در این مسیر با طرح خودگردانی بیمارستان‌ها و ملزم‌کردن مراکز بهداشتی و درمانی به درآمدزایی می‌کوشد از سود فروش درمان بی‌نصیب نماند.

خصوصی‌سازی سلامت و تجاری‌شدن پزشکی، موجب تغییر فرهنگ طبابت و نارضایتی و سرخوردگی جامعه از نظام سلامت و حرفه‌مندان آن شده است. جامعه‌ای که از پزشکان و بالینگران انتظار شفقت و مهربانی و رعایت شأن و کرامت انسان را دارد، در روزگار بیماری، با این واقعیت مهیب روبه‌روست که بیماری او محملی است برای سودآوری بنگاه‌های تجاری پزشکی. وقتی در فرهنگ لغات جدید طبابت، بیمار به عنوان مصرف‌کننده و مشتری بازتعریف می‌شود، دیگر انتظار نوع‌دوستی و انسان‌دوستی از پزشکی بیهوده و بیجا به نظر می‌رسد. در این فرهنگ مشتری کسی است که بتواند هزینه کالایی را که به او عرضه شده بپردازد. بنابراین مشتری/ بیمار باید پیش از هر انتظاری توان پرداخت هزینه‌های درمانی را اثبات و اجرا کند وگرنه به‌راحتی دستش از درمان کوتاه می‌شود. او یا باید در صف شلوغ بیمارستان‌های دولتی با همه کمبودهایشان، با رنج خویش کنار بیاید یا در صورت مراجعه به بیمارستان‌های خصوصی، سرمایه و هستی‌اش را در راه درمان به فروش بگذارد. با آنکه بیمه به عنوان یک راهکار مدرن، باید اضطراب سلامت جامعه را تسکین دهد، اما بیمه‌های پایه با پوشش ناچیز و تعهدات حداقلی عملا بود و نبودشان یکسان است و بیمه‌های تکمیلی نیز تنها در توان کسانی است که از درآمد ثابت و نسبتا بالایی برخوردارند و می‌توانند هزینه آن را بپردازند. عقلانیت بازار نه‌تنها نگاه سیاست‌مداران بلکه نگاه حرفه‌مندان سلامت به بیمار و حرفه‌شان را تحت تأثیر قرار داده است. آنچه با آن روبه‌رو هستیم تنها تسلط اقتصاد بازار آزاد نیست، بلکه ظهور جامعه بازار آزاد است. جامعه بازار آزاد سوژه نفع‌جوی خودمحور تولید می‌کند که در درجه اول در اندیشه سود و زیان اقتصادی خودش است؛ بنابراین حرفه‌مندان سلامت و بالینگران با گذر از مفاهیم اخلاقی و بحث‌های پرسوز و گداز آلتروئیسم پزشکی و شفقت طبیبانه، به دنبال جبران محرومیت‌هایی هستند که برای رسیدن به جایگاه‌شان متحمل شده‌اند. راه جبران این محرومیت‌ها نگریستن به پزشکی و سلامت به عنوان یک کسب‌وکار است که باید از آن پول درآورد و عرصه‌ای را کشف کرد که سودآوری آن بیشتر و کم‌دردسرتر باشد. از این روست که پزشکان به صنعت زیبایی رو آورده‌اند که پول‌سازی آن تضمینی و وسوسه‌انگیز است. در تسلط منطق بازار است که دانشجوی پزشکی دیگر به رشته‌هایی که سلامت جامعه به آن متکی است، رغبت نشان نمی‌دهد و رهسپار رشته‌هایی می‌شود که آینده اقتصادی او را تأمین کنند. هژمونی نگاه، منطق و مناسبات بازار بر نظام سلامت امری به شدت نگران‌کننده و تهدیدی مهم برای سلامت جامعه است که در فقدان نقد جدی هرچه می‌گذرد گسترده‌تر و عادی‌تر می‌شود. برای گریز از این وضعیت پیش از هر چیز باید دانست که با بی‌احتیاطی و بی‌خردی است که نیازهای بنیادین بشر مانند آموزش و بهداشت، بازیچه بوالهوسی‌های بازار شود. لازم است جامعه به خود بیاید و تبعات و پیامدهای تسلط عقلانیت بازار بر نظام سلامت را درک کند و مطالبه‌ای جدی و مستمر برای مقابله با آن را شکل دهد.

شبکه‌خوانی

ما مردم واقعا بد عمل کردیم؟

نمی‌دانم شما جزء ۲۷ درصدی هستید که مناظره‌ها را می‌بینید یا جزء ۷۳ درصدی که از کنارش به راحتی می‌گذرید. هرچند یکی از مسئولان صداوسیما در برنامه بعد از مناظره‌ها اعلام کرد که حدود ۱۹ تا ۲۰ میلیون نفر شاهد مناظره‌ها بودند. با توجه به وضعیت بغرنج کنونی که آمارها چند ساعت پس از انتشار، تکذیب می‌شود، می‌توان هرکدام از این تعداد را قبول کرد. اما غرض اشاره به یک نکته است: همان نکته‌ای که در شبکه‌های اجتماعی و خبرگزاری‌ها به آن اشاره و سؤال پرسیده می‌شود: «آیا ما مردم مقصر وضع موجود هستیم؟» یا «آیا ما مردم بد عمل کرده‌ایم که شرایط کشور چنین شده که نامزدها بیان می‌کنند؟».

هنگامی که به تماشای مناظره‌ها می‌نشینیم، غیر از مسعود پزشکیان که مدام تأکید دارد ما مسئولان اشتباه کردیم، دیگر نامزدها طوری سخن می‌گویند انگار هرگز مسئولیتی بر عهده نداشته‌اند و مقصر مردم هستند. مردمی که طبق آمار خود این حاضران تورم ۴۰ درصدی را تحمل کرده‌اند، زیر سایه تحریم دارو، نظاره‌گر مرگ عزیزانشان بودند و آن‌طور که مصطفی پورمحمدی از سعید جلیلی روایت کرد، مجبور شده‌اند عدم تصویب FATF را به خاطر عدم علاقه شخصی برخی افراد تحمل کنند.

علیرضا زاکانی طی این چند حضور خود در صداوسیما، با یک دشمن فرضی در حال گفت‌وگوست و مدام دو دولت «حسن روحانی» را مسبب تمام مشکلات می‌داند. او به طور غیرمستقیم انتخاب دو دوره مردم و هشت سال حضور دولت «تدبیر و امید» را زیر سؤال می‌برد و حتی به نظر می‌رسد فراموش کرده است، حسن روحانی را شورای نگهبان تأیید صلاحیت کرد درحالی‌که همان سال ۱۳۹۲ مرحوم آیت‌الله هاشمی‌رفسنجانی ردصلاحیت شد. فراموش می‌کند که سه سال از دولت سیزدهم گذشته است. این نامزد همچنین وعده‌های خاصی می‌دهد؛ از جمله اهدای یارانه ۲۲ میلیونی، اعتبار طلا، رایگان‌کردن بیمه زنان باردار و سالمندان و کودکان زیر هفت سال و نصف‌کردن قیمت بنزین. پدرام سلطانی یکی از فعالان اقتصادی نوشته است: «زاکانی در ۲۰ دقیقه اول اعلام کرد به هر خانواده سه نفره، ۱۱۰ میلیون تومان یارانه می‌دهد، در ۲۰ دقیقه دوم گفت به هر نفر ۲۲ میلیون تومان یعنی اعتبار ارقامش ۲۰ دقیقه هم نبود». البته اقتصاددانان معتقدند برای دادن این یارانه، بنزین باید ۵۰ هزار تومان باشد.

صحبت‌های سعید جلیلی نیز پر از نکات نامفهوم است. به‌طوری‌که حمید رسایی نماینده طرفدار او در کانال تلگرامی خود از او خواست از کلی‌گویی دوری کند و کمی عینی‌تر و مصداقی‌تر صحبت کند.

قاضی‌زاده‌هاشمی، رئیس کنونی بنیاد شهید نیز به عنوان مدافع دولت سیزدهم حاضر شده است. او از مردم پرسید که بگویند وضع معیشتشان سال ۱۴۰۰ به بعد در دولت رئیسی بهتر شده یا در دولت روحانی؟ برای یادآوری به ایشان فقط دو مورد یعنی گوشت گوساله ۲۶۹ درصد گران‌تر شد و برنج خارجی ۱۲۵ درصد.

در شبکه‌های اجتماعی معتقدند این مناظره‌ها کسل‌کننده است و دلایل متعددی برای آن می‌آورند اما چند نکته درباره آن مطرح است که نمی‌توان فراموش کرد:

● زنان و مسائل آنها انگار هیچ جایی در این مناظره‌ها ندارند و این سؤال است که چطور می‌شود نیمی از جامعه را ندید. زنانی که هر روز به خاطر پوشش از خیابان‌ها در حال حذف‌شدن هستند و زنانی که این روزها بیشتر از مردان در جامعه دانشگاهی فعالیت دارند.

● در دو مناظره اول هیچ سخن و نشانه‌ای از اتفاقات سال ۱۴۰۱ در این میان نبود. چطور چنین چیزی ممکن است؟ در حالی که یکی از نامزدها شهردار و دیگری رئیس مجلس بوده و دیگری عضو دولت. به نظر کاربران شبکه‌های اجتماعی آیا ممکن است یک سال از تاریخ ایران و اتفاقاتی که در آن رخ داد را به کل حذف کرد و کوچک‌ترین اشاره‌ای به آن نکرد؟ تأثیری که این اتفاقات گذاشت، مهاجرت‌هایی که رخ داد افرادی که آسیب دیدند و... .

● در این مناظره‌ها همه‌چیز به‌صورت کلی و برای افرادی بیان می‌شود که در هر شرایطی رأی می‌دهند و انتخاب خود را مدت‌ها پیش انجام داده‌اند. طبق نظرسنجی‌ها بیش از ۵۰ درصد قرار نیست رأی بدهند. آیا نامزدها به کل آنان را فراموش کرده‌اند؟

در حالی این مطلب نوشته می‌شود که چند ساعت تا برگزاری مناظره فرهنگی باقی مانده است و باید دید به این دغدغه‌ها توجه می‌شود یا خیر.

یک میلیون هکتار

چند روز پیش مدیرکل دفتر امور بیابان سازمان منابع طبیعی و آبخیزداری کشور گفت: «سالانه یک میلیون هکتار به بیابان‌های کشور افزوده می‌شود که متأسفانه از میانگین جهانی بالاتر هستیم». بر اساس داده‌های آماری و پژوهشی، وسعت بیابان‌های ایران در حدود چهار دهه اخیر به بیش از ۳۲ میلیون هکتار رسیده است. همچنین در چهار دهه اخیر، میزان فرسایش خاک به سالانه دو میلیارد تن رسید و مساحت جنگل‌های ایران به میزان درخور توجهی کاهش یافت.

یک یوز

خبرگزاری برنا گزارش داد پس از دیده‌شدن یک توله‌یوز سرگردان در منطقه حفاظت مشارکتی یوزکنام پل ابریشم، تیم‌های حفاظتی و کارشناسی از سازمان حفاظت محیط زیست استان‌های سمنان و خراسان شمالی به پایش منطقه به صورت شبانه‌روزی پرداختند، اما هنوز هیچ نشانه‌ای از یوز مادر دیده نشده است. با توجه به اینکه این یوز لاغر و کم‌سن بوده و وابسته به مادر است، تصمیم به زنده‌گیری و انتقال به منطقه توران گرفته شده است.

۱۷۰۰ ساله

میراث خبر گزارش داده است در غیاب نظارت نیروهای وزارت میراث فرهنگی، یک کشاورز قسمتی از مهم‌ترین شهر ایران کهن متعلق به دوران ساسانیان در منطقه باستانی جندی‌شاپور با سابقه هزارو ۷۰۰ساله را به‌منظور کاشت سیر و پیاز، با لودر نابود کرد. همچنین چندی پیش تصاویری از وضعیت بحرانی فرونشست زمین و خطر تخریب کامل محوطه نقش رستم با سابقه سه‌هزارو ۲۰۰ساله در شش‌کیلومتری تخت جمشید منتشر شد.

روزها

مهاجرت حتی به قیمت مرگ

همین چند روز پیش بود که با سرنگون‌شدن دو قایق در آب‌های ایتالیا تعدادی از مهاجران ایرانی که قصد داشتند از طریق دریا خودشان را به اروپا برسانند، کشته شدند. این اتفاق هم‌زمان با «روز جهانی پناهندگان» رخ داده است. سفارت ایران در رم در گزارشی اعلام کرده است پس از مطلع‌شدن از احتمال حضور تعدادی از اتباع کشورمان در قایق‌های مهاجران غرق‌شده در سواحل ایتالیا، بلافاصله اقدامات لازم از جمله هماهنگی با وزارت امور خارجه، وزارت کشور و گارد ساحلی جمهوری ایتالیا برای کسب اطلاعات دقیق و وضعیت مهاجران را انجام داده است. مقامات ذی‌ربط در استانداری و گارد ساحلی کالابریا، در حال یافتن اجساد و مفقودان و شناسایی هویت آنها بوده و قول داده‌اند در اولین فرصت ممکن مجوز حضور کنسول سفارت در منطقه را صادر کنند. اتفاقی که هنوز نیفتاده است.

علاقه ۶۰ درصدی به مهاجرت

این خبر یکی از مصداق‌هایی است که بر علاقه ۶۰ درصدی ایرانیان به مهاجرت دلالت دارد. مرداد سال پیش بود که مدیر رصدخانه مهاجرت ایران «بهرام صلواتی» در مراسم رونمایی از سالنامه مهاجرتی ۱۴۰۱ به نتایج یک بررسی با دامنه ۱۲ هزار نفر اشاره کرد. طبق آن فقط ۱۶ درصد افراد شرکت‌کننده قصد مهاجرت‌کردن از ایران را داشتند و از میان ۲۰ درصد افراد که مهاجرت کرده بودند تنها چهار درصد قصد بازگشت داشتند. در واقع بیش از ۶۰ درصد تمایل به مهاجرت داشتند.

تعداد مهاجران؟

امسال هم‌زمان با روز جهانی پناهندگان، شعاری که از سوی آژانس پناهندگان سازمان ملل متحد انتخاب شده، شعار «همبستگی با پناهندگان» است، از آن جهت که تعداد آوارگان جهان بیش از ۱۲۰ میلیون نفر است. سهم ایران در میان مهاجران را نمی‌توان بر اساس آمار رسمی جدید اعلام کرد، چراکه آخرین آمار رسمی مربوط به ایرانیان مهاجر مربوط به ۱۴۰۱ است که طبق آن چهار میلیون و ۳۷۰ هزار ایرانی در خارج زندگی می‌کنند. البته حسین امیرعبداللهیان، وزیر خارجه فقید دولت سیزدهم، سال گذشته میزان مهاجران ایرانی را یک میلیون بیشتر یعنی حدود پنج میلیون و ۲۰۰ هزار نفر اعلام کرده بود. البته این آمار ایرانیانی است که همچنان علاقه به گرفتن پاسپورت و هویت ایرانی دارند. یک مسئول دیگر یعنی «شهروز فلاحت‌پیشه» معتقد است تعداد مهاجران ایرانی بیش از هشت میلیون نفر است. گزارش‌های کمیساریای عالی پناهندگان سازمان ملل متحد از افزایش شمار پناهندگان ایرانی در دو سال اخیر حکایت دارد. تعداد پناهندگان ایرانی نسبت به سال ۲۰۲۱، ۴۴ درصد افزایش یافت. جامعه‌شناسان ایرانی طی دو سال گذشته و پس از اتفاقات شهریور ۱۴۰۱، بارها به مهاجرت دسته‌ای ایرانیان اشاره کرده‌اند. در این میان پزشکان، پرستاران، حتی دانش‌آموزان و نیروهای کار ماهر به‌صورت گروهی در حال ترک ایران هستند.

چرا می‌روند؟

مهاجرت ممکن است به دلایل مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی باشد. روزنامه فاینشنال‌تایمز سال پیش، وضعیت ایرانیان در علاقه به مهاجرت را همچون مهاجرت گروهی کنترل‌شده ارزیابی کرد. طبق این گزارش «فشارهای اقتصادی و سیاسی در داخل ایران» از دلایل عمده مهاجرت است. البته در پژوهشی که در ایران انجام شده بود شیوه حکمرانی و مملکت‌داری از دلایل عمده مهاجرت بود یعنی بی‌ثباتی اقتصادی و وجود فساد نهادینه‌شده در کشور، شرایط تحریم ایران و نوسان قیمت ارز، تورم و شرایط اقتصادی از جمله عوامل مهم تأثیرگذار بر میل به مهاجرت ذکر شده بود. البته عوامل محیط‌زیستی نیز وجود دارد همچنین سازمان بین‌المللی مهاجرت تأکید کرده که تا سال ۲۰۵۰، حدود ۲۰۰ میلیون نفر در نتیجه تغییرات محیطی و اقلیمی ممکن است به صورت دائم یا موقت در داخل کشور خود یا خارج از کشورشان آواره شوند: ایران با افزایش ۲٫۶ درجه سانتی‌گراد میانگین دما و کاهش ۳۵ درصدی بارندگی در دهه‌های بعدی مواجه می‌شود و این یعنی براساس تغییرات اقلیمی کنونی و حقایق گرمایش در ایران، واقعیت تغییر اقلیم ایران شدیدتر از منطقه خاورمیانه است.