روزنامه سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، ورزشی صبح ایران
صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مهدی رحمانیان
نشانی: تهران: میدان فاطمی، خیابان بهرام‌مصیری، پلاک ۲۲ • تلفن گویا: ۸۸۹۲۵۴۶۷ • نمابر: ۸۸۹۲۵۴۶۷
تلفن آگهی‌ها: ۸۶۰۳۶۱۱۹ • تلفن امور آگهی‌های شهرستان‌ها: ۷-۴۴۰۱۹۸۰۵ • تلفن امور مشترکین: ۸۸۹۰۳۵۴۸
توزیع: موسسه مطبوعاتی نشرگستر امروز نوین تلفن: ۰۹۳۸۵۲۲۱۰۱۶ • چاپ: صمیم

روزنامه شرق

شنبه ۲۳ آبان ۱۴۰۵ • ۴ جمادی‌الثانی ۱۴۴۸ • ۱۴ نوامبر ۲۰۲۶ • سال بیست‌وسوم • شماره ۵۵۲۶ • ۱۲ صفحه
اذان ظهر تهران ۱۱:۴۹ • اذان مغرب ۱۷:۱۷ • اذان صبح فردا ۵:۱۳ • طلوع آفتاب ۶:۴۰



بارش اولین برف پاییزی در اهر چهره طبیعت و مناطق روستایی این شهرستان را سفیدپوش کرد و موجب خوشحالی مردم، کشاورزان و روستاییان شد.
عکس: پرویز گلی‌زاده، میزان

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

فردا از امروز

وقتی فردا وارد تصمیم‌های امروز می‌شود



امیراحمد شیشه‌گر

بخش بزرگی از تصمیم‌های ما بر تصویری پنهان از آینده تکیه دارد؛ مسئله این است که آیا آن تصویر را آگاهانه آزموده‌ایم یا نه؟

فرض کنید شهری پس از یک تابستان خشک با کمبود آب روبه‌رو شود. معمولا آن لحظه را «بحران» می‌نامیم، اما بحران اغلب همان روز آغاز نشده است. کاهش بارندگی، افزایش مصرف، فرسودگی شبکه، تغییر الگوی سکونت و تصمیم‌های سرمایه‌گذاری سال‌ها پیش از آن وجود داشته‌اند. مسئله اصلی این نیست که چرا کسی روز دقیق کمبود آب را پیش‌بینی نکرد؛ مسئله این است که چرا تصمیم‌های گذشته برای چند وضعیت متفاوت آماده نشده بودند؟

ما تقریبا در هر تصمیم مهم، تصویری از آینده را پیش‌فرض می‌گیریم. خانواده‌ای که برای تحصیل فرزندش برنامه می‌ریزد، شرکتی که کارخانه می‌سازد، دولتی که یک شبکه حمل‌ونقل طراحی می‌کند یا فردی که مهارتی تازه می‌آموزد، همگی درباره فردا فرض‌هایی دارند. گاهی این فرض ساده است: «تقاضا افزایش خواهد یافت». گاهی پیچیده‌تر است: «این فناوری جای روش فعلی را می‌گیرد». مشکل زمانی آغاز می‌شود که این فرض‌ها پنهان بمانند و مانند حقیقت قطعی با آنها رفتار شود.

آینده‌پژوهی قرار نیست آینده را برای ما آشکار کند؛ کار اصلی آن این است که پیش‌فرض‌های مربوط به آینده را آشکار، نشانه‌های تغییر را رصد کند، مسیرهای متفاوت را مدنظر قرار دهد و پیامد تصمیم‌های امروز را در چند وضعیت محتمل بسنجد. سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، آینده‌نگاری راهبردی را رویکردی نظام‌مند برای بررسی آینده‌های باورپذیر می‌داند و تصریح می‌کند هدف آن پیش‌بینی یک آینده واحد نیست.

این نگاه یک تغییر کوچک اما مهم در پرسش ایجاد می‌کند: به‌جای اینکه فقط بپرسیم «چه اتفاقی خواهد افتاد؟»، می‌پرسیم «چه اتفاق‌هایی ممکن است رخ دهد؟»، «کدام نشانه‌ها می‌توانند مسیر فعلی را تغییر دهند؟» و «کدام تصمیم امروز در بیش از یک وضعیت آینده قابل دفاع است؟». همین تغییر، فاصله میان برنامه‌ریزی خشک و آمادگی واقعی را می‌سازد.

یونسکو از مفهوم «سواد آینده» برای توضیح توانایی استفاده آگاهانه از آینده در زمان حال بهره می‌گیرد. معنای عملی آن ساده است: بدانیم تصویری که از فردا داریم، خودِ فردا نیست. هر تصویر مجموعه‌ای از فرض‌ها، تجربه‌ها، امیدها و نگرانی‌های ماست و باید بتوانیم آن را با تصویرهای رقیب مقایسه کنیم. این نوع نگاه در عمل یک فایده دیگر هم دارد: هزینه خطا را پیش از وقوع آشکار می‌کند. اگر موفقیت یک تصمیم فقط در گرو تحقق موبه‌موی همه فرض‌ها باشد، آن تصمیم شکننده خواهد بود. اما اگر از ابتدا چند مسیر را در نظر بگیریم، می‌توانیم انتخاب‌هایی داشته باشیم که در برابر تغییرات کوچک و بزرگ دوام بیشتری دارند. تفاوت آینده‌پژوهی با نگرانی مبهم درباره فردا همین‌جاست؛ نگرانی فقط خطر را احساس می‌کند، اما آینده‌پژوهی می‌کوشد خطر، فرصت، فرض و گزینه را از هم جدا کند.

این مهارت برای تصمیم‌های شخصی هم همان‌قدر مهم است. کسی که مسیر شغلی خود را فقط بر اساس بازار امروز انتخاب می‌کند، ناخودآگاه فرض کرده است ساختار مشاغل ثابت می‌ماند. پرسیدن چند «اگر» ساده می‌تواند این فرض را آشکار و انتخاب را واقع‌بینانه‌تر کند.

آینده را نمی‌توان از زمان حال جدا کرد؛ چراکه تصمیم‌های امروز ناگزیر بر فردا اثر می‌گذارند. انتخاب بهتر از جایی شروع می‌شود که به‌جای اطمینان کاذب، فرض‌های خود را روشن کنیم و از خود بپرسیم: اگر فردا دقیقا شبیه انتظار ما نبود، آیا تصمیم امروز همچنان قابل دفاع است؟

@shishehgar

در کنفرانس اقلیمی آنتالیا چه گذشت؟



مهدی زارع

کنفرانس اقلیمی سازمان ملل متحد -کوپ ۳۱- از ۹ تا ۲۰ نوامبر ۲۰۲۶ در آنتالیای ترکیه برگزار می‌شود. شعار اصلی آن «کوپ-اجرا» است. هدف این نشست، تبدیل وعده‌های قبلی به اقدامات واقعی و قابل اندازه‌گیری است. در افتتاحیه این کوپ، گوترش، دبیرکل سازمان ملل، گفت سوخت‌های فسیلی مانند دایناسورها باید منقرض شوند. برای این اجلاس سه محور اصلی در نظر گرفته شده است: اول اجرای سریع‌تر و قوی‌تر برنامه‌های ملی کاهش انتشار (NDC)، دوم تأمین مالی اقلیمی؛ کشورهای ثروتمند باید تا سال ۲۰۳۵ سالانه حداقل ۳۰۰ میلیارد دلار و در سطح جهانی ۱.۳ تریلیون دلار به کشورهای در حال توسعه کمک کنند و سوم تقویت سازگاری و تاب‌آوری جوامع آسیب‌پذیر در برابر سیل، خشکسالی، موج گرما و ناامنی غذایی. ترکیه ریاست کنفرانس را بر عهده دارد و استرالیا ریاست مذاکرات را. ترکیه ۱۰ اولویت اجرائی تعیین کرده است که شامل برق‌رسانی سبز، شهرهای تاب‌آور، امنیت غذایی، سلامت و آموزش جوانان می‌شود. تمرکز ویژه روی «ابتکار تاب‌آوری سلامت آنتالیا» برای مقابله با امواج گرما و بیماری‌های ناشی از تغییرات اقلیمی است. کوپ ۳۱ دیگر به دنبال توافق‌های جدید تاریخی نیست؛ هدف آن نظارت بر اجرا و فشار برای عمل به تعهدات مالی است. بزرگ‌ترین پرسش این است که آیا کشورهای ثروتمند به وعده‌های مالی خود عمل می‌کنند و آیا کشورها NDCهای قوی‌تری ارائه می‌دهند تا افزایش دما کندتر شود؟ از اجلاس اقلیم مهم پاریس ۲۰۱۵ تا آنتالیا ۲۰۲۶، هم علم و هم جنبش‌های اقلیمی تغییر کرده‌اند. علم امروز می‌گوید هدف ۱.۵ درجه عملا از دست رفته و جهان وارد دوره «فراتررفتن» شده است. تمرکز به فناوری‌های حذف کربن از جو (CDR) منتقل شده است. مدل‌های اقلیمی دقیق‌تر شده‌اند، اما تصویر آینده تلخ‌تر است. جنبش‌های اقلیمی از امید به توافق جهانی، به واقع‌گرایی و تمرکز روی مبارزات محلی رسیده‌اند. رشد راست افراطی و خصومت با فعالان، بسیاری از گروه‌ها را به سمت دفاع از شرایط زندگی روزمره و سازماندهی پایدار سوق داده است. پس از شروع دور دوم ریاست‌جمهوری ترامپ و در دو سال اخیر، دولت ترامپ و نیروهای راست افراطی بزرگ‌ترین عقب‌نشینی سیاسی از اقدام اقلیمی را ایجاد کرده‌اند. آمریکا از توافق پاریس و حتی چارچوب سازمان ملل خارج شد، صدها مقرره محیط‌زیستی را لغو کرد، مشوق‌های انرژی پاک را تضعیف کرد و تولید نفت و گاز را گسترش داد. این سیاست‌ها می‌تواند آمریکا را از صدها گیگاوات ظرفیت تجدیدپذیر محروم کند و انتشار گازهای گلخانه‌ای را برای سال‌ها بالاتر نگه دارد. این روند فقط به آمریکا محدود نیست؛ فشارهای راست‌گرایانه در اروپا و جاهای دیگر نیز اراده سیاسی برای اقدام اقلیمی را ضعیف کرده است. نتیجه، کاهش منابع مالی سازگاری و افزایش آسیب‌پذیری جوامع در برابر بحران‌های اقلیمی است. تاب‌آوری که یکی از محورهای اصلی COP۳۱ است، اکنون با خصومت سیاسی و اولویت‌دهی به سوخت‌های فسیلی روبه‌روست.

دکتر مسعود پزشکیان در سخنرانی ۱۱ نوامبر ۲۰۲۶ در اجلاس رهبران، موضع ایران را روشن کرد. او گفت نمی‌توان از آینده زمین حرف زد و هم‌زمان چشم بر جنگ‌هایی بست که خاک، آب، هوا و زندگی انسان را نابود می‌کنند. پزشکیان اعلام کرد حملات آمریکا و اسرائیل به ایران، آسیب‌های سنگین محیط‌زیستی ایجاد کرده؛ حمله به تأسیسات عسلویه حدود ۵۰۰ هزار تن آلاینده و حمله به انبارهای سوخت اطراف تهران حدود یک میلیون تن دی‌اکسید کربن آزاد کرده است. او این را تناقض آشکار خواند و خواستار ایجاد سازوکارهای مستندسازی آسیب‌های جنگ و جبران خسارت شد. او همچنین گفت ایران با وجود تحریم‌ها، ظرفیت انرژی تجدیدپذیر خود را از هزارو ۲۵۰ مگاوات به بیش از شش‌هزارو ۱۵۰ مگاوات رسانده و امسال بیش از ۴.۵ میلیارد کیلووات‌ساعت برق پاک تولید کرده که از انتشار حدود ۲.۵ میلیون تن دی‌اکسید کربن جلوگیری کرده است. پیام اصلی او این بود: صلح پیش‌شرط حفاظت از محیط زیست است و حفاظت از محیط زیست پیش‌شرط صلح پایدار. جنگ‌های ۲۰۲۵ و ۲۰۲۶ که با نقش محوری ترامپ و نتانیاهو پیش رفتند، به‌ویژه تجاوز نظامی به ایران و تداوم جنگ غزه، آسیب‌های محیط‌زیستی گسترده‌ای بر جای گذاشته‌اند. آتش‌سوزی‌های طولانی‌مدت تأسیسات سوختی، آلودگی هوا، خاک و آب و تخریب زیرساخت‌ها، پیامدهایی نسل‌به‌نسل ایجاد کرده است. در غزه نیز تخریب سیستم آب، ورود حجم عظیم فاضلاب به دریا و انتشار صدها هزار تن دی‌اکسید کربن از بمباران‌ها، محیط زیست را به‌شدت آسیب‌پذیر کرده است. این جنگ‌ها نه‌تنها انتشار مستقیم گازهای گلخانه‌ای را افزایش داده‌اند، بلکه منابع مالی و توجه سیاسی را از اقدام اقلیمی منحرف کرده‌اند. کنفرانس در شرایطی برگزار می‌شود که سه چالش بزرگ پیش‌روی آن قرار دارد: عقب‌نشینی سیاسی دولت ترامپ و راست افراطی، نیاز به پیونددادن مسئولیت جنگ با عدالت اقلیمی -موضع ایران- و آسیب‌های واقعی محیط‌زیستی جنگ‌های اخیر. موفقیت این اجلاس نه‌تنها به اجرای تعهدات مالی و برنامه‌های کاهش انتشار، بلکه به توانایی جهان برای جدی‌گرفتن پیوند میان صلح و اقلیم بستگی دارد. خاورمیانه و غرب آسیا با اقلیم خشک و نیمه‌خشک، کمبود آب، زمین‌های بیابانی وسیع، منابع خورشیدی فراوان و در برخی کشورها زیرساخت صنعت نفت و گاز می‌تواند برای به‌کارگیری بعضی روش‌های «حذف کربن» اقدام کند. روش‌های مبتنی بر طبیعت -جنگل‌کاری و افزایش کربن خاک- بالاترین قابلیت اجرائی این روش‌ها هم‌اکنون در مقیاس واقعی در حال اجرا هستند. در ایران پروژه «ترسیب کربن» از سال‌ها پیش در مناطق خشک و نیمه‌خشک اجرا می‌شود. این پروژه در بیش از ۱۹ استان گسترش یافته، میلیون‌ها هکتار را پوشش می‌دهد و بر اساس مشارکت جوامع محلی کار می‌کند. کاشت گونه‌هایی مثل تاغ در مناطق بیابانی، نتایج مثبتی در افزایش پوشش گیاهی و ذخیره کربن خاک نشان داده است. این روش‌ها نیاز به فناوری پیچیده ندارد، هزینه آن نسبتا پایین و با شرایط خشک سازگار است. کربن آبی (احیا و کاشت مانگرو) -عملیاتی و در حال گسترش جنگل‌های مانگرو در سواحل خلیج فارس و دریای سرخ وجود دارند و پروژه‌های احیا فعال هستند.

یادداشت

نقش صداوسیما در افزایش صرفه‌جویی



سرهنگ علی صباحی‌فرد
معاون اجتماعی پلیس امنیت اقتصادی فراجا

صرفه‌جویی تنها یک توصیه اخلاقی نیست؛ یک ضرورت اقتصادی است. کشوری که در مصرف انرژی، آب، نان، کالا و منابع عمومی اسراف کند، هزینه‌های بیشتری به بودجه و محیط زیست تحمیل می‌کند. اما صرفه‌جویی با بخش‌نامه و دستور شکل نمی‌گیرد؛ تا زمانی که در باور و رفتار مردم ریشه نداشته باشد، پایدار نخواهد بود. در اینجا رسانه نقشی تعیین‌کننده دارد؛ چون هم الگوهای مصرف را بازتاب داده و هم آنها را شکل می‌دهد.

بسیاری از مردم از میزان واقعی اسراف بی‌خبر هستند. وقتی رسانه نشان می‌دهد هدررفت نان در یک شهر چقدر است یا یک لامپ پرمصرف در سال چه هزینه‌ای ایجاد می‌کند، موضوع از یک توصیه کلی به یک عدد ملموس تبدیل می‌شود. همچنین رفتار انسان به این بستگی دارد که چگونه فکر می‌کند دیگران چه می‌کنند. رسانه با نمایش الگوهای مصرف معقول، رفتار صرفه‌جویانه را عادی و اسراف را ناپسند می‌کند. این اثر تدریجی است، اما از هر دستور مستقیمی ماندگارتر است. از سوی دیگر، چهره‌های محبوب، از ورزشکار و هنرمند تا مدیر موفق، می‌توانند نمونه‌هایی قابل پذیرش ارائه دهند. اگر مردم ببینند افراد مورد احترام آنها ساده و حساب‌شده زندگی می‌کنند، صرفه‌جویی را نشانه خرد می‌بینند، نه کمبود.

از سوی دیگر، رسانه می‌تواند اسراف در بخش عمومی را هم گزارش کند؛ هزینه‌های غیرضروری، پروژه‌های ناتمام یا مصرف بی‌رویه نهادها. صرفه‌جویی فقط وظیفه مردم نیست و اگر دولت و دستگاه‌ها الگو نباشند، فرهنگ‌سازی اعتبار نخواهد داشت.

ظرفیت‌های رسانه‌ها

- صداوسیما با گستره مخاطب، ظرفیت برنامه‌های اجتماعی، سریال، مستند و مسابقه را دارد. اثرگذاری سریال و برنامه‌های خانوادگی معمولا از تبلیغات مستقیم بیشتر است.
- شبکه‌های اجتماعی بستر اصلی نسل جوان. ویدئوهای کوتاه، چالش‌های خلاقانه و محتوای تولیدشده توسط خود کاربران، سریع پخش می‌شود و حس مشارکت می‌آفرینند.
- رسانه‌های محلی و مطبوعات برای پوشش مسائل منطقه‌ای، مثل کم‌آبی یا مصرف برق در یک شهر، مؤثر هستند و با دغدغه واقعی مردم ارتباط می‌گیرند. تبلیغات تجاری: بازاریابی اغلب مصرف را تشویق می‌کند، اما تبلیغ کالاهای کم‌مصرف و بادوام هم می‌تواند به صرفه‌جویی کمک کند.
- آموزش رسمی و رسانه‌های آموزشی برنامه‌های کودک و نوجوان و محتوای مدرسه‌ای، عادت‌های مصرفی را از سنین پایین شکل می‌دهند.

چگونه از ظرفیت رسانه استفاده کنیم؟

- روایتگری به جای نصیحت: مردم از موعظه مستقیم گریزان هستند، اما داستان را می‌پذیرند. یک مستند درباره خانواده‌ای که با تغییر ساده عادت‌ها، هزینه‌اش را کم کرده، تأثیرش از ۱۰ شعار بیشتر است.
- **تمرکز بر منفعت شخصی:** شعار «برای کشور صرفه‌جویی کنید» به‌تنهایی کافی نیست. وقتی مردم ببینند صرفه‌جویی قبض برق‌شان را کم می‌کند و پس‌انداز می‌سازد، انگیزه عملی پیدا می‌کنند. بهتر است پیام ملی و منفعت فردی با هم ارائه شود.
- **ارائه راهکار عملی:** آگاهی بدون راهکار ناامیدکننده است. رسانه باید بگوید دقیقا چه کار کنیم؛ چگونه مصرف آب را کم کنیم، چه لوازمی انتخاب کنیم و چطور غذا را بدون دورریز مدیریت کنیم.
- **استفاده از داده و شفافیت:** گزارش‌های مبتنی بر آمار معتبر، اعتماد می‌سازد. مردم وقتی ببینند عددها صادقانه ارائه می‌شود، بیشتر همراهی می‌کنند.
- **سازگاری با مخاطب:** پیام برای نوجوان، خانه‌دار، کارمند و کارآفرین باید متفاوت باشد. محتوای جوان‌پسند باید خلاق و کوتاه باشد و محتوای خانوارها باید کاربردی باشد.
- **پرهیز از شرم‌افکنی:** پیام‌هایی که مردم را مقصر نشان دهند یا به اقشار کم‌درآمد فشار روانی بیاورند، نتیجه معکوس دارند. صرفه‌جویی باید به‌عنوان انتخاب هوشمندانه معرفی شود، نه تحمیل.
- **هماهنگی با سیاست‌گذار:** فرهنگ‌سازی بدون زیرساخت کارایی ندارد. اگر مردم از مصرف‌شان آگاه نباشند یا کالای کم‌مصرف دسترس‌پذیر نباشد، پیام رسانه‌ای بی‌اثر می‌ماند. قیمت‌گذاری درست، تسهیل خرید تجهیزات کم‌مصرف و تشویق‌های مالی باید با پیام رسانه‌ای همراه شود.

چالش‌ها

بزرگ‌ترین مانع در این مسیر، تضاد پیام‌هاست. رسانه‌ای که ساعتی از صرفه‌جویی می‌گوید و ساعتی دیگر مصرف‌گرایی و تجمل را ترویج می‌کند، اعتبار خود را از دست می‌دهد. چالش دیگر بی‌اعتمادی است؛ اگر مردم اسراف مسئولان را ببینند و رسانه سکوت کند، از توصیه‌ها فاصله می‌گیرند. و در نهایت، کم‌حوصلگی مخاطب است؛ کمپین‌های مقطعی و فصلی اثر کوتاه‌مدت دارند و فرهنگ‌سازی به تداوم نیاز دارد. در نهایت رسانه می‌تواند صرفه‌جویی را از شعار به یک سبک زندگی تبدیل کند، به شرط آنکه صادق، خلاق و پیوسته باشد و با سیاست‌های عملی همراه شود. موفق‌ترین کمپین‌ها آنهایی هستند که به مردم دلیل، راهکار و الگو می‌دهند و آنها را شریک می‌کنند، نه مخاطب منفعل. وقتی رسانه، دولت و جامعه یک پیام را با هم تکرار کنند، صرفه‌جویی از یک توصیه به عادتی پایدار تبدیل می‌شود.

۷۵ درصد

احمد انارکی، نماینده مجلس، با بیان اینکه ۷۵ درصد کل حقوق‌بگیران کشور زیر ۳۰ تا ۳۵ میلیون تومان حقوق می‌گیرند، اظهار داشت: «برخی شرکت‌ها با استناد به قانون تجارت حقوق‌های چندبرابری پرداخت می‌کنند، اما در میان کارمندان دولت وضعیت متفاوت است. دولت باید از محل صرفه‌جویی، حذف هزینه‌های غیرضروری، مولدسازی دارایی‌ها و درآمدهای مالیاتی، از جمله مالیات بر خانه‌های گران‌قیمت، منابع لازم را تأمین کند. حتی اگر درآمد نفتی را کنار بگذاریم، ظرفیت‌های مالیاتی وجود دارد».

۵ پوزپلنگ

سعید یوسف‌پور، مدیرکل حفاظت محیط زیست استان سمنان اعلام کرد تلما (یوزپلنگ ماده) به همراه چهار توله‌اش مشاهده شده است. هفته گذشته فیلمی از تلما به همراه سه توله‌اش منتشر شد که گمانه‌زنی‌هایی را درباره سرنوشت چهارمین توله به دنبال داشت. پیش از این و در پی دیده‌نشدن چهارمین توله، اعلام شده بود این توله از وضعیت جسمانی مناسبی برخوردار نبوده است. امسال چهارقلوزایی این یوزپلنگ ماده تأیید شد. توله‌های تلما اکنون حدود چهار ماه دارند.

۳ زن

طبق گزارش نشریه آتلانتیک، در دوره دوم ریاست‌جمهوری دونالد ترامپ، بیشتر مقامات ارشدی که جابه‌جا، برکنار یا وادار به استعفا شده‌اند، زن بوده‌اند. از جمله این افراد می‌توان به پم باندی (وزیر دادگستری)، کریستی نوم (وزیر امنیت داخلی)، تولسی گابارد و لوری چاوز-درمر اشاره کرد. کاخ سفید اما این ادعا را رد و تأکید کرده تصمیم‌ها صرفا بر اساس شایستگی گرفته می‌شود. این درحالی است که اکنون فقط سه زن در سطح کابینه باقی مانده‌اند.

خبرخوانی

چه کسی مسئول افزایش نرخ سواد است؟

نهضت سوادآموزی یا آموزش‌وپرورش؛ چه کسی مسئول افزایش نرخ سواد در ایران است؟ دیروز معاون وزیر آموزش‌وپرورش در رامسر و در نشست شورای آموزش‌وپرورش اعلام کرده است نرخ باسوادی جمعیت ۱۰ تا ۴۹ سال ایران به بیش از ۹۵.۵ درصد رسیده است.

علی سعیدی گفت: «بیش از چهار دهه فعالیت نهضت سوادآموزی، دستاوردهای ارزشمندی در زمینه افزایش سطح سواد جامعه حاصل کرده است. این موفقیت حاصل سال‌ها تلاش، مسئولیت‌پذیری و مجاهدت افرادی است که در مسیر ریشه‌کنی بی‌سوادی و گسترش آموزش در مناطق مختلف کشور فعالیت کرده‌اند». او با قدردانی از تلاش آموزش‌دهندگان و فعالان حوزه سوادآموزی افزود: «مأموریت این سازمان در مرحله جدید صرفا به آموزش خواندن و نوشتن محدود نمی‌شود، بلکه حرکت به سمت توانمندسازی افراد و ایجاد فرصت‌های مستمر یادگیری برای بزرگسالان در دستور کار قرار گرفته است. برنامه تحولی سازمان نیز در حال پیگیری است و نقشه راه این تحول با هدف ارتقای سطح مهارت‌ها و توسعه یادگیری مادام‌العمر تدوین شده است».

این سخنان پرسش بزرگی را به وجود می‌آورد که اگر نهضت سوادآموزی سبب شده نرخ باسوادی افراد ۱۰ تا ۴۹ سال به بالای ۹۰ درصد برسد، پس نقش آموزش‌وپرورش یا وزارت علوم و آموزش عالی چه بوده است؟ اگر یک سازمان می‌تواند چنین تأثیری بگذارد، پس چه نیازی به وزارت آموزش‌وپرورش است که به عنوان بزرگ‌ترین وزارتخانه کشور شناخته می‌شود و مسئولیت آموزش به بیش از ۲۰ میلیون دانش‌آموز را دارد؟

از سوی دیگر نیز افراد بالای ۱۸ سال یا سواد دارند یا روانه دانشگاه می‌شوند که زیرمجموعه آموزش عالی است، یعنی وزارت علوم. در واقع این معاون وزیر مسئولیت آموزش از ۱۰ سال به بالا را برعهده نهضت سوادآموزی گذاشته است. شاید او فقط خواسته از زحمات دست‌اندرکاران سازمان نهضت سوادآموزی تشکر کند و آماری را به آنها نسبت داده که نمی‌توانسته تماما در اختیار آنها باشد. این سخنان که با تناقض روبه‌روست، بار دیگر پرسش‌هایی را درباره دلایل ادامه فعالیت سازمان نهضت سوادآموزی آن هم در حالی که ۴۷ سال از تأسیس آن می‌گذرد، مطرح کرد. نهضت سوادآموزی که از ابتدای انقلاب و برای آموزش به بزرگسالان تأسیس شد، سال‌هاست دلایل وجودی خود را از دست داده است. اگر فردی در ابتدای انقلاب سنی بالاتر از ۵۰ سال داشته اکنون، ۹۰ساله است و اگر زنده باشد، حداقل تا ۱۰ سال پیش توانسته است از کلاس‌های نهضت سوادآموزی استفاده کرده و دارای سواد شده است. اگر هم کسی اوایل انقلاب ۲۰، ۳۰ سال داشته و بی‌سواد بوده، در این ۵۰ سال احتمالا توانسته از امکانات این نهضت استفاده کند.

در واقع این سؤال مطرح است که اگر فردی پایین‌تر از ۶۰ سال دارد و اکنون بی‌سواد است، باید از مسئولان آموزش‌وپرورش و بهزیستی پرسید کجا بوده‌اند و چطور نتوانسته‌اند به گونه‌ای این افراد را به مدرسه رفتن تشویق کنند به طوری که نیاز است به سراغ نهضت سوادآموزی بروند؟ به هرحال دیروز خبری رسید که سه هزار نفر در کرمان نیازمند استفاده از امکانات نهضت سوادآموزی هستند. مدت‌هاست مربیان نهضت سوادآموزی قرار است عضوی از آموزش‌وپرورش شوند. تعداد زیادی از مراکز سازمان نهضت سوادآموزی در گوشه و کنار کشور وجود دارند که هرکدام در این شرایط کمبود انرژی می‌توانند برای اهداف دیگر استفاده شوند.

تداخل وظایف ارگان‌ها و سازمان‌ها در این مورد کاملا مشهود و نیاز به این است که راه‌حلی در این باره اندیشید به‌ویژه در این روزها که با کمبود منابع و امکانات پس از دو جنگ روبه‌رو هستیم؛ مگر آنکه مسئولان دلایل خاص خودشان را داشته باشند.